
Studerende: Thomas Kanstrup

CPR.nr.: -

Studium: Cand.merc.fil

Institut: Ledelse, Politik & filosofi

Opgavetype: Kandidatafhandling

Vejleder: Ole Fogh Kirkeby

Afleveringsdato: 23.12.2009

Antal anslag: 180.127 (79,2 ns.)

Styring af det ustyrlige:

En begivenhedsæstetisk undersøgelse

Copenhagen Business School 2009



Underskrift:

Indholdsfortegnelse

I. PROBLEM	1
Forord.....	1
Engagement.....	2
Den æstetiske felt.....	5
Kunstimperiets reservater	5
Hverdagens æstetiske vildmark	6
II. TEORI.....	7
Baggrund: Filosofisk æstetik	7
Kant: Deontologisering af skønheden	8
Det æstetiske imperativ.....	10
Subreption	11
Deontologiens konsekvens.....	13
Kritik af Kant	14
Dufrenne: Det æstetiske objekt.....	15
Le Sensible	17
Den genstandsmæssige binding.....	17
Quasi-subjekt.....	19
Æstetisk perception (attitude)	20
Affektivt a priori.....	22
Kritik af Dufrenne.....	23
En kommentar fra begivenheden	25
Krystallinske refleksionsformer	27
Skønhedens temporalitet.....	28
Ontostatisk refleksionsstruktur.....	30
Opgør med den æstetiske vished.....	32
Kirkeby: I stedet for en æstetik.....	34
Den æstetiske visheds fantasme	35
Hyperrealistisk ambition	36
Begivenheden: Eventum Tantum	36
Det reelle: Eksplikation af begivenhedsæstetikken	37
Andethedens triumf: Imod et ontologisk alternativ	39
Proto-ontologi (eventologi)	40
Efemerisme: Skønheden sker	41
Bemærkning: Kritik af det æstetiske "fordi"	44
Skønhedsoplevelse og –begivenhed.....	45
Ambivalens	46
Skønhedens frihed til-aldrigførelse.....	47
Tvetydighedens borgerskab	49

Fysiognomi	50
Ren sansning: Den fysiognomiske erfarings første form	52
Skønhedsbegærets begivenhed: Den fysiognomiske erfarings anden form.....	54
Tankeformet sansning: Den fysiognomiske erfarings tredje form	56
Det ustyrlige: Produkters æstetiske "mere"	57
III. EMPIRI	59
Design og branding: Styring af det ustyrlige	59
Industrielt design	59
Indsigt: Kritisk implikationsdesign	62
Brand management	63
Indsigt: Betydningsekspllosion.....	66
Imod en begivenhedsorienteret praksis.....	67
IV. PRAKSIS	68
Praktisk styring af produkters æstetiske "mere"	68
Flanør-figuren: Praktisk antropomorfisme	69
Flanøren – originalen.....	70
Skikkelsen	71
Stemmen.....	72
Flanøren og begivenheden	73
Fantasien som begivenhedsrelation	74
Rekonvalescenten: Konsumtion af det æstetiske "mere"	75
Flanør-figures potentiale?.....	76
Sammenfatning	77
Abstract.....	80
Litteraturliste	81

I. PROBLEM

Forord

Hvad er det det æstetiske "mere" ved Christian Skeels maleri "Untitled" (2007) på forsiden af denne fremstilling?

Der kan gives uendeligt mange svar; det er helheden; det er de erfaringsfluktuationer, som det afstedkommer; det er de enkeltelementer på billedet, som vi ud fra særlige parametre kan blive enige om berettiger til prædikatet "skønt"; det er den uransagelige måde, hvorpå det initierer prædikationen "skønt"; det er den eminente natur-gengivelse; det er den kubistiske leg med rumligheden i billedet; det er den nysgerrighed det igangsætter – kan kubismen mon drejes eller lukkes?; det er den overraskende kvadratiske "sø" midt i billedet, som på forunderlig vis spejler resten af billedet; det er billedets skælmske kommentar til pastiche-kunsten; det er den særlige vellyst som ledsager betragtningen af billedet; det er den unikke måde, hvorpå kunstnerens tanke er blevet materialiseret; det er i spillet mellem det, som billedet er og det, det ikke er men alligevel gør krav på, eller den ubestemmelighed, som forårsages af betragterens oscillerende mellem de fem flader "inde" i billedet og den ene fysiske overflade, som så at sige indeholder de andre...

Dette ikke-udtømmende udsnit af forklaringsmodeller tjener i denne sammenhæng til illustration af, hvordan det æstetiske "mere", som ledsager vore betragtninger af ting, hvad end disse benævnes kunst, design, værk, artefakt, genstand, objekt, vare eller produkt, kan antage uendeligt mange former og ramme os der, hvor der hverken er tid, lyst eller evident anledning til det. Opremsning viser således det æstetiske "mere"s udtømmelighed og ustyrlige betydningssværme.

Det er min ambition i denne fremstilling at forholde mig til det æstetiske "mere" som en sådan flygtig og foranderlig tilstand. Jeg refererer til dette uafsluttede og altid allerede forskudte billede som min hyperrealistiske ambition – det er spillet mellem ontologien og begivenheden, som ethvert begreb om det æstetiske "mere" må tage på sig.

Engagement

I nærværende fremstilling er det hensigten at dvæle ved det æstetiske "mere", som knytter sig til produkter. Det er udgangspunktet, at det æstetiske "mere" i spillet mellem det genstands og begivenhedsmæssighed er en værdifuld dimension ved produktet, der kræver minutiøs udvikling ganske som teknologiske, funktionalitets- og omkostningsmæssige aspekter ved produktet; blot på andre betingelser. Det er disse betingelser, jeg her søger at udfolde i to henseender; henholdsvis som præmis for forståelsen af produktets æstetiske "mere" og som grundlag for et udkast til en praksis, der kvalificerer professionelles strategiske ledelse af netop dette æstetiske "mere".

Jeg er således ikke interesseret i at privilegere en bestemt kategori af produkter, såsom designprodukter, særligt brandede produkter, brugskunst eller masseproducerede kunstværker, som garanter for dybe og skelsættende erfaringer (Charters 2006, 243). Derimod søger jeg at udfordre den æstetiske doktrin, som forekommer fremherskende i det moderne erhvervsliv, hvor æstetik rimer på perifer formgivning, idet form/indhold dikotomien udgør det hegemoniske helhedsbegreb for produktet.

Det specifikke, som her søges anstrengt via filosofisk analyse, består i den fiksering af det til produkter knyttede æstetiske "mere", som tavst forestås af teoridannelsen inden for æstetisk produkt- og identitetsdesign. Hvis virksomheder vil gøre sig forhåbninger om at styre eller intentionelt påvirke det æstetiske "mere", som knyttes til produkter, må den fiksering og mekanisering som etableres af begreber såsom "corporate DNA" (Reed 2006, 11; Zöllner 2009; Schmidt & Bentsen 2009, 16), "aesthetic coherence" (Austin 2008, 18) og "organizational identity" (Hatch & Schultz 2008, 12) erstattes af en større filosofisk nuance mellem det, der tilhører henholdsvis det genstands- og erfaringsmæssige.

På denne vis er det ikke specifikt intentionen at afkræfte eller negligere, hverken det bidrag jeg inddrager fra den industrielle designteori (Crilly et al., 2008; Crilly & Clarkson, 2006) eller det, jeg inddrager fra brandingteorien (Hatch & Schultz 2008) som værende irrelevante per se i ledelsen og udviklingen af produkters æstetiske "mere" men derimod at påpege, hvilke ontologiske og epistemologiske problematikker disse oppebærer og dermed, hvordan de konceptuelt er ude af stand til simultant at fikse og følge produkternes æstetiske "mere" i alt dets ustyrlighed.

Afsættet tages i undertegnede engagement¹ i æstetikens fundamentale apori og herunder den inkonsistens, som præger debatten og teoriudviklingen omkring produkters æstetiske dimension. Denne produkters æstetiske dimension, hvilken jeg her refererer til som deres æstetiske "mere", er som anført blevet adresseret via konceptualiseringer, som i et vist omfang lider under et selvkritisk fravær. Dette betyder, at professionelle som arbejder med produktæstetik er henvist til modeller og nomenklaturer, som tavst transformerer det æstetiske "mere" til semantik og symbolisme. Skønheden parametergøres og holdes herved i økonomiens teoretiske førergreb ved at blive afkrævet en "hedonisk" (Charters 2006, 245) kvantificering af det spil, som pågår mellem produktet og begivenheden.

Derfor er det hensigten her at tilbyde et alternativ til den reproducerende omgang med produkters æstetiske "mere" ved at udfolde og reflektere snarere end at pakke og intelligibilisere det æstetiske. Til at bidrage med en sådan vinkel inddrager jeg Ole Fogh Kirkebys begivenhedsæstetik, som den fremgår i værket "Skønheden sker" (2007). Dette værk har afgørende betydning for nærværende fremstilling.

Det er således hensigten at påpege implikationerne ved at arbejde strategisk med produkters æstetiske "mere"; dette gør jeg dels ved at tilbyde en videreudvikling af begrebet om produkters æstetiske "mere", som er funderet på begivenhedsæstetikken, og dels ved at bidrage med et udkast til en praksis-figur, der netop forholder sig til produkters æstetiske "mere" som en begivenhed; det der sker.

Mit ærinde er ikke udtømt ved at befordre en privilegeret æstetisk metamodel, men derimod ved at lade videreudviklingen af begrebet om produkters æstetiske "mere" samt udkastet til praksis-figuren leve op til den hyperrealistiske ambition, jeg manifesterede i forordet. Dette er den provisoriske lakmusprøve for de bidrag jeg yder i nærværende fremstilling, hvormed jeg håber at kunne foreslå en mere nuanceret og dog stringent måde at tilgå det æstetiske på, sådan at det bliver muligt at isolere og arbejde mere kvalificeret

¹ Engagementet som filosofisk, reflekterende praksis; en nomadisk tænkning som vedkender sig sin subjektive gestaltning af stoffet og derved snarere søger at initiere yderligere undren end at etablere ekskluderende og afsluttende veritabilitet. (Inspireret af Dorthe Jørgensens "Historien som værk" (2006))

med det æstetiske "mere", som knytter sig til produkter, uden at affortrylle eller transformere det; velvidende at det æstetiske "mere" i isolationen aldrig helt er sig selv, al den stund at isolation også er en begivenhed.

Her er det på sin plads at præcisere det valgte undersøgelsesbegreb; det æstetiske "mere".

"Det æstetiske 'mere' er altså hverken en egenskab ved genstanden eller forstandens eget produkt. Det æstetiske 'mere' er derimod et resultat af mødet mellem den sanselige genstand og den reflekterende dømmekraft" (Jørgensen 2006, 138)

Begrebet er lånt fra Dorthe Jørgensens "Historien som værk" (2006) og udmærker sig i denne sammenhæng ved i sine etymologiske konnotationer at undlade at tildele det genstands- eller erfaringsmæssige et æstetisk prærogativ, ligesom det implicerer, at det æstetiske er uafsluttet. Det er min hensigt at videreudvikle dette begreb positivt her, således at det kan danne grundlag for en styringspraksis i forhold til det æstetiske "mere", der knytter sig til produkter.

Problemformuleringen for nærværende fremstilling lyder således:

Hvordan er det muligt for virksomheder at styre det æstetiske "mere", som knytter sig til deres produkter?

Herunder; en begrebsudvikling af produktets æstetiske "mere" på baggrund af en udredning af begivenhedsæstetikken samt fremlæggelse af et udkast til en praksis, som tager det udviklede begreb alvorligt.

Den æstetiske felt

Kunstimperiets reservater

Kirkeby taler om æstetiske "reservater" (Kirkeby 2007, 23), som institutionaliserede arealer af standarder, mønstre, etiketter, anticipation, menings- og fortolkningspraksis, der både kan have temporal (fritiden, weekenderne og ferierne) og spatial (museer, gallerier, arkitekturen etc.) udstrækning, opretholdes koercivt (regler for adfærd på museer), normativt (kunstkanon, smagsdommeri) og (re)produktivt (adspredelsen, fortolkningen og nydelsens imperativ indlejret i reservaterne).

Kunstresevatet har sat sig tungt på det paradoks, at de æstetiske genstande befinder sig i resevatet (hvor det æstetiske prædikat er berettiget), fordi de er æstetiske, på samme tid som de er æstetiske, fordi de er placeret netop der. Således er resevaterne nødt til at producerer en æstetiske kompetence hos betragteren, sådan at han bliver resevatets medsamsvorne². I resevaterne bliver gæsterne til konsumenter, som velvilligt gaber op for en uskøn blanding af æstetiske perler og placebo-piller og i samme bevægelse lukker i for værket i skikkelsen af det, der sker. Herved forarmes værket som det indespærrede dyr, der træder monotoniens spor. Den orden som etableres inden for resevaterne begår forræderi mod skønhedsoplevelsen, mener Kirkeby (Ibid., 418-9), Mona Lisa er blevet en tandløs gammel kælling, som ikke engang bærer patinas yndefulde mærker men blot er slidt, forældet, konsumeret; og værst af alt, forstået.

"At nyde kunst er at klæde kunstværket på med et overbud af hermeneutiske mærkevarer hentet fra de finkulturelle fortolknings kollektion." (Ibid., 22)

Værket bliver i kunstens imperium til en slatten påklædningsdukke, som indifferent iklædes tidernes skiftende fortolkningsrober, der lader hånt om værkets velbefindende, når det hermeneutiske korset strammes til.

²Det er netop denne tingsliggjorte, mekaniske og blodfattige æstetiske dømmekraft, jeg søger at give et alternativ via begivenhedsæstetikken. *"Den globale vareæstetik er ikke hovedfjenden, det er derimod den æstetiske dømmekraft som tingsliggjort kompetence"*. (Kirkeby 2007, 25)

Reservaterne forekommer mig simultant at virke befordrende og bedøvende på skønhedsoplevelsen, for reservaterne tilbyder et særligt oplevelsesregister og forventningsmønstre, hvilket kommer til udtryk i den sagte andægtighed og imponerethed, som museernes kustoder fremmaner hos gæsterne, samtidig med, at reservaternes logik består i netop, at oplevelsen skal transcendere reservaternes egne forskrifter, for ellers var der blot tale om oplysning eller læring.

Hverdagens æstetiske vildmark

I denne fremstilling deler jeg i en vis forstand ærinde med Kirkeby på den måde, at han søger at forstå det skønne, der tilhører hverdagen og ikke skylder sin skønhed til nogen institution, begrebslighed, kanonisering eller anden perceptiv fremelskning af skønhedsoplevelsen. Omvendt er det ikke hans intention at vende det kunst-skønne ryggen, al den stund disse værker også afstedkommer reelle skønhedsoplevelser blot på andre præmisser end de små glimt og sug, hvis æstetiske klarhed ikke tilhører nogen andre end begivenheden.

På denne vis åbner Kirkebys begivenhedsæstetik sig for det kommercielle, fine, anticiperede, esoteriske, forældede, ringeagtede, højt besungne, uforståelige, tilfældige, vulgære, begærede, anrettede, uforklarlige, værdifulde, intentionelle og banale, hvoriblandt vi finder ethvert tænkeligt produkt. Dette betyder ikke, at produkterne har fået en plads i et særligt selskab, men derimod at de ikke på forhånd er ekskluderet fra den æstetiske interesse, som historisk har været projiceret på det natur- og kunstske skønne som skønhedens velafgrænsede og tautologisk funderede zone, udenfor hvilken æstetisk analyse bliver profan og meningsløs.

Den hverdag jeg tager udgangspunkt i her er primært den, som i kredser om kommercielle markeder, hvad end dette er for båndbredde til interenetforbindelser, eksklusive designmøbler, brugte biler, vinduespolering, hovedpinepiller, sjældne LP-plader, kildevand på flasker, flytransport, unika-boleroer, økologisk müsli, øjenvippeforlængere, energidrikke, vådrumsmaling, ergonomiske skoindlæg, diamantringe, trælegetøj,

husholdningsemballage fra 50'erne, forsikringer og mobiltelefoner. Det er helt afgørende her at bemærke, at jeg ikke tildeler kommercielle markeder noget særligt æstetisk prærogativ som æstetiserende kategori. Blot forvalter jeg min indsats således at det æstetisk reelle; det, der sker som skønhedsoplevelse (begivenhed) – uanset form og forskrift – tages alvorligt. Dette forhold behandler i afsnittet om det reelle.

II. TEORI

Baggrund: Filosofisk æstetik

I dette overblik over den filosofiske æstetik, illustrerer jeg, hvorledes skønheden via Kant placeres hos subjektet som en bestemt forvaltning af dømmekraften og dernæst, hvordan Dufrenne i sin fænomenologisk orienterede æstetik binder skønhedsoplevelsen til genstanden ved at betone rummet mellem det genstands- og erfaringsmæssige som det afgørende i sin æstetik.

Kant inddrager jeg som den moderne æstetiske uomgængelige startpunkt og Dufrenne, fordi hans æstetiske ambition om at tage udgangspunkt i mellemrummet som det konstituerende element for det æstetiske "mere" synes frugtbar i denne sammenhæng netop på grund af hans fokus på mellemrummet og interdependensen.

Som primær teori inddrager jeg Ole Fogh Kirkebys begivenhedsæstetik, som den fremgår af "Skønheden Sker" (2007) for til en start kritisk at kommentere på Kant og Dufrennes filosofiske æstetikker og den ontologi disse gør sig til eksponenter for. Denne kritik tager udgangspunkt i Kirkebys begreber om krystallinske refleksionsformer og ontostatik.

Ovenpå denne kritik skifter jeg gestalt i forhold til Kirkebys begivenhedsæstetik. Dette gør jeg ved at vende den kritiske bevægelse til en konstruktivt opbyggende ditto. Her tager jeg afsæt i Kirkebys begivenhedsfunderede ontopragsmatik, som er det radikale alternativ til den konventionelle ontologi (ontostatik), og danner hermed kimen til den videreudvikling af begrebet om produkters æstetiske "mere", som jeg tilbyder i slutningen af dette kapitel.

Kant: Deontologisering af skønheden

Når jeg her inddrager Kants filosofiske æstetik, som den fremgår af "Kritik af dømmekraften" (2007 [1790]), er det fordi den lægger afstand til den rationalistiske skønhedsmetafysik, som alene overlader æstetikken opgaven at katalogisere skønne objekter ud fra transcendent idéer. Herved gør Kant subjektets erfaringsevne til det centrale anliggende for æstetikken. Følgende giver jeg et kort indblik i udvalgte begreber, som de centrale pejlemærker i Kants subjektivering og ikke mindst deontologisering af skønheden.

Begrebet om smagsdommen er helt centralt hos Kants "Kritik af dømmekraften"³, idet han betragter dømmekraften som *"evnen til at tilpasse indbildningskraften til forstanden"* (Ibid., 158). Den erfarende anvender dømmekraften til at foretage både logiske, praktiske og æstetiske domme (smagsdomme). Det særegne ved smagsdommen er således, at dens bestemmelsesgrund er subjektiv (Ibid., 57). Dette betyder, at smagsdommen ikke bestemmer noget i genstanden; den *erkender* ikke noget som sådan (Ibid., 57), men bestemmer alene det foreliggende *"... hvad angår behag og med hensyn til prædikatet skønhed"* (Ibid., 70).

Smagsdommen forholder sig alene til det behag,⁴ som akkompagnerer forestillingen om genstanden, og på den måde er genstanden udover at initiere domme aldeles afsondret fra

³ Kants æstetiske arbejde tager udgangspunkt i smagens antinomi.

"1. Tesis. Smagsdommen er ikke begrundet i begreber; for ellers kunne man diskutere den (afgøre den ved beviser).

2. Antitesis. Smagsdommen er begrundet i begreber; for ellers ville vi ikke kunne diskutere den, uagtet dens forskellighed (vi ville ikke kunne gøre krav på, at andre var enige i vor dom, hvilket er nødvendigt)." (Kant 2007, 174)

Kant forsøger ikke direkte at ophæve dette paradoks (Ibid., 176), stræber snarere efter at finde et foreningspunkt for teserne i, hvad han kalder et "oversanseligt substrat", der må forstås som det hindisige grundlag for menneskets evne til at tænke (Ibid., 102).

⁴ Der findes tre arter af velbehag, som smagsdommen orienterer sig efter, mener Kant. Det drejer sig om velbehaget ved det tiltalende, det gode og det skønne (Kant 2007, §5). Til at forklare forskellen mellem disse drager Kant interesse-begrebet som betegnende *"forestillingen om genstandens eksistens"* (Ibid., 58). Smagsdommen om det skønne er æstetisk den reneste dom på den måde, at den foretages ud fra en interesseløs interesse, hvorimod smagsdommene om det tiltalende og gode orienterer sig efter henholdsvis nydelse (Ibid., 60); de bedømte objekts faktiske nærværen, og vilje (Ibid., 61); den bedømte handlings faktiske udførelse. Når velbehaget, der foranlediges af en smagsdom, på denne vis er bundet op på interesse (tilfredsstillelse eller formål), er der tale om en dom, som er betinget af netop denne begrebslige interesse, hvorved der lægges et begreb om fuldkommenhed til grund for dommen, hvilket giver den logisk snarere

smagsdommen og kan intet meningsfuldt prædikere om den. På denne vis tilregnes spontane og prærefleksive smagsdomme det utopiske i Kants æstetik.

Smagsdommen er eksemplarisk, hvilket betyder, at den *"... kan anses for at være eksempel på en almen regel, som vi ikke ser os i stand til at angive"* (Ibid., 86). På denne måde er det selve modaliteten i smagsdommen, som fordrer almengyldighed (Ibid., 111). En væsentlig distinktion er her, at smagen ikke i sig selv udgør et princip, hvorefter der kan dømmes og fordres almengyldighed. Smagen er intet erfaringskodeks eller indsigten i et privilegeret katalog over skønne ting.

Kant taler om smagens "subsumtionsprincip" (Ibid., 130), idet han forklarer smagens rolle som værende den frie forvaltning af evnen til anskuelser eller fremstillinger under evnen til begreber. Her er det nødvendigt at notere sig Kants distinktion mellem indbildningskraftens rolle i henholdsvis logisk erkendelse og smagsdomme, idet indbildningskraften i førstnævnte står under forstandens tvang, hvorimod den i sidstnævnte er fri til at levere uudviklet stof til forstanden (Ibid., 155).

Kant hævder, at "lystens almengyldighed" (Ibid., 132) sikrer, at dersom et subjekt finder en genstand smuk under rette æstetiske bedømmelsesmodalitet, kan han med nødvendighed tillægge enhver anden det samme velbehag ved den givne genstand. På denne vis sikrer smagsdommens modalitet i ikke andet end følgende:

"... at vi er berettiget til at antage, dels at vi i hvert eneste menneske kan forudsætte de samme subjektive betingelser, som vi finder i os selv, og dels at vi har subsumeret det givne objekt rigtigt under disse betingelser." (Ibid., 133).

Smagsdommen prædikerer derfor intet om selve genstanden, men derimod om subjektets evne til at syntetisere indbildningskraft og forstand, i forhold til de forestillinger, som en given genstand har initieret (Ibid., 133).

end æstetisk karakter. Denne form for betinget skønhed kalder Kant "vedføjet" i modsætning til "fri" skønhed (Ibid., 79), som er fri deri, at den hverken bestemmes af interesser eller begreber, som udgør en fuldkommenhed i forhold til hvilken, der dømmes.

På denne vis afmonterer Kant nok en begrebslig, transcendental idealisme i sin æstetik, men samtidig installerer han en anden mindre evident idealisme, nemlig det principielle, bedømmelsesmæssige ideal om det formålsløse formål, som den skønhed der bliver synlig i den uinteresserede interesse. Således reinstallerer Kant et "smagens urbillede" (Ibid., 82), som dog ikke et a priori begreb i forhold til hvilket, smagsbedømmelsen skal foretages, men snarere en almen pligt til at give indbildningskraften frit spil for heri at kunne tjene forstanden og herunder sædeligheden⁵.

