



Den moderne kroppskunsten

- et studie av tatovering som felt i Norge i dag



Karoline Andreassen

*Masteroppgave i sosiologi
Det samfunnsvitenskapelige fakultet
Universitetet i Tromsø
Våren 2008*

Forord

Det hele startet med et besøk ved *Arctic Tattoo Convention* i 2004. Det var her min interesse for tatovering begynte å spire. Jeg lærte fort at konvensjonene var et møtested for tatovører og ellers interesserte, og at denne arenaen også ga et tydelig bilde av dynamikken i feltet og relasjonene aktørene imellom. Fascinasjonen hadde herved våknet til liv hos den uerfarne sosiologistudenten, og nå, fire år senere har jeg igjen tatt steget inn i tatoveringsfeltet for å prøve å formidle til andre utenfor hva som befinner seg i denne ukjente, mystiske verdenen.

Erfaringene fra dette prosjektet blir jeg til å ta med meg videre i livet. Alle inntrykk, alle bilder, alle lukter og smaker, alle minner fra dette prosjekt-året, og ikke minst fra mine 5 år som sosiologistudent ved Universitetet i Tromsø kunne jeg ikke vært foruten.

Jeg vil med dette først og fremst takke mine foreldre og mine søstre for all støtte gjennom utdanningsforløpet mitt. Jeg gikk snublende og sjenert inn, men kom rakrygget og glisende ut fra Institutt for Sosiologi, og det er takket være de som har hatt tro på meg og latt meg leve ut mine fascinasjoner for merkelige og mystiske fenomener (dette gjelder også flere av lærerne ved instituttet - takk).

Videre vil jeg takke min samboer Peder for all støtte og tålmodighet. For sene kvelder, oppvask og middagsforberedelser. Jeg vil takke min medstudent Nina for innholdsrike og fornuftige (noen ufornuftige) samtaler nattertid på lesesalen. Trine, Helene, Lars og Julie for hjelp til korrekturlesing. Carl Bergsvik og Jan-Tore Øygard for hyggelig og varm velkomst samt hjelp ved Oslo og Stavanger Tattoo Convention og Marco Ventura for et kunstverk som for alltid vil minne meg om dette prosjektet.

Til slutt vil jeg rekke en stor takk til min veileder Anne-Britt Flemmen for all hjelp og motivasjon for å komme i mål.

Karoline Andreassen

Tromsø, mai 2008

INNHold

<u>1.0 INNLEDNING</u>	4
1.1 PROBLEMSTILLING OG BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA	5
1.2 TIDLIGERE FORSKNING PÅ FELTET	6
1.3 OPPGAVENS OPPBYGNING	7
<u>2.0 HISTORIE – KARTLEGGING AV FELTET</u>	9
2.1 TATOVERINGENS HISTORIE – BETYDNING OG BRUKSOMRÅDER	9
2.2 TILBAKE I TID	11
2.2 I DAG - DE FORSKJELLIGE STILARTENE	16
2.3 ART FUSION EXPERIMENT	20
<u>3.0 METODE – PROSESSEN, PLANLEGGING OG FRAMGANGSMÅTE</u>	22
3.1 METODISKE VALG OG DATAINNSAMLING	22
3.2 UTVALGET OG INTERVJUPROSESSEN	24
3.3 OBSERVASJON OG REFLEKSJONER	27
3.4 ETISKE VURDERINGER	29
3.5 EMPIRI OG TEORI	30
3.6 TRANSKRIBERING, KODING OG ANALYSE	30
3.7 VERIFISERING - KVALITETSSIKRING AV DATA	31
<u>4.0 TEORI</u>	33
4.1 SUBKULTUR	34
4.2 PIERRE BOURDIEUS FELT OG KAPITAL	36
4.3 POTENSIELLE UTFORDRINGER	40
<u>5.0 ANALYSE</u>	43
5.1 STIL OG METODE	44
5.2 KVALITET – TATOVØRER OG DERES ARBEID	46
5.3 KUNSTNER VERSUS HÅNDVERKER	54
5.4 RELASJONER AKTØRENE IMELLOM	59
5.5 KAPITAL OG RESPEKT	61
5.6 TRENDER	68
5.7 KUNDEGRUPPENE	73

6.0 DISKUSJON **81**

6.1 POSISJONER OG GRUPPERINGER **81**

6.2 TATOVERINGSFELTET OG SUBKULTURELL KAPITAL **83**

7.0 AVSLUTNING **89**

7.1 BEGRENSNINGER OG VIDERE FORSKNING **92**

7.0 LITTERATURLISTE **94**

Vedlegg 1: Informasjonsbrev

Vedlegg 2: Samtykkeerklæring

Vedlegg 3: Intervjuguide

Vedlegg 4: Brev fra Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste

1.0 Innledning

You want a tattoo. You don't know why, but you've always liked the way they look. You don't even know exactly what image you want, or where you'll get one. (...) A guy you know at the gym has a tribal armband tattooed around his right bicep. It looks great. (...) You wonder, did it hurt? You notice that many around you seem to have some marking or piercing. You wonder why. An answer to these musings is simultaneously simple and complex. This is not a return to primitive tribal behavior. We are not those people. We are too diverse a population and geographically isolated to belong to a tribe, and very few Westerners would consider themselves "primitive". So if we are not primitive and tribal, what are we? (Mercury, 2000:5)

Kroppskunsten ble før den fikk økt utbredelse på 1970-tallet sett på som en avvikerkultur på grunn av sine ekstreme metoder og ritualer som kan spores tilbake til gamle religiøse stammesamfunn. Jeg vil ta utgangspunkt i dette feltets endringer fra 70-tallet og frem til i dag. Tatovering som kroppskunst ble fra 70-tallet mer og mer utbredt og brukes i dag av en større gruppe mennesker. Tatovering har over lengre tid blitt omtalt som en subkultur da det har vært preget av en utbrytergruppe med klare identitetsmarkører og ønske om å være annerledes (Kraft, 2005). En subkultur er definert som en undergrunnskultur konsentrert om visse aktiviteter, verdier, territorielle rom, og annet, som på synlig vis differensierer den fra mer hegemoniske kulturformer (Kraft, 2005). Jeg vil i min oppgave drøfte om man kan betrakte tatovørene og de tatoverte som et miljø og om det kan forstås som en avgrenset subkultur.

Jeg har valgt å benevne tatovering for et felt, i tråd med Pierre Bourdieus definisjon av begrepet. En del av oppgaven min blir å drøfte om man faktisk kan kalle dette fenomenet for et felt. Her vil jeg imidlertid påpeke at jeg gjennom hele oppgaven kaller tatoveringen for *tatoveringsfeltet* uavhengig av om jeg snakker om subkulturen eller Bourdieus feltbetegnelse.

Jeg vil se på Bourdieus kriterier for feltet, fordeling av kapital og rangordninger. Ifølge Bourdieu vil det for eksempel foregå en indre strid på et hvert felt, en kamp om posisjoner (Brekke m. flere, 2003). Er dette synlig i mitt tilfelle? For å forstå og analysere feltet har jeg snakket med kunstnere/utøvere på feltet.

Hvilke forestillinger om tatovering finnes hos disse aktørene? Hva skiller ulike utøvere/kunstnere fra hverandre med henhold til symbolbruk, arbeidsmetoder, temaer, engasjement og livsstil? Hvordan betrakter ulike utøvere/kunstnere innen feltet hverandre? Hva gir respekt, eller i følge Bourdieu, kapital på feltet?

1.1 Problemstilling og bakgrunn for valg av tema

Tema for oppgaven er tatovering som felt i Norge i dag, med fokus på medlemmenes egne oppfattelser av seg selv, sin praksis og sine omgivelser.

Oppgavens hovedproblemstilling: Hvordan har oppblomstringen av tatoveringen i siste halvdel av 1900-tallet påvirket feltet?

Som et ledd i å belyse denne spør jeg: Hvor ensartet er feltet i dag? Finnes det egne miljøer og særegne livsstiler, eller er feltet preget av enkeltutøvere? Er tatovering fortsatt et undergrunnsfenomen? Hvilke relasjoner finnes mellom utøvere på feltet?

Gjennom denne oppgaven ønsker jeg å belyse om kroppskunsten kan betraktes som et felt der utøvere med felles interesse og livsstilsoppfatninger skaper sitt eget lille miljø og kunstform.

Jeg synes det er interessant at ekstreme subkulturer med lang historie over de siste 40 årene ser ut til å ha fått innflytelse på mainstreamkulturen og har utviklet seg i mange nye retninger. *Mainstream* blir gjerne brukt til å beskrive en type normalitet. Hvis mainstream i det hele tatt kan defineres, er det knyttet til det kommersielle. Det er noe du ikke behøver å oppsøke, men som finnes på alle radiokanaler, listetopper og i alle klesbutikker. Mens mainstreamen identifiseres gjennom kvantitative målinger, blir subkulturen alltid målt ut fra kvalitative betingelser (Boyd, 2005). Det å bli en del av mainstream er selve hovedtrusselen for subkulturen. Bli subkulturen en del av mainstreamkulturen og endres subkulturens koder og symbolikk til å ha tilnærmet seg mainstreamkulturens kommersielle preg har den kanskje mistet noe av det den står for. Jeg lurer på hva som skjer med slike tidligere undergrunnskulturer som for eksempel tatoveringen.

Jeg vil drøfte hva som skjer med denne livsstilens symboler og gamle tradisjoner idet den blir en del av mainstream. Har kunstneren blitt en utøver, har livsstilen blitt en arbeidsplass, eller omvendt?

Symboler som før hadde en bestemt betydning for gruppens medlemmer ser i dag ut til å bli satt inn i nye sammenhenger og derigjennom omformet til ubetydelige tegn og bilder som hvem som helst kan føle tilhørighet til, eventuelt ikke føle noen som helst tilhørighet til. Symbolene blir brukt fordi bildene er fengende og vakre som kroppssmykker.

For meg er dette feltet interessant på grunn av sitt slør av mystikk. Fra å være en undergrunnskultur med klare identitetsmarkører og et belastet rykte i det offentlige, ser det ut til å ha utviklet seg til å bli en omfattende bransje som i aller høyeste grad er en del av det moderne samfunnets markedsøkonomi. Flere og flere tar i bruk disse utøvernes/kunstnerens tjenester og viser interesse for deres arbeid. Det som tidligere var særegent og spesielt, kun forbeholdt en spesifikk gruppe er i dag tilgjengelig for den som måtte ønske å delta. Jeg vil gjennom min oppgave beskrive og analysere feltet, og jeg vil stille spørsmål om hva som har skjedd med feltet som et resultat av denne utviklingsprosessen.

1.2 Tidligere forskning på feltet

Det har blitt gjort veldig lite samfunnsvitenskapelig forskning på tatovering. Religionsviter Siv Ellen Kraft presenterer i *Den ville kroppen* (2005) et studie av kroppskunst/ kroppsmodifikasjon, med hovedfokus på dagens kroppskunstnere og såkalte *moderne primitive* (Kraft, 2005). I boka spør hun hvorfor tatovering og piercing har blitt mote og hvorfor folk ønsker å utsette seg selv for smerteritualer og permanente kroppsmarker. Hun skriver at de tradisjonelle tatoveringene ble brukt som sosiale identitetssymboler. De markerte gruppetilhørighet og fantes blant sjømenn, prostituerte, kriminelle og i motorsykelgjenger. Tatoveringer har også opp gjennom tidene vært en måte å merke slaver og fanger på. Dette endret seg fra tidlig på 1970-tallet. Tatoveringer har gått fra å markere tilhørighet til en gruppe, til å markere individualitet (Kraft, 2005).

I tillegg til Kraft har jeg også tatt med et sosialantropologisk perspektiv på subkultur presentert av Bror Olsen. I *Emosjonelle landskaper. Identitet, konsum og marked* (2003) tar han for seg ungdomskulturer/subkulturer som modeller for identitet.

Moderne samfunn er samfunn i sterk grad av endring hvor også ungdoms identitetsdannelse foregår på nye måter. Olsen drøfter i denne artikkelen identitetsdannelse på bakgrunn av tradisjonelle klassebaserte modeller mot en utvikling hvor etterkrigstidens subkulturer får en større betydning.

Et av artikkelens sentrale poenger er at kommersielle virksomheter må tilpasses en samtid hvor motstand mot kommersialisme er et kjernepunkt som det aller meste av ny stil springer ut av (Olsen, 2003).

Maureen Mercury tar i sin forskning utgangspunkt i skillet mellom menneskekroppens mentale og fysiske funksjoner som en motivasjonsfaktor for det å bestemme seg for å ta en tatovering eller piercing. Hun mener at det moderne samfunnets fokus på menneskenes mentale egenskaper gjør at kroppens sanser blir neglisjert. Hun tror at folk tar i bruk kroppskunst som tatovering og piercing for å vekke til liv kroppens følelsesmessige funksjoner som har mistet sin kapasitet til å føle (Mercury, 2000).

