

"When POP sucks the tits of ART"

Warhol och Gaga - mötet mellan konsten och populärkulturen

Anna Gustafsson

Konstvetenskap, Sektionen för Humaniora

Högskolan i Halmstad

C-uppsats, 15 hp, Höstterminen 2012

Handledare: Helen Fuchs

Sammanfattning

I uppsatsen undersöks utbytet mellan populärkultur och konst genom en jämförande analys av Andy Warhols *Marilyn Diptych* från 1962 och en stillbild från Lady Gagas musikvideo *Telephone* från 2010, i vilken hon refererar till Warhol. Lady Gaga har flera gånger refererat till konstvärlden genom kostym och sceniskt uttryck vilket hos mig väckte associationer kring hur Andy Warhol och popkonstnärerna influerades av populärkulturen. Warhols användning av populärkulturens bilder är idag välkänd som ett sätt att bryta mot konstvärldens normer.

Detta utbyte undersöks och diskuteras i relation till hur Lawrence Alloway, John A. Walker och Richard Hamilton definierar populärkultur, massmedia och popkonst. De visar på en upplösning mellan populärkultur och konst som olika kategorier, något som Theodor Adorno och Clement Greenberg vänder sig emot. Popkonsten skulle dock kunna uppfattas som populärkultur efter de definitioner jag använt då Warhol idag både brukas flitigt av populärkultur och massmedia, samtidigt som konstvärlden också använder honom för att tilltala en masspublik. Jag vill mena att Andy Warhols konstproduktion och skapandet av Lady Gagas image grundas i olika typer av konstnärligt arbete, men att bådvas verksamhet genom massproduktion sprids som populärkultur.

Lady Gaga verkar framgångsrikt genom masskommunikation och hon är idag välkänd inom populärkulturella sammanhang. Genom vad som kan tyckas vara absurd styling utmanar hon den populärkulturella normen kring skönhet, en norm som skapades med bland andra Marilyn Monroe. Reproduktioner av Andy Warhols bilder med Marilyn Monroe som motiv har idag fått enorm spridning och stor popularitet. Populariteten för Warhols bild av Marilyn och Lady Gagas refererande till den kan förstås genom Jean Baudrillards teorier om hyperrealism och simulacra. Lady Gaga stylad som Warhols Marilyn blir ett tydligt exempel på simulacra då hon framstår som en kopia utan original. Detta eftersom Warhols Marilyn är ett eget original, frikopplat från det fotografi av Marilyn Monroe som han från början utgick från. Warhol använder sig av ett välkänt ansikte från populärkulturen, ett ansikte som sedan influerar Lady Gaga. Influensen kommer dock inte från Marilyn Monroes ansikte, utan Warhols version av Marilyn. Lady Gaga använder sig heller inte av själva bilden, utan refererar endast till den genom sin styling. Någon anslutning till verkligheten finns inte. Referenserna mellan konstvärlden och populärkulturen sprids som ringar på vattnet, och den mittersta utgångspunkten blir allt svagare.

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| Inledning..... | 3 |
| Syfte och problemformulering..... | 4 |
| Teori och metod..... | 4 |
| Material..... | 5 |
| Popkonst och populärkultur..... | 7 |
| Modernism - Postmodernism..... | 7 |
| Popkonst..... | 8 |
| Populärkulturen som en del av konstvärlden..... | 10 |
| Warhol och Gaga..... | 12 |
| Lady Gaga (f. 1986)..... | 12 |
| Andy Warhol (1928-1987) | 14 |
| Bildanalyser..... | 16 |
| Marilyn Diptych 1962..... | 16 |
| Telephone 2010..... | 19 |
| Synopsis..... | 19 |
| Musikvideon som populärkulturellt uttryck..... | 20 |
| Simulacra..... | 22 |
| Översiktlig förklaring av simulacra..... | 22 |
| Diskussion..... | 25 |
| Marilyn Diptych och Telephone tolkade som simulacra..... | 25 |
| Relationen konst / populärkultur..... | 26 |
| Källor..... | 30 |
| Litteratur..... | 30 |
| Internet och övriga källor..... | 33 |
| Bildförteckning..... | 34 |

Inledning

Populärkultur eller konst? Med dagens virtuella forum sprids och reproduceras bilder som aldrig förr. Masskulturen och massmedia utnyttjar ständigt referenser till välkända motiv från konstvärlden. Det kan till exempel ske genom reklam, musikproduktion eller filmer.

Popkonstnärerna på 1960-talet lånade i sin tur bildmotiv från populärkulturen som skenbart kopierades rakt av. Det verkar finnas en förbindelse där man ständigt ger och tar från varandra. Ett samtal, en relation som fascinerar mig. Gränsöverskridanden som kan uppröra men också är kittlande provocerande.

Populärkulturens visuella uttryck genom mode, design och bild har alltid intresserat mig. Intresset har senare lett till ett undersökande av nytänkande konstnärer som Andy Warhol. Han kan vara en av de mest omskrivna, omdiskuterade och reproducerade moderna konstnärerna under 1900-talet. Warhol har också blivit ett namn utanför konstvärlden, få av de andra popkonstnärerna har blivit lika populära. Utöver likheterna med Roy Lichtenstein påminner Warhol om konstnärer som Keith Haring och Jean-Michel Basquiat. De senare, vilka var verksamma främst på 80-talet, kommer båda från en bakgrund med grafittimåleri och även deras konst och konstnärsskap har reproducerats i populärkulturen. Med den annorlunda ingången till konsten har konstnärer som dessa många gånger gett konstvärlden långfingret men också bejakats. Basquiat exempelvis genom att tidigt vara Andy Warhols skyddsling, och nu som en del av konsthistorieskrivningen.

Popkonsten, som först lånar visuella uttryck från populärkulturen blir sedan återbrukad av den. Mitt exempel är Lady Gaga. Hon visar upp sina influenser från denna liaison i en av sina musikvideor i vilken hon relaterar till Andy Warhols tolkning av Marilyn Monroe. Hos Lady Gaga, som kommersiell populärkulturell produkt, är konsten en viktig del genom image-making och som rubrik på sin Twitter gör hon det tydligt med ”When POP sucks the tits of ART”.¹ Artisten redogör för denna cross-over genom någon av den mest fysiska och närande relation man kan tänka sig, och hon gör det genom masskommunikation som ett sant barn av google-youtube-twitter-eran. En era där Warhols förutsägelse om att alla kommer vara världskända i femton minuter tycks ha blivit verklighet.²

1 Lady Gaga Official Twitter, [Twitter.com/Ladygaga](https://twitter.com/Ladygaga)

2 ”Everybody will be world-famous for fifteen minutes”, Robert Hughes, ”The Rise of Andy Warhol”, 1982, *Pop art: a critical history*, Steven Henry Madoff (red.), University of California Press, 1997

Syfte och problemformulering

Studien fokuserar främst på två visuella uttryck, Andy Warhols *Marilyn Diptych* från 1962 och Lady Gaga i musikvideon *Telephone* regisserad av Jonas Åkerlund 2010. Genom att relatera Andy Warhol och Lady Gaga vill jag undersöka förhållandet mellan popkonst och populärkultur. En viktig utgångspunkt har varit att Lady Gaga tagit inspiration från flera konstnärer, men också själv gett sig in i debatten om vad som är konst respektive populärkultur genom att kalla sig själv ett konstverk, ”You cannot destroy me. Because I’m an art piece”.³ Andy Warhol använde i sig sin tur av motiv från den amerikanska populärkulturen. Vad kan detta säga om konsten och vad kan utläsas om populärkulturen? Vad sker i detta möte? Jag vill undersöka hur Andy Warhols bilder av Marilyn Monroe kan förstås utifrån ett konstsammanhang, och hur Lady Gagas iscensättning av sig själv som Warhols Marilyn i sin musikvideo kan förstås som populärkultur. Genom olika typer av reproduktioner är Warhols bilder av Marilyn Monroe idag enormt spridda och därmed välkända. Hur kan detta tolkas utifrån filosofen Jean Baudrillard (f. 1929) och hans teori om vår hyperrealistiska värld?

Teori och metod

För att undersöka eventuella likheter och skillnader mellan Lady Gagas musikvideo och Andy Warhols konstverk används konstkritikern Lawrence Alloways (f. 1926) definition av populärkultur, konstkritikern John A. Walkers (f. 1938) definition av massmedia och popkonstnären Richard Hamiltons (f. 1922) definition av popkonst. Alloway och Hamilton har valts därför att de formulerade sina definitioner på 1960-talet ungefär samtidigt som Warhol blev känd, då popkonsten var relativt ny. Walker skriver om massmedia från ett nutida perspektiv som är präglad av vår tids media och masskommunikation, till exempel via nätet. Följande aspekter i dessa personers definitioner har varit särskilt viktigt i undersökningen:

- Lawrence Alloway beskriver 1969 populärkulturen: ”Popular Culture can be defined as the sum of arts designed for a simultaneous consumption by a numerically large audience. /.../ Popular Culture originates in urban centres and is distributed on the basis of mass production. /.../ The consumption of popular culture is basically a social experience, /.../ it is a network of messages and objects that we share with others.”⁴
- John A. Walker definierar massmedia 2001, till exempel reklam, TV, video, tidningar och musik på CD, som genom snabb och billig produktion och används som medel för

3 Simon Hattenstone, ”Lady Gaga: Lording it”, *The Guardian*, 2011

4 Lawrence Alloway, ”Popular Culture and Pop Art”, 1969, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 167

kommunikation.⁵

- Richard Hamilton beskriver 1957 popkonst som: ”Popular (designed for a mass audience), Transient (short-term solution), Expendable (easily-forgotten), Low cost, Mass produced, Young (aimed at youth), Witty, Sexy, Gimmicky, Glamorous, Big business”.⁶

Utifrån ovanstående öppnar uppsatsen även för en diskussion kring populärkultur och popkonst i förhållande till filosofen, kritikern och sociologen Theodor Adornos (f. 1903) beskrivning av hög- och masskultur.⁷

Kring Warhol finns många intressanta ingångar och det har varit en utmaning att begränsa sig. Kommersialismen kunde här blivit en huvudpunkt, men jag fokuserar snarare på mötet med populärkulturen. Genom Jean Baudrillards teorier om *hyperrealism* och *simulacra* ämnar jag undersöka detta möte.⁸ Här studeras *Marilyn Diptych* och bilden av Lady Gaga från *Telephone* genom en diskussion kring reproduktion, kopia och original. Baudrillard menar att hela världen genom massmedia nu är simulerad och att vi inte kan skilja på verklighet och fantasi då bilder reproduceras som ett slags simulationer av verkligheten, simulationer utan original.