Det æstetiske imperativ

Kant anvender begrebet "*sensus communis*"⁶ om en fælles sans for at skabe et på en og samme tid subjektivt og objektivt (a priori) fikspunkt for æstetiske domme, sådan at hans filosofiske æstetik i sin distancering fra rationalistisk skønhedsmetafysik ikke ender i inkonsistent subjektivism. Sensus communis er en "ideel norm" (Kant 2007, 88), som Kant forudsætter for at en smagsdom kan nyde eksemplarisk gyldighed.

Grundlæggende fordrer den *sensus communis*-konceptet af alle mennesker, at de i smagsdommen dømmer frit og uinteresseret, således at den subjektive dom under et *æstetisk imperativ*⁷ kan *ophøjes til almen lov* (Ibid., 136). Løgstrup kalder *sensus communis* for en "bedømme-evne", som har ethvert andet menneskes bedømmelse in mente⁸ og således undgår at private omstændigheder forvrænger dommen (Løgstrup 1996, 17).

⁵ I §59 "Om skønheden som symbol på det sædelige" lader Kant ingen tvivl stå tilbage, når han ekspliciterer følgende:

"Jeg siger nu: det skønne er symbolet for det sædeligt gode; og jeg siger, at det udelukkende er i den henseende (en relation, der er naturlig for enhver, og som enhver tilskriver alle andre som en pligt), at det behager os med sit krav om, at alle samtykker i det." (Kant 2007, 186)

På denne vis samler Kant skønhed og sædelighed under deontologiens faner. I samme bevægelse kobler han også i en vis forstand det subjektive og det almene, hvilket, som jeg allerede har været inde på, giver dette teoretiske forhold problemer under den (sub-/mod-)kultur, historicitet og socialitet, som må forudsættes at være æstetikens præmisser.

⁶ Sensus communis-konceptet har snarere karakter af en pligt-etik end en praktisk konsensus eller en "koiné aisthesis", som er Aristoteles' begreb fra "De Anima" for en samlende og syntetiserende meta-sans (Kirkeby 2003, 207). Kant synes ikke at isolere *sensus communis* som en separat menneskelig sans, men snarere at betragte den som en normativ fordring, som betinger smagsdommen.

⁷ Egen parafrasering af Kants notoriske "kategoriske imperativ".

⁸ På denne vis installerer *sensus communis*-begrebet en fordring om almenhed i smagsdommen, hvorved Kant principielt ét slag gør enhver korrekt udført æstetiske dom til eksponent for syntetisk a priori dommes

Smagsdommens almengyldighed befordres af det erkendende subjekts begrebslige og interesse-mæssige autonomi (Kant 2007, 125), hvilket vil sige, at smagsdommens gyldighed *"... skal på den ene side begrundes i [subjektets] egen smag, men på den anden side ikke udledes af begreber"* (Ibid., 125). Således opnår smagsdommen ifølge Kant almen gyldighed i henhold til de identiske forhold til de identiske præmisser, hvorunder mennesket erfarer æstetisk. Under forudsætningen at subjekter dømmes autonomt, i henhold til egne frie og uinteresserede forestillinger, fremtvinger dommen tilslutning (bifald), som uafhængigt af forstandsmæssig overbevisning, konstituerer fællessmagen (Ibid., 125).

Sensus communis er på sin vis aldrig en eksplicit regel men altid en implicit fællesmenneskeligt vilkår for smagsdommen (Ibid., 86). Sensus communis skal således hverken forstås som et universelt antropologisk faktum, en hegemonisk konsensus om god og dårlig smag og ej heller som kunstparnassets esoteriske kanon eller et a priori, smagsdommen kan tage hjemmel i (Ibid., 133).

Derimod kan det betragtes som en bedømmelsesmæssig samklang, der alene afstedkommes af det forhold, at alle subjekter har samme vilkår for at fælde frie, uinteresserede og begrebsløse domme (Løgstrup 1996, 62-3). Det, der er fælles, er bedømmelsesbetingelserne, så længe disse ikke angår rationelle eller empiriske forhold men netop æstetiske anliggender; domme over det skønne i sin frie form.

Opsamlende kan det tilføjes, at Kant i sidste instans placerer skønheden i den subjektive evne til at påtage sig den ideelle æstetiske erkendelsesnorm. Det er i denne sociale forpligtelse, sensus communis har sit udspring og vedholder sin selvbekræftende autoritet.

Subreption

Kant positionerer ikke eksplicit subreptionsfiguren som et afgørende element i sin æstetik, men det er mit indtryk, at den fungerer som et helt centralt om end negativt pejlepunkt for Kant. Kant nærer ingen overvældende interesse for den foreliggende

æstetiske mulighed. Dette betyder, at en æstetisk dom qua sin subjektive nødvendig (subjektive formålstjenelighed) har objektiv og almen gyldighed.

genstandsmæssighed, som yder subjektet modstand⁹; altså den materialitet, som volder fangen besvær, dersom kontemplerationen lader hans nagende lænke eller de omgivende mure tænke borte. Derfor betragter han det som en fejlslutning, når en subjektiv, empirisk fornemmelse lægges til grund for en logisk tilskrivning af et prædikat til et objekt. Subreptionen (Kant 2007, 103) består netop i forvekslingen af empiriske egenskaber med logiske, da disse niveauer er inkommensurable per se.

Kant fanges via subreptionsfiguren i det paradoks, at genstanden ikke kan afficere den subjektive erfaring kvalitativt, hvilket betyder, at alt virtuelt kan være smukt, hvorved skønheden afsondres fra det genstandsmæssige som et virtuelt strata, der er afskåret fra enhver betydningsudveksling med det aktuelle og genstandsmæssige niveau.

Der gives en lang række fornemmelser, som har objektiv relation til genstanden, idet disse fornemmelser hører til og bliver sanseligt tilgængelige via genstandsmæssigheden (Løgstrup 1996, 59). De eneste fornemmelser, som unddrager sig denne direkte forbindelse med genstanden er følelserne lyst og ulyst, som emergerer hos betragteren i mødet med genstanden. Følelserne lyst og ulyst "*betegner [ikke] noget i objektet, men alene i subjektet, der i sig selv føler, hvorledes det afficeres af forestillingen.*" (Kant 2007, 57). I forlængelse heraf er det for klarhedens skyld nødvendigt at drage en distinktion mellem de fornemmelser, som tilhører genstandens materialitet og de, som alene findes i subjektet og dog subreptivt projiceres på genstanden. Førstnævnte kalder jeg fornemmelser og sidstnævnte; følelser. Kant er alene interesseret i følelserne, hvorimod jeg i denne sammenhæng er interesseret i begge og deres sammenhæng i øvrigt.

Følelsen som den æstetiske affekt er ingen følelse *af* noget, men er snarere at betragte som en kontempleration, og der er ad denne vej Kant lister sædeligheden ind i æstetikken¹⁰.

⁹ Her låner jeg tankegods fra Peirces essay "The Principles of Phenomenology" (1955), som trods forskellighed i forhold til Kant udmærker sig ved at kunne præcisere materialitetens egenskaber i denne sammenhæng. Peirce taler om fænomenelementers "secondness" som en værensmodus, der er karakteristisk ved sin brutalitet, fakticitet og det forhold, at den yder betragteren modstand.

¹⁰ Da jeg tidligere har påpeget, at indbildningskraften i sit frie spil er underlagt en ekstern fornuft snarere end den nærværende genstand, udkrystalliserer Kants projekt sig sagte i kulissen.

Følelsen af lyst ved skønne genstande forårsages i Kants æstetik ikke af forhold eller karakteristika ved genstanden, men produceres internt i bevidstheden, hvorfor denne følelsesproduktion ikke er forpligtet til at reproducere eller absorbere det genstandsmæssige til en følelse, men derimod har frit spil til at konstruere følelser.

Deontologiens konsekvens

Når Kant således placerer den æstetiske autoritet hos det erfarende subjekt, lukker han muligheden for en meningsfuld æstetisk praksis, som intentionel frembringelse af det skønne. Når det æstetiske "mere" intet har med det genstandsmæssige at gøre, er der ingen fornuft for den æstetiske praktiker i at forsøge at manifestere en idé, følelse, begær eller lignende¹¹.

Dette vil sige, at Kants smagsbegreb nivellerer det æstetiske potentiale for enhver praksis, sådan at designeren og brand manageren på lige fod med sanitetsinstallatøren og nyhedsoplæseren bliver leverandør af konstellationer og tomme tegn, som ikke nyder noget prærefleksivt, æstetisk prærogativ.

Skønheden betaler hos Kant en høj pris for at blive afklædt essentialismens tyngende kjortel, idet smagsdommen på denne vis bliver ledsaget af et deontologisk princip, som ikke opstiller dikterende dogmer men derimod installerer sin særlige intern pligt-etik, der hviler på begrebet om *sensus communis*. I denne bevægelse gør Kant således foregribelsen af hverandres smag til det skjulte men bærende princip for smagsdommen.

Med udgangspunkt i Kants æstetik, må vi således slå os til tåls med aldrig reelt at kunne prædikere noget æstetisk om genstandene, hvilket i forhold til min ambition om at tilvejebringe et praksis-begreb netop til forvaltningen heraf er utilfredsstillende.

¹¹ I Kants æstetik er det således ligegyldigt hvor tydelige konturerne er på galgen eller hvor naturalistisk den hængendes livløse bleghed er portrætteret; disse materialiserede intentioner giver for Kant ikke flere konnotationer til død end til dans. Denne æstetiske præmis ser jeg nærmere på i diskussionen af det semantiske alfabet, som designere er nødsaget til at forlade sig på i stræben efter at styre det æstetiske "mere" strategisk.

Kritik af Kant

Set i forhold til den kontekst jeg her læser Kant i; undersøgelsen af produkters æstetiske "mere" og muligheden styring heraf, savnes en forbindelse mellem det genstandsmæssige og det æstetiske "mere". Det forekommer kontraintuitivt, at skønheden eksisterer afsondret fra den genstand, som nødvendigvis må initiere skønhedserfaringen, for hvis ikke der gives en sådan sammenhæng, er det blevet påpeget, at alt med ét slag virtuelt smukt. Her fanges Kant via subreptionsfigurens prædikationsmæssige afholdenhed i det paradoks, at genstanden ikke kan afficere den subjektive erfaring kvalitativt. Skønhed får herved en mere udspekuleret karakter, hvilken jeg har vist bærer deontologiens anstrengende åg.

Den konstituerende autoritet for det æstetiske "mere" må således hos Kant betragtes som den deontologiske fordring subjektet under smagsdommens strenge modalitet i skønhedserfaringen forpligter sig på. Dette forhold hos Kant, mener jeg, medfører en uklarhed i forhold til, hvornår en smagsdom er afsagt korrekt nok til at fordre almengyldighed, for det subjektive velbehag, ud fra hvilket Kant mener, der skal dømmes, er af en sådan flygtig og ambivalent karakter, at det ikke lader sig gribe som et æstetisk eureka; selv ikke under Kants konstruerede interesseløse interesse.

Jeg mener således ikke, at det er meningsfuldt at forudsætte, at det æstetiske "mere" via sit fornemmelige tungemål melder sig identisk hos ethvert menneske, da dette forhold netop gør det subjektive velbehag ved det skønne til en konstant, som i sin almenhed snarere udgør et logisk forhold end et æstetisk.

Kant negligerer hermed for det forhold, at smagen kun via et overgreb kan betragtes som universel. Denne teoretiske fremfærd hos Kant forekommer mig mere interesseret i etableringen af systematisk rigiditet og i sidste ende beviset for syntetisk a priori (smags)dommes mulighed end i den (sub-/mod-)kulturelle kontekst, som virker medkonstituerende for smagen.

På denne vis mangler Kant blik for den det æstetiskes kulturelle og historiske situerethed; at eksempelvis avantgardekunsten¹² æstetik netop næres ved at nedbryde og miskreditere hegemoniske skønhedsbegreber som eksempelvis Kants egen deontologiske æstetik.

Med afsæt i denne kritik fortsætter jeg dette baggrundskapitel ved at kaste undersøgelsens lys, med den genstandsmæssige binding som det særlige hensyn, over Mikel Dufrennes fænomenologisk funderede æstetik, som den kommer til udtryk i hans hovedværk "The Phenomenology of Aesthetic Experience" (1973 [1953]).

Dufrenne: Det æstetiske objekt

Helt centralt for Dufrennes æstetik er begrebet om det æstetiske objekt. Det æstetiske objekt må hverken forveksles med museale kunstgenstande, brugskunst, institutionaliseret design eller generelt kunstnerisk fremstillede objekter. Ligeledes er det æstetiske objekt ikke en platonisk eidos eller det særlige budskab, som værket er en repræsentation af. Det æstetiske objekt ligger dog ikke hinsides distinktionen mellem det immanente og det transcendent; men i deres interdependens¹³.

Dufrenne tænker det æstetiske fænomenologisk i spændet mellem ontologi og epistemologi i modsætning til Kant, som jeg allerede har vist interesserer sig for det æstetiske primært som et deontologisk anliggende.

"The aesthetic object is only appearance, but in appearance there is more than appearance. The being of the aesthetic object consists in appearing..." (Dufrenne 1973, 225)

På denne vis er det æstetiske objekt en art spil mellem det tilsyneladende og den følelse, som dette afstedkommer hos subjektet. Det æstetiske objekts karakter består i dets

¹² Retfærdigvis skal det nævnes, at Kant af indlysende årsager ikke har kunnet tage stilling til netop avantgardekunsten, som vi kender den i dag, men argumentet opretholder dog en vis principiel relevans.

¹³ Hos Dufrenne er den konstituerende gensidighed netop en inderdependens og ikke blot en reciprocitet; det æstetiske objekt, som Dufrenne i øvrigt kategorisk nægter at kalde skønhed, al den stund at dette begreb prætenderer prædikativt, genstandsmæssigt tilhørsforhold, er netop alene et sådant i spændet mellem en særlig æstetisk perception og genstandsmæssighed, mener Dufrenne.

affektive kvalitet, som beforder begrebsløs erkendelse uden for intelligibilitetens rækkevidde (Ibid., 143).

Det æstetiske objekt lader sig ikke bevise eller demonstrere apodiktisk, men manifesterer sig alene som en glimtvis afsløring af den sanselige enhed, der udgøres af både det afslørede og det, der afsløres (Ibid., 47). Derfor får perceptionen en væsentlig rolle i tilblivelsen af det æstetiske objekt, for det er i perceptionen, at det æstetiske objekt kondenserer sig. Det æstetiske objekt er *i* betragterens bevidsthed uden at være *af* den (Ibid., lii).

Det æstetiske objekt¹⁴ må defineres i relation til den æstetiske erfaring, det igangsætter, ligesom den æstetiske erfaring må defineres i relation til det æstetiske objekt, som initierer denne (Ibid., xlviii). Denne gensidighed præsenterer henholdsvis et metodisk (perceptivt) og et principielt (kategorialt) problem (Ibid., ilix).

Det helt afgørende for Dufrenne er, hvordan genstande gør sig sanseligt tilgængelige for subjektiv perception og ligeledes, hvordan subjektiv perception "kompletterer" (Ibid., 15) det sanselige i en aktualisering, som hverken er identificerende eller produktiv *ex nihilo*. Dufrenne anvender begrebet "le sensible" ¹⁵ (Ibid., 11) til at udtrykke det for perceptionen tilgængelige, som består af noget mere end genstandens rå materialitet (Peirces "secondness"). Det æstetiske objekts eksistens skal således findes i genstandens og bevidsthedens "konsubstantialitet" (Ibid., 548).

¹⁴ Som en parafrase over den antinomi, som Kant tilskriver smagen (Kant 2007, 174), kan det æstetiske objekts (Ibid., xlix) antinomi indfanges i følgende antinomi. Tese: det æstetiske objekt eksisterer ikke i den alment tilgængelige genstandsmæssighed; for ellers kunne vi diskutere det. Antitese: det æstetiske objekt eksisterer i den alment tilgængelige genstandsmæssighed; for ellers ville vi ikke kunne diskutere det trods forskellighed i subjektive perceptioner.

Hvor Kant søger at ophæve smagens antinomi via begrebet om et "oversanseligt substrat" (Ibid., 152), der styrer den smagsdommen deontologisk, synes det at være Dufrennes projekt – ikke at isolere hverken perception eller genstandsmæssighed som æstetisk *a priori* – men snarere at iagttage deres konjunktion som et æstetisk grundvilkår.

¹⁵ Idet jeg her refererer til den engelske oversættelse, er det væsentligt at notere sig, at "le sensible" ikke har noget med det engelske "the sensible" at gøre. For at undgå konnotationer til fornuft og rationalitet, anvender den engelske oversætter "the sensuous" for at vedholde "le sensible" som noget sanseligt, fornembart og tangibelt. For at undgå forvirring og rationelle konnotationer refererer jeg her til "Le sensible".

Le Sensible

Det er som fornemmelse og ikke tangibilitet, at det æstetiske objekt melder sig som en sanselighed, der ikke objektivt er at finde i den foreliggende genstands skønne form, som interesserer Dufrenne, for han betragter ikke genstande som skønne uden for perceptionen af dem. Le sensible er ikke et karakteristika ved materialiteten og ej heller – isoleret set – den mangfoldighed af betydning og følelser, som overrumpler bevidstheden i det sanselige møde med genstanden. Således er le sensible at forstå som den formmæssige umiddelbarhed, hvormed det æstetiske objekt bliver sanseligt tilgængeligt.

"[le sensible] is experienced for the sake of the concept it harbors – a concept which, though not explicitly stated, is nonetheless evident" (Dufrenne 1973, 139f)

Erfaret som sådan er le sensible aldrig sig selv, for det må kontinuerligt animere det æstetiske objekt for at træde frem som le sensible, og på denne vis er le sensible det, der overskrider sig selv for at blive et æstetisk objekt. Det æstetiske objekt behøver le sensible som sin materielle og forførende manifestation for i perceptionen at kunne transcendere den og kondensere sig som umiddelbar mening; sanselighedens apoteose (Ibid., 86f). Le sensible¹⁶ er således den sanselighed, hvori det æstetiske objekt er immanent (Ibid., 225).

Den genstandsmæssige binding

Dufrenne betragter værket¹⁷, selvom værk-begrebet har elastiske rammer, som det ufravigelige grundlag for æstetisk erfaring,. Værket er således den genstandsmæssighed, hvori det er immanent. Hos Dufrenne synes værket at bære det åg at være sin egen

¹⁶ Jeg begriber le sensible som en art hinde, som det æstetiske objekt bliver ét med, idet det erfares, som en intonation; ikke tonen og nuanceringen; ikke nuancen etc. Derfor må det æstetiske objekt tilnærmes i dets fravær ved at studere den følelse, hvormed den lader sig erfare.

¹⁷ Dufrenne taler om "the work of art", hvilket har en dobbeltbetydning; både det institutionelt anerkendte kunstværk, som er et kunstværk deri, at det anerkendes som sådant, og det håndværksmæssige værk, som er et værk deri, at det blot er skabt og har udstrækning. I denne fremstilling anvender jeg oversættelsen "værk" (og ikke kunstværk) for netop at inkludere ethvert værk (genstand), som virker æstetisk, uagtet om den er udfærdiget efter en kunstnerisk kode, tilskrives kunstmæssig værdi i receptionen eller på anden vis at være et "work of art".

tautologi, eftersom værket er afhængigt af at blive bekræftet som sådant via dets immanente æstetiske potentialitets aktualisering. Denne kortslutning behøver et praktisk a posteriori for at finde fodfæste og undgå at ende i arbitrær subjektivisme. Dufrenne mener, at værket er en ting iblandt andre, men eksisterer som "work of art" alene i beskuerens bevidsthed, hvormed han forpligter sig på kunstbegrebet for at kunne vække den æstetiske lavine fra sin latens (Dufrenne 1973, intro lii).

Værket fordrer æstetisk opmærksomhed, idet hverken rationel eller videnskabelig analyse kan levere tilfredsstillende erkendelser af dets helhed, som netop inkluderer "mere" end det foreliggende (Ibid., 19). Heri består et prekært forhold hos Dufrenne, al den stund han ikke udstikker regulære retninger for denne særlige æstetiske perceptionsmodus¹⁸.

"It is always on the condition of becoming incarnate that the aesthetic object appears in the world and at the same time actualizes its being" (Ibid., 155)

På den ene side må værket først være en genstand for at kunne være et værk, men på den anden side må værket allerede være et æstetisk objekt for at kvalificere til værkprædikatet. Derfor er der intet begrebsligt, som på forhånd gør et værk til et værk; det er altid hensat til at afvente at dets identitet "kompletteres" (Ibid., 15) i perceptionen, ganske som perceptionen afventer den æstetiske genstands byden sig til.

Ethvert objekt, inklusive æstetiske objekter, er i Dufrennes perspektiv et perciperet objekt, og som nødvendig følge heraf opstår en ontologisk dobbelthed deri, at det perciperede objekt i et vist omfang må påtage sig den identitet som er præsent for betragteren samtidig med, at det også i et vist omfang må påtage sig den identitet, som går forud for og animerer den identitet, som aktualiseres i perceptionen hos betragteren. Således må det (perciperede) æstetiske objekt stå til ansvar både for sin materialitet og den andethed, hvis natur er at unddrage sig materielt nærvær og i stedet manifestere sig som affekt og mening, hvilket volder Dufrenne ontologiske vanskeligheder.

¹⁸ Dufrenne angiver ej heller en generel karakteristik af det æstetiske objekt, hvilket forekommer mig en anelse paradoksalt, da det netop som et objekt nødvendigvis må gøre krav på at kunne anføres nogle karakteristika eller egenskaber i dets emergens.

Quasi-subjekt

Dufrenne anvender begrebet "quasi-subjekt" (Dufrenne 1973, 146) til at indfange og beskrive de genstande, som har et talent for at eksponere et særligt udtryk. Dufrenne henviser til værker som quasi-subjekter, fordi disse i et vist omfang har den subjektive egenskab at kunne udtrykke (expression) særlige betydninger. Han bemærker, at "... *the work tends to multiply its presence, [...] in order to offer itself to the spectator*" (Ibid., 46), hvilket indikerer, at et værk som quasi-subjekt ikke blot er en afsluttet genstand, hvis mening blot skal afkodes. Værket *gør* noget; det værker¹⁹. Men selvom Dufrenne tilskriver genstandsmæssigheden denne handlekraft eller talent, må den pænt afvente den æstetiske perception, som Dufrenne i denne konstellation afliver som ren projektion; interdependensen forbliver det uudtrykte, æstetiske a priori hos Dufrenne.

Det æstetiske objekt som et quasi-subjekt aldrig sig selv, deri at det kontinuerligt overskrider sig selv i jagten på sit telos; mening (Ibid., 190). Denne mening skal ikke forstås punktuel som et dogme, men derimod som en overflod af mening, der lader sig erfare som en reel verden. Verden i udtrykket er ikke en anden verden men en udvidelse af den eksisterende (Ibid., 186).

"The aesthetic object contains the subjectivity of the subject who has created it and expresses himself in the, and whom in turn it manifests" (Ibid., 196)

Således kan det æstetiske objekts quasi-subjektivitet betragtes som den kosmologi, kreatøren har implanteret i det som resultatet af æstetisk praksis. Dette betyder ikke, at intentionalitet kan transmitteres støjfrit fra ego til alter via værket, men at værket som en manifestation af designerens følelse må indoptages som en helhed, der ikke kan dekomponeres i materialitet, afsender, budskab etc. (Ibid., 327)²⁰.

¹⁹ Der er intet intelligibelt ved værket, som indikerer, at det er et sådant. Kun i den æstetiske perception af værket, afslører det sit æstetiske "mere", og dermed også sin "værkværen" (Heidegger 1994, 51). Jeg anvender netop en heideggersk term om værkets væren for at indikere, at værket netop gør noget; det udtrykker noget i opstillingen af en verden.

²⁰ Dette forhold hos Dufrenne er imidlertid problematisk, da det forudsætter en art *sensus communis*, som styrer den subjektive perception mod netop kreatørens intention og intet andet. Dufrenne synes her at

I modsætning til Kant åbner Dufrennes æstetisk mulighed for en intentionel æstetisk praksis, da det æstetiske hos Dufrenne delvist konstitueres af det genstandsmæssige ved produktet, som netop er indenfor praktisk designerens rækkevidde. Men selvom Dufrenne i sin æstetiske interdependensfigur lader det genstandsmæssige i kraft af en aktivt tildelt kunstmæssighed kontribuere i tilblivelsen af det æstetiske "mere", opstiller Dufrenne intet semantisk katalog over korrelationer mellem tegn og betydninger, idet han er klar over, at kulturel og historisk situerethed umuliggør dette projekt.