1.3 Oppgavens oppbygning

Jeg har valgt å innlede denne oppgaven med et kort tilbakeblikk på tatoveringens historie (kapittel 2). Da det ikke er gjort særlig med samfunnsvitenskapelige studier av tatovering før, ser jeg på det som en del av min oppgave å kartlegge dette feltet for mine lesere. Jeg vil gi en stilmessig beskrivelse av innholdet, og de endringene som har skjedd på feltet opp i gjennom tidene. Dette vil gi leseren et grunnleggende bakteppe av kunnskap som vil gjøre det enklere å sette seg inn i og forstå analysen.

Metodekapittelet (kapittel 3) omhandler planlegging og gjennomføring av prosjektet, med hovedfokus på den vitenskapelige metoden jeg har valgt å ta i bruk for konstruksjon av data, og videre hvordan jeg planlegger å analysere disse. Her vil jeg også kort fortelle om selve skriveprosessen og ting jeg har lært underveis. Blant annet har jeg endret på både problemstilling og tittel på oppgaven siden jeg først begynte med dette prosjektet.

I teorikapittelet (kapittel 4) vil jeg presentere de teoretiske verktøyene jeg har valgt å ta i bruk i analysen av mine data. Som allerede nevnt vil jeg å ta i bruk subkulturtermer på bakgrunn av at tatoveringen lenge har vært en undergrunnskultur. Videre vil jeg supplere med elementer fra Pierre Bourdieus feltteori, da jeg anser disse for å være fruktbare i min analyse. I denne sammenheng har jeg også valgt å ta i bruk hans kapitalformer i drøftingen av hva som gir anerkjennelse og respekt på dette feltet. Jeg vil fokusere på kriteriene tilknyttet subkulturen og feltteorien, for å videre diskutere i hvilken grad disse begreper kan bidra til en forståelse av hva som skjer innen tatovering i dagens samfunn.

I Analysekapittelet (kapittel 5) vil jeg ta i bruk ovennevnte kriterier tilknyttet subkulturen og feltteorien som en rød tråd for å kunne diskutere om tatovering best kan forstås som et felt eller som en subkultur, da disse kan ses på som to motsetninger. Jeg vil også drøfte datamaterialet med dette utgangspunktet i et eget diskusjonskapittel (kapittel 6) til slutt i oppgaven. Videre følger avslutning med konklusjon (kapittel 7). Her vil jeg forsøke å gi et svar på de innledende spørsmålene, før jeg helt til slutt vil si noe om oppgavens begrensninger og komme med forslag til videre forskning.

2.0 Historie – kartlegging av feltet

Oetsie, den 4000 år gamle ”ismannen” som ble funnet i Alpene for noen år tilbake, hadde tatoveringer. I det gamle testamentet i Bibelen ble tatovering negativt omtalt, fordi dette ble sett på som en hedensk skikk. Grekerne og romerne så også på det som et uttrykk for barbari. I Europa tok man ikke i bruk tatoveringer før etter middelalderen, selv om det før den tid var vanlig at korsfarerne tatoverte seg med kors. (Vik m. flere, 2004)

Gjennom dette kapitlet skal jeg ta for meg utvalgte aspekter ved tatoveringens historie for å gi et skissemessig innblikk i hva som har skjedd i feltet opp igjennom tiden. Her vil også ulike typer tatovering samt tatoveringens posisjon i forhold til andre kroppskunstformer bli beskrevet.

2.1 Tatoveringens historie – betydning og bruksområder

I et historisk perspektiv har tatovering og piercing alltid vært viktige uttrykksformer for mennesker. Kroppsdekoring handler om kommunikasjon - om å benytte kroppen som lerret for tegn og symboler. Dekorering av kroppen og forming av kroppsdelene er velkjente historiske fenomener som alltid har vært (og fortsatt vil bli) anvendt over hele verden. I Afrika har det flere steder vært vanlig å forme hodene til barna ved hjelp av stramme bånd. I Kina har man formet føttene til jentebarn ved å snøre dem inn. I Europa brukte man på 1700-tallet korsetter som på markert måte formet overkroppen, og i de mest ekstreme tilfellene fjernet man i tillegg de nederste ribbeina for å få smal nok midje. Både i Egypt, Peru og på Filippinene har man funnet tatoveringer på mumier. Eskimoene brukte også tatoveringer blant annet for å se om kvinner kunne tåle smerten som et bevis på at hun var klar til å få barn. Dette er noe man har kunnet konstatere når man har funnet lik som har vært frosset inne i is. (Vik m. flere, 2004)

I vår del av verden er det i nyere tid først og fremst sjøfolk som har benyttet tatovering. Man kan i tillegg nevne at tatovering har vært et kjennemerke for denne yrkesgruppa. Det har markert tilhørighet, identitet og yrkesstolthet. I mange land har tatoveringer vært forbundet med et tvilsomt rykte og har ofte blitt assosiert med marginaliserte grupper. (Vik m. flere, 2004)

Selv om kroppsdekorerings har vært praktisert i mange ulike kulturer tidligere, har tatovering nå blitt så vanlig at det historisk sett ikke finnes paralleller til den store utbredelsen. Dette kan forklares med at det er blitt *mote*. I dag er det helt vanlig at både manekenger, filmstjerner og mer generelt veltilpassede og etablerte grupper i befolkningen har tatoveringer. Tidligere har det først og fremst var en skikk innenfor avgrensede subkulturer i samfunnet. (Vik m. flere, 2004)

Som historisk fenomen kan man hevde at kroppsdekorerings både handler om estetikk og kreativitet, rituelle og religiøse praksiser, gruppetilhørighet og identitetskonstruksjon. I førmoderne, stabile og lite differensierte samfunn er slike funksjoner innvevd i hverandre. De er en del av den kulturelle orden og en viktig måte å markere rolleoverganger på, samt overgangsriter, for eksempel fra barn til voksen. Slik sett er kroppsdekorerings et budskap til andre om hvem man er og hvilken gruppe man tilhører. Slik skapes det orden i samfunnet. Det å utsette seg for slike, ofte smertefulle inngrep, kan også oppfattes som synlig uttrykk for tilslutning til sentrale idealer og verdier som for eksempel mot og viljestyrke (Vik m. flere, 2004: avsn.6).

I tillegg til tatovering blir jeg i løpet av oppgaven å nevne andre kropps-kunstformer som for eksempel *branding* og *scarification*. Branding, eller *merking* går ut på at man brenner et motiv inn i huden med oppvarmet metall. Branding ble tidligere brukt for å markere slaver eller kriminelle. Det som appellerer til dens brukere i dag er utfordringen og smerteaspektet ved ritualet (Polhemus, 2004). Scarification eller *arring* stammer fra Afrika, hvor mennesker tidligere så på det som en essensiell del av det å være vakker. En skarp bit flint, et bein eller et skjell ble brukt til å skjære motiver inn i huden (Polhemus, 2004). Noe av det viktigste med scarification er ikke selve arringen, men behandlingen etterpå. Ettersom hvilket resultat du ønsker, varierer også måten du skal behandle såret på i ettertid. For eksempel hvis du ønsket et mer levende, framtrædende arr ble det åpne såret gnidd inn med enten aske, kull, jord eller juice fra bær, da dette irriterte såret og skapte den rette effekten (Polhemus, 2004).

2.2 Tilbake i tid

Cook og Polyneserne

Den nordamerikanske tatoveringshistorien startet med oppdagelsesreisendes kolonialisering og misjonæraktiviteter i Stillehavet i det 17. og 18. århundre. Tatovering hadde i forkant av kolonialistenes møter med lokalbefolkningen i Polynesia eksistert en stund i Europa. For eksempel hadde kristne pilegrimer tatoveringer som suvenirer og bekreftelse på deres tro. Disse hadde de skaffet seg under pilegrimsreiser de gjorde i det hellige land i det 16. århundre (Bjørkli, 2002). Polynesiske tatoveringer kan, gjennom arkeologiske bevis, spores tilbake til 2000 år før vår tidsregning. Bevis på dette har blitt funnet på alle de polynesiske øyene (Bjørkli, 2002:).

Kaptein James Cook, en europeisk oppdagelsesreisende som seilte med den Britiske marinen, var den første til å rapportere om tatoveringene fra Polynesia i 1769. Cook og hans mannskap gjorde på etterfølgende reiser, også nedtegnelser av tatoveringene de så. Cook var også den første vestlige som tok i bruk det Tahitiske ordet for tatovering; *ta-tu* eller *tatau* (før den tid ble tatovering kun omtalt som *prikker* og *merker*) (Bjørkli, 2002: avsn.2). De tatoveringene som ble oppdaget og nedtegnet inkluderte linjer, stjerner og andre geometriske tegn, men også motiver av dyr og mennesker. Disse ble båret av både kvinner og menn. Ved den første europeiske kontakten var motivene hovedsakelig lineære og hadde mest sannsynlig en genealogisk og beskyttende funksjon. I 1784 lot Cook og hans mannskap seg selv tatovere av de innfødte, og dette har vist seg å ha en sentral rolle i overføringen av disse tatoveringene til Europa (Bjørkli, 2002: avsn.3).

Ved det 19. århundre kunne sjøreisende registrere at designene nå også inkluderte rifler, kanoner, datoer og ord blant annet til minne om avdøde høvdinger. Disse nyere designene ble sannsynligvis introdusert for polyneserne av Cooks mannskap. Uten denne kryssbefruktningen er det tvilsomt at tatoveringen ville reetablert seg i Europa eller at det ville bli sett på som noe annet enn en primitiv særegenhet (Bjørkli, 2002: avsn.4).

Maorienes Moko

I 1769 gjorde Cook sin første reise til New Zealand, og på denne turen ble han og hans mannskap introdusert for de innfødtes tatoveringer, *moko*. Også denne gangen ble tatoveringene nedtegnet av Cooks mannskap. Moko blir omtalt som kunsten å prikke og skjære intrikate mønstre på kroppen, også i ansiktet, og har lange tradisjoner blant maorier. Det ble sett på som en magisk og religiøs kunst for høvdinge og krigere, men også kvinner lot seg dekorere. Moko ga blant annet seksuell kraft. I dag er moko i ansiktet kun brukt av de modigste, men store dekorasjoner andre steder på kroppen opplever en renessanse i takt med fornyet kulturell og etnisk stolthet (Bjørkli, 2002: avsn.7).

På samme måten som tatoveringene på Tahiti, ble maoritatoveringene også influert av den europeiske kontakten. Originalt ble maoritatoveringene påført ved at man skar i huden for deretter å gni blekk i det åpne såret. Etter at europeerne ankom, brakte sjømenn med seg metall til maoriene, dette satte dem i stand til å adoptere stikkemetoden som man blant annet fant i deler av Polynesia. (Bjørkli, 2002)

Videre utvikling

Den første kjente profesjonelle tatoveringsartisten holdt til i USA, og het Martin Hildebrandt. Han etablerte i 1846 et tatoveringsstudio i New York der han hovedsaklig tatoverte sjømenn og soldater. I denne sammenheng kan man trygt si at han var et viktig ledd i det som ble tradisjonen med tatoverte amerikansk militært personell. Etter den spanskamerikanske krigen dukket det opp et helt nytt klientell i denne bransjen. (Bjørkli, 2002: avsn.8)

Tatoveringer viste seg å bli siste skrik blant den europeiske sosieteten som, i likhet med sjømenn, også hadde sine første møter med tatoveringen på sine reiser i det fjerne Østen. To engelske tatovører ved navn George Burchett og Tom Riley tatoverte tusenvis av engelske og europeiske medlemmer av aristokratiet, og Burchett har også skrevet i sine memoarer at prinsen av Wales startet denne trenden som viste seg å vare helt til begynnelsen av første verdenskrig. (Bjørkli, 2002: avsn.8)

Frem til 1890 var tatovering fortsatt et håndarbeid, en prosess som var tidskrevende og kostbar. I 1891 tok Samuel O'Reilly patent på den første elektriske tatoveringsmaskinen, basert på perforeringspennen som var oppfunnet av Thomas Edison (blant annet kjent for å ha funnet opp lydopptakeren og fonografen). Ved oppfinnelsen av tatoveringsmaskinen, eller *tatoomaskina* som tatovørene kaller den, som tillot tatovøren å bruke flere nåler samtidig for kontur og skyggelegging, ble den amerikanske tatoveringsstilen født. Den kan best beskrives med solide svarte linjer, vanligvis laget med fem eller flere nåler, tung svart skyggelegging og noen få farger (først svart og rød, og senere ble også blå og grønn tilgjengelig) (Bjørkli, 2002: avsn.9).