Material

Pop Art, a critical history, redaktör Steven H. Madoff 1997, har varit en viktig källa i undersökningen.⁹ Antologin ringar in mycket av det som diskuterades kring popkonstens uppkomst och genombrott kring 1960-talet och författarna är både kritiker, konstnärer och teoretiker med olika ingångar till ämnet.

Theory and Popular Culture, A Reader, redaktör John Storey 1994, även denna en antologi, har tillsammans med *Art in the Age of Mass Media*, John A. Walker 2001, utgjort underlag för diskussionen kring populärkulturen och massmedia.¹⁰ Den senare redogör både för konstens möten med populärkulturen, bland annat genom popkonsten, samt hur populärkulturen använder konstens välkända bilder, exempelvis genom reklam. Jag har i *Theory and Popular Culture, A Reader* även

5 John A. Walker, *Art in the age of mass media*, 3. ed., Pluto, London, 2001, s. 6-13

6 Richard Hamilton, ”Letter to Peter and Alison Smithson”, 1982, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 5-6

7 Theodor W. Adorno, ”On Popular Music”, 1941, *Cultural theory and popular culture: a reader*, John Storey (red.), Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead, 1994

8 Jean Baudrillard, ”The Precession of Simulacra”, 1983, *Cultural theory and popular culture: a reader*, Storey, 1994

9 Steven Henry Madoff (red.), *Pop art: a critical history*, University of California Press, 1997

10 John Storey (red.), *Cultural theory and popular culture: a reader*, Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead, 1994
Walker: se not 7

funnit ett antal artiklar och teoretiska texter om populärkultur i samband med musik. De skrivna av Theodor Adorno och Clement Greenberg (f. 1909) har dels behandlat det negativt kritiska förhållningssättet mot pop som kontrast till den klassiska musiken. Andra, som Andrew Goodwin, professor i kulturstudier, och Lawrence Alloway, har ifrågasatt det negativa synsättet. De visar att medvetenhet och kunskap om omvärlden är avgörande för receptionen av populärkultur. I denna typ av artiklar behandlas till exempel The Beatles och andra artister med anknytning till ungdomskulturen, främst rockmusik.

Vad jag övergripande märkt i de texter som behandlar populärkultur och popkonst är att författarna ofta intar ett ställningstagande som försvarare eller åklagare. De sistnämnda verkar uppleva ett hot mot konsten och därför också vilja visa på den negativa påverkan konstnärer kan finna utifrån. Det infinner sig också en klassfråga vilken jag upplever vara intressant i förhållande till frågan kring vem Andy Warhol och Lady Gaga riktar sig till.

Tom Sandqvists *Avantgardet*, 2000, innehåller en samling texter från Greenbergs 1930-tal till Hal Fosters 1990-tal, om det tidiga avantgardet och det påföljande neoavantgardet. Antologin är i undersökningen inte primär, men boken har dock varit viktig för att ge mig inblick i hur popkonsten mottogs då den kom, liksom hur andra kontroversiella kulturuttryck mottogs under 1900-talet.¹¹

Källorna kring Lady Gaga har främst hämtats från internet med intervjuer från flera tidningars websidor, då bland andra the New York Times, the Guardian samt Lady Gagas officiella hemsida. Webmagasinen fokuserar ofta på ”fenomenet” Lady Gaga, hennes uttryck som alternativ popstjärna och vad det innebär. Det förekommer också fokus på hur hon väljer att bete sig, något jag även upplevt vara relevant även för några av skribenterna kring Warhol.

Jean Baudrillards teori ringar in den typ av reproduktion jag funnit intressant i min studie. De texter som studerats är ”The Hyper-Realism of Simulation” från 1988 och ”The Precession of Simulacra” från 1983.¹² I dessa presenterar Baudrillard sin teori som även berör ekonomiska, politiska och psykologiska förhållningssätt, vilka jag dock inte fokuserat på så vida det inte varit i förhållande till visuella uttrycksformer.

11 Clement Greenberg & Tom Sandqvist (red.), *Avantgardet*, Paletten, Göteborg, 2000

12 Baudrillard, ”The Hyper-Realism of Simulation”, 1988, *Art in theory, 1900-2000: an anthology of changing ideas*, 2. rev. ed., Charles Harrison & Paul Wood (red.), 2003, s. 1018-1020

Baudrillard, ”The Precession of Simulacra”, 1983, *Cultural theory and popular culture: a reader*, Storey (red.), 1994

Popkonst och populärkultur

Marcel Duchamp uppmärksammade oss redan 1917 med sin pissoar *Fountain* på relationen mellan original och kopia. Genom att använda ett redan existerande vardagsföremål, signera det med ett annat namn och ställa ut det som konst utmanade han konstvärldens normer. Även popkonstnärerna på 1960-talet undersökte möjligheterna för gränsöverskridanden då några av dem skenbart kopierade motiv från populärkulturen. Masskulturen och massmedia har i sin tur svarat genom att utnyttja referenser till välkända motiv från konsten och jag har för avsikt att undersöka detta utbyte inom popkonsten och populärkulturen. Kapitlet syftar till att övergripande redogöra för konstvärlden och populärkulturen kring 1900-talets mitt och brytningstiden för modernismen och postmodernismen, vilken är central för Andy Warhols konstnärsskap.

Modernism - Postmodernism

Det modernistiska avantgardet uppstår under början av 1900-talet i och med bland andra Duchamp som alltså vägrar traditionell naturalistisk representation för att istället skapa och söka ett nytt formspråk och innehåll. Avantgardkonstnärerna för en attack mot konstvärldens etablerade normer och värderingar. Vissa inom avantgardet, exempelvis dadaisterna, ville genom konsten åstadkomma en ny social ordning med revolutionära målsättningar.

”Post-” som tillägg på modernismen kan beteckna *efter* eller *i ljuset av*. Även inom postmodernismen finns en vägran att acceptera konsthistoriens stadiga sanningar samt hierarkier inom konstinstitutionerna.¹³ Hal Foster menar att postmodernism inte bara är en konstnärlig stil utan ett sätt att leva i en medieglobal värld med nya klass- och kulturgrupperingar i förhållande till modernismen.¹⁴ Teoretiker som Habermas, Baudrillard, Jameson och Krauss ifrågasätter traditionella föreställningar om en motsättning mellan Kultur/kultur, bild/verklighet, innovation/tradition. De menar att människan, subjektet, är fragmenterat och motsägelsefullt. De utmanar med idén om att det är människan, inte stadiga sanningar som skapar historien. Subjektet decenteras då det anses tala från en viss punkt och synvinkel; genom koder, texter, bilder och kulturella ting skapas subjektivitet.

John A. Walker pekar på, utöver populärkultur och massmedia, typiska drag för postmodernismen.¹⁵

¹³ Anne D'Alleva, *Methods & theories of art history*, Laurence King, London, 2005, s. 150

¹⁴ Ibid., s. 151

¹⁵ Walker, 2001, s. 83-84

För det första: konstriktningen gestaltar komplexiteter och skillnader i multikulturella samhällen, för det andra, till skillnad från modernismen som ständigt strävade framåt, integreras det gamla med det nya. Det är också en tid då flera nya konstuttryck växer fram, då bland annat konst som inte går att köpa.

Popkonst

Kritikern Lawrence Alloway, medlem i engelska "the Independent Group" myntar begreppet Pop Art 1954.¹⁶ Alloway menar att popkonst först var ett begrepp för att skilja på hög- och lågkultur kring 1957-58, men sedan blev ett sätt att beskriva konst som inkluderade referenser till massmedia kring 1961-64. Slutligen anser han att konststilen åter blivit icke-exklusiv och en symbol för "americanness" och populärkultur efter 1965.¹⁷ Han skriver detta i artikeln "Popular Culture and Pop Art" 1969, utan vetskap om hur exklusiv popkonsten nu faktiskt kommit att bli med tanke på höga försäljningspriser. Denna förklaring förtydligar kanske eventuella åsikter om att popkonsten skulle vara en slags lägre version av konst, åsikter som alltså varierat över tid. Vad som är klart är att popkonsten är starkt omdiskuterad då den uppstår. Det finns skilda åsikter kring om det är en utveckling av dadaismen, Neo-dada, eller en form av New Art / New Realism, nya saklighetsrörelser som finns både i Tyskland på 20-talet och Frankrike på 40-talet.¹⁸ Robert Rosenblum, konsthistoriker och curator (f. 1927) menar att popkonstnärerna inte bör klumpas ihop över huvud taget då det kommer till kritik, eftersom de alla är individuella och har olika ambitioner.¹⁹ Samtidigt har Roy Lichtenstein sagt i en intervju 1966 att han fascinerats av Warhol då han anser motiven vara så lika hans egna.²⁰

Popkonstnärerna i 1960-talets USA använder ofta redan existerande figurativa bilder som grund i kollage eller andra tekniker. Detta i kontrast, eller som en kommentar till den tidigare dominerande abstrakta expressionismen; popkonsten kallas också Post-abstract expressionism då den uppstår. Till skillnad från England där popkonsten först uppkommer är USA inte lika drabbat av kriget.

Kombinationen av samhälleligt välstånd, framgångar i konstmarknaden och hos curatorer samt stor medial uppmärksamhet ger popkonsten efter hand ett mycket stort inflytande på konstvärlden.

Konstkritikern John Canaday (f. 1917) skriver 1964 "Pop is bulldozing its way thorough the groves

16 Jasia Reichardt, "Pop Art and After", 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 15

17 Lawrence Alloway, "Popular Culture and Pop Art", 1969, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 173

18 Peter Selz (red.), Henry Geldzahler, Hilton Kramer, Dore Ashton, Leo Steinberg, Stanley Kunitz, "A Symposium on Pop Art", 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 65

19 Robert Rosenblum, "Pop Art and Non-Pop Art", 1965, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 133

20 Bruce Glaser, "Oldenburg, Lichtenstein, Warhol: A Discussion", 1966, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 141

of academe” och förundras alltså över hur popkonsten lyckas slå sig igenom akademiernas snåriga skogar.²¹ Popkonstnärerna har en grund i ett undersökande av och inspiration från den amerikanska kommersiella populärkulturen, och med den utgångspunkten talar de också för ett uppmärksammande och ifrågasättande av den äldre etablerade kulturen och den konventionella konstens gränser. Det finns en stark kritik mot popkonsten och dess framgångar då den i många fall anses vara en flyktig modetrend.