Æstetisk perception (attitude)

Den æstetiske perception fordobler ikke det perciperede, mener Dufrenne, men yder blot værket retfærdighed ved at disponere sig for den æstetisering dets talent byder det (Dufrenne 1973, 72). Dufrenne betragter således perceptionen som en betingelse for det æstetiske objekts fremtræden uden dog at præge det, som perciperes. Æstetisk perception som en selvstændig metode er således ikke konstitutiv for det æstetiske objekt, men snarere kompletterende²¹. Perceptionen kompletterer det æstetiske objekt som en subjektiv affirmation af dens (momentane) eksistens, men giver dog ingen garantier, hvis gyldighed rækker ud over den subjektive affirmation af den givne følelse eller mening, som værket animerede til komplettering af.

Perceptionen fungerer hos Dufrenne som den subjektive opmærksomhedsforvaltning, der yder værkernes æstetiske immanens retfærdighed. Perceptionen kan således betyde den

undvige en egentlig eksplicitering af de æstetiske qualitas, som kendetegner det æstetiske objekt, hvad end disse er naturalistiske, subjektivt projicerede eller aktualiseres momentant i perceptionen som begivenhed.

²¹ Komplettering må betragtes som aktualisering (sanselighedens kondensering som bevidsthed) af et allerede givet potentiale immanent i le sensible. Det der sker i den perceptive aktualisering af det æstetiske potentiale, sker alene i bevidstheden uden dog at være konstrueret af den. Der etableres intet nyt ontologisk plan, men den måde hvorpå subjektet forholder sig til det foreliggende ændres, ligesom den fremtidige indstilling og forventning hos subjektet må antages ændret.

"... the work of art, as present in the world, may be grasped in a perception which neglects its aesthetic quality – as when I am at the theater – or which seeks to understand and justify it instead of experiencing it, as the critic may do. The aesthetic object, on the other hand, is the object aesthetically perceived, that is, perceived as aesthetic." (Dufrenne 1973, lii)

subjektive tilegnelse af værkets eidetik²², som lader sig tilgå via en række blikke (subjektive stemninger og kontekstualiteter), hvilke alene forandrer dens bevidsthedsmæssige aktualitet, mens det immanente potentiale forbliver konstant.

Her opstår dog en vanskelighed, som Dufrenne ikke beskæftiger sig med, for dersom det æstetiske objekt alene kan perciperes ved at iagttage det på dets egne implicitte præmisser – altså ved at få øje på dets eidetik; hvordan fremlægger værket da disse præmisser uden at forfladige sit potentialet (at røbe sin æstetiske hemmelighed) og ende som en repræsentation eller et univokalt tegn, der pligtskyldigt henviser til det betegnede²³.

Den perceptionsmodus, som kompletterer det æstetiske objekt uden hverken at tilføje eller negligere noget ved le sensible, har hos Dufrenne en vis affinitet med den der karakteriserer et publikum, og han benævner denne forventningsfulde opmærksomhed som en *"æstetisk attitude"* (Ibid., 8). Vidnet penetrerer forsigtigt værkets verden og indvilliger i at imødegå dets fordring om et æstetisk "mere" (Ibid., 59).

I begrebet om den æstetiske attitude findes kimen til Dufrennes implicitte æstetiske etik. For det er gennem æstetisk opmærksomhed, at betragteren yder værkerne fyldest. Konstitutionen af det æstetiske objekt er hverken i identificerende eller producerende aktivitet, men en komplettering – ikke af – men gennem betragteren (Ibid., 548).

²² Eidetik-begrebet anvendes her til at adressere de grundlæggende komponenter, som udgør et fænomen. Husserls taler om eidetisk reduktion, som er en analysemetode, som tillader fænomenologen at udskille alle perifære elementer, som ikke direkte medkonstituerer det givne fænomens essens.

²³ Dette teoretiske forhold, at genstanden har en iboende kvalitet, som kompletteres perceptivt, eksponerer en enteleki-problematik. For på den ene side tillægges genstandens immanens som et æstetisk potentiale den konstituerende autoritet i forhold til det æstetiske objekt, som kompletteres (men aldrig forandres) i perceptionen. På den anden side synes Dufrenne at acceptere, at der ikke kan være en kausal linearitet mellem æstetisk potentiale og aktualitet, for i så fald ville perceptionen have karakter af ren og skær identifikation, hvilket ikke er et æstetisk anliggende for den fænomenologi, Dufrenne eksponerer. Det æstetiske "mere" næres netop ved at undgå etableringen af det immanentes objektive evidens, og derfor må den æstetiske perception hos Dufrenne se sig efterladt i et konstitutivt limbo, hvor den på en gang må overse det foreliggende og indse det fraværende (En intellektuel absorbering af det immanente.). Således kompletteres værket perceptivt.

Traditionelt har kunst- og litteraturteoretikere betragtet dette som en art "suspension of disbelief"²⁴, men denne tanke lægger Dufrenne afstand til ved netop ikke at betragte æstetiske objekter som ubetydelige og uvirkelige indbildninger, der er resultatet af momentan tilsidesættelse af sund fornuft til fordel for fortællingen eller eventyrets mytologiske realitet. Dikotomien mellem det det virkelige og uvirkelige opholder ikke Dufrenne (Ibid., 197), eftersom det uvirkelige og fantastiske lader sig bevidne sanseligt som *le sensible*, og dermed er interessant i et æstetisk perspektiv uagtet dets fysiske eller logiske umulighed. Derfor er det mere interessant at betragte den æstetiske attitude – ikke som en fornuftsmæssig tilbageholdenhed eller suspension – men snarere som en aktiv delagtighed i opbygningen af en verden og accepten af den som uudtømmelig og uopmåelig (Ibid., 182).

Affektivt a priori

Den konstitutive suverænitet for det æstetiske objekt pendulerer hos Dufrenne mellem det genstands- og perceptions-mæssige, og det er et prekært forhold for ham, at genstanden altid allerede er en perciperet genstand, hvorfor det betragtede subjekt nødvendigvis bidrager til genstandens singulære ontologi, deri at det er i hans bevidsthed, den perciperede genstand findes.

Han bemærker, at vi kender det grufulde, det lystige, det tragiske og det sarkastiske ved historiens store værker; disse er kvaliteter som bestemmer både en særlig attitude hos betragteren og en bestemt struktur i objektet. Dette a-prioriske forhold, mener Dufrenne, kendes alene gennem sit a-posteriori (Dufrenne 1973, 442 og 446). Dette vil sige, at der alene kan tales om et æstetisk a priori, dersom dette er singulært (Ibid., 447), hvilket

²⁴ Jf. J. R. R. Tolkien i sit essay "On Fairy Stories" fra 1939. Tolkien taler i dette litteraturteoretiske essay "On Fairy Stories" om opbygning af "Secondary Worlds", via hvilke forfatteren kan besnære tillytterne og momentant suspendere naturvidenskabelig fornuft og rationelle spørgsmål (Tolkien 2001, 12). Denne anden virkelighed er funderet på en art pagt om at opretholde dens hemmelighed, at udsætte dens afsløring og ikke at betvivle dens sanselige rigdom og skønhed. Dufrenne anskuer ikke disse værkernes verdner som værende hverken subjektive eller objektive, men hæfter sig ved at de i perceptionen er reelle, presserende og irreducibel, hvilket eroderer objektivitetens gyldighedsmonopol (Dufrenne 1973, 191). Den verden, som publikum via æstetisk attitude nedsænkes i, er hverken sand eller illusorisk, men umiddelbar og nærværende.

medfører, at antallet af æstetiske a priori må være proportionelt med antallet af potentielt æstetiske objekter, hvilket teoretisk er tænkeligt men ikke praktisk overskueligt.

Måden hvorpå Dufrenne omgås denne aprioriske multiplicitet er ved at tilskrive subjektet et såkaldt affektivt a priori (Ibid., 451). Det affektive a priori er singulært og forbundet med subjektets intuition (Ibid., 448), hvilket lader subjektet indgå i en umiddelbar relation til det æstetiske objekts verden (Ibid., 449). Men som det fremgår nedenstående rækker Dufrennes begreb om det affektive a priori også ind i den genstandsmæssige sfære, idet det aprioriske må begribes som det æstetiske stratum, som udgør den midte, hvori det æstetiske objekt som et perciperet objekt er”... *at one with the spectator [subject] in his very being*” (Ibid., 453).

”The affctive a priori constitutes a consistent and coherent world because it resides in the deepest stratum of the subject, as well as forming the most profound aspect of the aesthetic object” (Ibid., 450)

Den verden som emanerer fra det æstetiske objekt er subjektets verden samtidig med, at subjektet tilhører verden (Ibid., 453).

Dufrenne forekommer mig en anelse dunkel i sin udredning af det affektive a priori. Det er dog mit indtryk, at Dufrenne søger at etablere et fælles eksistensniveau, som karakteriseres af en æstetisk modus. Dette vil sige, at det affektive a priori må betragtes som den æstetiske virtualitet, der muliggør og underbygger eksistentielle erfaringer, hvis genstande udgør en verden, der alene er tilgængelig for subjektet som affekt og mening (Ibid., 448-9).

Kritik af Dufrenne

Ved at centrere sin æstetik om interdependensen mellem det genstands- og erfaringsmæssige præsenterer Dufrenne nok den genstandsmæssige binding, som jeg efterlyste hos Kant, men i samme bevægelse introducerer han en række andre problematiske forhold.

For det første producerer Dufrenne, ved at singularisere det æstetiske objekt som en perciperet og dermed subjekt-bundet entitet, en ny problematik, som består i vanskeligheden ved dels at forklare forskellen i den mangfoldighed af subjektive, æstetiske erfaringer, som knytter sig til en given genstand. Hvilken instans har i denne forbindelse den endelige autoritet til at vurdere, om den givne erfaring retmæssigt kan henføres som et gyldigt prædikat for genstanden eller, om erfaringen må afskrives som subjektivistisk drømmeri.

Denne problematik næres ved, at Dufrenne unddrager sig en eksplicit og positiv ontologi (Dufrenne 1973, 485) for det æstetiske, ligesom han nægter at lade det æstetiske vejre i takt med en erfaringsmæssig modalitet (Ibid., 539). Dufrenne efterlader på denne vis mellemrummet i interdependensen mellem det genstands- og erfaringsmæssige som en art konstitutiv black box for det æstetiske "mere", som således er dømt til a posteriorisk beskrivelse.

Dufrenne sætter i sin fænomenologisk orienterede æstetik interdependensen mellem det genstands- og perceptionsmæssige i højsædet, hvilket har voldt mig en del anstrengelser i analysen af, hvor Dufrenne endeligt placere den konstituerende autoritet i forhold til det æstetiske objekt. Dufrenne bekender sig via begreberne om quasi-subjektet og den æstetiske attitude til æstetisk a priori, som både er genstandens og perceptionens a posterioriske debarn (Ibid., 548), hvilket jeg forstår som hans teoretiske forskansning mod idealismen på den ene side og subjektivisme på den anden (Ibid., xlix). Hermed ophæver Dufrenne ikke den æstetiske antinomi, som jeg skitserede i en indledningsvis parafrase, men holder den anstrengt i skak med sit fokus på a posteriori forklaringer af det aprioriske.

For det andet abonnerer Dufrenne på tanken om, at genstandsmæssighed som et quasi-subjekt har en ikke-arbitrær identitet, en eidetik, som betragteren kan tilgå via æstetisk perception af det sanseliges apoteose; altså en perception som via sit afsæt i det affektive a priori foretager en intuitiv frasortering af alle de indtryk, følelser og fornemmelser, der ikke er medkonstituerende for det knivskarpe billede af værkets sanselige apoteose, der er totalt blottet for perifere bestanddele.

Spørgsmålet er her, hvordan det er muligt teoretisk at operere med et sådant mætningspunkt for genstanden. Hvornår er den ikke længere sig selv, og herunder; hvorfra etableres overblikket over, hvilke erfaringer der bidrager og, hvilke der divergerer fra til genstandens eidetik. Hvilken genstandens eidetik og periferi består, herom tier genstanden selv, og det er derfor problematisk at, når Dufrenne via begrebet om det affektive a priori låner sin stemme til genstanden uden at bemærke det skizofrene i samtalen. Denne tanke hos Dufrenne, at nogle genstandsmæssige strukturer er essentielle og andre perifere for tilblivelsen af det æstetiske, støtter sig til et tingsbegreb, som er en anelse banalt, set i heideggersk optik, for tingen tænkes her allerede som sig selv før der adderes eller subtraheres egenskaber og karakteristika. Dufrenne undgår at forklare, hvordan den blotte genstand, hvorom der endnu ikke er prædikeret noget, skal forstås. Er denne ting blot en neutral stumtjener for egenskaber?

En kommentar fra begivenheden

I Ole Fogh Kirkebys "Skønheden sker" (2007) overtages stafetten fra de to netop gennemgåede filosofiske æstetikker. Der er dog ikke tale om en simpel videreførelse gennem absorption men derimod en radikal gentænkning af hele grundlaget for filosofisk æstetik. Som nævnt forestår jeg her, før den egentlige udfoldelse af begivenhedsæstetikken, via Kirkebys begreber om krystallinske refleksionsformer og ontostatik en drøftelse af den type æstetik, som Kant og Dufrenne eksponerer.

En helt afgørende opgave, som Kirkeby påtager sig i "Skønheden sker", er at drage distinktion mellem den skønhed, som sker via enten foregribelse eller efterrationalisering og den, som selv emanerer fra begivenheden mod os med en sådan fart, at det er umuligt hverken at foregribe eller efterrationalisere, fordi den allerede har manifesteret sig med overbevisende klarhed (Kirkeby 2007, 398).

Kirkebys projekt består hermed ikke i negationen af de krystallinske refleksionsformer, som jeg har fremvist hos Kant og Dufrenne, eller etableringen af et a-institutionelt meta-reservat forbeholdt begivenhedens egen skønhed.

Som det er fremgået tidligere består ambitionen her i at anlægge et ikke-ekskluderende perspektiv på skønhedsoplevelsen; jeg søger at forstå enhver æstetisk betydningsmæssig

konnotation, sansning og erfaringsfluktuation²⁵, som et givet produkt måtte forårsage, og til dette formål tjener de krystallinske erfaringsformer affirmerende logik kun som en begrænset hjælp.

De krystallinske refleksionsbilleder, mener Kirkeby, har siden Kant gennemlevet og standardiseret refleksionen ved kontinuerligt at byde sig til som en æstetisk intuition, hvis spontanitet erstattes af logikker, som eroderer det entydiges mangetydighed ved at pakke den ind i en erkendelsesteoretisk pligt-etik eller eidetisk nødvendighed (Ibid., 412). Det positive herved er, at det lader betragteren *forstå*, det æstetiske "mere" uden at hæfte sig ved diskrepansen mellem det, der forstås og det æstetiske "mere", der skete og sker i gen i forståelsen. Omvendt består det negative deri, at de krystallinske refleksionsformer som perceptiv mekanisme nok reducerer en stor del af begivenhedens kompleksitet, fastholder det flygtige og intelligibiliserer det æstetiske, men samtidig efterlader tingene (produkter) som grå og anæmiske objekter, der skræmt og føjeligt lyster det krystallinske krav om ontologisk ro.

Dette betyder, at det er umuligt at opleve skønheden som udebliven, gestaltskift, gentagelse, absurditet eller non-sense, al den stund disse ligger udenfor de krystallinske figurers logik, som eksisterer autopoietisk omkring eksempelvis skønhedsfornemmelsen (identifikation) og form/indhold dikotomien (harmoni, balance, perfektion) eller den semantiske overensstemmelse, som vi senere skal se designteorien anvender som alfabet til at udtrykke skønheden. På denne vis forbliver de krystallinsk baserede skønhedsoplevelser i de favndybe spor, som allerede er anvist af det givne reservat (design, kunst etc.). Som nævnt udelukker dette ikke æstetisk intensitet i erfaringen, men det sikrer heller ikke et æstetisk prærogativ.

²⁵ Fluktuationer i erfaringen er billede, som Adorno anvender i teksten "Det naturskønne" (Adorno 1984, 79) i sin belysning af den æstetiske erfaring, som udspændt mellem en art ren eller bevidstløs sansning og en villet koncentration i bevidstheden, som må spille med i erfaringen for at fluktuationerne kan få luft under vingerne.

I sin "Aesthetic Theory" benævner Adorno det erfarede (naturen) i den æstetiske erfaring for et "plus" (Adorno 1986, 116), som hentyder til spændingen mellem erfaringen og det erfarede, hvilket korresponderer med undersøgelsesbegrebet her, som er det æstetiske "mere". Det ville række ud over denne fremstillings omfang at inddrage Adorno yderligere, og derfor gør jeg kun sparsomt brug af hans tanker og begreber her.

De æstetiske erfaringsfluktuationer, tilbageholdenheder (suspense), forceringer, viljer, uviljer, absurditeter etc. inkluderes ikke i den krystallinske orden, som oftest orienterer sig æstetisk efter dikotomierne form/indhold, akt/potens, oplevelsen/det oplevede som de æstetiske reservaters ontologi sui generis.

Det problematiske herved består i det forhold, at skønheden ikke altid er at opleve på de pladser, som den anvises af de krystallinske billeder i reservaterne, ligesom den egenrådigt og med ubetvivlelig klarhed også melder sig uden for reservaterne som *"et stød direkte fra sanseplanet ind i krops-tankens dybeste lag"* (Ibid, 396). Det er netop denne utæmmelighed, som må være enhver seriøs filosofisk æstetiks fornemste opgave at tage livtag med, som det eksempelvis via deontologisk erkendelsessystematik i Kants tilfælde og fænomenologisk eidetik i Dufrennes. Problemet er blot at disse filosofiske æstetikker strammer grebet vel hårdt og derfor må se sit objekt forsvinde trodsigt mellem fingrene på dem²⁶.

Krystallinske refleksionsformer

De krystallinske refleksionsformer har historisk set spillet en afgørende rolle både for kunstnernes aktivitet og for konsumenternes fortolkningspraksis ved kulturelt at opdyrke og forædle evnen hos de, som oplever kunst ved at oscillerer mellem anerkendelse og kritik af det oplevede og præmisserne herfor både i relationen mellem kunstner og værk og den mellem værk og konsument (Kirkeby 2007, 398). Dette er det opbyggelige element ved de krystallinske refleksionsformer.

Det er dog væsentligt i denne sammenhæng også at fremdrage de begrænsninger, som de krystallinske refleksionsformer medbringer, men her gives der først en kort præsentation af de væsentligste af dem, for at kritikken kan ske fyldest.

De krystallinske refleksionsformer betegner de forestillingskonstellationer og erfaringspraksis, som tilbyder betragteren en ramme, struktur, billede, fortrolighed,

²⁶ Her er det vanskeligt ikke at drage parallel til Augustins mesterlige og skønne svar på, hvad tid er: *"Hvis nogen spørger mig om det, ved jeg det. Hvis jeg skal forklare det for en, der spørger, ved jeg det ikke."* (Augustin 1998, 229) Lige så tydeligt og klart skønhedsfornemmelsen stiger ind i os, lige så uafgrænset er den som et æstetisk qualitas, om hvilke krystallinsk logik lader sig samle.

semantik, nomenklatur, jargon og veritabilitet, som lader det æstetiske fremtræde diskursivt, forståeligt, konsistent, prædikativt (subreptivt) og lige til som enhver attribut for hvilken, der gives videnskabelig evidens og rationel udredning. På denne måde er skønhedsoplevelsen et udtryk for, at betragteren ikke bemærker sin egen velkendte signatur på det billede, han modtager som "verdens" og ikke sit eget.

På denne vis foregriber eller efterrationaliserer krystallinsk assisterede refleksioner de følelser, fornemmelser og indtryk, som ikke melder sig i et intelligibelt tungemål eller via et ontostatisk billede.

Der gives hverken et entydigt katalog over æstetiske qualitas eller bestemte metoder, som lader betragteren opleve det skønne. Men dette har ikke afholdt teoretikere, filosoffer og æstetikere fra at opstille diverse figurer, som Kirkeby benævner "krystallinske billeder" (Ibid., 389). Disse krystallinske billeder må betragtes som modeller, skemaer og strukturer, som spiralerer om det organiserende princip, ud fra hvilket de "... fremviser klare og tydelige strukturer i forhold til tiden, og rummet, formen og materien." (Ibid., 389). De krystallinske billeder referer ifølge Kirkeby til en "æstetisk ontostatik, der som teoretisk genstand isolerer invariante, erfarbare strukturer som betingelse for den æstetiske erfaring." (Ibid., 389)

Således udgør de krystallinske billeder det, som Kirkeby benævner ontostatik; en fast og struktureret ontologisk ramme, som ledsages af "...forestillingen om muligheden for at udvide sansningens indhold gennem en forøgelse af refleksiv intensitet." (Ibid., 389). Den Andethed, som jeg har behandlet, forsøges således indoptaget refleksivt via den domesticerede position det tildeles som en veldefineret deontologi for smagsdommen hos Kant og eidetisk reduktion hos Dufrenne, der berettiger til skønhedsoplevelser og – prædikationer.

Skønhedens temporalitet

Kirkeby opdeler skønhedsoplevelserne i henholdsvis præsens- og perfektumformer for at skelne mellem den skønhedsoplevelse, der sker spontant som en realitet og den, der sker som anticipation eller efterrationalisering. I præsenserfaringen oplever vi skønheden, der

kommer fra verden via begivenheden, hvorimod det er betragterens selv, som projicerer det skønne i erfaringens perfektumform²⁷.

"De krystallinske refleksionsformer, som tilhører ontostatikken, er erfaringens perfektumformer, de er efterrationaliseringer, der ikke virker i skønhedserfaringen, når den sker, men som enten foregriber den, og da deformerer den, eller som er overflødige." (Kirkeby 2007, 397)

Kirkeby ser en risiko for, at æstetisk ontostatik via erfaringens perfektumformer alene bidrager til reproduktion af common sense, idet den så at sige medbringer sin egen empiri i form af de refleksionsbilleder, som enten foregriber og deformerer eller helt er overflødige i skønhedserfaringen (Ibid., 397). Disse refleksionsformer er således aldrig samtidige med skønhedsbegivenheden, men er dømt til at komme for sent til at gøre nogen forskel undtagen den at forandre (forsimple/forvikel) og forstumme i sin krystallinske oplysnings- og forklaringsiver.

"Hvis skønheden sker, hvordan forholder den refleksive erfaring af skønhed sig så hertil?" (Ibid., 388)

Den grundlæggende problematik Kirkeby adresserer her, er, at vi med afvisningen af et begreb om skønhedens idé og afvisningen af et begreb om hermeneutikkens intentionelle forudsætninger, er nødsaget til at *"... afvise forestillingen om invariante træk ved verden, der udgør skønhedens grammatik"* (Ibid., 388). På denne vis sætter Kirkeby ikke ild men tid til den æstetiske hårdknode, som interdependensen mellem det genstands- og erfaringsmæssige udgør hos Dufrenne. Interdependensen fungerer ikke som ontologisk begreb men må overgive sig til temporal eksplikation, hvilket begivenhedsæstetikken kan bidrage til. Uden temporalitet bliver skønheden til en struktur, som ontostatikken forgriber sig på ved at identificere invariante træk, som på begivenhedens niveau aldrig slipper præsens' ikke-identitet uden at forandres, forsimples, forvanskes eller forstummes.

²⁷ I en heideggersk udlægning kan det tilføjes, at den præsenserfaringen er den, hvori skønheden "erer", den sker på egne præmisser, hvorimod præteritumerfaringen kun lader den skønhed betragte, som "eres", den tilbyder således en selvbestaltet og projiceret skønhedsoplevelse (Kirkeby, 2007, 521).

Ontostatisk refleksionsstruktur

Forståelsen af refleksionens forhold til skønhedserfaringen, som den æstetiske ontostatik opstiller, baserer sig på en teoretisk (krystallinsk) figur, som stratificerer sansningens ordner i fem meta-ordner. Kirkeby opdeler denne refleksionsstandard i en legitimerende procedure, som har form af en kronologisk sekvens i fem trin, som formaliserende sikrer et vist mål af validitet og verificerbarhed i skønhedserfaringen.