Tatoveringer laget med den nye maskinen var mindre smertefulle, billigere, samt enklere og raskere å lage, og dette bidro sterkt til utbredelsen av tatovering i de lavere klassene og den påfølgende oppgivelsen av tatovering blant de rike. De første tatovørene var typiske arbeiderklasse menn uten noen kunstnerisk utdannelse. Deres design ble klassiske og deres påvirkning på samtidens tatovering kan fortsatt sees i dagens tatoveringer (Bjørkli, 2002: avsn.9).

Det som var vanligst på denne tiden var at kundene valgte sine motiver ut ifra eksempler som hang på veggene i tatoveringsstudioene. Dette er noe som i aller høyeste grad fortsatt er i bruk i dag, og disse blir kalt *flash* tatoveringer. Flashdesignene fulgte en viss oppskrift, og man fant de samme motivene på veggene i praktisk talt alle studioene, selv om de ofte var tegnet med små variasjoner. Tatovørene signerte sine egne flash, men likevel var andre raskt ute med å kopiere dem. De gjorde små modifikasjoner på motivet og kalte det sitt eget, og av den grunn er det i dag vanskelig å fastsette opprinnelsen til de fleste av disse tatoveringsdesignene (Bjørkli, 2002).

Tatoveringskulturen på 40-50 tallet fremsto som en maskulin verden. Sterilisering var ikke-eksisterende. En bøtte med skittent lysolvann ble brukt til å rense maskinen mellom kundene og en skitten svamp ble brukt til å tørke av kundenes kroppsdeler,

både før, underveis og etter tatoveringen. Blekket som ble brukt kom fra et felles glass og ble ikke byttet ut mellom kundene.

Nålene gikk også på gjenbruk (Bjørkli, 2002: avsn.12). I dag stilles det mye høyere krav til helse, miljø og sikkerhet ved tatoveringsstudioene.

Tatoveringsrenessansen

Fra midten av 1960-årene fikk tatoveringen en egen renessanse over hele den vestlige verden. Stadig yngre tatovører kom til, disse gjerne med universitets- og kunstskolebakgrunn og erfaring med tradisjonelle kunstneriske former.

De begynte å utforske tatovering som uttrykksform og la, i motsetning til de tradisjonelle tatovørene, mer vekt på det kreative heller enn det økonomiske aspektet. De spesialiserte seg på sjeldne design og var selektive med hvem de ville tatovere. Dette gav tatovering økt status (Carlsen, 2004).

I 1960-årene var det to utviklingstrekk som hadde en viktig innflytelse på kroppskunstbevisstheten i USA og Europa: Den ene var fredskorpssene og tilsvarende bevegelser der større grupper mennesker fikk erfaring med fremmede og eksotiske kulturer. Omtrent samtidig begynte hippiebevegelsen å adoptere ikke-vestlig kroppsdekoring. I 1970-årene var det viktig for homofile og kvinner i kvinnebevegelsen å vise at de hadde kontroll over egen kropp. Dette gav seg uttrykk i kontroversielle former for kroppskunst. I 1980-årene var det pønkbevegelsen som utfordret forankrede normer gjennom kroppsutsmykningen. Fra 1990-årene og fremover kom den nye tatoveringsbølgen også til Skandinavia. Tatoveringskunsten fikk en voldsom renessanse og folks ønske om å tatovere seg økte (Carlsen, 2004).

Stereotypiske tatoveringer – tre eksempler

Siden 1960-tallet har bikere utpekt seg som den gruppen som blir mest assosiert med tatoveringer, og de har til og med overtatt ”tronen” fra sjømennene. Stilen og innholdet i *bikertatoveringen* har imidlertid vært radikalt forskjellig fra tradisjonell tatovering. Tatoveringene er nesten utelukkende svarte og de er laget med tynne linjer,

i en en- nåls stil som vanligvis har vært assosiert med Chicano¹- og fangetatoveringer. Bikertatoveringens billedbruk er også forskjellig fra tradisjonelle arbeiderklasse motiver (Bjørkli, 2002: avsn.13).

Eksempler på klassiske bikermotiver er Harley Davidson motorsykler, klubblogoer, marihuana blader og hodeskaller. Både på menn og kvinner finner man at bikertatoveringer som oftest er plassert på synlige steder på kroppen, ettersom de er offentlige kommentarer, eller *statements* i tillegg til private uttrykksformer (Bjørkli, 2002: avsn.13).

I Europa kan man datere *fengselstatoveringens* tradisjon tilbake minst tre århundrer. Metodene som blir brukt i fengselstatoveringen er de samme som i Chiano, med håndlagede tatoveringer av svart blekk. Akkurat som biker og Chiano-tatoveringer markerer fengselstatoveringer at man tilhører et spesifikt sosialt nettverk på utkanten av samfunnets hovedretning (Bjørkli, 2002: avsn.14).

Pønk er den mest notoriske av de senere ungdomsbevegelsene som oppstod på 1970-tallet. Av massemedia blir den karakterisert som lumsk, fordervet og primitiv, og provoserte frem en vidtrekkende fordømmelse da den oppmuntret til moralsk opprør. Flere år senere blir pønk sett på som et kulturelt fenomen som har påvirket flere samfunnsområder som; samtidsmusikk, mote, design, litteratur, film og vestlige estetiske trender generelt (Bjørkli, 2002: avsn.18).

I utgangspunktet holdt de fleste pønkere seg langt unna de etablerte tatoveringsartistene, ettersom disse ble sett på som gamle, for mainstream, for dyre eller for konservative til å kunne tilby motiver som var interessante for dem. Dette resulterte i at mange pønkere begynte å tatovere selv. Dette var noe som gjenspeilet seg i designene og kvaliteten, og som reflekterte pønkens gjør-det-selv holdning og uslipte estetikk (Bjørkli, 2002: avsn.19).

Pønkerne lånte motiver fra vestlig tatoveringstradisjon, men de utviklet også sine egne motiver.

¹ **chicano**, amerikaner av meksikansk avstamning, opprinnelig ofte lavtlønnet landarbeider som flytter omkring. Brukes i dag av mange meksikanskåttede som nøytralt begrep uten sosiale henspeilinger.

Her kan paralleller trekkes til for eksempel deres utsmykninger på klær, da disse også omhandlet temaer som menneskelig moral og forfall. Hodeskaller, dødsfigurer og makabre motiver var vanlig. I tillegg brukte de motiver som edderkopper, spindelvev, flaggermus, slanger og symbolet for anarki (sirkel-a) (Bjørkli, 2002: avsn.19).

2.2 I dag - de forskjellige stilartene

De klassiske tatoveringsmotivene, eller *Old-School* som disse kalles i dag, har også fått sin velfortjente renessanse. Dette er en *motivverden* som hele tiden har vært populær i *rockabilly*² miljøene, men nå begynner stadig flere å få øynene opp for denne stilen. I dag forbindes den, mer enn noen annen, med den ”typiske tatoveringen” (Bergsvik, 2007).

Old-School’en var lenge underkjent av mange på grunn av sine forholdsvis enkle og tegneserieaktige motivuttrykk, i tillegg til at mange assosierte den med noe gammeldags og umoderne. Disse tatoveringene ble designet for å fungere på hud og for å tåle ”tidens tann”. Typiske Old-Schoolmotiver er pantere, ørner, dolker, hodeskaller, roser, hjerter, damer, småfugler, ankere, båter og drager for å nevne noen. Gjerne flere av disse kombinert, i tillegg er skriftmotiver med statements mye brukt (Bergsvik, 2007).

Innenfor Old-School tradisjonen har legendariske tatovører som Sailor Jerry Collins fra Hawaii blitt kopiert og vel brukt som inspirasjonskilde verden over.

Skal man knytte noen regler til Old School-stilarten, er det kun fargende rødt, grønt, brunt, svart og gult som gjelder (Bergsvik, 2007).

² Rockabilly er en av de første stilene innenfor rockemusikken. Kombinasjon av ”rock” og ”hilibilly”.



Old-School tatovering: www.leading-light.com

Dagens tatovører har et langt større fargespekter å velge mellom enn tidligere, noe som har gitt nye dimensjoner til Old-School stilen. Old-School inngår også til dels i den mer moderne *New-School* stilen. Ikke bare på grunn av fargemulighetene, men også fordi Old-Schoolens motivverden er blitt adoptert av New-School, som regel i en villere og mer fantasifull form (Bergsvik, 2007).

I tillegg til Old-Schoolmotiver er New-School også inspirert av graffitikunsten og tegneserier, særlig de japanske *mangaseriene*³. Felles for denne typen "*low brow*" *kunst*⁴ er som regel bruken av farger, tydelig og kraftig omriss, samt stiliserte detaljer. Ofte har New-Schoolmotiver et psykedelisk uttrykk (Bergsvik, 2007).



New-School tatovering: www.leading-light.com

New-Schooltatoveringene begynte å dukke opp på begynnelsen av 90-tallet, men det er først de siste årene den har fått fotfeste i Norge. Tatovørene blir sett på som pådrivere av denne utviklingen. (Bergsvik, 2007)

³ Japansk Manga er tegneserier med historier om science fiction, sport og romantikk som fremstiller portretter av kvinner og menn på en veldig stereotypisk måte.

⁴ Low Brow-kunst beskriver en undergrunnsbevegelse med fokus på visuell kunst som oppstod i Los Angeles på slutten av 70-tallet. Denne kunsttypen er ofte inspirert av tegneserier, punkmusikk og andre subkulturer. Går ofte under navnet "pop surrealisme".

Japaneese, eller den japanske tatoveringen som den kalles i Norge, er vel utbredt i tatoveringsfeltet verden over. Dette er den av stilartene som alltid har vært mye brukt og som mest sannsynlig alltid vil ha en sentral rolle i feltet.

Tatovering i Japan kan man spores tilbake til Yahoï-perioden (fra rundt 300 år før vår tidsregning) og det kan virke som om den har sin opprinnelse i form av ansiktstatovering. Disse tatoveringene ble mest sannsynlig brukt både i dekorativt og religiøst henseende. Motiver ofte brukt i denne stilarten er scener fra legendariske slag med mystiske helter og krigere som hadde skapninger som koifisker, drager og tigere tatovert på sine kropper. Disse var omgitt av høyst stiliserte bølger, elementer av vind, blomster, inkludert kirsebærblomster, krysantemum og bonderoser (Bjørkli, 2002: avsn.16).



Japaneese tatovering: (www.leading-light.com)

I tillegg til Old-School, New-School og Japaneese har jeg i denne oppgaven valgt å ta med stilartene *Tribal*, *Black & Grey*, og *Prikketeknikken*. Dette fordi informantene som ble intervjuet til dette prosjektet jobber innenfor disse stilartene, samt at det var disse stilartene som gikk igjen i konkurransene ved de forskjellige *konvensjonene*⁵ jeg besøkte. Jeg vil videre, på bakgrunn av mine observasjoner og den muntlige informasjonen jeg har mottatt gjennom min deltagelse på feltet, legge frem noen korte beskrivelser av disse stilartene. Her har jeg også valgt å ta med noen bilder.

⁵ *Konvensjon* eller Convention er en messe/sosial arena der tatovørene samles for å få vist fram, både til hverandre og til kunder hva de driver med.

Oversatt fra engelsk betyr ordet tribal *stamme*.



Tribal tatovering: (www.leading-light.com)

Disse tatoveringene kjennetegnes ved at de som regel er helsvarte og består av striper og mønstre som ikke nødvendigvis er forankret i noen spesiell form eller motiv. Disse stammer blant annet fra maorienes moko og de gamle polynesiske tatoveringene.

Black & Grey er, som navnet beskriver, svarte og gråe tatoveringer.



Black & Grey-tatovering: (www.leading-light.com)

I denne stilarten er skyggelegging en viktig del. Det er ingen spesifikke motiver eller symboler knyttet til denne stilarten, det er bruken av farger og skyggelegging som forteller deg om en tatovering er innenfor Black & Grey-stilarten.

Prikketeknikken har de norske tatovørene adoptert fra danskene. Denne stilarten ble utviklet av kunstneren Carsten Svennson på 1960-tallet, og går ut på at man bruker prikker istedenfor streker i utformingen av motivene. Teknikken ga langt større presisjon og mulighet for mange flere detaljer enn ved bruk av strektegning⁶. Det er kun to studioer i Norge som har tatt i bruk denne teknikken.

⁶ Carsten Svennson : <http://www.svennson.backie.com/dk/1.html>



Prikketeknikken

Av: Marianne, *Kunst med Puls*

2.3 Art Fusion Experiment

Art Fusion er noe som først ble introdusert for meg gjennom en av informantene som visste en del om praksisen og selv hadde deltatt på slike aktiviteter. Senere fikk jeg se *Art Fusion* i virkeligheten på tatoveringsmessa i Stavanger. Dette blir stadig tatt i bruk på konvensjoner, som en underholdningsdel.