Clement Greenberg, betydelsefull kritiker som stödde den abstrakta expressionismen och ”upptäckaren” av Jackson Pollock, kallade konsten som skapats för den stora massan för *kitsch*. Han skriver i sin text ”Avantgarde & Kitsch” 1939 bland annat att kitschen är en symbol för allt som är oäkta i vår tid.²² Detta är uppenbarligen tidigare än popkonstens genombrott, men är intressant att ha i åtanke i relation till den etablerade konsten. Begreppet ”oäkta” är påtagligt negativt laddat hos Greenberg, och blir i detta sammanhang ett sätt att tydliggöra att det finns en skillnad mellan kitsch, eller populärkultur, och konstvärlden. Peter Selz, konsthistoriker (f. 1913), använder ordet kitsch 1963 då han pekar på popkonstens egenskaper som enkel att konsumera och marknadsföra för att den är skrikig, ren, och att ägaren kan vara moderiktig men samtidigt veta vad hen tittar på.²³ Han menar sen att mycket av popkonsten varken kommer att hålla fysiskt eller vara intressant då den bara är en trend som kommer gå över, ”Like all synthetic art, when its market collapses it will collapse for good. /.../ For this is not a folk art, grown from below, but *Kitsch*, manufactured from above.” En annan med stark kritik mot popkonsten är Gilbert Sorrentino, poet (f. 1929), som menar 1962 att man inte blir konstnär bara för att man visas på ett respekterat galleri och att problemet med popkonsten är att den är för kommersiell.²⁴ ”I don't presume to say that this is bad *painting*. /.../ I do say, however, that it is bad *art*.”

Kritikern, curatören och galleristen Jasia Reichardt (f. 1933) skriver 1963 att till skillnad från allmogekonst eller folkkonst, som är skapad av massan för massan, eller av massan för att själva bruka, är popkonsten skapad för konsumtion av några få privilegierade.²⁵ Här uppmärksammas att popkonsten som först tillsynes skulle kunna handla om konst för folket, faktiskt är producerad för den institutionella marknaden, vilka i början kanske heller inte uppskattat den. Andy Warhol svarar i en intervju med Bruce Glaser 1966, efter att popkonstnären Claes Oldenburg tyckt att det vore fint

21 John Canaday, ”Pop Art Sells On – Why?”, 1964, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 119

22 Clement Greenberg, ”Avantgarde & Kitsch”, 1939, *Avantgardet*, Greenberg & Sandqvist, 2000, s. 21

23 Peter Selz, ”The Flaccid Art”, 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 87

24 Gilbert Sorrentino, ”Kitsch into 'Art': The New Realism”, 1962, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 56

25 Reichardt, ”Pop Art and After”, 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 17

med en konst som tilltalar alla: ”But the people who really like art don't like the art now, while the people who don't know about art like what we are doing”.²⁶ Han antyder alltså att den stora massan är före med att uppskatta popkonsten då det tar tid att etableras som erkänd konstnär eller stil i konstfältet. John A. Walker menar att popkonsten alltid kämpat för att tillhöra konstvärlden och inte populärkulturen.²⁷ Detta märks också med tanke på att ambitioner att ställa ut på galleri, hålla vernissage och sälja sina verk för höga summor inte är riktat till den stora massan som publik. Vad vi skulle kunna se idag, är att popkonsten generellt sett slutligen uppskattas i båda led, den är inräknad i konsthistorien samtidigt som det idag exempelvis går att hitta Nike sneakers ”Air Max” med motiv från Andy Warhols bilder med Marilyn Monroe.

Populärkulturen som en del av konstvärlden

Lawrence Alloway skrev 1969 om populärkulturen som skapad för konsumtion av en relativt stor publik.²⁸ Han menar också att den är grundad på massproduktion i storstäderna och att den till stor del handlar om sociala upplevelser och är ett nätverk av meddelanden och objekt som vi delar med varandra. Masskulturen förknippas enligt John A. Walker oftast med de ekonomiskt och utbildningsmässigt lägre klasserna, medan konsten brukas av en högre privilegierad elit, övre medelklass och överklass.²⁹

Bild 1: Nike ”Marilyn Monroe Air Max 90” 2012, Footlocker, blog, ”It's a sneaker thing”, ej till salu

Theodor Adorno beskriver 1941 populärkulturell musik som skapad för enkel stimuli för arbetarklassen som behöver vila efter hårt arbete.³⁰ Även Adorno redogör för en klassfråga då han menar att lyssna på ”svårare” musik kärver både tid och ork. Populärkulturen beskrivs som drömfabriker, en romantisering som får människor att längta efter att bli lyckligare, vilket betyder att populärkulturen egentligen bara skapar frustration.³¹ Adorno gör alltså en tydlig avgränsning mellan de två fälten konst och populärkultur, både genom värdering av innehåll och vilka som brukar den. Genom att göra denna värdering skapar han också en föreställning om hur folk inom de olika klasserna förväntas bete sig och vilken musik de förväntas lyssna på. Detta som grund för att eventuella överskridanden mellan dessa avgränsade fält också anses vara fel.

26 Glaser, ”Oldenburg, Lichtenstein, Warhol: A Discussion”, 1966, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 147

27 Walker, 2001, s. 27

28 Alloway, ”Popular Culture and Pop Art”, 1969, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 167

29 Walker, 2001, s. 6

30 Adorno, ”On Popular Music”, 1941, *Cultural theory and popular culture: a reader*, Storey, 1994, s. 210

31 Ibid., s. 213

Lawrence Alloway skriver 1969 angående Andy Warhols reproduktioner av Marilyn Monroe: "As art is reproduced in this way it becomes itself pop culture, just as van Gogh and Picasso through endless reproduction, have become mass-produced items of popular culture."³² Konsten som används av masskulturen och massmedia tillskrivs alltså andra egenskaper än den konstnärliga ursprungsidén. Verket går från konstnärens ateljé till konsthallen, galleriet eller museet. Sen till tryck av exempelvis vykort och planscher som eventuellt skickas till andra butiker och vidare hem till allmänheten. Även internet leder konsten in i populärkulturella sammanhang, media, film och tidningar är andra faktorer. Konstvärlden själv utnyttjar i sin tur massmedia som ett verktyg för allmän kommunikation. Konsten blir alltså en del av populärkulturen genom allmän spridning, igenkänning och fascination. Andy Warhol och Lady Gaga tycks vara exempel på detta.

32 Alloway, "Popular Culture and Pop Art", 1969, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 171

Warhol och Gaga

Kapitlet syftar till att kortfattat skildra Andy Warhols konstnärsskap och Lady Gaga som artist. Jag undersöker sedan hur de båda fungerar som exempel på gränsöverskridanden mellan konstvärlden och populärkulturen genom varsin ingång från respektive fält.

Lady Gaga (f. 1986)

För att skapa en artist som Lady Gaga krävs massmedia-specialister, menar John A. Walker.³³ Det behövs ett team av kreativa designers som formger artistens image.

I en tid som handlar om yta och stränga skönhetsideal inom popmusiken har Lady Gaga kommit att marknadsföra något annorlunda. Hennes image är uppbyggd kring ett konceptuellt mode och banbrytande framträdanden, inte sällan uttalat i samma framgångskategori som David Bowie eller Madonna.³⁴ Hennes team *Haus of Gaga* består av designers, fotografer, konstnärer och koreografer vilka skapar modekreationer och det sceniska uttrycket till hennes turnéer, videos och photoshoots. Informationen om detta team är liten och som individer är de mest igenkända på egen hand. Nicola Formichetti är exempelvis verksam som Lady Gagas stylist, men är också en välkänd bloggare, moderredaktör och creative director på modemärket Thierry Mugler.³⁵ *Haus of Gaga* är varken ett modehus eller klassiskt varumärke; det är en samling kreativa människor som stylar och skapar popikonen Lady Gaga.

Lady Gaga är ofta igenkänd för sina speciella kläder, hon har bland annat burit en klänning av kött på MTVs Video Music Awards 2010.³⁶ Flera konstnärer influerar Lady Gagas look, både då *Haus of Gaga* skapar hennes dräkter, men också (medvetet eller inte) som inspiratörer till de olika miljöer hon befinner sig i vid photoshoots, musikvideos och uppträdanden. Hon tar sina konstnärliga åtaganden på stort allvar och har i en intervju kallat sig själv ett levande konstverk.³⁷ Vid ett annat tillfälle har hon fäst något som liknar implantat och utbuktningar i ansikte och på kroppen. Detta kan påminna en mindre blodig version av den franska konstnären Orlans plastikkirurgiska performance som hon utförde 1979-1993, och kanske som en kommentar till den rådande

33 Walker, 2001, s. 12

34 Hattenstone, 2011

35 Thierry Mugler Official Website, Mugler.com, "Nicola Formichetti"

36 Köttklänningen är designad av Franc Fernandez och visades på National Museum of Women in the Arts Museum i Washington D.C. 2011 under utställningen "Women who Rock".

37 Hattenstone, 2011

skönhetsindustrin.³⁸ Även Andy Warhol berör plastikkirurgin, redan 1961 i verket *Before and After I* gör han en silk-screen utifrån en reklamkampanj för en plastikkirurg. Bilden visar en kvinna i profil i två versioner där den andra fått en mindre och mer ”västerländsk” näsa.³⁹

Stefanie Germanotta slår igenom som Lady Gaga 2008 med albumet ”The Fame” vilket bland annat ger henne sex grammisnomineringar och två vinster.⁴⁰ Albumet förlängs sedan 2009 med ”The Fame Monster” där en av singlarna är *Telephone*. 2011 släpps ”Born This Way” och låttexterna handlar om allt från hbtq-hyllningar till att bli förälskad och förädd av män uttryckt i bibliska teman i ”Judas”. Som musikalisk genre hör Lady Gaga främst till pop med influenser från electro och dance.

Lady Gaga är en självklar del av populärkulturen sedan 2008 men tycks också vilja utvidga eller ifrågasätta fältet genom att till fullo utnyttja det kommunikativa. Hon söker blanda flera konstnärliga uttryck och gå både med och emot strömmen för det kommersiellt och massmedialt gångbara. Det är tacksamt att koppla detta till Madonna, som även hon både utmanat och skapat moden, samtidigt som det sexuella hos Gaga får en annan vinkling genom referenser till drag- och transsexualitet. Hon visar också ett tydligt avståndstagande från det traditionellt estetiskt vackra inom skönhetsindustrin. En estetik som skapats i och med bland andra Marilyn Monroe kring 1950-talet där kvinnliga former och lättklädd allt mer börjar få ta plats i massmedia. På detta vis skiljer hon sig också från andra kvinnliga popstjärnor verksamma idag.⁴¹ Lady Gagas anspelningar på sex är dock markant större än hos exempelvis den alternativa sångerskan Björk.⁴²

Lady Gaga är minst lika mycket visuell underhållning som musik och är ett exempel på hur viktigt det kan tyckas vara med image och koncept inom populärkulturen. Sångerskan har själv sagt ”I am a talented entertainer”.⁴³

38 Orlan, Official Website, Orlan.net, ”Works” - ”Performance”

39 The Metropolitan Museum of Art, Official Website, Metmuseum.org, ”Collections”

40 Lady Gaga, Official Website, Ladygaga.com, Universal Music Group, ”Bio”

41 Exempel här kan popstjärnor som Britney Spears, Britney Spears Official Website, Britneyspears.com, ”Gallery” eller Beyoncé Knowles, Beyoncé Official Website, Beyonce.com, ”Vault”

42 Björk, Official Website, Bjork.com, ”Discography”

43 Jonathan van Meter, ”Lady Gaga: Our Lady of Pop”, *Vogue Magazine*, 2011

Andy Warhol (1928-1987)

If you want to know about Andy Warhol just look at the surface of my paintings and films and me, and there I am. There's nothing behind it.⁴⁴

Thomas B. Hess (f. 1920), redaktör för ARTnews, påpekar 1963 hur popkonstnärerna över lag inte talar så mycket om innehållet i sin konst, ”Pop artists themselves have kept strangely mute about aims, about their sense of identification and identity, attitudes towards subject matter and content, techniques and style”.⁴⁵ Något som kanske stämmer om man tittar på det inledande citatet. Warhol menar att han inte döljer något, hans konst är rak och det finns inget annat än det som visas, antagligen som en kommentar till den abstrakta expressionismen. Kanske talar Andy Warhol inte särskilt mycket om själva konsten och tekniken, men han är skicklig på att synas. Warhol utnyttjar sociala sammanhang och utforskar flera kulturella forum. Hans intresse för publicitet gör sig tydligt då han startar magasinet *Interview*, en tidning i vilken det förs intervjuer och samtal mellan tidens mest välkända namn inom musik, konst, populärkultur och krönikörer.

