

minerva

Nr. 01 2005 81. årgang

POLITIKK

SAMFUNN

KULTUR

Berømmelsens anatomi

Til topps med et Skrik:

BERØMMELSENS ANATOMI

av Odd Gunnar Skagestad

Odd Gunnar Skagestad.

Mag.art. (statsvitenskap), ansatt i utenrikstjenesten siden 1974, tidligere bakgrunn som forsker fra Fridtjof Nansen-Stiftelsen på Polhøgda (nå FNI). Forfatter av flere bøker, herunder "Norsk polarpolitikk" (1975) og "Norge på terskelen" (2000), samt diverse vitenskapelige avhandlinger (statsvitenskap).



Redaksjonen

Ansvarlig redaktør

Nikolai E. Astrup
redaktor@minerva.as

Politisk redaktør

Torbjørn Røe Isaksen
torbjorn.roe.isaksen@hoyre.no

Kulturredaktør

Nils August Andresen
kultur@minerva.as

Redaksjonen

Magnus Tollefsrud
Espen Kolflaath
Marte Galaasen
Magnus B. Lindseth
Maria Ludvigsson
Øyvind Vea
Heidi Nordby Lunde

Nettside

www.minerva.as

Abonnement

abonnement@minerva.as

Adresse

Stortingsgt. 20, Postboks 1352 Vika, 0113 Oslo

Foto: Signe Christine Urdal

Design og layout: Polyesterland AS [www.polyesterland.net]

Papir og trykk: Døvigen AS

Opplag: 1500

Utgitt av: DKSF med støtte fra Kulturstyret ved Universitetet i Oslo (UiO), NORAD, Høyres Hovedorganisasjon, Høyres Studenterforbund og Minervastiftelsen

Innhold

01 2005

- 04 Redaktøren har ordet**
Nikolai Astrup
- 08 Perspektivløs politikk**
Truls Frogner
Torbjørn Røe Isaksen
Per Lønning
Nils August Andresen
- 34 Minervasamtalen**
Lars Fr. H. Svendsen intervjuet av
Torbjørn Røe Isaksen
- 40 Pensjonsreformen**
Jan Arild Snoen
Hilde W. Nagell
- 52 Afrikas mulighet**
David Hansen
- 56 Kofi Annan og folkemordene**
Per Ahlmark
- 62 Klassiker: "De la Démocratie en Amérique"**
Alexis De Tocquevilles oversatt av Kåre D.
Tønnesson.
- 68 Kulturredaktøren har ordet**
Nils August Andresen
- 71 Ayn Rand**
Heidi Nordby Lunde
Hanne Cecilie Skurdal
- 80 Stammespråkets globalisering**
Berit von der Lippe
- 87 Berømmelsens anatomi**
Odd Gunnar Skagestad
- 94 Siden sist**
- 95 Bidragsytere**

Bidragsytere

Truls Frogner.

Cand.polit, forfatter, president i Polyteknisk Forening og styreleder i Norsk Arbeidslivsforum. Frogner har vært leder i Asker Arbeiderparti og styremedlem i Forbrukerrådet, Eksportrådet, Forskningsrådet og Europabevegelsen. Hans siste bok, "Arbeiderpartiets valg", er nettopp er gitt ut på www.kolofon.com

Torbjørn Røe Isaksen.

Politisk redaktør i MINERVA og leder i Unge Høyre. Studerer master i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo.

Per Lønning.

Biskop emeritus, biskop i Borg fra 1969 – 1975, og biskop i Bjørgvin fra 1987 – 1994. I dag har han blant annet fast spalte i Morgenbladet.

Nils August Andresen.

Utdannet økonomisk historiker fra London School of Economics and Political Science. Han arbeider nå ved Avdeling for Russlandsstudier ved Norsk Utenrikspolitisk Institutt (NUPI).

Lars Fr. H. Svendsen.