Art Fusion er noe som startet på 90-tallet, hvor de store navnene innenfor tatoveringsbransjen gikk sammen og begynte å tegne og male sammen. Dette har blitt veldig utbredt og kalles i dag for ”*Art Fusion experiment*” (Booth m.flere, ukjent årstall).

Art Fusion er en kunstform skapt av tatovører på tatoveringsfeltet og som på en måte har sprunget ut fra tatoveringspraksisen som en alternativ kunstform (Booth m. flere, ukjent årstall). Som regel foregår *Art Fusion* som en slags forestilling der et visst antall tatovører enten ruller på like mange lerret eller jobber flere sammen på et lerret, samtidig. Slik får alle bidra med sitt. Dette eksperimentet kan også utføres på en kropp med tatoveringsnåla. Informantene kan fortelle at med *Art Fusion* har tatovørene åpnet en ny dør i feltet, der ikke bare tatoveringsfeltets kjerne av aktører har fattet interesse for dem og det de skaper, men de får for første gang også anerkjennelse fra andre deler av kunstfeltet. Tatoveringen blir med *Art Fusion* tatt ut fra sitt opprinnelige element og plassert inn i kunstgalleriene som en del av billedkunsten.

Jeg har valgt å ta med dette med *Art Fusion* fordi jeg mener det har betydning for hvordan kapital fordeles på feltet i dag. Ved at kunsten endrer seg, endres også reglene rundt fordeling av kapital.

Og ved at man kan bevege seg mellom forskjellige kunstformer, kan man også bevege seg innad i kunstfeltet og oppnå symbolsk kapital på flere forskjellige måter enn tidligere.

3.0 Metode – Prosessen, planlegging og framgangsmåte

Jeg forsket døgnet rundt, om så det gjaldt.

Vel vet jeg meget, men jeg vil vite alt.

Johann Wolfgang von Goethe

3.1 Metodiske valg og datainnsamling

Gjennom dette prosjektet har det vært fruktbart for meg å ta i bruk de tematiske spørsmålene *hva, hvorfor og hvordan*. Med dette har jeg fokusert på å først innhente forhåndskunnskap om det emnet jeg har bestemt meg for å undersøke. Dette har jeg gjort ved å ta i bruk tidligere forskning og annen informasjon tilgjengelig på feltet.

Videre har det vært viktig å klargjøre formålet med studien. Hvorfor er dette relevant, og for hvem? Jeg har her kommet fram til at mine motiver delvis har vært personlige, da jeg lenge har vært fascinert av feltet og praksisen. Videre ønsker jeg også å bidra med noe nytt innenfor samfunnsvitenskapen, da få forskere før meg har vist interesse for tatoveringspraksisen, og tatoveringen som en sosial arena.

I tillegg til ovennevnte motiv ønsker jeg også å vise samfunnet generelt hva tatovering er og hvilke mennesker som deltar på dette feltet, da det langt tilbake i tid er knyttet flere negative assosiasjoner med tatoverte mennesker.

Når disse punktene var etablert begynte jeg prosessen med å innhente kunnskap om aktuelle metoder for konstruksjon av data og analyseteknikker.

Med utgangspunkt i prosjektets tema og problemstilling ble det naturlig for meg å velge en kvalitativ tilnærming for å konstruere relevant datamateriale. For å kunne si noe om innholdet i tatoveringsfeltet anså jeg det som fruktbart å snakke med tatovørene, de som driver med praksisen. På denne måten ville jeg få innsikt i deres egne opplevelser og tanker i forhold til praksisen og feltets status i dag. Jeg valgte å ta i bruk kvalitative intervjuer som metode, med observasjon som supplement. Dette for å få et bredere spekter på datamaterialet samt at observasjon er med på å kvalitetssikre data fra intervju.). En måte å øke validiteten på er å bruke observasjon i tillegg til intervju. På denne måten kan man se om det er samsvar mellom det informantene forteller og det faktiske hendelsesforløp i feltet (Kvale, 2001).

Hva kan man få ut av en kvalitativ tilnærming til dette feltet? Hvilken beskrivelse av virkeligheten vil her komme fram?

Det er mulig å få tilgang til virkeligheten gjennom kvalitative intervju, men den virkeligheten som her kommer fram må sees på som en videreformidling av informantenes virkelighet, slik de oppfatter den. Min oppgave gjennom dette prosjektet blir igjen å tolke informantenes tolkninger av virkeligheten. Dette betyr at mitt arbeid med datamaterialet blir preget av en dobbel hermeneutikk. I dette begrepet ligger det at forskeren på den ene siden må få kunnskaper om hverdagslivet og det som skal studeres, på samme måte som alle andre som er vanlige deltakere i det samme hverdagslivet. På den andre siden må forskeren også være forsker og være en del av forskersamfunnet og forholde seg til forventninger om forskerens rolle og (sosiale) kunnskaper (Gilje og Grimen 1995).

Jeg bestemte meg for å ta i bruk kvalitative semi- strukturerte intervjuer, basert på en intervjuguide med både åpne og lukkede spørsmål (se vedlegg 3), dette for å få en mer uformell samtale med få nøkkelspørsmål tilknyttet problemstillingen. Jeg erfarte at dette var en god arbeidsmetode, da det både fikk informanten og meg selv til å slappe av, samtidig som jeg hele tiden hadde et skjema i bakhånd hvis jeg skulle miste tråden. Intervjuguiden ble endret på underveis, da jeg oppdaget flere ting jeg ønsket å ha med i samtalene med informantene. De fleste av disse ideene kom til meg under min første observasjon.

Jeg deltok på tre forskjellige tatoveringsmesser, eller *conventions* (jeg vil i løpet av oppgaven å bruke det fornorskede ordet "konvensjon" når jeg snakker om disse). Den første fant sted i Oslo 11.-13. mai 2007 og var en såkalt internasjonal tatoveringskonvensjon, der kunstnere fra hele verden var samlet for å utøve sin praksis, konkurrere mot hverandre, selge artikler og drive markedsføring for sin bransje. Den andre fant sted i Stavanger 26.-28. Juli 2007 og var av samme konsept. På denne konvensjonen gjorde jeg også intervjuene som jeg tidligere hadde avtalt da jeg var i Oslo. Jeg brukte sånn sett Oslo-turen til å skaffe meg kontakter, finne informanter, få litt mer kunnskap om feltet, sette meg inn i deres tradisjoner, se feltets aktører praktisere sin kunst og inngå i relasjoner til hverandre. Den siste konvensjonen jeg besøkte var i Trondheim 1.- 2. September 2007.

På dette tidspunktet var jeg ferdig med alle intervjuene og observasjonene, og brukte derfor tiden på å reflektere over innsamlede data, samt se etter nye ting jeg eventuelt hadde oversett.

Grunnen til at jeg valgte å besøke konvensjoner istedenfor å oppsøke tatoveringsstudio, er fordi jeg av erfaring vet at det ikke bare er selve tatoveringen som utøves her, men at det også foregår en del andre ting, som for eksempel underholdning med krokhenging⁷ og konserter samt en del kursing og salg av artikler og varer. Alle disse tingene samlet er relevant for å forstå hva medlemmene står for. Det er nettopp på slike konvensjoner at alle aspektene ved feltet kommer fram.

I tillegg til intervjuer og observasjon har jeg tatt i bruk dokumenter for å få tilgang til bakgrunnsinformasjon om feltet. Disse består i første rekke av tatoveringsmagasiner som *Nordic tattoo mag*, og *Tattoo Life*, samt at jeg har tatt i bruk internettkilder om tatoveringens historie og innhold.

Som et supplement til de ovennevnte måtene å samle inn materiale på, har jeg også fulgt med på Discovery Channels realityserie *Miami Inc*. Serien omhandler en gruppe tatovører som jobber sammen ved et studio i Miami. Det fokuseres en del på tatovørenes relasjoner til hverandre, hvordan de jobber sammen og utfyller hverandre arbeidsmessig. I tillegg har serien stort fokus på kundenes historier rundt tatoveringene de får seg. Jeg vil ta i bruk eksempler fra *Miami Inc*. ved flere anledninger i analysen.

3.2 Utvalget og intervjuprosessen

I løpet av planleggingsfasen kom jeg fram til at jeg trengte minst åtte til ti intervjuobjekter. Jeg bestemte meg for dette antallet på grunn av den begrensede tidsrammen et mastergradsprosjekt setter og fordi jeg trodde det ville komme fram en del forskjellige synspunkter på de tingene jeg ønsket å snakke med dem om. Jeg tok i bruk snøballmetoden for å finne informanter som potensielt kunne bidra til å svare på mine spørsmål.

⁷ Krokhenging, også kalt body suspension, går ut på at store kroker festes i huden på øverste del av ryggen, eventuelt knær, bryst, overarmer etc. Krokene festes til kjettinger eller tau som henger fra taket, og så heises man opp.

Hele prosessen startet med at jeg tok kontakt med arrangørene for Oslo Tattoo Convention. Min kontaktperson sa seg villig til vise meg rundt og svare på det jeg måtte ha av spørsmål underveis i konvensjonshelga. Takket være han fikk jeg en fot innenfor og med det opparbeidet meg et nettverk av potensielle informanter. I løpet av helga i Oslo hadde jeg allerede avtalt å intervjuere flere tatovører ved neste konvensjon, som fant sted i Stavanger et par måneder senere. På dette tidspunktet hadde jeg finpusset på intervjuguiden min, da det i løpet av helga i Oslo dukket opp flere interessante aspekter ved feltet.

I Stavanger kontaktet jeg igjen arrangøren og fikk både omvisning og adgang til tatovørenes bakrom, der jeg hadde en krok for meg selv til å gjennomføre intervjuene. Alle var de veldig hjelpsomme, og dette er nok også hovedgrunnen til at jeg har fått så mye ut av materialet.

Intervjuene ble gjennomført enkeltvis og alle informantene hadde mye å bidra med. De var veldig åpne og ærlige og virket genuint interesserte i oppgaven min. Dette gjaldt samtlige av informantene jeg snakket med i Stavanger.

Her skal det imidlertid være nevnt at jeg i tillegg til informantene ved konvensjonen i Stavanger også intervjuet en tatovør ved et utenforliggende studio. Denne informanten havner litt i en kategori for seg selv, da han ikke snakket norsk, noe som resulterte i en del språkproblemer. Da intervjuet foregikk på engelsk hadde jeg vanskeligheter med å ordlegge meg, dette kan også være en av grunnen til at vi ikke fikk flyt i samtalen vår. Når dette intervjuet ble transkribert, ble jeg også nødt til å oversette til norsk, og transkripten ble således basert på tolkninger av hva som ble sagt heller enn en ordrett gjengivelse. Denne informanten hadde også minst å bidra med, men blir likevel ansett som betydningsfull, da han posisjonerer seg litt på utsiden av de indre kjernene i feltet. Dette kommer jeg tilbake til i analysen.

Jeg innledet intervjuet med enkle, lukkede spørsmål, for på en måte å bryte isen. Dette fungerte veldig bra og intervjuguidens tema ble godt mottatt. Ved bruk av intervjuguide var det jeg som forsker som styrte retningen. Til tider ble det litt hopping frem og tilbake, men jeg mestret å dra samtalen inn på gjeldene tema igjen. En av de mer innholdsrike intervjuene førte til noe veldig positivt, en samtale rundt Art Fusion, noe jeg senere bestemte meg for å se nærmere på.

Jeg hadde i utgangspunktet bare avtalt intervjuer med fire informanter. Jeg så for meg at dette kom til å bli en krevende prosess, og ville derfor ikke forhaste meg med å intervju alle i løpet av samme helg. Det som så skjedde var at informantene var veldig engasjerte og selv tok på seg oppgaven med å rekruttere andre informanter fra salen der resten av tatovørene oppholdt seg. Her var det snøballmetoden rådet. Dette resulterte i at jeg fikk flere, veldig gode intervjuet i løpet av helga i Stavanger.

Akkurat dette med uventede vendinger, som den nevnt over, er veldig interessant. Aase og Fossåskaret skriver at feltarbeideren oppholder seg for en tid "blant data". Forskeren blir en del av det han studerer og vil etter hvert kjenne prosjektet veldig godt. Han må i denne sammenheng kjenne på prosjektets puls og på bakgrunn av dette kontinuerlig fatte viktige beslutninger (Aase & Fossåskaret, 2007). Jeg opplevde som nevnt over, at jeg måtte endre på planene underveis, da det hele tiden dukket opp nye interessante aspekter. Midt under intervjuprosessen begynte tatovørene selv å rekruttere nye informanter, og plutselig ble jeg sittende med for lite opptakstid på båndopptakeren, og for få kopier av samtykkeerklæringen. Jeg ble således nødt til å improvisere. Mens informantene hentet inn andre tatovører, dro jeg ut for å kjøpe flere kassetter. Videre fikk jeg hjelp av tatovørene til å kopiere opp flere samtykkeerklæringer, og det hele foregikk uten at jeg hadde forberedt meg på at noe slikt kunne skje. I tillegg dukket dette med Art Fusion opp, noe jeg heller ikke hadde forutsett, og som skulle senere skulle vise seg å bli et viktig poeng i min analyse.