Orden-1: *"Registrering af forhold i omverdenen gennem en altid sonderende, om end ofte abrupt, synkinæstetisk erfaring, hvis samlingspunkt er det haptiske eller taktile."* (Kirkeby 2007, 390) Dette er det umiddelbare plan, hvor sansning transformeres til mentale billeder.

Orden-2: *"Registrering af registreringen, at se at man ser, at høre, at man hører, etc. Dette er en iagttagelse af, hvad man ser, men ikke hvordan man ser, og ikke hvorfor man ser, som man ser."* (Ibid., 391). På dette plan opleves den historiske intentionalitet, som dechifrerer det oplevede.

Orden-3: *"Her forklarer tanken os, hvordan og hvorfor sansningen registrerer verden, som den gør."* (Ibid., 391) På dette niveau spørges der til oplevelsespraksis og den logik, som gør den intuitiv.

Orden-4: *"Her ser vi, at vi ser, at vi ser, at vi ser. Vi ser ikke primært vores seen, men vi ser den måde, hvorpå vi betragter vores måde at betragte vores praksis for det at se."* (Ibid., 392) Her er form og indhold ét i tanken og derfor er det sprog- og meningsspillet imellem dem, som bliver interessant.

Orden-5: *"Her spørger vi om meningen med meningen [...] Jeg oplever, at jeg oplever, at jeg oplever, at jeg oplever, at jeg oplever, indtil oplevelsens betydningsgnist slukkes."* (Ibid., 392) På dette niveau slår sproget ikke til i forhold til erfaringens hvirvlende bevægelse; det velkendte bliver ukendt og det meningsløse mødes med klapsalver.

I forhold til denne, den krystallinske tankefigurs struktur, som fungerer reproducerende i forhold til de erfaringer, empirien giver anledning til, består det befriende ved begivenhedsfilosofien i, at den eksplicit forpligter sig på forklaringen af skønhedsoplevelser, som spontane og intuitive erfaringer, der netop er æstetiske derved,

at de ikke lader sig subsumere under lystkategorier, erkendelsesmodi og ej heller under harmoniens, balancens eller perfektionens skemaer, hvilket dog ikke betyder at den alene findes uden for disse men blot, at skønhedsoplevelsen ikke nødvendigvis findes på den ene eller anden side af den lange række af krystallinske sondringer og muligvis hopper direkte fra første til fjerde og femte orden uden at kere sig ikke om sekventiel stringens som erfaringslegitimation.

"Det er nu spørgsmålet, om refleksionen overhovedet forbindes med skønheden gennem en opstigning gennem disse ordner, eller om det ikke er tilfældigt, at netop skønhedserfaringen springer rækkefølgen over, eller behandler den frit." (Ibid., 393).

Kirkebys pointe er, at vi i skønhedsoplevelsens begivenhed altid er i forbindelse med fjerde og femte orden, hvor enhver dikotomitet nivelleres til et niveau; begivenhedens. Og på dette niveau må vi erindre, at det reelle er det entydigt mangetydige, som hele tiden balancerer på grænsen af meningsløshed på den ene side og betydningsoverskuddet på den anden. Den sekventielle opstigning gennem refleksionsordnerne er således ingen garant for skønhedsoplevelsen.

"Vi må med andre ord antage, at der findes en højst avanceret praktisk refleksivitet, der allerede er i værk i den spontane erfaring med hele den højest udviklede refleksivitets register. Men denne praktiske refleksivitet har afgjort ikke karakter af idé eller af en begrebslig totalitetserfaring. Det eneste relevante ord, som jeg kan finde for den, er, at den er en aktiv plamage." (Ibid., 393-4)

Med afsæt i dette udsagn, må den fremadrettede opgave bestå i afklaringen af denne praktiske refleksivitet, som begivenhedsæstetikens bud på en æstetisk praksis, som antager karakter af det, som her benævnes som en aktiv plamage. Det er netop denne praktiske refleksivitet eller aktiv plamage som æstetisk kompetence (erfaringspræsens), jeg senere søger udfolde.

Opgør med den æstetiske vished

Den erkendelsesteoretiske myndighed, som introduceres i modernismen, mener Kirkeby, gør *"naturenstanden til paradigme på tingsligheden"* (Kirkeby 2007, 206). Det er netop i dette paradigme; den rene naturs kosmologi eller tingens standardiserede ontologi, at Kirkeby sporer kimen til forvirringen omkring den skønne genstands ontologi (Ibid., 206). Den klassiske filosofis distinktion mellem materialitet og ideal; mellem ting som virkelighed og projektion, påpeger Kirkeby, er blevet indlejret over æstetikens felt (Ibid., 206). Æstetikens vanskeligheder består derfor i, at denne distinktion abonnerer på tanken om naturenstanden som den rene, uformidlede og prækonceptuelle genstand, der aldrig lader sig tilgå uden formidling. På denne vis er såvel kunstner som kunstkonsument overladt til perceptiv forvaltning af genstanden som en bestemt konstellation mellem objektiv virkelighed og subjektiv projektion; mellem genstandsmæssighed og erkendelsesmæssighed; overflade og indhold; fortolkning og fortolket etc. Det skønnes skønhed forbliver i sin strålende storhed (an sich) indisponibelt som førstehåndsindtryk men dog tilgængeligt i de små mundrette bidder, som kunsten intentionelt anretter for den anticipationsspændte konsument af den fond, som det skønne for længst er fordampet fra.

"Men sagen er, at den skønne genstand altid er formidlet, ikke primært af vor erkendelsesintention, måtte den være individuel eller kollektiv, men af vores praksis, altså af begivenheden. Vi møder altid genstanden i egenskab af ergon, at noget udvirket, der præsenterer sig som fakticitet i kraft af, at 'den sker' som en 'skeende skethed', kata-ergon." (Ibid., 206)

Her tager Kirkeby det første spadestik til etablering af en alternativ ontologi, som interesserer sig for begivenheden og det, der sker i modsætning til det, der er; altså det værende (med varighed og udstrækning). Enhver genstand er formidlet uden at dette betyder, at den per se referer til en eidos, som den formidler, eller skylder sin eksistens til selve formidlingen som en ren overflade, der er hul indeni. At den skønne genstand er formidlet, forstår jeg på den måde, at den er reel; en spontan fakticitet, der præsenterer sig uafhængigt af klassiske ontologiske og epistemologiske barrierer som rationelt udelukker sammensmeltningen af det værende og det perciperede. Men som vi har set hos Kant og

Dufrenne, slår ontologien og epistemologien ikke til i analysen af den skønne genstand (som ikke allerede er i kunstens museale reservater), netop fordi skønhedens locus i ikke endegyldigt kan placeres, hverken i materialiteten eller perceptionen²⁸; skønheden synes at insistere på et loci. Kirkebys hovedinteresse i "Skønheden sker" er dog heller ikke skønhedens hvad og hvor, men snarere dens hvordan; altså dens processeren, som i sin lysende klarhed ikke lader sig anfægte af ontologiske podninger eller epistemologiske dokumentationskrav.

Vi må forlade tanken om en tingslighed blottet for egenskaber, en ren og uformidlet tingslighed, og betragte tingene som altid allerede formidlede – ikke materielt eller perceptivt – men i begivenheden²⁹. Tingene sker.

Kirkeby anviser tingene en alternativ ontologi funderet på begivenheden, som ikke tænker dikotomisk mellem det genstands- og erkendelsesmæssige, idet han udskifter det fænomenologiske mantra; at enhver genstand er en erfaret sådan, med et begivenhedsfunderet; at enhver genstand er formidlet af begivenheden (vores praksis – det der sker) (Ibid., 206)

Det helt afgørende hos Kirkeby i forhold til Kant, er som jeg ser det, at førstnævnte demonterer det fejlagtige ved subreptionen som erkendelsesfigur, idet han binder den til begivenheden. I det givne øjeblik noget sker, forekommer det mig at være begivenhedens præmis ikke at påtage sig det skeende som sit eget men omvendt at distribuere det skeende til betragterens umiddelbare kontekst; stolen, bordet, computeren, det andet menneske, bygningen, samfundet og verden; begivenheden overdrager dem alle en arg agens ved at lade skeen rodfæste sig i dem i begivenheden. Dette ville Kant ikke acceptere med henvisning til subreptionsbegrebet til trods for at det forekommer at være en praktisk uundgåelighed i begivenheden. Noget sker. Og det, at noget sker, er den mest umiddelbare og nærværende måde, det reelle kan vise sig for os; videnskabelige erkendelsesmodi og veritabilitetsbegreber giver ingen garanti for disse oplevelser, ligesom

²⁸ Eller for den sags skyld i den interdependens, der hos Dufrenne fremgår som a posteriorisk afhængig.

²⁹ Kirkebys begivenhedsontologi kan her, for sammenlignelighedens skyld, betragtes som en radikaliserings af min heideggerske anmærkning til Dufrenne.

de ofte fattes ord og modeller til forklaring, at det, som begivenheden bringer spontant og ubesværet.

Ved så at sige at sætte skønheden på proces, sætter Kirkebys begivenhedsfunderede æstetik os i stand til at begribe gensynet, perspektiv- og gestaltskiftet, misforståelsen, foregribelsen, intentionalitet, anticipation, kopien (simulakrum), formidlingen, begæret etc. som Dufrennes eidetik-figur må opgive forklaringen af som æstetiske forhold. Kunstværket underforstås ikke som paradigme på den skønne genstand hos Kirkeby, for æstetikken må kunne udtale sig om ethvert objekt, som på den ene eller anden vis har delagtighed i den givne skønhedsoplevelse (Ibid., 616).

Således kommer den æstetiske vished alene fra begivenheden, der gives intet skønhedens veritabilitetskriterium andet end, begivenheden selv medbringer.

Kirkeby: I stedet for en æstetik...

Følgende er det min hensigt at skifte gestalt, sådan begivenhedsæstetikken, som den kommer til udtryk hos Kirkeby, ikke længere anvendes som platform for kritik af krystallinsk funderede æstetiske filosofier (Kants og Dufrenne), men snarere et teoretisk forråds-kammer, som jeg småsultent men kræsent forsyner mig i.

Det er ikke min intention først at redegøre for begivenhedsfilosofien som sådan, for arbejdstitlen for "Skønheden sker", noterer Kirkeby, var netop "*I stedet for en æstetik*" (Kirkeby 2007, 9), hvorfor det forekommer mig at være et overgreb at gøre ham ansvarlig for en egentlig æstetik, al den stund det netop er hans projekt at styre udenom en æstetik forstået som en konsistent lære om det skønne.

Jeg læser med andre ord ikke "Skønheden sker" som en æstetik men derimod som en eklektisk samling af begreber, anekdoter, eksemplificeringer og prosaiske aforismer på den måde, at der ikke entydigt afgrænses hverken en epistemologi eller ontologi. Begivenhedsfilosofien synes at være for reflekteret til at udstikke sådanne erkendelsesteorier og kosmologier, fordi den har taget bestik af historiens videnskabsteoretiske fejlgreb om det æstetiske – ikke ved påberåbe sig en videnskabelig panoptik over æstetikken, men ved at bruge dens nomenklatur, tankefigurer og argumenter varsomt via, hvad jeg vil kalde "supersumption"; altså erkendende

opmærksomhed, som ikke absorberer det særegne og det æstetiske under det almene og begrebslige men omvendt uden dog at være symmetrisk dvæler ved det spontane, det entydigt mangetydige og det navnløse længe nok til at den overhængende subsumptions kontingens fremstår med al tydelighed. Det er en art førstehåndserfaring, i hvis proces hastigheden er tilpas nedsat til at andenhåndserfaringen iler forbi og således, at betragteren kan skelne mellem den skønhed, som kommer fra verden via begivenheden og den, som andenhåndserfaringen selv medbringer opretholder erkendelseshastigheden med.

På denne vis bruges supersumptionsfiguren i denne sammenhæng ikke som subsumptionens diametrale modsætning men derimod som den erkendelsesmæssige dvælen og udsættelse af udsagnet "dette er", hvilket efterlader tid og rum til at rette opmærksomheden mod det, som Kirkeby betragter som det væsentligste i al erkendelse (Kirkeby 2005, 13), nemlig at kunne sige; "dette er sket".

Det er derfor min intention i det følgende at udfolde en række af de centrale temaer, som Kirkeby behandler i "Skønheden sker" med henblik på en diskussion af, hvorledes de kan bidrage til en praksis til forståelse og styring af produkters æstetiske "mere".

Den æstetiske visheds fantasme

Hos Kirkeby er skønheden ikke et spørgsmål om vished, for visheden (i form af evidens, veritabilitet, videnskabelighed) fordrer en normativ erkendelsesteori eller en kategorial dogmatik, hvilket vi har set Dufrenne forsøger at positionere sig imellem uden dog at eksplicere og elaborere over netop mellem rummet som et agerende subjekt.

Visheden er for Kirkeby ikke et analytisk telos, men han betragter det derimod som en måde at fikse skønhedsoplevelsen og dennes betingelser i et punkt, der forrårer begivenhedens prægnans. Visheden og Andetheden (spillet med detteheden) er ærkefjender, for vishedens natur består i fiksering, hvilket indebærer forhøret af objektet, som i begivenheden hverken ankommer med det æstetiske prædikatet, lige så lidt som det indfinder som resultatet af prædikationen.

"Det afgørende er bevægelsen. At bevægelsen er afgørende skyldes, at intet er skønt i sig selv, men at det skylder begivenheden alt." (Kirkeby 2007, 159).

Det spørgsmål, som trænger sig på her, er om ikke et begivenhedsbegreb, som både hilser det statiske, kategorierne, metoden og bevægelsen velkommen ikke bliver tomt som begreb for skønhedsoplevelsen? Dette spørgsmål behandler jeg følgende ved at iagttage, hvordan Kirkeby i "Skønheden sker" løber op på siden af skønhedens begivenhed uden at standse eller ændre den.

Hyperrealistisk ambition

Kirkebys begivenhedsfunderede æstetik tilbyder, som jeg viser senere, et alternativt grundlag til den konventionelle fundering, som jeg illustreret, at henholdsvis Kant og Dufrennes æstetikker bygger på.

"Begivenheden lægger eftertrykket på genesis, ikke poiesis, den markerer en 'genetisk poiesis', og dermed kan grunden lægges til en ny, hyperrealistisk filosofi, der ikke er fanget i de klassiske erkendelsesteoretiske og ontologiske antinomier mellem idealisme og materialisme, dualisme og pan-monisme, krop og bevidsthed, sprog og verden. Der kan drages meget stærke, filosofiske konsekvenser af det faktum, at skønheden sker." (Kirkeby 2007, 388)

Det er således mit formål at søge disse konsekvenser draget ved at tilbyde et begivenhedsæstetisk funderet begreb om produkters æstetiske "mere", som kan kvalificere den måde, virksomheder leder sine produkters æstetiske "mere".

Det er netop disse filosofiske konsekvenser jeg forsøger at påtage mig via min hyperrealistiske ambition.

Begivenheden: Eventum Tantum

Her er det på sin plads kort at opridse Kirkebys begivenhedsfilosofi, som danner rammen for den begivenhedsæstetik, som jeg efterfølgende undersøgende nedsænker mig i. I sit

hovedværk om begivenheden, "Eventum Tantum" opererer Kirkeby med tre niveauer for begivenheden, som jeg her lakonisk vil udfolde.

Det første niveau er "den absolutte immanens" (non-aliud), som udtrykker den fundamental præmis for begivenhedslæren, at vi altid allerede er i begivenheden og aldrig kan tilnærme os dette forhold som en positiv eksplikation. Kirkeby benævner også dette niveau som den absolutte immanens (Kirkeby 2005, 15). Andet niveau er Alma-begivenheden, hvilket Kirkeby refererer til som "tanken uden genstand" og "den tomme plads" (Kirkeby 2007, 13), hvilket indikerer, at det er et endnu ikke diskursiveret plan; en skeen, hvilket Kirkeby benævner betydningens begivenhed som den temporale og spatiale præ-syntetisering, der danner kreds om eller drysser savsmulden sirligt i manegen uden at have det fjerneste begreb om, hvilken begivenhedens betydning, der står i kulissen. Tredje niveau, proto-begivenheden er det skeendes situeredes kondensering eller identitet; processen er her blevet en ting via intelligibilisering, diskursivering eller via andre former for indikatorisk affirmation eller navngivelse (Kirkeby 2005, 20). Proto-begivenheden er således begivenhedens betydning.

Det helt centrale i æstetisk sammenhæng er det betydningsspil, der pågår mellem niveau 2 og 3, hvor før, overlejring, tilføjelse, funktion, opståen melder sig som interessante æstetiske temaer i betydningskiasmen mellem de to niveauer.

Ved at orientere sig mod alma-begivenheden illuderer begivenhedsfilosofien spillet mellem kontingens og nødvendighed, som i proto-begivenheden allerede har kondenseret sig som det a priori, som gør navngivningen, affirmationen og subsumptionen af det æstetiske både legitim og verificerbar³⁰.

Det reelle: Eksplikation af begivenhedsæstetikken

Kirkebys intention er ikke at bestemme skønheden som a-institutionel eller som en negation af konventionelle, æstetiske refleksionsformer (Kirkeby 2007, 398), for disse kan

³⁰ I denne fremstilling har jeg dog valgt ikke at forpligte mig yderligere på Kirkebys rene begivenhedsfilosofi, som den fremgår af "Eventum Tantum", da dette omfangsmæssige og tematisk udgør for voldsom en opgave set i forhold til afgrænsningen i nærværende fremstilling.

også være afgørende betingelser for skønhedsoplevelsen; men aldrig dén nødvendige betingelse. Skønheden er det spontane, reelle og virtuelt omnipræsente; det, der sker.

Det særligt er spillet mellem alma- og proto-begivenheden, jeg interesserer mig for, når jeg søger at grundlægge et begreb om produkters æstetiske "mere". Jeg henviser til dette spil via begrebet om det reelle som det på en gang navngivne og unavngivne, som sanseligt rammer os i skønhedsoplevelsen. På denne vis er det reelle som det, der sker, et uomgængeligt for hold for ethvert forsøg på at produkters æstetiske "mere" alvorligt.

Skønhedens uforløste spænding mellem ren overflade og uendeligt dyb (Ibid., 399), lader sig ikke uden videre udtømme af begreber, figurer og billeder, som aldrig selv kan gøre rede for sin form og nødvendighed, mener Kirkeby. Og derfor må den æstetiske analyse være tilbageholden og ikke rutte med de navne³¹ og hermeneutiske mærkevarer, som kunstinstitutionerne forsøger at pushe. I stedet må vi, i penduleringen mellem velvilje og modvilje, dvæle ved det reelle for at blive mødt af værket i begivenheden.

"Erfaring af realitet er erfaring af begivenheden. Tingen er sandheden om sig selv" (Ibid., 288).

Det reelle forstås her som det umiddelbare, spontane, utænkte, usøgte og ikke nødvendigvis udsøgte, der springer os i øjnene fra erfaringens verdensside som en trækken under den lukkede dør og en hvislen i det døve øre. Ingen optrænet intuition eller refleks, kan formidle os det reelle. Det reelle byder vore intentioner, færdigheder, tid, overskud, opmærksomhed og vilje trods i al sin realitet, og det er netop sådan det æstetiske i praksis viser sig uopdragent, skødesløst, skælmsk, spøgende, eksagiterende og formasteligt.

Det er netop disse forhold, der gør det æstetiske vanskeligt at spidde på analysens sommerfuglenål; at det æstetiske afviger bestemmelsen, men ikke *er* afvigelsen; unddrager sig entydighed uden at *være* unddragelsen og benægter prædikatet uden af *bestå i*

³¹ I forhold til Kirkebys begivenhedsbegreb, er det her filosofiens opgave at gå fra proto-begivenhed til alma-begivenhed (Kirkeby 2005, 20), altså fra det navngivne og konsensuelle til det den tomme plads som endnu ikke er fikseret begrebsligt (en sanselig lukning som forårsager en diskursiv åbning), hvilket jeg forsøger at indtænke i den praksis, jeg fremlægger senere i denne fremstilling.

benægtelsen. Således er det min hyperrealistiske ambition at lade begrebet for produkters æstetiske "mere" omfavne disse forhold.

Indkredsningen af det tilsyneladende uindkredselige æstetiske "mere" og dermed styring af det ustyrlige er et gennemgående tema for denne fremstilling og en uomgængelig præmis for styring af produkters æstetiske "mere", idet dette på begivenhedens niveau bliver til styring af det ustyrlige.

Andethedens triumf: Imod et ontologisk alternativ

Det ontologiske alternativ, som Kirkeby tilbyder orienterer sig ikke dikotomisk men på ét niveau, som er begivenhedens. Det skeende er hverken form eller indhold, oplevelsen eller det oplevede; helt materiale eller helt betydning. Det reelle skal i denne sammenhæng betragtes som den entydige mangetydighed, som genstandene antager i begivenheden. Det, der sker, er reelt; ikke fordi det er genuint eller sandt, kontingent eller nødvendigt, men fordi det ikke lader sig fornægte og som denne latens ikke har brug for argumenter for at manifestere sin realitet.

"... videnskaben udelukker Andetheden som ontologisk kategori. Andetheden er her det endnu ikke klassificerede. Begivenheden, derimod, tilhører af væsen Andethedens ontologi, fordi den muliggør både den fremmedhed, der aldrig kan tilegnes af erfaring og erkendelse, og fordi den lader skønheden ske i form af Andethedens triumf over ikke blot vore sprogspil og kropslige koder med over vores tilegnelse af den." (Kirkeby 2007, 169).

I myten, foreslår Kirkeby, tilbydes vi et erkendelsesteoretisk alternativ, hvor distinktionen mellem bevidsthed og omverden er udvisket, hvor naturvidenskabens forklaringssuverænitæt er suspenderet, og hvor apodiktisk overbevisning overtrumfes af poesien, billedets og spillets uafviselige Andethed. Kirkeby forestiller sig, at myten er den første form, hvorunder mennesket har forsøgt at begribe begivenheden (Ibid., 255).

Den videnskabelighed, som en begivenhedsorienteret æstetik må påtage sig består ikke en affirmative myndighed, sådan som det skinner igennem på forskellig vis hos Kant og Dufrenne, men derimod en Andethedens empirisme, som Kirkeby med et aristotelisk

begreb benævner "*epagogé*" (Ibid., 254). Vi er således overladt til at forstå skønheden med de ord og fornemmelser, som begivenheden låner os, al den stund at det netop er Andethedens natur at vise sig, som det, der endnu ikke findes et klart nomenklatur for; den er det altid allerede andet Andet³², som på trods heraf fremstår med haecceitas' ubetvivleligt klare velkendthed (Ibid., 297).

Det er således muligt at sammenfatte, at det reelle er en art syntese – ikke som aggregat men snarere et kiasmens momentane intersektionspunkt – af dettehed (haecceitas) og Andethed, hvorigennem skønheden flygtigt bevæger sig.

Fremadrettet bliver opgaven således at undersøge, hvorledes begivenhedsæstetikken kan bidrage konstruktivt til en konsistent forståelse af skønheden på begivenhedens niveau.

Proto-ontologi (eventologi)

Tingens proto-ontologiske form er et udtryk for tanken om, at tingens fænomen og væsen er identiske; de udgør tingens domæne. Proto-ontologien er begivenhedsfilosofiens bud på et alternativ til ontologien, hvis genstand er det værende som har udstrækning og varighed.

Det er fristende at benævne denne alternative ontologi som en eventologi³³, idet dens genstand er begivenheden som det skeende, hvilket ikke skal forstås som den subjektive bevidsthedsrelation til verden, som fænomenologien tager afsæt i, idet denne er singulær og alene findes på bevidsthedsplanet. Herimod sker begivenheden på en lang række måder, distancer, sprog, tider etc., og dette polyvalente virvar må begivenheden påtage sig på en sådan måde at skeen ikke placeres i den singulære bevidsthed men derimod hives frem i lyset som det reelle, hvortil enhver har adgang på et væld af niveauer.

Dette forhold eroderer konceptet om det identiske, fordi vi altid allerede befinder os i en ny begivenhed. Med hensyn til begrebet om produkters æstetiske "mere" betyder det ikke-identiske som eventologisk præmis, at det æstetiske "mere" må begribes som et altid

³² "*Som stemningen er Andetheden det øjet ikke iagttager men dog formidler.*" (Kirkeby 2007, 218).