Førsteamanuensis i filosofi ved Universitetet i Bergen og redaktør for Norsk filosofisk tidsskrift. Debutboken hans "Kjedsomhetens filosofi" (1999) ble en bestselger. Han har også gitt ut "Kunst" (2000), "Ondskapens filosofi" (2001), "Mennesket, moralen og genene" (2001) og "Mote" (2004).

Jan Arild Snoen.

Uavhengig konsulent og skribent, og arbeider for tiden med en rapport om pensjonsreform på oppdrag fra tankesmien Civita.

Hilde W. Nagell.

Dr. polit. i statsvitenskap med avhandlingen "Just pensions". Jobber som sekretariatsleder for Den nasjonale forskningsetiske komite for samfunnsvitenskap og humaniora.

David Hansen.

Politisk rådgiver hos bistandsministeren.

Per Ahlmark.

Tidligere leder, minister og visestatsminister for Folkpartiet i Sverige. Har også ledet det Svenske Filminstituttet. Har blant annet skrevet bøkene "Vänsterns moraliska skuld" (1991) og "Det er demokratiet, dumbon" (2004)

Heidi Nordby Lunde.

Liberalist og tidligere leder av FRIdemokratene. Siden hun ikke har tv, fyller hun tiden med å konspirere for verdensherredømme, samt lese og skrive om alt mellom himmel og jord. Hun har ingen planer om å slutte å røyke før Høybråten går av som partileder, og oppfordrer alle til å trykke på "Dørene åpnes" knappen når de skal av buss og trikk.

Hanne Cecilie Skurdal.

Master i sosiologi kandidat ved Universitet i Oslo, og bachelor i markedskommunikasjon fra NMH. Jobber med å formulere en kitsch-teori basert på Odd Nerdrums kunst og tankene til Ayn Rands filosofiske system: 'Objektivismen'.

Berit von der Lippe.

Førsteamanuensis ved Institutt for kommunikasjon, kultur og språk ved Handelshøgskolen BI.

Odd Gunnar Skagestad.

Mag.art. (statsvitenskap), ansatt i utenriktjenesten siden 1974, tidligere bakgrunn som forsker fra Fridtjof Nansen-Stiftelsen på Polhøgda (nå FNI). Forfatter av flere bøker, herunder "Norsk polarpolitikk" (1975) og "Norge på terskelen" (2000), samt diverse vitenskapelige avhandlinger (statsvitenskap).

Til topps med et Skrik:

BERØMMELSENS ANATOMI

av Odd Gunnar Skagestad

- Pussig, egentlig, bemerket min danske kollega, - at Norges mest kjente maleri heter "Skrik", mens Danmarks mest kjente heter "Hip, Hip, Hurrah!"

- "Skrik" er ikke bare Norges, men verdens mest berømte maleri, svarte jeg surt.

Denne replikkvekslingen ville vært umulig på 1970-tallet. Edvard Munchs internasjonale berømmelse var i og for seg et forlengst etablert faktum, men likevel: "Skrik" var hverken verdens eller Norges mest kjente maleri. Påstanden om at et så sært, for ikke å si et så harry bilde som "Skrik" skulle være i verdenstoppen blant berømte kunstverk, hadde formodningen mot seg, som juristene så vakkert sier. "Skrik" var fremdeles – iallfall her hjemme i Norge - et bilde som man knapt nok tok helt alvorlig. I den grad verket i det hele tatt var kjent blant almenheten, var "Skrik" et kuriosum - et bilde som man fleipet med. ("Selvportrett i absintrus, he-he!"). Til alt overmål ble det helst omtalt som "Skriket" – respektløst i bestemt form...

Men tidene forandrer seg. Om vi ikke hadde forstått det før, gikk det opp for oss en augustdag ifjor, da noen kjeltringer tok seg inn på Munch-muséet, hvor de stjal et par av institusjonens mest kjente malerier. Som man vil erindre – "Madonna" og – ja nettopp – "Skrik", hvorav sistnevnte nå glatt ble presentert som hjemmehørende i verdenskunstens absolutte elitedivisjon.

