

Kommersielt, *cute* eller kritisk?

*En analyse av Lizzie Fitch og Ryan Trecartins
Placebo Pets (2016)*

Vilde Matzow



Masteroppgave i kunsthistorie og visuelle studier

Institutt for filosofi, idé- og kunsthistorie og klassiske språk
Det humanistiske fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Mai 2018
Veileder: Øystein Sjøstad

Kommersielt, *cute* eller kritisk?

En analyse av Lizzie Fitch og Ryan Trecartins *Placebo Pets* (2016)

© Vilde Matzow

2018

Kommersielt, *cute* eller kritisk?

En analyse av Lizzie Fitch og Ryan Trecartins *Placebo Pets* (2016)

Vilde Matzow

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Min avhandling er en analytisk case-study av fotoprojektet *Placebo Pets* fra 2016. Jeg ønsker å avdekke om kunstnerne har intendert en form for samfunnskritikk i verket, eller om fotografiene kan anses som en uskyldig lek med motivet. Oppgavens problemstilling er som følger: Er kunstverket *Placebo Pets* samfunnskritisk? Hvordan forholder *Placebo Pets* seg til samfunnets utseendefokus, sett gjennom utvalgte teorier?

For å svare på problemstillingen har jeg valgt å dele analysen inn i to deler. Den første delen baserer seg på teorier presentert i hovedsak av Amelia Jones. Her vil teorier om *selvet*, narsissisme, kropp, performativitet, iscenesettelse og selviscenesettelse være aktuelle. Denne delen gir også en feministisk lesning av undersøkelsesmaterialet. Den andre analysedelen er preget av estetisk teori, og da i særlig stor grad dem av Sianne Ngai som omhandler de estetiske kategoriene *cute* og *zany*. Denne delen gir selvsagt en lesning av verkene som fokuserer på estetisk teori.

Jeg har valgt å dele analysen i to deler for på den måten å kunne gi en dyptgående og grundig analyse av kunstverket, samtidig som jeg får kontekstualisert verket i dialog med samtiden da denne er svært mangefasettert. *Placebo Pets* er et samarbeidsprosjekt med det amerikanske mote- og kulturmagasinet *W Magazine*, noe som naturligvis påvirker hvordan vi oppfatter fotografiene. *Placebo Pets* portretteres av de verdenskjente supermodellene Kendall Jenner og Gigi Hadid – noe jeg har lagt stor vekt på i oppgaven. Jenner og Hadid er som unge mennesker flest, påvirket av sin egen tid, noe som vil gjenspeiles i oppgaven da jeg inkluderer sosiale medier, teknologi, «selfie» og andre populærkulturelle aspekter. Oppgavens mål er således å påvise hvordan verket på ulike måter illustrerer elementer ved samtiden – som vår bruk av teknologi, sosiale medier eller en usunn kroppsfiksering – samstundes som dette settes inn i en kunsthistorisk diskurs.

Forord

Denne oppgaven ble til nærmest ved et lykketreff. Etter mye fram og tilbake angående oppgavens tema, snublet jeg tilfeldigvis over en artikkel på nettstedet BuzzFeed som omtalte en underlig sak om supermodellene Kendall Jenner og Gigi Hadid som var blitt innblandet i en Photoshop-tabbe. Denne saken var selvsagt fotoprojektet *Placebo Pets*, produsert i samarbeid med kunstnerne Lizzie Fitch og Ryan Trechartin og *W Magazine*. Etter dette fantes det ingen tvil om hva jeg skulle skrive masteroppgaven min om, nemlig *PlaceboPets*.

Arbeidet med masteroppgaven har vært både tøft og vanskelig. Arbeidet har dog vært interessant, spennende og lærerikt. Jeg føler at jeg har utviklet meg svært som forsker, forfatter og som kunsthistoriker.

En stor takk rettes til min veileder Øystein Sjøstad for gode råd, tips og konstruktive tilbakemeldinger. Og takk for at du hadde tro på prosjektet mitt helt fra starten av. Jeg vil også takke Astrup Fearnley Museet, og da særlig Therese Möllenhoff og Ida Sannes Hansen, samt mine andre kolleger. Takk til Jon Herman Matzow og Ane Sund Sjøvold for nyttige innspill og korrekturlesing. Og takk til familien min, venner, medstudenter og partneren min for at dere har oppmuntret meg og trodd på meg selv når jeg ikke gjorde det.

Vilde Matzow

Blindern, 07. Mai 2018

Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon	1
1.1	Innledning:	1
1.2	Problemstilling:	2
1.3	Undersøkelsesmateriale.....	3
1.4	Kilder og tidligere forskning:	3
1.5	Teori	4
1.6	Metode og framgangsmåte:	6
1.7	Struktur og inndeling:.....	6
2	Lizzie Fitch og Ryan Trecartins <i>Placebo Pets</i>	9
2.1	Post-internett-kunst	15
2.2	<i>Placebo Pets</i> : beskrivelse av verkene og inspirasjon til prosjektet.....	16
2.3	<i>Placebo Pets</i> : reaksjoner på prosjektet og valg av modeller.....	19
3	<i>Placebo Pets</i> : kroppen, selvet, iscenesettelse og sosiale medier.....	23
3.1	Amelia Jones: <i>Self/Image</i> og <i>Body Art</i>	24
3.1.1	Amelia Jones' begrep om «narsissisme»	27
3.2	Performativitetsteorier og performativitet.....	32
3.2.1	Kropp, kjønn og performativitet i <i>Placebo Pets</i>	33
3.3	Iscenesettelse og selviscenesettelse.....	35
3.3.1	«Selfie» og sosiale medier.....	36
3.3.2	Cindy Sherman	39
3.3.3	Amalia Ulman	42
3.4	<i>Placebo Pets</i> : uskyldig lek eller underliggende kritisk?	44
4	<i>Placebo Pets</i> og våre estetiske kategorier	49
4.1	Sianne Ngai	50
4.1.1	<i>Our Aesthetic Categories</i>	51
4.2	Det skjønne og det sublime	52
4.2.1	Edmund Burke.....	53
4.2.2	Immanuel Kant	54
4.3	<i>Cute</i> – når det søte blir infantilisert og gjort til en handelsvare	56
4.4	<i>Zany</i> – Hverdagslig galskap	61
4.5	<i>Cute</i> og <i>Zany</i> i <i>Placebo Pets</i>	63

5	Er <i>Placebo Pets</i> samfunnskritisk?	68
5.1	Diskusjon og drøfting:.....	69
5.1.1	Problematiske aspekter ved <i>Placebo Pets</i>	74
5.2	Konklusjon	78
	Litteraturliste	81
	Vedlegg	86

1 Introduksjon

1.1 Innledning:

I oktober 2016 lanserte *W Magazine* et 10-års jubileumsnummer der de lot kunstnerduoen bestående av Lizzie Fitch og Ryan Trecartin utfolde sine kreative sider og style og regissere en photoshoot for dem. Ett av fotografiene endte opp som magasinet forside, og ytterligere seks andre fotografier ble plassert inni bladet, sammen med en artikkel. Bildeserien fikk navnet *Placebo Pets*.¹

Kunstnerne hyret modellene Kendall Jenner og Gigi Hadid til fotograferingen, og ved hjelp av protesesminke og noe alternativ redigering og retusjering, forvandlet de modellene til humanoide hybrid-dyr, eller «levende snapchat-filtre», slik Trecartin uttalte i sitt intervju med *W*.² Intervjuet finnes fysisk i magasinet, men er også tilgjengelig på nett. Ideen til fotograferingen oppstod da kunstnerne stilte seg spørsmålet om hvem som hadde overlevd hvis en humanoid, overlegen utenomjordisk rase hadde invadert jorda. Svaret de kom fram til var: «the friendliest.»³ Etter kunstnernes definisjon er det kjæledyr som er de vennligste av oss, og dermed har modellene Jenner og Hadid blitt omgjort til nettopp kjæledyr. *Placebo Pets* bygger videre på ideen om «companionship» som ble til under arbeidet med den omfattende videoinstallasjonen *Site Visit* og så videreført til fotoserien *Animation Companion*.⁴

Oppgaven innledes med en presentasjon av Lizzie Fitch og Ryan Trecartin som kunstnere. Dette har jeg gjort fordi Fitch og Trecartin lager omfattende kunstverk som ofte beskrives som «Gesamtkunstwerk»,⁵ og det vil være en fordel å ha en viss forståelse for hvordan andre verker, og da særlig deres *skulpturelle teater*, kan sammenlignes med *Placebo Pets*. Kunstnerne har blitt beskrevet som sannsynligvis to av de mest generasjonsdefinerende kunstnerne fra 2010-årene, og duoen øker stadig i popularitet i hele verden.⁶ Dette kan skyldes deres anvendelse av sosiale medier, internett og referanser til tidlig reality-show som

¹ Det finnes totalt syv fotografier i *Placebo Pets* serien, men det første og innledende fotografiet, *Rehearsal Pace*, er svært uinteressant og blir ansett i denne sammenhengen som irrelevant og blir utelukket fra analysen. Det vil fra her av bli omtalt som seks fotografier i serien.

² Diane Solway, «Placebo Pets: Plugged-in to the future, the artists Lizzie Fitch and Ryan Trecartin take Kendall Jenner and Gigi Hadid to a whole other dimension,» *W Magazine*, Oktober 2016, 146

³ Solway, «Placebo Pets,» 146.

⁴ Jeg vil utdype kunstnerskapet til Fitch og Trecartin ytterligere i neste kapittel.

⁵ Helhetisk kunstverk

⁶ Griselda Murray Brown, «Post-internet art in London,» *Financial Times*, 28.10.2014.
<https://www.ft.com/content/d4a22d6c-5473-11e4-b2ea-00144feab7de>

komponenter i kunsten deres, elementer man har en svært god oppfatning av i dag. Fotografiserien *Placebo Pets* er intet unntak, og selv om dette i utgangspunktet var et kommersielt samarbeid, er det ingen grunn til ikke å behandle disse fotografiene som likeverdige med deres andre arbeider.

1.2 Problemstilling:

Problemstillingen for oppgaven er som følger: Er kunstverket *Placebo Pets* samfunnskritisk? Hvordan forholder *Placebo Pets* seg til samfunnets utseendefokus, sett gjennom utvalgte teorier?

Spørsmålet som ligger til grunn ble av interesse for meg da jeg snublet over fotografiene ved en tilfeldighet, og oppdaget at flere ulike nyhetsnettsider hadde omtalt forsidebildet som en Photoshop-katastrofe. Det at modellene tilsynelatende hadde fått hvert sitt kne retusjert bort, utgjorde grobunn for flere krasse kritikker av forsiden. At knærne manglet var selvsagt en del av Trecartin og Fitchs særegne kunstneriske uttrykk og ingen ekte «Photoshop fail». Derfor mener jeg at det kan ligge en form for samfunnskritikk til grunn for *Placebo Pets* når så mange nettsteder og enkeltpersoner plukket opp denne «tabben». Fotoserien må dermed peke på symptomer ved samfunnet som er kritikkverdige og som folk legger merke til.

Tematikken er viktig fordi det i dag er et stadig økende press blant unge mennesker om å møte visse krav til utseende, og drastiske tiltak som plastisk kirurgi blir således en lettvinnt måte å møte dette presset på. Særlig unge jenter i den vestlige verden ønsker å endre utseende sitt med Botox eller «fillers» for å oppnå et mer attraktivt ytre. Dersom *Placebo Pets* viser seg ikke å være en kritikk, men heller et produkt av sin tid, er dette en tragisk og skremmende tendens i samtidskunsten. Viser serien seg derimot å være kritisk, er dette et tegn på at også kunstnerne i dag har oppfattet denne kritikkverdige trenden i det vestlige samfunn, og de ønsker å gjøre oss oppmerksomme på hva det er som skjer.

Lauren Cornell skriver i utstillingskatalogen *Any Ever* at Trecartin velger ikke å kritisere vår verden slik den er, men at han i stedet ønsker å vite mer om de tingene vi skammer oss over, avhengighetene vi ønsker vi ikke hadde, våre undertrykte begjær, samt måten tankeprosessen våre utvikler seg: «- he wants to locate and grow these. However orphaned Trecartin's world may seem, it is not so distant from ours. It is like our world dialed

up, and a state into which we ourselves might someday transition».⁷ Min hypotese går ut på at vi allerede er der i denne fjerne framtiden, basert på de samfunnskritiske tendensene som muligens presenteres gjennom *Placebo Pets*, og det er disse oppgaven skal undersøke, analysere og påpeke. Det er altså med samme oppfatning som den til Roland Barthes i hans teori om forfatterens død, verkene skal analyseres, min oppfatning er kjernepunktet og kunstnerens intensjoner med verket kommer i andre rekke.⁸

1.3 Undersøkelsesmateriale

Det materialet som ligger til grunn for denne oppgaven er fotoprojektet *Placebo Pets*. Som tidligere nevnt er ikke dette en særlig utforsket del av Trecartin og Fitchs kunstnerskap da det er et kommersielt samarbeidsprosjekt mellom kunstnerne og *W Magazine*. Dermed danner prosjektet et godt grunnlag for analyse og undersøkelse. I neste kapittel vil jeg gå grundigere inn på både kunstnerne Lizzie Fitch og Ryan Trecartin og deres andre arbeider, samt *Placebo Pets*, tanken bak og resepsjonen av fotografiene da bildene ble publisert og gjort tilgjengelig på internett.

Det finnes totalt syv fotografier i *Placebo Pets*-serien, men jeg velger ikke å inkludere det første som sees i magasinet *Rehearsal Pace*, da dette vises uten modellene eller noen andre interessante figurer, og bildet oppleves heller ikke som essensielt for analysen. Det finnes også en kort video fra photoshooten på YouTube, men også denne har jeg valgt ikke å vektlegge nevneverdig. Dette valget belager seg mer på begrensning enn videoens innhold.

De andre fotografiene heter som følger, i kronologisk rekkefølge: *forsidebildet* eller *coverbildet*,⁹ *Floater Costs*, *Under Said*, *Pitch Flare*, *Open Horse* og *Captcha Off*, alle fra 2016.¹⁰

1.4 Kilder og tidligere forskning:

Da fotografiene som danner grunnlag for denne teksten ble offentlig tilgjengelige først i 2016, finnes det naturligvis ikke spesielt mye forskningsmateriale om dette verket ennå.

⁷ Lauren Cornell, «Medium Living,» i *Ryan Trecartin: Any Ever*, red. Kevin McGarry (New York: Skira/Rizzoli, 2011) 57.

⁸ Roland Barthes, «The Death of the Author,» oversatt av Richard Howard, *UbuWeb Papers*, 6.
http://www.tbook.constantvzw.org/wp-content/death_authorbarthes.pdf

⁹ Jeg har ikke funnet noen offisiell tittel på dette bildet, og derfor omtales det kun som coverbildet eller forsidebildet.

¹⁰ Se vedlegg for illustrasjoner av verkene.

Fotografiene er ikke en del av kunstnernes hovedprosjekter, men mer et mindre samarbeidsprosjekt mellom dem og *W*, og dermed vil heller ikke fotografiene stilles ut som autonome kunstverk. Dette betyr ikke at fotografiene ikke har kunstnerisk eller kunsthistorisk verdi. Tvert imot kan disse fotografiene være svært viktige for samtiden da de definerer tiden de ble laget i både med tanke på populærkultur, vår stadig økende anvendelse av sosiale medier, og samtidskunstens rolle i denne konteksten. Dette kan på en annen side gjøre det problematisk for meg å finne relevant forskningslitteratur om akkurat disse fotografiene.

Om Trecartin og Fitch er det på sin side skrevet mer, og jeg anvender tekstene i utstillingskatalogene *Any Ever* og *Site Visit* som troverdige kilder til deres kunstnerskap. Lauren Cornell, Jeffrey Deitch, Linda Norden og Kevin McGarry har alle bidratt med tekster til *Any Ever*, og er alle involvert i kunstverdenen på en eller flere måter, som kuratorer, forfattere, direktører eller med annet administrativt ansvar for kunstfaglige organisasjoner og lignende. McGarry er også redaktøren bak *Any Ever*. Kunstneren Cindy Sherman har bidratt med et intervju av Trecartin i *Any Ever*, da hun har blitt sammenlignet med ham ved flere anledninger, noe som vil poengteres ytterligere i et senere kapittel. I *Site Visit* er det Ellen Blumenstins essay «Society's Idiots» som vil være av betydning for meg og oppgaven. Det er hun som har fungert som redaktør for katalogen. Blumenstein holder til i Berlin og jobber der som selvstendig kurator.

Den amerikanske litteratur- og kulturkritikeren Sianne Ngai bruker Trecartin som eksempel når hun i sin *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting* redegjør for hva begreper *zany* egentlig innebærer. Dette gjør denne boka, og Ngai som teoretiker, aktuell for oppgaven, og jeg kommer til å basere oppgavens andre analysekapittel på de estetiske kategoriene *cute* og *zany*.

Jeg kommer også til å anvende mange internettbaserte kilder og nettsider. Dette er logisk da disse kunstnerne er svært knyttet til internett gjennom tematikken i kunsten sin. De er også «et produkt av sin tid», noe som betyr at mye av litteraturen om dem finnes (enten utelukkende eller supplerende) på nett. *Placebo Pets* er et samtidskunstverk og samtiden preges stadig mer av internett og teknologi, noe som vil gjenspeiles i oppgaven.

1.5 Teori

Oppgaven er inndelt i to teorikapitler; et basert på Amelia Jones' teorier om teknologi, iscenesettelse, kropp og kroppskunst, og et basert på Sianne Ngais estetiske teorier om de

estetiske kategoriene *zany* og *cute*. Ved å belyse samme materiale gjennom to ulike vinklinger, håper jeg å få mest mulig ut av analysematerialet og således oppnå en mer detaljert forståelse av materialet.

Amelia Jones er en svært omfangsrik kunsthistoriker med teorier som springer over flere felt. Jeg er mest interessert i bøkene hennes *Self/Image: Technology, Representation and the Contemporary Subject* og *Body Art: Performing the Subject*. I *Self/Image* er det særlig kapitlene som omhandler representasjon av selvet, iscenesettelse, digital og analog fotografering og video og digital videoinstallasjon. I *Body Art* vil jeg hovedsakelig anvende kapittel fire «The Rhetoric of the Pose: Hannah Wilke and the radical Narcissism of Feminist Body Art». Grunnen til at jeg har valgt å fokusere på nettopp disse kapitlene er at de presenterer materiale som best kan appliseres på *Placebo Pets*; da nærmere bestemt teoretiske tekster som omhandler teknologi, sosiale medier, kropp, kjønn, iscenesettelse og selviscenesettelse. Jones' begrep om narsissisme er noe jeg ønsker å se nærmere på. Begrepet dukker opp i *Body Art* og Jones anvender kroppskunstneren Hannah Wilke som eksempel, noe jeg mener er et godt valg og som gjør det enkelt for meg å sette narsissistbegrepet i sammenheng med *Placebo Pets*.¹¹

Den andre relevante teoretikeren er Sianne Ngai. Hun har skrevet boka *Our Aesthetic categories: zany, cute, interesting*, og denne vil være aktuell for meg med tanke på det estetiske aspektet ved *Placebo Pets*. *Cute* og *zany* er to relativt ukjente estetiske kategorier som svært godt lar seg anvende til å beskrive *Placebo Pets*. *Det skjønne* og *det sublime* som estetiske kategorier er ikke lenger utelukkende adekvate til å beskrive verden, da verden har utviklet seg svært siden estetikk ble et selvstendig forskningsområde på 1700-tallet. De estetiske kategoriene *zany*, *cute* og *interesting* er av den grunn godt egnet til å beskrive verden nå med tanke på politikk, kapitalisme og forbrukersamfunnet.

Placebo Pets er en fotoserie trykket i et *motemagasin*, noe som endrer måten vi ser bildene på. Vi har en viss forventning til bilder i den typen magasiner, modellene skal være vakre og feilfrie, klærne skal se dyre ut. Vi skal ønske å eie klærne modellene går kledd i for på den måten kunne nærme oss modellenes feilfrihet, og således bli likere dem. Disse kravene blir ikke innfridd i *Placebo Pets*. Modellene går fra å være vakre til å bli søte, mens klærne og settingen går fra å være glamorøs til å bli *zany*.

¹¹ Amelia Jones, *Body Art: Performing the Subject* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1998) 177.

Grunnen til at jeg har valgt å løse oppgaven på denne måten er at jeg ønsker å gi en sjattert og flersidig analyse av *Placebo Pets* for på den måten åpne opp for flere tolkningsmuligheter. Slik verden og samfunnet er organisert og fungerer i dag, så fragmentarisk og oppdelt vår tilværelse føles, så virket dette som en mer naturlig løsning for å analysere samtidskunst produsert i 2016.

1.6 Metode og framgangsmåte:

Metoden som skal anvendes i oppgaven er en næranalyse av billedserien *Placebo Pets*. Billedanalysen vil foregå over to kapitler der jeg i det ene kapitlet anvender teorier av Amelia Jones i tillegg til andre feministiske teorier, og et kapittel som omhandler estetikk og vil dreie seg om de estetiske teoriene til Sianne Ngai. Jeg har valgt å løse oppgaven på denne måten for å få en bredere forståelse av *Placebo Pets*. De ulike perspektivene blir presentert i to likestilte teorikapitler som hver for seg beskriver spennende vinklinger til å studere undersøkelsesmaterialet på. Begge vinklingene er aktuelle og relevante for både samtiden og *Placebo Pets*. Både Amelia Jones og Sianne Ngai kan defineres som politiske, om enn på noe forskjellig grunnlag. Jeg mener det politiske aspektet hos dem begge kan spores rundt et ønske om å påvirke samfunnsstrukturene i samtiden, og bøkene deres kan således tolkes som et forsøk på å forårsake en faktisk endring i disse strukturene. Det er denne generelle forståelsen jeg velger å forholde meg til i resten av oppgaven.

Jeg ønsker å avdekke om det finnes samfunnskritiske elementer i *Placebo Pets*, og i så fall på hvilken måte disse kommer til uttrykk. Ved å anvende Amelia Jones og Sianne Ngais teorier i de to analysekapitelene vil jeg analysere de ulike motivene og visuelle virkemidlene man finner i *Placebo Pets*, med den hensikt å undersøke verkenes samfunnskritiske- og politiske potensiale. Det vil hele tiden være et poeng å trekke inn andre aktuelle teoretikere, temaer kunstnere og kunstverk når dette blir nødvendig, men jeg vil forsøke å holde kapitlene så saklige og presise som mulig.

1.7 Struktur og inndeling:

Denne oppgaven vil bestå av totalt fem kapitler. Det første kapitlet er en generell introduksjon av prosjektet med fokus på oppgavens hensikt som er å løse problemstillingen. Problemstillingen blir selvsagt også presentert. Videre blir oppgavens undersøkelsesmateriale

gjengitt, samt kilder og tidligere forskning, de teoretiske aspektene som anvendes og oppgavens metode.

Det andre kapittelet vil fungere som et innledende kapittel der jeg presenterer kunstnerne og andre kunstverk de har produsert. Jeg vil også gå dypere inn i en beskrivelse av *Placebo Pets*, hvordan prosjektet ble til og hvorfor de valgte de spesifikke modellene til fotograferingen. Dette kapittelet var også nødvendig for meg å skrive for naturlig å kunne utvikle oppgaven videre, da dette kapittelet fungerer som en døråpner til de senere kapitlene. Det er også i dette kapittelet kunstverkene i fokus blir presentert uten påvirkning av teori, og derfor er det et viktig og nødvendig kapittel.

Kapittel tre er det første teori- og analysekapittelet og innledes med en introduksjon av Amelia Jones og hennes bøker *Self/Image: Technology, Representation and the Contemporary Subject* og *Body Art: Performing the Subject*. Videre redegjøres det for relevante begreper som Jones narsissisme, performativitet, iscenesettelse og selviscenesettelse, ordet *selfie* og sosiale medier. I dette kapittelet refereres det også til teoretikere som Judith Butler, Luce Irigaray, Laura Mulvey, Rosalind Krauss, Hal Foster og Thomas Crow. Kapittelet avsluttes med en refleksjon rundt *Placebo Pets*; er fotografiene produsert kun for moro skyld, eller er de egentlig underliggende samfunnskritiske?

Det fjerde kapittelet er oppgavens andre teori- og analysekapittel, men dette er mer estetikk-rettet. Her er det Sianne Ngais bok *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting* som danner bakgrunn for analysen. Kapittelet åpner med en generell introduksjon av Sianne Ngai som forsker og teoretiker, samt en kort innføring om boka *Our Aesthetic Categories*. Etter dette settes Ngais estetiske teorier i en historisk kontekst, og det skjønne og det sublime blir definert og diskutert, både med Edmund Burkes og Immanuel Kants definisjon. Videre er det den estetiske kategorien *cute* som defineres og diskuteres, og da med dens aktualitet i nåtidens samfunn i tankene, samt på hvilken måte *det søte* påvirker oss på flere områder i livene våre. Etter denne redegjøringen følger en lignende redegjørelse som tar for seg den estetiske kategorien *zany*, men i mindre grad. Kapittelet avsluttes med en analyse av *Placebo Pets* der fokuset er på *zany* og *cute* og hvordan disse estetiske kategoriene skinner gjennom fotografiene og hvordan de påvirker bildene.

Oppgavens siste kapittel er et diskusjonskapittel. Oppgavens problemstilling er tittelen på kapittelet for å markere overgangen til diskusjonen. Kapittelet åpner med en kort oppsummering av de to foregående kapitlene for på den måten å samle trådene før jeg setter i gang med diskusjonen. Diskusjonen starter med å trekke inn de ulike perspektivene presentert

av Amelia Jones og Sianne Ngai, først med fokus på deres politiske potensiale. Videre diskuteres de momentene som har dukket opp i teorikapitlene i henhold til problemstillingen. Oppgaven avsluttes med en konklusjon der jeg konkret besvarer problemstillingen.

2 Lizzie Fitch og Ryan Trecartins *Placebo Pets*

Kunstnerduoen Lizzie Fitch og Ryan Trecartin møttes allerede i 2000, og har i løpet av kort tid gjort mange prosjekter sammen. Begge kunstnerne er født i 1981, i Indiana og Texas, og møttes på *Rhode Island School of Design*. For tiden bor og jobber de henholdsvis sammen i Ohio, men fra 2010 til høsten 2017 bodde og arbeidet de sammen i Los Angeles.

Ryan Trecartin var den yngste kunstneren til å inkluderes i the Whitney Biennale da han stilte ut der i 2006.¹² Etter dette har kunstnerne hatt soloutstillinger på flere av verdens største museer for samtidskunst som MoMa PS1 i New York og MoCa Pacific Design Center i Los Angeles, og de har også deltatt i gruppeutstillinger over hele verden. De største og viktigste prosjektene kunstnerne har gjort sammen er *A Family Finds Entertainment* (2004), *I-Be AREA* (2007), *Any Ever* (2010),¹³ *CENTER JENNY* (2013)¹⁴, *Priority Infield* (2013), *Site Visit* (2014) og *Animation Companion* (2015).

Kunstnerne har jobbet med mange ulike medier, deriblant skulptur, lyd, installasjon og video, men det er gjennom deres fascinerende og kreative videoinstallasjoner de har oppnådd internasjonal anerkjennelse.¹⁵ Videoinstallasjonene deres kalles ofte for «skulpturelle teatre» da tilskuerne inviteres inn i et rom innredet i stil med filmen/e som vises der. Begge kunstnerne ble overrasket over at friksjonen mellom deres foretrukne medier kun beriket samarbeidet.¹⁶ Deres kunstneriske særpreg består ofte i å appropriere måten sosiale medier fungerer på, nemlig hurtig, flyktig og stadig i endring, og så applisere dette over i et filmformat. I filmene deres kommer dette til syne som hurtige kaotiske tagninger, flamboyante kostymer og filmsett, toppet med en kraftig redigering av lyd og bilde. Filmene framstår på den måten både som slitsomme, morsomme og merkelige. Begge kunstnerne er ofte selv å se i filmene som skuespillere. Trecartin har stort sett ansvaret for filmen i seg selv

¹² Diane Solway, «What you need to know about Lizzie Fitch and Ryan Trecartin, the artists behind Kendall and Gigi's W cover story,» *W Magazine*, 20.10.2016. <http://www.wmagazine.com/story/what-you-need-to-know-about-lizzie-fitch-and-ryan-trecartin>

¹³ *K-CoreaINC.K* (section a), *Sibling Topics* (section a), *P.opular S.ky* (section ish), *Ready (Re'Search Wait'S)*, *Temp Stop (Re'Search Wait'S)*, *Roamie View: History Enhancement (Re'Search Wait'S)* og *The Re'Search (Re'Search Wait'S)* utgjør samlet hele *Any Ever*. Alle filmene ble produsert mellom 2009 og 2010.

¹⁴ *Center Jenny* er en del av *Priority Infield*, men har utmerket seg svært på egenhånd.

¹⁵ Selv om *Placebo Pets* er en fotoserie, er det vanskelig å knytte fotografiene til andre av kunstnernes verker da disse hovedsakelig er deres skulpturelle teater eller frittstående skulpturer (eller filmatiske rekvisitter). *Animation Companion* er den eneste fotoserien kunstnerne har produsert som ikke er et kommersielt samarbeid, men det har vært så å si umulig å oppdrive litteratur om denne serien.

¹⁶ Fitch var i begynnelsen hovedsakelig opptatt av maleri og skulptur som medium, mens Trecartin foretrakk video. Lizzie Fitch, «Introductuion,» i *Ryan Trecartin: Any Ever*, red. Kevin McGarry (New York: Skira/Rizzoli, 2011) 9.

og de andre skuespillerne, mens Fitch som regel har ansvaret for selve settet og rekvisittene. Av den grunn har det overordnede fokus hovedsakelig blitt rettet mot Ryan Trecartin når det kommer til hvem som er «kunstneren» bak filmene, noe som også gjør situasjonen mer komplisert. Jeg vil også fokusere mest på Trecartin og hans rolle i samarbeidet, hovedsakelig fordi han er den som hyppigst uttaler seg offentlig og gjør flest intervjuer, men også fordi han er den som skriver filmene, regisserer dem og har dermed det overordnede ansvaret.

Sjangermessig kan filmene deres passere for det som defineres som en kunstfilm eller en *avantgardefilm*. Forfatter og filmhistoriker William E. B. Verrone fastsetter avantgardefilm som en film som bevisst og konsekvent viker fra den tradisjonelle måten å framstille film på.¹⁷ Disse filmene er ofte ytterst eksperimentelle og de utfordrer betrakter på disiplin, tålmodighet og entusiasme. At Trecartin og Fitchs filmer viker fra det tradisjonelle er det ingen tvil om, men de var ikke de første alternative filmskaperne til å produsere utradisjonelle og annerledes filmer eller anvende ulike virkemidler i filmene for å skape en spesiell effekt. Den historiske avantgarden vil generelt sett tidfestes fra 1920-årene, noe som også gjelder for avantgardefilmene. Her gjaldt det for filmskaperne og kunstnerne å ta i bruk nye og eksperimentelle teknikker eller utfordre tradisjonelle normer og den borgerlige samfunnsklassen.¹⁸ De vakre og uortodokse filmene til filmskaper Kenneth Anger (1927-) er gode eksempler på dette, som hans *Inaguration of the Pleasure Dome* fra 1954. Verrone skriver at de nye formene for estetisk skapervirksomhet stammet hovedsakelig fra de visuelle kunstartene, men omfattet også skulptur og litteratur. De nye ideene, samt den nye estetikken, kom til uttrykk som ekspresjonisme, surrealisme, dadaisme og abstraksjon, noe som igjen påvirket og motiverte filmskaperne, både amatører og profesjonelle.¹⁹ Store kunstnere som Marcel Duchamp (1887-1968), Man Ray (1890-1976) og Fernand Léger (1881-1955) har alle drevet med eksperimentelle filmer i løpet av sin karriere. Det er takket være 1920-årenes utforskning av filmen som medium med påvirkning fra kubisme, ekspresjonisme, dadaisme og abstraksjon som influerte de avantgarde filmskaperne den gang, at vi for eksempel har filmskapere som David Lynch i dag.²⁰

¹⁷ William E.B. Verrone, *The Avant-Garde Feature Film: A Critical History* (Jefferson, N.C: McFarland & Co, 2012) 17.

¹⁸ Verrone, *The Avant-Garde Feature Film*, 34-35.

¹⁹ Verrone, *The Avant-Garde Feature Film*, 35.

²⁰ Verrone, *The Avant-Garde Feature Film*, 37.