³³ Med eventologi-begrebet ønsker jeg både at dække over begivenheden som det skeendes egen konstellation og eventen som den strategisk installerede begivenhed, fordi der på begivenhedens niveau ikke skelnes mellem genuin og artificiel skeen.

allerede endnu mere "mere". I eventologien er alt i bevægelse og forskydningen konstant, al den stund retning og mål forbliver begivenhedens hemmelighed.

"Tingens 'proto-ontologiske' eller 'kata-ontologiske' form afspejler den praktiske stadfæstelse af et 'interregnum rei', et tingslighedens domæne, hvis princip er den fuldstændige identitet mellem fænomen og væsen, og selv lader et univers af separate, men forbundne, diskrete, men på én gang reproducerede og unikke substanser fremstå i form af en ordnet overflade. Tingen er resultat af en situeret, praktisk refleksivitet, som tanken aldrig har kraft nok til at trække ind i sig selv, med mindre den efterrationaliserer voldeligt gennem videnskabernes akavede meta-sprog." (Kirkeby 2007, 526)

Her fremgår det med al tydelighed at Kirkeby er på linje med Francis Ponge når han i sit lille poetiske værk tager tingenes parti (Ponge 2005 [1942]). I praksis tager vi ikke tingenes parti via en skabende fantasi eller identifikatorisk sekvens, men derimod ved at tage imod dem i det skær af ambivalens, som begivenheden lader dem ledsage af.

"Tingen er et processerende hul i bevægelsens flodbølge, som sansningen altid arbejder på at indhente og fylde ud." (Kirkeby 2007, 526)

Efemerisme: Skønheden sker

Når jeg tidligere har påpeget, at skønheden ikke lader sig begribe eller udtømme af klassiske epistemologiske og ontologiske anstrengelser, så er det ikke fordi disse forsøg endnu ikke har boret sig hele vejen ind til skønhedens kerne eller det, som Dufrenne kalder eidetik. Grunden hertil findes i skønhedens efemeriske (Kirkeby 2007, 278) kvalitet; dens flygtighed, porøsitet, ambivalens; dens altid tilregnelige utilregnelighed.

Den ontologiske platform, som både Dufrennes og Kants æstetik er udvirket på baggrund af retter sig mod det værende, som har varighed og udstrækning og dermed er evident og verificerbart for positivistisk opmåling.

Her vil jeg ikke dvæle ved de historiske opmålings- og katalogiseringsforsøg men blot anmærke, at skønhedsbegivenheden blot synes at have skæve smil til overs for sådanne encyklopædiske anstrengelser.

Kirkeby mener, at enhver redegørelse for skønheden *"...fortaber sig i meningens uendelighed..."* (Kirkeby 2007, 211), fordi at værket og skønheden vedbliver at henvise til hinanden i en kiastisk forbindelse. *"Skønheden har ingen specifik fremtræden: Skønheden er overalt, fordi den sker."* (Ibid., 213).

Skønheden er som sådan et fantasme, fordi den ikke findes som qualitas ved hverken det betragtede eller den betragtede (Ibid., 210), ligesom intentionaliteten kun fungerer i en tautologisk ramme i forhold til oplevelsen af skønhed (Ibid., 214).

"Skønheden ligner begivenheden. De er begge centrummer i vort liv. De er alle vegne, og de er ingen steder. De sker. De mangler et objektsprog, de har kun et metasprog. De forsvinder mellem fingrene på os, når den refleksive erfaring går i gang, men de er mere virkelige end den." (Ibid., 215)³⁴

Det er ifølge Kirkeby muligt at påpege en fællesmængde af oplevelser, som sui generis er skønhedsoplevelser ud fra begivenhedens typologi; at skønheden sker, men denne fællesmængde vil ingenlunde kunne fordre almenhed³⁵, fordre nye skønhedsbegivenheder eller anvise et særligt æstetisk reservat, idet Kirkeby betragter menneskets begivenhedsbaserede væren som den altafgørende præmis for æstetikens grundlæggende ustyrlighed og uudtømmelighed (Ibid., 217).

"Skønheden er en måde, hvorpå begivenheden sker. Den er mere end en modus (mulighed, nødvendighed, virkelighed, sandhed etc.), fordi den ikke har nogen specifik zone. Den virker overalt gennem mekanismer og principper, hvis refleksive erkendelse ikke er nogen

³⁴ Her er ligheden mellem Augustins tidsbegreb, som jeg tidligere har vist, og Kirkebys skønhedsbegivenhed særligt tydelig, idet Augustin yderligere bemærker om tiden, at *"... hvis tiden forblev, ville den ikke være tid"* (Augustin 1998, 229) Ligeledes forholder det sig med begivenheden, hvis væren er skeen; spillet mellem nærvær og fravær.

³⁵ Jeg kommenterer i det følgende afsnit som en kritisk bemærkning dette forhold hos Kirkeby, som enkelte steder falder for fristelsen til at anvende et æstetisk "fordi", hvilket ellers er imod de begivenhedsprincipper, han referere til.

forudsætning for, at de virker [...]. Skønheden derimod erfares ikke som skønhed, men som det, at skønheden sker. Skønhedserfaringen er ikke forceret af erfaringen af den kategoriale kvalitet 'skønhed' ved noget. Skønhed er ikke identisk med harmoni, formfuldendthed, farvepragt, men med det skeendes særegne blanding af frihed og nødvendighed. Vi eksisterer i et permanent skønheds-beredskab, fordi vi eksisterer i det skeendes flod, og skønheden er, at det skeende sker, og dermed det nødvendiges måde at trænge ind i praksis' plamager." (Ibid., 395)

Dette lange, men helt centrale uddrag fra Kirkebys "Skønheden sker" afslører to afgørende forhold. For det første at skønhedens skeen er en modus, som ikke hverken fordres eller loves af nogen bestemt zone; den sker via en intensitet, som altid er det ikke-identiske³⁶. Den er virtuelt allestedsnærværende og kan ikke holdes ude intentionelt og ej heller inviteres ind anticipatorisk. Som modus isolerer skønheden sig fra enhver mekanisk og principiel udredning.

For det andet fremgår det, at skønheden ikke er affirmativt tilgængelig i begivenheden. Skønhedserfaringen er ingen erfaring af et noget, som er det skønne, idet den kontinuerligt transcenderer det transcendent (Ibid., 126). Skønheden overmander os som komplekset af det altid differentierede, sammensatte og ubestemte, mener Kirkeby (Ibid., 133), og derfor må en æstetisk praksis tage udgangs punkt i styringen af det æstetiske "mere" som den ustyrlige skønhedsbegivenhed. Det er i den negative intersektion mellem skønhedsbegivenheden og -oplevelsen og i kiasmen mellem produkt og betydning, som jeg kalder produktets æstetiske "mere", at den æstetiske praktiker må søge sit styringsobjekt som øjeblikkets fiksering af den entropien i det æstetiske "mere".

Styring af det ustyrlige er styring af begivenheden i begivenheden.

³⁶ "Det er meningsløst at tale om, at skønheden 'sker', hvis man dermed ikke skulle mene andet, end at en prærefleksiv, anonym sanseproces sættes i gang, der ikke har nogen kvalitative egenskaber; som med andre ord 'leverer tingene ved døren'. Den sansning er maskinens privilegium." (Kirkeby 2007, 394) Dette forhold uddyber jeg i forbindelse med behandlingen af den synkinæstetiske ambivalens.

Bemærkning: Kritik af det æstetiske "fordi"

Kirkeby vil vænne sin læser til at betragte skønhed som ren overflade uden henvisning til andet end sig selv; som det reelle der sker (Kirkeby 2007, 186). Derfor er det besynderligt, at han anledningsvist ser sig tilskyndet til at udfolde et æstetisk *fordi*; at en græsk kvindeskulpturs yppige brystparti er skønt, "... *fordi det føles på en bestemt måde...*"; håndens konvekse indre og brystets konkave ydre passer sammen, hævder Kirkeby (Ibid., 193). Ligeledes er smaragden skøn, "... *fordi den som vedhæng på halssmykker og indlagt i fingerringe er blevet skænket bort som tegn på affektion og som symbol på besiddelse*" (Ibid., 193); men den var vel også smuk – blot på en anden måde – i butiksvinduet og på den forbipasserende kvindes slanke hånd eller blev smuk i spillet med den anden kvindes skarlagensrøde hår og så fremdeles.

Hvis vi dvæler et øjeblik ved smaragden og det æstetiske "fordi", Kirkeby knytter til det, så falder det hurtigt naturligt at indplacere smaragden i en anden kontekst, intentionalitet, forløb etc., hvilket ville forandre den begrundelse, vi kunne tilskrive den æstetisk. Derfor forekommer det mig uforståeligt, at Kirkeby ikke undlader at ty til enkelte begrundende forklaringer af æstetiske genstande.

Skønheden kommer fra verden lyder det umiddelbart efter ovenstående fordi'er, men hvis den kommer fra verden forekommer det mig, at der netop ikke er behov for at underbygge med disse situerede begrundelser eller kriterier for det æstetiske. Som læser er det vanskeligt at bifalde eksemplerne, al den stund bifaldet nødvendigvis kræver, at læseren selv erfarer de omtalte statuer og ædelstene, selvom denne fremtidige oplevelse allerede, ovenpå læsningen, allerede har forskudt sin virtualitet, idet oplevelsen af de nævnte objekter nu er blevet frarøvet sin jomfruelige renhed. Dette betyder i henhold til begivenhedsfilosofien ikke, at det ikke kan opleves som skønt, men det betyder at den Andethed, som strømmer os i møde i oplevelsen må lægge sig oven på den kritiske og anticiperende refleksion, som her er fremført, hvilket det er min formodning vil skåne den æstetiske seismograf for overbelastning, næste gang jeg præsenteres for en græsk kvindeskulptur. Men selvom den refleksive dialektik givetvis vil tynge min oplevelse, er æstetikens fod stadig stædigt plantet mellem begivenhedens dør og karm; også i denne anticerede og meget lidt magiske begivenhed findes der virtuelle revner og sprækker,

som min fantasi blot ikke har opdaget endnu. Derfor har Kirkebys ovennævnte eksemplificering ikke totalt udelukket muligheden for at jeg trods foregribelse og forventning kan opleve græske kvindeskulpturer som skønne.

Skønhedsoplevelse og –begivenhed

Begivenhedsfilosofien drager en distinktion mellem skønhedsoplevelsen og skønhedsbegivenheden, hvoraf førstnævnte antager karakter af æstetisk kapacitet i form af erfaringskompetence (dømmekraft), oplevelsesintentionalitet (anticipation/vilje) og refleksion (efterrationalisering/navngivning), som alle er krystallinske figurer gestaltet af et erfarings perfektumformer. Skønhedsbegivenheden betragter Kirkeby som skønhedsoplevelsens virke (Kirkeby 2007, 283); begivenheds skeen, hvilket vil sige begivenhedens niveau, ud og ind af hvilket begivenheder konstant fortætter sig og evaporer som åndedrættet i stille frostluft. Det er netop denne kontinuerlige skeen, som muliggør undersøgelse af skønhedsoplevelsen uafhængigt af den æstetiske apori mellem produktion og konsumtion; tilvirkning og erfaring; udtryk og indtryk; form og indhold.

Den måde jeg betragter skønhedens skeen på er via forestillingen om skeen som en ulogisk begivenhedsimmanent logik, der diamagnetisk unddrager sig analytisk fiksering uden fordobling eller forandring, for det der er tilbage, når vi minutiøst har dissekeret værkets korpus er infinitismale fragmenter, der ligesom krudtrøgen i det tomme lokale henviser til den begivenhedsmosaik, som tegner sig rundt om, under, over og igennem skuddets begivenhed. Forståelsen er dømt til rekonstruktion, som ingenlunde er ligeså potent og sprængfarlig som dens genstands øjeblikkelighed, om end selv remixet, når det formår at distancere sig fra pligtskyldige rekonfiguration og antager interpretationens form, hvad end denne er fabulerende eller matematisk stringent.

Kirkeby lader det æstetiske sætte en fod i døren ved enhver begivenhed, sådan at selv det mest banale og trivielle, det fortærskede og velkendte ikke allerede er udelukket fra skønhedsoplevelsen, ganske som det institutionelle, museale, kanoniserede, harmoniske, overraskende og overlagt kunstneriske (kliché), overdådige og exceptionelle ikke

nødvendiggør den. Skønhedsoplevelsen kan træde frem selv der, hvor der ikke er tid til den og der, hvor der ikke er blik for den (Ibid., 189).

"... skønhedsoplevelsen betegner et punkt i tid og rum, hvor der opstår en konkret eller symbolsk, haptisk kontaktflade mellem os og verden, der erstatter begrebet med intensitet."
(Ibid., 412)

Skønhedsoplevelsen er ingen præ-diskursiv sekvens, hvor begivenheden venligt leverer det æstetiske "mere" ved opmærksomhedens dør, men derimod en stadigt pågående proces; en begivenhed i begivenheden, hvori bevidsthedens temporale progression opstiller den grundpræmis for menneskelig eksistens, at vi, ved dvælen eller adspurgt for femte gang, må ty til klassiske ontologiske eller epistemologiske mantraer for til stadighed at vedholde, at tingen er, hvad den er og, at vor erfaring eller oplevelse netop er en kognitiv spejling af dette. Der skal dog ikke mange øvelser til at nedbryde denne naturvidenskabelige kategorialisme. Som eksempel kan nævnes Duchamps' berømte og berygtede pissoir, som material-ontologisk stadigt er en fajancekumme efter den er kommet på museum, men perceptuelt bliver mindre medgørlig på museet, idet den uanset fortolkning, uanfægtethed og interesse insisterer på sin udfordring af sin ontologiske status.

På denne vis kan siges, at skønheden med begivenhedsæstetisk optik ikke kommer direkte fra tingen som udstrakt materialitet men derimod fra den begivenhed, hvori tingen sker, hvilket gør begivenheden til ejer og dermed også forvalter.

Ambivalens

Skønheden sker, selvom der hverken er tid, plads eller grund til den, og det er netop via denne begivenhedsæstetiske indfaldsvinkel, at æstetikken afhjælpes systematiseringens og kontemplationens åg, som historien uforvarende har lagt på den. Således er det den begivenhedsorienterede æstetiks telos at sætte det æstetiske "mere" frit fra den videnskabelige celle, som nok har kastet en dunkel skygge over teoridannelserne inden for

feltet, men som i praksis aldrig har kunnet hindre det æstetiske "mere" i at ske og blive sket.

"Skønheden er en kugle, dér har tingen ingen bagside. Den er 'velrundet', skjult bag en ambivalens tæt som Jupiters tågebælte, ren immanens. Skønheden bliver da et udtryk for, at denne aktion er i færd med at lykkes: Befrielsen af sansningen fra tanken om en tanke, der befrier." (Kirkeby 2007, 480)

Kirkeby udfolder i forhold hertil det perspektiv, at skønhedsbegivenheden ikke kan reduceres til en æstetisk praksis forstået som *"den aktivitet, hvor kunst produceres og konsumeres inden for de institutionelle reservater"* (Ibid., 283). På denne måde er det ocean af små, profane, uventede og ustyrlige erfaringsfluktuationer, som indtræffer hvor som helst og når som helst, der trækkes ind i analyses interessefelt. Det er netop her, jeg ser at begivenhedsæstetikken bliver interessant for arbejdet med det æstetiske, som knytter sig til produkter, fordi disse i udgangspunktet – også selvom de puttes i montre, markedsføres af gudesmukke kvinder, kommunikerer med ypperlige superlativer, ødselt overstrøs med eftertragtede symboler og giver løfter om evig lykke og ungdom – som kommercielle projekter og manifestationer intet har at bestille eller tilbyde i de reservater, som normalt nyder æstetisk interesse, *fordi* kunstinstitutionerne kontrollerer dem.

Skønhedens frihed til-aldrigørelse

Ambivalens er en helt afgørende betingelse for menneskets erfaring af det sansemateriale, som fremtræder på tingenes processerende form (Kirkeby 2007, 473). Det ambivalente er overfloden (Ibid., 47) og ikke dikotomien, og på denne vis er ambivalensen intet trivielt faktum i forhold til begivenheden, eftersom den udgør begivenhedens forhold til sig selv (Ibid., 474).

"... begivenhedens væsen er den tomme plads, altså ALDRIG, og dette ALDRIG er indfalset i, og altid infalsende ALTID. Og netop i denne spænding mellem ALDRIG og ALTID processerer skønheden – derfor siger jeg, at dens egentlige qualitas occultas, dens femte dimension, er

friheden til-aldrigførelsen, *at skønheden er anelse om en frihed, som ikke er os beskåret på anden måde, end gennem den måde begivenheden tager tingene med til os som projektionen af levende billeder på det lærred, hvis tomhed vores bevidstheds baggrund deler med verdens.*" (Ibid., 474)

Skønhed er således ikke forpligtet på en bestemt varighed, korrespondance, udstrækning, genkendelse, meddelelighed eller andre verificerbare forhold, som vi kender fra naturvidenskaben. Skønheden er det ikke-identiske (Ibid., 28); den er altid aldrig sig selv og unddrager sig således enhver gendrivelig bestemmelse, hvilket er imperativt i de ontostatiske refleksionsformer, som tidligere er blevet kritiseret.

"Selv den tilsyneladende mest entydige hændelse, at lykkhjulet ikke pegede på det tal, man havde valgt; at avisen ligger i postkassen; at termometeret viser 30 grader i skyggen; har virtuelt uendeligt mange betydninger." (Ibid., 474)

Dette forhold, at alt – inklusive kommercielle produkter – altid virtuelt har uendeligt mange betydninger bevirker, at skønheden som det ikke-identiske må begribes i al sin processerende ambivalens (Ibid., 467). Princippet herfor kalder Kirkeby for det "contraforme" (Ibid., 471) under henvisning til kiasmen mellem skabelse og tilintetgørelse, som sikrer, at der er en formmæssighed³⁷ ved genstanden, som altid kun vender indad og som vi således altid kun ser ryggen af; selv i begivenheden.

Således ser jeg det som den filosofisk funderede æstetiske fornemste opgave at forholde sig til og udrede det æstetiske "mere" som den apparition over hvilken vi ikke bør søge det totale mesterskab men i stedet via begivenhedsfilosofien undlade objektivering ; således må vi undlade at kræve skønhedsbegivenhedens identitet afspejlet i modeller og teorier men omvendt modtage det som den storm af betydning, vi altid selv er med til at hvirvle op.

Dette fundamentale vilkår for erfaringen, at den erfarende altid allerede selv medvirker aktivt i erkendelsen, fremgår som en trans-mimetisk proces; hvilket betyder, at vi i

³⁷ *"Form' som substantiv i ental er en fatal abstraktion."* (Kirkeby 2007, 469)

begivenheden er afskåret fra erkendelse af genstande som et hvilende og mobil "det" uden at gribe berørende ind i dets fremtrædelse (Kirkeby 2007, 522). Dette afgørende forhold for vor erkendelse som altid allerede situeret i begivenheden benævner Kirkeby den "synkinæstesiske ambivalens"³⁸ (Ibid., 522).

"Vi kan således ikke erkende vores egen menings-tilskrivningspraksis, og dermed heller ikke hele omfanget af det, vi gør, når vi former materien. Denne begrænsning i erfarings- og erkendelsesmulighed fremstår i begivenhed som det skeendes mangetydighed, og på tingenes side som semantisk inerti [...] Den synkinæstesiske ambivalens udtrykker at der er en kerne af ukodbarhed og et meningsmæssigt overskud i den praktiske relation til verden." (Ibid., 522)

Når vi således er afskåret fra erkendelsen af vores menings-tilskrivningspraksis i begivenheden, giver det ingen mening at medbringe en statisk teori, model eller nomenklatur til forklaring af det æstetiske "mere", eftersom vi hele tiden selv er medproducenter af det, vi tilskriver verden eller produkterne som deres egne.

Tvetydighedens borgerskab

Ambivalensen, betragter Kirkeby, som skabende en ny atmosfære, men også et brandtæppe, der sikrer tingene mod meningens gnist, som næres af konventionalistisk tanke-genbrug og common sense. Ambivalensen beskytter imod den endegyldige konsumtion af tingen; navngivning og almen automattilskrivning af mening. På denne måde er ambivalensen en opretholdelse af tingenes ret til ambivalens og til det, som Kirkeby kalder *"tvetydighedens borgerskab"* (Kirkeby 2007, 27-8). Udenfor dvælen er tingene dømt til en primærbetydning, som dikteres kulturelt, konventionelt, delvist institutionelt, men mest af alt skjult for enhver indsigelse, protest og vetoret.

³⁸ "Syn- betyder 'sam-', 'kin-' kommer af 'kinesis', 'bevægelse', og 'æstesi' henviser til sansernes samarbejde og evne til at vikariere for hinanden, som det udtrykkes i ordet 'synæstesi' (farvens duft). 'Synkinæstesi' betyder da den fakticitet, hvormed en genstand fremtræder som en bevægelsesmulighed, der interagerer med vores total kropslige gripen ind i verden gennem alle sanser, samtidigt og hver for sig. Stoflighed eller materialitet er et produkt af reel og symbolsk berøring. Det haptiske eller taktile triumferer i egenskab af den virtuelle bevægelse, der samhandler med verdens bevægelsesvektorer." (Kirkeby 2007, 522-3)

Den overlagte ambivalens er et fantasme. "*Ambivalensen skifter kategori, når den er udslag af en bevidst produktion af flertydighed.*" (Ibid., 481). Ambivalens er en relation mellem kunstner og værk (producent) på den ene side og værk og konsument på den anden (Ibid., 482) og kan tage form af en række forskellige diskrepanser såsom symbolsk, dikotomisk overskud etc.

Kirkeby nævner flere typer ambivalenser, som understreger tingenes polyvalens på tværs af begivenheder. Her ønsker jeg ikke at gå dybere ind i forklaringen af disse, men blot bemærke, at jeg betragter tvetydighedens borgerskab som en art begivenhedens betydnings-amnesti, der gives gennem dvælen, som Kirkeby benævner som "*skabende ambivalens*" (Ibid., 38), hvis telos er frisættelsen og, hvis inderste drøm er tingene som "*mathesis singularis*" (Ibid., 33).

Fysiognomi

Skønhedsoplevelsen er historisk blevet tilskrevet en række figurer, som alle i forskellige afskygninger forpligter sig på konstellationen; den erfarende, erfaringen og det erfarede. Denne krystallinske grundform bærer ontologiseringens kim, hvilket vil sige, at den er tilbøjelig til at transformere oplevelser, stemninger, følelser, fornemmelser og indtryk til repræsentationer for eksogene konstanter; det fysiske, virkeligheden eller naturen. På denne vis er enhver erfaring per definition en erfaring *af* noget; altså den erfarendes erfaring af det erfarede, som det enten er muligt at indordne under henholdsvis det fysiske og det metafysiske (naturligt/overnaturligt) som en åbenlys fysiologisering af det, der netop unddrager sig fysikalitet *sui generis*. Således udelukker videnskabeligheden det æstetiske "mere".

Dette betyder dog ikke, at Kirkeby totalt afsondrer begivenhedens niveau fra enhver fysikalitet. Skønhedsoplevelsen er fysiognomisk, *fordi* den er fysikalsk, forklarer Kirkeby (Kirkeby 2007, 291). Det helt særlige forhold er her, at den fysiognomiske skønhedsoplevelse sker *med* os i kraft af verdens basale materialitet, hvilket vil sige at skønhedsoplevelsen altid først er fysikalsk, før den kan blive fysiognomisk. Således kan skønheden ikke være rent kontemplativ; den behøver en art sanselig mediering for at kunne spille mellem dettetheden og Andetheden.

"Den fysiognomiske erfaring er det, at sansningens virkelighed bekræftes i begivenheden, fordi begivenheden processerer i kraft af materialitet, mening og fakticitet." (Ibid., 288)

På denne vis er den fysiognomiske erfaring³⁹ hverken bestemt af en særlig erfaringsmodus eller erfaringen af en bestemt kategori genstande eller følelser, den er derimod det forhold, at den givne erfaring får momentan valens af den præsens, som begivenheden stroboskopisk⁴⁰ fremviser.