Etter å ha gjort flere intervjuer, fant jeg ut at det også kunne være fruktbart å snakke med kundene på dette feltet som et supplement til intervjuene med tatovørene. Jeg valgte på dette tidspunktet å stoppe etter syv tatovørintervju, for så å intervju fire kunder. Etter at jeg begynte på min analyse, innså jeg at jeg hadde et alt for sprikende datamateriale til å få plass til alt innenfor rammene av denne masteroppgavens problemstilling, så jeg valgte dermed å kutte vekk analysen av intervjuene med kundene. Derfor, når jeg i resten av oppgaven henviser til *informantene*, er det her snakk om de syv tatovørene.

Jeg la ikke ned noen spesifikke kriterier når det kom til valg av informanter. De som har deltatt på intervju er både eldre og yngre, menn og kvinner,

det de har til felles er at de er utøvere og deltagere på tatoveringsfeltet og alle har en holdning og mening om feltets innhold.

Informantene er gitt fiktive navn; *Adam, Eva, Kari, Ola, Per, Pål* og *Espen*. I tillegg til de syv intervjuobjektene har jeg hatt en nøkkelinformant. Jeg hadde en feltsamtale med han der det kom fram en del nyttig informasjon. Aase og Fossåskaret skriver at slike tilfeldige kommentarer kan være særdeles avgjørende for forskerens forståelse av meningsdimensjonen ved hendelser i forskningsfeltet. Slike feltsamtaler kan blant annet bidra til å gi forskeren svar på spørsmål som han på forhånd ikke hadde tenkt på (Aase & Fossåskaret, 2007). Jeg erfarte at denne samtalen ga meg inspirasjon til en del nye spørsmål og vinklinger i intervjuguiden min. I oppgaven vil jeg referere til denne nøkkelinformanten som *Håken*.

Jeg spurte informantene om deres alder og hvor lenge de hadde holdt på, men denne informasjonen innså jeg etter hvert at ikke var relevant å ta med i oppgaven. Jeg har videre valgt å beholde informantenes opprinnelige kjønn, ikke fordi dette har et poeng, men fordi det viser mangfoldet i informantgruppen.

3.3 Observasjon og refleksjoner

Mine observasjoner fant sted, som tidligere nevnt, ved Oslo, Stavanger og Trondheim Tattoo Convention. Jeg meldte fra både til arrangør og de informantene jeg snakket med utenom intervjusituasjonen om at jeg ville drive med observasjon, og ingen av dem hadde noen innvendinger mot dette. Poenget med observasjonen var å se hvordan aktørene samhandlet og hvordan denne praksisen generelt ble utøvet.

I løpet av observasjonen var jeg passiv, men observasjonen var fra begynnelsen av åpen. Jeg ønsket ikke å benytte meg av verken skjult eller deltagende observasjon da førstnevnte kan bli ansett som uetisk, og sistnevnte ville forutsatt at jeg hadde en viss innsikt i feltet fra begynnelsen av. Dette var naturlig nok noe som endret seg underveis, da jeg etter en stund fant meg til rette og på en måte også var sosiolog på meg selv (Aase & Fossåskaret, 2007).

Da jeg besøkte konvensjonen i Trondheim, var jeg der kun for å reflektere over tidligere besøk og allerede konstruerte data. Jeg befant meg her i en rolle der jeg i utgangspunktet var deltagende, uten å observere, til å etter hvert legge merke til nye elementer mens jeg deltok. På dette tidspunktet befant jeg meg i kjernen av feltet, ikke som forsker men som kunde og aktør. På et tidspunkt var jeg på en måte som flua på veggen. Ved at jeg ikke lenger var ”hun som stiller spørsmål” ble folk rundt meg veldig avslappet, og de samhandlet med hverandre uten å tenke over at jeg satt ved siden av og reflekterte over det som ble sagt. Her dukket det også opp ny inspirasjon som senere formet min måte å betrakte materialet på.

Gjennom observasjon ved konvensjonene lærte jeg en del om stilarter, konkurranser og om selve konseptet *konvensjon*. På disse konvensjonene er det som sagt ikke bare tatoveringen som utøves, det er også representanter fra piercingspraksisen samt andre kroppskunstnere og andre tilknyttet feltet som også deltar på messene. Disse deltagerne selger/distribuerer varer og tjenester, samt reklamerer for produkter som ikke nødvendigvis har noe direkte med tatoveringen å gjøre. Dette er alt fra stander som selger t-skjorter og beltespenner til representanter fra motorsykkelmiljøer som selger artikler med deres logoer på osv.

Dette er et mangfoldig felt, der flere elementer enn bare tatoveringen er med på å forme aktørene og deres holdninger og oppfattelse av hva feltet inneholder og står for. Dette var noe jeg innså veldig fort, og derfor bestemte meg for å gå bort fra prosjektets originale tittel som var *Kroppskunst som felt* (..) og over på *tatoveringen* som konkret fenomen innenfor kroppskunsten. Etter hvert innså jeg også at tatoveringsfeltet er veldig stort, og at forskjellige deler av verden tar i bruk tatovering på forskjellige måter, noe som medførte til at jeg gjorde ytterligere endringer på min tittel fra å gjelde tatovering som felt generelt, til å gjelde *tatovering som felt i Norge*.

3.4 Etiske vurderinger

Før prosjektstart sendte jeg meldeskjema til Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD) angående godkjenning av prosjektet som en mastergradsoppgave. I løpet av våren 2007 fikk jeg en bekreftelse fra NSD om at prosjektet var meldepliktig godkjent (se vedlegg 4).

I forkant av intervjuene sendte jeg ut informasjonsbrev om prosjektet til informantene mine (se vedlegg 1). I dette brevet opplyser jeg om hvilken informasjon jeg er ute etter og hvordan jeg i etterkant av intervjuet blir å bruke denne. Videre informerte jeg om at deres deltagelse var frivillig og at de kunne la være å svare på spørsmål eller trekke seg fra intervjuet hvis de ønsket. Jeg la også vekt på at alle informantene ville bli anonymisert og tildelt fiktive navn, samt at data som framkommer av intervjuene ville bli behandlet med konfidensialitet. Før selve intervjuet startet gikk jeg også over disse punktene muntlig med informantene. Til tross for informantenes involvering når det kom til rekruttering av nye informanter, har ikke tatovørene oversikt over hvilke andre jeg til slutt valgte å snakke med. I tillegg til informasjonsbrevet tilbød jeg dem å lese min projektskisse, og opp til flere takket ja til dette. Videre underskrev alle informantene en samtykkeerklæring (se vedlegg 2) før intervjuet ble satt i gang.

Alle intervjuene ble tatt opp på bånd i tillegg til at jeg gjorde notater underveis. Dette var informantene informert om på forhold gjennom informasjonsbrevet (se vedlegg). Ingen hadde videre noen innvendinger på dette. Fordelen med båndopptak er at intervjueren slipper å notere alt som blir sagt, men istedenfor kan konsentrere seg om intervjuet og informanten. Hvis informantene kom fram til viktige poeng i løpet av samtalen, som jeg senere ønsket å ta tak i, ble disse notert ned underveis. En ulempe med å bruke båndopptaker kan være at informantene blir usikre ved tanken på at det de sier blir tatt opp, og derfor ikke tør å snakke like åpent som de kunne ha gjort. Dette merket jeg heldigvis ikke noe til.

3.5 Empiri og teori

Jeg hadde allerede i planleggingen av prosjektet bestemt meg for hvilke teorier jeg ønsket å tilnærme meg temaet gjennom. Jeg tok denne avgjørelsen relativt tidlig i prosessen da det får konsekvenser for utformingen av intervjuguiden og den videre planleggingen av prosjektet.

Underveis har jeg sett meg nødt til å både supplere med flere begreper, og utvikle de teoriene og begrepene jeg i utgangspunktet fant relevant å bruke.

3.6 Transkribering, koding og analyse

Datainnsamlingen ble gjennomført over en periode på et halvt år. De tre konvensjonene fant sted med ca. to måneders mellomrom. Selve intervjuene ble gjort i løpet av en helg i Stavanger, pluss en dag på høstparten da jeg intervjuet siste informant for seg.

Jeg valgte å transkribere intervjuene ordrett fra båndopptager, da jeg ønsket å få med alle aspektene ved samtalene. Videre ryddet jeg opp ved å "sminke" sitatene. Jeg kuttet vekk unødvendige ord, samt at jeg skrev all tekst om til bokmål, til tross for de forskjellige informantenes dialekter.

Da jeg startet analyseprosessen satte jeg ned noen hovedkategorier inspirert av tema fra intervjuguiden. Metodisk anvendelse av slike kategorier kan føre oss frem til en mer reflektert og systematisk tolkning, som også kan etterprøves andre.

Etterprøvbarehet er et av de fremste kravene til forskningen (Aase & Fossåskaret, 2007). Videre klippet og limte jeg biter av de transkriberte intervjuene inn under hver kategori. På bakgrunn av innspill fra informantene ble disse kategoriene endret på underveis da det er viktig i kvalitativ forskning at man som forsker ikke kategoriserer observasjoner etter eget hode, men får tak i den kategoriseringen informantene selv gjør (Aase & Fossåskaret, 2007). På bakgrunn av de endelige kategoriene har jeg så skrevet ut et sammendrag av mine funn, og videre gjort tolkninger av disse, med den røde tråden tilstede; problemstillingen, samt om dette kan anses å være et felt eller en subkultur. De overnevnte kategoriene er også titler på delkapitlene i analysen.

I analysen har jeg videre tatt i bruk noen idealtyper for å lettere beskrive innholdet i dette feltet. Disse idealtypene er basert på forskjellige posisjoner jeg oppdaget i løpet av analysen.

3.7 Verifisering - kvalitetssikring av data

Validitet er et begrep som innen samfunnsvitenskap benyttes for å angi i hvilken grad de innsamlede data samsvarer med det fenomen vi ønsker å måle. Validiteten er et uttrykk for hvor godt det faktiske datamaterialet svarer til forskerens intensjoner med undersøkelsesopplegget og datainnsamlingen (Kvale, 2001). Undersøkellesobjektene i samfunnsvitenskap er ofte ikke målbare i seg selv, men må operasjonaliseres. Validitet angir i hvilken grad operasjonaliseringen gir en relevant analyse (Kvale, 2001).

Reliabilitet er forbundet med målesikkerhet. Hvis den samme måling gjentas mange ganger, er målet reliabelt om vi får det samme svaret hver gang (forutsatt at vi måler det samme) (Kvale, 2001). Reliabiliteten sier noe om hvorvidt funnene er pålitelige. Denne må sees i forhold til datainnsamlingen og analysen. Det er viktig at leseren er klar over forskerens ståsted i forhold til feltet som skal undersøkes og forskerens utgangspunkt for gjennomføringen av prosjektet. Undersøkelsens reliabilitet styrkes på bakgrunn av dette. Ting som kan påvirke reliabiliteten er for eksempel ledende spørsmål i en intervjusammenheng (Kvale, 2001).

Validitet og reliabilitet brukes i utgangspunktet når man skal kvalitetssikre kvantitative data. De kan også brukes til å kvalitetssikre kvalitativt materiale, med den forutsetning av de tilpasses en kvalitativ forståelseshorisont (Kvale, 2001).

Ofte i kvalitative studier er det et mål å gå i dybden heller enn å komme med generelle betraktninger. Noe som også er min oppgave som forsker, er å begrunne mine funn ved å klargjøre for leseren hvordan komme fram til slutningene, og så la det bli opp til leseren å bedømme om disse slutningene er treffende eller ikke (Kvale, 2001). Hvis man skal se på prosjektets relevans, kan man si at det er viktig å forstå subkulturer og undergrunnskulturer som opererer med andre normer og rammeverk enn majoriteten i samfunnet.

Gjennom dette prosjektet har ikke målet mitt vært å si noe om hele tatoveringsfeltet og alle tatovørene. Ved at jeg valgte å bruke en kvalitativ tilnærming og intervju med syv tatovører har jeg kun blåst støvet av overflaten på dette feltet. Det jeg har hatt som mål med datamaterialet, er å få fram noen tendenser som eksisterer på feltet. Jeg har fått fram enkeltindividers virkelighetsoppfattelser, og videre tolket disse ved hjelp av sosiologiske begreper som vil bli redegjort for (kapittel 4).

