

## **TingBilleder og materiel kultur**

Om konstruktion af autencitet og betydning

Ingemann, Bruno

*Publication date:*  
2003

*Citation for published version (APA):*  
Ingemann, B. (2003). *TingBilleder og materiel kultur: Om konstruktion af autencitet og betydning*. Roskilde Universitet. Publications / Centre for Visual Communication Nr. 2 [http://www.cvc.ruc.dk/cVc\\_02.2003.pdf](http://www.cvc.ruc.dk/cVc_02.2003.pdf)

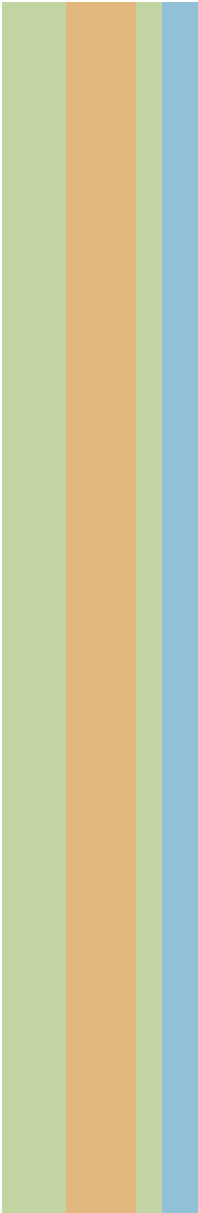
### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact [rucforsk@kb.dk](mailto:rucforsk@kb.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



# TingBilleder og materiel kultur - om konstruktion af autenticitet og betydning

**Bruno Ingemann**



CENTRE FOR  
VISUAL  
COMMUNICATION

**(cvc)**



PUBLICATIONS NO. 2/2003  
ROSKILDE UNIVERSITY

## **TingBilleder og materiel kultur**

### **– om konstruktion af autenticitet og betydning**

© 2003 Bruno Ingemann

Publications no. 2/2003

Centre for Visual Communication

Roskilde University,

Po.Box 260, DK-4000 Roskilde, Denmark.

[www.cvc.ruc.dk](http://www.cvc.ruc.dk)

ISBN: 87-7349-568-9

Design: Bruno Ingemann

Denne artikel er baseret på en forelæsning på seminaret *Billeder i Videnskaben*, Ruc/Kommunikation 1999.

## **Centre for Visual Communication**

Centret for Visuel Kommunikation er rammen om en forskergruppe som sætter fokus på visualiteten i bred forstand inden for mange forskellige medieformer og kontekster. Den kommunikative brug af alle slags billeder og billedmedier, af layout og andre grafiske udtryksmidler og af rum og genstande af enhver art står i centrum for teoretiske, analytiske og receptionsorienterede studier, samtidig med at centrets forskere også iværksætter eksperimenter med visuel formidling. Centrets formål er at samle, styrke og videreføre den forskning i billeder og anden visuel kommunikation der gennem mange år har fundet sted på Kommunikation på Roskilde Universitetscenter, og at udvikle netværk med andre tilsvarende forskningsmiljøer.

Centret er startet i marts 2002.

# TingBilleder og materiel kultur - om konstruktion af autenticitet og betydning

Af Bruno Ingemann

Artiklen fokuserer på forvandlingen af ting fra noget af værdi, til affald og derfra igen til kulturel værdi. Det sker gennem musealiseringen af ting og den autenticitet der tillægges ting, kontekst og det mellemrum der skabes i mødet med udstillingens bruger.

## Legetøjskomfuret

Du kan nu forestille dig at jeg her holder et legetøjskomfur. Du kender godt den slags legetøj. Det har en lille spritbrænder inden i så man rigtig kan lege med komfuret.

Jeg har nogle gode venner. Moderen er lille og rødhåret og meget meget talende. Hun sidder en dag og snakket ivrigt og opslugt med sin datter ude i køkkenet.

Den lille søn Mads leget med det lille komfur - han kommer så ud i køkkenet og står tålmodigt og venter. Og venter. Og venter.

Moderen farer pludselig op - 'Hvad er det der ryger?' - hun farer ind i Mads' værelse og gardinet står i flammer. Hun får slukket ilden i en fart og der er ikke sket alverden. Hun er vildt ophidset og råber til Mads - 'Hvorfor sagde du dog ikke noget om at det brændte?'

Mads sagde ganske stille: 'Jamen mor, der var jo ikke noget mellemrum!'

Dette lille legetøjskomfur - kan fortælle en historie. Jeg har ved at fortælle den konstrueret og skabt betydning. Dette lille legetøjskomfur kan ses som udtryk for en materiel kultur i 60'erne. Dette lille legetøjskomfur er hvad jeg vil kalde et 'ting'billede. Det er en 'ting' i sig selv - men den måde jeg har brugt denne fysiske ting på er til at skabe et mentalt billede som er knyttet tæt til denne lille historie.

Hvad der mangler er - kommer dette legetøjskomfur på museum? Hvis Mads havde heddet Frederik - og været søn af vores dronning kunne det måske hænde. Men ellers er det ikke sikkert at det nogensinde ville ske. Men hvordan konstruerer museerne autenticitet og betydning og hvordan får ting værdi? - det vil jeg prøve at diskutere.