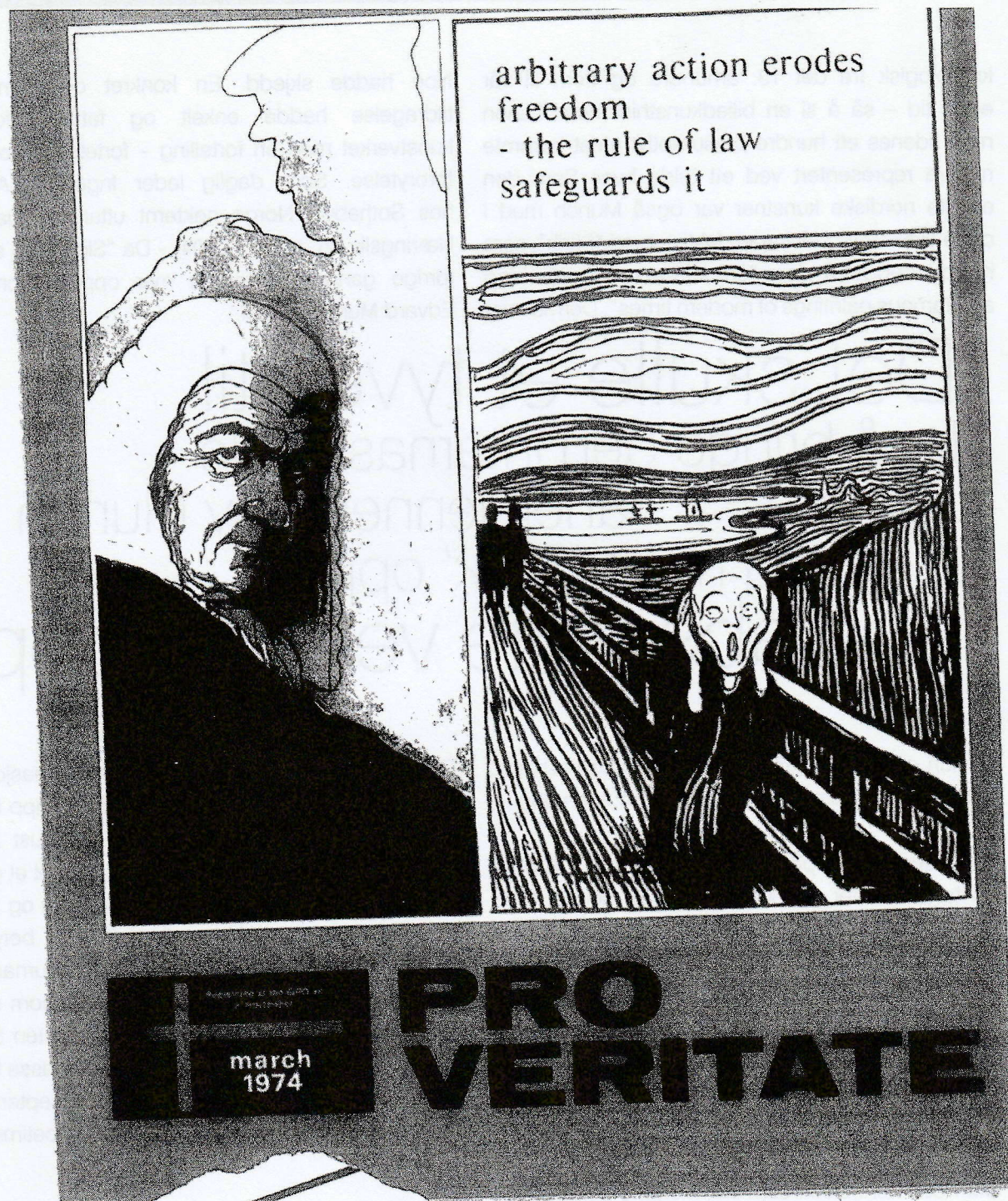
Det intrufne fremkalte umiddelbart store og sterke ord i media. Noen og enhver kunne undres da Aftenposten Aften mandag 23. august 2004 i sin lederartikkel ("Et ran som angår alle") betegnet bildene som "kunstskatter av uerstattelig nasjonal verdi" og "noen av verdenskunstens største ikoner". Mon om ikke avisen tok munnen litt for full? Men andre aviser og nyhetsorganer fulgte opp i samme