Samfunnsvitenskapen har som oppgave å konstruere bilder av virkeligheten. De begreper og kategorier forskeren utvikler og velger å ta i bruk i sine analyser, fremhever noen trekk ved det observerte samfunnet og overser andre (Aase & Fossåskaret, 2007). Aase og Fossåskaret snakker i denne sammenheng om tommelfingerregelen som går på at man spør seg selv om anvendelsen av metoden man har valgt gir ny og dypere innsikt i et tema. I en hver kvalitativ analyse ligger det et potensialet til å nå enda et nivå i forståelse. Dette er relevant for de som allerede besitter lokal kunnskap, da de også kan oppnå dypere innsikt (Aase & Fossåskaret, 2007). Overskridende erkjennelse er et sentralt kriterium for god kvalitativt orientert forskning. Slik innsikt oppnås gjennom valg av begreper og kategorier. På bakgrunn av alle mine valg, både metodisk og teoretisk, har jeg klart å komme fram til ny informasjon om dette feltet. Alle mine valg har ført meg fram til den endelige konklusjon.

4.0 Teori

Begrepet *subkultur* blir ofte brukt for å beskrive mindre deler av en større kultur. Slike undergrupper eller subkulturer er ofte basert på likheter mellom medlemmer med henhold til for eksempel sosial klasse, etnisk bakgrunn, bosted eller religiøs tilhørighet: Medlemmene deler ulike karakteristika. Disse likhetene eller karakteristika er alle velfungerende enheter som har integrerende innflytelse på deltaende medlemmer (Gelder, 2005).

Når jeg skal fokusere på *subkultur* og dens særtrekk er det naturlig å bruke antropologene Sarah Thornton og David Muggleton som teoretiske kilder. Jeg har valgt å ta i bruk begge fordi de har ulike teorier som jeg mener supplerer hverandre. Sarah Thornton har utviklet noe hun kaller ”subkulturell kapital”. Med Bourdieuske øyne ser hun på subkulturen som et eget felt med en egen forståelse av fordeling av kapital. David Muggleton, en annen subkulturteoretiker, har utviklet et skjema for å klassifisere subkulturen som moderne eller postmoderne. Han konstruerer moderne og postmoderne som idealtyper og setter opp i alt elleve motsetningspar som kjennetegner ulike aspekter ved subkulturen. Med disse motsetningsparene vil han framsette noen hypoteser i forhold til dagens subkulturer og deretter få fram ulikheter mellom dem (Muggleton, 2006). I kapittel 5 vil jeg la meg inspirere av Muggeltons idealtypemodell i en oppsummering av feltet og dets forskjellige utøvere og kunstformer, da jeg ønsker å få fram spennet av aktiviteter og holdninger i feltet.

Videre vil jeg ta i bruk felt- og kapitalteoriene til sosiologen Pierre Bourdieu. Jeg har valgt Thornton, Muggleton og Bourdieu fordi jeg mener jeg kan bruke elementer fra deres teorier som verktøy i min analyse av tatoveringsfeltet. Pierre Bourdieu er kjent for sitt syn på samfunnet som et flerdimensjonalt rom bestående av felt og underfelt. Man kan således sammenligne feltet og underfeltet med kultur og subkultur. Et felt er et sosialt rom med et sett av posisjoner hvor det viktigste skillet går på ulikhet i makt og innflytelse. Feltet muliggjør forskjellige relasjoner og interaksjon mellom aktørene. Feltets ulike posisjoner er alltid utgangspunkt for maktkamp, dominans og innflytelse (Brekke m. flere, 2003).

I tillegg til Bourdieus feltbegrep vil jeg ta i bruk hans kapitalbegrep da jeg tror disse begrepene kan bidra til en forståelse av tatoveringsfeltet. Som nevnt i kapittel 3 har jeg gjort feltarbeid ved tre forskjellige konvensjoner. Ved disse konvensjonene foregår det også en konkurranse utøverne imellom. Et interessant spørsmål knyttet til kapitalbegrepet kan for eksempel være; hva konkurreres det om? Hva fungerer som kapital i feltet? Hvilken type felt er det? Hva driver disse utøverne - det kunstneriske eller det økonomiske aspektet ved praksisen?

4.1 Subkultur

Medlemmer av en subkultur vil gjerne symbolisere sin tilhørighet gjennom en distinkt og/eller symbolsk stil/livsstil. Av denne grunn vil et studie av subkulturer ofte dreie seg om symbolikk knyttet til klær, musikk og andre visuelle trekk hos medlemmene av subkulturen, i tillegg til hvordan disse symbolene tolkes både av medlemmene selv og av samfunnet generelt (Gelder, 2005). Subkulturen står utenfor helheten og består ofte av en gruppe som beveger seg mot den mainstreamen som eksisterer/råder i samfunnet. Denne gruppen har en sak som de brenner for, en agenda, dvs noe som samler dem og gjør at de føler tilhørighet til gruppa (Andersen m. flere, 2000). Med en felles agenda og tilhørighetsfølelse utvikles også en ny stil og uttrykksform som er felles for subkulturens medlemmer. Denne stilen vil for medlemmene også være viktig for å skille seg ut fra resten av samfunnet og dermed gjøre seg synlige/annerledes (Andersen m. flere, 2000).

Hvis man ser på de forskjellige subkulturene, kan man identifisere dem gjennom hvilke objekter de besitter. Militærstøvlene og hårfrisyrerne til punkbevegelsen og de slitte jeansene og syklene til bikerne er noen eksempler på dette. Men til tross for hvor synlige disse tingene er, er det ikke de som skaper stilene. Det som skaper de ulike stilene er aktiviteten rundt og produksjonen av organisasjonens gruppeidentitet (Gelder, 2005).

Arnold Green omtaler subkulturen som en *verden innenfor en verden* (Gelder, 2005). Subkulturen er en egen verden, men samtidig en del av en annen og større verden. For at en subkultur skal kunne skille seg fra den større kulturen den springer ut fra, må visse kriterier ligge til grunn.

Subkulturen må ha en særegen form og struktur og den må være fokusert på visse aktiviteter, verdier, territorielle områder osv. som skiller seg fra storkulturens. Men nettopp fordi de er en *del av* storkulturen, må det også være signifikante ting til stede som binder dem til deres moderkultur (Gelder, 2005).

Subkulturen er ikke påvirket av og drevet av storkulturens regler og former for kapital. Den bryter ut av storkulturen nettopp for å etablere egne rammeverk og danner samtidig sine egne kapitalformer. Sarah Thornton har, som tidligere nevnt, tatt i bruk noe hun kaller subkulturell kapital som et alternativ til Bourdieus kulturelle og økonomiske kapital (Boyd, 2005). Hun mener dette er mulig, ettersom Bourdieu selv har pekt på andre kapitalformer som har betydning innenfor sine spesifikke felt, blant annet akademisk kapital innenfor akademien. Med subkulturell kapital mener Thornton en spesifikk type kapital som har verdi i spesifikke smakkulturer som man finner i den kulturelle *undergrunnen*. Subkulturell kapital er ikke så ulik kulturell kapital, det dreier seg om en spesifikk type kunnskap og praksismåte som er etterspurt i et spesifikt felt, og gjerne uønsket i andre felt, som for eksempel i familien eller skolen (Thornton, 1995). Subkulturell kapital blir objektivert og kroppsliggjort. På samme måte som bøker og malerier uttrykker kulturell kapital i et hjem, kan subkulturell kapital objektivere i form av hårfrisyrer og innholdsrike cd-samlinger. På samme måte som kulturell kapital er kroppsliggjort i for eksempel gode manerer og samtaler rundt det urbane, er subkulturell kapital kroppsliggjort ved at man for eksempel har peiling, dvs at man bruker riktig slang og har den *rette looken* (Thornton, 1995). Både ved den kulturelle og den subkulturelle kapitalen belønnes aktørene hvis de har *forstått* hva som skal til og hvordan det hele henger sammen. Ingenting reduserer en aktørs kapital mer enn det å prøve for hardt. De som er plassert høyest på den kulturelle og den subkulturelle stigen vil ha innsikt nok til å avsløre de som gjør dette (Thornton, 1995). Og på samme måte som kulturell kapital kan konverteres til økonomisk kapital, kan også subkulturell kapital konverteres. Selv om subkulturell kapital også kan byttes inn mot økonomisk kapital, på samme måte som kulturell kapital, er ikke den subkulturelle kapitalen så klassebundet som den kulturelle kapitalen. Ifølge Thornton hviler påstanden om subkulturell distinksjon på en *fantasi* om klasseløshet (Thornton, 1995).

4.2 Pierre Bourdieus felt og kapital

Pierre Bourdieu er mest kjent for sin samfunnsteori basert på begrepene om *felt*, *kapital* og *habitus*. I denne oppgaven skal jeg gjøre bruk av begrepene *felt* og *kapital*.

Ifølge Bourdieu forutsetter all forskning en tosidig strategi der man både studerer de sosiale omgivelsene og hvordan individene kroppsliggjør ulike handlinger (*habitus*) tilknyttet disse omgivelsene. Han mener det er viktig å forstå hvorfor aktørene handler som de gjør og hvordan de forstår sin verden. Bourdieu forsøker med dette å få en dialektikk mellom den objektive og den subjektive kunnskapen (Brekke m. flere, 2003).

Han beskriver samfunnet som et sosialt rom delt opp i ulike felt. Det som karakteriserer dette sosiale rommet er en todelt dominansstruktur mellom en økonomisk pol og en kulturell pol som er avgjørende for balanse og opprettholdelse av de ulike feltene innad i rommet. Dette er de hoveddimensjonene som individ og institusjoner blir verdsatt langs. Denne verdsettelsen varierer langs den økonomiske dimensjonen etter graden på tilgang til penger og eiendom, mens verdsettelsen ved den kulturelle dimensjonen varierer gjennom tilgang til kulturelle goder som utdanning, kunst, vitenskap og litteratur. Mengden av, og kvalitetene til disse ulike sosiale ressursene – eller *kapital* som Bourdieu kaller dem - avgjør individenes sosiale plasseringer i samfunnet (Brekke m. flere, 2003).

Bourdieu om felt

Bourdieus analytiske definisjon av et felt er følgende: *Feltet er et nettverk av objektive relasjoner mellom posisjoner* (Prieur & Senstoft, 2006:165).

Bourdieus sosiale rom er som sagt oppdelt i ulike felt. Et felt er et sosialt rom med et sett av posisjoner hvor det viktigste skillet er ulikhet i makt og innflytelse. Feltet muliggjør ulike relasjoner og interaksjon mellom aktørene. Feltets ulike posisjoner er alltid utgangspunkt for maktkamp, dominans og innflytelse (Brekke m. flere, 2003). Eksempler på felt er det litterære feltet og det økonomiske feltet. Selv om feltanalysen ofte i praksis går ut på å gi et øyeblikkelig bilde av en statisk tilstand,

er felter som regel veldig dynamiske, og det er derfor også vesentlig å sette seg inn i dets historie (Prieur & Senstoft, 2006).

Hos Bourdieu trenger ikke feltet å ivareta noen funksjoner for samfunnet. Endringer eller opprettholdelse av et felt skyldes ikke systemets selvreferanse, men er et resultat av maktkampen mellom aktørene som deltar i feltet. Der det er maktkamp, er det forandring og det skapes historie. Dessuten er det ikke på forhånd gitt en standard som aktørene må forholde seg til. Til tross for dette finnes det regler som bestemmer hvordan aktørene kommuniserer innad i feltet (Brekke m. flere, 2003). Alle deltagerne må godta reglene for å få lov til å være med i spillet, samtidig som nye aktører hele tiden vil prøve å få nye spilleregler akseptert som gjeldende for å øke sin egen symbolske kapital. Det er dette som gjør at det strides innad i feltene, og som igjen opprettholder deres status som felt.

Det vesentlige med en feltanalyse er å binde sammen sosiale egenskaper og synspunkter, det vil si et system av *posisjoner* (bestemt av kapital og andre sosialt differensierte egenskaper) og et system av *posisjoneringer*, der posisjonering kan forstås som en ytring, et verk eller en praksis som er spesifikk for feltet og defineres gjennom sin egenart i forhold til andre av samme kategori. Denne sammensetningen av posisjonene og posisjoneringene har som formål å etablere en forklarende forbindelse mellom to sett av uavhengige virkeligheter; den materielle og den symbolske (Prieur & Senstoft, 2006).

Posisjonene innad i feltene er objektivt definerte i forhold til hverandre og disse påvirkes ikke av aktørens subjektive oppfattelser. Tvert imot er aktørens subjektive oppfattelse bestemt av de objektive relasjonene. Posisjonene i feltet må forstås komparativt eller differensielt, som et system av *ulikheter* (Prieur & Senstoft, 2006).

Å delta i et felt innebærer at man er anerkjent som deltager. Videre innebærer det også at man utøver (ikke nødvendigvis som individ, men gjennom den posisjonen man er en del av) og er underkastet en feltvirkning (*effet de champ*). Dette vil si at man bevisst eller ubevisst må forholde seg til feltets struktur, og impliserer at man blir underlagt dets virkning (Prieur & Senstoft, 2006).