I den svært kjente fiksjonsserien *Twin Peaks* fra 1991-92²¹ benytter regissør David Lynch surrealistiske elementer for å oppnå en utenomjordisk stemning. Dette er svært tydelig i de sekvensene der karakterene, i en drømmelignende tilstand, snakker baklengs, men det blir spilt riktig vei. Det er dermed mulig å forstå hva personene sier, men tonefallet og uttalelsen er svært underlig og unaturlig. Et annet likhetstrekk ved Trecartins filmer og Lynchs *Twin Peaks* er at Lynch også dukker opp som en selvstendig karakter i serien, i likhet med både Trecartin og Fitch. Den sveitsiske performancekunstneren Pipilotti Rist (1962-) er en annen kunstner som tar i bruk spesialeffekter i sine filmer som befinner seg i en slags kryssning mellom å være film og performance, akkurat som Trecartins filmer. Hun jobber med å utforske hvordan farger påvirker sansene våre. I hennes filmer framgår det narrative som regel tydelig og er ofte mulig å relatere seg til. Rists film *Ever Is Over All*, fra 1997 ble faktisk så populær at den har inspirert en av musikkvideoene til artist Beyoncé Knowles på hennes mye omtalte *Lemonade*-album, utgitt i 2016.²²

I sitt essay «Authorship and Narration in Art Cinema» fra antologien *Film and Authorship* skriver den amerikanske filmhistoriker og filmteoretikeren David Bordwell om forskjellen mellom narrasjon i en typisk strømlinjeformet Hollywoodfilm versus en kunstfilm. Det narrative aspektet i en film er svært avgjørende når det kommer til hvilken type film det er snakk om. Kunstfilmer har sjeldent et lineært narrativ, men er sterkt preget av drømmesekvenser, tilbakeblikk eller hopp fremover i tid.²³ Filmens *syuzhet*, som betyr måten historien er organisert på, er dermed svært sentral. En rød tråd i Fitch og Trecartins filmer er nettopp dette fraværet av et kronologisk lineært tidsaspekt.

Tidsaspektene i Fitch og Trecartins filmer er så kaotiske og ulogiske, da særlig siden det ofte er et fravær av en klar narrasjon, som fører til at filmene oppleves som forvirrende og er vanskelige å forstå. Den amerikanske Los angeles-baserte forfatteren Kevin McGarry skriver i sitt essay «Worlds Apart,» som er å finne i utstillingskatalogen *Any Ever*: «Ryan Trecartin's movies are often read as nonlinear, but more accurately, they are multilinear, comprising myriad narratives unfolding simultaneously. Every character is a protagonist, and

²¹ Det ble i 2017 lansert en etterlengtet tredje sesong av *Twin Peaks*, og denne fortsatte i det samme sporet som de tidligere sesongene tematisk og filmatisk sett. Denne sesongen befinner seg om mulig enda mer i grenselandet mellom kunst og tradisjonell film enn de forrige sesongene.

²² Videoen det refereres til viser Rist i likhet med Beyoncé gående på et fortau med en gjenstand i hånden (i Rists film var det en blomst i metall, mens i Beyoncé's video var det et balltre). I begge videoene slår kvinnene inn vinduer på tilfeldige biler parkert langs fortauet. Det er i Beyoncé's sang «Hold Up» at hyllesten skjer. Se vedlegg for sammenligning.

²³ David Bordwell, «Authorship and Narration in Art Cinema,» *Film and Authorship*, red. Virginia Wright Wexman (New Brunswick: Rutgers University Press, 2003) 42.

at any moment his or her needs, motives or actions can be read as dominant».²⁴ Ut ifra sitatet kan filmene tolkes som svært uforutsigbare. Dette er både med på å gjøre filmene interessante og kreative, men kan også påvirke betrakterens utholdenhet og utfordre konsentrasjonsevnen på flere nivåer. Filmene er heldigvis stort sett delt opp i mindre deler, slik at man ikke nødvendigvis trenger å se en hel film fra begynnelse til slutt, men kan plukke ut enkelte deler.

Karakterene i Fitch og Trecartins filmer opptrer ofte kjønnsløse, raseløse og nesten meningsløse. Plottet i filmene er ofte vanskelig å få tak på, og det kan virke som om filmene er improviserte på stedet. Dette er ikke tilfelle da Trecartin svært nøye skriver og regisserer filmene, men som han uttalte i et intervju gjort av Cindy Sherman: «The first scenes I shoot for a new project tend to be used in the middle of the finished movie, even if I think I'm writing and shooting a beginning.»²⁵ Prosjektets utviklingsprosess er organisk og naturlig. Trecartin kan dermed ikke vite hvordan prosjektet vil se ut før det er ferdig.

Skuespillerne spiller ofte flere roller i samme film, og utseende deres er som regel endret drastisk med sminke, parykker og antrekk kunstnerne har vært med å designe. I filmen *Center Jenny* fra 2013 spiller de fleste skuespillerne samme karakter – Jenny. Skuespillerne ble sminket og kledd opp så like som mulig, og poenget i filmen er at de ulike «Jennyene» skulle nærme seg den sanne kjernen. Karakterene måtte bli den virkelige «Jenny».²⁶ Nesten som et dataspill må jentene utvikle seg gjennom nivåer for å bli den reneste «Jenny» og jentene prøver hele tiden å bli like hverandre ved å imitere *idealet*. Filmen tar opp temaet identitet, noe både Fitch og Trecartin er veldig opptatt av og ofte problematiserer gjennom kunsten sin. Filmen er kanskje en kritikk av måten vi idoliserer det «perfekte idealmennesket» som vi ser på sosiale medier, på TV-skjermen eller på internett. Filmen kan også sees på som en futuristisk fremstilling av en post-human rase som simulerer personlighetskonstruksjoner og samhold basert på mytologiserte koder for sosial oppførsel, ifølge beskrivelsen til Kevin McGarry.²⁷

Et illustrerende og svært passende ord som ofte går igjen i beskrivelser av Fitch og Trecartins filmer er ordet «kakofoni». Karakterene i filmene snakker ofte i munnen på hverandre i usammenhengende setninger de gjentar igjen og igjen uten egentlig å ense hva de andre karakterene faktisk sier. Likevel er språket en viktig del av kunstverket og Trecartin

²⁴ McGarry, «Worlds Apart,» 109.

²⁵ Cindy Sherman, «Cindy Sherman interviews Ryan Trecartin,» i *Ryan Trecartin: Any Ever*, red. Kevin McGarry (New York: Skira/Rizzoli, 2011) 145.

²⁶ Kevin McGarry, «CENTER JENNY,» *ELECTRONIC ARTS INTERMIX*, 06.03.2017.

<https://www.eai.org/titles/center-jenny>

²⁷ McGarry, «CENTER JENNY.»

selv er svært opptatt av språk. «It is not just that he has incorporated the language of the internet; he has created a new model of reality that builds on the changes that new forms of communication have brought to people's life»²⁸ skriver museumsdirektør for MoCa i Los Angeles, Jeffrey Deitch, i forordet til katalogen *Any Ever*. Trecartin sier selv at han er svært interessert i hvordan mennesker kommuniserer med hverandre i sosiale situasjoner og da særlig situasjoner som involverer alkohol. Kurator og forfatter Linda Norden beskriver det slik:

He is at his most social at his research stage, pricking his ears for useable language where people are most apt to wield it best – at parties, in bars, when everyone's lubricated and up for a good dis. He's hunting not just for phrases but for inflection.²⁹

Kevin McGarry skriver dette om Trecartin i sitt essay *Worlds Apart* som også er en del av utstillingskatalogen *Any Ever*:

Throughout his movies, he plays with the sounds and meanings of words, especially through congruencies: homonyms, cognates, puns, typos. For instance, Able, the menacing tinkerer who wafts through all of *Any Ever*, announces in *P.opular S.ky (section ish)*, 'I'm currently looking for a lot of cellmates. I meme soulmates.'³⁰ This semiotic play extends to the museum installations of *Any Ever*, devised by Trecartin in collaboration with Lizzie Fitch, which scramble the grammars of architecture and interior design.³¹

I dette sitatet kommer det tydelig frem hvordan Fitch og Trecartin bruker språket og gjør det til en semiotisk lek for å kommunisere krypterte beskjeder til publikum. Det som i dag kalles for en «meme», slik karakteren Able uttalte det, defineres som enten en idé, stil eller oppførsel som spres fra en person til en annen innad i en kultur eller som en underholdende eller egenartet gjenstand/objekt (slik som et bilde tilsatt passende tekst eller en video),³² eller elementer innenfor en sjanger som spres via internett og da helst via sosiale medier.³³ Gjennom slike intrikate replikker kan man altså skimte hvor mye sosiale medier og internett påvirker kunstneres arbeid. Karakterenes navn kan også være av semiotisk interesse. For eksempel kan navnet «Able»³⁴ oversettes til «å være i stand til» på norsk. Dette kan tolkes på flere måter. For det første kan det bety at personen Able er en person som er i stand til å utføre de oppgavene som må utføres, personen er kompetent. Det er også mulig å se på navnet

²⁸ Jeffrey Deitch, «The post-reality show,» i *Ryan Trecartin: Any Ever*, red. Kevin McGarry (New York: Skira/Rizzoli, 2011) 7.

²⁹ Linda Norden, «When the rainbow is an option,» i *Ryan Trecartin: Any Ever*, red. Kevin McGarry (New York: Skira/Rizzoli, 2011) 12.

³⁰ Ordet «cellmates» som Able sier i stedet for «soulmates», er også en interessantfeil. «Cellmate» viser til den man deler celle med i et fengsel, mens «soulmate» viser til den personen man er ment til å være med, enten romantisk eller platonsk.

³¹ Kevin McGarry, «Worlds Apart,» 112.

³² Et eksempel på en kjent meme er *Grumpy cat* eller *Pepe the Frog*.

³³ Merriam-Webster, s.v. «meme». 06.03.2017. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>

³⁴ Beeing able = være i stand til.

som en slags tilstand, personen *er* Able, altså hvordan det er å være Able (to be able – being able to).

I intervjuet med Ryan Trecartin, som er nevnt tidligere, fokuserer Cindy Sherman en del på forholdet mellom det å stå foran kamera sammenlignet med det å stå bak, noe hun selv har svært mye erfaring med. For Trecartin er det viktig å understreke at det å jobbe med sin egen kropp, enten det er i fotografi eller film, ikke automatisk gjør produktet til et selvportrett. Det trenger ikke en gang være selvrealiserende.³⁵ Trecartin fastslår i tillegg at det for ham ikke er en klar divergens mellom det å stå foran og det å stå bak kameraet, begge handlinger er en form for performance: «The camera has linguistic potential – as a subject that captures itself through the act of capturing something else».³⁶ Trecartin er også opptatt av at filmsettet, kostymene som brukes, sminken, stylingen, rekvisitter og kunstneres kroppsspråk skal føles som en forlengelse av hverandre.

Site Visit fra 2014 presenterer noe av den samme tematikken som *Placebo Pets* og er derfor av betydning i denne sammenhengen. I *Site Visit* møter vi en gjeng ungdommer som er på «site visit» i et gammelt frimurertempel i Los Angeles. Tempelet sies å være hjemsøkt, noe som fremmer eventyrlysten hos gruppen.³⁷ Bygningen er for øvrig oppholdssted for spøkelser, «tickle animals» og zombier,³⁸ men er likevel ikke utpreget skremmende. I motsetning til karakterene i *Center Jenny*, har karakterene i *Site Visit* «abandoned all ambition».³⁹ Bygningen blir således til et futuristisk venterom: et tomrom uten mening der karakterene ikke kan dø, men om de skulle dø, vender karakterene tilbake som zombier, engler eller spøkelser.⁴⁰ I denne filmen er det ikke tanker om identitet eller individualitet som fremmes, men heller et fokus på gruppen som en samlet enhet.

Ideen til fotoprojektet *Placebo Pets* oppstod da kunstnerduoen stilte seg spørsmålet om hvem som ville ha overlevd hvis en humanoid, overlegen utenomjordisk rase hadde invadert jordkloden. Svaret de kom frem til var «the friendliest».⁴¹ Denne ideen ble til allerede under arbeidet med *Site Visit*. Ellen Blumenstein skriver nemlig dette i sitt essay fra katalogen *Site Visit*: «The model *Site Visit* suggests for a post-competitive world, a ‘Survival of the Friendliest’ (Trecartin’s phrase), comes across as the dark end point of Darwinian

³⁵ Sherman, «Cindy Sherman interviews Ryan Trecartin,» 143.

³⁶ Sherman, «Cindy Sherman interviews Ryan Trecartin,» 144.

³⁷ Ellen Blumenstein (red), «Society’s Idiots,» *Site Visit* (Köln: Walther König, 2015) 46.

³⁸ Blumenstein, «Society’s Idiots», 43.

³⁹ Blumenstein, «Society’s Idiots», 44.

⁴⁰ Blumenstein, «Society’s Idiots», 46.

⁴¹ Solway, «Placebo Pets,» 146.

evolution».⁴² Ideen utvikles videre i billedserien *Animation Companion* fra 2015,⁴³ hvor de allerede nevnte «tickle animals» blir videreført.⁴⁴ Det er også her ideen om kameratskap (companionship) blir utviklet for alvor.

2.1 Post-internett-kunst

Post-internett betyr direkte oversatt *etter internett*, men begrepet brukes mer til å beskrive tiden sammen med internett, altså hvordan vi mennesker sameksisterer med internett, og sosiale medier, på alle ulike nivåer og i alle forskjellige situasjoner. «Post-internett-kunst» blir da et begrep som beskriver kunst som gjenspeiler de kulturelle endringene som internett har forårsaket i samfunnet.⁴⁵ Den moderne og digitale verden vi lever i vil ikke kunne overleve uten internett; vi er for avhengige av nettilgang til å kunne klare oss uten. Dette påvirker selvsagt også kunstnere og da særlig kunstnere som vokste opp på 90-tallet og senere i stor grad. Det var på denne tiden at internett ble en stadig større og mer vanlig del av hverdagen til mange mennesker. Kunstnere som faller under denne kategorien har levd hele sitt voksne liv med tilgang til internett, Dette gjør noe med et menneske. Både Lizzie Fitch og Ryan Trecartin kan defineres som post-internettkunstnere da de begge aktivt bruker internett i kunsten sin på et vis, enten som en deltagende faktor i utviklingsprosessen eller som et medium der kunsten blir spredt.⁴⁶ De er også i riktig alder for kategorien da de begge vokste opp på 80- og 90-tallet.

Hvordan Trecartin og Fitch anvender språket i verkene sine er sterkt influert av sosiale medier og den «nye» måten vi kommuniserer med hverandre på daglig basis. Jeffrey Deitch sier dette om Trecartins kunst:

Art can create new models of contemporary reality. Trecartin is one of the rare artists who have developed a new aesthetic structure that helps to reorder one's perception and understanding of the contemporary world. He has been able to model a new structure of visual and verbal communication that reflects the way people interact today. It is not just that he has created a new model of reality that builds on the changes that new forms of communication have brought to people's lives.⁴⁷

⁴² Blumenstein, «Society's Idiots», 46.

⁴³ Det har vist seg nærmest umulig å oppdrive litteratur om *Animation Companion*.

⁴⁴ Blumenstein, «Society's Idiots», 43. *Ticke animals* eller *tickle pets* kan beskrives som vennlige, datagenererte hybrid-dyr som vandrer rundt på settet i *Site Visit* sammen med karakterene. Se eksempelbilde fra *Animation Companion* i vedlegget, figur 7.

⁴⁵ Brown, «Post-internet art in London.»

⁴⁶ Ian Wallace, «What is Post-Internet Art? Understanding the Revolutionary New Art Movement,» *Artspace*. Artikkel publisert 18.03.2014.

http://www.artspace.com/magazine/interviews/features/trend_report/post_internet_art-52138

⁴⁷ Jeffrey Deitch, «The Post-Reality Show,» 7.

Kunstnernes bruk av dagligdagse elementer, som måten vi kommuniserer gjennom internett på, i kunsten deres gjør at vi får et annet perspektiv på våre egne liv og kan for alvor se hvordan vi har endret oss kommunikativt etter internett. Trecartin fastslår at selv om vi, menneskene, kreerte sosiale medier, påvirker det oss likevel fordi vi samhandler med det.⁴⁸ Det er et dynamisk forhold der begge parter påvirker og blir påvirket av hverandre. Det er ikke mulig å unngå å bli temmet av teknologien. Post-internettkunst produseres av kunstnere som er en del av utviklingen og som selv endres i takt med samfunnet. Vi lever en post-internett-tid og dette bør samtidskunsten representere.

2.2 *Placebo Pets*: beskrivelse av verkene og inspirasjon til prosjektet

Placebo Pets-serien består av totalt syv fotografier medregnet magasinet forsidefoto. Bildet titulert *Rehearsal Pace*, er uten modellene eller noen annen menneskelig tilstedeværelse, og er av den grunn ikke relevant for denne oppgaven. De resterende bildene har fått navnene *Floater Costs*, *Under Said*, *Pitch Flare*, *Open Horse* og *Captcha Off* og selvfølgelig forsidebildet. Samtlige fotografier er fra 2016. Bildene viser Kendall Nicole Jenner og Jelena Noura «Gigi» Hadid i en sporty, campingaktig setting som ser ut som å være satt i et studio dekket fullstendig med kunstgress. Sammen med de to modellene er også performancekunstneren Jesse Hoffman og sanger, stylist og ekstremsportentusiast Lauren Devigne fotografert i serien. Sistnevnte opptre forøvrig også på coverbildet, samt på *Under Said*. Også hun har blitt sminket som et humanoid kjæledyr, nemlig en menneske-hund hybrid.⁴⁹ Jesse Hoffman er derimot synlig på tre av fotografiene. Han skulle opprinnelig figurere som den humanoide overlegne utenomjordiske «romvesenarten», men Trecartin var enig i at uttrykket hans ble mer vennlig og mente selv at han så mer ut som en paparazzifotograf eller en turistguide.⁵⁰ Dette er veldig typisk for hvordan Fitch og Trecartin jobber. Kreative endringer er ingen hindring for resultatet.

Forsidebildet er det mest omtalte bildet i serien. Bildet viser Jenner og Hadid stående i åpningen til et grønt telt ikledd identiske kjoler fra Louis Vitton. Bakgrunnen er mørk grønn og minner om kunstgress. I tillegg til ulike grønne fargesjatteringer i bildet er modellenes

⁴⁸ Solway, «Placebo Pets,» 146.

⁴⁹ Solway, «Placebo Pets: How Kendall Jenner and Gigi Hadid became humanoid creatures for W.» 20.10.2016. <http://www.wmagazine.com/story/placebo-pets-how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w>

⁵⁰ Solway, «Placebo Pets.»

kjoler hvite, svarte, gule og oransje. Dette gir et pussig og kaotisk uttrykk. Modellene er ikke alene på bildet, men holdes med selskap av Lauren Devigne som ligger nederst i teltet til høyre, slik at kun overkroppen hennes er synlig. Jenner holder en valp. Et par eierløse armer stikker opp bak teltet øverst til høyre, mens en tilsynelatende ensom hånd uten kropp kommer fram fra teltet for å røre ved Hadids venstre skulder. Bildet er altså fullt av absurde elementer, akkurat hva man kan forvente av Fitch og Trecartin med tanke på kunstnernes tidligere prosjekter. De andre bildene i serien viser også ulike absurditeter. Likevel er forsidebildet det av bildene i serien som minner mest om et motefotografi, særlig siden modellene viser sine faktiske ansikter uten manipulering med protesesminke. Kunstnerne har derimot benyttet seg kraftig av Photoshop og retusjert bort knærne til de to modellene. Jeg vil komme tilbake til dette senere.

Fotografiet *Under Said* fra serien er det andre og siste fotografiet i serien der Jenner og Hadid ikke har fått ansiktstrekkene sine endret. Bildet viser jentene sittende i kunstferdige positurer på en stor sprinkelseng der bunnen er erstattet med vinduer. Lauren Devigne står til høyre bak Gigi Hadid. Sprinklene i sengen gir assosiasjoner til et bur, noe som gir mening da Lizzie Fitch sier til *W* at modellene i photoshooten er: «super-friendly, highly adaptive domesticated animals in a humanoid zoo.»⁵¹ Som kreativt supplement har Fitch og Trecartin digitalt lagt til ulike kreaturer man kun kan se små utsnitt av. I bildets høyre kant ser man en hånd med skarpe klør eller et par spisse ører som minner om et nakent kanin-øre av brunt lær.

Bildet *Open Horse* viser Jenner bak en animert hest. Hun har i dette fotografiet blitt utstyrt med protesesminke, men ingen ører som attributt. Hadde det ikke vært for den merkelige nesen kunne blikket hennes tolkes som provoserende eller direkte, nesten utfordrende. På motsatt side finner vi fotografiet *Captcha Off* hvor Hadid sitter poserende midt på siden i en oransje jakke, matchende shorts og med spisse, kattelignende ører. Ansiktsuttrykket hennes er vennlig, henimot lystig, og det åpne blikket kombinert med et lurt smil får henne til å fremstå søt og vennlig, akkurat slik Trecartin og Fitch ønsket det.

Floater Costs er det mest kaotiske bildet i hele serien. Fotografiet viser to versjoner av Kendall Jenner og to kroppslige versjoner av Gigi Hadid, men kun én versjon av Jesse Hoffman. Scenen som er gjengitt gir inntrykk av at humanoidene og deres «eier» rafter og er i hurtig bevegelse, men det finnes ikke noe tegn til vann noe sted. De sitter likevel i en båt. Noe annet som medvirker til den kaotiske stemningen er at Jenners ene kropp er kappet av ved

⁵¹ Diane Solway, «What you need to know about Lizzie Fitch and Ryan Trecartin, the artists behind Kendall and Gigi's *W* cover story,» *W Magazine*, 20.10.2016. <http://www.wmagazine.com/story/what-you-need-to-know-about-lizzie-fitch-and-ryan-trecartin>

skuldrene. Dette er et klassisk virkemiddel for å gi følelse av hurtighet og hastverk. Jenners andre kropp er avsluttet like under navlen hvor den smelter sammen med en pute. Hadid har sluppet unna den kraftige redigeringen i dette fotografiet. Hennes ene versjon er plassert midt i båten hvor hun holder en hånd for ansiktet som for å gjemme eller skjerme seg, muligens av redsel. Hennes andre kropp er plassert nederst i høyre hjørne hvor hun er vist oppspilt med flagrende hår og med en kikkert i sin venstre hånd, mens hun ivrig møter betrakters blikk. Hoffman er gjengitt omtrent midt i bildet, pekende mot høyre på noe utenfor bilderammen. Også han er lite redigert. Det kan se ut som om han ser mot en Kannada-gås som er plassert nederst i venstre hjørne som flyr mot dem med vingene utstrakt.

Pitch Flare går over to sider og er også full av bisarre elementer. Stemningen her er roligere enn i *Floater Costs*. I dette bildet ser det ut som om modellene sammen med Hoffman har en slags bandøving. Flere musikkinstrumenter ligger strødd omkring og Jenner holder en mikrofon i høyre hånd. Hadid sitter bakoverlent i en stol med et avslappet og uinteressert uttrykk i ansiktet. Thomas Miessgang skriver i essayet sitt «Walking In and Out of Clarity» fra katalogen *Site Visit* at både Fitch og Trecartin er svært interesserte i musikk og har spilt i band selv, noe som kan gi en forklaring på de ymse musikkinstrumentene inkludert i *Pitch Flare*.⁵² Hoffman holder et videokamera i hendene som om han skal til å filme seansen. Til venstre i bildet finnes det en animert skikkelse som bærer preg av noe overjordisk med humane trekk. I tillegg finnes det en koalabjørn som kikker fram bak en busk.

Trecartin er opptatt av forholdet mellom dyr og eier og trekker en parallell til menneskets forhold til teknologi i dag. Vi tilpasser oppførsel, språk og måten vi presenterer oss på til en hver tid etter hvordan vi ønsker å fremstå for det publikummet det er tiltenkt. Videre er Trecartin fascinert av den makten dyrene besitter når de uventet responderer vennlig på oss. Da blir det som om det er dyrene som temmer oss og ikke omvendt. Likevel lever eier og dyr i en tosidig dynamikk. Eier trenes til å ville ha dyret og ta vare på dyret, like mye som eier trener og temmer dyret selv.⁵³ «We created social media, but then it changed us because we interacted with it. Because it has its own rules and limitations. And it's not us, even though it is us. And then it transforms us and transforms the next thing that happens just by existing. You can't really avoid being trained».⁵⁴

⁵² Thomas Miessgang, «Walking In and Out of Clarity», *Site Visit* (Köln: Walther König) 129.

⁵³ Diane Solway, «Placebo Pets: How Kendall Jenner and Gigi Hadid became humanoid creatures for W», *W Magazine*, 20.10.2016. <http://www.wmagazine.com/story/placebo-pets-how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w>

⁵⁴ Solway, «Placebo Pets», 146.

For Trecartin er teknologi noe menneskelig, noe som allerede er en naturlig del av oss.⁵⁵ I *Placebo Pets*-serien blir tilknytningen til sosiale medier særlig tydelig fysisk i modellenes ansikter der de har blitt endret med proteser og protesesminke for å ligne hybride dyreraser. Jenner er en katte-kanin og Hadid er en løve-rev.⁵⁶ Trecartin og Fitch har uttalt at de ønsket at modellene skulle etterligne levende Snapchat-filtre,⁵⁷ noe som vitner om hvor stor påvirkning sosiale medier har på oss i dag.

2.3 *Placebo Pets*: reaksjoner på prosjektet og valg av modeller

W Magazine har eksistert siden 1972 og eies i dag av Condé Nast, et medieselskap kjent for å produsere innhold av høy kvalitet for verdens mest innflytelsesrike publikum,⁵⁸ som Condé Nast selv sier det. *W Magazine* er på sin side rettet mot kvinner og presenterer saker om mote, skjønnhet, kjendiser og kultur. Høsten 2010 var faktisk første gangen Trecartin samarbeidet med *W Magazine*, også da i sammenheng med magasinet's årlige kunstnummer.⁵⁹ Han regisserte og stylet denne gangen forsiden til magasinet's kunstnummer sammen med flere fotografiet inne i selve magasinet. I stedet for å bruke kjente modeller anvendte han heller venner og samarbeidspartnere, deriblant Lizzie Fitch.⁶⁰ I denne billedserien er modellene kledd og sminket akkurat slik man kan forvente av et Ryan Trecartin-prosjekt, men med en merkelig følelse av stil og *haute couture*. Modellene er kraftig sminket med sminke lagt utradisjonelt i forskjellige mønstre som for eksempel i brune, merkelige og ulogiske solskiller over hele kroppen. Ved flere tilfeller kommer det tydelig fram en nesten overdreven bruk av digital redigering og eksperimentering for å skape en spennende effekt. Et eksempel er der hendene til en modell har blitt redigert slik at huden ligner den læraktige, klumpete, terrakottafargede overflaten til en basketball, eller de tilfeldige plasserte piercingene rundt omkring på modellens kropp.⁶¹ Siden disse modellene ikke er profesjonelle modeller får

⁵⁵ Arthur Lubow, «Ryan's Web,» 01.11.2010. <http://www.wmagazine.com/story/ryan-trecartin>

⁵⁶ Solway, «Placebo Pets,» 146.

⁵⁷ Snapchat er en app du kan laste ned på en smarttelefon som lar deg hurtig sende bilder til venner og bekjente, og bildene eksisterer i maksimalt ti sekunder. En av de nyere effektene er ulike filtre du kan anvende som endrer utseende ditt på forskjellige måter – du kan se ut som et dyr, en frukt eller grønnsak, eller du kan bytte ut ansiktet ditt med andres. For mer informasjon, besøk hjemmesiden deres: <https://www.snapchat.com/l/nb-no/download>

⁵⁸ Condé Nast, «About,» Nettside oppsøkt 30.03.2018. <http://www.condenast.com/about/>

⁵⁹ Norden, «When the Rainbow is an Option,» 14.

⁶⁰ Ibid, 15.

⁶¹ Et svært godt eksempel finnes på side 10 i katalogen *Any Ever: Again Pangaea + Telfar Clemens*, 2010, C-print. Fotografi av Sebastian Kim.

man inntrykk av en stahet og vilje vanlige fotomodeller normalt sett ikke besitter. De er modeller som ikke er redd for å si ifra.⁶²

I *Placebo Pets*-serien har Trecartin og Fitch derimot valgt å hente inn profesjonelle modeller til jobben. De verdenskjente fotomodellene Kendall Jenner og Gigi Hadid kommer begge fra berømte familier som har brettet ut livene sine på tv-skjermen. Kendall Jenner er datter av Kris- og Bruce/Caitlyn Jenner, søster til Kylie Jenner, og halvsøster til Kardashian-søstrene (Kim Kardashian West, Kourtney Kardashian og Khloé Kardashian) som har blitt superstjerner gjennom realityprogrammet «Keeping up with the Kardashians». Gigi Hadid på sin side er datter av tidligere modell Yolanda Hadid som igjen er en av husmødrene i realityserien «The real Housewives of Beverly Hills». Gigi Hadid var allerede som baby modell for kleskjeden Guess. Dette faktumet har sannsynligvis preget de to jentene på ulike måter, som for eksempel at de ikke er fremmede eller sjenerte foran kameraet. Modellene har nærmest vokst opp parallelt med et kamerateam konstant til stede. Det kan og ha ført til en konstruert personlighet som følge av å bli iaktatt til alle tider uten å kunne tillate bare å være seg selv. Det må da være av betydning at to jenter fra relativt like oppvekstsituasjoner har begge endt opp som to av verdens største supermodeller, et yrke som ikke er kjent for å være særlig bra verken for den fysiske kroppen eller psyken.

Som nevnt tidligere i denne teksten, ble det skrevet en del om magasinetts forside da nummeret ble lansert. Ikke alle moteinteresserte journalister hadde fått med seg at *Placebo Pets* var et kunstprosjekt produsert av Fitch og Trecartin. Dette førte til en rekke kritiske artikler som fokuserte hovedsakelig på Hadid og Jenners manglende knær på forsidebildet, og flere journalister trodde det hadde skjedd en redigeringsfeil. Det britiske nettstedet *Daily Mail* publiserte en artikkel allerede samme dag som *W* publiserte sine om *Placebo Pets* (20. oktober 2016). *Daily Mails* artikkel hadde tittelen «Missing something? Kendall Jenner and Gigi Hadid are left without KNEES on their quirky new W Magazine cover thanks to an apparent Photoshop fail».⁶³ I artikkelen kommer det frem at forfatter Erica Tempesta ikke er fullstendig overbevist om at det er en faktisk tabbe, men hun blir likevel delvis negativt påvirket av redigeringen. Amy Odell, redaktør for *Cosmopolitan.com*, har på sin side ikke satt seg spesielt godt inn i ideen bak *Placebo Pets*, noe som kommer tydelig fram i hennes korte

⁶² Norden, «When the rainbow is an option,» 15.

⁶³ Erica Tempesta, «Missing something? Kendall Jenner and Gigi Hadid are left without KNEES on their quirky new W Magazine cover thanks to an apparent Photoshop fail,» *Dailymail.uk*, 20.10.2016.
<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3856934/Missing-Kendall-Jenner-Gigi-Hadid-left-without-KNEES-quirky-new-W-magazine-cover-thanks-apparent-Photoshop-fail.html>

artikkel «Kendall Jenner and Gigi Hadid Fall Victim to Terrible Photoshop Fail».⁶⁴ Om modellenes manglende knær skriver hun dette: «Who needs two knees when you have just the one? If human(oid)s Kendall and Gigi don't, then the plebeian class surely doesn't either. You might want to trade one of yours in for a ~sassy chicken~.»⁶⁵

Saken har også fått oppmerksomhet i norske medier. Dagbladets kjendisfilial publiserte en artikkel 21. oktober 2016 med tittelen «Supermodellene fikk retusjert bort kroppsdel: - Fæl Photoshop-tabbe».⁶⁶ I denne artikkelen har ikke kunstnerne blitt nevnt ved navn i det hele tatt, og saken vinkles heller mot andre store retusjeringstabber som har skjedd de seneste årene, som også har vakt både oppsikt og harme. At saken har fått så mye oppmerksomhet viser til en universal enighet om at retusjeringens tid begynner å nærme seg slutten. De store massene gjennomskuer de glorifiserte modellene og foretrekker mer naturlige skjønnhetsidealer. Oslo kommune valgte i mars 2018 å forby retusjering av reklame for på den måten dempe noe av kroppspresset mot unge noe.⁶⁷ Vanlige mennesker er lei av å bli målt mot et uoppnåelig, urealistisk mål. Det faktum at *Placebo Pets*-fotografiene ikke viser modellene slik de i sannhet ser ut, da de er en del av et kunstprosjekt og ikke en serie motefotografier, har i følge de mange artiklene dessverre ikke blitt like godt formidlet.