spor – ikke bare her hjemme, men verden over. Ledende internasjonale fagfolk ble hanket inn av TV-kanaler som CNN, hvor de opprømt omtalte bildene i de svulstigste vendinger. "Skrik" fikk uten videre status som et av verdenskunstens tre mest kjente verker – formodentlig på linje med "Mona Lisa" og "Guernica".

Synet på "Skriks" popularitet er altså tidsavhengig og konjunkturømfintlig. Like viktig som tidsdimensjonen er romdimensjonen – betrakterens ståsted og perspektiv. Det klassiske eksempelet i så måte finner vi i fotballens verden: Mens Manchester United er verdens mest populære fotballklubb, er den mest populære klubben i Manchester slett ikke United, men Manchester City. Berømmelses- og popularitetsbegrepene har også en sosiologiske dimensjon: De oppfatninger som forfektes av kunst- og kulturkritikerne og andre forståelsepåere, deles ikke nødvendigvis av det bredere publikum. Det kan gjelde i synet på hva som er "bra" eller "dårlig" kunst (en diskusjon som definitivt ikke skal tas her), men gjelder kan hende i vel så høy grad med hensyn til godtfolks oppfatninger om hva som er "berømt" kunst. Målbareheten kan diskuteres, men "høy gjenkjennelsesverdi" kan vanskelig hevdes å være et meningsløst kriterium. Og i så måte kan gallerieier Trond Olsens foransiterte utsagn tjene som et nyttig memento.

På sporet av den tapte tid

Tilbake til Munch og hans "Skrik", - betraktet under tidsdimensjonens synsvinkel. Den ultimate



apartheid-myndighetene): På bladets vertikaldelte forside kunne man til venstre se bildet av en streng dommer mot en bakgrunn som fremstilte skyggen av en politimann. Og til høyre, en sort-hvitt gjengivelse av "Skrik". På innsiden kunne man lese om frontomslaget at bildet til venstre var en tegning av den kjente (?) kunstneren Dave Gaskill. Om "Skrik" var bladet taust. Den tanke at motivet var skapt av en

kunstner, og at denne kunstneren hadde et navn, var åpenbart like fjern for bladets utgivere som for folk flest forøvrig.

I løpet av 1970-tallet kunne man imidlertid fornemme at Munch var i ferd med å bli oppdaget av et bredere publikum. Kunstboken 100 Famous Paintings, utgitt i London i 1979, tok for seg verdenskunsten

kronologisk fra det 13. århundre og frem til vår egen tid – så å si en billedkunsthistoriens kanon med tidenes ett hundre presumptivt mest berømte malere representert ved ett bilde hver. Som den eneste nordiske kunstner var også Munch med i dette eksklusive selskapet, faktisk med "Skrik", som her ble opplyst å være "one of the most disturbing and famous paintings of modern times". Dermed var

Noe hadde skjedd. En konkret og dramatisk tildragelse hadde enkelt og fattbart forsynt kunstverket med en fortelling – fortellingen om en forbrytelse. Som daglig leder Ingeborg Astrup hos Sotheby's Norge nøkternt uttalte til Dagens Næringsliv 25. august 2004: - Da "Skrik" ble stjålet forrige gang, ble verden mer oppmerksom på Edvard Munchs bilder.