## Rubbish!

Jeg gik på biblioteket for at finde en bog som hedder 'Rubbish!' og som jeg vil vende tilbage til. Men der var også en anden bog der også hed 'Rubbish!' - den var ikke placeret sammen med den jeg ledte efter - men var placeret under fysisk planlægning. Jeg lånte den alligevel. Og her vil jeg starte.

Vores private verdener består grundlæggende af to virkeligheder - den mentale virkelighed som indeholder vores tro, attituder og ideer - og en material virkelighed som er indeholdt i det fysiske dokument.

Jeg må heller afsløre at bogen handler om Affald. Ikke stenalderens køkkenmøddinger - men dagens affalds-dynge. Og dette område har fået sit helt egen navn; Garbologi! - altså studiet i menneskers affald.

Det grundlæggende dogme for Garbologien er - at hvad folk har ejet og smidt væk - kan fortælle mere vel-talende, informativt og troværdigt om det liv de har levet end de måske selv kan. (Rathje&Murphy 1992:54)

En af forskerne blev spurgt om han kunne fortælle en masse ud fra forbrugernes affald - og han svarede: 'You can tell what kind of wine they drink. All their letters come in and out, and who they buy through - Saks or Sears and Roebuck - and how they maintain their household. It's better'n being a psychaiatrist. I can tell you anything you want to know.' (Rathje&Murphy 1992:55)

Formodningen om at adfærd afspejles i artefakter - og afhængig af situationen i manglen af artefakter - er grundlæggende for studier som for arkæologer er 'material kultur'.

Når man undersøger material kultur udtrykt gennem fysiske artefakter (fra affald i vores skraldespande