Det som begivenhedsæstetikken søger at eksplicere, er den fysiognomiske erfaring af skønhed, hvor det fysiognomiske skal forstås som det reelle; som begivenheden.

"Skønheden er blandt den type af fysiognomiske erfaringer, der lader os opleve virkeligheden som virkelig, altså begivenheden som begivenhed. Tingen som det, der pludseligt træder ud imod os, som kom den fra intet, er denne erfarings symbolske form. (Ibid., 288)

I det følgende ser jeg på de tre erfaringsformer, som Kirkeby mener, skønheden kan invadere (Ibid., 288). Den er det stød direkte fra sanseplanet (Ibid., 396); den spontane og ubetvivlelige klarhed, som jeg har nævnt, at Kant og Dufrenne ikke tilbyder forklaring af i deres æstetikker, dertil er de for systematisk og post-reflektorisk orienterede. Således er det centrale i den fysiognomiske erfaring ikke de erfaringsmæssige forberedelser eller den efterfølgende validering, men derimod øjeblikkets klarhed, umiddelbarheden og den intuitive mening, hvormed skønhedsoplevelsen i et glimt manifesterer sig (sker) ubetvivleligt og uforklarligt.

³⁹ "Den fysiognomiske erfaring manifesterer sig i oplevelsen af den fysiske omverden og i oplevelsen af det andet menneske. Som Cassirer udvikler begrebet om den 'fysiognomiske erfaring', skulle den være et udtryk for den grundlæggende spontanitet indbygget i erfaringen og dermed begrunde, eller dele vilkår med, oplevelsen af skønhed." (Kirkeby 2007, 256)

Det er et helt afgørende forhold for fysiognomiske erfaringer er således hverken en bestemt sekvens, deontologiske principper eller særlige anstrengelser for at anlægge en æstetisk berettigende attitude, men derimod den spontane oplevelse, som egenhændigt udspringer af den initiale oplevelse.

⁴⁰ Glimtets ubetvivlelige klarhed forstærkes af det efterfølgende mørke, som transformerer den påtrængende tvivl til fastholdelse af glimtets klarhed.

Ren sansning: Den fysiognomiske erfarings første form

Den rene sansning⁴¹ er at sammenligne med spontan erfaring; erfaring af det umiddelbare. *"Den fysiognomiske erfaring er en erfaring af realitet..."* (Kirkeby 2007, 288), hvilket med et heideggersk begreb kan forstås som "alétheia"; altså en uskjulthed, som refererer til en forening af fænomen og væsen (Ibid., 288). I den fysiognomiske erfarings første form, er det netop alétheia, som noget Andet end det foreliggende, der erfares⁴².

"Tingen bliver netop gennem sin sansekraft til en tom plads midt i tiden, der i et sekund markerer sig ved alt det, den ikke er, ved hele uendeligheden som eksteriør, for at yde den kraftpræstation at være det, den er, nemlig at den er. Diademmet på lossepladsen. Telefonens klare ringetone i vinduet foran trafiklarmen." (Ibid., 300)

Dette forhold, at tingen så at sige rydder sig selv semantisk i sansningen, hvorved den gør sig disponibel som den tomme plads (Ibid., 300), der nyder en vis bevågenhed i Kirkebys filosofi, betyder at den rene sansning som a-institutionel sansning lader tingen træde frem som den velkendte Anden – velkendt fordi den står så klar og tydelig, og Anden fordi den øjeblikkeligt holder enhver intention og fornuft stangen som determinerende, perceptiv førstehed.

Vi er aldrig i den samme begivenhed, og derfor passer skønheden aldrig som species ind under en erkendelsesteoretiske eller ontologisk species. *"Skønheden sker"* (Ibid., 289), og enhver genstand lige fra det mest fornemme og sirlige porcelæn over esoterisk lydkunst

⁴¹ Renheden skal i denne sammenhæng forstås som en art fikspunkt (Kirkeby 2007, 299), hvori det erfarede fænomen og væsen øjeblikkeligt smelter sammen og tilbyder Andetheden som det reelle. *"Realitet er altid Andethed. Det reelle er det Andet"* (Ibid., 288). Det tingsbegreb, som udsagnet her medfører, består i at tingen ikke blot betragtes som en varig entitet eller en matematisk skalar, som kan udtømmes via videnskabelig granskning. Den realitet, som den fysiognomiske erfarings første form lader betragteren tilgå er tingen som en vektor⁴¹, der bestemmes ud fra en flerhed af parametre, hvilket ikke betyder en endnu finere opløsning af det konstante men et billede af det konstante, som, udspændt på en temporal akse, alene er konstant som momentan afvigelse fra variationen.

⁴² I reference til Merleau-Ponty påpeger Kirkeby, at den rene sansning bygger på "før-prædikative" vilkår, som dog ikke hæver erfaringen til et ukontamineret plan, hvorpå tingene tilbyder sig afklædt. For med Heideggers ontologiske differens in mente, er det end ikke den før-prædikative erfarings privilegium at sanse den før-prædikative ting (Kirkeby 2007, 292). Tingen uden prædikater er lige så absurd som Musils mand uden egenskaber; et oxymoron. Dette er en distinktion som også Deleuze foretager, bemærker Kirkeby; *"... i den før-prædikative væren er tingene altid allerede differentierede"* (Ibid., 293).

og gennemtestede kommercielle hyldevarer til den fastelavnsmaske af karton, som for længst er blevet glemt på loftet, kan processere som det skønne i sin blotte skeen.

Alt kan være "... elementer i skønhedsoplevelsen i det øjeblik de sker på begivenhedens tomme plads og processerer som på én gang den absolutte og fortrolige Andethed" (Ibid., 289)

Andetheden⁴³ fremstår æstetisk altid som det velkendte Andet; en isotop af det reelle og altså ikke som afvigelse, diskrepans eller mismatch mellem genstanden og betydningen⁴⁴. Genstandsmæssigheden degraderes således til periferi og det æstetiske, hvorved Andetheden processerer som dettehed (heacceitas) i begivenhedens skær (Ibid., 297).

På denne vis distancerer den fysiognomiske erfarings første form sig fra den fænomenologiske reduktionisme, som jeg har påpeget hos Dufrenne, ved sin essentialistiske afholdenhed og hyperrealistiske opblødning af det værende i det skeende. Når vore sanser tilspørger tingene (Ibid., 291), svarer de nok forskelligt men samtidigt med en æstetisk tydelighed, som begivenhedsbegrebet er fantastisk til at eksplikere.

Det er her begivenhedsfilosofien tilbyder en overlegen forståelse af det æstetiske, fordi det, som spillet mellem realitet eller Andethed ikke lader sig fiksere i en varig konstellation, som er beseglet kategorisk eller erfaringsmetodisk, men netop tager afsæt i det æstetiske som foranderlig og flygtig skønhedsoplevelse, der tilnærmelsesvist kunne

⁴³ Andetheden, som skrives med stort begyndelsesbogstav, er noget altid Andet; altså noget altid andet Andet. Til forskel fra den andethed (med lille a), hvis natur det er at være *alt det andet* (residual) eller *noget specifikt andet* (komparativt/dikotomisk), er Andetheden aldrig sig selv, den er så at sige altid virtuelt den tredjehed, som endnu ikke har lagt sig fast på sin endelige identitet. Genstanden processerer, hvorved dens Andethed aktualiseres som en skeen i begivenheden.

⁴⁴ I forhold til Dufrennes fænomenologiske æstetik, er det væsentligt her at bemærke, at den rene sansning ikke har karakter af et optrænet røntgensyn, som i et splitsekund tvinger sig adgang til en given genstands eidetik. Med begivenhedsfilosofien har vi forladt det værende (altså de krystallinske billeder som gør krav på udstrækning i indre/ydre, form/indhold, orden/kaos etc.) som videns- og sansningsparadigme, og for den rene sansning er eidetik og erkendelsesmæssig ambition herom henvist til tingens eksteriør. På denne vis lader den fysiognomiske sansnings første form intet indre, reelt, virkeligt eller sandt plan fremstå; men det lader tingen ske som sammensmeltningen af enhver dikotomi i én kondenseret skeen, som ikke er forpligtet på videnskabelig beskrivelse eller genealogi; tingen erfares ved at gøre alt andet til eksteriør for, som Kirkeby nævner, at yde den kraftpræstation, at være det den er, nemlig *at den er* (Kirkeby 2007, 300).

sættes på begreb som en art perceptiv ulydighed snarere end en domesticeret, overlagt og intelligibel oplevelse af subsumérbar skønhed.

Skønhedsbegærets begivenhed: Den fysiognomiske erfarings anden form

Om fysiognomiens anden form forklarer Kirkeby, at den er afhængig af sin relation til de motiver, som initierer begivenheden, idet han mener, at rent eller absolut æstetisk begær er et phantasme (Kirkeby 2007, 301). Hermed inddrager Kirkeby et aspekt i sin æstetiske erkendelseslære, som negligeres af såvel Kant og Dufrenne, nemlig at skønhedsoplevelser kan afstedkommes intentionelt eller på baggrund af mere eller mindre udspekulerede motiver, anticipation eller vilje.

Denne fysiognomiens anden erfaringsform er den som med Kants⁴⁵ terminologi kun kan tilgå det tiltalende, men aldrig det æstetiske, fordi der i denne motiverede og interesserede erfaringsform findes et iboende telos, som afskærmer den erfarende fra den skønhed, som Kants deontologiske æstetik forbeholder sig retten til.

Skønhedsbegær fejles af den doktrinære æstetikteori ubesværet af banen som subjektivistisk æstetik, hvis beskrivelse per se er må betvivles som eksponent for både almenhed og gyldighed, idet motiver, vilje og anticipation eroderer enhver mulighed for intersubjektiv sammenlignelighed af erfaringen som identifikationsproces og producent af det erfarede.

Det er her den begivenhedsæstetiske erkendelsesteori for alvor bliver i stand til at analysere de æstetiske begivenheder, som finder sted imellem og udenfor de etablerede

⁴⁵ I Kants æstetik er der også lagt tydeligt afstand til muligheden for at erfare skønheden på baggrund af motiver, anticipation og vilje, idet han samler disse før-erfarings tilskyndelser under begrebet interesse. Når erfaringen er interesseret afskæres den fra adgangen til skønheden, som er det, der alene åbenbarer sig for den ydmyge og deontologisk orienterede erfarer, som jeg tidligere har vist. Derfor kan den fysiognomiske erfarings anden form under kantiansk optik alene lade det tiltalende erfare og aldrig det æstetiske, al den stund dette kræver den erfaringsmæssige desinteresse, som dels påtager sig det æstetiske imperativ og dels afholder sig fra at prædikere skønheden om genstanden (subreption).

På et pragmatisk plan har en æstetisk filosofi, der har ambition om at kunne udtrykke sig meningsfuldt inden for, uden for og på tværs af æstetiske reservater, dog behov for at kunne absorbere den skønhedsoplevelse, som manifesterer sig som det erfaringen af en immateriel/æstetisk egenskab ved en ting, hvilket Kant kalder en subreption (prædikation som (fejl)slutter fra det subjektive til det empiriske). Således er den fysiognomiske anden form begivenhedsfilosofiens måde at inkludere de former for skønhed, som Kant afviser som fejlslutninger, men som på et praktisk/pragmatisk niveau kræver opmærksomhed for at kunne begribe de skønhedserfaringer, som måske ikke aspirerer til fine udmærkelser i erkendelsesteoretisk sværhedsgrad, men i høj grad udgør en væsentlig erfaring som reelt sansemateriale for den erfarende.

reservater, som jeg har nævnt tidligere, og det er netop her, de fleste kommercielle produkter befinder sig; i multipræsens, i mellemrummene og helt udenfor æstetikens institutionaliserede reservater.

Det er i denne erfaringsform, at socialitet, kultur og smag som aggregeret consensus ominus (ibid., 245), og dermed ikke som kantiansk deontologiseret og demokratisk smag, bliver afgørende betingelser for skønhedsoplevelsen. Det givne motiv bringer med sig et særligt legitimitetskodeks, sådan at der til forskellige tider og i forskellige socialiteter og kulturer gives forskellige kriterier eller skabeloner, motivet abonnerer på som en art verifikation af den givne oplevelse som skønhedsoplevelse.

"Besiddelsen af det mesterværk, som ingen kender eksistensen af, hører til Herodots og Borges' universer" (Ibid., 307). Dette betyder, at subjektet i skønhedsbegærets begivenhed hele tiden må orientere sig socialt, hierarkisk og institutionelt for at finde belæg for sine oplevelser. Ligeledes betyder det, at via denne erfaringsform bliver det muligt at opsøge skønhedsoplevelsen aktivt (Ibid., 310) – også der, hvor kunstinstitutionerne endnu ikke har svunget sine velsignende røgelseskar; på gader og stræder, ved bordet, før aftalen, inde i butikken, på kontoret, uden for selskabet etc.

"At opsøge skønheden behøver ikke begrænse sig til reservaternes museumsbygninger og kanoniserede monumenter eller til de sydfranske strande, automobiludstillinger og fodbold-tacklinger i slow motion." (Ibid.,)

Denne bevægelse truer overhængende med at bryde reservaternes monopol som leverandør af skønhedsoplevelser. Personer, grupper og institutioner dyrker kitch, fetichisme og skandaler, som bevæger sig parallelt med og på tværs af konstituerede æstetiske hegemonier, sådan at alt oppebærer en æstetisk latens, idet skønheden hviler som en indetermineret enteleki overalt i verden, hvor begivenheden rækker os tingene

"Anretningen" (Ibid., 310) kommer til ære her, idet den smider hammen og det dårlige ry som opstylning og iagttages efter den målestok (kulturel/historisk bestemte begreber), som den selv medbringer, hvilket kunne være symmetri, harmoni og balance. Indenfor

konventionelle æstetiske reservater, vækker anretningens søgte semantik, forherligende harmoni og symbolske symmetri snarere mistanke og afsky end beundring. Men selvom anretningen nok tilbyder et formsprog opbygget stramt om en given idé eller strategi, så præges den også altid af sin egen kontingens (Ibid., 343) på den måde, at anretningen først rigtigt er rettet an, når enhver Andethed er skåret fra i udtrykket. Således må denne anden fysiognomiske erfaringsform nedtone kontingensen i det erfarede velvidende – uden dog at anmærke noget – at det erfarede ikke oppebærer sin egen nødvendighed; det er et strategisk objekt. Det er denne lille hemmelighed, der ikke må siges højt, hvis erfaringsform skal lykkes som en måde, hvorpå skønheden sker.

Kirkeby levner her en mulighed for strategisk arbejde med design af skønhedsbegivenheder på den måde, at tingen selv medbringer og tilbyder betragteren sine særegne æstetiske kriterier. Her melder sig dog en autenticitetsproblematik, for denne erfaringsform kræver af betragteren, at han *kan* glemme, at han *skal* glemme, at han har tungen dybt begravet i kinden. Spørgsmålet er om skønheden i denne erfaringsform sker eller bliver sket af det dygtige totalteater, som velvilligt påtager sig skønhedsbegærets særegne logik.

Tankeformet sansning: Den fysiognomiske erfarings tredje form

Den centrale problematik under den fysiognomiske erfarings tredje form består i at indkredse, i hvilke begivenheder tanken sanser sig selv som det, der opleves skønt.

Tanken om en given skønhed forstår Kirkeby som *”.. det plastiske indtryk af forestillingen, der legitimerer skønhed som prædikat”* (Kirkeby 2007, 362).

Det interessante her er ikke forestillingernes karakteristika, som er knyttet til mere eller mindre konventionelle billeder af skønhed, men derimod selve den tanke, som oppebærer forestillingerne. Kirkeby selv stiller sig positivt over for muligheden af, at tanken om en forestilling i sig selv kan være skøn, men påpeger det problematiske i at udstikke kriterier herfor, deri at det er en skrøbelig konstellation, som let vælter over i en simpel distinktion mellem, om den øjeblikkelige tanke vækker lyst – og dermed må være skøn – eller slet ingen lyst, hvormed den ligger uden for æstetisk interesse (Ibid., 362). På denne vis kan det accepteres, at tanken om en given skønhed kan være et element i skønhedens proces.

"For så vidt tanken er en begivenhed, kan den også være en skønhedsbegivenhed, den kan være skønhed, der sker. Men i hvilke begivenheder sanser tanken sig selv under skønhedens form?" (Ibid., 360)

Kirkeby taler i denne forbindelse om "tankens krop".

"Det, som udgør tankens krop, må findes i form af det, der udfører, og overvåger den indre monolog, og i form af det, den handler om, og den indre tilhører, den er rettet mod." (Ibid., 365)

Den første proces i tankens krop er ordet, som udmærker sig ved at mangle en entydig reference. Ordet er netop en proces ved at være flertydigt og dermed tilskyndes tanken til at knytte an til og aktualisere én af betydningsmulighederne, hvorved ny ambiguitet opstår ligesom konsekvensen, der spirer i valget.

På denne vis illustrerer Kirkeby, hvorledes skønheden kan trænge ind gennem sprækker i begivenheden både på grund af og på trods af intention og anticipation. Som det der sker, bliver det skønne ikke målt og vejret efter en invariant, æstetisk skala, før den løber eller lister igennem begivenheden. Jeg betragter mere de tre fysiognomiske erfaringsformer som eksempler på domæner, som skønheden kan erobre og snarere end epistemologiske præmisser for muligheden af skønhedens skeen.

Det ustyrlige: Produkters æstetiske "mere"

Ovenpå eksplikationen af Kirkebys begivenhedsæstetik er det her målet at sammenfatte indtrykkene til et begreb om produkters æstetiske "mere".

Den måde jeg her vil foreslå at betragte produkters æstetiske "mere" på er via en figur, som pendulerer kiastisk mellem produkt og betydning, hvor produktet skal forstås som det tangible produkt-legeme og produkt-betydningen som det oplevede produkt. I begivenheden giver det ingen mening at beskæftige sig med de to poler isoleret; for det

første fordi produktlegemet aldrig er tilgængeligt uformidlet; altså, i det mindste delvist, som betydning, og for det andet fordi produkt-betydningen ikke giver mening kontemplativt og afsondret sin manifestation. De er således analyseinterne konstrukter i denne sammenhæng.

Produktets æstetiske "mere" må således begribes som øjebliksbilledet af den kiasmeinterne entropi, der bevæger sig cyklisk mellem henholdsvis subreptionen fra fornemmelighed og betydning mod genstandsmæssighed og den immanente transcendens fra genstandsmæssigheden mod fornemmelighed og betydning.

Via dette figurative⁴⁶ begreb om produkters æstetiske "mere" kan praktikerens tilegne sig det som alma-begivenhed, hvilket vil sige, at han iagttage betydningens begivenhed. Dette er genesen hvormed det æstetiske "mere" simultant træder frem som betydning (Andethed) og rækker ud efter endnu mere "mere" alt imens det griber tilbage mod detteheden (haecceitas) for at inkludere eller domesticere Andetheden i den øjeblikkelige begivenhed. Dette er den eventologiske logik, som jeg proponerer til understøttelse af et begreb om produkters æstetiske "mere"; et begreb, som imødegår den opsatte hyperrealistiske ambition ved hverken at ekskludere eller favorisere nogle af de fortolkninger, som jeg i indledningsvist knyttede an til Christian Skeels billede "Untitled" på forsiden af nærværende fremstilling.

Sammenfattende kan det nævnes at mit forslag er et forsøg på én gang at omfavne enhver form for skønhed og oplevelse heraf, som bevæger sig fra proto-begivenhedens niveau mod alma-begivenheden for at kunne navigere det forklarings- og meningsoverskud, som altid er disponibelt i proto-begivenheden. Dette kræver uden tvivl heftig anstrengelse at praktisere, men det er mit håb at ovennævnte begrebsudfoldelse kvalificerer forsøget.

⁴⁶ Jeg fravælger at illustrere begrebet om produkters æstetiske "mere" som en figur af den grund, at jeg ikke ønsker at reducere det til en tavs model, som empirien uden konflikt kan subsummeres under. Det er netop min hensigt at holde begrebet så agilt som muligt, således at det lader praktikerens begribe produkternes æstetiske "mere" translokutionarisk, hvilket vil sige, at det må begribes nå ny, hver gang der refereres til det. Med andre ord må praktikerens løsne forbindelsen til det betændte sår, som semantikens bandage dækker over uvidende om at det aldrig heler: Smerten er aldrig hverken en reference eller manifestation men lige præsent og reel hver gang. – om end på en ny måde.

I forhold til Dorte Jørgensens begreb, som jeg tager afsæt i her, foreslår jeg således at betragte det æstetiske "mere" – ikke blot som et "resultat" (Jørgensen 2006, 138) der befordres af noget andet – men som en positiv væren i begivenheden; altså en skeen. Hermed kommer vi ud over tanken, at det æstetiske "mere" er en virkning af en årsag og dermed i sidste instans, at der gives et æstetisk a priori.

III. EMPIRI

Design og branding: Styling af det ustyrlige

Min hensigt i denne del af fremstillingen er at kaste undersøgelsens lys over konkrete eksempler på, hvorledes produkters æstetiske "mere" forsøges styret via design og branding, som institutionaliserede teori- og praksisfelter. Således viser jeg dels, hvilke centrale temaer teoridannelserne beskæftiger sig med, ligesom jeg fremdrager konkrete eksempler på, hvorledes enkelte design- og branding-bureauer synes at dele min ambition i denne forbindelse.

På baggrund af disse metoder til at styre produkters æstetiske "mere", er min intention skitsere en praksis-figur, der syntetiserer det netop fremstillede begreb om produkters æstetiske "mere" og flanøren som eksponent for et antropomorft oplevelsesideal. Det er hensigten at dette udkast kan danne grundlag for kvalificeringen af arbejdet med produkters æstetiske "mere".

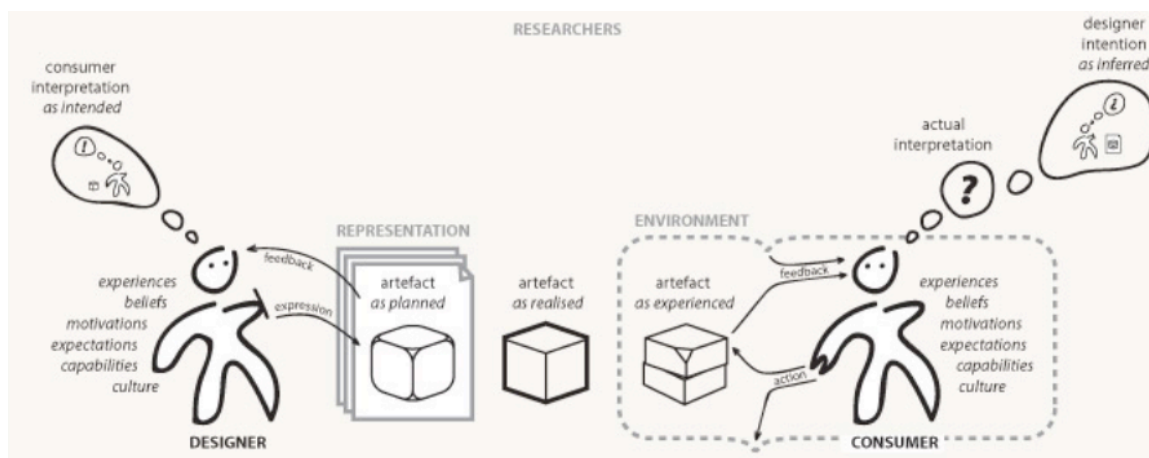
Industrielt design

Den industrielle designers opgave er klar. Han må gestalte (dessin) idéen og det intentionelle (dessein) i produktets sanselighed og tangibilitet, hvormed hans tanke bliver tilgængelig for publikum. Sondringen mellem dessin og dessein er frugtbar i denne sammenhæng, fordi den illustrerer, designerens arbejde ingenlunde blot handler om overfladebehandling; om formgivning af et rå stof, men at både dessin'et, som det mønster, der henviser til dessein'et; strategien, intentionen og målet, hvilket det er

dessin'ets pligt at tilsløre som en indbydende følelse, fornemmelse eller indtryk, der transverserer form/stof-dikotomien.