”Det skulle et tyveri til for å bringe den internasjonale anerkjennelse av Munch og hans 'Skrik' opp i den absolutte verdenstopp.”

Munch og hans "Skrik" plassert på verdenskartet, riktignok bare som én blant de hundre, men dog ...

Det skjedde noe på hjemmebane også. Da noen arkitektstudenter på 80-tallet fikk for seg at Blitzhuset ikke burde rives, klinte de sin versjon av "Skrik" over hele gavlveggen, som en visuell protestaksjon. Munchs anvendbarhet – endog som politisk kampverktøy - ble anskueliggjort, og "Skrik" ble det billedmotivet som stadig flere først og fremst forbandt med kunstneren.

Forbrytelsens bonus – "15 Minutes of Fame"

Men den hendelsen som fikk Munchs berømmelse til virkelig å ta av internasjonalt, var innbruddskuppet i Nasjonalgalleriet for snart elleve år siden. Bildene av stigen under vinduet gikk verden rundt, men det gjorde også avbildningene av selve tyvegodset. Det spektakulært frekke brekket førte til at "Skrik" ble et kultbilde, som siden er blitt gjengitt i popularisert, vulgarisert eller humoristisk utførelse på ballonger, kaffekrus, slips, T-skjorter og allehånde forbruks- eller pyntegenstander.

Det skulle et tyveri til for å bringe den internasjonale anerkjennelse av Munch og hans "Skrik" opp i den absolutte verdenstopp. Og den 22. august 2004 skjedde det altså igjen; denne gang var det et grovt og brutalt ran. Stygt og slemt, forsmedelig og flaut, men bedre Munch-reklame (hvilket også betydde reklame for Norge som kunst- og kulturnasjon) kunne man knapt ønske seg. Blant dem som raskt fattet poenget, finner vi Dagblad-journalisten Stein Aabø, som i en middels snusfornuftig og passe frekk artikkel med tittelen "En røverhistorie" 3. september kunne gi avisens lesere følgende betimelige formaning:

"Etter at forferdelsen over tapet av nasjonalskattene "Skrik" og "Madonna" har gått over til stille savn, bør vi kunne koste på oss en aldri så liten cost-benefit-analyse. Slike sjokkopplevelser vil alltid ledsages av oppmerksomhet. Og selv om oppmerksomhet aldri kan oppveie tapet av det eller den kjære, må vi erkjenne at den lindrer effektivt, som et effektivt plaster på såret."

Norske myndigheter bruker år om annet millioner på å profilere norsk kunst og kultur i utlandet, med vanskelig målbare resultater. Det internasjonale støynivået er høyt, og i det store selskap blant mange geskjeftige operatører er det ikke alltid så

forbrytelsens bonusside – ble særlig sterkt fremhevet av den amerikanske kunstsikkerhetseksperten Wilbur C. Faulk i et intervju med VG 25. august 2004. I sin kommentar til Munch-tyveriene uttalte Faulk blant annet at:

” Det finnes bare fire virkelig berømte bilder i Norge: 'Brudeferden i Hardanger', Christian Skredsvigs 'Idyll', 'Elg i solnedgang' og 'Sigøynerpiken' ”

Gallerieier Trond Olsen i et intervju med Dagens Næringsliv 18. november 2004.

lett å vinne gehør. Men plutselig var vi på selveste verdenskartet! Et kart hvor vår egen Munch og hans velsignede "Skrik" var det hotteste hotte!