## GARBAGE ITEM CODE LIST

The Garbage Project  
University of Arizona

BEEF * .....	001	NON-DAIRY CREAMERS &		ROLLING PAPERS	
OTHER MEAT (not bacon) * .....	002	WHIPS .....	065	(also smoking items) .....	128
CHICKEN .....	003	HEALTH FOODS * .....	066	HOUSEHOLD & LAUNDRY	
OTHER POULTRY .....	004	SLOPS * .....	069	CLEANERS * .....	131
FISH		REGULAR COFFEE		HOUSEHOLD CLEANING	
(fresh, frozen, canned, dried) * .....	005	(instant or ground) * .....	070	TOOLS (nor detergents) .....	132
CRUSTACEANS & MOLLUSKS		DECAF COFFEE .....	071	HOUSEHOLD MAINT. ITEMS	
(shrimp, clams, etc.) .....	006	EXOTIC COFFEE * .....	072	(paint, wood, etc.) .....	133
T.V.P. TYPE FOODS * .....	007	TEA * .....	073	COOKING & SERVING AIDS .....	134
UNKNOWN MEAT .....	008	CHOCOLATE DRINK MIX OR		TISSUE CONTAINER .....	135
CHEESE (including cottage cheese) ..	010	TOPPING .....	074	TOILET PAPER CONTAINER .....	136
MILK * .....	011	FRUIT OR VEG JUICE		NAPKIN CONTAINER .....	137
ICE CREAM		(canned or bottled) .....	075	PAPER TOWEL CONTAINER .....	138
(also ice milk, sherbet) * .....	012	FRUIT JUICE CONCENTRATE .....	076	PLASTIC WRAP CONTAINER .....	139
OTHER DAIRY (not butter) .....	013	FRUIT DRINK, pdr or liqd		BAGS (paper or plastic) * .....	140
EGGS (regular, powdered, liquid) * ..	014	(Tang, Koolaid, Hi-C) * .....	077	BAG CONTAINER .....	141
BEANS (not green beans) * .....	015	DIET SODA .....	078	ALUMINUM FOIL SHEETS .....	142
NUTS .....	016	REGULAR SODA .....	079	ALUMINUM FOIL PACKAGE .....	143
PEANUT BUTTER .....	017	COCKTAIL MIX (carbonated) .....	080	WAX PAPER PACKAGE .....	144
FATS: Saturated * .....	018	COCKTAIL MIX		MECHANICAL APPLIANCE	
Unsaturated * .....	019	(non-carb. liquid) .....	081	(tools) .....	147
Bacon, salt pork * .....	020	COCKTAIL MIX (powdered) .....	082	ELECTRICAL APPLIANCE AND	
Meat trimming .....	021	PREMIXED COCKTAILS		ITEMS .....	148
CORN (also corn meal and masa) * ..	022	(alcoholic) .....	083	AUTO SUPPLIES .....	149
FLOUR (also pancake mix) * .....	023	SPIRITS (booze) .....	084	FURNITURE .....	150
RICE * .....	024	WINE (still & sparkling) .....	085	CLOTHING: CHILD * .....	151
OTHER GRAIN (barley,		BEER * .....	086	ADULT * .....	152
wheat germ, etc.) .....	025	BABY FOOD & JUICE * .....	087	CLOTHING CARE ITEMS	
NOODLES (pasta) .....	026	BABY CEREAL (pablum) .....	088	(shoe polish, thread) .....	153
WHITE BREAD .....	027	BABY FORMULA (liquid) * .....	089	DRY CLEANING	
DARK BREAD .....	028	BABY FORMULA (powdered) * .....	090	(laundry also) .....	154
TORTILLAS * .....	029	PET FOOD (dry) .....	091	PET MAINTENANCE (litter) .....	155
DRY CEREALS:		PET FOOD		PET TOYS .....	156
Regular .....	030	(canned or moist) .....	092	GATE RECEIPTS (tickets) .....	157
High Sugar (first ingredient only) ..	031	TV DINNERS (also pot pies) .....	094	HOBBY RELATED ITEMS .....	158
COOKED CEREALS		TAKE OUT MEALS .....	095	PHOTO SUPPLIES .....	159
(instant or regular) .....	032	SOUPS * .....	096	HOLIDAY VALUE (non-food) * .....	160
CRACKERS .....	033	GRAVY & SPECIALTY		DECORATIONS (non holiday) .....	161
CHIPS (also pretzels) .....	034	SAUCES * .....	097	PLANT AND YARD MAINT .....	162
UNKNOWN PRODUCE * .....	040	PREPARED MEALS		STATIONERY SUPPLIES .....	163
FRESH VEGETABLES * .....	041	(canned or packaged) * .....	098	JEWELRY .....	164
CANNED VEGETABLES		VITAMIN PILLS AND		CHILD SCHOOL RELATED	
(dehydrated also) * .....	042	SUPPLEMENTS		PAPERS * .....	171
FROZEN VEGETABLES * .....	043	(commercial) * .....	100	CHILD EDUC. BOOKS	
POTATO PEEL * .....	044	PRESCRIBED DRUGS		(non-fiction) .....	172
FRESH FRUIT * .....	045	(prescribed vitamins) .....	101	CHILD EDUC. GAMES (toys) .....	173
CANNED FRUIT		ASPIRIN * .....	102	CHILD AMUSEMENT READING .....	174
(dehydrated also) * .....	046	COMMERCIAL STIMULANTS AND		CHILD AMUSEMENT TOYS	
FROZEN FRUIT * .....	047	DEPRESSANTS * .....	103	(games) .....	175
FRUIT PEEL * .....	048	COMMERCIAL REMEDIES * .....	104	ADULT BOOKS (non-fiction) .....	176
RELISH, PICKLES, OLIVES * .....	049	ILLCIT DRUGS * .....	105	ADULT BOOKS (fiction) .....	177
SYRUP, HONEY, JELLIES,		COMMERCIAL DRUG		ADULT AMUSEMENT GAMES .....	178
MOLASSES .....	051	PARAPHENALIA .....	106	LOCAL NEWSPAPERS * .....	181
PASTRIES (cookies, cakes		ILLCIT DRUG PARAPHENALIA ..	107	NEWSPAPERS	
and mix, pies, etc.) * .....	052	CONTRACEPTIVES:		(other city, national) * .....	182
SUGAR * .....	053	MALE .....	108	ORGANIZATIONAL NEWSPAPERS	
ARTIFICIAL SWEETENERS .....	054	FEMALE .....	109	OR MAGAZINES	
CANDY * .....	055	BABY SUPPLIES		(also religion) * .....	183
SALT * .....	056	(diapers, etc.) * .....	111	GENERAL INTEREST	
SPICES & FLAVORINGS		INJURY ORIENTED		MAGAZINES * .....	184
(catsup, mustard, pepper, etc.) * ..	057	(iodine, bandaids, etc.) .....	112	SPECIAL INTEREST MAGAZINE	
BAKING ADDITIVES		PERSONAL SANITATION * .....	113	OR NEWSPAPER * .....	185
(yeast, baking powder, etc.) .....	058	COSMETICS * .....	114	ENTERTAINMENT GUIDE	
POPSICLES .....	060	CIGARETTES (butts) .....	123	(TV Guide, etc.) .....	186
PUDDING .....	061	CIGARETTES (pack) * .....	124	MISCELLANEOUS ITEMS	
GELATIN .....	062	CIGARETTES (carton) * .....	125	(specify on back of sheet) * .....	190
INSTANT BREAKFAST .....	063	CIGARS .....	126		
DIPS (for chips) .....	064	PIPE, CHEWING TOBACCO,			
		LOOSE TOBACCO .....	127		

\* See Special Notes

**BEERS**

COORS



SCHLITZ LIGHT



CARLING BLACK LABEL

BUDWEISER  
MICHELOB LIGHT  
ANHEUSER-BUSCH NATURAL LIGHTOLYMPIA GOLD  
HAMM'S

MICHELOB

SCHLITZ  
OLD MILWAUKEE  
SCHLITZ STOUTPILSNER LIGHT  
MILLER HIGH-LIFE

MILLER HIGH-LIFE

BURGIE  
PABST BLUE RIBBON

SCHLITZ (16 OZ.)



FALSTAFF



HEINEKEN BUCKHORN



MODELO ESPECIAL

**SOFT DRINKS**COKE  
MR. PIBB  
SPRITE  
FRESCA  
TAB

RONDO CITRUS



NUTRAMENT



OCEAN SPRAY CRANAPPLE JUICE

**KEY**

Color of Tabs	
	SILVER FRONT AND BACK
	GOLD FRONT AND BACK
	GOLD BACK
	LIGHT GOLD FRONT
	LIGHT GOLD BACK
	GOLD FRONT AND DARK GOLD BACK
	WHITE BACK



GATORADE



BORDEN YOGURT SHAKE



KERN'S FRUIT NECTARS

Illustration 2: Hvad kan pull-tabs fortælle?

til malerier på vores vægge) - så hjælper det os til ikke blot at definere et givet øjeblik - men medvirker også til at forandre selv definitionen over tid.