1960-talet är en tid som rör sig mot ”art business”, mycket på grund av Warhol, då han är en av de första som verkligen uppmärksammar att konst handlar om produktion och därmed också om pengar, nätverkande och annat som tillhör affärlivet.⁴⁶ Många av Warhols citat är idag välkända och florerar flitigt i massmedia, kanske ett tecken på att han lyckats som ”business artist” och blivit en offentlig person? Detta behöver dock inte betyda att innehåll och teknik var oviktigt för konstnären, snarare visar det kanske på att han ville leda uppmärksamheten bort från konstnärligt traditionella sätt att se på den?

Efter studier på Carnegie Institute of Technology i Pittsburg och en framgångsrik karriär i New York som illustratör inom grafisk design söker sig Andy Warhol mot konstvärlden 1960. I en gammal fabrikslokal på Manhattan samlar han efter en tid ihop ett entourage med vilka han skapar konst med silkscreen-tryck och akryl, spelar in filmer och håller utställningar. *The Factory* blir en plats där droger, transvestiter och de okonventionella kan röra sig fritt, en av faktorerna som kan ha

44 Andy Warhol citerad i utställningskatalogen till *Andy Warhol*, Moderna Museet, Stockholm 1969. Robert Hughes, ”The Rise of Andy Warhol”, 1982, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 379

45 Thomas B. Hess, ”Pop and Public”, 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 100

46 Hughes, ”The Rise of Andy Warhol”, 1982, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 377

bidragit till hans beryktade persona.⁴⁷

Från och med 1962 görs de flesta av Warhols bilder med screentryck utifrån fotografier föreställande välkända produkter, personer eller symboler från konsumtionssamhället eller populärkulturen. Genom ständig upprepning utmanar han konceptet om ”det unika konstverket” genom att hävda konst som en del av massproduktionen.⁴⁸

Andy Warhol och de andra popkonstnärerna tas, vilket klargjorts tidigare, emot med blandad kritik vid stilens uppkomst. Han blir sedan på förhållandevis kort tid, två år in i sitt konstnärsskap, relativt accepterad, utställd och välbetald. Efter 60-talet söker Warhol nya visuella uttryck, men får inte samma uppmärksamhet för sina verk som tidigare. Istället ger han sig in i nöjesbranschen då han är med och startar den legendariska klubben *Studio 54* i New York. Han söker också andra konstuttryck genom multimedieprojektet *The Exploding Plastic Inevitable*, ett event med The Velvet Underground producerat av Andy Warhol 1966-67. Här blandas livemusik från rockbandet med projektioner av ljus och bild och resultatet är en föreställning som befinner sig i gränslandet mellan populärkultur och performancekonst.⁴⁹ På 1970- och 80-talen medverkar Warhol i reklamfilmer för amerikanska storföretag och startar det egna programmet *Andy Warhols TV*, vilket efter Theodor Adornos exempel inte borde göra honom så populär inom konstvärlden.

Andy Warhol är en av vår tids mest välkända konstnärer. Han har kommit att bli legendarisk, inte bara som konstnär, men också som populärkulturell ikon med en image som skapats genom vad han själv valt att säga och göra och genom hur han skildras i konstvetenskaplig litteratur och massmedia.

47 Marco Livingstone, ”Andy Warhol (American, 1928-1987)”, Moma.org, Oxford University Press, 2009

48 Det har sällan uppmärksammats att Warhol faktiskt bad vänner om råd till val av motiv i sina verk kring 1960-talet pekar Robert Hughes på i ”The Rise of Andy Warhol” 1982, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 379

49 Livingstone, 2009

Bildanalyser

Bildanalyserna syftar till att synliggöra Andy Warhols och Lady Gagas visuella utgångspunkter och hur dessa kan tolkas i relation till de färdiga verken. Analyserna syftar också till att lyfta fram eventuella populärkulturella och popkonstnärliga drag med hjälp av Richard Hamiltons lista på huvudsakliga punkter inom popkonst samt Lawrence Alloway och John A. Walkers beskrivningar av massmedia och populärkultur.⁵⁰ Detta kommer att diskuteras i det avslutande kapitlet i förhållande till Baudrillards teori om simulacra.

Marilyn Diptych 1962

Bild 2: Andy Warhol, *Marilyn Diptych*, 1962, akryl på duk, 205,4 x 144,8 cm, från Tate Gallery Londons hemsida

1962, ett av Andy Warhols mest produktiva år, omgestaltar han flera av populärkulturens mest välkända bilder och idoler. Hollywoodstjärnan Marilyn Monroe ler sensuellt i ett porträtt som han mekaniskt upprepat femtion gånger på rader. Endast en av delarna i diptyken har blivit färgsatt i starka kontraster, håret är gulblont, läpparna illröda och ögonskuggan blå. Fotot (bild 3) som Andy Warhol utgått ifrån, taget av Gene Korman 1953, har omvandlats i silkscreentechnik där fotografiets skuggor skapar skarpa svarta linjer och konturer kring, vad som jämförelsevis kan tyckas vara, livlösa och platta färgfält. Alla porträtt har olika mängd svärta, Warhol kallar dem ”errors”, medvetna misstag i själva produktionen vilka skapats genom ojämnt bläckflöde och dubbeltryck.⁵¹ Detta resulterar i individuella slumpmässiga skillnader i varje avbildat ansikte och färgerna ger ett

⁵⁰ Se inledning

⁵¹ Konsthistorikern och kritikern Michael Fried skriver, inte helt säker på Warhols nya tekniker: ”I’m not sure about this, but it seems as if he laid down areas of bright colour first, then printed the silk-screen pattern in black over them and finally used paint again to put in details. The technical result is brilliant...” ”New York Letter”, utdrag ur *Art International 1962, Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 267

intryck av att vara slarvigt ditmålade likt en mask eller en fasad. Fotot, som i original kan tyckas naturalistiskt, avnaturaliseras genom teknisk hantering och färgsättning.

Att upprepa sina motiv på detta sätt gjorde Warhol i flera verk, till exempel i sina avbildningar av Campbells soppburkar, vilka dock är handmålade.⁵² Warhols sätt att använda silkscreen-metoden är tidseffektiv och därmed relativt billig. För att återgå till Hamiltons lista och punkten ”massproduktion”, är Warhols kommersiella medvetenhet uppenbar. Här görs ingen skillnad mellan fabriksindustri, skönhetsindustri och produktion av konst. Warhol tycker alla borde vara maskiner och håller själv verksamhet i ”The Factory”.⁵³

Bild 3: Gene Korman, porträtt av Marilyn Monroe, 1953, pressfoto inför filmen *Niagara*.

I den svartvita delen av diptyken blir Marilyn allt svagare och uppenbaras nästan som en spökgestalt i ledet längst till höger. Kanske går det att tyda som slutet på en karriär, eller, om vi läser bilden från vänster till höger, hur snabbt man kan gå från välkänd till bortglömd inom populärkulturen. Detta kan tolkas som vad Hamilton kallar ”Expendable (easily forgotten)”, likt förbrukningsmaterial eller ”Trancient (short term sollution)” något som snart är passerat eller utbytt. I mitten är Marilyn både överexponerad och ”skadad”. Det kan tyckas att Warhol visar oss brister i hennes annars till synes felfria ansikte.

Fotot, en marknadsföringsbild för en film med Marilyn Monroe, är populärkulturellt, men är det med Hamiltons karaktärisering ”designed for a mass audience”? Ursprungsfotot är uppenbarligen skapat för kommersiella syften, men är i Warhols bild riktat mot konstvärlden. Idag kan dock målningen uppfattas som exploaterad för en masspublik då den blivit en populärkulturell symbol genom reproduktioner i massmedia, som bokomslag, posters, vykort och populärkulturell referens. Kanske stämmer det då inte riktigt överens med Hamiltons punkter ”korttidslösning” och ”lätt bortglömt”? Marilyn Monroe lever ännu kvar inom populärkulturen och konstvärlden, till stor del genom Andy Warhols konst.

Konstnären John Coplans (f. 1920) berör popkonstnärernas sätt att arbeta 1963 då han skriver ”What is of intense interest, however, is that the artists are looking at and using the most throughoutly and massively projected images of our time – images so looked at that they have

52 John Coplans, ”Early Warhol: The Systematic Evolution of the Impersonal Style”, 1970, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 296

53 G. R. Swenson, från ”What is Pop Art?”, 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 103

become accepted, overlooked and unseen – as a raw material of art”.⁵⁴ Det handlar alltså inte bara om att populärkulturen gör intrång i konstvärlden, snarare om att faktiskt uppmärksamma kommersialismen. Genom att placera filmstjärnan Monroe i galleriet synliggörs hennes status i samhället, på samma sätt som Campbells soppburkar, vars logotyp nästan varenda amerikan känner till. Produkter från vårt kommersiella samhälle tar sig in där de vanligen inte hör hemma, och kanske säger detta något även om konstvärlden?

