

Magne Lindholm:

I kunstens favn

Klassekampen "I dag" 30.6.2005

Jeg har vært på seminar om medieestetikk. Medieestetikkens betydning burde være åpenbar for Klassekampens lesere. Vi lever i et livsstilssamfunn, som både organiseres og forstås gjennom tegnene vi viser gjennom forbruksmønsteret. Medienes produkter er sentrale livsstilsmarkører. Men de forteller også hvordan vi skal tolke verden. I et livsstilssamfunn med stort medietrykk utøves det politisk makt gjennom estetiske avgjørelser. Det er for eksempel umulig å komme til orde med et standpunkt uten å markedsføre det som en nyhet. Nyheten er en litterær sjanger, og dermed en estetisk størrelse.

Dette kan man mislike. Men man må forstå også. Derfor gikk jeg på seminar.

O sjokk og gru! Hva gjorde forskerne, etter å ha sagt at de ikke skulle skille mellom høyt og lavt i kulturen? Jo, de befestet skillet, tok heisen opp i kulturens øverste etasje, og begynte å diskutere avantgardekunst. De brede mediene ble liggende igjen hos bermen.

Nå er det riktig at mye kunst tar utgangspunkt i massemedier. I hovedsak brukes to strategier. Strategi 1: Kunstneren løper bort fra mediehuset med et TV-apparatet under armen. Deretter henrettes apparatet i et privat rituale i et lukket rom, for å bevise at massemedier er autoritære greier. Ritualet dokumenteres av en kunsthistoriker, som siden lever av å fortelle om det hellige øyeblikk.

Strategi 2: Kunstneren lager f.eks. en video helt uten mediets krav til tempo og fortelling, slik at publikum må hensette seg i en mediterende tilstand for å holde ut. Dette avspilles i et rituel avlukke i et galleri. Fortsettes som i forrige punkt.

Altså: Når de skal studere mediens estetikk velger norske medieforskere å søke tilflukt i kunstinstitusjonens rituelle rom. Det er blitt veldig seminarvennlig etter at konseptkunsten kom på moten. Det er jo ikke lenger kunstverkene, men katalogforordet som teller. Der gyter kuratorene sin blanding av helgendyrking og amatørfilosofi. Den som klarer å fordøye sånt skiller seg definitivt ut fra massen. Det er viktig i et livsstilssamfunn.

Bør dette overraske noen? Kunstinstitusjonen har overtatt mange av religionens funksjoner. Alle samfunn har et behov for et tilfluktsted, der man kan lukke øynene og meditere på tvers av verdens ondskap. I middelalderen fungerte klostrene sånn.

Derfor er det logisk at kultureliten går i svarte klær. De er vår tids munkekutte. Men det er oppsiktsvekkende at sentrale norske medieforskere vender ryggen til massemediene når de skal forske. Med et slikt valg reduserer de medieforskningen til en livsstilsmarkør.