Mikrobølge middage og McDonald's hamburgers afspjeler ikke blot en nye mangfoldighed i arbejde og familie - de medvirker til denne mangfoldighed.

Hvordan kan man arbejde med garbologi? Ja man indsamler tons og atter tons af affald - og så begynder man at sortere og kategorisere det.

**Kategorisering**

På illustration 1 kan man se hvilke kategorier man arbejder med. Det er altså det som tilskrives betydning. Som

Ratje & Murphy skriver - så har man fx kode 044 - som handler om kartoffelskræller - dem skal man ikke tælle enkeltvis - men veje. (Rathje& Murphy 1992:22)

**Når dåsen forsvinder og Pull-taps er tilbage**

På et tidspunkt i projektet skete der noget som var lidt besværligt - nemlig at øl- og vanddåserne blev genbrugt. Men en meget vaks forsker opdagede at den lille pull-tap blev smidt i skraldespanden - og han lavede så en typologi for at kunne fortælle om hvilke mærker der blev drukket i husstanden. Dette billede er i høj grad et 'ting'billede - der kunne bruges som et hjælpemiddel til at kategorisere med i forskningsprocessen (ill 2).

	%		%
	UNDERREPORTED		OVERREPORTED
Sugar	94	Cottage cheese	311
Chips/popcorn	81	Liver	200
Candy	80	Tuna	184
Bacon	80	Vegetable soup	94
Ice cream	63	Corn bread	72
Ham/lunch meats	57	Skim milk	57
Sausage	56	High-fiber cereal	55

Illustration 3: The good provider syndrom.

Når man gravede i 20 års affald - så kunne man bruge disse pull-taps til at tidsfæste det akæologiske lag - Coors Beer dåser brugte kun denne pull-tap mellem marts 1974 til juni 1977 - og kunne på den måde være med til at tidsfæste det lag man arbejdede i.

### Resultater af affaldsstudier

Hvad kan man dog få ud af disse affaldsstudier? Jeg kan give et eksempel. Man undersøgte udvalgte husstandes egentlige affald. Samtidig med bad man husstanden om at fortælle hvad man havde købt. Mon det passede sammen?

Projektet viste The Good Provider Syndrom: altså at folk fortalte at de købte meget mere end affaldet kunne vise (ill 4). Og man kunne formode at det var for at vise at man var velforsynede med livets fornødenheder. Men folk underrapporterede samtidig - nemlig mængden af sodavand, kager, chokolade og fedt og overrapporterede den mængde frugt og sukkerfri sodavand de købte.

'It is a sad catalogue of self-delusion'. (Rathje & Murphy 1992).

### Affald - og museer

I 1989 skabte kunstneren Robert Richardson et Garbish Museum. Hans intention med udstillingen var at få de besøgende til at føle at affaldet var ved at opluge det amerikanske samfund. Han skabte udstilling hvor der var affald fra gulv til loft som de besøgende kunne gå gennem. En lys hule med et virvar af affald.

For de fleste besøgende var indholdet af udstillingen

uden tvivl visuelt synonym med indholdet af Amerikas affald i almindelighed. Se: der er de tomme kasser af Omo og Ariel, plastikkander og foam kartonner, engangs-bleerne, flasker og dåser, fast-food emballage - alle disse ting som smides væk.

Men for Rathje & Murphy er denne populære perception af affald ikke fuldstændig i overensstemmelse med virkeligheden. De forestiller sig at en lokal skaldemand kommer på besøg i udstillingen - og bliver spurgt om hvordan det affald han håndterer hver dag afskærer sig fra Robert Richardson's konstruktion.

Han vil svare at der ikke er noget skidt blandet ind i affaldet her og at hverdagens affald er dækket af et lag skidt. Han kan se at der ikke er bygningsaffald og nedrevne stumper; at der ikke er madaffald eller haveaffald - ikke gennemvædede aviser; ikke spor af slam;

Han vil også finde at der er meget mere plastik på museet end han finder på lossepladsen og meget mindre papir. Han finder også at intet af affaldet er blevet presset sammen selv om det oftest sker på lossepladsen. Og han vil afslutte med at der ingen afskyelig lugt er på udstillingen.

Rathje & Murphy finder at der er et gab mellem myter om affald - og virkeligheden. Resultatet er at den besøgende får et fortegnede billede af virkeligheden og at udstillingen kommer til at afspejle den misinformation som de selv medbringer til udstillingen. De bekræftes i deres egen forestillinger og dermed får de ikke nogen ny indsigt - de mener at udstillingen og myterne som den fremviser '...is at close system of fantasy and shortsightedness that



both hampers the effective disposal of garbage and leads to exaggerated fears of a garbage crises.' (Rathje&Murphy 1992:83-86).

Det er alvorligt det her.

### Konstruktion af autenticitet

Ratje & Murphy fremsætter en implicit og eksplicit kritik af Garbage Museet. Jeg vil betegne den som et spørgsmål om autenticitet.