En hendelse som medfører at en norsk kunstner og hans verker omtales i verdensnyhetene, hvor de utropes til å være selve toppen av verdenskunsten, blir lagt merke til. Munch-muséets egen informasjons- og markedsjef Jorunn Christoffersen var således inne på noe vesentlig når hun (ifølge Dagbladet 14. september) kunne konstatere at:

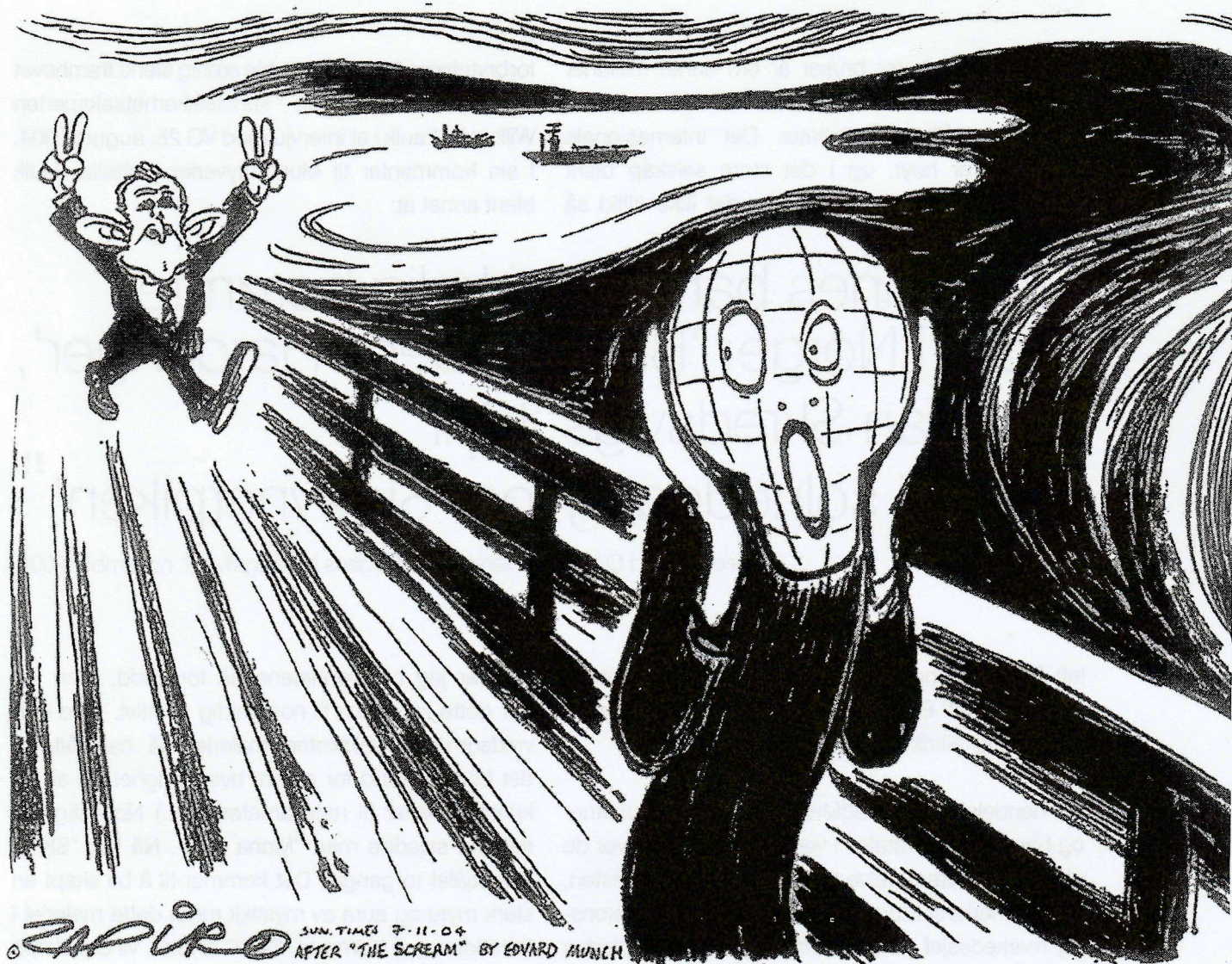
"All omtalen har ført til økt interesse rundt Munch, ikke minst i Norge. Jeg tror mange nordmenn er overrasket over å se hvor stor Munch er i utlandet."