Med Hamiltons definitioner av popkonst kan Warhol beskrivas som ”witty” då han använder en slags smart humor i sin konst, både genom det relativt överdrivna och övertydliga genom färg och kontur, samt genom bildmotivet. ”Gimmicky”, då han använder denna humor för att kommentera kring reklam, marknadsföring och budskap i bilder från samhällets vardag. Warhol leker med välkända motiv som laddas med en form av ironi då de i ny tolkning av det klassiska porträttet av en vacker kvinna ställs ut på galleriet. För att gå vidare med Hamiltons punkter ”glamorous” och ”sexy”, är det intgen tvekan om att Marilyn Monroe kan uppfattas som både sexig och glamorös som offentlig person. Är detta något som Warhol velat visa på och överdriva genom de onaturliga färgvalen? Är den mask han gett henne en kommentar till den roll som sexig skådespelerska Marilyn Monroe genom livet spelar? Han visar oss också Monroe utan färgsättningen, men ändå är det som något skalats av i jämförelse med det svartvita originalfotot. Vem är hon utan denna mask av färg? Är detta något som går att koppla till det skadade ledet i bilden? Kanske är det i själva verket originalfotot som förmedlar en mask och fasad med en stylad och sensuellt leende Marilyn? Verket är skapat strax efter Marilyn Monroes död, något som kanske går att koppla till föregående frågeställningar.

54 John Coplans, ”Pop Art, USA”, 1963, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 99

Telephone 2010

Bild 4: Lady Gaga, stillbild ur musikvideon *Telephone*, 2010, regi Jonas Åkerlund

Gulblont hår, knallrosa läppar och blå ögonskugga. Popartisten Lady Gaga framför sin låt *Telephone* med referenser till det visuella uttrycket i Andy Warhols *Marilyn Diptych*.⁵⁵ Jag kan inte bekräfta att Lady Gaga i sin musikvideo avsiktligt genom sitt utseende velat kommentera Warhols Marilyn, men detta antagande ligger nära till hands då artisten som tidigare nämnt ofta inspirerats av konstnärer. De färgmässiga överensstämmelserna med den vänstra delen av Marilyn Diptych är dessutom svåra att frigöra sig ifrån.

Lady Gaga gestaltar i musikvideon en femme fatale i futuristisk couture. Hon bär en klänning av plast designad av Rachel Barrett, och en turkos hatt i form av en telefon som på ett kubistartat sätt deformerats, designad av Fred Butler. Lady Gaga har själv censurerat sin kropp i den genomskinliga klänningen genom att sätta kryss av tejp på sina bröst vilket inte framgår av bilden ovan.

Synopsis

Musikvideon har en berättande form där karaktären Knowles, spelad av sångerskan Beyonce Knowles, betalar borgen för Lady Gaga som sitter i fängelse. Detta på grund av att hon dödat sin pojkvän, spelad av Alexander Skarsgård, i den föregående musikvideon *Paparazzi* regisserad av Jonas Åkerlund 2009. Tillsammans åker de till en diner där de förgiftar Knowles pojkvän likt karaktärerna i filmen *Thelma & Louise*.⁵⁶ Efter några missöden av Lady Gaga i köket råkar de förgifta och döda alla människor som äter frukost i restaurangen vilket slutar i en biljakt med polisen. Bilen de kör, *Pussy Wagon*, är personligt utlånad av Quentin Tarantino och refererar till

⁵⁵ Lady Gaga & Beyonce, *Telephone*, 2010, musikvideo, regi Jonas Åkerlund, stillbild från hemsidan The Jewel Wicker Show

⁵⁶ Regi Ridley Scott, 1991

hans film *Kill Bill: Vol. 1*.⁵⁷ Undersökningen fokuserar på en stillbild från scenen där Lady Gaga ska förgifta maten. I bakgrunden syns ett antal manliga dansare vilka använder både matvaror och köksredskap i sin koreografi. Även de har plastiga dräkter vilka i sin tur kan ge referenser till thrillern *American Psycho* där mördaren använder en genomskinlig regnrock för att skydda sin kostym från blod, här dock utformade som restaurangkläder.⁵⁸

Låttextern handlar om att inte orka prata i telefon, pojkvännen ringer hela tiden, men popstjärnan vill hellre dansa. Kanske återkopplar Lady Gaga till den tidigare kontrollerande, nu dödade pojkvännen och talar för kvinnlig frihet då hon själv porträtteras som den kvinnliga boven som gör som hon vill. Videon är en mix av populärkulturella referenser, extrem kostym och amerikansk scenografi. Förhållandet mellan text och bild knyts främst genom telefoner som återkommer vid flera tillfällen.

En intressant koppling till *Marilyn Diptych* kan tyckas vara att bilden på Lady Gaga är en av många stillbilder från en video, det vill säga i en sekvens, och att Andy Warhol i sitt verk presenterar en sekvens bilder av Marilyn Monroe. Det kan påminna om Eadweard Muybridges fotografier från 1870-talet. Han fångade rörelse genom sekvenser av stillbilder, exempelvis genom att visa en springande häst. Till skillnad från Muybridges sekvenser visar Warhol samma bild av Monroe. Förändring förmedlas inte genom motivets rörelse, utan genom de medvetna ”errors” som silkscreen-tekniken ger. Warhol skapar variation utifrån samma stillbild medan bilden av Gaga är ett fruset ögonblick i en rörelse från en video.

Musikvideon som populärkulturellt uttryck

Den nära relationen mellan masskultur och massmedia anser John A. Walker uppstå då några få dominerande producenter kommunicerar med en stor grupp av konsumenter.⁵⁹ Billig, snabb massproduktion som möjliggör för kontakt mellan publik och artist är det som utmärker begreppet populärkultur enligt Lawrence Alloway. Som exempel här skulle vi kunna se ett skivbolag som söker sig till en stor massa av köpare, alternativt uttryckt Lady Gaga kontra hennes fans. Det handlar sällan eller inte lika mycket om live-upplevelser, då de nya teknikerna gett oss lättillgänglig multimedia och exempelvis musikvideos som förmedlas genom internet.

Walker menar att masskulturen öppnar för att tjäna pengar på stereotypa budskap, vilket ju väcker

57 Regi Quentin Tarantino, 2003

58 Regi Mary Harron, 2000

59 Walker, 2001, s. 6-13

en intressant diskussion i detta fall. Är Lady Gaga stereotyp? Musikaliskt möjligen, men hon kan tyckas anspela på en ovanlig och alternativ sensualitet för att vara popstjärna.⁶⁰ Riktat hon sig åt masskonsumtion, billig och snabb produktion, vilket Walker också antyder? Hennes visuella uttryck som skapas av *Haus of Gaga* är både exklusivt och unikt men används också i bild för att massproducera bland annat t-shirts och CD-skivor i hennes namn.⁶¹ Den billiga och snabba produktionen känns igen från Andy Warhol. Warhols konstproduktion från *The Factory* med silk-screen teknik och Lady Gagas sceniska och modemässiga uttryck har dock i grunden en hantverksprägel utifrån vilken reproduktioner i bild sedan sker genom massmedia. Hos de båda finns tydliga cross-overs mellan konstvärlden och den öppet kommersiella populärkulturen med utgångspunkt från respektive fält.

Att succéer mäts efter kvantitativa och ekonomiska mått kan kopplas till att Lady Gagas musikvideo *Telephone* har över etthundrafemtio miljoner visningar på videosajten Youtube. Lawrence Alloways beskrivning av populärkulturen som konsumtion, baserad på en socialt präglad och delad upplevelse, kan förstås genom hur många som sett videon och det i sin tur kopplas till Lady Gagas fans.⁶² Hon kallar dem "little monsters" och anser sig själv ha en mycket speciell relation till dem, som "mother monster".⁶³ Nätverkande mellan Gaga och hennes fans sker på de flesta sociala medier där hon ständigt håller dem uppdaterade om sin verksamhet och vårdar sin image. Genom att kalla sig en ledare för små monster, eller kanske snarare freaks, vill Lady Gaga vara en representant för alla som känner sig annorlunda, varit utsatta för mobbning eller står utanför normen i samhället.⁶⁴ Det är svårt att inte tänka på Andy Warhols öppenhet för transsexuella och andra normbrytare som verkade i *The Factory*.⁶⁵ Om än detta i en sluten grupp, gavs säkerligen dock ett uppmuntrande till ett minskande av fördomar och större frihet för de alternativa.

Image är något som tycks viktigt hos både Andy Warhol och Lady Gaga, något som i vår tid bland annat kan skapas genom massmedia. Detta leder vidare till frågor kring verklighet respektive simulation.

60 Camille Pagila, "Lady Gaga and the death of sex", *The Sunday Times*, 2010

61 Haus of Gaga skapade bland annat "iPod LCD glasses" till ett av Lady Gagas framträdanden vilka bestod av två iPod Classic som linser med rullande text: "Pop music will never be low brow", Haus of Gaga, Wikipedia.

Haus of Gaga står också för produktionen av Lady Gagas turnéer. *The Monster Ball Tour* har beskrivits som en "pop-electro opera" där haute-couture presenteras i en udda teaterföreställning, *The Monster Ball Tour*, Wikipedia.

62 Alloway, "Popular Culture and Pop Art", 1969, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 167

63 van Meter, "Lady Gaga: Our Lady of Pop", *Vogue Magazine*, 2011

64 Hattenstone 2011

65 Livingstone 2009, samt Hughes, "The Rise of Andy Warhol", 1982, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 377

Simulacra

Här presenteras den franska filosofen Jean Baudrillards teori kring hyperrealism och simulacra. Den används sedan för att undersöka Andy Warhols och Lady Gagas visuella uttryck genom bild och hur de använder referenser till populärkulturen respektive konstvärlden i förhållande till begreppen reproduktion, kopia och original.

Översiktlig förklaring av simulacra

Jean Baudrillard skrev kring 1980-talet flera artiklar om *simulacra* och *hyperrealism*. Filosofen menar att *simulation*, att genom bilder, tecken och media föreställa sig någon verklig eller möjlig framtida händelse, har ersatt verkligheten och därmed skapat en ny – hyperrealism.⁶⁶ Denna nya verklighet produceras genom minnesbanker av redan existerande bilder och tecken. Från dessa minnesbanker kan delar tas och händelser kan skapas och kombineras otaliga gånger. Baudrillard menar ”It is no longer a question of imitation, nor duplication, nor even parody. It is a question of substituting the signs of the real for the real itself”.⁶⁷ Jean Baudrillard beskriver att hyperrealismen är skyddad från den traditionella distinktionen mellan verklighet och det imaginära, eftersom denna nya verklighet bara består av simulationer och återupprepningar. Ett exempel här kan vara fotot på Marilyn Monroe, där det är filmstjärnans image vi ser. Skillnaden mellan vad vi skulle kalla påhittat och verklighet är enligt Baudrillard bara en simulering av att det finns en skillnad, filmstjärnan spelar roller på filmduken men har också som offentlig person tilldelats en image eller roll. En filmstjärnas image är ett tecken för något som ska uppfattas som verkligt, men blir nu istället det enda verkliga och Monroe lever hela sitt liv som denna karaktär. Simulering handlar inte om att låtsas, utan är en maskering av verkligheten - den utmanar verkligheten.⁶⁸

Baudrillard beskriver *representation*, som en typ av återgivning där tecken och verklighet är ekvivalenta. I den tidiga konsten eftersträvas bilden bli en representation av något som skådats i verkligheten. Distinktionen mellan vad som är verklighet respektive representation uppfattas genom bilden som en sanning. Om vi istället uppfattar bilden som en *simulation* är vi medvetna om att bilden är något annat än det den representerar. Simulationen bryter denna distinktion, då vad vi kallar sanningar egentligen aldrig går att finna. Vi kan önska, drömma och föreställa oss att bilden

66 Baudrillard, ”The Precession of Simulacra”, 1983, *Cultural theory and popular culture: a reader*, Storey, 1994, s. 362

67 Baudrillard, ”The Precession of Simulacra”, 1983, Storey, 1994, s. 362

68 Ibid.

motsvarar verkligheten, men egentligen är den i sig en simulation, en absolut konstruktion. Uppfattad som simulation framstår bilden skenbart som trovärdig, men har egentligen ingen relation till en traditionellt uppfattad verklighet då den är en falsk representation. Baudrillard menar att representationen i själva verket alltid är ett simulacrum, då den endast liknar verkligheten men aldrig kan motsvara den helt och hållet.⁶⁹ Ungefär som när René Magritte målade en pipa 1928-29 och skrev ”Ceci n'est pas une pipe”. Pipan är inte en verklig pipa, bara en ikonisk representation av en pipa och på så vis en simulation.