På en annen side er ikke alle mennesker i verden like opptatt av et naturlig ytre og «ekte» skjønnhet. For eksempel bor Kendall Jenner og Gigi Hadid for øyeblikket i Los Angeles. Kunstnerne Fitch og Trecartin har selv bodd der i mange år. Dette kan bety at de alle har opplevd og erfart mye av den samme kulturen. Los Angeles er kjent for å være en av verdens mest overfladiske byer på alle måter, menneskene som lever der er ikke fremmed for kirurgiske inngrep eller ekstreme dietter for å holde kroppen ung og sprek. Denne overfladiske delen av kulturen kan tydelig spores i realityprogrammene nevnt tidligere der samtlige av Kardashiansøstrene, inkludert deres mor,⁶⁸ helt tydelig har lagt seg under kniven. Moren til Gigi Hadid, Yolanda Foster, har også foretatt diverse inngrep. Det har tidligere florert rykter om at Kendall og Gigi har latt seg påvirke av det enorme presset, men dette er

⁶⁴ Amy Odell, «Kendall Jenner and Gigi Hadid Fall Victim to Terrible Photoshop Fail», *COSMOPOLITAN.com*, 20.10.2016. <http://www.cosmopolitan.com/style-beauty/fashion/a6963288/kendall-jenner-and-gigi-hadid-fall-victim-to-terrible-photoshop-fail/>

⁶⁵ Odell, «Kendall Jenner and Gigi Hadid.»

⁶⁶ Ruben Pedersen, «Supermodellene fikk retusjert bort kroppsdel: - Fæl Photoshop-tabbe», *Dagbladet*, 21.10.2016. <http://www.dagbladet.no/kjendis/supermodellene-fikk-retusjert-bort-kroppsdel--nbspfael-photoshop-tabbe/63978527>

⁶⁷ Ida Elise Eide Einarsdóttir, «Oslo forbyr retusjert reklame», *Melk og Honning*, Publisert 22.03.2018. <https://melkoghonning.no/oslo-forbyr-retusjert-reklame/>

⁶⁸ Caitlyn Jenner, tidligere Bruce Jenner, har gjennomgått en kjønnskifteoperasjon, og har dermed helt konkret endret utseendet sitt for å oppnå et mer feminint uttrykk.

som sagt bare rykter og kan ikke bekreftes. Ryan Trecartin eksperimenterer med utradisjonelle metoder for å beholde sitt ungdommelige utseende. Han er svært opptatt av ernæring og å konsumere alt av essensielle vitaminer og mineraler, men han har også oppdaget cryotherapy, en behandling mange toppidrettsutøvere benytter seg av og som kan bidra til å hele kroppen hurtig og effektivt.⁶⁹

Et poeng jeg ønsker å formidle er at siden både modellene og kunstnere har bodd og oppholdt seg mye i Los Angeles, snakker de det samme «kulturelle språket» og kan dermed samarbeide godt. I tillegg sier kunstnerne at de ble fascinert av de to velkjente venninnene som ikke bare er bestevenner på privat basis og ofte jobber sammen foran kameraet, men har etter å ha blitt observert sammen såpass hyppig, nesten blitt til samme person og har dermed fått en felles identitet, «KenGi».⁷⁰ Vennskapet mellom jentene kan dermed brukes på godt og vondt. Da jentene appellerer sterkt til et yngre publikum og kan dermed anvendes strategisk grunnet sin stjernestatus til å selge varer, nesten slik Andy Warhol brukte bildet av ulike kjendiser, og da kanskje aller mest Marilyn Monroe, til å selge kunst. «It's both a friendship and a public commodity to be consumed,»⁷¹ slik Ryan Trecartin beskriver vennskapet mellom modellene selv. Jenner og Hadid er også store på sosiale medier, noe som gjør dem til et naturlig valg til å portrettere de vennlige humanoide hybriddyrene.

Samarbeidet mellom motemagasinet og kunstnerne har ikke gitt kunstnerne et dårlig rykte eller påvirket karrieren deres som slike kommersielle samarbeid har en tendens til når det tilføres et økonomisk aspekt inn i kunsten. Dette har ikke skjedd her fordi kunstnerne er gitt helt frie tøyler og kunne applisere sine estetiske uttrykk på bildene, og resultatet skriker dermed kunst høyere enn mote. *W* hyrer ulike kunstnere årlig til å style ett av deres nummer, kunstnummeret, noe som betyr at magasinet sannsynligvis ikke kun er ute etter profitt, men heller versatilitet.

⁶⁹ Diane Solway, «Placebo Pets.»

⁷⁰ Solway, «What you need to know about Lizzie Fitch and Ryan Trecartin.»

⁷¹ Solway, «What you need to know about Lizzie Fitch and Ryan Trecartin.»

3 *Placebo Pets*: kroppen, selvet, iscenesettelse og sosiale medier

Amelia Jones skriver både om kroppskunst og performativitet, og hun er hovedkilden i denne teksten når det gjelder teorier og tanker om teknologi i samtidskunst. Hun skriver også mye om fotografiet som medium, noe som er kuriøst fordi verkene jeg skriver om nettopp er fotografier, men de har gått igjennom flere digitale prosesser for å bli seende ut slik de gjør. Samt er teoriene jeg bruker om performativitet viktige da fotograferingen til *Placebo Pets* var svært regissert, og modellene opptrådte således på en måte som stemte i tråd med Fitch og Trecartins forventninger. Modellene performerte sitt kjønn til en viss grad, noe som vil bli tatt opp i teksten. Modellene Kendall Jenner og Gigi Hadid er svært kjente fra før av og da særlig gjennom reality-TV og sosiale medier som gjør dem til avanserte «selfiemestere». Dette er noe av grunnen til at nettopp disse modellene fikk denne jobben, da de begge har slike direkte linjer til sosiale medier.

I dette kapittelet vil flere relevante kunstnere bli diskutert for å bedre belyse *Placebo Pets*. Spesielt Cindy Sherman og Amalia Ulmans kunst er interessante når det gjelder *Placebo Pets* og kapittelets tematikk. Cindy Sherman er en ekspert i å iscenesette seg selv, noe som kan sammenlignes med settet til *Placebo Pets*-fotograferingen. Amalia Ulman iscenesatte seg selv ved bruk av Instagram, noe som linker henne både til sosiale medier-aspektet, det performative ved handlingen og det å iscenesette fotografier.

Cindy Sherman og Amalia Ulmans instagrambilder kan direkte knyttes opp mot *Placebo Pets*-bildene da fellesnevneren er nettopp sosiale medier og den påvirkningen det har på oss vanlige mennesker, kunstnere og kunst. Ulman viser oss et vrengebilde av en ganske normal jente og hvordan det påvirker psyken å fokusere så mye på utseende for å ta seg godt ut foran et kamera. Sherman, i likhet med modellene i *Placebo Pets*, viser oss derimot hvordan virkemidler ment som forskjønnende verktøy (Photoshop, sminke, bilderedigeringsapplikasjoner) kan få motsatt effekt hvis det blir brukt feil (Shermans bruk av redigering) eller overdrevet (sminken og protesene brukt i *Placebo Pets*, samt bruken av Photoshop).

Det performative aspektet i *Placebo Pets* kommer frem og gjør seg gjeldende ved at modellene, som begge er kvinner, *er* kvinner! Performativitet skjer gjennom handlingene vi gjør som kjønnede individer, og selv om Jenner og Hadid i *Placebo Pets* skulle *spille* hybrid-

dyr, kunne de ikke gjøre dette uten å også performere sin kvinnelighet. Likevel fjernes noe av fokuset på performativitet da billedserien nærmest kan sees på som en performance.

3.1 Amelia Jones: *Self/Image* og *Body Art*

Amelia Jones, født i 1961 i North Carolina, USA, er både kunsthistoriker, kurator, forfatter og kunstkritiker. For tiden jobber hun som professor for kunst og design-avdelingen ved University of Southern California, I tillegg til at hun er aktiv som viserektor over Critical Studies ved The Roski School of Art and Design. Hun har spesialisert seg innenfor feministisk kunst, kropps- og performancekunst, videokunst og dadaisme. Hun skriver også mye om kjønns-teori, identitet og *queer*-teori. Jones er sogar svært opptatt av å kritisere samfunnsstrukturer, og med god grunn.

Jones ble tidlig opptatt av samfunnsstrukturer og hvordan disse er konstruert. Denne interessen ble allerede til da hun som ung satt barnevakt for nabobarna. I Amerika var raseskillene, påvirket av apartheid i Sør-Afrika, fremdeles svært gjeldende, til tross for segregeringens oppløsning utover 60-årene.⁷² Offentlige skoler ble åpnet for alle, noe som førte til at hvite barn hovedsakelig ble plassert i private skoler. Jones forteller at dette førte til dårligere offentlige skoler med færre midler enn de private. Et resultat som barna selv, Jones inkludert, fant sjokkerende og urettferdig.⁷³

Som kunsthistoriker ser Jones på kunsthistorien som en måte å studere historien på gjennom kulturens linse.⁷⁴ Hun oppdaget derimot tidlig at den klassiske vestlige kunsthistorien, som grovt sett baserer seg på europeisk kunst, var svært mangelfull. Kunsten presentert igjennom kunsthistorien var hovedsakelig produsert av hvite menn. Hun så det dermed som sin oppgave å integrere de marginaliserte kunstnerne som ikke var viet særlig stor oppmerksomhet tidligere og inkludere dem i kunsthistorien. Slik ble det også mulig for henne å bryte ned de maktstrukturene hun møtte på som ung og fungere som et upartisk bindeledd mellom ulike verdener av mangfoldig kunst.⁷⁵

⁷² Helene Megaard, «Historien om borgerrettighets-bevegelsen,» *Amerikanskipolitikk.no*, 25.08.2013.
<http://www.amerikanskipolitikk.no/2013/08/25/bakgrunn-den-amerikanske-borgerrettighetsbevegelsen/>

⁷³ Jacqueline Bishop, «Renowned Feminist Art Historian Amelia Jones Believes that the Discipline of Art History Should be Restructured to Embrace New Narratives and Diverse Voices.» Sist oppdatert 06.12.2017.
https://www.huffingtonpost.com/jacqueline-bishop/renowned-feminist-art-his_b_9038984.html

⁷⁴ Bishop, «Renowned Feminist...»

⁷⁵ Bishop, «Renowned Feminist...»

I Jones' studier av performancekunst har hun fordypet seg i emnet trans-identitet, og hvordan denne identiteten tvinger feminismen til å gripe etter hva det faktisk innebærer å være en kvinne.⁷⁶ Hun uttaler dette om saken:

What the trans movement is bringing to the forefront is a radical questioning of what it means to be called woman. What we are finding is that we really do not know what we mean by this. I find it fascinating the ways in which members of the trans community identify themselves. I love the whole discussion of what trans individuals wish to be called. Here are people who were born anatomically male but claiming to be female, and vice versa. It is exciting to me that we can rethink gender binaries even within feminism.⁷⁷

Jones, som selv er ciskjønnnet⁷⁸ og heteroseksuell, identifiserer seg likevel sterkt med homofile og transpersoner og vil kjempe for deres rettigheter. Hun er også svært interessert i identitet og hva dette betyr når det kommer til kunstneriske praksiser. Identitet, kropp, kjønn og performancekunst er temaer som stadig går igjen i hennes arbeider og opptar henne stort.

I *Body Art: Performing the Subject* fra 1998, kartlegger Amelia Jones store deler av performance-feltet som ble en viktig del av kunstfeltet på 70- og 80-tallet. Dessuten er hun svært opptatt av at det finnes et skille mellom *Body Art* (kroppskunst) og *Performancekunst*. Jones foretrekker å bruke *body art* over *performance* fordi hun ser på kroppskunst som en kompleks forlengelse av portrettet generelt, og som en: «...obvious negotiation of the trajectory of performance art that emerged from the early-twentieth-century European avant-garde.»⁷⁹

Videre er Amelia Jones svært interessert i identitet, og det på flere nivåer. I boka *Self/Image: Technology, Representation and the Contemporary Subject*, fra 2006, er det nettopp det dynamiske forholdet mellom selvet og bildet av selvet (selvportrettet) som utforskes, og det med fokus på teknologi og representasjon i samtidskunsten. I denne boka, er det særlig kapitlene som tar for seg det kroppslige, representasjon, fotografi og teknologi som er av interesse for meg fordi det er i dette feltet Trecartin og Fitch utfolder seg kunstnerisk.

Jones trekker fram den kvinnelige performancekunstneren ORLAN som har tatt et steg lenger enn de fleste våger i sin kunst. Hun har latt seg filme mens hun har undergått diverse operasjoner for å endre på ansiktet og kroppen sin, og har broadcastet operasjonen mens den fant sted som en merkelig tvist på kategorien «kroppskunst». Ved å la seg operere for å ligne ulike vestlige kunstverk⁸⁰ har hun helt konkret endret kroppen sin for kunsten. Hun forteller

⁷⁶ Bishop, «Renowned Feminist...»

⁷⁷ Bishop, «Renowned Feminist...»

⁷⁸ Å være ciskjønnnet betyr at du identifiserer deg med det biologiske kjønn du ble født med.

⁷⁹ Jones, *Body Art*, 13

⁸⁰ François Bouchers *Europa*, Leonardo da Vincis *Mona Lisa* og Botticellis *Venus*.

selv at hun ikke gjennomgikk de totalt ni operasjonene for å gjøre seg vakrere eller yngre, men for å gjøre seg mer spesiell, sterkere og for å kunne forme seg selv gjennom kroppen for slik å *gjenoppfinne* seg selv.⁸¹ Jones påpeker at Orlan fysisk gjennomfører Maurice Merleau-Pontys teoretiske setning: «[I]nteriority no more precedes the material arrangement of the human body than it results from it.»⁸² Hun viser således at det ikke finnes noen sikker sammenheng mellom selvets «interiør» og kroppslige kontur.⁸³ Slik kan man se at både Orlans handling og Merleau-Pontys filosofi peker på hvor feilbarlig vår tendens til å lese kroppen som representasjon faktisk er, som et «tegn» for selvet.⁸⁴

Amelia Jones skriver også om fotografier og om hvordan selvportretter kan sees på som å ta på seg en maske. Når det er kunstneren selv som har kontrollen over hva som skal fotograferes, er det helt og holdent opp til kunstneren å velge hvordan portrettet og kunstneren skal portretteres. Kapitlet i *Self/Image* som tar for seg fotografi, bruker Jones blant annet kunstner Cindy Sherman som eksempel for å illustrere teoriene sine. Jeg vil trekke fram Sherman senere i teksten.

Jones' teoretiske tilnærming til et verk er veldig kompleks. Hun får impulser fra flere hold samtidig, noe som synes godt i dette sitatet:

Through the pose, then, and this is where the productive tension of self portrait photography resides, the embodied subject is exposed as being also and at the same time a mask or screen, a site of projection and identification (themselves dynamics that are **synaesthetic** and embodied). It is thus through the pose, via the screen, that the subject *opens into performativity and becomes animated*. Sherman's endless self-reiterations, in this case rendered so dramatically as '**other**,' makes this animation manifest (we can never stop or fix her in one or another of the poses).⁸⁵

Her er det både begreper om synestesi,⁸⁶ performativitet og kjønn (markert ved Jones' bruk av ordet «other»). Til tross for et komplisert språk sier Jones i dette sitatet at i selvportrettet, gjennom poseringen, blir det legemliggjorte subjektet avslørt som både en maske og skjerm på samme tid, både projeksjon og identitet simultant. Fordi, gjennom poseringen og via skjermen, åpnes subjektet for performativitet og blir på den måten animert, altså gitt liv. I dette tilfelle er det Shermans selvportretter som kommer til liv, og da gjennom konsekvent å

⁸¹ Stuart Jeffries, «Orlan's art of sex and surgery,» *The Guardian*, Publisert 01.07.2009, <https://www.theguardian.com/artanddesign/2009/jul/01/orlan-performance-artist-carnal-art>

⁸² Amelia Jones, *Self/Image: Technology, Representation and the Contemporary Subject* (London og New York: Routledge, 2006), 29.

⁸³ Jones, *Self/Image*, 32.

⁸⁴ Jones, *Self/Image*, 32.

⁸⁵ Jones, *Self/Image*, 50-51. Mine uthevelser.

⁸⁶ Synestesi er et kroppslig fenomen der sansene blandes. Man kan for eksempel smake ord eller oppleve abstrakte begreper som tall, ukedager eller årstider i ulike farger eller lukter.

ta avstand fra det maskuline og ved å performere «det annet kjønn». Dette er især tydelig i eksempelet Jones utpeker, *Untitled #357*.⁸⁷

The self portrait photograph is an example, if relatively 'low tech' compared to the flashy interactivities engendered by video installations and web art, of this way in which technology not only *mediates* but *produces* subjectivities, deeply inflecting how we experience ourselves in the contemporary world.⁸⁸

Sitatet konstaterer igjen at Jones' mener at teknologien *både* medierer *og* produserer subjektivitet, og at dette således har en stor påvirkning på hvordan vi opplever oss selv i den moderne verden. Dette er veldig gjeldende når det kommer til Fitch og Trecartins verker, og i stor grad *Placebo Pets*, da dette komplekse verket nettopp medierer og formidler kunstnernes personligheter gjennom bildene. Dette til tross for at fotografiene deres er både høyteknologiske og «flashy.» Især fotografiene *Floater Costs*, *Pitch Flare*, *Open Horse* og *Captcha Off*, altså alle bildene der modellene har blitt utstyrt med protesesminke, medierer kunstnernes særegne karakterer. Det er ingen tvil om hvem som har produsert fotografiene. I tillegg er modellenes identiteter som sosiale medie-dronninger også godt formidlet gjennom måten de er presentert på – som levende Snapchat-filtre.

3.1.1 Amelia Jones' begrep om «narsissisme»

Begrepet *narsissisme* er noe som interesserer Jones. Hun har viet et helt kapittel til begrepet i *Body Art* der hun trekker fram kroppskunstneren Hannah Wilke (1940-1993) til å illustrere poengene sine med. Wilke var en svært vakker kvinne da hun var ung. Det å være vakker som kunstner, særlig siden hun arbeidet så aktivt med å skape kunst ved hjelp av nettopp kroppen sin, er ifølge Jones en ulempe innenfor kunstindustrien. Wilke ble ikke tatt seriøst som kunstner nettopp på grunn av utseendet sitt, og hun ble beskyldt for bare å ville vise seg fram, og aktivt objektivere seg selv.⁸⁹

Likevel må det sies at Wilke var en sterk kvinne som tok kontroll over blikket og vendte det mot betrakteren selv i mange av sine verker.⁹⁰ For eksempel i hennes *S.O.S – Starification Object Series* (1974), en serie fotografier tatt i løpet av en performance, opptrådte Wilke som pin up-modell i ulike positurer for å markere bevisstheten rundt sin egen

⁸⁷ Jones, *Self/Image*, 51.

⁸⁸ Jones, *Self/Image*, 44.

⁸⁹ Jones, *Body Art*, 171-172.

⁹⁰ Ulla Angkjær Jørgensen, *Kropslig kunst: Æstetik, køn og kunstanalyse* (København: Museum Tusculanums Forlag, 2007) 126.

begjærighet – at hun er fullstendig klar over at hun blir sett på og at hun er et bilde.⁹¹ Betrakteren får dessverre ikke kikke på henne uhindret. Kroppen hennes er nemlig dekket av små biter av tyggegummi, tygget av publikum under performancen som så er formet av Wilke til små, vaginalignende former. Dette er for øvrig hennes varemerke.⁹² Imens formene leder blikket nedover kroppen hennes, fungerer de også som blokkeringer på en ellers glatt overflate: «De hager sig fast i beskuerens blik.»⁹³ Verkets tittel, *S.O.S – Starification Object Series*, er også av interesse her. Den henviser til en semiotisk forstyrrelse mellom *star* (stjerne) og *scar* (arr): «at blive gjort til en stjerne på en piedestal kan ligeså vel være en brændemerkning, fordi tyggegummi-vaginaerne minder om de arrede udposninger efter visse tatoveringsteknikker.»⁹⁴

Som kunstner kom Wilkes utseende ofte i veien for kunsten, noe som er merkverdig med tanke på at modellene i *Placebo Pets* ble valgt ut til prosjektet *fordi* de er vakre. Men Wilke var jo tross alt en kunstner og ikke en modell, og Jones leser verkene henne som komplekse og potensielt radikale der andre så dem mer som «self- exposure, which translates as some kind of rhetoric of sexual freedom for women, is too facile, too simple a formulation.»⁹⁵ Jones skriver også:

Comparing Wilke's flamboyantly performative presentations of the female body/self from the 1970s onward to those of [Lorna] Simpson or, especially, Cindy Sherman, one is hard pressed to differentiate them on the bias of anything but interpretive context and the supposed intentions of the artist: Wilke cannot be in any way 'deconstructing' femininity because she is associated with early 1970s feminist practice (which has been labeled essentialist) and because she is too obviously beautiful and taking too much pleasure in her body/self; therefore, Wilke must have been naïve - as a person - and so her work cannot be viewed as in any way critical of patriarchal value.⁹⁶

I Wilkes kunstverker, da især selvportrettene hennes, finnes det ikke noe som fremstår som et objekt, underdanig eller vikende. Hun står rak i ryggen og møter betrakterens blick uten frykt. Sannsynligvis var det derfor hun ble stemplet som narsissist, da hun uredd utførte sine performanser, slik en mann ville ha gjort dem, men som hvit, vakker kvinne. Den amerikanske, feministiske kritiker Lucy Lippard (1937-), ytrer disse meningene om emnet:

Men can use beautiful, sexy women as neutral objects or surfaces, but when women use their own faces and bodies, they are immediately accused of narcissism... because women are considered sex objects, it

⁹¹ Jørgensen, *Kropslig kunst*, 126.

⁹² Jørgensen, *Kropslig kunst*, 126.

⁹³ Jørgensen, *Kropslig kunst*, 126.

⁹⁴ Jørgensen, *Kropslig kunst*, 126.

⁹⁵ Jones, *Body Art*, 173.

⁹⁶ Jones, *Body Art*, 173-174.

is taken for granted that any woman who presents her nude body in public is doing so because she thinks she is beautiful. She is a narcissist, and [Vito] Acconci, with his less romantic image and pimply back, is an artist.⁹⁷

Som kvinnelig narsissist er man en trussel for patriarkatet. Kvinnen trenger nemlig ingen bekreftelse fra menn på hennes begjærighet.⁹⁸ Som kvinnelig narsissist og *kunstner*, trenger ikke Wilke bekreftelse på sin verdi som kunstner. Hun både elsker og setter pris på både seg selv og sin kunst.⁹⁹ Wilke var ikke redd for å ta plass eller å stikke seg fram. Eller, slik Wilke beskriver det selv: «Exhibiting oneself is difficult for other people who don't feel good about their bodies. I could have been more humble – but if I'd been more humble, I wouldn't have been an artist».¹⁰⁰

Også her er det nødvendig å trekke inn *Placebo Pets*. Modeller, som ikke nødvendigvis må være komfortable med sin egen kropp, må uansett være i stand til å «exhibit oneself», ergo å utlevere kroppen sin slik fotografen/kunstneren eller den de jobber for, slik de ønsker. Modeller blir ofte offer for stereotypien om at modeller er mindre intelligente, noe som også hendte Wilke. Et sted langs veien har det altså blitt slik at det å være vakker er ensbetydende med å være dum. En av forskjellene mellom Wilkes kunstproduksjon og *Placebo Pets* er derimot at Wilke hadde full kontroll over seg selv og utfallet av fotografiene, mens modellene i *Placebo Pets* ble fortalt hva de skulle gjøre. Likevel har begge parter gått frivillig med på prosjektene. Modellene Jenner og Hadid har blitt med på å bli sminket slik de ble, og de har også tillatt Fitch og Trecartin å gjøre de tekniske endringene som ble gjort. Har modellene tenkt strategisk og forutsett at slike endringer som gjør dem mindre vakre samtidig vil få dem til å framstå i et bedre lys ved å vise dem som både morsomme og bemerkelsesverdige? Eller har de utelukkende gjort det de har fått beskjed om?

Modeller har blitt brukt av kunstnere til alle tider, og modellene kunne være alle slags mennesker, men det må likevel påpekes at det er ofte de vakre eller iøynefallende modellene man husker ansiktene til. Slik er det også i modellbransjen i dag. Jones skriver dette i *Body Art*:

As Laura Mulvey writes in her well-known essay 'Visual Pleasures and Narrative Cinema,' through the structure of the 'gaze,' whereby women's bodies are positioned as objects of scopophile or fetishistic (and in Mulvey's model inexorably male) voyeuristic pleasure, the female body in Western culture connotes 'to-be-looked-at-ness'.¹⁰¹

⁹⁷ Luce Irigaray, sitert i Jones, *Body Art*, 175. Min tilleggelse.

⁹⁸ Jones, *Body Art*, 178.

⁹⁹ Jones, *Body Art*, 179.

¹⁰⁰ Jones, *Body Art*, 151.

¹⁰¹ Jones, *Body Art*, 153.

Jones' begrep «to-be-looked-at-ness» (et uttrykk som hun har lånt av Laura Mulvey¹⁰²) egner seg godt for å beskrive modeller generelt, da deres jobb nettopp er å *bli sett på*. Men det er en viktig forskjell mellom kvinners kroppskunst og kvinnelige fotomodeller, nemlig det at modellene hovedsakelig blir sett på av andre kvinner mens kvinnelige kroppskunstnere blir sett på av alle som er interessert. Hovedpoenget med vakre fotomodeller er å påvirke andre *kvinner* til å ønske seg og å kjøpe de produktene modellene reklamerer for. Mulveys teori om «the male gaze» er sånn sett ikke fullstendig gjeldende for modeller som poserer for motemagasiner.

Modeller skaper således en annen form for fetisering rundt dem selv. De skaper et begjær hos andre kvinner om å se ut som dem og å være dem. Modeller, og da spesielt supermodeller, blir avbildet med en slags aura, et «je ne sais quoi», som gjør dem til noe mer enn et vanlig menneske. Det som dermed gjør *Placebo Pets* så bemerkelsesverdig er at de har klart å fjerne denne auraen ved å gi modellene proteseneser og å retusjere bort ledd, slik at de ikke lenger er normale, men feilfrie mennesker. Ved å endre modellenes utseende på den måten, har Trecartin og Fitch knust glasset som skilte «oss» og «dem» og synliggjort den uoppriktige kunstigheten bak fotografiene. Hvis det er så enkelt å retusjere bort kroppens ledd og tilføre ansiktet proteser, må det være enda enklere å fjerne cellulitter, uren hud eller uønsket kroppsfett.

Den feministiske filmkritikeren Laura Mulvey (1941-) og hennes artikkel er likevel svært relevant i dag, for det finnes fremdeles en hel industri som bruker vakre kvinner for deres utseende og *to-be-looked-at-ness* for å tjene penger. Mulvey kritiserer dermed åpenlyst Hollywoodkulturens objektivering av kvinner på filmlerretet, og oppsummerer tankene sine slik:

The scopophilic instinct (pleasure in looking at another person as an erotic object), and, in contradistinction, ego libido (forming identification processes) act as formations, mechanisms, which this cinema has played on. The image of woman as (passive) raw material for the (active) gaze of man takes the argument a step further into the structure of representation, adding a further layer demanded by the ideology of the patriarchal order as it is worked out in its favorite cinematic form – illusionistic narrative film.¹⁰³

¹⁰² Laura Mulvey, «Visual Pleasure and Narrative Cinema,» *Screen* 16, nr. 3 (1975): 12.

¹⁰³ Mulvey, «Visual Pleasure,» 18.

Mulvey, som bruker psykoanalyse i sin teori, mener dermed at kvinnen som representasjon signifiserer kastrasjon og fremkaller voyeuristiske eller fetisherende anordninger for å omgå trusselen hun symboliserer.¹⁰⁴

In a world ordered by sexual imbalance, pleasure in looking has been split between active/male and passive/female. The determining male gaze projects its phantasy on to the female figure which is styled accordingly. In their traditional exhibitionist role, women are simultaneously looked at and displayed, with their appearance coded for strongly visual and erotic impact so that they can be said to connote to-be-looked-at-ness. Women displayed as sexual objects is the leit-motiff of erotic spectacle: from pin-ups to strip-tease, from Ziegfeld to Busby Berkley, she holds the look, plays to and signifies male desire. Mainstream film neatly combined spectacle and narrative.¹⁰⁵

Sitatet over er svært relevant sett i sammenheng med *Placebo Pets*-serien. Mulvey skriver om «the male gaze» og om hvordan kvinner er som seksuelle sukkertøy, kun til glede for mannens blikk. Denne seksuelle makt-ubalansen mellom menn og kvinner nettopp fører til at den seksuelle fetichiseringen av kvinner kan oppstå, også gjennom et filmlerret eller et fotografi. Det skjer derimot ikke i *Placebo Pets*. Ved stort sett å av-seksualisere modellene i serien (foruten i *Under Said*) ved å gjøre dem animalske og redigere dem til noe annet enn menneskelig, fjernes det erotiske aspektet ved dem og de blir morsomme og merkelige, men ikke en direkte kilde for mannlig fantasi.

Noe som skiller teoriene til Mulvey og Jones om «the male gaze» og *to-be-looked-at-ness* er at Mulvey beskriver kvinnen som så passiv at hun ikke virker ekte, som om hun ikke er i stand til å tenke selv og er seksualisert uten evne til å protestere. Jones, med Hannah Wilke som protagonist, mener derimot at en kvinne absolutt har muligheten til å være narsissist. Hun kan både være vakker og bruke sin egen kropp i kunsten sin, vise denne frem, og likevel være feminist – så lenge det er hun selv som har kontrollen og styrer «the male gaze» dithen hun selv ønsker.¹⁰⁶ Mulveys kvinner gjorde det de fikk beskjed om, mens Wilke brukte kroppen sin aktivt for å gjøre en forskjell, og da særlig i sammenheng med kroppskunst: «how to make yourself into a work of art instead of other people making you into something you might not approve of».¹⁰⁷ Ved å ta kontroll over sin egen kropp kontrollerte hun også «the gaze», og dermed mister «the male gaze» mesteparten av dets makt.

¹⁰⁴ Mulvey, «Visual Pleasure», 18.

¹⁰⁵ Mulvey, «Visual Pleasure», 12.

¹⁰⁶ Jones, *Body Art*, 175-176.

¹⁰⁷ Jones, *Body Art*, 182.

3.2 Performativitetsteorier og performativitet

Det finnes flere forskjellige teorier om performativitet. En av de mest kjente og anerkjente teoriene om temaet er Judith Butlers (1956-) arbeider, især når det er snakk om kjønn og performativitet. Butler, som er en amerikansk filosof, litteraturteoretiker og kjønnsforsker, har utviklet et performativitetsbegrep som er sterkt knyttet opp mot kjønn og hvordan man som et individ konstant performerer sitt kjønn på ulikt vis, både med intensjon og uten.¹⁰⁸ Butlers performativitetsteori belager seg på tanken om at kjønn, både det biologiske og det kulturelle kjønnnet,¹⁰⁹ ikke er medfødt, men noe som vi inkorporerer og materialiserer gjennom performative gjentakelser av bestemte kulturelle og kjønnede koder.¹¹⁰ I sin artikkel «Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory», utgitt i 1988, bygger Butler videre på teoriene til den franske kjønnssteoretikeren Simone de Beauvoir om at man ikke er født kvinne, men man *blir* det.¹¹¹ Kjønn handler like mye om biologi som identitet, samfunnsmessige strukturer og «a stylized repetition of acts.»¹¹² Butlers artikkel var opprinnelig publisert i et teatermagasin og rettet mot skuespillere. Men å være et kjønnnet menneske innenfor kulturelle samfunnsstrukturer fører likevel til at alle våre handlinger blir utført med disse strukturene i bakhodet, bevisst eller ubevisst. Eller slik som Camilla Jalving forklarer det i sin utgivelse *Værk som handling: Performativitet, kunst og metode*: «[j]eg ‘gør’ nemlig ikke bare mit køn – jeg gør det i forhold til allerede fastlagte skemaer og koder.» *Kjønnnet* oppstår når handlingene blir gjentatt og repetert, da repetisjon er en form for bekræftelse: «[i] den forstand er performativitet mere end blot en opførelse, mere end blot en ytring, der skaber, hvad den udsiger, men også den måde, hvorpå kønnnet kommer i stand gennem den performative gentagelse.»¹¹³ Jeg-et oppstår i gjentakelsen og er, som den kjønnede performativitet, ikke et fritt valg, men oppstår i og innenfor matrisens egne kjønnsrelasjoner.¹¹⁴

Det er derimot en forskjell mellom en performance og performativitet i Butlers teorier. Performativitet er knyttet til et subjekts kjønnede performering av sitt selv, men i en

¹⁰⁸ Butlers teorier bygger videre på dem av Jacques Derrida og John Austin, men jeg velger ikke å gå videre inn på de teoriene i denne oppgaven.

¹⁰⁹ Butler anvender begrepene *sex* og *gender*.

¹¹⁰ Camilla Jalving, *Værk som handling: Performativitet, kunst og metode* (København: Museum Tusulanums Forlag, 2011), 57.

¹¹¹ Judith Butler, «Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory», *Theatre Journal* 40, nr.4 (Desember 1988): 519.

¹¹² Butler, «Performative Acts», 519.