Maktfeltet

Dag Solhjell (1995) fokuserer i sin analyse på den norske kunstinstitusjonen. På samme måte som Bourdieu, gir Solhjell *makten* en sentral rolle. Dette gjelder særlig den symbolske makten – makten til å gi kunstnerisk anerkjennelse, også kalt *kunstheltets spesifikke kapital* (Prieur & Senstoft, 2006:166). Denne makten er ujevnt fordelt, fra stor makt til liten makt, og den skaper hierarkier, både bestående av kunstnere og kunstverk men også av anerkjennere og av publikum. Denne maktens gradering kan brukes til å forklare hvorfor kunstnere og kunstverk har ulik virkning i kunstinstitusjonen, og hvorfor ulike kunstverk ikke har samme status som kunst (Sohljell, 1995).

Maktfeltet er et kampfelt hvor de mest kapitalsterke i eliten – de som besitter så mye kapital at de dominerer innenfor deres egne respektive felter – konfronterer hverandre i striden for å opprettholde eller endre maktbalansen mellom de forskjellige kapitalformene (Prieur & Senstoft, 2006). Den avgjørende strukturelle polariseringen i maktfeltet består av motsetningen mellom kulturell og økonomisk kapital (Prieur & Senstoft, 2006:107).

Bourdieu om kapital

Det sosiale rom er organisert på basis av to differensieringsprinsipper: Den totale mengde av kapital som aktørene besitter, samt fordelingen mellom økonomisk og kulturell kapital (Andersen & Kaspersen, 2000).

Fordelen med kapitalbegrepet er muligheten for en relativ kvantifisering, som ikke behøver å være uttrykt i tall, men som får fram forskjellene (mer eller mindre kapital) basert på kvalitative indikatorer. En posisjon kan så sies å være definert av en kapitalform eller kapitalmengde som skiller den fra andre posisjoner. Dette er felles for alle felter. Det som skiller feltene fra hverandre er deres spesifikke praksis (Prieur & Senstoft, 2006). Med kapitalbegrepet kan man se på hvordan også de ikke-materielle aspektene av det sosiale liv, som for eksempel kultur, smak og viten inngår i en form for husholdning, hvor de akkumuleres, utveksles og på en helt reell måte *virker* i verden (Prieur & Senstoft, 2006).

Bourdieu tar i bruk flere typer kapital. Den *kulturelle* kapitalen erverves gjennom oppveksten og gjennom utdanning. En lang universitetsutdanning gir prestisjefylt teoretisk spesialkunnskap som igjen gir symbolsk kapital innenfor utdanningsfeltet. Den kulturelle kapitalen kan igjen benyttes for å øke både sosial og økonomisk kapital (Bourdieu, 1990). I Bourdieus sosiologi gis den kulturelle kapitalen stor betydning for hvordan maktforholdene og forskjeller mellom grupper i samfunnet skapes og reproduseres. Bourdieu er også opptatt av å vise hvordan distinksjoner mellom grupper i samfunnet opprettholdes gjennom at mennesker har ulik smak. De gruppene som har en smak som oppfattes som mest verdifull, får makt nettopp gjennom dette (Korsnes m. flere, 2003).

I motsetning til den kulturelle har den *økonomiske* kapitalen en mer materiell betydning, for eksempel penger og eiendom (det vi vanligvis forbinder med begrepet kapital) (Andersen & Kaspersen, 2000). Ved siden av kulturell og økonomisk kapital opererer Bourdieu med *sosial* kapital. Med denne siktes til de nettverk av familie, venner, kolleger, studiekamerater og andre forbindelser aktørene har. Gjennom disse forbindelsene har aktørene også adgang til en prestisje som han/hun nyter ved å tilhøre eller bli assosiert med en bestemt gruppe – enten det er en finere familie eller et medlemskapet i en respektert organisasjon (Prieur & Senstoft, 2006).

Det meste kan prinsipielt fungere som kapital. Det avgjørende er i hvilken grad det kan produsere forskjeller og omsettes til anerkjennelse og prestisje – eller det Bourdieu kaller *symbolsk kapital* (Prieur & Senstoft, 2006). .

Den symbolske kapitalen er en slags overordnet kapitalform. Det som gjør en egenskap til symbolsk kapital er at medlemmene i gruppen der den brukes tillegger denne egenskapen en verdi. (Bourdieu, 1990).

De ulike formene for kapital er til en viss grad også konvertible. En type kapital kan veksles om i en annen type kapital. Dette gjør at aktørene i de forskjellige feltene kan flytte på seg i det sosiale rommet, mellom feltene (Brekke m. flere, 2003). Kulturell kapital kan for eksempel veksles i sosial kapital, ved at det gis tilgang til visse sosiale kretser som kan gi status og åpne dører for videre investeringer og utbytte av kulturkapitalen.

For eksempel kan høy inntekt (økonomisk kapital) betale for en dyr utdanning og således bli konvertert til institusjonalisert kulturell kapital; en universitetsgrad (akademisk kapital) som videre kan gi adgang til en godt betalt jobb (økonomisk kapital); som igjen kan gi deg viten om og smak for kunst og litteratur (Kroppsliggjort kulturell kapital) som deretter fører til at du får adgang til kunstretser (sosial kapital) osv. (Prieur & Senstoft, 2006).

Slik kan aktørene hoppe mellom de forskjellige feltene og spille sine kapitalkort på ulike arenaer og høste flere poeng, som igjen betyr større symbolsk kapital for aktøren (Brekke m. flere, 2003).

Kulturell og økonomisk kapital representerer videre også den *autonome* (symbolske) og den *kommersielle* (økonomiske) pol. Det særegne med den autonome polen innenfor for eksempel kunstfeltet er at akkumulasjonen av symbolsk kapital skjer gjennom verdsettelse av kunsten, mens den kommersielle polen må støtte seg til ytre forhold som for eksempel penger og ressurser. Begge polene forsøker for så vidt å heve feltets autonomi, men det strides om hvilken type verdsettelse av kunsten som gir best kapital, kunst for kunstens skyld eller kunst for økonomiens skyld (Brekke m. flere, 2003). Den symbolske kapitalen, dvs. mengden av anerkjennelse, blir i det siste tilfellet knyttet til andre instanser enn det rent kunstneriske, og knytter således legitimiteten sin til staten og markedet (Brekke m. flere, 2003).

4.3 Potensielle utfordringer

Det som dyrkes i dag er ikke felleskaper, men individer (2006) skriver Bror Olsen i artikkelen *Subkulturens død* (Olsen, 2006). Han konkluderer med at subkulturen slettes ikke er død, men at det derimot er normalkulturen som står med ene foten i grava. Det å være *kul* har fram til nå blitt assosiert med den slitne rebellen, han som vil være fri for å gjøre det han ønsker. Mens ur-rebellen måtte betalt dyrt for mangelen på lydighet og trygghetsbehov, har dette nesten blitt gratis nå til dags (Olsen, 2006). Olsen bruker pønkernes tatoveringer som eksempel på subkultur. Pønkernes tatoveringer refererte i det minste til protest og til et felleskap. I dag viser tatoveringen heller til egenskaper ved bærereren. En tatovering skal være unik og ikke delt med andre. Subkulturene var et spesielt historisk fenomen, men nå kan det se ut som om betingelsene som var med på å skape dem ikke lenger finnes (Olsen, 2006).

Atkinson skriver at begrepet subkultur fortsetter å brukes innenfor sosiologien til tross for antydninger om at begrepet ikke lenger har noen empirisk validitet.

Atkinson påpeker at heller enn å oppgi begrepet helt, har sosiologer istedenfor omformulert forståelsen av subkulturen på uttalige nye måter. I diskusjoner rundt subkulturen er det viktig å huske på at selv om terminologien har fått status som relevant innenfor sosiologien, så eksisterer det fortsatt ingen akseptert definisjon av subkulturen eller standardiserte analytiske kriterier for bruk av begrepet (Atkinson, 2003:92). Videre skriver Atkinson at selv om det er populært å snakke om tatovering i subkulturelle termer, er slike beskrivelser av gruppen empirisk villedende. Tatoveringsentusiaster deler kanskje en felles interesse for tatovering, men ikke med et omfang som gjør at man kan ta i bruk et subkulturelt perspektiv på praksisen (Atkinson, 2003).

Det Olsen og Atkinson hovedsakelig er enige om her, er at subkulturen fortsatt eksisterer, men at betingelsene knyttet til den har endret seg.

Så langt har jeg tatt i bruk forskjellige kilder i beskrivelsen av subkultur. Dette har jeg gjort bevisst for å få fram en mangfoldig definisjon av begrepet. Olsen og Atkinson har rett i at det i dag finnes mange forskjellige definisjoner, og at disse også er i konstant endring. Derfor vil det være utfordrende for meg å ta i bruk dette begrepsapparatet. Da jeg har valgt å bruke Sarah Thornton som en av mine teoretiske hovedkilder, er det naturlig for meg å ta utgangspunkt i hennes subkulturelle kapital og videre de kriteriene hun knytter til denne. På bakgrunn av disse kriteriene vil jeg undersøke om det finnes subkulturelle tendenser på tatoveringsfeltet. Kort oppsummert går disse kriteriene ut på: Medlemmene av subkulturen innehar en spesifikk type kunnskap og praksismåte, samt at subkulturen skal skille seg ut fra storkulturen. Medlemmene får anerkjennelse ved bruk av riktig slang og ved å se riktig ut. Videre får du anerkjennelse hvis du har forstått hva som skal til/at du har peiling på hva som er *hipt*.

Andre faktorer kan tale for at Bourdieus feltbegrep er passende i en slik analyse. Grunnen til dette er at tatoveringen i dag har utviklet seg til å bli en bransje og har dermed adoptert en del standardiserte normer for næringsvirksomhet som gjør at

man kanskje kan plassere dette feltet nærmere næringslivet og markedet, enn subkulturen.

Selv om også subkulturens opprinnelse i stor grad må ses i sammenheng med klassebakgrunn, dominans og undertrykkelse, så representerer subkulturen en motsetning til slike stratifiserte skjema, fordi de representerer et kollektivt brudd med rene klasseidentiteter (Olsen 2003:53).

Hos Bourdieu knyttes den kulturelle kapitalen til klassebaserte distinksjoner, mens den hos Thornton knyttes til distinksjonen mellom subkultur og massefenomener. Hun snakker ikke som Bourdieu om klasse, men om subkultur. Ved bruk av Bourdieus teori om kapital argumenterer hun for subkulturell kapital som et alternativ til kulturell kapital og økonomisk kapital (Olsen, 2003). Med subkulturell kapital mener hun den statusen subkulturene får idet de oppstår som motsetning til andre kulturer på bakgrunn av subkulturens egne etablerte kapitalformer dvs. at det er relasjonen til mainstream som er poenget mer enn innholdet. Det etableres med andre ord et eget kapitalsystem innad i subkulturene som definerer deres status som subkultur. En subkultur er ikke en subkultur med mindre det finnes en motsats, dvs en original kultur. For eksempel hadde ikke punkens tilhengere vært opprørske hvis ikke allerede etablerte standarder gjorde at de ble sett på som opprørske (Boyd, 2005).

5.0 Analyse

Interessen for kroppen har i dag nådd voldsomme proporsjoner. Inntil nylig skremte det mange at enkelte mennesker frivillig valgte å merke kroppene sine med inskripsjoner av forskjellige slag. Fokuset var rettet mot at man ikke vil se seg selv som en overflate, men heller som utrustet med et skjult indre dyp. Før skulle en kropp være enkel, disiplinert og kontrollert og helst tiltrekke seg så lite oppmerksomhet som mulig. I dag er det nesten motsatt. Kroppen er det som reflekterer menneskets karakter i enkelte grupper (Hambro, 2004). *Tatovering som lenge ble betraktet som noe lettsindig og overflatisk er i dag en måte å øke kroppens verdi på. Ved hjelp av ytre tegn og symboler gir vi huden intensitet og en spesiell betydning. Å tatovere seg gjør kroppen personlig. (...) Nettopp det å realisere seg selv er blitt en sterk norm i det moderne samfunn.* (Hambro, 2004:4)

Siv Ellen Kraft skriver at fordi kroppsmerking gjør vondt og er varig, er det velegnet til å symbolisere endringer i et individs liv. Slik sett er det både en reaksjon og en respons på det moderne idealet og ønsket om å være unik og annerledes. For noen har tatoveringer og piercinger også en helbredende effekt. Det kan være et svar på psykologiske påkjenninger og traumatiske opplevelser. Det blir en slags «ta kroppen tilbake» -handling. Selvpåført smerte kan gi en følelse av kontroll i motsetning til smerte påført av andre, forklarer Kraft. For andre er kroppsmerking kunst og estetikk. Mange av de mest kjente tatovererne har status som kunstnere – også i Norge (Kraft, 2005).