Jean Baudrillard själv utvecklar detta och ger exempel genom ikonoklasmen, då tecknet för Gud ifrågasätts.⁷⁰ Det gudomliga gavs i bildkonsten mänskliga egenskaper och riskerar då också förlora sin övermänskliga och andliga innebörd. Gud avslöjas som sitt egna simulacrum, det vill säga en simulering utan anknytning till verkligheten, vilken ändå uppfattats som sann. Genom ikonoklasmen tydliggörs de kristna gudabildernas verkliga värde, eller att de inte hade något värde alls, då man under en period alltså var beredda att göra sig av med tavlorna. Om Gud är en simulering är hela den kristna tron ett simulacrum. Nödvändigtvis inte överklig, menar Baudrillard, men en obruten cirkel utan egentlig referent.

För att tydliggöra detta visar Baudrillard fyra successiva faser i bildens utveckling genom historien:

1. Före modern tid: Bilden uppfattas som en reflektion av en fundamental realitet (”basic reality”), en trovärdig bild eller kopia. Denna inställning skulle kanske också kunna gälla originalfotot på Marilyn Monroe.
2. Från och med industriella revolutionen med massproduktion och modernism: Bilden uppfattas som en mask och förvrängning av en fundamental realitet, en icke trovärdig kopia. Här fungerar dock Andy Warhols bild av Marilyn Monroe, *Marilyn Diptych*.
3. Postmodernismen: Bilden maskerar avsaknandet av en fundamental realitet, *simulacra*, och framställs som en trovärdig bild men är alltså en kopia utan original. Warhols version av Marilyn reproduceras nu i andra situationer än originalsammanhanget, till exempel på en gymnastiksko, i Lady Gagas musikvideo eller som omslag till *Pop Art, a Critical History*; originalfotot är helt bortkopplat.⁷¹
4. Bilden uppfattas nu som helt frikopplad från verkligheten, den är sitt eget rena simulacrum, en ren simulering utan skillnad mellan representation och verklighet. Frågan om kopia och

69 Baudrillard, ”The Precession of Simulacra”, 1983, Storey, 1994, s. 364

70 Ibid., s. 363

71 Madoff, *Pop art: a critical history*, 1997

original är borta, Warhols bild föreställande Marilyn är nu ett eget original i reproduktion.⁷²

Simulacra finns överallt. Ett exempel på detta kan vara Disneyworld, som Baudrillard menar är en maskering av verkligheten.⁷³ En låtsasvärld där barnslighet är till för alla utan begränsning, ett faktum som bör klargöra att det utanför Disneyworld är den riktiga världen. Enligt Baudrillard finns det dock inte längre någon omgivande verklighet att synliggöra. I själva verket är hela Los Angeles och USA en hyperrealitet, barnslighet är ju exempelvis inte ett unikt begrepp som bara förekommer i Disneyworld. Disneyworld blir alltså en maskering av det verkliga runtomkring genom att visa ytterligheter.

Baudrillard skriver även om nostalgi, som i en tillvaro präglad av snabba förändringar av verkligheten får sin fulla betydelse.⁷⁴ Om inget är verkligt blir nostalgi en nödvändighet, det vi nostalgiskt kommer ihåg är antagligen också modifierat efter vad vi önskar skett i det förflutnat eller vad som passar till vår tid. Varken dokumentärer, videofilmer eller bilder visar någon fullständig sanning, bara olika fragment av vad vi nu anser vara sanningen. Andy Warhols *Marilyn Diptych* skapar kanske nostalgi för de som vuxit upp med Marilyn Monroes filmer, man känner igen och minns och populariteten kvarstår genom simulacra.

Hyperrealismen är ingen låtsasvärld eller en andra verklighet utan idag en del av själva verkligheten i sig. Denna värld bygger på ”modeller av verkligheten”, som kanske inte ens baseras på verkligheten från början. Baudrillard anser alltså att vi lever i en värld av cirkulerande avbilder som saknar referent.

72 Baudrillard, ”The Precession of Simulacra”, 1983, Storey, 1994, s. 364-365

73 Ibid., s. 365

74 Ibid., s. 365

Diskussion

Marilyn Diptych och *Telephone* tolkade som simulacra

Andy Warhols bild av Marilyn har skapats genom flera led. Warhols Marilyn Monroe har inte mycket att göra med originalporträttet av henne då Warhols Marilyn är Marilyn med knallgult hår, röda läppar, blå ögonskugga och rosa hy i platta fält. Med Baudrillards terminologi ett eget simulacrum, en kopia där originalet, i detta fall originalbilden, generellt inte finns i åtanke längre. Warhol visar inte bara en representation av samtiden utan är också med att forma den; forma bilden och minnet av den. Monroe får leva kvar via Andy Warhol femtio år efter diptyken gjorts och är idag en del av både populärkultur och konsthistoria. Simulacra förlängs ytterligare då vi känner igen Warhols Marilyn i Lady Gagas styling i musikvideon *Telephone*. Då Andy Warhols Marilyn tillhör steg två i Baudrillards tabell, en maskering av verkligheten och en icke trovärdig kopia, formar Lady Gaga steg tre, en avsaknad av verkligheten och en kopia utan original. Lady Gaga har alltså inte valt en kostym för att se ut som Marilyn Monroe i videon *Telephone*, hon har valt en kostym för att se ut som just Warhols Marilyn. Vi kan till och med ta bilden till steg fyra, då Lady Gaga inte heller använt själva bilden som reproduktion, utan endast refererar till den genom makeup. Någon anslutning till verkligheten finns inte längre.

Andy Warhol är inte bara en konstnär. Då vi tänker på honom tänker vi kanske också på filmstjärnan Marilyn Monroe, bananen han gjorde som skivomslag till *The Velvet Underground* 1967, *The Factory*, klubbbliv i New York och så vidare. Lady Gaga representerar kanske främst inte sin musik, men lika mycket popstjärnan i en klänning av kött och gudmodern till Elton Johns barn. Tecken som representerar ett koncept representerar också allt som associeras med det konceptet. Konstnären Damien Hirst har en gång sagt att han varit rädd för att bli en mediapersonlighet, vilket han nu är, eftersom han då ständigt måste återuppfinna sig själv.⁷⁵ Det kan ses som ett resultat av hyperrealismens ständiga strävan efter uppbyggnad av nya verkligheter och reproduktioner utan original.

Warhol har i sitt val av motiv främst inte sökt en vacker kvinna med blont hår. Han har valt en välkänd filmstjärna som Marilyn Monroe vilket innebär att han reproducerar Monroe som koncept. Att Lady Gaga refererar till konstverket i sin musikvideo säger egentligen mer om Andy Warhol än om Marilyn Monroe. Här blir Warhol, *konstnären*, det viktiga. Hon kommunicerar endast med den

⁷⁵ Walker, 2001, s. 165

grupp som kan se referensen, de som känner till Andy Warhol och hans konst. Att känna till Warhol blir alltså laddat med, ja vad då? Finns det ett intellektuellt värde i att inom populärkulturen känna till de generellt högre värderade kulturuttrycken? På samma sätt som Warhol utnyttjar Monroes image använder Lady Gaga Andy Warhols, och Gaga gör det som ett sätt att forma sin egen image. Referenserna verkar spridas likt ringar på vatten.

Jag uppfattar Jean Baudrillards teorier om det hyperrealistiska som verkligt intressanta, då det mesta i den västerländska världen idag tycks handla om massproduktion och masskonsumtion, där spridning, referenser och underliggande meningar blivit otroligt viktiga. Jag vill ändå mena att det finns två världar där den ena alltid kommer vara verklig, en värld där vi känner vår egen fysiska kropp, och en andra som vi ofta upplever genom en skärm. Den sistnämnda verkligheten tar sig dock in i våra tankar i form av tecken och symboler som påverkar vårt liv, våra åsikter och våra känslor. Ordet simulacra kanske blir problematiskt i förhållande till just ”verklighet”? I långa loppet handlar det troligen om en utveckling av kulturell påverkan vilken verkar genom massmedia och visuell kommunikation.

Relationen konst / populärkultur

Genom att sätta konst mot masskulturen, med tolkning utifrån de undersökningsmaterial jag använt finner jag de främsta motsättningarna vara:

Kultur för en utvald elit

Kultur med fokus på intellekt, exklusivitet,
möjlighet för avancerade tolkningar

Kultur med fokus på bevarande

Kultur för den stora massan

Kultur med fokus på det enkla, humor,
igenkännande, kommersialism

Kultur med fokus på spridning och det nya

Det finns stora problem med att sätta konkreta ord på något så relativt som ovanstående begrepp. Konsten innefattar även det som finns på populärkulturens sida och vice versa. Populärkultur och konst har olika innebörder men bör inte sättas som motsatsord då de ständigt refererar till varandra, vilket jag visat med hjälp av Lady Gaga och Andy Warhol.

Jag har genom undersökningen sett att popkonstnärerna under 60-talet och deras nya konstuttryck bemöts med blandad kritik, vilket jag kan relatera till både Lady Gaga och Andy Warhol. Hos den senare har populariteten verkligen växlat över tid. Han har gått från firad nykomling, till ifrågasatt

etablerad konstnär och är idag både världskänd och högt betald. Lady Gaga tycks vara en artist massmedia ständigt finner intresse i, oavsett om det handlar om negativ eller positiv kritik. Hon nämns i samband med både Michael Jackson och Madonna vilka kan ses som några av vår tids största popidoler. Samtidigt har hennes karriär bara några få år på nacken vilket gör det svårt att jämföra i relation till Warhol.