At en spennende eller pikant fortelling – for eksempel fortellingen om et frekt tyveri – kan gi et kunstverks berømmelse et mektig løft, er ikke noe nytt. Kroneksempelen i så måte er fortsatt tyveriet av Leonardo da Vincis "Mona Lisa" fra Louvre-muséet i Paris i 1911. Innen tyven ble fakkert og bildet etter 27 måneder kom på plass igjen, hadde jakten på maleriet skapt hysteri og enorm oppmerksomhet.

Parallellen til "Mona Lisa" – ikke minst med hensyn til

"Nå tar jeg begivenhetene på forskudd, men jeg tror dette kan snus til noe veldig positivt. Med den voldsomme publisiteten maleriet nå har fått, vil det bli gjenstand for enorm nysgjerrighet fra alt fra kunsts eksperter til rene amatører. (...) Nøyaktig det samme skjedde med "Mona Lisa". Nå har "Skrik" blitt stjålet to ganger. Det kommer til å bli skapt en sterk myte og aura av mystikk rundt dette maleriet i fremtiden. (...) Kommer "Skrik" til rette, vil det skape en helt unik mulighet for Norge og nordmenn til å markedsføre seg ute i verden."

Det nye ved fortellingen om "Skrik" (sammenlignet med "Mona Lisa"-tyveriet i 1911), er den dramatiske økning i styrken, hurtigheten og dekningsgraden av den globale nyhetsformidlingen. Kjøpt og intenst ble fortellingen førsteoppdrag i mediene i hver eneste krik og krok på kloden. For de toneangivende internasjonale nyhetsmedia vil en så dramatisk og pirrende tildragelse som et frekt kunstran først og fremst være en "story" som må utnyttes for hva den er verdt. Det gjøres blant annet ved at man kaller kunstverdens fremste forståelsegjåere og opinionsdannere ut på banen, for å avgi slike kommentarer som kan underbygge dramaet. Man kan knapt fortenke ekspertene i



at de begjærlig griper en slik gylden anledning til å få utgyde seg overfor et verdenspublikum med oppstemte ord, med eksalterte utsagn som deres faglige status nødvendigvis forlener med stor autoritet. Foreliggende anledning tilsa at en samlet ekspertise – internasjonalt såvel som hjemlig – med stor suffisanse kunne hausse opp hendelsens betydning og derigjennom også sin egen autoritet ved å fortelle at Munchs "Skrik" rangerer som et av verdens absolutt aller, aller fremste kunstverker.

Slikt har konsekvenser. At et kunstverk er genialt – eller at du eller jeg synes at et kunstverk er genialt – er ingen garanti for at det blir alment anerkjent som sådant. Men hvis tilstrekkelig mange

opinionsdannere tilstrekkelig høylydt og i tilstrekkelig pompøse ordelag forteller andre og hverandre at det er så, ja da er almen anerkjennelse det uunngåelige resultat.

Tilværelsen på toppen

Som en illustrasjon – nærmest post festum – på den posisjon Munchs "Skrik" har inntatt i våre dagers globale landsby vedlegges en karikaturtegning, sakset fra ledersiden i den toneangivende sydafrikanske avisen Sunday Times (Cape Town) 7. november 2004. Som det fremgår, tilsikter tegningen å målbære en ikke altfor munter kommentar til det nettopp gjennomførte amerikanske presidentvalget. Her kommer en apellende utgave av George