¹¹³ Jalving, *Værk som handling*, 57.

¹¹⁴ Judith Butler, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of identity* (New York: Routledge, 2008), 7.

performance er det et subjekt som *blir* performert.¹¹⁵ En performance er en opptreden. Den skjer innenfor visse rammer av tid og sted og på utøverens premisser. Performativitet er en mer «tvungen» handling subjektet utfører til en hver tid, upåvirket av sin egen vilje.¹¹⁶ Butler sier dette om forskjellen mellom performativitet og performance/skuespill:

The act that one does, the act that one performs, is, in a sense, an act that has been going on before one arrived on the scene. Hence, gender is an act which has been rehearsed, much as a script survives the particular actors, who make use of it, but which requires individual actors in order to be actualized and reproduced as a reality once again. The complex components that go into an act must be distinguished in order to understand the kind of acting in concert and acting in accord which acting one's gender invariably is.¹¹⁷

3.2.1 Kropp, kjønn og performativitet i *Placebo Pets*

Selv om *Placebo Pets* aldri var ment å være en fullstendig tradisjonell fotografering slik man kan forvente å se i motemagasiner, anvendte kunstnerne likevel profesjonelle modeller. Modellene var ikke hvem som helst, men verdenskjente supermodeller. De var naturlig vakre, unge og feminine, både med tanke på ansiktstrekk og kroppsfasong. Fotoseansen ble således ganske kontrastfylt. Modellene er klare eksempler på idealmenneskene vi tilber i dag, men Trecartin og Fitch har ikke gjort dem noen tjenester utseendemessig. Modellene ser slettes ikke penere ut, og de er ikke idealisert slik man forventer av denne typen fotografier. Magasinet kunstnerne samarbeidet med, *W Magazine*, er et kultur- og motemagasin fylt til randen av vakre, «glossy» bilder med perfekte mennesker, høyt forbruk av retusjering og mange glamorøse reklamekampanjer. I henhold til dette skilte *Placebo Pets*-fotografiene seg betraktelig ut fra de andre bildene i magasinet, da klærne modellene hadde på seg ble mindre synlige i alt kaoset som omgikk dem og fokuset ble ledet *bort fra reklamen* i bildene.

I *Placebo Pets* finnes ingen overdreven fokusering på kjønn. Modellene oppleves ikke som overdrevent seksualiserte. Dette er spesielt tydelig i fotografiene *Pitch Flare* og *Captcha Off*. I *Pitch Flare* har modellene ganske uttrykksløse ansikter som gir en følelse av uinteressert kjedsomhet. I *Captcha Off* forsvinner det seksuelle til fordel for et søtt og uskyldig preg i fotografiet, et poeng som vil utbroderes i neste kapittel. Kjønnnet blir delvis satt til side for dyret de har blitt omgjort til, da modellenes kjønn ikke er poenget med fotograferingen. På en annen side er det ikke mulig for modellene å *sette kjønnnet sitt til side*. De er kvinner og de er absolutt utpreget feminine: «[g]ender reality is performative which

¹¹⁵ Jalving, *Værk som handling*, 58.

¹¹⁶ Jalving, *Værk som handling*, 59.

¹¹⁷ Butler, «Performative Acts,» 526.

means, quite simply, that it is real only to the extent that it is performed.»¹¹⁸ Det er likevel verdt å nevne at det kun er de kvinnelige deltakerne i photoshooten som har blitt omgjort til dyr; Kendall Jenner, Gigi Hadid og Lauren Delvigne. Den eneste mannlige deltageren derimot ble framstilt som den humanoide og overlegne skapningen; Jesse Hoffman skulle fungere som «eier» av de hybride menneskeskapningene. Er dette et bevisst valg? Eller kan det være helt tilfeldig?

På en måte er det riktig å si at Jenner og Hadid har blitt objektivert i *Placebo Pets*. Modellene har blitt presentert som kjæledyr, eid av en mannlig, men ikke human (mulig ikke-kjønnnet) overlegen rase. Likevel presenteres ikke situasjonen som i ubalanse med tanke på makt, og stemningen er hovedsakelig lystig og munter. Det er derimot et noe ubehagelig moment i fotografiet *Under Said*, der kvinnene er plassert i en stor seng med sprinkler i hver ende, og madrassen er byttet ut med vinduer. Det er flere punkter som gir grobunn til dette ubehaget, men i stor grad det at sengen gir et inntrykk av å være et bur. Modellene har ganske alvorlige ansiktsuttrykk og det vises mye hud, samt at begge jentene har fotlenker på seg av den typen man får når man sitter i husarrest. Dette tyder faktisk på at de holdes fanget. I tillegg er det på høyre side av bildet enkelte fragmentariske utsnitt av noen merkelige vesener, muligens den overlegne, humanoide, utenomjordiske rasen, som gir en følelse av at jentene blir iakttatt nettopp slik dyr i en dyrehage blir. At dette er et av fotografiene der modellene har sine egne, normale ansikter gjør det hele en tanke mer suspekt. Kan Fitch og Trecartin hatt selve modellyrket eller jentenes personlige erfaring med reality-TV i tankene da de regisserte dette fotografiet, eller valgte de simpelthen det som tok seg best ut?

Yet, in those cases one confronts the same phenomenon, namely, that the act is not contrasted with the real, but *constitutes* a reality that is in some sense new, a modality of gender that cannot readily be assimilated into the pre-existing categories that regulate gender reality. From the point of view of those established categories, one may want to claim, but oh, this is *really* a girl or a woman, or this is *really* a boy or a man, and further that the *appearance* contradicts the *reality* of the gender, that the discrete and familiar reality must be there, nascent, temporarily unrealized, perhaps realized at other times or other places.¹¹⁹

Sitatet her kan relateres til *Placebo Pets* og dets performative framtoning, særlig med tanke på at fotograferingen snarere er preget av performance enn performativitet, i den grad performativitet kan være relativ. Modellenes kjønn er åpenbart kvinnelig, om man skal tolke deres performative utførelse, men poenget her er ikke at modellene skal være kvinnelige. De skal være hybridarter. De skal være *Placebo Pets*. Det som derimot kan hindre en realisering

¹¹⁸ Butler, «Performative Acts,» 527.

¹¹⁹ Butler, «Performative Acts,» 527.

av dette er ikke kjønnet deres, men heller kjendisstatusen. Det at kunstnerne har valgt to så kjente ansikter kan virke hemmende på tanken bak fotoserien. De personene som er interessert i Jenner og Hadid ser muligens kun Jenner og Hadid, og oppfatter ikke prosjektets idé: «...that the *appearance* contradicts the *reality* (of the gender)...»¹²⁰ Utseendet deres (og med alt det innebærer) kan således komme i veien for det kunstneriske prosjektet.

Modellene har fått et manus og instruksjoner på forhånd, noe som viser at kvinnene *spilte* dyr, *spilte* underdanig, *spilte* objekter. Det hele ble satt i en slik kontekst at modellene ikke trengte å føle seg som kjæledyr på noen måte, men kunne se på det hele som en morsom jobb. Hvordan fotografiene oppfattes i etterkant har muligens ikke hatt noen stor påvirkning på dem.

3.3 Iscenesettelse og selviscenesettelse

Iscenesettelse og selviscenesettelse går omtrent ut på det samme, nemlig det å kreere en identitet, en setting eller en fasade som ikke viser sannheten. Ordet selviscenesettelse viser derimot til at det er en selv man iscenesetter, det kan være aspekter i sitt eget liv, kjønn, image, utseende, livssyn, i det hele tatt alt som til sammen utgjør en identitet.

Alle selvportretter som har blitt gjort gjennom alle tider er en form for selviscenesettelse. Ingen kunstner er i stand til å fjerne sin subjektivitet når han eller hun maler, ikke en gang når det er et selvportrett. De aller fleste har et ønske om å fremstå på en bestemt måte for omverdenen og dermed er det slik man også ønskes å portretteres. Kunstnere har hatt flere grunner til å lage selvportretter. Både tilgjengelighet på modell og det å bruke seg selv som en form for reklame for å vise kunder hvor dyktig man var til å gjengi likheter var gode grunner til dette, men også et behov for å synliggjøre seg selv som kunstner kan ha drevet kunstneren til å utføre denne handlingen. Samtidig var det også en ypperlig måte å bli husket på i ettertiden.

I boka *Self/Image* skriver Amelia Jones om Caravaggios storslagne malerier *Narcissus* (1597-99) og *Medusa* (1598-99). Sistnevnte maleri har ofte blitt tolket som et selvportrett. Hun skriver at helt siden renessansen har kunst blitt sett på og forstått som en manifestering av et menneskelig subjekt. Til og med helt abstraherte malerier som Jackson Pollocks (1912-1956) *action paintings* og *drip paintings* er en måte å oppfatte ham selv som person på.¹²¹ Er det slik at kunstnere kan formidle en form for personlig subjekt gjennom verkene sine selv om

¹²⁰ Butler, «Performative Acts,» 527.

¹²¹ Jones, *Self/Image*, 2-3.

kunstnerne ikke er fysisk tilstede i kunsten? Jones skriver i forordet til *Self/Image* at boka vil ta for seg de paradoksene som oppstår når en representasjon av selvet, altså kroppen, møter teknologi eller digitale virkemidler som forstyrrer vår oppfattelse av kroppen med tanke på semiotikk.¹²² Hva og hvem er det vi ser, og hvordan blir det formidlet?

3.3.1 «Selfie» og sosiale medier

«Selfie» og sosiale medier er relevante for *Placebo Pets* av flere grunner. En av grunnene er selvfølgelig modellenes tilknytning til ulike sosiale medier-plattformer som Instagram og Snapchat. Kunstverkene er også relevante i seg selv da kunstnerne personlig uttalte at de ønsket at modellene skulle se ut som levende Snapchat-filte i *Placebo Pets*.¹²³

Sosiale medier er en svært god plattform for å kunne iscenesette seg selv og livet sitt på en slik måte at mange mennesker får tilgang til den informasjonen om deg du selv ønsker å vise, uten at de nødvendigvis trenger å få vite om det er sannheten. Av den grunn er sosiale medier en svært dårlig kilde til absolutte fakta, men heller et interessant verktøy for å kunne distribuere seg selv eller den informasjonen man ønsker å publisere. Ordet «selfie», som for øvrig er et slanguttrykk som stammer fra nettopp ordet «selvportrett», ble tatt i bruk i tiden etter 2010 og ble i 2013 kåret av *Oxford Dictionaries* som årets ord.¹²⁴ Det har nå havnet i de aller fleste ordbøker. En *selfie* kan defineres som et digitalt selvportrett gjerne tatt med telefonkamera, som blir delt på sosiale medier. Oxford Dictionaries nøyaktige definisjon lyder slik: «A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media».¹²⁵ Forskjellen mellom et selvportrett og en selfie er i midlertid at et selvportrett har en kunstnerisk verdi. Det er en kunstner som har produsert det. En selfie er derimot noe alle kan ta og publisere. Det er dermed mer eksklusivt med et selvportrett enn en selfie og trolig har selfien fått et noe dårlig rykte den senere tiden på grunn av denne faktoren.

Lin Prøytz er kjønns- og medieforsker, og forfatter av e-boka *Selvbilde* fra 2016.¹²⁶ Prøytz forteller i et intervju med nettavisen *Forskning.no* at selv om mobilkameraet ble flittig

¹²² Jones, *Self/Image*, xix.

¹²³ Solway, «Placebo Pets», 146.

¹²⁴ Jostein Matre, «'Selfie' er årets nyord!» *VG Nett*, 20.11.2013. <http://www.vg.no/forbruker/teknologi/sosiale-medier/selfie-er-aarets-nyord/a/10137009/>

¹²⁵ Oxford Dictionaries, «Selfie.» <https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie>

¹²⁶ *Selvbilde* viste seg å være umulig å oppdrive, da denne kun ble utgitt som e-bok og var tilgjengelig en begrenset periode. Derfor refereres det utelukkende til intervjuet med forfatteren Lin Prøytz.

brukt allerede rundt år 2000 var det veldig få selfier i omløp.¹²⁷ Dette kunne enkelt forklares med at det å sende MMS var ganske kostbart, i tillegg til at det kunne oppleves som pinlig å sende bilder man hadde tatt av seg selv. Før sosiale medier måtte man jo nettopp sende bildet til enkeltpersoner for å få bildet spredt, noe som begrenset spredningen av slike bilder betraktelig.¹²⁸ Nå har de aller fleste tilgang på en smarttelefon og fenomenet selfie er utbredt på tvers av kjønn og alder. Prøytz trekker også linjer bakover i tid fra selfien til selvportrettene. Selvportrettene er også en dokumentasjon av det dagligdagse slik som de malte selvportrettene er også en dokumentasjon av et menneske som har levd.¹²⁹ Selv steinaldermenneskenes hulemalerier er en form for selvframstilling. Behovet for å uttrykke seg billedlig har eksistert siden da.¹³⁰

En tydelig tendens i selfiekulturen er at det er langt flere kvinner enn menn som publiserer selfier. Selfiene er også preget av tendenser. Et eksempel er at størsteparten av kvinners selfier viser klassiske feminine kvinneidealer, mens mennenes selfier er mer stereotypiske maskuline.¹³¹ Bildene som publiseres på sosiale medier kan på samme tid som de illustrerer en persons liv, fungere som reklame for denne personen, for på den måten å tiltrekke seg oppmerksomhet fra en ønskelig partner. Man skal like mye nå ut til andre mennesker som at andre mennesker skal nå fram til deg gjennom sosiale medier.

Likevel er det et svært stort mangfold på sosiale medier da det er mange mennesker som benytter seg av tjenestene. At det er flere kvinner som deler selfier på sosiale medier kan knyttes til at kvinner kulturelt sett er mer opptatt av utseende enn menn.¹³² Berit Skog, førsteamanuensis ved NTNU sier dette om selfiekulturen på sosiale medier:

Skog mener det at kvinner deler flere selfier enn menn, kan avspeile ulike forventninger til de to kjønnene når det gjelder vektlegging på utseende. Jenter bruker i større grad enn gutter Facebook og Instagram, der selfie er en viktig uttrykksform. Selfiefenomenet kan dermed betegnes som trekk ved jentekulturen, sier hun. Skog påpeker at det er kjønnsforskjeller i bruk av selfier på de ulike digitale arenaene. En undersøkelse jeg nylig gjennomførte om deling av profilbilder i sosiale medier, viser at 59 prosent av jentene deler profilbilder eller selfies på Instagram, mens dette gjelder for 39 prosent av guttene. På sjekkekanalen Tinder deler 89 prosent av jentene og 83 prosent av guttene selfier, forteller hun. Dette viser at iscenesettelse av seg selv via selfies varierer med type arena en deltar på, og at gutter og menn også i stor grad fronter seg profilbilder der konseptet legger opp til dette.¹³³

¹²⁷ Susanne Dietrichson, «Bestemmer selv med selfie.» *Forskning.no*, Artikkel publisert 14.10.2016. <http://forskning.no/2016/10/bestemmer-selv-med-selfie>

¹²⁸ Dietrichson, «Bestemmer selv med selfie.»

¹²⁹ Dietrichson, «Bestemmer selv med selfie.»

¹³⁰ Dietrichson, «Bestemmer selv med selfie.»

¹³¹ Dietrichson, «Bestemmer selv med selfie.»

¹³² Dietrichson, «Bestemmer selv med Selfie.»

¹³³ Dietrichson, «Bestemmer selv med selfie.»

Å oppdatere profilbildet på sosiale medier vil altså kunne gjøre deg mer interessant for andre som oppholder seg der, og det at man kan iscenesette seg selv og bildene slik man ønsker, gjør at man kan tiltrekke seg den gruppen mennesker man selv ønsker. I følge Amelia Jones er det slik at i fotografiske selvportretter medierer ikke bare teknologien subjektivitet i den samtidige verden, men den *produserer* også subjektivitet.¹³⁴ Altså formidles personen avbildet som subjekt ikke bare *via* selfien, men også *på grunn av* den.

Grunnen til at vi i dag er så opptatt av å dele selfier på sosiale medier er fordi vi ønsker å motta «likes». For å få likes må du nå ut til folket. *Instagram* er per dags dato en av de største bildedelingsverktøyene som eksisterer. Applikasjonen ble lansert i oktober 2010, men var da kun brukbar for dem med iPhone, iPad eller iPod Touch. Tjenesten ble gjort tilgjengelig for de aller fleste Androidtelefoner i april 2012. Tjenesten er gratis, men man må ha en smarttelefon som støtter formatet. Poenget med *Instagram* er å ta bilder eller korte videosnutter som man så deler på sin profil og med sine følgere. Man kan følge så mange personer eller bedrifter man ønsker, men det er også mulig å ha en lukket eller «privat» profil der man må få tillatelse til å følge vedkommende. Når man har lagt ut bilde eller video kan man «tagge» bildet med det som kalles «hashtags» eller «emneknagger» som er markert med symbolet for nummer (#). Dette gjør at folk enkelt kan finne bilder på tvers av kanalen, og det er enklere å oppnå likes. Det er også mulig å lenke bildet opp til andre sosiale medier-kanaler som for eksempel *Facebook*, noe som gjør bildet enda mer tilgjengelig. I addisjon til å måtte nå ut til folk må også bildet ha en kvalitet som gjør at folk faktisk liker det. En selfie er i sannhet tatt ene og alene for å deles på sosiale medier, og ikke for eget bruk. Det å legge et bilde ut på sosiale medier gjør at man både konstruerer sin identitet og blir en del av et felles interaktivt samfunn.

Det å performere *selvet* er på samme tid en privat handling og en felles og offentlig handling.¹³⁵ Og er det noe som folk ser ut til å sette pris på er det å legge ut bilder av det intime. Hva er mer intimt enn baderommet? I selfianalyseprosjektet *Selfiecity*¹³⁶ fant forskerne ut at selfier tatt foran et speil er den mest populære typen selfier.¹³⁷ Ofte er det

¹³⁴ Amelia Jones, «The Eternal Return: Self-Portrait Photography as a Technology of Embodiment,» *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 27 (4): 949.

¹³⁵ Alise Tifentale og Lev Manovich, «Selfiecity,» i *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design* (London: Palgrave Macmillan, 2015) 118.

¹³⁶ *Selfiecity* var et prosjekt der et stort team som jobbet simultant flere steder i verden, analyserte selfier publisert på Instagram. Prosjektet var demografisk og analyserte poseringer og uttrykk på selfiene publisert.

¹³⁷ Tifentale, Manovich, «Selfiecity,» 119.

baderoms-speilet vedkommende har latt seg fotografere foran. Slike private baderoms-selfier blir brukt som en måte å kommunisere ytringer publisert offentlig gjennom Instagram.¹³⁸

I forhold til Instagram er SoMe-kanalen¹³⁹ *Snapchat* en mer lettbenyttet app som i mye større grad fokuserer på det humoristiske aspektet ved selfien. Med Snapchat er poenget å sende morsomme bilder eller filmer prydet med filter, merkelapper, emojis,¹⁴⁰ tekster og/eller andre effekter, for så hurtig sende bildet eller filmen til de kontaktene du ønsker. Dette vedlegget vil kun være tilgjengelig en kort periode og forsvinner når perioden er over. At bildene eller filmene som sendes forsvinner etter en kort stund, gjør denne appen velegnet til å sende utfordrende og vågale bilder og filmer, selv om ingen kan være fullstendig trygge på at det de sender ikke blir lagret på en server et sted og dermed kan dukke opp igjen ved en senere anledning. Snapchat er også relevant i forbindelse med *Placebo Pets* da modellenes protesesminke ble inspirert av nettopp Snapchat-filtre.

3.3.2 Cindy Sherman

Cindy Sherman (1954-) er en av verdens mest berømte fotografer. Fra hun startet sin karriere i 70-årene har hun vært svært viktig for utviklingen av selvportrettet som sjanger. Sherman har utforsket hva som menes med identitet og hvordan et selvportrett skal defineres. Er det et selvportrett når den som portretteres ikke er deg, men en person du har skapt som en karakter i et skuespill? Er det et selvportrett når fotografiet er iscenesatt? Kan man kalle selvportrettene hennes for «selfies»?

Den første serien Sherman for alvor ble kjent for, var hennes glamorøse *Film-still*-serie. Denne svart-hvitt-serien tok for seg stereotypiske situasjoner som lett kunne oppstå i amerikanske Hollywood-filmer. Dette gjorde bildene lett gjenkjennelige, selv om fotografiene slettes ikke tok utgangspunkt i noen spesifikk film. Kunsthistorikeren Rosalind Krauss (1941-) skrev i sin bok om Cindy Sherman fra 1993 at flere kunstkritikere kritiserte Sherman for å slavisk kopiere utsnitt av filmer i *Untitled film still* når sannheten var at hun aldri hadde noen spesifikke filmer i tankene da hun tok bildene.¹⁴¹ Det fantes nemlig ingen «original» i denne serien som hun kopierte. Det at så mange følte de kjente igjen fotografiene fra filmen de hadde sett var fordi hun nettopp brukte og manipulerte de stereotypiske kvinneframstillingene

¹³⁸ Tifentale, Manovich, «Selfiecity,» 119.

¹³⁹ *SoMe* er en forkortelse for sosiale medier.

¹⁴⁰ Bildeikoner man kan bruke når man skriver meldinger til andre for å illustrere følelser og sinnstemninger. For eksempel kan et smilefjes vise at man er glad eller mener budskapet godt, eller et bilde av en klokke indikerer at man har dårlig tid eller at man skal treffes til et bestemt tidspunkt.

¹⁴¹ Rosalind Krauss, *Cindy Sherman 1975-1993* (New York: Rizzoli, 1993), 17.

ofte observert i Hollywoodfilmer. Fotografiene produserte på den måten en myte rundt sin egen eksistens.¹⁴²

Selv om Sherman bruker utelukkende seg selv som modell i fotografiene sine, gjør hun ikke dette kun for å kunne ta flatterende bilder av seg selv. Hun er ikke redd for å endre utseende sitt drastisk med sminke og proteser for å oppnå den effekten hun ønsker. I sin serie *History Portraits* har hun appropriert kjente kunstverk og laget sin egen versjon som fotografi. I serien *Disaster Portraits* drar hun strikken enda lenger og fotografiene får en svært dyster stemning. Hun fotograferer ikke kun seg selv, men har også en serie med proteser og ulike dukkekroppsdeler hun arrangerer i ganske foruroligende positurer. Det er tydelig at sjokkeffekten er noe hun ønsker å formidle. Hun stiller også spørsmål angående kroppen som det *abjekte* i enkelte av disse fotografiene, en kropp i et mellomstadium før man er løsrevet fra morens kropp og blitt et subjekt, eller etter man har gått bort og blitt et objekt.¹⁴³

Sherman har ved flere anledninger blitt sammenlignet med Trecartin og hans kunstneriske praksis da han også bruker seg selv i verkene sine. I likhet med Sherman er det ikke et selvrealiserende prosjekt Trecartin produserer. Som medvirkende i filmene er Trecartin heller performancekunstner enn skuespiller. Han uttaler i intervjuet med Sherman at han anser det å stå bak kameraet som en performance.¹⁴⁴ Sherman er relevant i denne sammenhengen fordi hun nettopp er en av dem som har påvirket selvportrettet i en så stor grad, og fordi hun har endret identitet foran kamerat på lik linje med Trecartin og Fitch.

Nylig har Sherman offentliggjort Instagram-profilen sin, noe som faktisk gjør henne enda mer relevant for denne oppgaven. På plattformen har hun holdt på med et kreativt selfieprosjekt der hun har fotografert seg selv og utforsket ulike identiteter slik hun normalt har gjort, men hun har også latt seg inspirere av tidens fokus på teknologi og sosiale medier, noe som tydelig kan sees ved hennes aktive redigering av ansiktstrekk og bruk av ulike filter i disse bildene.¹⁴⁵ Instagrambildene er iscenesatt, men i hvilken grad er vanskelig å avgjøre. Kontoen er Shermans egne, private konto som hun valgte å gjøre offentlig i mai 2017. Ett av bildene viser Sherman i en noe spesiell setting; hun ligger i en sykeseng med oksygentuber i nesa. Bildet har blitt kraftig redigert for å gi Sherman en glatt og perfekt hud, og

¹⁴² Krauss. *Cindy Sherman*, 32.

¹⁴³ Hal Foster, *The Return of the Real: The Avant-Garde at the End of the Century* (Cambridge, London: The MIT Press, 1996) 149.

¹⁴⁴ Sherman, «Cindy Sherman Interviews Ryan Trecartin,» 144.

¹⁴⁵ Det ser ut som om Sherman har brukt et forvrengningsverktøy for å dra, vri, blåse opp og forminske ansiktstrekene sine. Det ser i tillegg ut som om hun på enkelte av fotografiene har brukt standard Snapchat filtre og effekter.

tilsynelatende tung datagenerert sminke. Et annet bilde fra samme settingen viser Sherman i samme seng, men her har ikke Sherman lagt på kunstig sminke. Hun har derimot forvridd ansiktstrekkene sine og gitt seg selv større øyne og bredere munn. Perspektivet i begge bildene er slik man forventer av en selfie, tett på ansiktet og med kun én person i fokus. Hvor iscenesatt var disse bildene? Var hun faktisk innlagt på et sykehus? Eller var hele scenen kunstig?¹⁴⁶

Bemerkelsesverdig nok var det Sherman som profilerte i *W Magazines* årlige kunstnummer i november 2017, ett år etter Trecartin og Fitch med *Placebo Pets*. I det tilhørende intervjuet forteller Sherman om hvor mye hun misliker begrepet «selfie» og hvordan prosjektet hennes i samarbeid med *W* kan tolkes som en parodi på «the plandid – the planned candid photograph... They are carefully composed images of studious nonchalance; they capture subjects who are determinedly carefree.»¹⁴⁷ Videre påpeker Sherman at instagramkontoen hennes er et fristed der hun kan leke seg fritt med fotografier og apper, og at hun ikke tar disse bildene like seriøst som sine andre arbeider: «I don't think it at all competes with my serious work. They're just fun, like a little distraction.»¹⁴⁸

Journalisten Noah Becker plukket opp saken, og skriver i en artikkel for den britiske avisa *The Guardian* at det kan virke som om Sherman ønsker å sette fokus på folks narsissisme og hvor lett det er å framstille seg selv som en profesjonell fotograf ved hjelp av sosiale medier; «In many cases, Instagram is not art, but a digital dumping ground – a playground for society's worst narcissists. For an artist like Sherman to be using it as an exhibition space raises the bar for users seeking attention or claiming to be artists.»¹⁴⁹

Instagram har vist seg som en populær kanal der alle kan skaffe seg en konto. Flere av kunstnerne aktive i dag benytter seg av dette da det er en effektiv måte å få spredt verkene sine på. Enkelte kunstnere har til og med laget kunstprosjekter på Instagram. Kunstneren Amalia Ulman produserte i 2014 et prosjekt som for alvor gjorde henne kjent i kunstverdenen. I neste underkapittel vil jeg se nærmere på dette.

¹⁴⁶ Noah Becker, «How Cindy Sherman's Instagram selfies are changing the face of photography.» *The Guardian*. 09.08.2017. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/aug/09/cindy-sherman-instagram-selfies-filtering-life>

¹⁴⁷ Andrew Russeth, «Facetime with Cindy Sherman: The Artist on Her 'Selfie' Project for *W*, and What's Behind Her Celebrated Instagram,» *W Magazine*, 06.11.2017. <https://www.wmagazine.com/story/cindy-sherman-instagram-selfie>

¹⁴⁸ Russeth, «Facetime with Cindy Sherman.»

¹⁴⁹ Becker, «How Cindy Sherman's Instagram selfies are changing the face of photography.»

3.3.3 Amalia Ulman

Amalia Ulman, født 20. januar 1989, er en argentinsk kunstner som virkelig har utfordret hva som menes med identitet, og da spesifikt hvordan en identitet kan konstrueres gjennom sosiale medier. Hun har rettene sagt brukt seg selv som et objekt og kreert en polert, men dog kunstig versjon i form av å utgi seg for å være en annen på Instagram. Dette kunstprosjektet ga hun navnet *Excellences & Perfections* og det første bildet i instagramserien ble publisert i april 2014. At bildene som ble publisert på instagramkontoen hennes i løpet av den gjeldende perioden i sannhet var et kunstprosjekt, var det kun noen få av hennes aller nærmeste venner og familie som visste noe om.¹⁵⁰ Bildeserien tok for seg Ulman og hennes reise til USA, nærmere bestemt Los Angeles og viste noen sider av det nye livet hennes der. Det livet hun viste fram var derimot ikke det sanne bildet av hvordan livet hennes faktisk var. Ved en snedig bruk av filter på bildene hun la ut, samt dyktig redigering gjennom Photoshop, publiserte Ulman bilder av seg selv som var blitt redigert for å se bedre ut. I tillegg hadde ikke Ulman noen problemer med å publisere bilder hun ikke selv hadde tatt; vakre bilder av blomster, delikate og eksklusive matretter eller klær hun slettes ikke eide. Således diktet Ulman opp et liv som virket helt troverdig for utenforstående, men viste seg å være kunstig og iscenesatt.

Etter hvert som prosjektet utviklet seg tok det stadig en mørkere og dystre vending. Ulman la ut bilder av seg selv som indikerte at hun hadde forstørret brystene sine kirurgisk, noe som virkelig ikke var sant. Et slikt drastisk tiltak forteller noe om en persons forhold til sin egen kropp. Et dårlig forhold kan føre til at en ønsker å gjennomgå slike store endringer. Hun la ut mer utfordrende bilder av seg selv; bilder som viste fram kroppen hennes, og hele estetikken i fotografiene ble mørkere. De siste bildene i serien viser at Ulman led at depresjoner og at hun dro tilbake til hjemlandet sitt Argentina. Fortellingen fikk ingen lykkelig slutt. Heldigvis for henne var ikke historien sann og bekymrede følgere kan ha uroet seg unødig. Etter at prosjektet ble avsluttet 19. september 2014 gikk hun tilbake til å publisere bilder som normalt og som om ingenting hadde skjedd.

Kunstprosjektet kan nærmest sees på som en performance der Ulman spilte en alternativ versjon av seg selv. Prosjektet viser oss hvor lett det er å skape en kunstig identitet på sosiale medier fordi bildene man viser der alltid er håndplukket og kan enkelt manipuleres til å framstille både personer og omgivelser best mulig. Samtidig har ikke omverdenen direkte

¹⁵⁰ Cadance Kinsley, «The Instagram Artist who Fooled Thousands,» *BBC Culture*, 07.03.2016.
<http://www.bbc.com/culture/story/20160307-the-instagram-artist-who-fooled-thousands>

kjennskap til den faktiske personen bak bildene. Ulman sier selv at serien tar for seg tre ulike, men stereotypiske instagramidentiteter: «cute girl», «sugar baby» og «life goddess».¹⁵¹ Hun valgte nettopp disse identitetene fordi de virket som de mest populære nettrendene for kvinner. Alle de tre «trendene» er også rotet i Ulmans personlige liv på en eller annen måte, noe som gjorde det enklere for henne å relatere seg til dem.¹⁵²

Ulmans vågale prosjekt tok over livet hennes på flere aspekter. Hun, som kunstner, fikk faktisk beskjed om å la være å legge ut dristige bilder av seg selv på sosiale medier da dette fikk henne til å framstå useriøs på kunstmarkedet.¹⁵³ I virkeligheten var alle bildene et skuespill, men likevel viste jo bildene henne og hennes kropp. At enkelte fant stuntet lite tiltalende er kanskje ikke så rart. At hun også fikk over 80 000 instagramfølgere i løpet av prosjektet er muligens et vitneprov på hvor overbevisende hun spilte?

Identiteten Ulman kritiserte i prosjektet sitt er i hovedsak den kvinnelige identiteten. Hun ønsket å vise hvor konstruert denne var. Hun beskriver det slik:

‘It’s more than a satire,’ she explains. ‘I wanted to prove that femininity is a construction, and not something biological or inherent to any woman. Women understood the performance much faster than men. They were like, ‘We get it – and it’s very funny.’’ What was the joke? ‘The joke was admitting how much work goes into being a woman and how being a woman is not a natural thing. It’s something you learn.’¹⁵⁴

Det kommer altså fram at Ulman mener kvinnelighet og femininitet er konstruert og ikke biologisk gitt. Dette tyder på at hun er enig i Judith Butlers tanker om å performere en kjønnnet identitet, og at det er forskjell på biologisk kjønn og hvilken kjønnsidentitet man har. I tillegg er det aktuelt med tanke på Fitch og Trecartins tendenser til å skape karakterer som defineres som «posthuman» og «postsexual».¹⁵⁵ Fitch og Trechartin viderefører således ideen om å performere sitt kjønn til heller å omhandle det og performere sitt subjekt, uavhengig av biologi eller kjønnsidentitet. Et annet tankevekkende poeng er at modellene i *Placebo Pets* skiller seg ut på det området, da modellene uten tvil er kvinner. Men i *Placebo Pets* er det heller ikke modellenes kjønn som er det viktigste ved prosjektet, men det faktum at de er hybrid-dyr.