Designeren giver en følelse, fornemmelse eller indtryk materiel form med produktet, således at materialet bliver simultanfortolker mellem den indlejrede intentionalitet og produktets udtryk, som den for betragteren tilgængelige form, flade og tekstur (meningsplatform). Design-praksis består således via materialet i transformationen af strategisk intention til autentisk udtryk, hvorimellem den ekvilibristisk designer ingen diskrepans levner.

Den aktuelle teoridannelse indenfor industriel design-praksis synes primært at orientere sig i tripolariteten mellem designeren (intention), produktet (visualitet, form og materiale) og konsumenten (oplevelsen), hvilken implicit placerer det æstetiske "mere" hos konsumenten som oplevelsesbundet eller -initierende. Denne teoretiske bevægelse, som det kommer til udtryk hos Cambridge Engineering Design Centre, lægger klart afstand til rene semantiske modeller, idet det påpeges at intentionalitetstransmissionen via formgivningen må forholde sig til den anticipatoriske gensidighed, som består mellem designeren og målgruppen. Målgruppen forventer designerens intentionalitet, og designeren forsøger at foregribe netop denne kompleksitet i sit design (Crilly et al. 2008, 22-23). På denne vis gør denne designskole sig til eksponent for et udgangspunkt, der i sidste instans betyder, at fuldkommen målgruppe-indsigt er mulig, hvormed designeren til formgivningsautomat, der spytter et design ud, dersom klienten indkaster tilstrækkeligt detaljerede målgruppedata.



Kilde: <http://www-edc.eng.cam.ac.uk/~nc266/WebFiles/Cascade.jpg>

Den gennemgående logik i denne teoridannelse er via opsætning af diagrammer at illudere inkongruens mellem intention og reception (oplevelse) af produktets æstetik samt at påpege afgørende parametre, såsom kontekst, socialitet, anticipation og intention, hvorigennem designere i praksis *"... are encouraged to anticipate and influence how the artifact [product] will be interpreted"* (Crilly et al., 23). På denne vis foregiver consumer research-based design at opstille et kvantitativt afkodet meta-billede, ud fra hvilket designeren kan tilegne sig den pågældende målgruppes forventninger og oplevelseslogik, sådan at designeren privilegeres med et entydigt, semiologisk alfabet, ud fra hvilket han skulle kunne styre design-produktets æstetiske "mere"⁴⁷. Det forudsættes at materiel formgivning oppebærer sit eget tegn-system, som er lige forpligtende for designeren og målgruppen uden dog at drage legitimerende hjemmel i nogen konvention eller eksplicit enighed⁴⁸.

Forfatterne er opmærksomme på, at målgruppeundersøgelser giver mere mening i ergonomisk design end æstetisk. I fysiologiens tjeneste er designeren privilegeret med faktuelle indsigter i kroppens funktionalitet og ved præcist, hvordan det er muligt at lindre, helbrede og forebygge. Omvendt dikterer den æstetiske fysiognomi ingen løsningslogik og designet kan aldrig være en affirmativ løsning men må leve med at forblive en suggestion. Selv de dybeste og mest reflekterede indsigter i den specifikke målgruppe og konsumenten som sådan virker ikke æstetisk præskriptivt for designeren (Crilly & Clarkson 2006, 6), og det er derfor mit forslag i et oprids af en æstetisk designpraksis at forlade den semiologi-krystallinske designlogik, som passer bedre til ergonomiske opgaver end æstetiske og i stedet opstille en eventologisk designpraksis, som

⁴⁷ Der behøves dog blot et mindre udsnit af eksempelvis Dorthe Jørgensens æstetiske idéhistorie ("Skønhedens Metamorfose") til at illustrere, at dette receptionsorienterede fokus nærmest underminerer muligheden for styring af produkters æstetiske "mere", idet dette formindskes eller helt udebliver fra det, som skabes på middelværdiens og konsensus' grå baggrund.

⁴⁸ Først designeren og dernæst beskueren foretager en "anatrispsis" (Kirkeby 2007, 520); en gniden værket ind i symbolets farve, sådan at produktionen er tilpasset designerens billede af og forventning til modtageren, ligesom modtageren fortolker designet ud fra en foregribelse af kunstnerens kunstneriske intention. Inddrages dette forhold, som en del af perceptionen, sådan at konsumenten forholder sig reflektivt designerens forholden sig til netop forbrugeren og vice versa, er en erkendelsesmæssig kortslutning uundgåelig, for denne øvelse kan fortsætte ad infinitum uden at situationens spilteoretiske rammer ændrer sig.

orienterer sig på det hyperrealistiske niveau,; fysiognomiens og fysiologiens skæringspunkt, hvor engagement er vigtigere end intentionalitet og immersion mere afgørende end anticipation. Dette niveau tilhører begivenheden.

På denne vis bliver den industrielle designer blot til en tegnproducent, som alene kan initiere skønhedsoplevelsen i form af anretningen; den overlagte betydning, hvis æstetiske potentiale alene ligger i affirmationen og aldrig i overraskelsen – den lineære henvisning snarere end erfaringsfluktuationen. Det ville være interessant i fremtidigt arbejde, at beskæftige sig med udviklingen af en designpraksis, hvor formålet er strategisk initiation af fysiognomiens første og anden erfaringsform (tankens plasticitet og Andethed).

Hvis den industrielle designer vil styre det æstetiske "mere" og ikke blot opretholde den semantiske forbindelse, må han suspendere den entydige semiologi mellem designet og betydningen, som støtter sig til de krystallinske billeder, som consumer research-based design opstiller. Vi må kunne begribe det ikke-identiske forhold, der består mellem intention og reception.

Indsigt: Kritisk implikationsdesign

Et præsent eksempel på et designbureau, der har en anden ambition end blot rene formgivning af stof ud fra strategiske parametre, er britiske Dunne & Raby⁴⁹. Således lægges der afstand til den konventionelle design-sekvens, hvori den strategiske intention via indsigt i målgruppen affirmeres gennem semiologisk formgivning.

Hos Dunne & Ruby påtager designeren sig en kritisk rolle, som i højere er implikationsgestaltende end lineært problemløsende, hvilket vil sige, at designerens rolle bliver mere disruptiv end affirmativ⁵⁰.

⁴⁹ Dunne & Raby er grundlagt af Anthony Dunne, professor ved institutleder ved Design Interactions, Royal College of Art i London, og Fiona Raby, Ph.D. i Computer Related Design og tidligere Senior Research Fellow ved CRD Research Studio, Royal College of Art, London.

⁵⁰ Jf. <http://www.dunneandraby.co.uk/content/bydandr/36/0> (26.11.2009)

*"Dunne & Raby use design as a medium to stimulate discussion and debate amongst designers, industry and the public about the social, cultural and ethical implications of existing and emerging technologies."*⁵¹

Den pris klienterne må betale for Dunne & Rabys kritiske og implikatoriske orientering, er, at de ikke umiddelbart leverer en klart specificeret prototype, som straks kan lukke klientens hul i produktporteføljen eller på anden vis tilbyde en ready-to-wear løsning.

Derimod sikrer de grænsesøgende implikationsdesignere, at såvel den aktuelle designopgave som den givne række af løsningsforslag kritisk "testes" for potentielle mal-konnotationer, uudforsket strategisk potentiale og overhængende konsekvens-scenarier, sådan at det usagte, det indlysende og det andet ikke blot får audiens i designprocessen men inkorporeres i selve det implikationsdesign, som leveres til klienten⁵². Implikationsdesign kan således betragtes som et praktisk eksempel på en approksimation af bevægelsen fra proto-begivenheden mod alma-begivenheden.

Brand management

Brand managerens styringsobjekt er alt andet end indlysende. Mest af alt ligner det et appendiks, som på én gang er en selvstændig og afsondret enhed, men som alligevel har en tilknytning til hovedteksten uden dog at være en veritabel del af denne. Brandet synes paradoksalt nok at stå stærkest, når det er et betydningsmæssigt hverken-eller. Som betydningskonstellation må brandet tage til takke med både at være afsondret fra og alligevel knyttet til produktets tangible materiale.

⁵¹ Jf. <http://www.dunneandraby.co.uk/content/biography> (26.11.2009)

⁵² For at bringe læseren en anelse tættere på Dunne & Rabys praktiske ideal, bringer jeg følgende citat fra en forelæsning, Anthony Dunne gav ved Design Interactions Department, Royal College of Art, London (<http://www.dunneandraby.co.uk/content/bydandr/465/0>) : *"We don't view the object as a transmitter of meaning to be decoded by a viewer, but as a prompt, a thing to be engaged with. We think about the experience of physically encountering the work: its size, scale, materiality, degrees of perfection, mass, relationship to the body, etc., and how these might make a person feel and what associations they might trigger. Then we spend quite a lot of time seeking out wrongness. Things have to be not-quite-right; this awkwardness is a way into the object, an invitation to explain why it is the way it is, why it's not quite right. If it was too correct and as expected, they would glance once and move on. If the object is too open-ended in terms of meaning, then it can seem empty."*

Som symbolet henviser brandet altid til noget andet; det er et emblem som umiddelbart er det tætteste virksomheder kan komme på transmission af en særligt afgrænset betydning. Således skaber en form for vished (Kirkeby 2007, 22); ved at brændemærke implanteres transcendensens kim, som i og for sig blot vikarierer for virksomhedens intention ved at henvise til betydningspensum, så godt det kan. Dette forhold overlader brandet en utaknemmelig opgave, for det må mime det, for hvilket vi ingen fælles reference ramme har. På denne måde er brandet overladt til at påpege på det æstetiske "mere" via en forestillet fællessymbolik. Det er selvsagt ingen let opgave. Her ser jeg på, hvordan den aktuelt fremherskende teoridannelse på området griber opgaven an.

Recognizing that corporate branding is a process built on the dynamics of organizational identity is the first step toward managing your corporate brand effectively." (Hatch & Schultz 2008, 65)

De to efterfølgende skridt overlader en uoverskuelig opgave til læseren, idet step 2 opfordrer som følger: *"... learn how to influence identity dynamics in ways that align with strategic vision"* (Ibid., 65). Og step 3 påbyder brand managers at afdække, hvorledes henholdsvis virksomhedens interne kultur og eksterne image influerer den strategiske vision, således at de tre *"strategiske stjerner"* (Hatch & Schultz 2001, 3) står i en smuk og stærk zenith-konstellation over virksomhedens identitet.

"Alignment"-doktrinen er fremherskende i Hatch & Schultz' teoriudvikling omkring branding og identitet, hvilket på den ene side gør det umiddelbart at opstille overskuelige modeller som den nedenstående, men på den anden side også forstummer det ambivalente og Andet, som jeg har vist er så afgørende for at begribe det æstetiske "mere". Som det fremgår af figuren nedenstående figur, drejer brand-initiativ om at afstemme virksomhedens strategiske vision, organisationskultur og stakeholder images, således at disse er overensstemmende og derigennem fungerer understøttende for virksomhedens identitet.



Kilde: <http://www.kommunikationsforum.dk/log/multimedia/billeder%20til%20artikler/figur1.jpg>

Virksomhedens identitet betragtes af Hatch & Schultz som en Meadsk konversation mellem Jeg'et og Mig'et (Hatch & Schultz 2008, 49). I virksomhedssammenhæng kan dette oversættes til henholdsvis identitet og image. På denne vis bliver identiteten forholdet mellem sin egen intention og den sociale reception heraf (image), uden hensyntagen til den anticipation, som identiteten i jeg'ets skikkelse måtte projicere ud som sin socialitet og hvordan begivenheden i øvrigt transverserer disse strukturer. Med Kirkegaardske termer forholder forholdet (identitet-image) sig ikke til sig selv som forhold, der i sig selv er gestaltet et sted fra. Derfor overlades vi som brugere af modellen blot med et vagt og usammenhængende begreb om, hvad virksomhedens identitet egentlig må forstås som i denne sammenhæng.

Hvis vi tager afsæt i det eventologisk baserede begreb om produkters æstetiske "mere", bliver det tydeligt, at der ikke tages højde for det synkinæstetiske forhold, at publikum altid allerede spiller medvirkende ind i det skeende, hvilket opsætter den ustyrlige præmis, at intentionen og receptionen altid må være afsondrede begivenheder, for hvilke det ikke giver mening at forudsætte eventologisk identitet.

Den behandlede brandingsteori synes ikke at absorbere det forhold, at det virkeligt værdifulde at få til at ske hos publikum, er skønhedsoplevelsen; erfaringsfluktuationen, som farer ad fysiognomiens vildspor og herved netop skaber muligheden for at tilskrive produktet meget mere æstetisk "mere", end symbolet tør tænke på. Brandet forbliver herved brændemærket, som myndigt udsletter tvivl og Andethed, ligesom det inddrager det tvetydighedens borgerskab, som Kirkeby taler om (Kirkeby 2007, 27-28). På denne vis bliver brandet til en lokal-institution, som slår reservatets domesticerende hegnspæle op rundt om produktet; nu kan vi endelig forstå det! Men hvilket æstetisk tab.

Indsigt: Betydningsekspllosion

Louis Vuittons Espace Culturel⁵³ er et eksempel på, hvorledes det er muligt at brandudvikle uden at kalibrere logoet eller finjustere på virksomhedens grafiske udtryk i brevhoveder og fonde og herved nærme sig det æstetiske "mere" som styringsgenstand. I Espace Culturel findes nemlig ingen klassiske "LV" monogrammer (Alfthan 2009, 16), som typisk præger deres produkter og butikker.

I 2006 indviede det producenten af de celebre tasker dette "Estate of Real – State of Unreal", hvor unge kunst- og designtalenter inviteres til at deltage i de tre årlige udstillinger, hvis temaer kredser om rejse, kulturarv og mode. På denne måde tjener Espace Culturel et helt konkret formål som galleri, men i høj grad også som en art betydningsepicer for Louis Vuitton, hvis produkter nyder godt af den betydningsekspllosion, som denne form for overkommunikation af det underkommunikerede forårsager.

Det helt afgørende er, at Louis Vuitton via Espace Cultures betydningsplatform tilbyder den (velanbragte) sprække i begivenheden hvorigennem publikum er overladt til selv at generere betydningen i stedet for at få den gennem symbolets sonde.

På trods af (eller måske netop på grund af) at Espace Culturel er fuldstændigt blottet for Louis Vuitton-symboler udover naturligvis affiliationen mellem galleriet og virksomheden (forstås!), er det netop den subreptionsbevægelse, jeg tidligere har omtalt, der pågår. Den

⁵³ Espace Culturel ligger i hjertet af Paris og lokker med fri entré over 30.000 gæster til om året. Jf. http://www.louisvuitton.com/espaceculturel/index_GB.html (3.12.2009)

enorme betydningvælde som genereres via Espace Culturel, må naturligvis betragtes som en gigantisk men dog elegant og subtil brandingmaskine, hvis yderste formål dog ikke udelukkende synes at sætte sig på publikums betydningsdannelse men også at nære dens fluktuationer, sådan at dette eksempel netop viser sig at et billede på styring netop af et æstetisk "mere", som ikke allerede er i symbolets stramme snor.

Som et brand der spiller sammen med Louis Vuittons, kan Espace Culturel godt tåle at blive betragtet både som anretning, som Andethed og som skønhed ved tanken om tanken, som de tre fysiognomiske erfaringsformer foreslår, uden herved at miste sin brandmæssige betydning eller blive absurd. Der er så at sige intet at tabe, hvorimod klassisk superlativ eller symbolsk og værdiladet branding netop opfordrer til rationel tilegnelse af det æstetiske "mere", som følger med sådanne brands.

Således styrer Louis Vuitton sine produkters æstetiske "mere" ved på pompøs vis at lade Espace Culturel holde på hemmeligheden, at Louis Vuittons produkter ikke selv ejer de kvaliteter, som emanerer fra galleriet, men at de dog af fysiognomiske veje sker på denne måde. Kun den, der ser dette teater lidt for tæt på, opdager galleriets hudfarvede tape, som møjsommeligt holder sammen på produktet og dets usurperede attributter og prædikater. Men brand manageren synes at gøre klogt i at holde hemmeligheden snarere end at symbolisere den ihjel.

Imod en begivenhedsorienteret praksis...

I forhold til begrebet om produkters æstetiske "mere" kan det her tilføjes, at henholdsvis industrielt design og brand management synes at være bekymret om hver sin bevægelse i den kiastiske figur, jeg har forklaret tidligere. Dette vil sige, at designeren og brand manageren forsøger at styre det æstetiske "mere" henholdsvis som emancipationen (transcendens) af det immanente via formgivning og som den subreptive forankring af det transcendent i det immanente.

Mit argument er her, at den sekventialitet, som henholdsvis det affirmative design og afstemmende ("alignment") branding gør sig til eksponenter for, mister blikket den reelle betydningsrigdom, som nok kan dømmes ude af de figurer, jeg har fremvist, men som

stadig sker, og derfor kræver ledelse. Det er derfor, jeg ser stor relevans i at udbygge den eksisterende teoridannelse med et begivenhedsorienteret perspektiv, som ikke alene er rettet mod Andethed, ambivalens og fysiognomi men snarere det kiastiske spil, de indgår i med detteheden, det entydige og fysikaliteten, som jeg har antydnet via begrebet om produkters æstetiske "mere".

Det er derfor min hensigt i den sidste del af nærværende fremstilling at udfordre den praksis-doktrin, som anviser rationelle og statiske modeller til styring af produkternes æstetiske "mere", hvis ustyrlighed i al klarhed er blevet præsenteret i min gennemgang af begivenhedsæstetikken.

IV. PRAKSIS

Praktisk styring af produkters æstetiske "mere"

Som jeg har illustreret i analysen af den måde, hvorpå design- og branding-teorien griber styring af produkters æstetiske "mere" an, er det vanskeligt for disse indfaldsvinkler at holde begreberne om styringsobjektet og -praksis tilstrækkeligt åbne og alligevel detaljerede nok til, at logikkerne bag ikke kvæler produkternes æstetiske "mere" og dermed ikke lever op til den hyperrealistiske ambition, jeg arbejder ud fra. Via de semantiske design-alfabeter og brandmæssig image/vision/culture "alignment" positioner, som er fremdraget i det foregående, synes det æstetiske "mere" at smuldre mellem hænderne på den strategiske intentionalitet; virksomhederne falder det styringsobjekt i ryggen, som de egentligt anstrenger sig for at styre meningsfuldt.

Som det er antydnet, kan vi hente inspiration i den måde Dunne & Ray arbejder på. Men denne praktiske mimen er ikke loyal overfor begivenhedsæstetikken altid allerede situerethed og ikke-identitet. Ligeledes vil det for interesserede virksomheder være muligt at etablere lignende betydningsepicer som Louis Vuittons Espace Culture, men dette er

ingen garanti for isolationen eller styringen af det æstetiske "mere", som vi har set altid må se sig ophængt i begivenhedens dukkesnore.

Følgende udfolder jeg et grundrids til en praksis; et konstruktivt forslag til debatten om, hvorledes det er muligt for virksomheder at lede det æstetiske "mere", som knytter sig til produkterne. Udkastet tager afsæt i det tidligere ekspliciterede begreb om produkters æstetiske "mere", der indfrier min hyperrealistiske ambition i denne fremstilling. Min intention med forslaget er i forlængelse heraf ikke at lukke et specifikt teoretisk hul, men i stedet at danne kimen til en ny begivenhedsæstetisk spiren i krydsfeltet mellem filosofi og erhvervsøkonomi.

Flanør-figuren: Praktisk antropomorfisme

Her er det min hensigt at udfolde det praksisideal, som har stået i kulissen under min udlægning af Kirkebys begivenhedsæstetik. Ret beset er det intet ideal, som den faste og afgrænsede eidos i forhold til hvilken praktikerer må stræbe efter affirmation via praktisk assimilation. Flanør-figuren er en fænomenal⁵⁴ antropomorfisme; et altid anderledes billede på den begivenhedsæstetiske sans, som kan forfines men aldrig kompletteres. Flanør-figuren orienterer sig efter begivenheden og hans telos er bevægelsen.

Således forsøger jeg at personificere⁵⁵ det ideal, som i udgangspunktet slet ikke ønsker at blive idealiseret, ved at give stemme og skikkelse til flanør-figuren, hvis skelet jeg låner fra Baudelaire, Valéry og Benjamin, og hvis æstetiske tæft jeg udbygger via den allerede præsenterede begivenhedsæstetik. Denne syntese af begivenheden og flanøren er jeg hensat til at approksimere via den form for (anti)idealisering, som jeg kalder fænomenal;

⁵⁴ Fænomenal skal i denne sammenhæng forstås som det, der vedrører det partikulære og foranderlige uden dog at afskære sig fra de konnotationer til det fremragende, usædvanlig, vidunderlig og forbavsende, som ordet også oppebærer.

⁵⁵ Jeg bibeholder flanøren som en antropomorf for at holde ham i betydningsmæssigt vigør, hvormed hans position er begivenhedsafhængig. Det giver således ingen mening at kreditere flanør-figuren for et bestemt "flanørens blik", fordi pointen netop er, at dette blik altid allerede indgår i et spil mellem den begivenhed, hvormed noget sker for blikket og den, hvori blikket sker.

idealet der trods sin a-ideale intention må forholde sig til idealiseringen, fordi begivenheden altid byder idealet trods.

Flanøren – originalen

Flanøren⁵⁶ er en historisk specifik figur (Tester 1994, 16), hvis væsen består i hans gøren snarere end hans væren (Ibid., 5). "*Flanøren er markedets observatør*" (Benjamin 2007, 524), skriver Benjamin om flanøren, og det er netop denne situerethed i den blomstrende økonomi, industrialisering og vareliggørelse, at flanøren har sin velmagt. De hastigt voksende metropoler tilbyder sig som pulserende billeder, hvori storbyens beskidte ansigt smelter sammen med al sin betydningsvælde for den, som tillader sig at se rendestenene som sin udrullede røde løber (Andethed), dvæle ved butiksruden og lade skønhedsbegæret ved de nærmest erotisk påtrængende processioner af produkter strømme gennem kroppen⁵⁷ og udsvævende fra disse erfaringsformer perceptivt befamle den plasticitet, som disse hede og dog banale indtryk efterlader i flanørens travlt beskæftigede bevidsthed.

På denne vis er flanøren en praktisk manifestation af de fysiognomiske erfaringsformer, som jeg tidligere har vist. Han orienterer sig via en skærpet erfaringspræsens, hvormed han bliver detektiven i begivenheden, som opsøger sprækker, der lader ham ane skønhedsoplevelsens spænd mellem nødvendighed og kontingens som en "mellemverden" eller "contraformitet", som Kirkeby i reference til impressionisterne betragter mere som tema end motiv (Kirkeby 2007, 470).

⁵⁶ Flanøren er midt 1800-tallets dandyer, verdensmænd, kunstnere og poeter, som i takt med metropolernes opblomstring og industrialismens facilitering af varesamfundets frembrud, hvor bytteværdien overtrumfer brugsværdien suverænt, blev de nye, brede og overdækkede "passagers" beboer som slentrende og opmærksomt betragtende spektator, Flanøren er i konstant bevægelse; både spadserende i gader og passager men også i sin bevidsthed, som hyperrealistisk mediator mellem det utilfredsstillende og tilfredsstillende; mellem fakticitet og det æstetiske "mere" som strømmer ud af eller melder sig tilhørende den urbane fakticitet, flanøren færdes i. (inspireret af Tester, 1994 og Benjamin 2007)

⁵⁷ "*Passagerne er handlens liderlige gade, med det formål at vække begæret.*" (Benjamin 2007, 65)

Skulle Baudelaires flanør vælge, valgte han nok de fleste benævnelser; filosof, kosmopolit, digter, verdensmand, kunster, barn, maler eller skildrer⁵⁸. Adgangen til øjeblikket er det væsentligste, passérsedlen dertil kan antage den form, det skal være (Baudelaire 2001[1863], 19).

Skikkelsen

Flanøren er i denne sammenhæng ingen mentor eller æstetisk mester hos hvilken, industrielle designere og brand managers må stå i lære. Han er derimod et glinsende underspillet, sirligt frembusende og eventologisk emblem på begivenhedsæstetikens praktiske muligheder; en praksis-figur som inviterer ind i begivenheden, hvor virkelighed, fantasmagori, fysikalitet og fysiognomi står skulder ved skulder og aldrig taler én ad gangen.