Laurie Anderson är ett exempel på en konstnär kring popkonstens uppkomst som använder musiken som utgångspunkt i performance och därmed arbetar med en typ av cross-over, och som faktiskt ännu är verksam.⁷⁶ Laurie Anderson har även samarbetat med Lou Reed, vilken i sin tur var medlem i rockgruppen the Velvet Underground. Att arbeta med flera olika medier inom konsten är en etablerad teknik, det verkar dock vara viktigt att hålla sig till huvudområdet. Jag tänker på att Andy Warhols status som konstnär dalar just då han allt mer involveras i populärkulturens forum.⁷⁷

Angående Documenta i Kassel 1992 skriver konstnären Jan Vercruyse (f. 1948) en artikel om konstevenemangen i samband med utställningen.⁷⁸ Vercruyse menar att konst idag handlar om spektakel och att utställningar används som ett event för att få fler att uppmärksamma kulturformen. Han tvivlar på att detta skulle gynna konsten. Rädslan för att populärkulturen ska smutsa ner konsten med sina trick, eller att konsten ska "sjunka lika lågt" som populärkulturen är påtaglig. Jag uppfattar det som att Andy Warhol ofta, bland annat genom att klä in hela The Factory i silverfolie eller med tidigare nämnda multimediprojekt med the Velvet Underground, sökte stor publik och medial uppmärksamhet och då möjligen blev något av ett "spektakel". Detta är också en av anledningarna till att han kallats *för* kommersiell i ett konstsammanhang.⁷⁹ Populärkulturen har i grunden en kommersiell ton och att skapa spektakel verkar även tilltala Lady Gaga. Genom sina referenser till konstvärlden och annorlunda visuella uttrycksformer sticker hon ut, får publicitet och det bidrar kanske till att hon blivit kommersiellt framgångsrik. Om detta skulle skada konsten eller inte är svårt att svara på. Det är uppenbarligen en fördel för massmedia och populärkulturen att bruka välkända motiv från konstvärlden, motiv som har en slags känsla av autencitet och äkthet som går att anspela på. I Lady Gagas fall ser jag dock snarare referensen till Warhol i musikvideon som en hyllning till en idol, vilken lika gärna kunnat vara rockstjärna eller spirituellt ledare. Andy

76 Walker, 2001, s. 112-113

77 Alloway, "Popular Culture and Pop Art", 1969, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 173

78 "... our culture is sliding into a culture of spectacle. Media and spectacle-oriented performance and event with reference to art create a *negative energy*, turning art into an 'art event', a spectacle to be consumed for and by anyone. / ... / I contest the idea that all these media operations 'serve' art, resulting in an increase of real interest for art from more and more people." Walker, 2001, s. 66

79 Hughes, "The Rise of Andy Warhol", 1982, *Pop art: a critical history*, Madoff, 1997, s. 381

Warhols hänsyftning till populärkulturen i *Marilyn Diptych* kan även den vara en hyllning till filmstjärnan, men kan också ses som en provokation. Med Theodor Adornos uppdelning av hög- och lågkultur är det ganska uppenbart att kulturyttringarna väntas höra hemma på varsin kant, något som både Warhol och Lady Gaga tycks ifrågasätta, eller strunta i.

Det som fascinerat mig är hur popkonstnärerna på 60-talet till synes ignorerar vad negativa kritiker skriver, de verkar också strunta i om deras konst inte är aktuell om några år. Konstnärerna tycks varken se framåt eller bakåt, jag uppfattar att allt de gör handlar om ”här och nu”. Kanske är det därför det också är svårt att placera popkonsten i ett modernistiskt, avantgardistiskt eller postmodernistiskt fack, något som jag märkt i litteraturen. Personligen gillar jag framför allt att Andy Warhol vågar gå utanför konstvärldens ramar. Vid sidan om konsten gör han även annat, förväntningar och normer verkar ha bortsetts ifrån. Om konsten uppskattats av de som inte kan konst, söker han sig till den publiken. Den stora massan kan i sin tur vanligen inte betala för denna typ av konst och därför finner han andra sätt att närma sig dem, och tycks utnyttja sitt välkända namn.

Om man utgår från Richard Hamiltons lista är det tydligt vad begreppet popkonst innebar på 1960-talet.⁸⁰ Vad betyder popkonsten idag? Jag såg våren 2012 utställningen *Surrounding Bacon och Warhol* på Göteborgs Konstmuseum och Warhol är ständigt representerad på MoMA och Tate Modern. Jag har inte heller svårt att finna konstvetenskaplig litteratur som behandlar Andy Warhol.⁸¹ Inom konstvärlden är han alltså fullt aktuell. Vill man undersöka den kommersiella aspekten i detta skulle det vara intressant att studera om Warhol ställs ut på grund av sitt välkända namn som ett sätt att locka en stor publik, eller för att han anses vara intressant som konstnär.

Finns det någon skillnad på populärkulturen under 60-talet jämfört med idag? På Lawrence Alloways tid förekom inte den datoriserade och mediala kommunikationen, vilket får många konsekvenser för spridningen. Enligt mina uppfattningar ger det också större valmöjligheter för betraktaren som enklare kan söka och finna det hen intresseras av. Popkonsten på 60-talet riktar sig främst till de som besitter stora kapital och går på galleri. Idag kan du dock beställa egna tavlor med reproduktioner av Warhols campbellsoppa för 75 kronor, eller finna tips på hur du steg för steg kan skapa egen popkonst utifrån dina privata bilder inspirerat av Lichtenstein och Warhol genom ett

80 ”Popular (designed for a mass audience), Transient (short-term solution), Expendable (easily-forgotten), Low cost, Mass produced, Young (aimed at youth), Witty, Sexy, Gimmicky, Glamorous, Big business”, Hamilton, 1982, Madoff, 1997, s. 5-6

81 *Surrounding Bacon & Warhol*, Göteborgs Konstmuseum, 17 mars till 12 augusti 2012

fotoprogram.⁸² Popkonst är alltså till stor del populärkultur på nätet. Samtidigt säljs den ”äkta” popkonsten för enorma summor, och då handlar det knappast om masskonsumtion från allmänheten.

Lawrence Alloway bemöter 1958 Clement Greenbergs kritik av populärkulturen i *Avantgarde och Kitsch* från 1939 med ”It is no good asking the music critic for an opinion on Elvis Presley. Here is an example of what happens to critics who approach mass art with minority assumptions”.⁸³ Han menar senare att konstens nya roll är att vara en av flera möjliga former för kommunikation i ett expanderande fält som också inkluderar masskulturen.⁸⁴ Konsten har alltså en ny roll, ingår i en annan kategori, där så kallad finkonst inte längre existerar. Mycket som är nytt bemöts med fruktan, Adorno och Greenberg fann det mycket viktigt att sätta gränser mellan vad de ansåg vara konst och populärkultur. Alloway svarar då genom att antyda att de bör hålla sig till sitt ämne. En klassisk musikkritiker bör inte ha åsikter om Elvis Presley. Men eftersom en konstnär som Andy Warhol använder populärkulturen och en popstjärna som Lady Gaga inspireras av konsten, så är det motiverat att undersöka populärkulturens visuella uttryck i relation till konsten och vice versa. Jag vill hävda att det är ett uttryck för hur konstvetenskapen förändras.

Lady Gaga har uttalat att Warhol är hennes största influens, och det har skrivits att hon, liksom han, fascinerats av ”giftemålet” mellan det kommersiella och konsten.⁸⁵ Det är inte säkert att Lady Gagas fans uppfattar referenserna till konsten, något som får mig att fundera kring vem hon egentligen riktar sig till. Å andra sidan kanske det inte heller är viktigt att fansen förstår. Kanske handlar det främst om att utgå från en verklighet där konsten också ingår, vilket Alloway indikerar i föregående stycke. Andy Warhol öppnar för åtskilliga intolkningsbara betydelser och hans konst tilltalar både konstvärlden och den stora massan. Jag är dock inte så säker på att Lady Gaga tilltalar konstvärlden genom sina referenser, än. Lady Gaga menar att konst föder pop, eller att konsten är popens moder. Kan vi genom Andy Warhol istället se att ”Art sucks the tits of Pop”?

82 Posters med motiv från popkonsten: Easyart.se, ”Pop Art”

Skapa egen popkonst med fotoprogram: Melissaevans.com, ”Tutorials” - ”Pop art inspired by Lichtenstein”

83 Lawrence Alloway, ”The Arts and the Mass Media”, 1958, Madoff, 1997, s. 7

84 Ibid., s. 9

85 Hattenstone, 2011

Källor

Litteratur

- D'Alleva, Anne, *Methods & theories of art history*, Laurence King, London, 2005
- Greenberg, Clement & Sandqvist, Tom (red.), *Avantgardet*, Paletten, Göteborg, 2000
- Bürger, Peter, ”Det avantgardistiska konstverket”, originaltitel: ”Das avantgardistische Kunstwerk”, *Theorie der Avantgarde*, Frankfurt an Main: Suhrkamp, 1974, kap. III, översättning Sven-Olov Wallenstein
- Foster, Hal, ”Det verkligas återkomst – avantgardet inför sekelslutet”, originaltitel: ”The Return of the Real. The Avant-Garde at the End of the Century”, MIT Press, Cambridge, 1996, översättning Erik van der Heeg
- Greenberg, Clement, ”Avantgarde & Kitsch”, *Partisan Review*, VI, no. 5, hösten 1939, översättning Tom Sandqvist
- Greenberg, Clement, ”Mot en nyare Laokoon”, originaltitel: ”Towards a Newer Laocoon”, *Partisan Review*, juli/augusti 1940, översättning Sven Olov Wallenstein
- Liotard, Jean-François, ”Det sublimes och avantgardet”, originaltitel: ”The Sublime and the Avantgarde” *Art Forum* 22, april 1984, översättning Sven-Olov Wallenstein från den utvidgade versionen i *L'inhumain, Causeries sur le temps*, Paris, 1989
- Kuspit, Donald, ”Avantgardet och Neoavantgardet”, originaltitel: ”The Cult of the Avant- Garde Artist”, Cambridge University Press, Cambridge, 1993, översättning Erik van der Heeg
- Harrison, Charles & Wood, Paul (red.), *Art in theory, 1900-2000: an anthology of changing ideas*, 2. rev. ed., Blackwell, Malden, Mass., 2003
- Baudrillard, Jean, ”The Hyper-Realism of Simulation”, Poster, M., (red.), *Jean Baudrillard: Selected Writings*, Stanford, Kalifornien, 1988, s. 143-147
- Madoff, Steven H. (red.), *Pop art: a critical history*, University of California Press, Berkeley, 1997
- Alloway, Lawrence, ”The Arts and the Mass Media”, *Architactural Design & Construction*, februari 1958, s. 84-85
- Alloway, Lawrence, ”Popular Culture and Pop Art”, *Studio International*, juli/augusti 1969, s. 17-21
- Antin, David, ”Warhol: The Silver Tenement”, *Art News*, sommaren 1966, s. 47 ff.
- Barthes, Roland, ”That Old Thing, Art...”, från utställningskatalogen till *Pop Art* på Palazzo Grassi, Venedig, först publicerad av Electa, Frankrike, 1980