W. Bush oss i møte med hoverende geberder og grimaser, mens "Skrik"-motivets hode illuderer en lamslått og sorgtung jordklode. Tegningen utmerker seg på ingen måte ved sin originalitet. Tvertimot fremstår såvel det politiske budskap (anti-Bush) som tegningens formspråk (bruken av "Skrik"-motivets hode med den bedrøvelige skikkelsens hode som jordkloden) som forterpet, platt og forutsigbart. Den manglende originalitet er imidlertid samtidig uttrykk for en desto mer utpreget representativitet: Dette er en tegning som fremfor alt avspeiler en felles verdenskultur med felles symbolkoder og et felles kommunikativt forståelsesgrunnlag, basert på gjenkjennelse. En gjenkjennelse som forutsetter og som springer ut av det forhold at vi her har å gjøre med et kunstverk som er så til de grader alment kjent at gjenkjennelsen er umiddelbar, og ikke betinger noen nærmere forklaring eller veiledning.

Det er dette som er essensen i "Skrik"s ikonstatus. Om ikke i Norge, så dog ute i verden, har bildet oppnådd en gjenkjennelses-score som overgår "Brudeferden i Hardanger" og "Idyll", såvel som "Elg i solnedgang" og "Sigøynerpiken". Takket være ranet rangerer vår landsmann og hans kunst nå høyere på den globale berømmelses skala enn noensinne. Slik har Edvard Munch kunnet gå helt til topps med et Skrik.

Epilog: Tyveriene, tapet og forsmedelsen – et tilbakeleent perspektiv.

Selvsagt var det ille at "Skrik" (og "Madonna") ble stjålet. Likeledes også både rett og rimelig at en slik forbrytersk handling måtte utløse en sunn og ekte forargelse. Dette var da også den umiddelbare reaksjon fra publikum – høy som lav – en reaksjon som i høy grad kom til å dominere mediadekningen i etterkant av ranet.

Men la oss ikke miste av syne det faktum at de stjålne kunstverkene er døde gjenstander: Materielt sett kun et par lerretsbitar med noen malingrester på. Bildenes fysiske uttrykk kan uten vanskelighet gjenskapes og mangfoldiggjøres. Det er da også

forlengst blitt gjort – i et utall av kunstbøker, billige farvetrykk og mer forseggjorte reproduksjoner. Den verdi malerierne har som åndsverk, er ikke av materiell karakter – den ligger helt og holdent på det transcendentale plan. Det er en verdi som følger av vår – almenhetens, markedets, publikums, min og din – opplevelse av og innlevelse i disse bildene, basert på de gjengivelser som vi har sett (og fortsatt vil kunne se) og de kunnskaper som vi måtte ha ervervet om kunstneren og hans uttrykk, hans formspråk samt det eller de budskap som vi måtte ane at han ønsket å formidle. Dèt er en verdi som ikke er gått tapt – snarere tvertimot.

Å trøste seg med at "evig eies kun det tapte", er muligens litt for billig. Men hva er egentlig det verste – at bildene er gått tapt eller forsmedelsen over tapet? Hvilket tap er det egentlig vi har lidd, vi borgere av Oslo kommune? Materielt, på det fysiske plan – det vil si i økonomisk forstand, målt i kroner og øre – eller på det metafysiske plan? Noen vil kanskje protestere og si at verker jo er uvurderlige! Og dèt er nettopp saken. Som åndsverker betraktet, har de ingen prislapp. Heller ikke som materielle gjenstander er de å anse som kommersielle objekter: Vi taler her om gjenstander som ikke er ment å omsettes i noe marked, men som Oslo kommune ved Munch-muséet er gitt i oppgave å forvalte det vil si i første rekke ta pent vare på, på fellesskapets vegne.

Slik sett kunne sikringstiltakene gjerne vært bedre. Og som kunstverkernes rettmessige eiere kan vi Oslo-borgere saktens håpe på at tyvegodsset kommer til rette igjen uten altfor store kostnader. I mellomtiden kan vi fornøyd konstatere at saken tross alt har bidratt til å skape positiv blest om vår landsmann og hans kunst – og derigjennom også øke Norges internasjonale omdømme som kunstnasjon en smule.