Hvad er autentisk?

Vi kan lige prøve at vende det om at spørge hvad der er ikke-autentisk? På Nationalmuseet står den meget berømte Gundestrupkedel. Den er fundet i jorden og er et materiel levn fra den danske oldtid. Der er ingen tvivl om at den er autentisk og at den er en meget værdifuld ting fra fortiden. Den er lavet på den tid som det påstås i udstillingen at repræsentere. Den er fundet i Nordjylland ved Gundestrup.

På Museet i Aars- står der en kopi af Gundestrupkedlen. Den er meget omhyggelig lavet og står ret tæt på det lokale område hvor det er fundet.

I én tradition vil kopien i Aars blive betragtet som ikke-autentisk. Det er fremstillet for hundrede år siden - og ikke i oldtiden. Problemet om autenticitet er altså lokaliseret i tingens oprindelse og produktion.

Men når Ratje & Murphy fremsætter deres kritik af Garbage Museet - så er det ikke en kritik af om de ting der vises er autentiske eller ej. De rejser ikke spørgsmål ved om plastiken og flaskerne er fra den rette tid - eller om de er kopier. De acceptere dem som autentiske genstande.

Men de rejser alligevel spørgsmålstejn ved om hele udstillingen som samlet udtryk og indhold kan siges at være autentisk. Deres svar er: NEJ!

De mener at den kontekst der konstrueres af de autentiske genstande ikke er dækkende - det er ikke en tilstrækkelig naturalistisk gengivelse af virkeligheden. De bruger forestillingen om den lokale servicemedarbejder fra lossepladsen som en kritisk instans - der afslører hvad der er for meget af - nemlig plastik - og hvad der mangler nemlig papir og papir og papir og byggeaffald og støv og skidt og flydende sovsede stinkende affald. Og så er det ikke presset sammen og delvist knust.

Men de mener der mangler mere i konteksten. Der mangler den 'rette' fortælling. De retter en sønderlemmede kritik mod udstillingen fordi deres forestilling om det autentiske ikke handler om 'tingenes' autenticitet - men om den kontekst og den fortælling som skabes gennem tingene i sig selv, deres sammenhæng og mangel på sammenhæng og den historie som tingene og teksterne skaber.

Man kan altså 'lyve' med autentiske ting - og man kan sikkert også tale sandt med ikke-autentiske ting.

Vi kan trække begrebet om autenticitet endnu længere. På Arbejdermuseet i København er der fx en installation med figurer der viser hvordan arbejderfamilien ved århundredets begyndelse tog i skoven og muntrede sig. Måske er ølflasker og tallerkener og bestik og harmonika og tøjet - autentisk. Men figurerne er konstruerede og hele det miljø de optræder i er konstrueret og malet. Men her er påstanden at det som er autentisk - er den atmosfære som konstrueres. Den ligner virkeligheden - dengang.

Her lægges hovedvægten på at autenticitet er den oplevelse som skabes og som siges at være i overensstemmelse med datidens oplevelse. Denne oplevelse af atmosfæren formidles gennem hele konstruktionen.

På denne måde forandres kriteriet for autenticitet fra genstanden i sig selv - til den må hvorpå den opleves! Med andre ord: for at have en autentisk oplevelse er det lige så vigtigt at tingen bliver ordentlig præsenteret som det er at den har den rette herkomst.

Dermed kan man ikke lave modsætningen virkelig - imitation (eller kopi). Sandheden ligger ind imellem som det man kan kalde simulation.

Den amerikanske museolog Lisa C. Roberts stiller spørgsmålet: 'And if the experience is properly simulated - in other words, if the correct effect are reproduced in the lived body - does it matter that the props are »faked«? The desire to experience the real world would appear to have shifted to a desire for realistic experience!' (1997:99).

Og Roberts overvejelser fører til det semiotiske landskab og fortællingen. Betydning ligger ikke i genstanden i sig selv - men i det som eksterne tegn lægger til genstanden og dermed sker yderligere et skift i synet på autenticitet og genstand. Beskueren kan opleve genstanden - men hvad der betinger autenticiteten er ikke genstanden i sig selv, det er ikke beskueren i sig selv - men det er også den 'setting' som genstanden er placeret i og som beskueren kan opleve.

### Men hvordan oplever beskueren så en udstilling?

Man kan anskue museet som et frosset billede - ting er placeret i en kontekst som adskiller sig fra virkeligheden ved at en bestemt tid og et bestemt rum er frosset og stivnet på et bestemt tidspunkt. Det kan være 1930'erne det kan være 1960'erne.

Man kan se det sådan at en udstilling kan være dybfrossen og dermed have svært ved at blive tøet på af den besøgende. Eller den kan være let frosset og dermed være nem at tøj op for den besøgende. Den besøgende



møder udstillingen ud fra hvad jeg vil kalde den æstetiske oplevelse:

En æstetisk oplevelse – er meget omfattende. Man kan se Oplevelsen som en område der består af fire felter: Værdier, Emotioner, Viden og Handling. Den æstetiske oplevelse går altså lang udover æstetik som 'det skønne'. Hvis noget for en beskuer skal kunne understøtte en æstetisk oplevelse så er det noget som både bekræfter den indsigt som ligger i de fire felter – og dels noget som udfordrer dem og altså tilfører noget som er nyt og overraskende.