¹⁵¹ Kinsey, «The Instagram Artist.»

¹⁵² Kinsey, «The Instagram Artist.»

¹⁵³ Alastair Sooke, «Is this the first Instagram masterpiece?» *The Telegraph*, 18.01.2016.

<http://www.telegraph.co.uk/photography/what-to-see/is-this-the-first-instagram-masterpiece/>

¹⁵⁴ Sooke, «Is this the first Instagram masterpiece?»

¹⁵⁵ Cornell, «Medium Living,» 55.

3.4 *Placebo Pets*: uskyldig lek eller underliggende kritisk?

Hvorfor har Lizzie Fitch og Ryan Trecartin valgt å leke med modellene sine på den måten de har? Ligger det en kritikk bak det hele, eller er prosjektet kun basert på et innfall av hva som kunne være morsomt å utføre? Er det et ønske om å dele modellenes stjerneglans som uttrykkes eller kan det være en måte å ta aktivt avstand fra idoliseringen av mennesker høyt i makthierarkiet?

Thomas Crow, amerikansk kunsthistoriker og kritiker, har i sin velkjente artikkel «Saturday Disasters: Trace and Reference in Early Warhol» tatt opp noe av den samme problemstillingen i henhold til Andy Warhols liv og kunstnerskap. Andy Warhol er utvilsomt kjent for sine *Marilyn Monroe*-arbeider, og selv om også *Campbell's Soup Cans*-serien vakte stor oppstandelse da disse ble produsert i 1962, er det noe mer glamorøst over silketrykkene som avbilder ulike kjendiser. Av disse er det helt klart de av den vakre skuespillerinnen Marilyn Monroe man husker best i ettertid. En av hovedgrunnene til Warhols suksess var at han lyktes i å fremstå som en merkevare. Han ønsket å være en maskin som mekanisk produserte kunstverk på kunstverk uten egentlig å ha noe formål med selve produksjonen, nettopp som en vareprodusent som i all ærlighet kun er ute etter å selge varer: «I wanted to be an Art Businessman or a Business Artist. Being good in Business is the most fascinating kind of art».¹⁵⁶ Ved både å være kunstner og forretningsmann forstod Warhol hva som måtte til for å gjøre kunstverkene sine attraktive: nemlig fetichisering av et objekt eller «fine art.» I dette tilfellet var det en effekt som oppstod da høykulturen ble tvunget inn i massekulturen etter andre verdenskrig.¹⁵⁷ Et interessant moment ved dette er at fetichisering av salgsvarer kan appliseres på kjendiskulturen også, noe Warhol innså og likeså utnyttet.

Thomas Crow fronter dette synet på Warhols metode: «Not only does his [Warhols] myth stand in the way, but his apparent acceptance of a woman's reduction to a mass-commodity fetish can make the entire series seem a monument to a benighted past or a unrepresentant present.»¹⁵⁸ Som sitatet viser er ikke Crow overbegeistret for denne måten å bruke et motiv på, og da heller ikke med tanke på hvordan serien framstår som et monument over en forbannet fortid eller en ikke-representativ tilstedeværelse.¹⁵⁹ Videre skriver Crow at

¹⁵⁶ Andy Warhol sitert i Benjamin H.D Buchloh, «Andy Warhol's One-Dimensional Art: 1956-1966,» *Andy Warhol. A Retrospective* (New York: Museum of Modern Art, 1989) 40.

¹⁵⁷ Buchloh, «Andy Warhol's,», 40.

¹⁵⁸ Thomas Crow, *Modern Art in the Common Culture* (New Haven og London: Yale University Press, 1996) 51, min tilleggelse.

¹⁵⁹ Crow, *Modern Art*, 51.

selv om Warhol selv ikke følte noen erotisk fascinasjon for Marilyn Monroe personlig, kan han likevel ha blitt tiltrukket av *ideen* om å avbilde henne i kunsten sin.¹⁶⁰

Warhol avbildet ikke bare Monroe, men det er hennes seriale verk som har blitt tatt fram i kunsthistorien som bemerkelsesverdige. En grunn til dette kan være at han begynte å arbeide med dem kort tid etter Monroes selvmord i 1962.¹⁶¹ Dette kan tolkes som både en ufølsom handling, men også som en hyllest til hennes minne. Crow mener således at Warhol har gjort henne til et ikon ved å plassere ansiktet hennes 25 ganger etter hverandre på en gullbelagt bakgrunn.¹⁶² Når Warhol derimot sa rett ut at det ikke finnes noe mer i bildene enn malingen på lerretet, kan det føles som en noe fåfengt oppgave å lete etter en mening som slettes ikke finnes.

Noe mening er der uansett. For eksempel ligger det en mening bak Warhols valg av motiv, teknikk og måten han har plassert motivet sitt på lerretet. Han valgte å portrettere Monroe få uker etter at hun døde nettopp fordi det ville vekke oppsikt, skape blest og kunne samtidig tolkes som en hyllest til hennes minne. Han plasserte ansiktet hennes på strategisk vis akkurat slik han hadde plassert *Campbell's Soup Cans* samme år. På den måten gjorde han også henne til en salgsvare. At hun var en skuespiller som «solgte seg selv» gjennom filmerlerretet, gjør denne sammenligningen tydeligere. Kunstverket kan således tolkes som en kritikk av kjendiskulturen på den måten at de berørte utnyttes og «selges.» dette påpeker Mulvey i sin artikkel.¹⁶³ Er det også slik Trecartin og Fitch forholder seg til *Placebo Pets*?

Det er mulig å sammenligne Warhols Monroe-trykk med *Placebo Pets* hvis man fokuserer på nettopp dette med kjendisstatus. Trecartin og Fitch samarbeidet med W under produksjonen av *Placebo Pets*, noe som tyder på at jobben ikke ble gjort av økonomiske årsaker. Valget av å retusjere bort et av modellenes knær på forsiden, uten på samme tid å utstyre modellene med proteser i ansiktet, kan derimot være gjort med intensjon. Kunstnerens navn er skrevet i hvit skrift nederst på forsiden og er mulig å overse. Selv om kunstnerne stadig blir mer populære er dette først og fremst blant kunstinteresserte, noe som tilsier at deres navn på forsiden blir intetsigende for den gjengse W kunden. Det er viktig å se de andre bildene i serien for å forstå hva slags photoshoot *Placebo Pets* faktisk er. Dermed både pirrer forsidebildet interessen til potensielle kjøpere samstundes som det kunne fyre opp under en eventuell irritasjon.

¹⁶⁰ Crow, *Modern Art*, 51.

¹⁶¹ Crow, *Modern Art*, 53.

¹⁶² Crow, *Modern Art*, 53.

¹⁶³ Mulvey, «Narrative Cinema,» 14.

Marilyn Monroe var i likhet med Jenner og Hadid en svært vakker kvinne. De er alle offer for «the male gaze.» Av den grunn er det et poeng å sette disse kvinnene opp mot Hannah Wilke, som aktivt brukte sin attraktive kropp *mot* «the male gaze»:

In this way, she takes away from the 'male gaze' its covert, strategic function of reducing the woman (even the woman artist) to the 'to-be-looked-at-ness' of her body-as-image. At the same time, it is important to note the ambivalence of her gesture. Just as Acconci, in his oscillation between base abjection and flirtation with transcendence, both critiqued and got mileage out of masculinity's claim to artistic authority, so Wilke both exposes and makes use of the conventional codes of feminine display to increase her notoriety (and her desirability) in the male-dominated art world.¹⁶⁴

Det som skiller Monroe, Jenner og Hadid fra Wilke er at Wilke selv er kunstneren bak sine verker. Hun kan selv velge å fremstå slik hun vil. Monroe var allerede død da Warhol begynte å portrettere henne og derfor kunne hun ikke påvirke produksjonen. Jenner og Hadid har frivillig blitt med på *Placebo Pets*-prosjektet, og har sannsynligvis fulgt instruksjonene de ble gitt. Det de alle har til felles er på en annen side at det er noe som forstyrrer det seksuelle aspektet ved dem, som igjen påvirker måten vi ser på verkene de er gjengitt i. Det at Monroe allerede var død da Warhol portretterte henne kan oppleves som sjenerende for det seksuelle aspektet i verkene. Jenner og Hadid ble gjort om til hybrid-dyr i *Placebo Pets*, noe som gjør at de utstråler en form for søthet som overskygger fotografiens vakre og erotiske potensiale. Wilke tok full kontroll over sin egen seksualitet i verkene sine. Hun utnyttet sin femininitet til å øke beryktetheten sin, samtidig med begjærligheten, i en mannsdominert kunstverden.¹⁶⁵

At kunstnerne plukket ut nettopp Gigi Hadid og Kendall Jenner som modeller i *Placebo Pets*, kan også ha en dypere grunn. Akkurat som med Marilyn Monroe i sin samtid er nemlig Jenner og Hadid to av kjendisverdenens største stjerner i deres samtid.¹⁶⁶ Å anvende dem i *Placebo Pets* kan signalisere flere ting. Det kan signalisere at Fitch og Trecartin er oppdatert på samtidens kjendiskultur og følger med på hva og hvem som er verdt å følge med på. Det kan også signalisere at kunstnerne ser disse tendensene i samfunnet og kan bruke dem som virkemidler i kunsten sin for på den måten få fram essensen av amerikansk ungdomskultur slik den utarter seg nå. Det vil si at kunstnerne holder en ironisk distanse til modellenes stjernestatus.

¹⁶⁴ Jones, *Body Art*, 155.

¹⁶⁵ Jones, *Body Art*, 155.

¹⁶⁶ Et raskt internettsøk avslører at begge modellene til stadighet befinner seg i rampelyset som modeller, skuespillere, prisutdelinger eller som «seg selv» i ulike setninger som meddommere i ulike konkurranser eller programledere.

Jeg tror at kunstnerne har valgt Jenner og Hadid nettopp fordi de to modellene representerer denne ungdomskulturen preget av sosiale medier og reality-TV. Dermed passer kvinnene særdeles godt som ansiktene til *Placebo Pets*. I tillegg til dette er humor en viktig del av kunsten til Trecartin og Fitch, noe som også blir uttrykket gjennom *Placebo Pets*. Ved å se på samfunnet med et analyserende blikk som identifiserer de tendensene kreert av sosiale medier, teknologi og reality-TV, viser kunstnerne på den måten hvordan vi mennesker har endret oppførsel i takt med den teknologiske utviklingen. Kunstnerne tør å leke med tanken om at filmene deres muligens kan være et eksempel på hvordan vår framtid kan utarte seg om tendensene utvikler seg.

4 *Placebo Pets* og våre estetiske kategorier

Dette kapittelet fokuserer på estetisk teori. Målet med kapittelet er å analysere *Placebo Pets* i samsvar med Sianne Ngais estetiske kategorier *zany* og *cute*. Disse kategoriene er svært samfunnsaktuelle da de godt beskriver nåtidens hverdagslige industrier som produksjon og konsumpsjon, noe som gjør det gjeldende å sette dem opp mot *Placebo Pets*.

Jeg vil starte med en innledning om hvem Sianne Ngai er og hva hun har jobbet med. Således vil det være naturlig å gå inn på verkene hennes, og da i hovedsak *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting*, som vil presentere hovedteoriene for kapittelet. Jeg vil også gjøre rede for hva som var motivasjonen hennes til å skrive *Our Aesthetic Categories*.

For å bedre forstå Ngais teorier er det hensiktsmessig å trekke opp noen historiske linjer og sette de estetiske kategoriene *det skjønnne* og *det sublime* i en historisk kontekst. Videre følger en redegjørelse av det skjønnne og det sublime (med fokus på det skjønnne) i henhold til teoriene som presenteres av Edmund Burke og Immanuel Kant.

Videre følger en dyptgående redegjørelse av den estetiske kategorien *cute* og hva den innebærer. Denne kategorien er svært kompleks og Ngai påpeker hvordan det søte kan utnyttes til markedsføring og som salgsstrategi. Det søte har også flere egenskaper, deriblant evnen til å påvirke oss følelsesmessig, noe som også vil utbroderes. Jeg vil også poengtere hvorfor det søte er av relevans i forhold til *Placebo Pets*, da særlig ved å se på forskjellene mellom det søte og det vakre.

Zany er en spennende estetisk kategori da denne beskriver hurtighet og handling, og skiller seg derfor fra andre estetiske kategorier. Jeg vil også her gi en avklaring av hva *zany* egentlig innebærer. Videre settes *zany* inn i en historisk kontekst og den *zany karakteren* trekkes fram.

Den siste delen i kapittelet er en gjennomgående analyse av *Placebo Pets*. Jeg går systematisk gjennom fotografiene og trekker ut og konstaterer hva som er *zany* og *cute* ved enkeltfotografiene, og hvordan kategoriene produserer mening som videre kan tolkes samfunnskritisk. Jeg trekker også inn de viktigste poengene jeg har kommet fram til tidligere i teksten for å vise til deres relevans. De to siste avsnittene fungerer som en oppsummering av det søte og *zany* i *Placebo Pets*.

4.1 Sianne Ngai

Sianne Ngai (1971-) er en amerikansk kulturteoretiker og litteraturkritiker med ekspertise innenfor feministisk teori. Hun fullførte sin PhD ved Harvard University. Hun er nå professor ved The University of Chicago i *English Language and Literature*. Ngai ønsker å rette søkelyset mot de mindre omdiskuterte av våre estetiske kategorier, noe hun også gjør i sin bok *Our Aesthetic Categories* fra 2012.¹⁶⁷

Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting tar for seg nettopp disse tre svært lite utforskede kategoriene innenfor estetikken, og Ngai gjør det svært systematisk og strukturert. Hun har skrevet et innledningskapittel der hun presenterer hver kategori med tilhørende illustrerende eksempler. Hun går også videre inn i hver kategori i de kommende kapitlene, der hver av sjangrene har fått sitt eget kapittel: «The Cuteness of the Avant-Garde,» «Merely Interesting» og «The Zany Science.» I denne sammenhengen vil det hovedsakelig være introduksjonen, «The Cuteness of the Avant-Garde» og «The Zany Science» som er av interesse.

I et intervju med Adam Jasper, redaktør og for kunstmagasinet *Cabinet* hvor intervjuet ble publisert, forteller Ngai at grunnen til at hun har skrevet om alternative estetiske kategorier som søthet, misunnelse og kjedsomhet, er at hun er opptatt av tilstander av svakhet:

[I]n «minor» or non-cathartic feelings that index situations of suspended agency; in trivial aesthetic categories grounded in ambivalent or even explicitly contradictory feelings. More specifically, I'm interested in the surprising power these weak affects and aesthetic categories seem to have, in why they've become so paradoxically central to late capitalist culture. The book I'm currently completing is on the contemporary significance of three aesthetic categories in particular: the cute, the interesting, and the zany.¹⁶⁸

Videre skriver hun dette:

I focus on aesthetic experiences grounded in equivocal affects. In fact, the aesthetic categories that interest me most are ones grounded on feelings that explicitly clash. To call something cute, in vivid contrast to, say, beautiful, or disgusting, is to leave it ambiguous whether one even regards it positively or negatively. Yet who would deny that cuteness is an aesthetic, if not the dominant aesthetic of consumer society?¹⁶⁹

Poenget hennes om det søte som en dominerende estetikk i forbrukersamfunnet, er et viktig poeng som vil bli tatt opp senere i kapittelet. Et annet viktig poeng i sitatene ovenfor er å fremheve tvetydigheten ved disse annengradskategoriene, da særlig zany, cute og interesting, og hvor kraftfulle de dermed kan være i samtiden. Ved å være nettopp svake og tvetydig er de

¹⁶⁷ Adam Jasper, «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai,» *Cabinet Magazine* 43, høsten 2011. http://www.cabinetmagazine.org/issues/43/jasper_ngai.php

¹⁶⁸ Jasper, «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai.»

¹⁶⁹ Jasper, «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai.»

dermed vanskeligere å tolke og fremmer dermed også en usikkerhet, man er ikke helt sikker på om smaksdommen er ment positivt eller negativt.¹⁷⁰

4.1.1 *Our Aesthetic Categories*

Sianne Ngai er en forsker med sans for det trivielle ved det å være menneske; altså de av våre følelser som ikke tar mest plass, eller de estetiske kategoriene som ikke er de mest effektfulle. Akkurat disse kategoriene, *zany*, *cute* og *interesting*, har blitt valgt fordi det finnes en sammenheng mellom dem og den kapitalistiske verden vi lever i i dag. Gjennom en analyse av disse begrepene har hun kommet fram til hvilke følelser som også ligger til grunn.¹⁷¹ Det er heller ikke tilfeldig at Ngai skrev *Our Aesthetic Categories*, eller at hun er så interessert i følelser. Ngai har nemlig i et tidligere bokverk, *Ugly Feelings* fra 2005, befattet seg med nettopp slike banale følelser som misunnelse, irritasjon, angst eller paranoia. Ngai mener at selv om «ugly feelings» tilsynelatende fungerer som psykisk brennstoff for et kapitalistisk samfunn, finnes det likevel en ambivalens der som Ngai ønsker å undersøke og avdekke:

For although dysphoric affects often seem to be the psychic fuel on which capitalist society runs, envy, paranoia, and all the emotional idioms I examine are marked by an ambivalence that will enable them to resist, on the one hand, their counter-valorization as therapeutic «solutions» to the problems they highlight and condense.¹⁷²

Også kunsthistorisk kan *Ugly Feelings* være relevant. Ved å analysere et kunstverk med fokus på hva slags følelser de skjuler, eller hvilken «tone»¹⁷³ som finnes der, kan man således åpenbare nye tolkninger av kunstverkene. Det var under arbeidet med *Ugly Feelings* at Ngai oppdaget hvor viktige disse negative følelsene var for selvbildet vårt, og hun oppdaget videre at det finnes en forbindelse mellom følelser, estetikk og politikk, et fenomen hun dermed valgte å utforske videre, og som endte opp med å bli boka *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting* som er svært sentral i dette tilfellet.

This book makes a simple argument about the zany, the interesting, and the cute: that these aesthetic categories, for all their marginality to aesthetic theory and to genealogies of postmodernism, are the

¹⁷⁰ Jasper, «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai.»

¹⁷¹ Mette Røsvik Granlund, «Kapitalismens små gleder,» *Morgenbladet*, 24.01.2017.
<https://morgenbladet.no/portal/2017/01/kapitalismens-sma-gleder>

¹⁷² Sianne Ngai, *Ugly Feelings* (Cambridge og London: Harvard University Press, 2007) 3.

¹⁷³ Tone: den dominerende affektive stemningen i et verk. Granlund, «Kapitalismens små gleder.»

ones in our current repertoire best suited for grasping how aesthetic experience has been transformed by the hypercommodified, information-saturated, performance-driven conditions of late capitalism.¹⁷⁴

Slik åpnes *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting*. Det er kraftfulle ord ytret gjennom tankene til Sianne Ngai, men ikke minst viktige. Det hun ønsker å oppnå ved å skrive denne boka, er simpelthen å poengtere at de tre estetiske kategoriene zany, cute og interesting er de kategoriene som på best mulig måte kan fatte hvordan den estetiske opplevelsen har blitt transformert av det «hypercommodified, information-saturated, performance-driven conditions of late capitalism.»¹⁷⁵ Videre skriver Ngai dette:

This is because the zany, the interesting, and the cute index - and are thus each in a historically concrete way - the system's most socially binding processes: production, in the case of zaniness (an aesthetic about performing as not just artful play but affective labor); circulation, in the case of the interesting (an aesthetic about difference in the form of information and the pathways of its movement and exchange); and consumption, in the case of the cute (an aesthetic disclosing the surprisingly wide spectrum of feelings, ranging from tenderness to aggression, that we harbor toward ostensibly subordinate and unthreatening commodities).¹⁷⁶

Disse tre estetiske kategoriene tilbyr altså noe mer enn å fungere kun som en smaksdom, de kommenterer simultant samfunnsmessige situasjoner og handlinger, og gjør dem forståelige for oss som lever i et kapitalistisk samfunn.¹⁷⁷ Ifølge Ngai, er det ingen andre estetiske kategorier i vårt nåværende repertoar som egner seg på samme måte til å beskrive slike dagligdagse praksiser som produksjon (zany), sirkulasjon (interesting) og konsumpsjon (cute).¹⁷⁸

4.2 Det skjønne og det sublime

Allerede på 1700-tallet ble vitenskapen om vår sanselige erfaring, også kjent under samlebegrepet *estetikk*, nedskrevet. Det er gjennom teksten *Aesthetica* fra (1750-58), av den tyske filosofen Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762), man først blir kjent med begrepet, og Baumgarten regnes dermed for å være estetikkenes grunnlegger. Selv om det kan påpekes at begrepet om estetikk allerede eksisterte på 1700-tallet, var det selve det beskrivende ordet Baumgarten skapte, samt disiplinen «vitenskapen om den sanselige erkjennelse».¹⁷⁹ Estetikken ble da nødvendig for å skille mellom forstandsmessig og sanselig

¹⁷⁴ Sianne Ngai, *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting* (Cambridge og London: Harvard University Press, 2015) 1.

¹⁷⁵ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 1.

¹⁷⁶ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 1.

¹⁷⁷ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 1.

¹⁷⁸ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 1.

¹⁷⁹ Kjersti Bale og Arnfinn Bø-Rygg, *Estetisk teori: En antologi* (Oslo: Universitetsforlaget, 2008) 11.

erkjennelse, som igjen kunne virke avgjørende på hva som ble ansett som godt og skjønt innenfor de frie kunster.¹⁸⁰ Utover 1700-tallet blir sammenslutningen mellom det skjønnne, smaken, det sanselige og kunsten «oppstår og blir konstituerende for estetikken».¹⁸¹ Estetikken som vitenskapelig felt har endret seg mye siden 1700-tallet, og er nå både en del av kunstfilosofien, en universell sanselære og en disiplin som eksisterer imellom disse to.¹⁸² Selv om det finnes mange filosofer og teoretikere som har skrevet både godt og fascinerende om estetikk, er det ikke mulig å fokusere på samtlige i denne teksten. Derfor har valget landet på Immanuel Kant og Edmund Burke, da begge blir nevnt flere steder i Sianne Ngais *Our Aesthetic Categories*, og de begge har hatt svært stor påvirkning på feltet.

4.2.1 Edmund Burke

I *A Philosophical Inquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful* av Edmund Burke (1729-1797), en bok opprinnelig utgitt i 1756, skriver Burke om det sublime og det skjønnne som estetiske kategorier avgjørende for smaksdommen. Burke var en irsk politisk filosof som også regnes for å være konservatismens grunnlegger, og kan dermed anses som betydningsfull grunnet sitt tilskudd innenfor politisk tenkning i Storbritannia. Det er hans *Reflections Over the revolution in France*, utgitt i 1790, som sees på som hans hovedverk i dag.

Burke mener det sublime og det skjønnne kan tenkes på nesten som motsetninger, der det sublime viser til noe som er utenfor menneskets mentale fatning, da det overskrider fantasien enten i størrelse, uttrykksform eller tankekraft. Det sublime, ifølge Burke, er altså noe fryktinngytende og fører til en følelse av fortapelse, men som like etter følges av en følelse av lettelse da det går opp for den det gjelder at alt kommer til å ordne seg og at man ikke kommer til å dø øyeblikkelig.

Det skjønnne er derimot noe lite, fint og som vekker positive følelser i oss, som glede og nytelse, og vakre objekter er noe man ønsker å ha i umiddelbar nærhet.¹⁸³

A great beautiful thing is a manner of expression scarcely ever used; but that of a great ugly thing, is very common. There is a wide difference between admiration and love. The sublime, which is the cause of the former, always dwells on great objects, and terrible, the latter of small ones and pleasing; we

¹⁸⁰ Bale og Bø-Rygg, *Estetisk teori*, 9.

¹⁸¹ Bale og Bø-Rygg, *Estetisk teori*, 11.

¹⁸² Bale og Bø-Rygg, *Estetisk teori*, 9.

¹⁸³ Edmund Burke, *A Philosophical Inquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful* (Basil: J. J. Tourneisen, 1792) 54.

submit to what we admire, but we love what submits to us; in one case we are forced, in the other we are flattered, into compliance.¹⁸⁴

Som man kan se ut ifra sitatet over er ordet *little*, ifølge Burke, nært knyttet til kjærlighet. «But to this day, in ordinary conversation, it is usual to add the endearing name of little to everything we love: the French and Italians make even more use of the affectionate diminutives even more than we.»¹⁸⁵ For Burke er det altså en sammenheng mellom det som er lite og det som er vakkert. En vesentlig sammenheng mellom dette og *Placebo Pets* er det faktum at modeller som kjent skal være veldig tynne for å kunne passe inn i moteindustriens små størrelser. Det knyttes altså et bånd mellom det å være smal, liten og tynn, og det å være vakker.

Videre skriver Burke om *smoothness*, glatte, myke overflater nesten alltid sees på som vakre: «In trees and flowers, smooth leaves are beautiful; smooth slopes of earth in gardens; smooth streams in the landscape; smooth coats of birds and beasts in animal beauties; in fine women, smooth skins; and in several sorts of ornamental furniture, smooth and polished surfaces.»¹⁸⁶ Dette er også noe man kan kjenne igjen i samfunnet slik vi kjenner det nå, det tiltrekkende aspektet ved en ny og ubrukt mobiltelefon med sin glatte og ubesudlede overflate; eller en ung kvinnes glatte, perfekte hud og skinnende blanke hår utenpå en glossy magasinfor side, som for eksempel *W*, der Fitch og Trecartin fikk lov til å leke seg med *Placebo Pets*. Det er dermed verdt å nevne at Burkes *smoothness* direkte kan relateres til nettopp denne magasinfor siden, og da til saken om modellenes retusjerte knær. Denne retusjeringen kan sees på som et trekk som fremmet modellenes urealistiske *smoothness* og forsterket deres uoppnåelige og urealistiske framtoning.

4.2.2 Immanuel Kant

Den tyske filosofen Immanuel Kant (1724-1804) skrev *Kritikk av dømmekraften* i 1790. Denne kritikken ble skrevet som nummer tre i en serie av kritikker (*Kritikk av den rene fornuft* 1781, *Kritikk av den praktiske fornuft* 1788), og fungerte som en forening av de to første kritikkenene, men tilførte også estetikk og teologi til serien.¹⁸⁷ Selv om Kant er mest kjent

¹⁸⁴ Burke, *A Philosophical Inquiry*, 181.

¹⁸⁵ Burke, *A Philosophical Inquiry*, 181.

¹⁸⁶ Burke, *A Philosophical Inquiry*, 182.

¹⁸⁷ Lars Fredrik Händler Svendsen, «Immanuel Kant,» *Store norske leksikon*, 10.07.2017.
https://snl.no/Immanuel_Kant

for sine betydelige bidrag innenfor filosofiens ulike grener, er også hans tanker innenfor estetikken bemerkelsesverdige, og de har påvirket andre store tenkere i senere tid, som Lyotard, de Duve og Genette.¹⁸⁸

Kants estetikk er sterkt preget av boken den ble skrevet i – kritikk av dømmekraften. Dette kan sies da det legges stor vekt på selve *smaksdommen* i seg selv, og at hvem som er en egnet *smaksdommer*, også er viktig for Kant. Han mente også at det skjønne måtte bedømmes som skjønt gjennom et fullstendig interesseløst velbehag,¹⁸⁹ være objekt for et allment velbehag¹⁹⁰ og være formålstjenlig uten noe direkte formål.¹⁹¹ For Kant oppstår det skjønne tilfeldig i naturen, men er et produkt av *geniet* i kunsten.¹⁹² Genialitet er en naturbegavelse, et talent som ved å være en medfødt og dermed en naturlig egenskap ved et (mannlig) individ, gjør geniet egnet til å skape de *skjønne* kunster.¹⁹³

Angående det skjønne og sublime er Burke og Kant noe uenige. Burkes beskrivelser og skildringer av hva som kan kalles for vakkert og skjønt og hvorfor det er slik tyder på en fullstendig overbevisning om at han har rett nettopp fordi han selv mener dette; teksten hans er gjennomsyret av hans personlige *smak*. Kant derimot er svært pragmatisk og holder et objektivt blikk og avstand i sin tekst, nesten slik at det virker som om svært få ting ville kunne passert gjennom Kants nåløyne og kunne kalles vakre, foruten blomster og pynteservise. Sianne Ngai påpeker at det hverken i Burkes eller Kants estetiske teorier finnes noen særlige grader innenfor de ulike kategoriene. Dette er fordi, som i tilfelle med det sublime, må det oppstå en så voldsom effekt av det sublime at det ikke vil herske noen tvil om at gjenstanden faktisk er sublim. Også når det kommer til det skjønne må det ikke være noen tvil om at det som blir beskuet er skjønt, da objektet/subjektet må ha de kvaliteter som å vekke varme, kjærlige følelser i oss, eller være gjenstand for «et interesseløst og allment velbehag»,¹⁹⁴ som i Kants tilfelle. Eller, slik Ngai skriver det. «This stands to reason given that aesthetic judgements are precisely judgements based on feelings as opposed to principle of internal variation might be tied to an affective spectrum, or to the relative weakness and/or power of the intensities behind them.»¹⁹⁵

¹⁸⁸ Bale og Bø-Rygg, *Estetisk teori*, 56.

¹⁸⁹ Immanuel Kant, *Kritikk av dømmekraften (i utvalg)*, Oversatt av Espen Hammer (Oslo: Pax Forlag A/S, 1995) 79.

¹⁹⁰ Kant, *Kritikk av dømmekraften*, 80.

¹⁹¹ Kant, *Kritikk av dømmekraften*, 107.

¹⁹² Kant, *Kritikk av dømmekraften*, 186-187.

¹⁹³ Kant, *Kritikk av dømmekraften*, 187.

¹⁹⁴ Kant, *Kritikk av dømmekraften*, 80.

¹⁹⁵ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 57.

4.3 *Cute* – når det søte blir infantilisert og gjort til en handelsvare

Det søte er til forskjell fra det vakre, mindreverdige som estetisk kategori. Ngai sier dette om det søte i sitt intervju med Adam Jasper:

Cuteness is a way of aestheticizing powerlessness. It hinges on a sentimental attitude toward the diminutive and/or weak, which is why cute objects—formally simple or noncomplex, and deeply associated with the infantile, the feminine, and the unthreatening—get even cuter when perceived as injured or disabled. So there's a sadistic side to this tender emotion, as people like Daniel Harris have noted. The prototypically cute object is the child's toy or stuffed animal.

Cuteness is also a commodity aesthetic, with close ties to the pleasures of domesticity and easy consumption. As Walter Benjamin put it: 'If the soul of the commodity which Marx occasionally mentions in jest existed, it would be the most empathetic ever encountered in the realm of souls, for it would have to see in everyone the buyer in whose hand and house it wants to nestle.' Cuteness could also be thought of as a kind of pastoral or romance, in that it indexes the paradoxical complexity of our desire for a simpler relation to our commodities, one that tries in a utopian fashion to recover their qualitative dimension as use.¹⁹⁶

Det som er søtt framtrer altså som harmløst og kraftløst for oss og er, som sitatet over konstaterer, mye assosiert med det infantile, det feminine og det ikke-truende.¹⁹⁷ Det svake og det søte blir også satt opp mot hverandre, noe Edmund Burke har vært tidlig ute med å konstatere. I hans *A Philosophical Enquiry into the Sublime and Beautiful* kommer det tydelig fram at *pene kvinner* (unge overklassekvinner) både kan beskrives som vakre, feminine og delikate, *the weaker sex*.¹⁹⁸

Et bemerkelsesverdig trekk ved det søte, er at det å kalle noe eller noen for søt(t) kan være en ambivalent kommentar som må tolkes ut fra situasjon og kontekst. Dette er på grunn av det søtes tette tilknytning til det som er lite, uskyldig, svakt, harmløst og barnslig. Å infantiliserer noe betyr at noen blir behandlet som et lite barn uten å være et lite barn, eller at noen oppfører seg som et barn uten å være det. Dette må ikke forveksles med ordet *barnslig*. Denne handlingen kan være både bevisst og ubevisst, bevisst som en hersketeknikk der den som infantiliserer ønsker å latterliggjøre eller virke overlegen ovenfor den som blir infantilisert. Infantiliseringen kan også bli brukt bevisst som en teknikk for å gjøre seg uskyldig og søt, enten for å oppnå noe gjennom dette, eller for å gjøre seg mer sårbar for på den måten å bli behandlet bedre.

¹⁹⁶ Jasper, «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai.»

¹⁹⁷ Jasper, «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai.»

¹⁹⁸ Edmund Burke, *A Philosophical Enquiry into the Sublime and Beautiful*, Redigert av Paul Guyer (New York: Oxford University Press, 2015) 88. Jeg har jobbet simultant med to utgaver av samme bok, originalutgaven og en nyere utgave, og derfor har jeg oppført begge bøkene i litteraturlisten. De aller fleste referansene er likevel til den nyeste utgaven da denne var lettere å jobbe med.