Den leverance, flanøren bidrager med, er ikke hverken kunstværket, det færdig-designede produkt eller den segmenterede markedsanalyse men derimod undersøgelsen, hvis genstand er produkternes æstetiske "mere" som det entydigt mangetydige og den synkinæstetiske ambivalens, som jeg har behandlet. På denne vis minder flanør-figuren om implikationsdesigneren, idet han er dettehedens chorograf⁵⁹ og Andethedens kartograf, hvilket vil sige, at hans undersøgelsesobjekt netop tager udgangspunkt i det begivenhedsbaserede begreb om produkters æstetiske "mere" ved hele tiden at bevæge sig efter af begivenheden installerede mouches volantes, som kontinuerligt drager blikket væk fra motivet og mod temaet og contraformen. Således er flanørens leverance det æstetiske "mere", som kommer fra verdenssiden og ikke er præget intentionelt eller anticipatorisk.

⁵⁸ I Vagn Lyhnes efterskrift til den danske oversættelse af Baudelaires "Det moderne livs maler", noteres det, at Baudelaires brug af ordet *peintre* (Lyhne 2001, 123) har dobbeltbetydningen maler/billedkunstner og skildrer, hvilket vil sige, at flanøren hos Baudelaire har konnotationer til den malende beskrivelse og det (tematisk – ikke motivisk) beskrivende maleri. Dette er flanørens blik for det skeende og Andetheden.

⁵⁹ Her hentyder jeg til chorografi som den kunstneriske skildring af et sted, som inkluderer atmosfære, indtryk og fornemmelser. I modsætning hertil står den stringente og positivistiske opmåling og kortlægning, som kartografien tilbyder.

Flanøren viser rundt i begivenheden via sin orientering mod de kroge og åbne pladser, hvor den processerende ambivalens endnu ikke er blevet forseglet af symbolets brændemærke eller semantikens line.

Derfor er det i modsætning til brand management flanørens opgave at facilitere det æstetiske "mere" som betydningsekspllosion og erfaringsfluktuationer, der udmærker sig ved at unddrage sig semantisk logik. Skønhedsoplevelsen er netop skøn ved ikke hverken at bero på eller fordre legitimerende og validerende henvisninger. Flanøren interesserer sig ikke for verificerbarhed og ontologi for skønheden; for produktets æstetiske "mere" er totalt uafhængig af dem; både som eksistensgrundlag og erfaringsinstrument.

Stemmen

Gennem flanøren som det æstetiske "mere"s Røde Pimpernel har praktikerens mulighed for at åbne for de betydningslag, handlingsmuligheder, fremtidsscenarier og overraskelser, som han end ikke er i stand til at fremkalde reflektivt på egen hånd. Flanørens poetiske forbilledlighed lader praktikerens tilgå de uendelige implikationer og konnotationer, som selv det mest banale og velkendte kan tilbyde på begivenhedens hånd. Det dog væsentligt at notere sig flanørens begrænsninger; han er ingen kunstner, som leverer det endelige eller færdige ved praktikerens hoveddør, men snarere implikationsdesigneren⁶⁰, som intet filter har på den Andethed, han præsenterer, det begær han lader melde sig eller den plasticitet, hvormed han gør praktikerens egen tanke æstetisk tilgængelig med.

Valéry fremskriver mesterligt flanøren som M. Teste, hvis form er den polemiserende, skælmske og altid anden stemme, som er undfanget under Valéry's *"sære excesser af selvnærvær"* (Valéry 2000[1946], 29). Således er M. Teste hos Valéry ikke flanøren selv men snarere hans perceptive kompetence til fordobling i jeg'et og det ikke-jeg⁶¹, som Baudelaires flanør efterstræber, og som Valéry tænker videre som stemmen; en art spontan-dialektik.

⁶⁰ Den praksis, som Dunne & Raby står for er den, der kommer tættest på flanørens begivenhedsorienterede bevægelser.

⁶¹ I modsætning til det tidligere omtalte "Mig", som brandteorien låner fra G.H. Mead.

"Hvorfor er M. Teste mulig? – Hans sjæl er dette spørgsmål. Det forvandler Dem til M. Teste. For han er intet andet end selve det muliges dæmon." (Ibid., 32)

Med dette udsagn bliver flanør-figuren yderst subtil som praktisk opmærksomhedsforvalter, for han afklæder sig enhver normativitet, retning udover spørgsmålet; ikke de ubesvarlige, men de, der i prærogativets fravær kan besvares på uendeligt mange måder. Dialogen med M. Teste forekommer som æstetisk grundforskning, der bevæger sig mod alma-begivenheden via hypostasering af den ambivalens, som produkternes æstetiske "mere" strør om sig med i begivenheden.

"Jeg vover ikke at sige alt det, som min genstand siger mig. Logikken holder mig tilbage. Men hver gang problemet Teste rejses i mig, træder besynderlige former frem." (Ibid., 38)

Dialektikken mellem praktikerens og M. Teste har interpreterende karakter, al den stund den producerer betydning – ikke ud fra det evidente og affirmative – men med afsæt i det mulige; det som ikke kan udelukkes eller med andre ord det, der hverken er nødvendigt eller umuligt, hvilket jeg har illuderet i behandlingen af frihed-til-aldrig-gørelse. I dæmonens selskab er selv det mest generiske, gennemtestede, entydige, forståelige, velkendte og umiddelbart uproblematisk produkt en kilde til uudtømmelig betydning⁶². Det er her implikationsdesigneren må starte sit arbejde.

Flanøren og begivenheden

Det er i denne sammenhæng flanørens opgave at indgå i samme bevægelse som begivenhederne⁶³ og at være på det Andets vegne (Kirkeby 2005, 32), hvilket vil sige at

⁶² Dette har vodka-producenten Smirnoff inkorporeret i sine reklamer ved at lade sin klare flaske fungere som en linse, hvorigennem betragteren får adgang til en alternativ virkelighed; en Smirnoff-verden som dog nøjes med at installere én rotationsakse på det velkendte, nemlig den der trækker nattelivets frivole, udskejelende og erotiske konnotationer ned over en ellers flad og forståelig virkelighed. Flaskens linse er fantasiens begyndelse; luftpustet under frihedsgudindens normalt urokkelige bronzekjole, den opsprungne lynlås i den smukke kvindes ellers anstændige kjole og den sorte læderjakke, der erstatter englens elegante vinger.

⁶³ I "Eventum Tantum" kalder Kirkeby dette for "heteroentitet" (Kirkeby 2005, 56); at være samtidig med begivenheden – evnen til at være på det Andets vegne.

erstatte væren med skeen. Således noterer Kirkeby sig, at det at bevæge sig; er at forøge sig med sig selv (Kirkeby 2007, 290).

Den praksis, som tager begivenheden alvorligt, må søge at befri netop begivenheden fra det grundlæggende behov for mening (Ibid., 32), hvilket vil sige at foretage bevægelsen fra proto-begivenheden mod alma-begivenheden. Flanørens primære kompetence må bestå i *"Befrielsen af sansningen fra tanken om en tanke, der befrier"* (Ibid., 480), og på denne vis tilbyde produkterne det betydningsmæssige amnesti, som Kirkeby kalder *"tvetydighedens borgerskab"* (Ibid., 38).

Manøvren hvorigennem flanøren sikrer produkternes betydningsmæssige frihed til-aldriggørelse er supersumptionen; erkendelsens hastighedsnedsættelse, som afventer at begivenheden overrækker flanøren produkterne med en sådan spontan forsigtighed, at kiasmen mellem produkt-legeme og produkt-betydning kommer til syne som en pendulering og ikke blot det intuitive og forståelige punkt, som umiddelbart er at se, når penduleringen via krystallinske refleksionsformer antager så høj hastighed, at det ligner ét statisk punkt, der kan subsumeres; et værende.

Fantasien som begivenhedsrelation

Et helt afgørende element hos den flanør-figur, jeg her proponerer, er, at han ikke i konventionel forstand er fantasifuld; han projicere ikke det livlige, lystige og løftige ud på verden som en positiv skabelse eller privilegeret, æstetisk identifikation, men er snarere i stand til at lade værket virke ved at lade det få sin vilje i begivenheden.

"Fantasien er ikke kun begivenhedssans [...], den udtrykker sammensmeltningen af kontingens og nødvendighed 'udefra' med kontingens og nødvendighed 'indefra', der syntetiseres og subjektiveres i og af værket som skabelsesprocessens 'virkende midte' i en spænding der aldrig kan ophæves. Man kunne sige, at 'fantasien er værkets egen vilje til tilblivelse.'" (Kirkeby 2007, 621).

På denne vis står flanøren til rådighed for værket eller produktet og giver i sin opmærksomme fysiognomisk orienterede dvælen produktet lov til at fattes ord, famle efter mening, stamme, synge og græde. Flanøren er således ingen kunstner, idet han intet skaber⁶⁴, men blot orienterer sig på mytens eventologiske plan, hvor det naturlige og overnaturlige er ét og det fysikalske produkt alene fremtræder gennem sin fysiognomi; ingen forklaring og intet navn har prærogativ undtagen det, som begivenheden kommer med.

"Fantasien er en begivenhedsbunden relation. Den er ikke en latent egenskab ved usædvanlige individer og særlige miljøer. Den er, ligesom tingenes skønhed, alle vegne. Den tilhører alle." (Ibid., 614)

"Fantasien spørger altid det Andet" (Ibid., 630), skriver Kirkeby, og det er via denne art fantasi, at flanøren bliver hyperrealist; søgende Andetheden – ikke som ren transcendens – men som den Andethed, der hele tiden initierer spillet med detteheden, nøjagtigt som jeg har fremført det begivenhedsæstetiske spil mellem fysikalitet og fysiognomi. Jeg betragter dette som opmærksomhedens erkendende installation af rotationsakser i den eventologiske realitet.

Rekonvalescenten: Konsumtion af det æstetiske "mere"

Den måde hvorpå flanøren tilegner sig Andetheden er i skikkelse af *"rekonvalescenten"* (Baudelaire 2001, 25), som den der aldrig er noget bestemt undtaget undervejs (i bedring og blivende rask). Som rekonvalescenten har flanøren et augmenteret sanseapparat og en indtryksappetit, som i æstetisk sammenhæng giver ham en fantastisk modtagelighed over for selv det mest trivielles strejf af Andethed.

Hvis vi således et øjeblik, fra virksomhedens perspektiv, betragter konsumenten som flanøren – her optegnet som rekonvalescenten – bliver det klart, at der også ligger et vist

⁶⁴ *"Fantasien har intet med undfangelse, frembringelse eller udsættelse af yngel at gøre, dens virke vanrøgttes af creatio-figuren, fordi den ikke er andet end mekanisme i værkets slusekammer, dets terminale begivenhed. Den er værkets forfaldsdato i tiden, den dag, da dets veksler skal indløses."* (Kirkeby 2007, 625)

potentiale for styring af det æstetiske "mere" ved at adressere flanøren i konsumenten, ligesom jeg har vist at de parisiske passager under industrialiseringen muliggjorde flanørens målløse lediggang. På samme måde kan Louis Vuittons Espace Culturel mane til en art konsument-flaneurisme som tør at afklæde sig semantikens og alignment-tankens snerrende bånd, men alligevel aldrig kan afvise den terminale intentionalitet. Espace Culturel-eksemplet forekommer mig dog at illustrere netop denne omvendte konstellation, hvor virksomheden søger at styre sine produkters "mere" ved på elegant vis at lade dem sole sig i betydningsekspllosionens lysskær, som ikke kan undgå at indfinde sig som et sagte men stadigt levende ekko i de fremtidige begivenheder, hvori Louis Vuittons produkter indgår.

Via vækkelsen af flanøren i konsumenten opstår der et eventologisk mellemrum, hvori det æstetiske "mere" endelig kan få lov til at være noget "mere" eller Andet. Her gives intet symbolsk diktat og konsumenten lægges ikke et semantisk alfabet i munden, fordi brandplatformen er stærk nok til at bære den betydningsekspllosion, som konsumenten antænder via sit flanerier.

Flanør-figurens potentiale?

Som ledelsesmæssig praksis kræver flaneurisme-figuren meget af designeren eller brand arkitekten, fordi flanerier ikke er en disciplin man kan uddannes i men snarere et refleksionsniveau; en praksis, som dog må have assistance fra teorien (filosofien) for at bidrage positivt til styringen og udviklingen af produkters æstetiske "mere". Derfor må jeg foreløbigt acceptere, at flanørens spidskompetence, snarere minder om implikationsdesignerens end den klassiske industrielle designers, al den stund implikationsdesigneren foretager den bevægelse fra proto-begivenhed mod almbegivenhed, som jeg har nævnt tidligere, hvorimod den industrielle designer foretager bevægelsen fra materiale (produkt-legeme/immanens) mod betydning (produktbetydning/transcendens) og brand manageren foretager den subreptionen, som søger at skabe vished i bevægelse fra betydning mod materiale.

Flanør-figuren er således ikke en model, der er umiddelbart implementerbar, som et sekventielt styringsloop, hvorigennem virksomheder er i stand til at afstemme sine handlinger efter publikums anticiperede reception. Som jeg har vist i behandlingen af den krystallinske refleksionsstruktur og de fysiognomiske erfaringsformer, er det æstetiske "mere" ikke opbyggeligt via særlige refleksionssekvenser, men må derimod acceptere at være i kontakt med ethvert tænkeligt refleksionsniveau, hvormed det netop bliver; ustyrligt.

Min pointe er derfor, at det er nødvendigt at opbygge et gennemgribende, solidt og alligevel agilt begreb om produkters æstetiske "mere", hvilket jeg allerede har præsenteret, og ud fra dette iagttage og analysere, hvordan det æstetiske "mere" sker over alt og hele tiden. Det er ikke sikkert at jeg indløser denne opgave via dette udkast til en praktisk flanør-figur. Måske er det helt andre figurer eller kompetencer, der skal bistå virksomhedernes styring af det ustyrlige æstetiske "mere", men under alle omstændigheder har jeg her slået et tema an, som jeg er overbevist om allerede har og i særdeleshed får afgørende betydning for virksomhedernes konkurrencedygtighed og differentieringsmuligheder på de overfyldte varehylder.

Sammenfatning

I denne fremstilling udvikler jeg et begreb om produkters æstetiske "mere", der tager afsæt i en omfattende analyse af centrale begreber og tanker i Ole Fogh Kirkebys begivenhedsæstetik, som den kommer til udtryk i "Skønheden sker" (2007). På baggrund af dette begreb tilbyder jeg et udkast til en praksis, som lader professionelle praktikere begribe og tilgå de særlige begivenhedskaraktistika, hvorigennem produkters æstetiske "mere" bliver disponibelt for strategisk ledelse.

Indledningsvist indkredser jeg fremstillingens problematik til, hvorledes virksomheder kan styre det æstetiske "mere", som knytter sig til deres produkter og herunder en begivenhedsfunderet udredning af begrebet om produkters æstetiske "mere". Derpå giver jeg et overblik over den filosofiske æstetik, som Kant og Dufrenne eksponerer i henholdsvis "Kritik af dømmekraften" (2007) og "The Phenomenology of Aesthetic

Experience" (1973). Her illustrerer jeg, hvorledes skønheden henholdsvis placeres hos subjektet som et deontologisk anliggende for dømmekraften i Kants æstetik og, hvordan Dufrenne i sin fænomenologisk orienterede æstetik relaterer skønhedsoplevelsen til genstanden, som Kant løsnede den fra, ved at betone rummet mellem det genstands- og erfaringsmæssige som det afgørende i sin æstetik. Via udfoldelsen af Kirkebys begreber om krystallinske refleksionsformer og ontostatik anlægger jeg en kritik af Kant og Dufrenne fra begivenhedens fløj.

Herpå skifter jeg gestalt, således at Kirkebys begivenhedsæstetik ikke anvendes som platform for kritik men derimod udgangspunktet for udviklingen af et begreb om produkters æstetiske "mere".

I denne del af fremstillingen viser jeg, hvordan den begivenhedsfunderede æstetik bryder med det konventionelle filosofiske ontologi-begreb ved at bygge sin teori op omkring begivenheden som et alternativt ontologisk niveau, proto-ontologien, hvor væren (det der er) erstattes af skeen (det der sker).

Med afsæt i begivenhedsbegrebet fremdrager jeg centrale begreber og tankefigurer, som manifesterer de radikale konsekvenser, det er muligt at drage ved at sætte skønheden på proces. Således illustrerer jeg både de ontologiske og epistemologiske implikationer ved at skønheden sker, hvoriblandt det reelle som ren overflade, skønhedens virtuelle omnipræsens, det skeendes entydige mangetydighed og de fysiognomiske erfarings nivellering af ethvert krystallinsk gyldighedskriterium er blandt de væsentligste.

Ovenpå eksplikationen af begivenhedsæstetikken centrale pointer og begreber, videreudvikler jeg begrebet om produkters æstetiske "mere" til at favne netop skønheden som begivenhed. Dette sker via præsentationen af en ikke-ekskluderende kiastisk figur, som pendulerer mellem materialitet og betydning.

Med dette begreb in mente undersøger jeg videre, hvordan den aktuelle henholdsvis design- og brandteori forsøger at udvikle og foreslå styringsredskaber til ledelsen af produkters æstetiske "mere". Her fremgår det, at de to teoridannelser, som jeg fremdrager; henholdsvis design (Crilly et al., 2008) og branding (Hatch & Schultz 2008),

synes mere indstillet på at holde styringen af det æstetiske "mere" som henholdsvis en affirmativ semantisk og "alignment" disciplin.

Yderligere illustrerer jeg, hvorledes enkelte designbureauer og modevirksomheder i et vist omfang lykkes med at indgå i et styringsforhold med produkternes æstetiske "mere", hvor semantikken og "alignment"-tankens krykker snarere snerrer end støtter. Jeg påpeger yderligere, at teoridannelsen på disse områder er ude af stand til at gribe produkternes æstetiske "mere" som det, der sker.

Afslutningsvist skitserer jeg et udkast til en praksis-figur, som er syntesen af det udviklede begreb om produkters æstetiske "mere" og den historisk specifikke flanør-figur og dermed personificere en art oplevelsesideal, som lader praktikerens tilgå produkters æstetiske "mere" på begivenhedens niveau, hvilket vil sige der, hvor skønheden sker. Jeg foretager denne syntetisering med henblik på at kvalificere professionelles styring af produkters æstetiske "mere".

Således kan mit konstruktive bidrag i denne fremstilling sammenfattes til det via begivenhedsæstetikken udviklede begreb om produkters æstetiske "mere" samt et udkast til en begivenhedsæstetisk orienteret og kvalificerende praksis-figur i skikkelse af flanøren.

Abstract

Title: Managing the unmanageable: an event aesthetic inquiry

The purpose of this thesis is to investigate how is it possible for companies to manage, what I term, *the aesthetic "more"* connected to its products.

The aesthetic "more" of products account for a great deal of the perceived value of products on the market today. However, the field seems to lack both a thorough concept of the aesthetic dimension of products as well as a practical approach to the management of this.

I set out to develop such concept and practice outline within the field of philosophical aesthetics. I take my point of departure in an overview of Immanuel Kant deontological subjectification of beauty that makes aesthetics a concern of judgement and Mikel Dufrenne's reconnection of the aesthetic to the object by making it dependent on both the object and the subject. I then present Ole Fogh Kirkeby who temporalizes this space between the subject and object, which enables us to understand the aesthetic "more" as an event. On this base, I propose a non-exclusive chiasm figure oscillating between materiality and meaning, which allows professionals to examine the aesthetic "more" exactly as an event; the on-going happening where materiality is mirrored in meaning and vice versa.

With this in mind, I examine how the management of the aesthetic "more" is being practised. I show how the theories available to professionals, who deal with this particular field, are limited to the two institutionalized disciplines; industrial design and branding, which I claim, do not consider the ontological and epistemological implications of the models and theories they propose. I therefore conclude the thesis by sketching out a practical anthropomorphism that synthesizes the event-based concept of the aesthetic "more" in the historically specific flaneur as a sort of experience ideal, which will inspire professionals to manage the aesthetic "more" as the beauty that happens.

Litteraturliste

- Adorno, Theodor W.** (1986): *Aesthetic Theory*, Routledge & Kegan Paul, New York, USA
- Adorno, Theodor W.** (1984): "Det naturskønne". I Dehs, Jørgen (red.): *Æstetiske teorier. En antologi*. Odense Universitetsforlag, Odense, DK, s. 65-94
- Alfthan, Camilla** (2009): "Vuittons sans for kunst", *Berlingske Tidende*, 4. sektion, 29. november, København, DK, s. 16
- Austin, Robert D.** (2008): "High Margins and the Aesthetic Coherence", *Harvard Business Review* (forethought), January issue, USA, s. 18-19
- Baudelaire, Charles** (2001): *Det moderne livs maler*, Samlerens Bogklub, København, DK
- Benjamin, Walter** (2007): *Passageværket (Bd. 1 & 2)*, Rævens Sorte Bibliotek, København, DK
- Charters, Steve** (2006): "Aesthetic Products and Aesthetic Consumption: A Reveiw", *Consumption, Markets and Culture*, Vol. 9, No. 3, September issue, USA, s. 11
- Crilly, N. & Clarkson, J.** (2006): "The Influence og Consumer Research on Produce Aesthetics" (draft). I *2006 (Croatia)*, s. 689-696
- Crilly, N., Maier, A. & Clarkson, J.** (2008) "Representing Artefacts as Media: Modelling the Relationships Between Designer Intent and Consumer Experience". I *International Journal of Design*, 2(3), 15-27, Taipei, Taiwan
- Dufrenne, Mikel** (1973): *The Phenomenology of Aesthetic Experience*, Northwestern University Press, USA
- Hatch & Schultz** (2001): *Are the Strategic Stars Aligned for Your Corporate Brand?*, Harvard Business Review, February Issue
- Hatch & Schultz** (2008) *Taking Brand Initiative*, Jossey-Bass, San Fransisco, USA
- Heidegger, Martin** (1994): *Kunstværkets oprindelse*, Samlerens Bogklub, København, DK
- Jørgensen, Dorte** (2001): *Skønhedens Metamorfose*, Odense Universitetsforlag, Odense, DK
- Jørgensen, Dorte** (2006): *Historien som værk*, Århus Universitetsforlag, Århus, DK
- Kant, Immanuel** (2007): *Kritik af dømmekraften*, Det lille Forlag, Frederiksberg, DK

- Kirkeby, Ole Fogh** (2005): *Eventum Tantum*, Forlaget Samfundslitteratur, Frederiksberg, DK
- Kirkeby, Ole Fogh** (2007): *Skønheden sker*, Forlaget Samfundslitteratur, Frederiksberg, DK
- Kirkeby, Ole Fogh** (2003): "The Greek Square, or, The Normative Challenge of Aesthetics" *Ephemera*, Vol. 3(3), s. 197-219
- Lyhne, Vagn** (2001): "Øjenvidnet". I Baudelaire, Charles: *Det moderne livs maler*, Samlerens Bogklub, Frederiksberg, DK s. 103-157
- Løgstrup, K. E.** (1996): *Kants Æstetik*, Gyldendal, DK
- Peirce, C. S.** (1955): "The Principles of Phenomenology". I Buchler, Justus: *Philosophical writings of Peirce*, Dover Publications, Inc., New York, USA, s. 74-97,
- Ponge, Francis** (2005): *At tage tingenes parti*, Arena, DK
- Tester, Keith** (1994) "The Flâneur" I Tester, Keith (ed.), *The Flâneur*, Routledge, London, UK
- Tolkien, J. R. R.** (1939): "On Fairy Stories" I *Tree And Leaf*, HarperCollins Publishers Ltd., New York, USA
- Zøllner, Kristoffer** (2009): "Vores kunst er jeres kunst", *Berlingske Tidende*, 4. sektion, 27. februar, København, DK, s. 4
- Reed, David** (2006): "Top brands thrive on ability to unravel corporate DNA", *Precision Marketing*, April (21) issue
- Schmidt & Bentsen** (2009) "Spanden der havde en sjæl", *LPF – nyt om ledelse*, nr. 1, februar, 12. årgang, Frederiksberg, DK, s. 16-17
- Valéry, Paul** (2000): *Monsieur Teste/Indføring i Leonardo da Vincis metode*, Samlerens Bogklub, København, DK