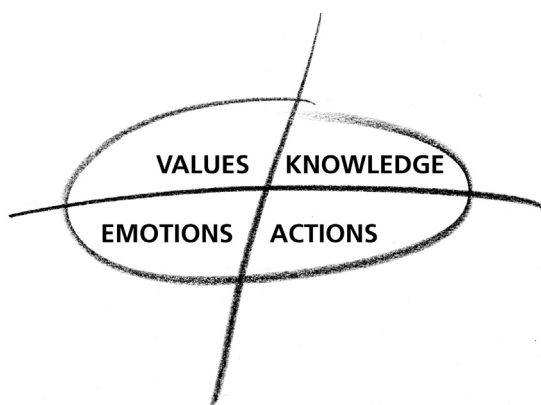


Illustration 4: Oplevelses-felter (Gjedde & Ingemann 2001:53).

**Videns-feltet** drejer sig både om at få ny viden og at bruge den viden som præsenteres for den besøgende og som er tilstede i situationen – det kan være faktisk viden som er forankret i en situation og i en kontekst. Men det drejer sig også om den besøgenes tidligere viden som er aktiv i situationen.

**Emotions-feltet** kan ses som forbindelsen mellem mennesker, natur og fysiske objekter i sig selv og i de sociale relationer og handlinger der er forbundet hermed. På museet skabes disse forbindelser gennem repræsentationer og det æstetiske spiller derfor en stor rolle. Det æstetiske kan være kedeligt eller provokerende.

**Værdi-feltet** er relateret til kollektive og personlige værdisystemer, normer og moral. Disse værdier spiller en stor rolle som grundlag for relevans og umiddelbare reaktion på udstillingen.

**Handlings-feltet** har at gøre med hverdags aktiviteter fra at være beskuer til at foretage informerede valg om konkrete oplevelser. På museet er spiller kroppen en stor rolle. Den konkrete vandring i virkelige rum; berøring af virkelige genstand; interaktivitet i forhold til skærme og knapper etc. (Gjedde & Ingemann 2001).

**De fire oplevelsesfelter** kan aktiveres men er meget afhængig af beskuerens mål: fra ren underholdning, 'få tiden til at gå' – til en form for 'læring'. Det er museet der kan planlægge at aktivere én eller flere af oplevelsesfelterne.

Jeg er i gang med et forskningsprojekt omkring beskuerens oplevelse af museet. Eller af en konkret udstilling på et museum. Jeg har konstrueret en videohat - som består af et lille videokamera og en Fjældrøven-rygsæk med videooptager osv. Jeg lader en forsøgsperson lave en vandrings-video af hendes krops bevægelser rund i udstillingen. Kroppen viser på et ubevidst plan en række valg og mulige oplevelser - sammen med hvad informanten taler om med den hun følges med (Ingemann 1999).

Hvordan forsøger informanten at tømme udstillingen op? Det sker ved at søge efter **relationer**.

Min informant Anne går rundt med sin veninde Rikke på udstillingen 'Under demokratiets vinger' på Københavns Bymuseum - som handler om dette århundredes København og som har fokus på 1930'erne og 1960'erne.

Hun skaber en række relationer. Jeg vil her fokusere på én af dem nemlig **Genkendelses**-relationerne: Tingene vækker megen genkendelse. Tingene er noget i sig selv men de kobles af Anne til hendes egne personlige erfaringer. Man kan sige at gennem tingene pakker hun nogle af sine egne personlige erindringer og oplevelser ud.

I 1930'erne ser hun en Nilfisk støvsuger: "Sådan én kan jeg da huske. Sådan en havde min mormor og morfar." Nogle gange kobler hun også nogle sanssemæssige oplevelser på genkendelsen. Hun ser et sort telefon med drejeskive fra 60'erne: "Åh, sådan en telefon har min mormor og morfar stadigvæk. Og røret er bare så tungt. Det er et fedt rør at have faktisk."

Her i 1960-70'erne kommer der mange ting hun genkender. Nogle ting genkendes bare fordi hun har set dem og kan huske dem: "Karoline koe - den kan jeg da huske. Den havde de også da jeg var barn."; "De der ski havde jeg."

Men genkendelsen løfter sig ud over den rene registrering og knytter sig tæt til personlige oplevelser. Hun ser en Pingvin sparebøsse og en bankbog: "Sådan en bankbog der. Jeg kan huske hvor stolt jeg var da jeg var oppe at hæve på min bankbog første gang." Men der er to ting der virkelig tænder for erindringen. Det ene er en masse gammelt legetøj. Her bryder Anne og Rikke ud i højre råb: "Nej, nej sådan nogle havde jeg også... madkasse kan man stadig købe." Den anden er Carmen Curlers som virkelig