Slike infantiliseringsprosesser skjer naturlig av seg selv i dyreriket og er ment som en forsvarsmekanisme. Søte, infantilisererte dyreunger har større sjanser til å overleve. I tillegg til å vekke omsorgsfølelser i oss kan også søte babyer og dyre-unger vekke et varsomhetsinstinkt i oss der vi ubevisst er mye mer forsiktige og varsomme rundt små, skjøre skapninger enn ellers.¹⁹⁹ Denne effekten kalles *kindchenschema* av adferdsforskerne og sentrerer rundt konseptet om det *lille*, et trekk vi mennesker ikke klarer å motstå, som i denne sammenhengen hører sammen med store hoder, store øyne, små neser og kropper. Dette fenomenet er ett av punktene om det skjønne Edmund Burke påpekte i sin avhandling *A Philosophical Enquiry into the Sublime and Beautiful*. Adferdsforskerne fant dessuten ut at søthet ikke bare vekker omsorgsfølelse i oss og gjør oss i stand til å ta vare på individer som trenger ekstra omsorg. Søtheten påvirker oss også i den grad at man blir mer egnet og gjør en bedre jobb totalt.²⁰⁰

Dette er relevant i forhold til *Placebo Pets* og Trecartins utsagn i intervjuet med *W* som skjedde i sammenheng med photoshooten, der han uttalte at: «There's a certain power that animals have over us when they respond to us in unexpected, friendly ways»,²⁰¹ og:

And it's really them domesticating us almost more than us domesticating them, because they're training us to want them. Training and taming something is not one-sided, it's a dynamic. We created social media, but then it changed us because we interacted with it. Because it has its own rules and limitations. And it's not us, even though it is us. And then it transforms the next thing that happens just by existing. You can't really avoid being trained.²⁰²

De søte dyrene domestiserer og trener oss mennesker slik at vi ønsker å beholde dem som kjæledyr. Dette gjelder sannsynligvis i hovedsak de mer intelligente dyrene som allerede er domestisert, som hunder og katter. Men at dyrene trener oss på samme måte som teknologien, som i utgangspunktet ble kreert som et hjelpemiddel for oss, men nå virker begge veier da teknologien nå får oss til å endre vår normale adferd, trener oss til å ikke bare ønske å ha dem hos oss, men også trener oss til å gjøre slik de ønsker. I *Placebo Pets*-fotografiene kommer ikke dette aspektet spesielt tydelig fram annet enn ved at Jenner og Hadid viser seg fra en medgjørlig side og finner seg i handlingene som foregår på de ulike bildene.

Det søte kan også påvirke oss på en annen måte, og gjøre oss impulsive og lekne. Søte gjenstander har en annen virkning på oss enn søte individer, slik forfatter og redaktør Eric Jaffe skriver i sin artikkel «Why You Love Cute Things»:

¹⁹⁹ Eric Jaffe, «Why You Love Cute Things», *Co.Design*, artikkel publisert 12.05.2014.

<https://www.fastcodesign.com/3030439/the-adorably-powerful-ways-that-cuteness-shapes-your-behavior>

²⁰⁰ Jaffe, «Why You Love Cute Things.»

²⁰¹ Solway, «Placebo Pets,» 146.

²⁰² Solway. «Placebo Pets,» 146.

Nenkov of Boston College, along with Maura Scott of Florida State, suspected cute items might have a very different effect on behavior than cute infants do. They reasoned that whimsically cute items—playful objects or patterns unrelated to living beings—would conjure fun feelings rather than nurturing ones. That should put people in the mood to reward themselves rather than pay careful attention to others.²⁰³

Ut ifra sitatet kan det virke som om søte gjenstander kan brukes nesten utelukkende for å selge flere varer da forbrukeren kjenner et behov for belønning av å omgås gjenstandene. Og belønningen består selvsagt av produktet som er «vimsete søtt».

I Japan finnes det en hel kultur dedikert til det søte – *Kawaii*. Betydningen av ordet *kawaii* har utviklet seg gjennom tidene til det det betyr i dag som kan oversettes til «søt», «elskverdig» eller «nusselig».²⁰⁴ Originalbetydningen var litt annerledes, da ordet som *kawaii* stammer fra, *kawo-hayu-shi*, betyr noe mer i retning av å rødme, og kunne brukes til å beskrive flauhet og følelser av selvbevissthet.²⁰⁵ Ordet *kawaii* gikk gjennom en forvandling slik at det nå besitter visse kvaliteter som fremdeles finnes i dagens samfunn:

Ethologist Konrad Lorenz proposed that ‘baby schema’ is a particular set of physical features, such as a large head and eyes, a round face and chubby cheeks, which are perceived as cute or cuddly and elicit the motivation to care for the adolescent creature in adults. In species where the young depend entirely on such care (like humans) it may be a matter of survival (excluding, of course, social stigma).²⁰⁶

Dette fenomenet blir synlig gjennom *kawaii*-kulturen, der kvinner må infantiliseres både fysisk og mentalt for å kunne oppfattes som søte.²⁰⁷ Gjennom å infantilisere forskjellige produkter, fremstår produktene som mer appellerende for oss, noe som er et nyttig salgstriks i vareindustrien og for forbrukersamfunnet.

En kunstner som har utnyttet menneskers iboende behov for å eie det som er søtt, er den japanske kunstneren Takashi Murakami (1962-). Slik som kunstneren Andy Warhol jobbet med å skape kunstverk som befant seg i grenseland mellom høykunst og kommersielle salgsvare, utnytter også Murakami det søte til å kunne appellere til oss gjennom det sanselige for å kunne selge varer.²⁰⁸ Murakami skapte tidlig i 90-årene en karakter han kalte for Mr. DOB. Mr. DOB ble kreert som et eksperiment, en undersøkelse av hva karakterer som Mikke Mus eller Hello Kitty hadde som gjorde dem så godt egnet til å overleve i salgsmarkedet.²⁰⁹ Ngai skriver at på samme måte som Mikke Mus endret seg gjennom 1900-tallet til å bli søtere

²⁰³ Jaffe, «Why You Love Cute Things.»

²⁰⁴ Ai Faithy Perez, «Sexism and Culture: Japan’s Obsession With Kawaii,» *Savvy Tokyo*, 05.09.2017. <https://savvytokyo.com/sexism-culture-japans-obsession-kawaii/>

²⁰⁵ Perez, «Sexism and Culture.»

²⁰⁶ Perez, «Sexism and Culture.»

²⁰⁷ Perez, «Sexism and Culture.»

²⁰⁸ Ngai. *Our Aesthetic Categories*, 81-82.

²⁰⁹ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 82.

og søtere, endret også karakterens overlevelsessevne i samfunnet seg til å bli bedre og bedre, og Mr. DOB skulle dermed utforske dette fenomenet.²¹⁰ Mr. DOB ser ut som en slags mus (han er tross alt inspirert av Mikke Mus) med et stort, ovalt hode, to runde ører og et barnlig, uskyldig ansikt. I det venstre øret hans finner man bokstaven D og bokstaven B i det andre øret, som utgjør at de sammen med det runde ansiktet staver ut navnet hans D-O-B. Han kan absolutt beskrives som kawaii og tilhører også kawaii-kulturen. Murakami har aktivt brukt kawaii-estetikken for å kunne selge varer, noe som vises gjennom hans produksjon av plakater, kosedyr, nøkkelringer etc.

Noe som er verdt å merke seg ved Mr. DOB er at han ikke forblir konstant søt. Mr. DOB utvikler seg til noe annet som i stedet for å utstråle søthet og barnslig uskyldighet, heller utstråler angst, stress og fortvilelse. Det søte er også en kilde til aggresjon, det er derfor vi kan føle en trang til å klemme, klype og til en viss grad skade det vi synes er søtt.²¹¹ Dette skyldes de voldsomme affekterte kravene som stilles av de søte objektene, en paradoksal dobbelthet integrert i det søte som konsept helt fra begynnelsen av.²¹²

Det finnes både likheter og forskjeller mellom det søte og det vakre. En av likhetene er for eksempel at begge de estetiske kategoriene kan omhandle det ungdommelige og menneskers idealisering av ungdommelighet, samt et stadig ønske om evig ungdom. En av forskjellene mellom det søte og det vakre kan sees ved at det søte er noe som appellerer til sansene våre, vekker varme følelser i oss og får oss til å bry oss om det, samt gir oss et ønske om å ta vare på det. Det vakre appellerer snarere til vårt intellekt gjennom sansene, og gir oss således en følelse av velbehag, eller som Edmund Burke beskriver det:

Beauty is a thing much too affecting not to depend upon some positive qualities. And, since it is no creature of our reason, since it strikes out without any reference to use, and even where no use at all can be discerned, since the order and method of nature is generally very different from our measures and proportions, we must conclude that beauty is, for the greater part, **some quality in bodies, acting mechanically upon the human mind by the intervention of the senses.**²¹³

Videre er det viktig å påpeke at begrepet om skjønnhet og det vakre er tettere knyttet opp mot det seksuelle og erotiske enn det søte er, og det søte kan således relateres mer til det barnslige og vekker omsorgsfølelser i oss.

Enkelte mennesker velger å utføre drastiske tiltak for å beholde et ungt og vakkert utseende. Plastiske eller kosmetiske operasjoner er slike tiltak. Det kan være flere grunner til

²¹⁰ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 82.

²¹¹ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 85.

²¹² Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 85.

²¹³ Burke, *A Philosophical Enquiry into the Sublime and Beautiful*, 90. Min uthevelse.

å undergå en plastisk operasjon, som for eksempel en medfødt skade, et skjemmende arr eller en kropp med en type defekt som medfører smerter. Mange velger likevel å ty til plastiske operasjoner for å oppnå et mer attraktivt ytre. Adrian Furnham skriver i sin artikkel «Why Choose Cosmetic Surgery?» at det i bunn og grunn er biologien vår som avgjør hva vi ser på som vakkert,²¹⁴ og mer spesifikt; de av oss som er mest fruktbare er også dem som anses for de vakreste. Hos kvinner vil altså ungdommelighet, en smal midje i forhold til hoftene sammen med store bryster gi gode indikasjoner på at individet er friskt, sunt og fruktbart.²¹⁵

En trend som har blitt svært populær også hos den yngre generasjonen er bruken av *botox*²¹⁶ og *fillers*²¹⁷ for å få et mer ungdommelig og attraktivt utseende. Det som derimot skjer med unge jenter, kvinner knapt i 20-årene, som foretar slike (små, men likevel merkbare) inngrep er at de ser mindre menneskelige ut, og hjernen vår prøver å finne ut hva det er med dem som ikke stemmer.²¹⁸ Et eksempel på dette er Kendall Jenners yngre søster Kylie Jenner, født i 1997, som allerede til tross for sin unge alder har gjennomgått flere runder med fillers og således oppnådd svært fyldige lepper, noe som nå har blitt hennes merkevare. Det spekuleres også om hun har lagt seg under kniven for å ha forstørret brystene sine, men dette er foreløpig kun rykter. Det som faktisk er interessant ved dette er at Kylie Jenner nå ser ut som om hun er betraktelig mye eldre enn hennes to år eldre søster Kendall Jenner, mye fordi ansiktet hennes rett og slett ser kunstig ut. Monica Corcoran Harel, journalist for det internasjonale mote- og skjønnhetsmagasinet *Elle*, skriver dette om Kylie Jenners drastiske forvandling: «[n]ever mind her much-discussed lips—gone is her cute cinnamon sprinkle of freckles, faint laugh lines, and the normal hollows beneath her eyes.»²¹⁹ Kylie Jenner har altså gått fra å være en søt, uskyldig og naturlig jente til å bli en unaturlig, overseksualisert ung kvinne, i jakten på det uoppnåelige vakre.

²¹⁴ Adrian Furnham, «Why Choose Plastic Surgery?» *Psychology Today*, 24.01.2016.

<https://www.psychologytoday.com/blog/sideways-view/201601/why-choose-cosmetic-surgery>

²¹⁵ Furnham, «Why Choose Plastic Surgery?»

²¹⁶ Botox: en nervegift som inneholder botulinum-toxin type A. Dette stoffet glatter ut ansiktsmusklene og hindrer musklene i å trekke seg sammen.

²¹⁷ Fillers: en paraplybetegnelse på alle stoffer man kan injisere inn i ansiktet for å fylle ut rynker eller fylle opp leppene. Det vanligste stoffet til å fylle leppene med heter *Restylane*.

²¹⁸ Monica Corcoran Harel, «Do Fillers Actually Make You Look Older?» *Elle*, 22.07.2016.

<http://www.elle.com/beauty/makeup-skin-care/news/a38042/young-people-using-fillers-botox-plastic-surgery/>

²¹⁹ Harel, «Do Fillers Actually Make You Look Older?»

4.4 Zany – Hverdagslig galskap

Det som er zany er ofte knyttet til handling. Man kan være zany som person samtidig som en handling kan være zany. Ikke like ofte er en gjenstand zany på samme måte. Ngai sier dette om *zaniness* i sitt intervju med Adam Jasper, her med hovedsakelig vekt på hva som kan være zany ved videospill:

You could say that zaniness is essentially the experience of an agent confronted by—even endangered by—too many things coming at her quickly and at once. Think here of Frogger, Kaboom!, or Pressure Cooker, early Atari 2600 video games in which avatars have to dodge oncoming cars, catch falling bombs, and meet incoming hamburger orders at increasing speeds. Or virtually any Thomas Pynchon novel, bombarding protagonist and reader with hundreds of informational bits which may or may not add up to a conspiracy.²²⁰

Ngai bruker også karakterene Lucy Ricardo fra TV-serien *I Love Lucy*, spilt av Lucille Ball, og Jim Carreys karakter i *The Cable Guy* som eksempler på zany karakterer. Men det var ikke med dem at den merksnodge og zany karakteren oppstod. I følge Oxford Dictionaries betyr ordet zany «[a]musingly unconventional and idiosyncratic» når ordet er brukt som adjektiv, men ordet kan også brukes som et verb og da lyder definisjonen slik: «historical: a comic performer partnering a clown, whom he imitated in an amusing way.»²²¹ Den zany skikkelsen har vært til stede i bøker og skuespill siden 1500-tallet. Den zany karakteren var ofte tilstede i de italienske *commedia dell'arte*, som kan beskrives som skuespillerdrevne og hovedsakelig improvisatoriske profesjonelle skuespill der den humoristiske karakteren «zanni» som regel fantes blant rollene.²²² Ngai poengterer at ordet «zany» er en av få av de estetiske kategoriene som i tillegg til å være et adjektiv, også kan brukes som et substantiv, mye grunnet ordets historiske opprinnelse:

Zaniness thus begins as a style tied to the artistic representation of a person of a specific historical type: a character defined by a specific kind of labor or relation to labor. But zaniness also bears a special relationship to the category of character as such – that is, to the mediated representation of real or fictional agents – that I would argue no other aesthetic category shares.²²³

Ngai argumenterer også for at ordet *zany*, i likhet med *cute*, er ord som ikke utelukkende kan tolkes som positive: «The zany thus has a stressed out, even desperate quality that immediately sets it apart from its more lighthearted comedic cousins, the goofy or silly. Although zaniness is playful in all its manifestations across genres, media and cultural strata,

²²⁰ Jasper, «Our Aesthetic Categories.»

²²¹ Oxford Dictionaries, s.v. «Zany,» 01.12.2017. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/zany>

²²² Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 192.

²²³ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 192-193.

it is an aesthetic of action pushed to strenuous and even precarious extremes».²²⁴ Etter hva Ngai legger fram her, kan det altså virke som om «zany» betegner situasjoner, eller personer, som kan beskrives som svært stressede eller anstrengende, til tross for at denne voldsomheten til syvende og sist er ment humoristisk og fornøyet.

The unfunniness of total or absolute adaptability, while arguably brought to a head by the flexible network capitalism of our current moment, goes a long way toward explaining the discomforting aspect of all of modernity's zanies. Far from being 'divinely untroubled,' zaniness projects the 'personality pattern' of the subject wanting too much and trying too hard: the unhappily striving wannabe, poser or arriviste.²²⁵

Dette utsagnet gjør Fitch og Trecartins tidligere verker relevante igjen, og da spesielt med tanke på filmene deres som *Center Jenny* eller *Site Visit*. I *Center Jenny* møter man stadig på karakterer som vil for mye og prøver for hardt for å til slutt bli til «den rene Jenny.»²²⁶ De fleste av karakterene deres i *Any Ever*-serien oppleves som strebende «wannabes» på flere ulike måter.²²⁷ I sammenheng med *Placebo Pets* er det mulig å trekke fram det faktum at modellene således også kan sees på som zany i seg selv, i alle fall hvis man tar med deres familier i betraktningen, basert på de to reality-TV-programmene *Keeping Up with the Kardashians* og *The Real Housewives of Beverly Hills*, programmer som uten tvil kan beskrives som zany.

Ngais kapittel om zany har fått tittelen *The Zany Science*, en referanse til Friedrich Nietzsches (1844 - 1900) *The Gay Science* (1882). Nietzsche skrev, ifølge Ngai, på en zany måte, med en tilfeldig og aforistisk stil som, etter Ngais mening, har en tilsvarende effekt på leseren som en zany film, ved å blande stemmer, stiler og troper i en aggressiv retorikk.²²⁸ Ironisk nok kan selve kapittelet *The Zany Science* oppleves som zany i seg selv, om som en mildere variant enn slik Ngai beskriver Nietzsches *The Gay Science*. Det noe uoversiktlige kapittelet kan godt oppsummeres med et sitat hentet fra kapittelet, skrevet av Ngais egen hånd: «... [Z]aniness is essentially the experience of an agent confronted by – and endangered by – too many things coming at her at once».²²⁹

²²⁴ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 185.

²²⁵ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 189.

²²⁶ McGarry, «CENTER JENNY.»

²²⁷ McGarry, «Worlds Apart,» 110.

²²⁸ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 184.

²²⁹ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 183.

4.5 *Cute og Zany i Placebo Pets*

Placebo Pets er et svært komplekst kunstverk på flere måter. Angående de estetiske kategoriene vil det være naturlig å kommentere at *Placebo Pets*-fotografiene kan passe inn under flere av dem, men særlig *cute* og *zany*. Noe annet som er bemerkverdig i denne sammenhengen er hvordan disse kategoriene er sammenfiltret inn i hverandre – fotografiene hadde ikke vært *zany* om Trecartin og Fitch ikke hadde gjort modellene *cute* først.

Det *zany* aspektet ved *Placebo Pets* trer først fram når man vurderer hele situasjonen i sin helhet. Slik som Lucy Ricardo i *I Love Lucy* mislyktes å være det de ulike jobbene hun prøver seg på krevde av henne,²³⁰ på samme måte «mislykkes» *Placebo Pets* i å være den motefotograferingen modellene, magasinet og merkeklærne forventet, på grunn av situasjon og kontekst. Men fotografiene lykkes så absolutt med å overraske, underholde og også sjokkere, slik reaksjonen på modellenes manglende kneskåler på forsiden viser til, ergo danner dette grunnlag for at fotografiene kan kalles *zany*. Fotografiene er *zany* på et grunnlag av absurditet.

Selv om både *cute* og *zany* er likestilte som estetiske kategorier, er de to svært forskjellige estetiske kategorier, og hva de kategoriene innebærer:

While the *cute* is thus about commodities and consumption, the *zany* is about performing. Intensely affective and highly physical, it's an aesthetic of nonstop action that bridges popular and avant-garde practice across a wide range of media: from the Dada cabaret of Hugo Ball to the sitcom of Lucille Ball.²³¹

På hvilken måte kombinerer *Placebo Pets* *cute* og *zany*? Hva tilfører kategoriene til verkene? Hvordan påvirker *cute* og *zany* hverandre?

Protesesminken tilfører noe nytt og annerledes til modellens ansiktstrekk. Den får modellene til å se mer animalske ut og fokuset på lepper og perfekte formede neser framstår som sekundært. Likeledes blir modellene gjort søte framfor vakre på de fleste av seriens fotografier, som igjen vekker andre følelser i oss enn det vakre alene ville gjort. I denne fotograferingen har modellene altså blitt gitt roller som harmløse kjæledyr som eies, og kan dermed bortimot anses som en vare. Modellene blir til en viss grad «degradert» fra å være vakre menneskelige modeller til å bli søte dyr grunnet protesesminken og dermed, gjennom sminken som endrer dem til å bli mer animalske, infantilisert og gitt, i denne sammenhengen, nesten samme status som et kjæledyr. I artikkelen om *Placebo Pets* i *W* sier jo Trecartin at det er de snilleste av oss som hadde overlevd hvis en humanoid utenomjordisk overlegen rase

²³⁰ Ngai, *Our Aesthetic Categories*, 179.

²³¹ Jasper, «Our Aesthetic Categories.»

hadde tatt over verden, og med de snilleste menes det her de minst truende – altså et individ som ikke kan oppfattes truende på noen måte, som et uskyldig barn eller et forsvarsløst dyr.²³²

Spørsmålet «hvem ville overlevd hvis en utenomjordisk, overlegen, humanoid rase tok over jorden? De snilleste av oss» - var nettopp spørsmålet og svaret som satte i gang hele prosjektet. Svaret har ingenting med modellene å gjøre. Modeller er ikke egentlig kjent for å være spesielt snille på noe vis. Det er ingen logisk grunn for at Kendall Jenner og Gigi Hadid skulle overlevd fremfor noen andre, annet enn at Trecartin og Fitch fant vennskapet dem imellom fascinerende.²³³ De kunne brukes i fotograferingen fordi de er modeller. Jenner og Hadid er øvet foran kameraer og de er vant til å ta på seg en maske og spille rolle.

Det finnes altså en helt konkret tanke og idé bak prosjektet som Trecartin og Fitch har skapt sammen. Men det må påpekes at det ligger noe mer i lagene over, da modellene ikke kan unnsnippe sine noe spesielle bakgrunner. Det blir dermed svært enkelt for betrakteren å assosiere de to kvinnene med sosiale medier, kjendiskulturen og TV. At ansiktene deres i *Placebo Pets* ikke ser ut som deres naturlige ansikter, fremhever således det faktum at modellene ikke alltid viser sine sanne personligheter i sosiale medier eller på TV. Protesesminken kan samtidig tolkes som en metafor for hvordan kjendiser, som lever under et konstant skjønnhetspress, stadig endrer seg på selv for å tilpasse seg publikums forventninger til dem.

På coverbildet i *Placebo Pets*-serien møter betrakterens blick på to overdrevent glatte, glødende ben, som skyldes en fjerning av kneskåler i Photoshop. Dette fører til et uoppnåelig og unaturlig barbie-aktig utseende, som kan virke inspirerende til kosmetiske og plastiske inngrep. I akkurat denne sammenhengen er det kanskje ment humoristisk og ikke som en glorifisering av plastisk kirurgi. Gigi Hadid mangler for øvrig et albueledd i fotografiet *Under Said*, og derfor er ikke forsidebildet unikt i denne serien. Denne underlige retusjeringen kan også være en måte for kunstnerne å vise at modellene, i nettopp denne fotograferingen, er noe annet enn ordinære mennesker. De er *Placebo Pets*.

Det er derimot viktig å påpeke at et magasin eksisterer for å selges, og et mer normalt utseende appellerer muligens mer til folk enn det de kosmetisk endrede ansiktene deres vi ser på flere av de andre fotografiene ville ha gjort. Dette kan dermed ha vært et rent strategisk trekk salgsmessig. Modellene, som da dette magasinet ble lansert høsten 2016, var to av

²³² Solway, «Placebo Pets,» 146.

²³³ Solway, «Placebo Pets,» 146.

verdens mest ettertraktete modeller, og dermed ville deres gjenkjennelige ansikter automatisk selge flere magasiner enn om ansiktene deres hadde blitt endret allerede på forsidebildet.

Det første bildet i serien der modellene viser seg med protesesminke har fått navnet *Floater Costs*. Det finnes her to forskjellige versjoner av begge modellene, noe som straks gir et svært kaotisk inntrykk. Det er et svært hendelsesrikt fotografi, noe som igjen gjør bildet mer zany. Fire av fotografiets totalt fem kropper som synes på bildet, er plassert i en diagonal linje fra øverst venstre hjørne til nederst i høyre hjørne. Bildet framstår dermed som svært dynamisk og kraftfullt. At en av Jenners kropper smelter sammen med en pute og ender rett under navlen, gir fotografiet et surrealistisk innslag og forsterker det som er zany ved serien. Et annet surrealistisk element er at selv om alle personene er plassert i en raftingflåte, er det ikke tegn til vann noe sted. Som et surrealistisk alternativ er det plassert en flyende kanadagås i det nedre venstre hjørne.

Fotografiet *Under Said* er det eneste, i tillegg til omslagsbildet, der modellene har fått beholde sine normale ansikter. I dette bildet møtes det vakre og det zany i en fin balanse, særlig siden modellene poserer like glamorøst som de kunne gjort i en annen motefotografering. Selve settingen føles derimot mer zany enn glamorøs. Som beskrevet tidligere i oppgaven,²³⁴ gjør sprinklene i sengen de sitter på, i sammenheng med fotlenkene på modellenes bein, at sengen minner om et bur eller et fengsel. Fitch og Trecartin har selv uttalt at settingen skal minne om en humanoid dyrehage,²³⁵ noe de absolutt har fått til, men problemet med dette fotografiet er derimot at Jenner og Hadid blir sidestilt med dyr i dyrehager – uten at de har blitt utstyrt med protesesminke. Hadde modellene vært i karakter som «super friendly, highly adaptive domesticated animals»²³⁶ ville stemningen absolutt vært en annen, men her er det de faktiske modellene som er satt i bur. Samtidig er modellene plassert i en seng, noe som umiddelbart symboliserer en seksuell undertone man umulig kan unngå å legge merke til. Det ubehagelige elementet forsterkes av det ikke-menneskelige nærværet man kan skimte i bildets høyre ytterkant. Der kommer det et par lange, spisse ører til syne, samt et par brune, senete hender med spisse klør som oppleves som delvis skremmende. Modellene blir faktisk iaktatt. Hundevalpen som både holdes av Jenner og vandrer mot Hadid, fungerer som en slags motpol til alle de ubekvemme tendensene i bildet. Av alle figurene er det den som besitter de søteste kvalitetene her.

²³⁴ Se del 2.2.

²³⁵ Solway, «Placebo Pets,» 146.

²³⁶ Solway, «Placebo Pets,» 146.

Pitch Flare er et stort fotografi som går over to av magasinets sider. Jesse Hoffmann, Kendall Jenner og Gigi Hadid ser ut som de er midt i en slags band-øvelse; det ligger forskjellige instrumenter strødd rundt omkring dem på bakken, og Jenner holder en mikrofon. Hun har for anledningen blitt tildelt tre armer. Hoffmann holder et videokamera og virker forventningsfull, som om Jenner og Hadid skal til å gjøre noe fantastisk. Hele stemningen er derimot ganske laber, særlig etter Jenner og Hadids ansiktsuttrykk å dømme. Fotografiet framstår likevel zany og affektert, siden det er så tettpakket med objekter. Omtrent midt på venstre side kikker en liten koala opp fra en busk. Denne er tydelig digitalt generert, men oppleves endog som søt.

I bildet *Open Horse* er det kun Kendall Jenner som er avbildet. Hun er vist i et slags portrettformat fra livet og opp, og er plassert bak en stor, data-animert hest. Bak henne igjen er det et uidentifiserbart, grønt vesen. Jenner har en svevende volleyball i fanget. Fargene er hovedsakelig dunkle, med unntak av Jenners blomstrete bikinitopp, rosa jakke og rosa caps. Ansiktsuttrykket hennes er heller ikke muntert, men direkte og blikket hennes konfronterende. Til tross for protesenesen er det ikke noe som gjør henne søtere enn hun vanligvis er. Selv om bildet er zany, er det nok dette som både er minst zany og minst søtt av alle fotografiene i serien. Noe av grunnen til dette kan være at midtdelen av bildet er såpass mørkt at det er vanskelig å se tydelig hva som foregår. Endog er det som om Jenners mage formmessig mimikerer formen på volleyballen, og dette gir magen hennes et unaturlig rundt inntrykk som kun oppleves som merkelig.

I fotografiet *Captcha Off* er Gigi Hadid avbildet alene, men sammen med noen digitalt genererte romvesen, samt med flere animerte veps, og et par fritthengende hender øverst til høyre. Dette fotografiet er det i serien som best viser hvordan det søte har tatt over for det vakre hos modellene. Hadid smiler lurt mot noe, eller noen, som ikke er synlig for betrakteren. Hun holder hodet ørlite på skakke, mens hun sitter i en froskelignende posisjon med begge beina sprikende ut fra kroppen. To spisse katteaktige ører i samme farge som huden hennes stikker ut gjennom det blonde håret. Det uskyldsfulle smilet sammen med den lunefulle holdningen gjør at hun helt og holdent fremstår som søt. I tillegg til dette løfter hun øyenbrynene, noe som gjør øynene mer åpne og dermed større, noe som bidrar videre til at hun ser søt og uskyldig ut.

Dette bildet er også svært zany. Det er kaotisk, og delvis surrealistisk med mange digitale tilføyelser som vepsene, noen av klærne Hadid har på seg og to romvesener som står bak henne. Disse har blitt utstyrt med undertøy som hodeplagg, noe som ytterligere

understreker det zany ved fotografiet. Som om ikke dette var merkelig nok, virker det som om Hadid har blitt utstyrt med to par bein i dette fotografiet. De ekstra beina fører imidlertid ikke til at hun ser ekkel ut, mer underlig om noe som helst, men dette skyldes sannsynligvis at tilføyelsen ikke er spesielt godt synlig.

Sett under et hele vil fotografiene kunne beskrives som både zany og søte, men på ulike premisser. Det zany ved fotografiene er det som springer deg i øynene nesten i samme sekund du kikker på bildene. Alle de digitalt tillagte, kaotiske elementene oppleves som zany, samt alle de surrealistiske faktorene, som flåten de rafter på i *Floater Costs* eller senga de poserer på i *Under Said*. Klærne de har på seg bidrar til det zany inntrykket, selv om dette muligens er tilfeldig da klærne er fra kjente motehus og er mulig å få tak i til eget bruk. Hvordan denne fotograferingen viker fra andre motefotograferinger blir dermed enda tydeligere – det normale ville vært å få klærne i fokus slik at de blir lettere å selge. I *Placebo Pets* er det derimot ikke antrekkene som er fotografiernes stjerner.

Det søte ved fotografiene er modellene der de har blitt endret kosmetisk og fått tillagt animalske ører. Kunstnerne har dessuten gjort fotograferingen søtere med vilje ved å inkludere søte dyr som en hundevalp, en forvirret hane på forsidebildet og en flygende kanadagås. Den animerte hesten i *Open Horse* er ikke like søt da den framstår som kunstig og utsnittet er for tett på til at man kan se hele hesten, noe som også påvirker helhetsinntrykket. Den lille koalaen i *Pitch Flare* er også animert, men er likevel ganske søt. Kanskje dette er fordi den er liten, uskyldig og myk, og som nevnt tidligere er dette egenskaper som nesten automatisk gjør et objekt søtt? Det er likevel flere elementer i enkelte av bildene som gir opplevelsen av dem et ubehagelig preg. Dette ubehaget formidles i all hovedsak gjennom de ikke-identifiserte dataanimerte skikkelsene som symboliserer noe ukjent. Selv om disse figurene bidrar til å gjøre *Placebo Pets* zany, er det ikke dermed sagt at de gjør fotografiene morsommere. Denne ambivalensen ved *Placebo Pets* vil bli diskutert i neste kapittel.

5 Er *Placebo Pets* samfunnskritisk?

I de to foregående kapitlene har jeg analysert fotografiene i *Placebo Pets*-serien med vekt på Amelia Jones' teorier om teknologi, iscenesettelse, performance og «Body Art», og Sianne Ngais estetiske teorier om *cute* og *zany*. Grunnen til at jeg valgte å gjøre det på denne måten var for således å få to ulike perspektiver og innfallsvinkler til bildene; en som tok for seg sosiale medier, teknologi, kropp i kunsten og performativitet, og en som fokuserte mer på det estetiske aspektet ved fotografiene, og da særlig de mer ukjente kategoriene *cute* og *zany*.

Det de to perspektivene har til felles er at de begge orienterer seg rundt fasade, altså *utseende*. Sosiale medier dreier seg mye om fasade, og som forbruker kan man manipulere denne fasaden slik man ønsker uten at følgerne får vite om det de ser er sannheten eller ikke.²³⁷ Man kan samstundes anvende sosiale medier til å selge produkter, og da har jeg påpekt hvordan man kan bruke det søte salgstrategisk. Gjennom sosiale medier kan allerede kjente mennesker bruke kjendisstatusen sin til å nå ut til enda flere mennesker, og man blir dermed bombardert av bilder av disse perfekte menneskene, et syn som kan påvirke oss mer enn vi aner. Kjendiser kan også bruke sosiale medier til å selge produkter de har blitt betalt for å promotere, og således kompletteres sirkelen.