- Benchley, Peter, "Special Report: The Story of Pop", *Newsweek*, 25 april 1966, s. 56-61
- Canaday, John, "Pop Art Sells On – Why?", *The New York Times Magazine*, 31 maj 1964, s. 7 ff.
- Coplans, John, "Pop Art, USA", *Artforum*, oktober 1963, s. 27-30
- Coplans, John, "Early Warhol: The Systematic Evolution of the Impersonal Style", *Artforum*, mars 1970, s. 52-59
- Danto, Arthur, "The Artworld", *The Journal of Philosophy*, 15 oktober 1964, s. 571-584
- Fried, Michael, från "New York Letter", utdrag, *Art International*, 20 december 1962, s. 57
- Glaser, Bruce, "Oldenburg, Lichtenstein, Warhol: A Discussion", *Artforum*, februari 1966, s. 20-24
- Hamilton, Richard, "Letter to Peter and Alison Smithson", *Collected Words 1953-1982*, London, 1982
- Hess, Thomas B., "Pop and Public", *Art News*, november 1963, s. 23 ff.
- Hess, Thomas B., "Reviews and Previews: New Names This Month Andy Warhol", *Art News*, januari 1965
- Hughes, Robert, "The Rise of Andy Warhol", *The New York Review of Books*, 18 februari 1982, s. 6-10
- Judd, Donald, "In the Galleries: Andy Warhol", *Arts*, januari 1963, s. 49
- Kozloff, Max, "'Pop' Culture, Methaphysical Disgust, and The New Vulgarians", *Art International*, mars 1962, s. 35-36
- O'Doherty, Brian, "Art: Avant-garde Revolt", *The New York Times*, 31 oktober 1962, s. 41
- Reichardt, Jasia, "Pop Art and After", *Art International*, februari 1963, s. 42-47
- Rose, Barbara, "Pop Art at the Guggenheim", *Art International*, maj 1963, s. 20-22
- Rosenblum, Robert, "Pop Art and Non-Pop Art", *Art and Litterature*, sommaren 1965, s. 80-93
- Selz, Peter (red.); Geldzahler, Henry; Kramer, Hilton; Ashton, Dore; Steinberg, Leo; Kunitz, Stanley; "A Symposium on Pop Art", *Arts*, april 1963, s. 35-45
- Selz, Peter, "The Flaccid Art", *Partisan Review*, sommaren 1963, sid- 313-316
- Smithson, Alison & Peter, "But Today We Collect Ads", *Ark*, november 1956
- Sorrentino, Gilbert, "Kitsch into 'Art': The New Realism", *Kulchur*, vintern 1962, s. 10-23
- Swenson, G. R., från "What is Pop Art?" del 1, *Art News*, november 1963, s. 24-27 ff.

Swenson, G. R., från ”What is Pop Art” del 2, utdrag, *Art News*, februari 1964, s. 40-41 ff.

Vaughan, Roger, ”Superpop or A Night At The Factory”, *The Sunday Herald Tribune*, 8 augusti 1965, s. 7-9

Wilson, William, ”’Prince of Boredom’ The Repetitions and Passivities of Andy Warhol”, *Art and Artists*, mars 1968, s. 12-15

Nilsson, Håkan, *Clement Greenberg och hans kritiker*, [Univ.], Diss. Stockholm : Univ., [Stockholm], 2000

Storey, John (red.), *Cultural theory and popular culture: a reader*, Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead, 1994

Adorno, Theodor W., ”On Popular Music”, 1941, Easthope, A. och McGowan, K. (red.), *A Critical and Cultural Theory Reader*, Open University Press, Milton Keynes, 1992, s. 301-314

Arnold, Matthew, ”Culture and Anarchy”, Arnold, M., *Culture and Anarchy*, Cambridge University Press, London, 1932, urval från s. 6-207

Barthes, Roland, ”Myth Today”, Barthes, R., *Mythologies*, Jonathan Cape, London, 1972, s. 117-142, 154-157

Baudrillard, Jean, ”The Precession of Simulacra”, Baudrillard, J., *Simulations*, Semiotext(e), New York, 1983, s. 1-30

Goodwin, Andrew, ”Popular Music and Postmodern Theory”, *Cultural Studies*, vol. 5, nr. 2, 1991, s. 174-188

Leavis, F. R., & Thompson, Denys, ”Advertising: Types of Appeal”, Leavis, F. R. och Thompson, D., *Culture and Environment*, Chatto & Windus, London, 1933, s. 11-24

Macdonald, Dwight, ”A Theory of Mass Culture”, från Rosenberg, B. och White, D. W. (red.), *Mass Culture: The popular arts in America*, Macmillan, New York, 1957, s. 59-73

Marx, Karl, ”Base and Superstructure”, från Marx, K., *Preface and Introduction to A Critique of Political Economy*, Foreign Languages Press, Peking, 1976, s. 3-5

Strinati, Dominic, ”Postmodernism and Popular Culture”, från *Sociology Review*, april 1992, s. 2-7

Wilson, Elisabeth, ”Fashion and Postmodernism”, Boyne, R. och Rattansi, A., (red.), *Postmodernism and Society*, Macmillan, London, 1990, s. 222-236

Walker, John A., *Art in the age of mass media*, 3. ed., Pluto, London, 2001

Internet och övriga källor

- Beyoncé Knowles, Beyoncé Official Website, Beyonce.com, "Vault"
<http://www.beyonce.com/photos-videos> (2013-01-25)
- Björk, Official Website, Bjork.com, "Discography",
<http://bjork.com/#/past/discography/biophilia> (2013-01-25)
- Blasberg, Derek, "Lady Gaga: The Interview", *Harpers Bazaar*, 13 april 2011,
<http://www.harpersbazaar.com/magazine/feature-articles/lady-gaga-interview> (2012-11-25)
- Britney Spears, Britney Spears Official Website, Britneyspears.com, "Gallery"
<http://www.britneyspears.com/BSGalleryAlbum.aspx?IconID=4&CatID=15> (2013-01-25)
- Easyart, Easyart.se (Posters med popkonst), "Pop Art",
<http://www.easyart.se/stil/Pop-Art-62.html> (2013-01-30)
- Hattenstone, Simon, "Lady Gaga: Lording it", *The Guardian*, lördag 14 maj 2011,
<http://www.guardian.co.uk/music/2011/may/14/lady-gaga-interview> (2012-12-12)
- Haus of Gaga, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Haus_of_Gaga (2013-01-28)
- Interview, författare okänd, "Music, Lady Gaga", *Interview Magazine*, 2009,
<http://www.interviewmagazine.com/music/lady-gaga/> (2012-12-12)
- LadyGaga, Official Website, Ladygaga.com, Universal Music Group, "Bio",
<http://www.ladygaga.com/bio/default.aspx> (2012-12-12)
- Lady Gaga, Official Twitter, <https://twitter.com/ladygaga> (2012-12-18)
- Livingstone, Marco, "Andy Warhol (American, 1928-1987)", 2009, Oxford University Press,
ursprungligen från Grove Art Online, här taget från Museum of Modern Arts hemsida,
http://www.moma.org/collection/artist.php?artist_id=6246 (2012-11-30)
- Melissa Evans, Melissaevans.com, "Tutorials" - "Pop art inspired by Lichtenstein", Skapa egen
popkonst med fotoprogram:
<http://www.melissaevans.com/tutorials/pop-art-inspired-by-lichtenstein> (2013-01-30)
- The Metropolitan Museum of Art, Metmuseum.org, "Collections",
<http://www.metmuseum.org/Collections/search-the-collections/210010363> (2013-01-11)
- The Monster Ball Tour, Wikipedia,
http://en.wikipedia.org/wiki/The_Monster_Ball_Tour (2013-01-28)
- Orlan, Official Website, Orlan.eu, "Works" - "Performance",
<http://www.orlan.eu/works/performance-2/> (2012-12-12)
- Pagila, Camille, "Lady Gaga and the death of sex", *The Sunday Times*, 12 september 2010,
<http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/public/magazine/article389697.ece> (2012-12-12)

Thierry Mugler Official Website, Mugler.com, "Nicola Formichetti",

http://www.mugler.com/int/en/#/12-nicola_formichetti (2013-01-30)

Van Meter, Jonathan, "Lady Gaga: Our Lady of Pop", *Vogue Magazine*, 10 februari 2011,

<http://www.vogue.com/magazine/article/lady-gaga-our-lady-of-pop/#1> (2012-12-12)

Warhol, Andy, 1967, "The Velvet Underground & Nico", CD-Rom, 1996, Polygram Records Inc.

Wilson, Eric, "Lady Gaga Explains Herself", *New York Times*, 11 maj 2011,

http://www.nytimes.com/2011/05/12/fashion/lady-gaga-becomes-a-columnist-for-v-magazine-front-row.html?_r=4&emc=tnt&tntemail0=y& (2012-12-12)

Bildförteckning

Bild 1: Nike, *Marilyn Monroe Air Max 90*, 2012, Footlocker blog, "It's a sneaker thing", Philly,

<http://www.footlocker.eu/itsasneakerthing/?/en/item/360/marilyn-monroe-nike-air-max-sneakers> (2012-12-17)

Bild 2: Andy Warhol, *Marilyn Diptych*, 1962, akryl på duk, 205,4 x 144,8 cm., hämtad från Tate Gallery Londons hemsida, Tate.org.uk,

<http://www.tate.org.uk/art/artworks/warhol-marilyn-diptych-t03093> (2012-12-06),

© The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc./ARS, NY and DACS, London 2009

Bild 3: Gene Korman, pressfoto för filmen *Niagara*, 1953, bildinformation: Barry Paris, "A Nut on the Plane, Marilyn in Midflight", Carnegie Museums of Pittsburg, Hösten 2010,

<http://www.carnegiemuseums.org/cmag/feature.php?id=216> (2012-12-12)

foto: <http://www.aristos.org/aris-12/contemporaryart.htm> (2012-12-12),

Bild 4: Lady Gaga & Beyonce, *Telephone*, 2010, musikvideo, regi Jonas Åkerlund,

<http://www.youtube.com/watch?v=EVBsypHzF3U> (2012-11-27),

stillbild från hemsidan The Jewel Wicker Show, Thejewelwickershow.com,

<http://thejewelwickershow.com/uncategorized/lady-gagas-artpop-to-feature-a-continuation-of-telephone> (2012-11-20)