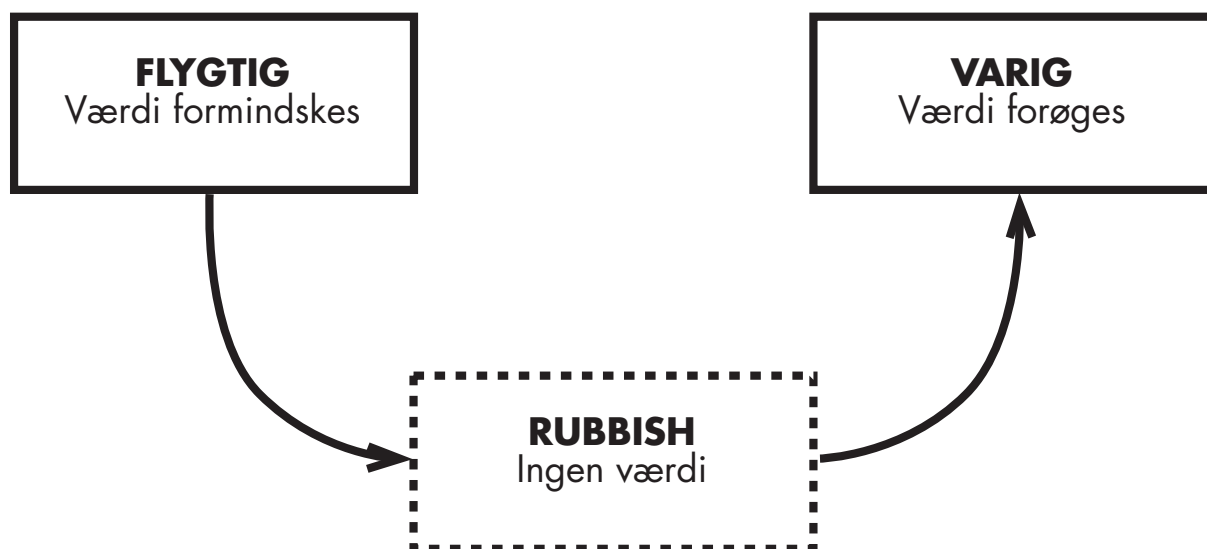


Illustration 5: Rubbish model.

vækker minder: "Sådan nogle havde min mor. Er du klar over hvor meget hår jeg har mistet på at prøve at rulle sådan nogle ind i mit eget hår. Jeg fik altid filtret så meget ind at vi blev nødt til at klippe det midt over."

Genstandene virker altså som cues der er med til at Anne i-tale-sætter og dermed husker oplevelser og historier fra hendes eget liv. Ligesom hele udstillingen kan ses som en fortælling om et århundrede og fortæller meget som vi allerede kender – så vækker konglomeraterne Anne's personlige historie til live. De fungerer som anledninger til at huske og genfremkalde erindringer og oplevelser og viden fra Anne's personlige liv.

Lægger man teorien om de fire oplevelsesfelter ned over Anne's konkrete oplevelser - så aktiverer hun dem alle - og hvis vi forholder os til diskussionen om autenticitet - så fremtræder der implicit en forestilling om autenticitet som netop er knyttet til at hvad hun oplever kan hun knytte til sit eget personlige liv - og dermed accepterer hun det autentiske som værende 'den gode oplevelse' som ligner noget hun kender fra virkelighedens oplevelser.

### Konstruktion af værdi og betydning

I nutiden kan alt indsamles og registreres og kategoriseres. Hvis man vil bevare den materielle kultur hvad er det så for værdier der afgør om noget har betydning og hvad har ikke betydning.

Garbage-projektet tilskriver altså betydning til da-

gen affald - det registreres og kategoriseres - men med undtagelse af Garbage museet - så bevares det ikke for eftertiden og det udstilles ikke.

Her må jeg tage fat på den første bog om 'Rubbish' - for det er en kultursociologisk teori om hvordan ting tilskrives værdi - eller rettere at ting skifter værdi i en stadig fortløbende proces. Michael Thompson - started med at identificere to helt forskellige måder hvorpå ting kan ses. De danner et element i vores perception af det fysiske og sociale miljø - vores verdens syn.

Dette element kan beskrives sådan her. (Thomson 1979:7) I vores kultur kan ting blive tilskrevet én af to overordnede kategorier: Den ene er 'flygtig' den anden er 'varig'.

Ting i den flygtige kategori taber værdi i tidens løb og har et endeligt tidsforløb - det gælder fx en brugt bil. Den bliver mindre og mindre værd som tiden går. Jeg kunne forleden få 2.000 kr for min 13-år gamle Opel Kadet.

Ting i den varige kategori forøger værdien over tid og har ideelt set et uendeligt livsforløb. Det kan fx. være en Louise-Seize stol fra 1700'tallet.

Men Thompson finder ikke at det er tingene der har iboende kvaliteter som i sig selv der bestemmer om de er flygtige eller varige. Nej, han ser det som udtryk for syn på verden - og dermed som en social konstruktion. Det er altså nogle mennesker der har magt til at definere ting som varige og andre ting som flygtige. (Thomson 1979:9)

Det paradoksale spørgsmål er hvordan kan sådan et selv-vedligeholdende system nogensiden forandre sig?

Svaret er at de to overordnede kategorier ikke dækker hele universet af ting. Der er nogle ting (med nul eller uforandret værdi) som ikke falder inden for disse to kategorier og de udgør en tredje **skjult** kategori: **rubbish!**

Hans hypotese er at denne skjulte rubbish-kategori ikke er genstand for kontrolmekanismen og at den derfor udgør en mulig vej for den tilsynsladende umulige overførsel af en ting fra flygtighed til varighed. (Thomson 1979:9)

Han mener at en flygtig ting formindskes i værdi og glider over til rubbish. Den forsvinder ikke og bliver ikke til støv. Den fortsætter med at eksistere i et tidløst og værdiløst univers hvorfra den har mulighed for at blive opdaget.