Å gjøre endringer på utseendet sitt er også et poeng som går igjen i begge kapitlene, noe som også skinner gjennom i *Placebo Pets*. Amelia Jones skriver kort om performance- og kroppskunstneren Orlan, som helt konkret har endret kroppen sin fysisk gjennom flere operasjoner for på den måten kunne uttrykke sine meninger om hvordan skjønnhet har blitt fremstilt gjennom kunsten.²³⁸ Andre kunstnere som Hannah Wilke eller Pipilotti Rist har ikke gått like drastisk til verks, men har brukt digitale virkemidler for å endre kroppen sin, eller tilført kroppen ulike materialer for å endre den midlertidig.

Det politiske aspektet er noe begge teoretikerne deler, om enn på noe ulikt grunnlag. Amelia Jones' politiske grunnlag bygger på hennes syn på den generelle kunsthistorien og kritiserer denne for å være for vestlig orientert og hovedsakelig dreie seg om mannlige kunstnere. Ved å påpeke dette, samt å aktivt skrive inn kvinnelige kunstnere og ikke-vestlige kunstnere er hun en viktig del av utvidelsen av kunsthistoriens kanon i vår tid.

Sianne Ngai har valgt å skrive om estetiske kategorier som ikke har blitt viet mye oppmerksomhet, og på den måten beriker også hun det estetiske forskningsfeltet. De estetiske

²³⁷ Maha Kamran, «Eksponeringsbehovet I sosiale medier er ikke så sinnssykt,» *Subjekt*, 02.05.2017.

<http://subjekt.no/2017/05/02/selveksponeringsbehovet-i-sosiale-medier-er-ikke-sa-sinnssykt/>

²³⁸ Jones, *Self/Image*, 32-33.

kategoriene *cute*, *interesting* og *zany* blir aktuelle i dag nettopp fordi disse kategoriene er svært godt egnet til å beskrive vårt kapitalistiske og konsumer-orienterte samfunn. Det politiske elementet ligger derfor og lur i det søtes salgspotensiale og i estetiseringen av det maktesløse, mens *zany* hovedsakelig omhandler arbeid og produksjon.²³⁹

Både Amelia Jones og Sianne Ngai har blitt beskrevet som politiske, men hva innebærer det i forbindelse med teori? Juridisk leksikon definerer «politikk» slik:

Politikk er den aktivitet som går ut på å styre eller lede samfunnsutviklingen og innebærer fordeling av goder og byrder i et samfunn ved bruk av makt. I praksis er politikk samspillet mellom den virksomhet som skjer i tilknytning til statsorganene og det øvrige samfunn.

Begrepet politikk kan defineres både vidt og snevert. En vid definisjon innebærer at politikk er alle sosiale forhold som innebærer makt, styre og autoritet, mens en snever definisjon sier at politikk er offentlig beslutningsaktivitet og de rammene som leder individers og gruppers handlinger fram til offentlige vedtak. I den snevre definisjonen avgrenses politikk til det som foregår gjennom de politiske institusjonene, som valg, lovgivning, pressgruppevirksomhet, regjeringsdannelse og statsstyre, mens den vide definisjonen også ser politikk i det som foregår innen private organisasjoner, nabolag, smågrupper, familier og parforhold, i den grad det har med makt, styre og autoritet å gjøre.²⁴⁰

Ut ifra denne vide definisjonen kommer det fram at alle samfunnsstrukturer på en eller annen måte er politiske. Også institusjoner må være politiske etter denne definisjonen, da institusjoner drives av et maktsystem finansiert av penger. Institusjonene fungerer på grunn av systemer, blir det feil i systemet kan institusjonen kollapse. Et samfunn er altså organisert rundt flere mindre systemer, og politikerne jobber med å holde alle de mindre systemene i gang slik at det store systemet kan holdes i gang. Ved å kritisere et samfunn gjennom tekstene sine, påpeker Amelia Jones og Sianne Ngai feil og mangler systemet besitter. Særlig Amelia Jones med sin snedige og elegante måte å inkorporere kvinnelige og ikke-vestlige kunstnere i kunsthistorien simpelthen ved å skrive om dem og på den måten gjøre dem betydningsfulle, virker som et ærlig forsøk på aktivt endre det hun mener kan forbedres ved samfunnet.

5.1 Diskusjon og drøfting:

Trecartin chooses not to critique our world as it is; instead he wants to know more about the things we are ashamed of, the addictions we wish we didn't have, our repressed desires, and the ways our thought processes are evolving – he wants to locate and grow these. However orphaned Trecartin's world may seem, it is not so distant from ours. It is like our world dialed up, and a state into which we ourselves might someday transition.²⁴¹

²³⁹ Simen Joachim Helsvig, «De små dommers politikk,» *Kunstkritikk*. 20.09.2016. <http://www.kunstkritikk.no/artikler/de-sma-dommers-politikk/>

²⁴⁰ Jusleksikon s.v. «Politikk,» 24.02.2018. <https://jusleksikon.no/wiki/Politikk>

²⁴¹ Cornell, «Medium Living,» 57.

Sitatet over er hentet fra katalogen *Any Ever* og er fra Lauren Cornells essay «Medium Living.» Sitatet taler selvsagt om det omfattende skulpturelle teateret²⁴² *Any Ever*, som ble avsluttet i 2010. Sett i lys av og rettet mot *Placebo Pets* er jeg både enig og uenig i sitatet. *Placebo Pets*-prosjektet viser oss absolutt en alternativ virkelighet som helt riktig er «dialed up»,²⁴³ og gjennom analysen er det tydelig at fotografiene også påpeker og poengterer elementer med våre liv som er kritikkverdige. Men jeg mener likevel at *Placebo Pets* kan tolkes som en kritikk av vår verden, til tross for Trecartin og Fitchs valg og meninger, og det er dette jeg skal demonstrere gjennom det følgende.

Placebo Pets oppleves ikke umiddelbart som et kritisk kunstverk, men gjennom de to foregående analysene har det kommet fram at de innbyr til mangfoldige tolkningsmuligheter. Kritikken vil naturligvis være fordelt utover forskjellige momenter fotoserien berører, og ligger sannsynligvis ikke utelukkende hos kun ett av dem. Summen av kritikken fra de ulike momentene samlet vil forhåpentligvis tilsi at verket til syvende og sist er samfunnskritisk.

Et poeng som til stadighet dukker opp i analysene av *Placebo Pets* er bruken av teknologi i dag og hvordan denne er med å forme oss som individer. I sitt intervju med *W* uttalte Ryan Trecartin at nettopp dette var noe av det som inspirerte kunstnerne til å produsere den formen for kunst; nemlig hvordan internett og teknologi former oss like mye som vi former den, og at dette er uunngåelig.²⁴⁴ Vi opptrer stadig foran kamera gjennom Snapchat og Instagram, og vi mater selveksponeringsbehovet vårt ved å dele selfies og lignende på sosiale medier.²⁴⁵ Det å iscenesette seg selv og livet sitt har blitt helt normalt, og gjør det enkelt for oss å gjemme de virkelige livene våre bak kunstige, men fotogene masker.

Ved å være zany kan *Placebo Pets* også tolkes som kritisk, da den estetiske kategorien zany har mye med det komiske å gjøre. Kontrasten mellom *Placebo Pets* og en «standard» motefotografering erfares da som påfallende når modellene blir iført protesesminke og photoshoppet leddløse.²⁴⁶ Det kaotiske momentet ved «zanyness» er også noe som går igjen i *Placebo Pets*, og vises gjennom de sterke fargene, de merkelige klærne, forekomsten av eierløse kroppsdeler og mengden av merkelige gjenstander som tilsynelatende plutselig dukker opp. Det at modellene i *Floater Costs* dukker opp i to varianter hver, bidrar til det zany inntrykket. Denne åpenbare annerledesheten som fotografiene utstråler fører til at

²⁴² Trecartin og Fitch omtaler ofte disse som «skulpturelle teater» da de i virkeligheten kan sees på som en blanding av installasjon og kino.

²⁴³ Cornell, «Medium Living,» 57.

²⁴⁴ Solway, «Placebo Pets,» 146.

²⁴⁵ Kamran, «Eksponeringsbehovet i sosiale medier er ikke så sinnssykt.»

²⁴⁶ Modellenes knær på forsidebildet og Hadids høyre albue i *Under Said*.

Placebo Pets neppe kan anses som en seriøs motefotografering. Dette påpekes ytterligere ved at klærne, utrolig nok, havner i skyggen av modellene og det absurde scenarioet som utfolder seg.

Ved å hevde at *cute* som estetisk kategori har makt til å påvirke samfunnet økonomisk, åpner Sianne Ngai opp for en politisk tolkning av tekstene sine. Politikk handler om makt, og makt er mye styrt av penger. Dermed knyttes alle trådene sammen, også med det søte som estetisk kategori. Ngai mener det søte, i ulike varianter og grader av søthet, påvirker oss til både å ville eie et produkt og manipulerer oss psykologisk til å ville handle mer. På den måten kan det søte være med å kontrollere markedskreftene. *Placebo Pets* er et kunstverk som har blitt influert av det søte og kan av den grunn bli brukt som en markedsstrategi til å selge flere magasiner. I tillegg er magasinet i seg selv et kommersielt magasin med en overvekt av reklamer og annonser i forhold til seriøse artikler, noe som igjen forsterker tilknyttingen til det konsumer-styrte samfunnet vi lever i.

Da Fitch og Trecartin selv har uttalt at de ønsket at modellene i *Placebo Pets* skulle være, eller forestille: «Snapchat animal filters come to life,»²⁴⁷ må det være trygt å påstå at sosiale medier har påvirket fotoprojektet i stor grad. W's artikkelforfatter Diane Solway har også lagt vekt på dette i teksten og da helt konkret med ordene: «Who better, then, to embody their highly adaptive, hyperfriendly humanoid pets than social media queens Hadid and Jenner.»²⁴⁸ Sosiale medier har i løpet av de siste årene blitt nyttige verktøy for å nå ut til massene. Det er gratis, det virker umiddelbart og kan derfor være en genial måte å markedsføre et produkt eller seg selv gjennom. Videokunstneren Petra Cortright er en god illustrasjon på dette da hun publiserer sine Webcam-videoer på YouTube.²⁴⁹

Flere av de største sosiale medier-kanalene, som Facebook, Instagram, Snapchat eller Twitter gjør det mulig for privatpersoner å følge de personene man selv ønsker, om det er kjendiser eller vanlige folk. Det at kjendiser er synlige på sosiale medier mener jeg kan være både positivt og negativt. Kjendisene blir mer tilgjengelige for normale mennesker, og de kan dele private øyeblikk med hele verden hvis det er ønskelig. Men de kan også brukes til å selge produkter gjennom sosiale medier, og de kan like gjerne iscenesette sine egne liv som andre mennesker, noe som igjen kan medvirke til idoliseringen av dem. De blir opphøyet til å være

²⁴⁷ Solway, «Placebo Pets,» 146.

²⁴⁸ Solway, «Placebo Pets,» 146.

²⁴⁹ Verkene hennes *DRK PARA* fra 2013 og *Bridal Shower* fra 2014 gir en fin introduksjon til kunstnerskapet hennes. Joni Hyvönen, «Digital Remains: Petra Cortright,» *Kunstkritikk*, 02.05.2014.
<http://www.kunstkritikk.no/artikler/digital-remains-petra-cortright/>

noe mer enn et menneske, for ingen vanlige mennesker er så perfekte hele tiden – inkludert dem selv.

Som jeg påpekte i delkapittel 3.4, skrev Thomas Crow i sitt essay «Saturday Disasters: Trace and Reference in Early Warhol» om Andy Warhol og hans portretter av Marilyn Monroe, et kunstverk som ble ferdigstilt kort tid etter hennes tidlige død. Som nevnt tidligere kunne dette bli tolket som både en hyllest av Monroes liv og prestasjoner, eller som en oppvisning av Warhols iskalde forhold til bransjen: «Little interest is displayed in them beyond the observation that, in their totality, they represent the random play of a consciousness at the mercy of the commonly available commercial culture.»²⁵⁰ At Warhol var fascinert av kjendiser og stjernestatusen i seg selv er ingen hemmelighet, men det som er interessant er hvordan han på snedig vis ble en så stor del av den samme kulturen og det samme miljøet, og også en selvstendig kilde til andres fascinasjon. Ifølge Crow var Warhol en svært kompleks person, og hans offentlige ansikt utad var i virkeligheten minst tre ulike personligheter:²⁵¹

The first, and by far the most prominent, was the self-created one: the product of his famous pronouncements, and of the allowed representations of his life and milieu. The second consists of the complex of interests, sentiments, skills, ambitions, and passions actually figured in paint on canvas or film. The third was his persona as it sanctioned experiments in non-elite culture far beyond the world of art. Of these three, the latter two are of far greater importance than the first, though they were normally overshadowed by the man who said he wanted to be like a machine, that everyone would be famous for fifteen minutes, that he and his art were nothing but surface. The second Warhol is normally equated with the first; and the third, at least by historians and critics of art, has been largely ignored.²⁵²

Om Warhols kunstneriske produksjon hersker det også tre ulike oppfatninger: «(1) it fosters critical or subversive apprehension of mass culture and the power of the image as commodity; (2) it succumbs in an innocent but telling way to that numbing power; (3) it cynically and meretriciously exploits an endemic confusion between art and marketing.»²⁵³

Dette er av interesse da disse tre rivaliserende dommene kan også appliseres på *Placebo Pets*: «(1) it fosters critical or subversive apprehension of mass culture and the power of the image as a commodity»:²⁵⁴ Warhols kunst kan altså, ifølge Crow, forstås som fremmede for en kritisk eller nedbrytende oppfatning av massekulturen og bildets makt som salgsvare. Dette kan leses som en negativ holdning til kunstens økonomiske verdi, når kunst

²⁵⁰ Crow, *Modern Art*, 49.

²⁵¹ Crow, *Modern Art*, 49.

²⁵² Crow, *Modern Art*, 49.

²⁵³ Crow, *Modern Art*, 49.

²⁵⁴ Crow, *Modern Art*, 49.

brukes for å kunne tilfredsstille et behov og for å være innbringende økonomisk. *Placebo Pets* kan også forstås som en kritikk av måten nettopp kjendiser brukes for å nå ut til massene, her gjennom linken til sosiale medier. Modellene, som internasjonale kjendiser, brukes nesten som et salgstriks nettopp fordi de er kjente, og i dette tilfellet også fordi de er gode venner privat og kan derfor fremme kunstnerens tanke om «companionship». Modellene kan også brukes nettopp for profitt, da de i seg selv utgjør god reklame og vil føre til økt salg av magasiner og av produktene de faktisk selger.

«(2) [I]t succumbs in an innocent but telling way to that numbing power.»²⁵⁵ Den andre dommen angående Warhols kunst går ut på at kunsten hans gir etter for makten, uten å kritisere den. Dette poenget handler om maktesløshet i møte med de store markedskreftene og hvordan det enkleste er å gjøre slik man blir fortalt. Ifølge dette punktet produserte Warhol den kunsten han gjorde fordi det var det markedet ønsket. I Trecartin og Fitchs tilfelle kan dette også være en mulighet. Siden *Placebo Pets* blir portrettert av Jenner og Hadid, to av de største modellene i verden, særlig i 2016 da dette nummeret av *W* ble lansert, kan det hende kunstnerne nesten følte seg presset av magasinet til å velge dem blant alle de kunne velge. Sannsynligheten for at dette er sannheten, er derimot ganske liten.

«(3) [I]t cynically and meretriciously exploits an endemic confusion between art and marketing.»²⁵⁶ Warhols kunst utnytter kynisk en endemisk forvirring mellom kunst og markedsføring. Med dette menes at Warhol, som en dyktig forretningsmann, utnyttet den forvirringen som oppstod mellom kunst og markedsføringen da disse sjangrene begynte å gli over i hverandre. Som tidligere grafisk designer for flere store selskaper var ikke dette problematisk for ham. Richard Prince (1949-) er et annet eksempel på en kunstner som vet å anvende reklameindustrien til sin fordel. I hans serie *New Portraits* fra 2014 re-fotograferte Prince andres personlige instagrambilder uten tillatelse, og plasserte dem i et galleri. Dette er mulig fordi instagrambilder, som andre bilder delt via sosiale medier, ikke er beskyttet av en spesifikk opphavsrett, og dermed kan en kunstner som Prince utnytte smutthullet. Ved å argumentere for at fotografiene i *New Portraits* var «transformative» kunne han hevde at dette var appropriasjon og ikke rent tyveri.²⁵⁷ Prince har blitt saksøkt mangfoldige ganger tidligere i

²⁵⁵ Crow, *Modern Art*, 49.

²⁵⁶ Crow, *Modern Art*, 49.

²⁵⁷ Hannah Jane Parkinson, «Instagram, an artist and the \$100,000 selfies-appropriation in the digital age,» *The Guardian*, 18.07.2015. <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/18/instagram-artist-richard-prince-selfies>

karrieren, i tilfellet med *New Portraits*-serien ble han saksøkt av flere av dem som fikk bildet sitt «stjålet,», mens andre syntes det var morsomt og nøy godt av ekstra publisitet.²⁵⁸

Placebo Pets kan også sies å utnytte dette usynlige skillet da *W Magazine* i sannhet er et kommersielt magasin som ønsker å selge produkter. Fotografiene i serien er på samme tid kunstfotografier og reklamefotografier, synlig kun ved en liten tekst ved siden av hvert bilde som forteller hva modellene er ikledd og hvem som er designeren. At fotografiene fungerer svært dårlig som reklame er en annen sak.

Placebo Pets kan også være en alternativ måte å kritisere eller kommentere måten enkelte mennesker velger å iscenesette kjæledyrene sine gjennom sosiale medier, og på den måten skape en menneskelig identitet til disse dyrene. Dette er bemerkelsesverdig i forhold til måten *Placebo Pets* er arrangert, og med tanke på kunstnerens ønske om å skape «superfriendly, highly adaptive domesticated animals in a humanoid zoo.»²⁵⁹ Trecartin og Fitch er, særlig i sammenheng med *Placebo Pets*-prosjektet, svært opptatt av dette forholdet mellom eier og kjæledyr.

5.1.1 Problematiske aspekter ved *Placebo Pets*

Placebo Pets-fotografiene følger i en lang rekke kunstverk produsert av Fitch og Trecartin, uten å skille seg nevneverdig fra resten tematisk sett. Også i *Placebo Pets* fremmes kunstnerens karakteristiske bruk av teknologi, digital redigering og innflytelse fra internett og sosiale medier. Kunstnerne er også kjente for å bruke humor på ulike måter i verkene sine, og *Placebo Pets* er intet unntak. Likevel fremmes det en noe ubehagelig undertone i fotografiserien. Dette ubehaget vil derfor poengteres og diskuteres ytterligere.

Et poeng som ble aktuelt i sammenheng med Amelia Jones' teorier er det at det kun er de kvinnelige deltagerne som ble omgjort til dyr, mens Jesse Hoffmann, for øvrig den eneste mannlige modellen, ble omgjort til den overlegne humanoide eieren. Hva kan grunnen til dette ha vært? Var det rent tilfeldig? Eller var det fordi de er kvinner og kvinner historisk sett har blitt underlagt mannen i et domestisk hierarki? Det er nok trolig at hverken Fitch eller Trecartin har gjort dette med overlegg, og poenget var sannsynligvis aldri at fotografiene skulle bli tolket slik, men det er likevel et moment man ikke kan unngå å legge merke til.

Etter å ha inkludert et performativt aspekt i oppgaven, må det også konstateres at performativitet selvfølgelig også er tilstede i *Placebo Pets*. Modellene performerer både seg

²⁵⁸ Parkinson, «Instagram.»

²⁵⁹ Solway, «Placebo Pets,» 146.

og sitt kjønn utmerket, men uten å overdrive på noe vis. Det gis inntrykk av at modellene, sett bort fra en åpenbart uortodoks setting, ikke viker fra sine respektive personligheter; de oppleves simpelthen som *Kendall Jenner* og *Gigi Hadid*, verdenskjente modeller som i akkurat dette tilfelle også er «highly adaptive domesticated animals in a humanoid zoo».²⁶⁰ På en annen side er det bemerkelsesverdig at det faktisk kun er kvinnene som performerer noe mer enn sitt kjønn, nemlig en parallell animalsk kroppslig tilstedeværelse.²⁶¹ Når det er sagt har både dyr og kvinner blitt «domestisert» og dominert av menn,²⁶² så det at modellene skal, som kvinner og hybrid-dyr, spille underdanige «eiendeler,» gjør det hele ubekvemt.

Noe som må tas med i betraktningen er selvfølgelig muligheten for at alt er skuespill. Modellene har sannsynligvis ikke tenkt over saken to ganger, men heller hatt en morsom og annerledes dag på settet. Samtidig må det bemerkes at selve temaet i *Placebo Pets* springer ut fra videoinstallasjonen *Site Visit* og fotografiserien *Animation Companion*, som begge taler om «companionship»: «I'm looking at the body as a pet, giving life to ideas about the body itself, and forming a sense of companionship with it.»²⁶³ Intervjuet med Trecartin og Fitch i *W* viser jo også at Jenner og Hadid er plukket ut mye fordi de to sammen viser en form for «companionship» som kunstnerne verdsetter høyt.

Et relevant poeng fra Amelia Jones' *Body Art* er dette med narsissisme. Jones påpeker at kunstneren Hannah Wilke, som hovedsakelig anvendte seg selv på ulike måter i kunsten sin, og derfor også brukte seg selv som kunst, ble anklaget for å gjøre dette mye grunnet hennes påfallende vakre utseende.²⁶⁴ Jones leser derimot Wilke som feminist nettopp på grunn av dette, noe jeg må si meg enig i. Ved modig å innta positurer som får fram det beste ved kroppen sin samtidig som hun holder blikkontakt med betrakter på en direkte og provoserende måte, tar hun full kontroll over situasjonen og sin egen kropp. Hun vender «the male gaze» utover og nesten utfordrer betrakteren til å se på henne med begjær, som sådan føles feil og utiltalende. Wilke opptrer med kroppsspråket til en mann, stolt, selvsikker og uredd, og derfor ble hun bedømt som narsissist.

²⁶⁰ Solway, «Placebo Pets,» 146.

²⁶¹ Selv om Jesse Hoffman ser noe merkelig ut, skal han likevel ikke være et dyr på lik linje med Jenner og Hadid, og han er utpekt som den overlegne humanoide *eieren* av modellene.

²⁶² Forstått som *man* = mennesker, i dyrenes tilfelle.

²⁶³ Ryan Trecartin, «Ryan Trecartin | Animation Companion,» *Dis Magazine*. Nettside oppsøkt 23.02.2018. <http://dismagazine.com/dystopia/61220/ryan-trecartin-animation-companion/>

²⁶⁴ Jones, *Body Art*, 171.

I *Placebo Pets*-fotografiene har modellene blitt valgt ut fordi de er vakre,²⁶⁵ og som modeller er jobben deres å bli betraktet og å bli bedømt. I likhet med Wilke må også modellene være villige til å vise seg fram, og de må tåle å bli sett på, noe de også gjør. Men, som jeg har påpekt tidligere, er det en forskjell mellom å være autonom kunstner og å være modell. Som modell gjør du en jobb og må følge instruksjoner, men som kunstner kan du bestemme over alt selv. Man er altså mer sårbar i en modelljobb da det kan være en jobb man er avhengig av økonomisk, og dermed har problemer med å si ifra om noe skulle føles ukomfortabelt. Slik som #MeToo kampanjen startet på Facebook fikk oss til å innse da den florerte i media i 2017 og 2018, skjer det mye ubehagelig bak lukkede dører forårsaket av folk høyt i makthierarkiet.

Den estetiske kategorien *cute* er en kategori man ofte må ta stilling til. Jeg har allerede poengtert det å bli kalt for søt kan både bli tolket positivt og negativt, avhengig av hvordan ordet ble sagt. Men det å faktisk *være* søt kan bli brukt som et forsvar, og søthet linkes gjerne opp mot ungdommelighet. Jaget etter å se ung og attraktiv ut har aldri vært større, og nå er det kvinner, fremdeles tenåringer, som lar seg fylle i lepper og kinn for å oppnå dette. Kendall Jenners yngre søster Kylie er en av disse unge mennesker som har latt seg influere av et urealistisk skjønnhetsideal. Det har også flort rykter angående Kendall Jenner og om hun har latt seg inspirere av sin søster og fylt opp leppene, men dette finnes det ingen sikre bevis for. Det Trecartin og Fitch gjør i *Placebo Pets* er å vri om på dette idealet og gjøre modellene søte, uten at de på noen måte fremmer nye idealer. De har fått plassert proteser i ansiktet for på den måten skape et originalt uttrykk, og på samme tid sende en kritisk kommentar mot skjønnhetsindustrien. Ved å retusjere bort enkelte av modellenes ledd på enkelte av bildene kan dette tolkes som nok en kritisk kommentar, men da rettet mot motefotografier og motemagasiner som er viden kjent for å retusjere modellene sine. Når det gjøres med hensikt kan det føles som et angrep mot «normale» kropper, mens som her når det brukes med en ironisk distanse, gjør det oss mer bevisst det faktiske problemet.

Placebo Pets er stort sett en morsom og surrealistisk billedserie som viser Jenner og Hadid i flere ulike sporty utendørssettinger som foran et campingtelt, i en raftingbåt, sammen med søte dyr og ellers «ute i det fri.»²⁶⁶ Stemningen i bildene er hovedsakelig munter og positiv, foruten i ett bilde; *Under Said*. *Under Said* er svært symboltung, og symbolikken i

²⁶⁵ Modellene hadde ikke vært kjent som modeller om de ikke var vakre, og de hadde ikke vært venner om ikke de begge hadde vært kjente, ergo er disse faktorene avhengige av hverandre.

²⁶⁶ Det er ingen tvil om at fotografiene er tatt i et innendørs-studio, men poenget er heller at det skal minne om naturen, ikke at det skal *være* det.

bildet gjør at tolkningen raskt flytter seg mot det seksuelle, noe som blir markert av flere elementer. For det første er modellene avbildet i en seng og senga har sprinkler i hver ende som gir assosiasjoner til gitteret i et bur. Bunnen i senga er vinduer som gir assosiasjoner til at noen kikker inn, altså voyeurisme. Fotlenkene på modellenes bein (dette er eneste fotografi der modellene vises iført fotlenker) fører til tanker om husarrest og et begrenset tildelt område og kan sees på som en alternativ variant av hundebånd. Kameraet Lauren Devine holder, skal muligens være en referanse til tendensen man har til å filme seg selv og andre mens man driver med for eksempel ekstremsport. Kunstnerne bruker ofte flere kameraer når de lager filmene sine, også håndholdte, men akkurat i denne sammenhengen blir det litt rart. I *Under Said* gir kameraet snarere assosiasjoner til sextapes, og da særlig med tanke på Kim Kardashians West, Kendall Jenners eldre halvsøster, som over natta ble et kjent navn da hennes sextape med hennes daværende kjæreste Ray J ble lekket for noen år tilbake. Ingen i Kardashian-familien var spesielt kjente før dette, og «påfunnet» fikk familien på kartet og hjalp til å høyne seertallene da reality-serien deres ble sendt for første gang i 2007. Kameraet kan dermed også tolkes som en referanse til alle kameraene både Jenner og Hadid har møtt i oppveksten som barn av kjendiser med egne reality-program, noe som i så fall er en mye hyggeligere tolkning.

I høyre billedkant kan man ane noen underlige figurer. Det stikker inn et øre og en og en halv hånd; merkelige kroppsdeler med en brun, læraktig hud og tjuke, spisse klør på hendene. Både Jenner og Hadid ser mot figurene, noe som igjen gir følelsen av at de blir iakttatt, og da nærmere bestemt av disse vesenene. Modellene er fanget i et bur uten mulighet for å rømme, nødt til å bedømmes og beskues. I addisjon til dette har modellene fått beholde sine virkelige ansikter i *Under Said*. Den detaljen fører til at fotografiet føles mer som et mer normalt motefotografi, som igjen gjør at det ubehagelige momentet sniker seg tettere innpå kroppen. Kanskje er dette bildet egentlig en kommentar til modellyrket i seg selv? Eller til den slitsomme kjendistilværelsen der de kjente personene aldri får være helt i fred? I så fall gjorde Trecartin og Fitch et svært godt valg da de valgte ut modellene til jobben.

Under Said skiller seg dermed svært fra de andre bildene. Selv om modellene ikke nødvendigvis smiler på alle de andre bildene heller, er stemningen helt annerledes og følelsen av at modellene blir iakttatt er ikke like tilstedeværende. Ingen av de andre bildene har denne ubehagelige følelsen, men er mer muntre og positive, og speiler Trecartin og Fitch sin idé om å skape en dyrehage av humanoide dyrearter drevet av en utenomjordisk overlegen rase. I tillegg viser de andre bildene en form for aktivitet; camping, rafting, bandøvelse i det fri,

hestestell eller volleyball-spill, og knytter seg dermed mer til magasinetts kommersielle side, selv om disse fotografiene neppe er de beste til å selge merkevarer. På en annen side er *Under Said* utvilsomt det fotografiet som tydeligst uttrykker en form for kritikk, selv om fotoserien samlet understreker flere kritikkverdige sider ved samfunnet bare ved å eksistere. Jeg mener derfor at *Under Said* fungerer som en døråpner til de samfunnskritiske elementene ved fotografiserien som ved å være ubehagelig konstaterer ubehaget som fremdeles eksisterer i samfunnet, forårsaket av mote-, skjønnhet- og reklamebransjens holdning til kvinnekroppen, samt maktbalansen mellom kjønnene.

5.2 Konklusjon

Min masteroppgave har tatt for seg kunstverket *Placebo Pets* og dets samfunnskritiske potensiale. Oppgavens hensikt har vært å undersøke *Placebo Pets* gjennom ulike teoretiske perspektiver for å kunne avdekke de samfunnskritiske elementene som ligger til rette i verket. Problemstillingen som dannet grunnlaget for analysen var som følger: *Er Placebo Pets samfunnskritisk? Hvordan forholder Placebo Pets seg til samfunnets utseendefokus, sett gjennom utvalgte teorier?*

Avhandlingen har blitt delt inn i fire hovedkapitler. Kapittel to er et innledende kapittel der jeg presenterer kunstnerne Ryan Trecartin og Lizzie Fitch, en generell introduksjon til deres tidligere verker, en forklaring av selve prosjektet *Placebo Pets* samt en begrunnelse av deres valg av modeller. Kapittel tre og fire danner et teoretisk grunnlag med innslag av ulike verksanalyser. I kapittel fem diskuterer jeg de sentrale funnene fra de foregående kapitlene og syr det sammen til en konklusjon.

Den første teoretiske delen fokuserte hovedsakelig på teorier presentert av Amelia Jones. Poenget med denne delen var å vektlegge en feministisk lesning av verket samtidig som verket ble kontekstualisert. Videre trakk jeg inn begreper om performativitet, iscenesettelse og selviscenesettelse. I sammenheng med dette var det også hensiktsmessig å inkludere et delkapittel om sosiale medier og selfier da disse begrepene blir av stadig større relevans i samtiden. Kapittelet avsluttes med en diskusjon rundt Trecartin og Fitchs intensjoner med *Placebo Pets*.

Det andre teoretiske kapittelet var mer vinklet mot estetiske teorier. Her valgte jeg å fokusere på Sianne Ngais og hennes bok *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting* danner det teoretiske grunnlaget for kapittelet.

Jeg har likevel valgt å trekke inn de noe mer tradisjonelle estetiske kategoriene *det skjønn* og *det sublime*, illudert gjennom teoriene til Edmund Bruke og Immanuel Kant for således gi estetikken en historisk kontekst. Etter dette redegjør jeg for kategoriene *cute* og *zany*, for så å analysere *Placebo Pets* i lys av disse for å finne ut hva de estetiske kategoriene tilfører av mening i fotografiene i henhold til samfunnskritikk.

Oppgaven, som har utartet seg som en case-study av *Placebo Pets*, har vært sentrert rundt spørsmålet om *Placebo Pets* er samfunnskritisk. Dette mener jeg det er. Jeg har bygget opp begrunnelsen min på et fundament av teorier som omhandler kropp, selvet, narsissisme, iscenesettelse, teknologi, sosiale medier og estetiske teorier, noe som tilsier at konklusjonen hviler på et omfangsrikt teorigrunnlag. Likevel kan det være en utfordring å tolke et kunstverk på et premiss det ikke finnes noe håndfast bevis på før man starter. På en annen side har det vært meget givende å kjenne på en følelse av at man bidrar til kunsthistorieforskningen på samtidskunstfeltet.