Thompson giver et konkret eksempel på denne bevægelse gennem de tre kategorier. I 1879 producerede og solgte Thomas Stevens farvestrålende vævede silkebilleder med fx. Dick Turpins ridt til York på sin gode hest Black Bess og dagvognen mellem London og York.

I 1879 koste sådan en Stevengraph en shilling; i 1950 var den usælgelig; i 1971 kostede den 75 pund.

Hvordan kan man forklare disse transformationer af værdi?

Han finder tre stadier:

1) Den kostede en shilling - og dens værdi formindskedes over tid og den blev medlem af den flygtige kategori.

2) I en lang mellemliggende periode var den værdi nul og værdien hverken forøgede eller formindskedes over tid. På dette stadie var den i rubbish kategorien.

3) Det endelige trin er fra omkring 1960 og til nu hvor Stevengrafer får værdi som stadig øges. På det trin bliver den medlem af den varige kategori. (Thomson 1979:18)

Denne bevægelse fra rubbish til varig kategori finder sted i 1960 ved at der blev afholdt udstillinger og der blev skrevet artikler - først journalistiske og så egentlige forskningsartikler og dermed blev Stevengraphs gjort synlige - og i og med at de fik større økonomisk værdi øgedes også deres æstetiske værdi.

### **Rubbish theory - og ting på museet**

Gundestrupkedlen - er fra starten af placeret i den varige kategori. Den er unik. Den er meget meget gammel. Den er lavet af sølv. Den er kulturelt interessant. Den bærer spor af keltiske fortællinger og myter.

Plastik og glas og emballage fra 1960'erne - har det værdi? Det har ikke nogen økonomisk værdi. Da man

købte varerne var tingene i den flygtige kategori - og i bogstavelig forstand mistede emballagen omgående værdi da det blev forvandlet til affald og kørt væk og smidt på lossepladsen. Det blev ting med nul værdi og altså placeret i rubbish-kategorien.

Men i det øjeblik kunstneren Robert Richardson skabte sit Garbage Museum - så blev de værdiløse ting forvandlet til varig værdi ved at komme på museum. Det er gennem denne musealisering af tingene at de får værdi. Der er nogen der tilskriver dem værdi og dermed bliver de varige. Når noget først er kommet ind på museet er det svært at få dem ud igen.

Men hvad med mit legetøjskomfur fra 1960'erne?

Der findes tusindvis af dem og de vil oftest befinde sig i rubbish kategorien med nul værdi. Men når Københavns Bymuseum laver en udstilling om 1960'erne og vil lave et afsnit som skal handle om hjemmet og dermed også om børns legetøj - så kan mit legetøjskomfur (eller et lignende) få værdi og indtræde i den varige kategori. Det bliver altså intentionen bag museet og bag museets udstilling som betinger at ting får værdi.

Legetøjskomfuret er ikke blot et legetøjskomfur men et udtryk for den materielle kultur, og dermed bruges den i sammenhængen til at fortælle en historie om ting som symbolske udtryk for en forbrugerkultur og for økonomisk vækst og overflod, og dermed også for det materielle fremskridt der er sket siden 1930'erne.

Det er altså ikke økonomisk værdi - men symbolsk værdi som konstrueres på museet.

### **Synlig og usynlig**

TingBilleder - er udtryk for hvordan ting bruges til at repræsentere ideer og historier og myter om fortiden - som den er fastfrosset i museets opsætning af tingene og tingenes kontekst med hinanden og med den tekst og den iscenesættelse der betyder noget for hvordan beskueren kan konstruere betydning og autenticitet.

'Ting' kan ses som den materielle kulturs mentale billeder. De er måske synlige som 'billeder' og usynlige som ting.

For at give mulighed for at den besøgende kan skabe betydning er det nødvendigt at der skabes 'mellemrum'. Et rum mellem tingen og beskueren.

## Litteratur

Thompson, Michail (1979): *Rubbish Theory: the creation and destruction of values*. Oxford: Oxford University Press.

Rathje, William & Murphy, Cullen (1992): *Rubbish! the archeology of garbage*. New York: Harper Collins Publishers.

Gjedde, Lisa & Ingemann, Bruno (2001): 'In the beginning was the Experience. The experimental reception studies' *in Nordicom Review* Volume 22, number 2, December 2001, p. 49-60.

Ingemann, Bruno (1999): 'Det er helt vildt! - om læsestrategier og reception af en udstilling' *in Nordisk Museologi* 1999 nr. 1, p. 155-172.

Roberts, Lisa C. (1997): *From Knowledge to Narrative. Educators and the Changing Museum*, Smithsonian Institution Press.

Vasström, Anette & Floris, Lene (1999): *På Museum*, Roskilde Universitetsforlag.



Bruno Ingemann, ph.d., lektor  
Centre for Visual Communication  
Roskilde University,  
Po.Box 260, DK-4000 Roskilde, Denmark.  
email: bruno@ruc.dk  
www.cvc.ruc.dk

Publications no. 2/2003