Uavhengig av om kunstnerne har ment det slik eller ikke, kan *Placebo Pets* tydelig tolkes inn i en aktuell diskusjon rundt sosiale medier, mote- og reklamebransjen, plastiske og kosmetiske operasjoner og inngrep, og generell kroppsfiksering. Selv om teknologi i utgangspunktet skal være et menneskelig redskap, har det begynt å forme oss til en homogen gruppe. Dette er et tema Fitch og Trecartin tar opp i flere av verkene sine, blant annet *Placebo Pets*. Trecartin og Fitch sier selv i intervjuet med *W* at de ønsket å gjøre Jenner og Hadid til levende Snapchat-filtre, noe som bekrefter utsagnet ytterligere. Dette setter *Placebo Pets* i en samfunnsaktuell posisjon. Sosiale medier har blitt såpass viktige at en slik triviell applikasjon som Snapchat påvirker både kunst- og motebildet som eksisterer i dag. Sianne Ngais *cute* blir også aktuell da disse filtrene med animalske trekk som *Placebo Pets* er inspirert av, er en måte å gjøre seg selv søtere på. Man får jo helt bokstavelig glattere hud, større øyne, smalere og mindre nese og en smalere hake av disse filtrene – trekk både Sianne Ngai og Edmund Burke har vært enige om er medvirkende til å gjøre en person både vakker og søt.

Trenger ordet kritikk å utelukkende tolkes negativt? Et kritisk kunstverk er for meg et kunstverk som setter spørsmålstegn ved strukturer i samfunnet eller med et nytenkende perspektiv viser oss andre måter å tenke på. Således gjør den oss oppmerksomme på hvordan verden har utviklet seg og hvordan vi som mennesker oppfører oss. I *Placebo Pets* føres fokuset over på blant annet vår avhengighet av sosiale medier og vårt selveksponeringsbehov. Trecartin og Fitch har på snedig vis kommentert ved bruken av *cute*, vår stadig økende higen etter å eie gjenstander og hvordan selskaper påvirker markedskreftene gjennom estetik. Ved

å ta normale elementer fra hverdagen vår inn i kunsten sin og så skru opp volumet maksimalt, virker det som et omvendt forstørrelsesglass der vi som betraktere oppdager kritikkverdige faktorer ved våre egne liv. Det som nettopp hadde virket så normalt blir med ett helt absurd. Det er dette som er det geniale med Trecartin og Fitchs verker.

Ved å sette fingeren på det som skjer i samfunnet akkurat nå, for så å anvende det i kunsten sin, simultant kritiserer og hyller Trecartin og Fitch den tendensen i vårt «moderne samfunn» som omhandler vår omgang og behandling av teknologi. Det er ikke til å komme unna at sosiale medier og internett er med på å forme oss som individer med tanke på identitet og fasade. Som samtidskunstner er det essensielt å finne sin kunstneriske nisje, noe Trecartin og Fitch utvilsomt har gjort. Videre har de i sannhet kreert kunstverk som på samme tid framstår som absurde og helt logiske, noe som er både en komplisert og imponerende prestasjon. *Placebo Pets* skiller seg kanskje ikke ut i dag som et av Trecartin og Fitchs viktigste prosjekter. Det kan likevel ikke benektes at *Placebo Pets* tar for seg mye av de samfunnsaktuelle tematikkene som preger livene våre akkurat nå. Jeg håper at oppgaven innbyr til et tankevekkende og annerledes syn på Trecartin og Fitchs kunstnerskap, da især *Placebo Pets*, som kan fremstå som en foruroligende fremtidsvisjon samtidig som verket gir innsiktsfulle og kritiske illustrasjoner av samtiden.

Litteraturliste

- Bale, Kjersti, Arnfinn Bø-Rygg. *Estetisk teori: En antologi*. Oslo: Universitetsforlaget, 2008.
- Berry, David M. & Dieter, Michael (red). *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. London: Palgrave Macmillan, 2015.
- Blumenstein, Ellen. «Society's Idiots.» I *Lizzie Fitch / Ryan Trecartin: Site Visit*. Redigert av Ellen Blumenstein. Köln: Walther König, 2015.
- Bordwell, David. «Authorship and Narration in Art Cinema.» *Film and Authorship* redigert av Virginia Wright Wexman, s. 42-50. New Brunswick: Rutgers University Press, 2003.
- Buchloh, Benjamin H.D. «Andy Warhol's One-Dimensional Art: 1956-1966.» *Andy Warhol. A Retrospective*. New York: Museum of Modern Art, 1989.
- Burke, Edmund. *A Philosophical Inquiry Into the Origin of Our Ideas of the Sublime and Beautiful: With an Introductory Discourse Concerning Taste, and Several Other Additions*. Basil: J. J. Tourneisen, 1792.
- Burke, Edmund. *A Philosophical Enquiry into the Sublime and Beautiful. Edited with an Introduction and Notes by Paul Guyer*. New York: Oxford University Press, 2015.
- Butler, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge, 2008.
- Butler, Judith. «Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory.» *Theatre Journal* 40, nr. 4 (Desember 1988): 519-531.
- Cornell, Lauren. «Medium Living.» I *Ryan Trecartin: Any Ever*. Redigert av Kevin McGarry. Utgitt i samarbeid med Elizabeth Dee. New York: Skira/Rizzoli, 2011.
- Crow, Thomas. *Modern Art in the Common Culture*. New Haven og London: Yale University Press, 1996.
- Deitch, Jeffrey. «The Post-Reality Show.» I *Ryan Trecartin: Any Ever*. Redigert av Kevin McGarry. Utgitt i samarbeid med Elizabeth Dee. New York: Skira/Rizzoli, 2011.
- Fitch, Lizzie. «Introductuion.» I *Ryan Trecartin: Any Ever*. Redigert av Kevin McGarry. Utgitt i samarbeid med Elizabeth Dee. New York: Skira/Rizzoli, 2011.
- Foster, Hal. *The Return of the Real: The Avant-Garde at the End of the Century*. Cambridge, London: The MIT Press, 1996.
- Jalving, Camilla. *Værk som handling: Performativitet, kunst og metode*. København: Museum Tusculanums Forlag, 2011.

- Jones, Amelia. *Body Art: Performing the Subject*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1998.
- Jones, Amelia. *Self/Image: Technology, Representation and the Contemporary Subject*. London og New York: Routledge, 2006.
- Jones, Amelia. «The Eternal Return: Self-Portrait Photography as a Technology of Embodiment.» I *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 27, nr. 4 (2002): 947-978.
- Jørgensen, Ulla Angkjær. *Kropslig kunst: æstetik, køn og kunstanalyse*. København: Museum Tusculanums Forlag, 2007.
- Kant, Immanuel. *Kritikk av dømmekraften (i utvalg)*. Oversatt av Espen Hammer. Oslo: Pax Forlag A/S, 1995.
- Krauss, Rosalind. *Cindy Sherman 1975-1993*. New York: Rizzoli, 1993.
- McGarry, Kevin (Red). «Worlds Apart.» I *Ryan Trecartin: Any Ever*. Utgitt i samarbeid med Elizabeth Dee. New York: Skira/Rizzoli, 2011.
- Miessgang, Thomas. «Walking In and Out of Clarity.» I *Lizzie Fitch / Ryan Trecartin: Site Visit*. Redigert av Ellen Blumenstein. Köln: Walther König, 2015.
- Mulvey, Laura, «Visual Pleasure and Narrative Cinema.» Opprinnelig publisert i *Screen* 16, nr. 3 (1975): 6-18.
- Ngai, Sianne. *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting*. Cambridge og London: Harvard University Press, 2012. Pocketutgave fra 2015.
- Ngai, Sianne. *Ugly Feelings*. Cambridge og London: Harvard University Press, 2005. Pocketutgave fra 2007.
- Norden, Linda. «When the Rainbow is an Option.» I *Ryan Trecartin: Any Ever*. Redigert av Kevin McGarry. Utgitt i samarbeid med Elizabeth Dee. New York: Skira/Rizzoli, 2011.
- Sherman, Cindy. «Cindy Sherman Interviews Ryan Trecartin.» I *Ryan Trecartin: Any Ever*. Redigert av Kevin McGarry. Utgitt i samarbeid med Elizabeth Dee. New York: Skira/Rizzoli, 2011
- Solway, Diane. «Placebo Pets: How Kendall Jenner and Gigi Hadid became humanoid creatures for W.» *W Magazine*. Oktober 2016. Side 144-153.
- Verrone, William E.B. *The Avant-Garde Feature Film: A Critical History*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company, 2012.

Nettsider

Artsy.net. «Post-Internet Art.» Nettside besøkt 09.03.2017.

<https://www.artsy.net/gene/post-internet-art>

Barthes, Roland. «The Death of the Author.» Oversatt av Richard Howard. *UbuWeb Papers*.

PDF-fil oppsøkt 04.05.2018. http://www.tbook.constantvzw.org/wp-content/death_authorbarthes.pdf

Becker, Noah, «How Cindy Sherman's Instagram selfies are changing the face of photography.» *The Guardian*. Artikkel publisert 09.08.2017.

<https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/aug/09/cindy-sherman-instagram-selfies-filtering-life>

Bishop, Jaqueline. «Renowned Feminist Art Historian Amelia Jones Believes that the Discipline of Art History Should be Restructured to Embrace New Narratives and Diverse Voices.» *Huffington Post*. Artikkel publisert 21.01.2016.

http://www.huffingtonpost.com/jacqueline-bishop/renowned-feminist-art-his_b_9038984.html

Brown, Griselda Murray. «Post-internet art in London.» *Financial Times*. Artikkel Publisert

28.10.2014. <https://www.ft.com/content/d4a22d6c-5473-11e4-b2ea-00144feab7de>

Condé Nast, «About.» Nettside oppsøkt 30.03.2018. <http://www.condenast.com/about/>

Dietrichson, Susanne. «Bestemmer selv med selfie.» *Forskning.no*. Artikkel publisert

14.10.2016. <http://forskning.no/2016/10/besemmer-selv-med-selfie>

Einardóttir, Ida Elise Eide. «Oslo forbyr retusjert reklame.» *Melk og Honning*. Artikkel publisert

22.03.2018. <https://melkoghonning.no/oslo-forbyr-retusjert-reklame/>

Furnham, Adrian. «Why Choose Plastic Surgery?» *Psychology Today*. Artikkel publisert

24.01.2016. <https://www.psychologytoday.com/blog/sideways-view/201601/why-choose-cosmetic-surgery>

Granlund, Mette Røsvik. «Kapitalismens små gleder.» *Morgenbladet*. Artikkel publisert

24.01.2017. <https://morgenbladet.no/portal/2017/01/kapitalismens-sma-gleder>

Harel, Monica Corcoran. «Do Fillers Actually Make You Look Older?» *Elle*. Artikkel

publisert 22.07.2016. <http://www.elle.com/beauty/makeup-skin-care/news/a38042/young-people-using-fillers-botox-plastic-surgery/>

Helsvig, Simen Joachim, «De små dommers politikk.» *Kunstkritikk*. 20.09.2016.

<http://www.kunstkritikk.no/artikler/de-sma-dommers-politikk/>

Hyvönen, Joni. «Digital Remains: Petra Cortright.» *Kunstkritikk*. 02.05.2014.

<http://www.kunstkritikk.no/artikler/digital-remains-petra-cortright/>

- Jaffe, Eric. «Why You Love Cute Things.» *Co.Design*. Artikkel publisert 12.05.2014. <https://www.fastcodesign.com/3030439/the-adorably-powerful-ways-that-cuteness-shapes-your-behavior>
- Jasper, Adam. «Our Aesthetic Categories: An Interview with Sianne Ngai.» *Cabinet Magazine* 43, høsten 2011. http://www.cabinetmagazine.org/issues/43/jasper_ngai.php
- Jeffries, Stuart. «Orlan's art of sex and surgery.» *The Guardian*. Artikkel publisert 01.07.2009. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2009/jul/01/orlan-performance-artist-carnal-art>
- Kamran, Maha. «Eksponeringsbehovet i sosiale medier er ikke så sinnssykt.» *Subjekt*. Artikkel publisert 02.05.2017. <http://subjekt.no/2017/05/02/selveksporeringsbehovet-i-sosiale-medier-er-ikke-sa-sinnssykt/>
- Kinsey, Cadence. «The Instagram artist who fooled thousands.» *BBC Culture*. Artikkel publisert 07.03.2016. <http://www.bbc.com/culture/story/20160307-the-instagram-artist-who-fooled-thousands>
- Lubow, Arthur. «Ryan's Web.» *W magazine*. Publisert 01.11.2010. <http://www.wmagazine.com/story/ryan-trecartin>
- Matre, Jostein, «'Selfie' er årets nyord!» *VG Nett*. Artikkel publisert 20.11.2013. <http://www.vg.no/forbruker/teknologi/sosiale-medier/selfie-er-aarets-nyord/a/10137009/>
- McGarry, Kevin. «CENTER JENNY.» *ELECTRONIC ARTS INTERMIX*. Nettside besøkt 06.03.2017. <https://www.eai.org/titles/center-jenny>
- Megaard, Helene. «Historien om borgerrettighets-bevegelsen.» *Amerikanskpolitikk.no*. Artikkel publisert 25.08.2013. <http://www.amerikanskpolitikk.no/2013/08/25/bakgrunn-den-amerikanske-borgerrettighetsbevegelsen/>
- Odell, Amy. «Kendall Jenner and Gigi Hadid Fall Victim to Terrible Photoshop Fail.» *COSMOPOLITAN*. 20.10.2016. <http://www.cosmopolitan.com/style-beauty/fashion/a6963288/kendall-jenner-and-gigi-hadid-fall-victim-to-terrible-photoshop-fail/>
- Parkinson, Hannah Jane, «Instagram, an artist and the \$100,000 selfies-appropriation in the digital age.» *The Guardian*. 18.07.2015. <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/18/instagram-artist-richard-prince-selfies>
- Perez, Ai Faithy. «Sexism and Culture: Japan's Obsession With Kawaii.» *Savvy Tokyo*. Artikkel publisert 05.09.2017. <https://savvytokyo.com/sexism-culture-japans-obsession-kawaii/>

- Russeth, Andrew. «Facetime with Cindy Sherman: The Artist on Her ‘Selfie’ Project for W, and What’s Behind Her Celebrated Instagram.» *W Magazine*. Artikkel publisert 06.11.2017. <https://www.wmagazine.com/story/cindy-sherman-instagram-selfie>
- Solway, Diane. «Placebo Pets: How Kendall Jenner and Gigi Hadid became humanoid creatures for W.» *W magazine*. Publisert 20.10.2016. <http://www.wmagazine.com/story/placebo-pets-how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w>
- Solway, Diane. «What you need to know about Lizzie Fitch and Ryan Trecartin, the artists behind Kendall and Gigi’s W Cover story: two video art visionaries come face to face with the internet’s favorite duo.» *W magazine*. Publisert 20.10.2016. <http://www.wmagazine.com/story/what-you-need-to-know-about-lizzie-fitch-and-ryan-trecartin>
- Sooke, Alastair. «Is this the first Instagram masterpiece?» *The Telegraph*. Artikkel publisert 18.01.2016. <http://www.telegraph.co.uk/photography/what-to-see/is-this-the-first-instagram-masterpiece/>
- Svendsen, Lars Fredrik Händler. «Immanuel Kant.» *Store norske leksikon*. 10.07.2017. https://snl.no/Immanuel_Kant
- Tempesta, Erica. «Missing something? Kendall Jenner and Gigi Hadid are left without KNEES on their quirky new W magazine cover thanks to an apparent Photoshop fail.» *Mail Online*. Publisert 20.10.2016. <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3856934/Missing-Kendall-Jenner-Gigi-Hadid-left-without-KNEES-quirky-new-W-magazine-cover-thanks-apparent-Photoshop-fail.html>
- Trecartin, Ryan. «Ryan Trecartin | Animation Companion.» *Dis Magazine*. Nettside oppsøkt 23.02.2018. <http://dismagazine.com/dystopia/61220/ryan-trecartin-animation->
- Wallace, Ian. «What is Post-Internet Art? Understanding the Revolutionary New Art Movement.» *Artspace*. Artikkel publisert 18.03.2014. https://www.artspace.com/magazine/interviews_features/trend_report/post_internet_art-52138

Vedlegg



Figur 1: Lizzie Fitch og Ryan Trecartin, i samarbeid med W Magazine, *Forsidebildet*, 2016.
Digitalfotografi.
Fra: Placebo Pets, i W Magazines årlige kunstnummer
Fotografert av Jason Kibbler
Copyright: Lizzie Fitch og Ryan Trecartin
<https://www.wmagazine.com/gallery/how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w/all>



Figur 2: Lizzie Fitch og Ryan Trecartin, i samarbeid med *W Magazine*, *Floater Costs*, 2016.
<https://www.wmagazine.com/gallery/how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w/all>



Figur 3: Lizzie Fitch og Ryan Trecartin, i samarbeid med *W Magazine*, *Under Said*, 2016.

<https://www.wmagazine.com/gallery/how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w/all>



Figur 4: Lizzie Fitch og Ryan Trecartin, i samarbeid med *W Magazine*, *Pitch Flare*, 2016.

<https://www.wmagazine.com/gallery/how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w/all>



Figur 5: Lizzie Fitch og Ryan Trecartin, i samarbeid med *W Magazine*, *Open Horse* og *Captcha Off*, 2016.
<https://www.wmagazine.com/gallery/how-kendall-jenner-and-gigi-hadid-became-humanoid-creatures-for-w/all>



Figur 6: Ryan Trecartin, stillbilde fra *Center Jenny*, 2013
Varighet: 53 minutter



Figur 7: Ryan Trecartin og Lizzie Fitch, fra *Animation Companion*, 2015
Copyright: Dis Magazine 2018
<http://dismagazine.com/dystopia/61220/ryan-trecartin-animation-companion/>



Figur 8: Sammenligning av Pipilotti Rist, *Ever Is Over All*, 1997, og Beoncé Knowles, *Lemonade* «Hold Up,» 2016.
http://www.slate.com/blogs/browbeat/2016/04/25/is_beyonce_s_car_destroying_stroll_in_lemonade_based_on_this_pipilotti_rist.html



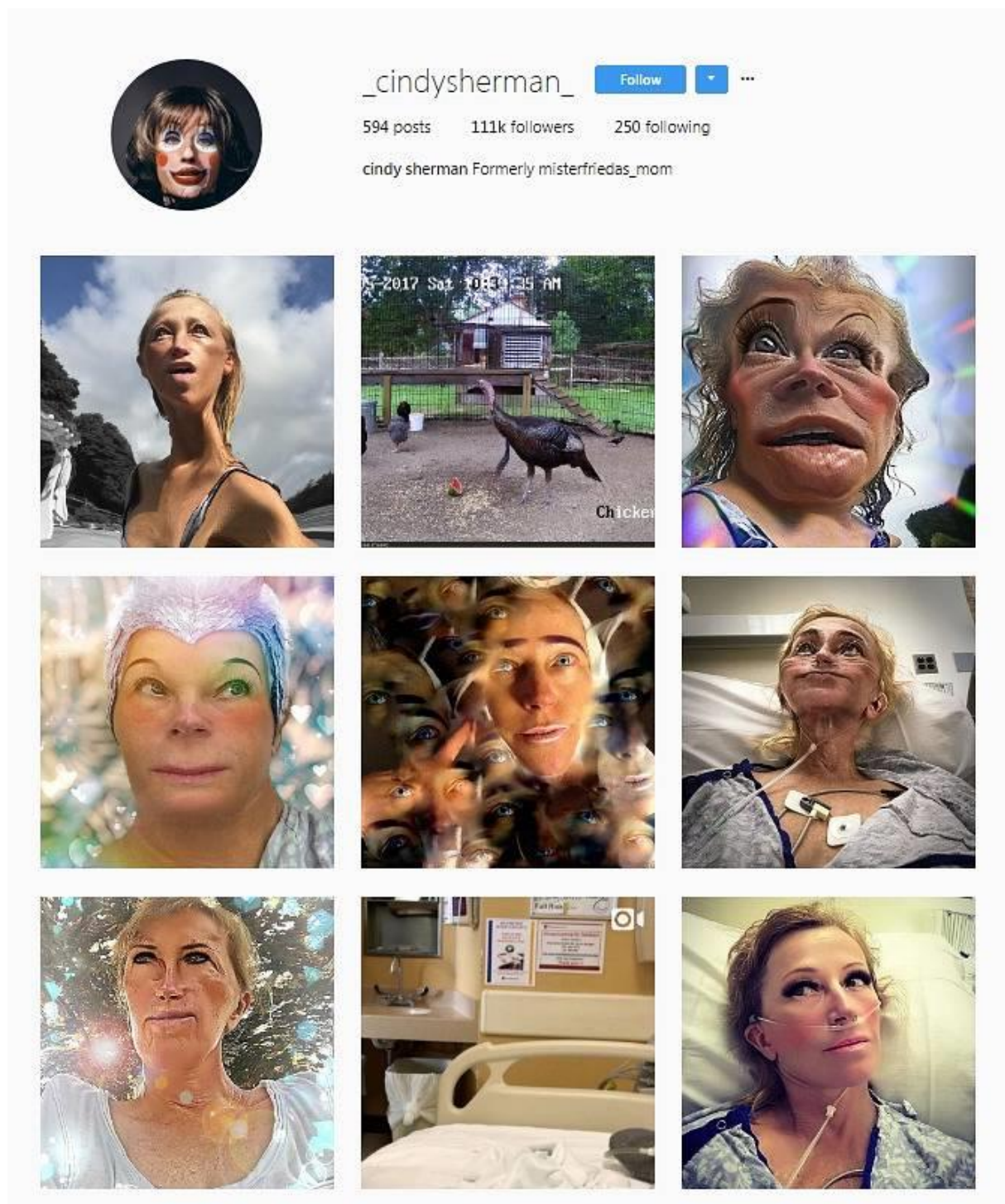
Figur 9: Kenneth Anger, stillbilde fra *Inauguration of the Pleasure Dome*, 1954
 «Lucifer Rising»
<https://www.arthaps.com/show/lucifers-pleasure-dome-kenneth-anger-film-night-1>



Figur 10: Hannah Wilke, *S.O.S. – Starification Objects Series*, 1974-82
 Sølvtrykk i gelatin med tyggegummiskulpturer
 101.6 x 148.6 x 5.7 cm
 Copyright: © 2018 Marsie, Emanuelle, Damon and Andrew Scharlatt - Hannah
 Wilke Collection and Archive, Los Angeles
<https://www.moma.org/collection/works/102432>



Figur 11: Cindy Sherman, *Untitled #357*, 2000
Kromogent fargetrykk
76.2 x 50.8 cm
Copyright: Cindy Sherman og The Broad
<https://www.thebroad.org/art/cindy-sherman/untitled-357>



Figur 12:

Cindy Sherman/Instagram, 2017

Copyright: Cindy Sherman, Instagram

<https://www.lomography.com/magazine/332138-how-cindy-sherman-is-revolutionizing-the-use-of-instagram>



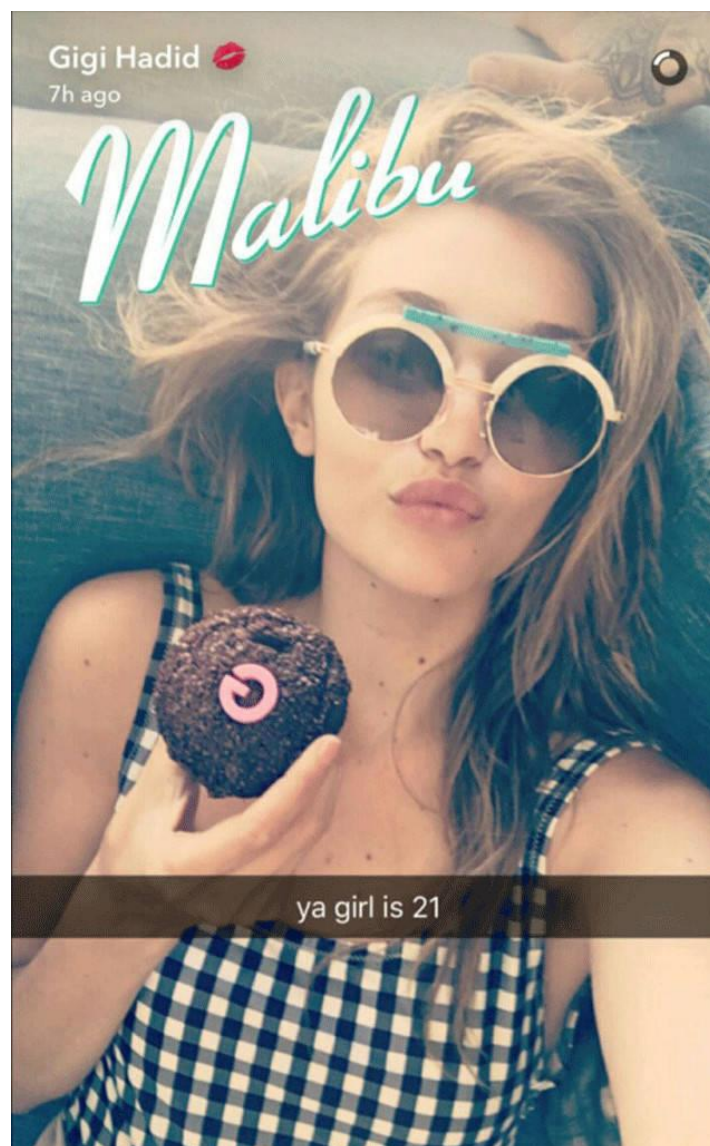
Figur 13: *The Real Housewives of Beverly Hills*, sesong 6, 2015
Yolanda Hadid er nummer tre fra høyre



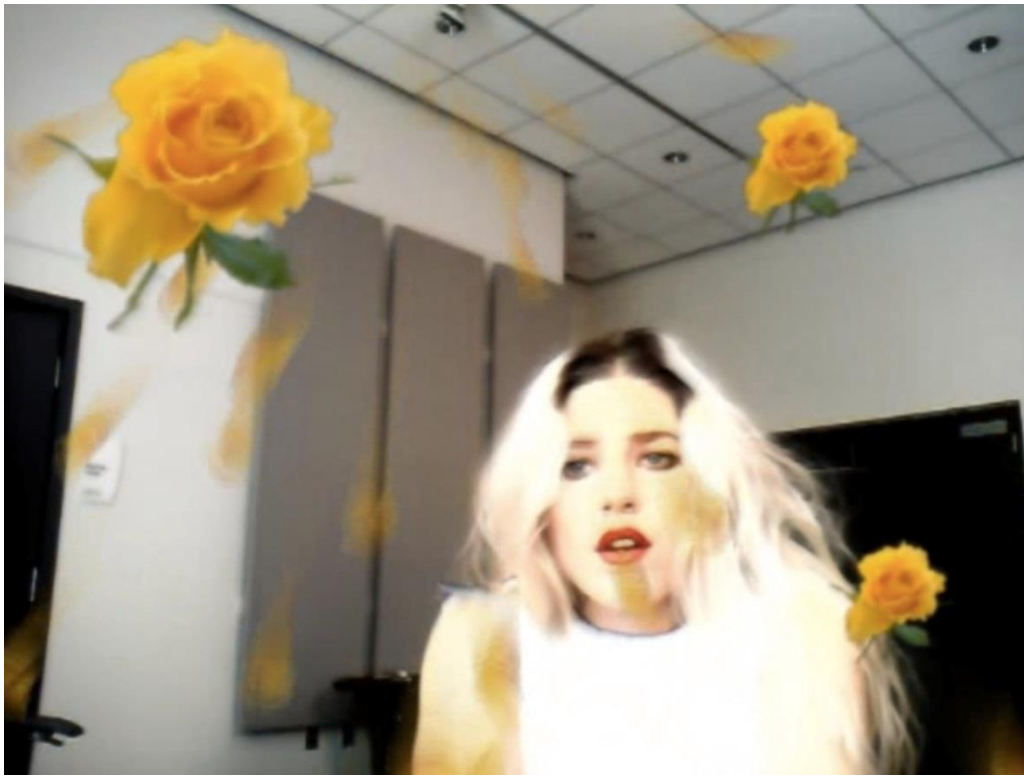
Figur 14: *Keeping up With the Kardashians*, sesong 13, 2016
Kendall Jenner er lengst til høyre. Helt til venstre ser vi hennes søster Kylie Jenner.



Figur 15 og 16: Kendall Jenners personlige selfier med filter fra Snapchat



Figur 17 og 18: Gigi Hadids personlige selfier med ulike Snapchatfiltre



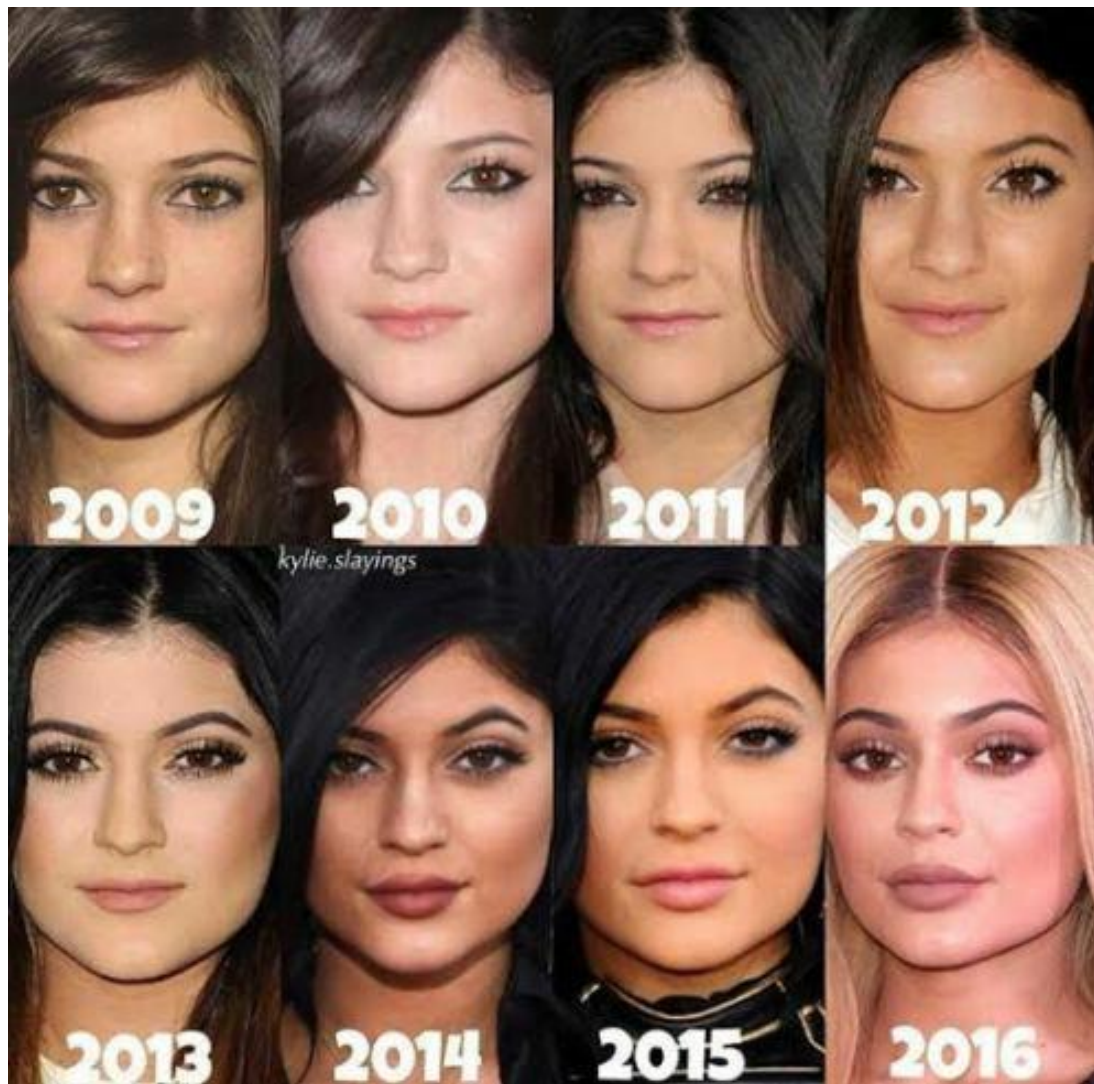
Figur 21: Petra Cortright, stillbilde fra *Bridal Shower*, 2014
<http://www.kunstkritikk.no/artikler/digital-remains-petra-cortright/>



Figur 22: Amalia Ulman, fra instagramprosjektet *Excellences & Perfections*, 2014
 Skjerm bilde fra Instagram
<https://sites.psu.edu/ewingrcl/2016/01/27/feminism-in-art-amalia-ulman/>



Figur 23: Takashi Murakami, *And Then Pink Dob*, 2006
Litografi, 67.82 x 67.82 cm
<https://paddle8.com/work/takashi-murakami/25741-and-then-pink-dob>



Figur 24: Illustrasjon av hvordan Kylie Jenner har endret på utseendet sitt mellom 2009 og 2016.
<https://www.lindaikojisblog.com/2016/07/kylie-jenners-face-before-after-surgery.html>