I dette kapittelet skal jeg se på hvordan tatovørene snakker om feltet og praksisen sin, og hva slags tanker de gjør seg rundt endringene som har skjedd/skjer i feltet, samt deres relasjoner til hverandre. Jeg vil drøfte om dette kan analyseres som et felt eller en subkultur, og videre, hvordan kapital fordeles, og basert på hvilke kriterium.

5.1 Stil og metode

(...) *det er vel de stilene vi profilerer oss med, og folk oppsøker oss også fordi de vet at vi gjør sånne ting. Men vi gjør jo alt annet også.* - Ola

Det finnes store forskjeller på tatovørene med henhold til *stilarter* og *arbeidsmetoder*, dette er både noe jeg har observert ved konvensjonene og noe informantene kan bekrefte. Som tidligere nevnt, har jeg plukket ut et knippe stilarter som jeg har valgt å ta med i oppgaven, både fordi de representerer hovedstilartene som blir brukt på feltet i Norge og fordi informantene mine kan plasseres innenfor disse. Norske tatovører har adoptert en del engelske ord og uttrykk tilknyttet feltet og de har også beholdt stilartenes originale navn; *Old-School*, *New-School*, *Tribal*, *Black and Grey*. Og til slutt *prikketeknikken*, som for øvrig oppstod i Danmark og derfor har et fornorsket navn.

Blant de syv informantene finnes et stort spekter av forskjellige stilarter. De kan alle til en viss grad jobbe med alle ovennevnte stilarter, men de har en favoritt de har spesialisert seg på og som de helst jobber med. De fleste av informantene er tilknyttet studioer der det jobber flere andre som behersker forskjellige stiler. Hvis en kunde vil ha gjort noe som en av tatovørene er bedre på/ liker bedre enn en annen, så har kundene mulighet til å velge å bruke én tatovør framfor en annen, innenfor samme studio. Slik får de et bredere spekter på hva de kan gjøre og dette appellerer til kundene. Det er bare Per av mine informanter som jobber alene.

Det er imidlertid her viktig å skille mellom stilartene og tatovørenes individuelle *stil*. Når jeg spør informantene om det finnes tatovører som har samme stil, svarer de nei. To forskjellige tatovører kan ha spesialisert seg på stilarten Old-School, men de har fortsatt hver sin stil, eller hver sin *strek* som det kalles. Ingen tatovører tatoverer likt, alle har sitt særpreg på sitt arbeid, og man kan se ut ifra en tatovering hvem som har laget den. Ola forteller at tatovørene i utgangspunktet, når de først begynner, kun tatoverer det kundene vil ha, uansett stilart. De har ennå ikke funnet sin egen *nisje*. Etter hvert, når en tatovør er *utdannet*, vil han/hun ha utviklet sin egen strek og spesialisert seg på en stilart. I denne sammenheng er det viktig å nevne at informantene mener at en tatovør aldri blir *ferdigutdannet*. I dette yrket vil man hele tiden utvikle seg og lære nye ting.

Hvis en tatovør en dag bestemmer seg for at han/hun har lært seg alt som er å lære, burde han/hun ikke lenger jobbe som tatovør. Dette er noe man kan si er felles for alle skapende yrker.

Tatovøren og hans/hennes arbeid er, i likhet med feltet, i konstant bevegelse. Informantene snakker i denne sammenheng om at tatovørenes stilarter også endrer seg hele tiden. Tatovører vil over tid skaffe seg nye erfaringer og bli kjent med nye mennesker, både tatovører og kunder, som influerer en. I tillegg vil faktorer som *trender* og andre ting som dukker opp i feltet, påvirke tatovøren til hele tiden å endre på sin stilart.

Tatovørenes arbeidsmetoder varierer rent teknisk med henhold til hvordan de bruker maskinene, farger og skyggelegging, samt hvilke typer nåler de bruker til hva. For eksempel går en urgammel metode, som nevnt i kapittel 2, ut på at man slår tatoveringsblekket inn i huden med pinner. Dette er en anerkjent metode og blir sett på som den originale måten å tatovere på blant mine informanter, til tross for at metoden ikke er utbredt i Norge. Den er derimot mye brukt i Asia, men også i resten av verden, blant annet av noen som deltok på konvensjonene jeg besøkte.

Noe av det som skiller tatoveringsbransjen fra andre bransjer, er at de som driver med tatoveringen ikke har noen beskyttede titler eller formelle posisjoner. De blir heller ikke ferdigutdannet med vitnemål eller fagbrev og har ikke mulighet til å posisjonere seg i forhold til hverandre på bakgrunn av utdanningsnivå i bransjen. Det eneste de formelt må gjennom, er en praksistid ved et studio før de kan begynne som selvstendige tatovører. Til tross for at de driver med forskjellige ting, står de alle formelt på lik linje.

På den andre siden bryter ikke tatoveringsbransjen med standardiserte oppsett for fordeling av arbeidsoppgaver, lønningssystemer og butikkdrift i arbeidslivet generelt. Den har kanskje en særegen praksis og en egen måte å forvalte denne på, men det finnes flere bransjer som har det. Det finnes derfor argumenter både for og imot at dette er en egen subkultur dersom vi ser det på bransjenivå. Dette er noe jeg vil komme tilbake til senere i analysen.

5.2 Kvalitet – tatovører og deres arbeid

Per: *En tatovør skal brenne for det han gjør. De skal legge sjelen sin i arbeidet sitt og være seriøse på absolutt alle plan.* Når Per snakker om seriøsitet på alle plan mener han kundeservice, aldersgrenser, hygiene, informasjon osv.

Tatoveringsbransjen er i dag underlagt en del retningslinjer når det kommer til akkurat disse punktene over. Tatovøren skal ta arbeidet sitt alvorlig og ta ansvar når det kommer til kundene sine. Dette er også noe som gjelder de fleste servicebaserte yrker.

Fordi vi sitter i et element ovenfor kunder hver eneste dag der du har risikoen for at han du skal tatovere har både hepatitt c og HIV og gidder ikke si det til deg. Sånne faktorer er vi oppe i hver dag, samtidig som vi skal utføre kunststykket vårt, sånn at alt det som har med den faren at du kan få en blodsmitteoverføring har igjen med sikkerheten og rutiner som du banker inn. Så egentlig er det bare rutiner, og så begynner du å tatovere. – Adam

Adam er veldig opptatt av dette med *helse, miljø og sikkerhet* (Intern-kontroll, HMS) som en del av kvaliteten på tatovørenes arbeid. I hans studioer er det stort fokus på dette, og han mener det er selve grunnlaget for at praksisen i det hele tatt kan eksistere og fortsette å utvikle seg. Det er viktig med klare rammer og regler ved studioene og generelt der praksisen utøves. Ved konvensjonene får de blant annet besøk av representanter fra Mattilsynet som sjekker at alt er på stell. I bransjen er det også klare regler når det kommer til aldersgrenser. Kunden skal være fylt 18 år, hvis han eller hun ikke er i følge med en foresatt, forteller Adam.

Tatovering er en *livsstil*, ikke et arbeid, blir jeg fortalt. Tatovørene bør leve og ånde for *kunsten* sin, det vil si bruke all sin tid på den. Han skal gjerne tegne og male, reise på konvensjoner og delta i konkurranser. Tatovørene er veldig klare på at dette ikke er et arbeid de kan legge fra seg og koble ut når de drar hjem om kvelden. De jobber konstant med nye design og oppgaver som skal gjøres. Tatovører er gjerne tatoverte selv og anser tatoveringsmiljøet som hjemme. *Vi er en eneste stor familie der alle kjenner alle*, forteller Eva.

En dyktig tatovør må ha sans for form og farger, gode linjer, toner og skyggelegginger. *Han må kunne sitt arbeid, og han må gjerne drive med andre kunstformer i tillegg til tatovering*, sier Adam. Det han lager må gjerne være nytt og annerledes. Han må ha tålmodighet og være flink med mennesker, være åpen for kritikk og aldri være tilfreds. Hele tiden søke nye ting og være lærelysten. *Hvis man som tatovør en dag tenker: "Ja nå er jeg så bra jeg kan bli", så burde han legge opp.(...) Nettopp fordi det er en livsstil heller enn en arbeidsplass, er det vanskelig å legge det vekk, da det ruster fort og man har mange tråder man skal holde rede på* sier Adam. Adam mener helt bestemt at tatovering er en livsstil og at dette er noe særegent for denne praksisen som skiller den fra andre bransjer. Han fortsetter: *Tatovøren må være teknisk dyktig, tatoveringen må være godt komponert og utført, og plasseringen på tatoveringen må være perfekt, så det for eksempel ikke ser rart ut når en kunde vrir og vender på seg.* Per konkluderer med at *Det er viktig at tatovøren kjenner til kroppens anatomi.* Videre må tatovøren aldri må låse seg til sin egen retning. Pål sier: *Mange tatovører vil helst bare tatovere ting de selv kunne tenke seg å ha.*

I tatoveringsbransjen er det et pluss hvis du kan mestre noe annet enn bare det du har spesialisert deg på, det være seg andre stilarter eller andre kunstformer. De trenger med andre ord ikke nødvendigvis ha noe med selve tatoveringspraksisen å gjøre.

Gjennom min observasjonsrunde opplevde jeg at tatovørene snakket mye om hverandre og tipset meg om hvem jeg burde ta kontakt med. Argumentene varierte veldig. Noen anbefalte dem som hadde lang fartstid og sa ting som: *Han må du snakke med, han har holdt på lenge.* Andre fokuserte mer på tatovørens arbeidsmengde og erfaringer. Hvis han/hun hadde mange portefolier med mye forskjellige arbeid og hadde reist verden rundt på konvensjoner og vunnet masse premier, ble han/hun ansett som flink. *Alle vet hvem han er, han er flink.* Et argument jeg spesielt la merke til var: *Du får respekt hvis du har forstått hva tatovering er.* Det var min nøkkelinformant Håken som kom med denne uttalelsen. Dette med respekt vil jeg komme tilbake til senere.

Informantene snakker om at tatovøren bør være flink med mennesker. På lik linje med frisører omgås tatovørene flere forskjellige mennesker i løpet av sin arbeidsdag og må forholde seg til veldig mange forskjellige mennesketyper. *Ikke bare skal de utøve en service og tilby kunden en vare, et produkt, men også skape noe veldig personlig for kundene, som de skal bære med seg livet ut*, forteller Kari.

Kommunikasjonen mellom kundene og tatovørene er derfor veldig viktig. Tatovøren må vite helt eksakt hva det er kunden er ute etter og skape noe de begge er komfortable med. Kunden vil potensielt knyttes sterkt til sin tatovør, ettersom mye personlig informasjon vil bli delt hvis kunden ønsker en personlig tatovering. Her må tatovørene vite hvordan de skal opptre og behandle kunden på en måte slik at de føler seg komfortable med å dele informasjon. Konfidensialitet er viktig.

Discovery Channels realityserie Miami Ink.(se kapittel 3) er et godt eksempel på dette med kundeforhold og konfidensialitet. Serien foregår i USA, hvor tatoveringsfeltet ikke kan sammenlignes helt med Norges, men likevel er det en serie som sees av nordmenn hver uke og som blant mine informanter anses å ha stor påvirkningskraft på kundene. I serien forteller kundene sine historier og grunnen til at de tatoverer seg. Mange av dem har personlige og rørende historier om tapte familiemedlemmer, dårlige kjærlighetsforhold eller mørke fortider. Dette er noe de deler med sin tatovør for at tatovøren skal forstå viktigheten av tatoveringen og meningene kundene legger i sine motiver. Her skapes det et kan det potensielt oppstå et bånd mellom kunde og tatovør, og tatovørene får en rolle både som lytter og samtalepartner rundt ganske vanskelige temaer de ikke på forhånd har noen forutsetning for å kjenne til eller vite hvordan de skal takle.

Når det kommer til kunde-tatovørforholdet, presiserer informantene mine viktigheten av å undersøke hvilke tatovører som finnes der ute, før man bestemmer seg for hvor man vil tatovere seg. Det er viktig at man som kunder vurderer sine muligheter ved at man studerer tatovørenes tidligere arbeid, for eksempel ved å besøke studioene og studere *portofoliene* deres. Adam forteller: *Man kan risikere å få gjort en tatovering man slettes ikke er fornøyd med et sted, og rett ned i gata så sitter det en som kunne laget noe helt perfekt. (...) Det er et faktum at det finnes mange useriøse og dårlige aktører i feltet som man må passe seg for.*

Informantene virker reflekterte over sin arbeidssituasjon, hva kundene tenker og hva som burde ligge til grunn før man tatoverer seg. De har tross alt selv også opplevd å innta rollen som kunde.

*I Foreningen for Norske Profesjonelle Tatovører finnes det mange forskjellige mennesker. Den viktigste delen foreningen fokuserer på og jobber med, er helse, miljø og sikkerhet, forteller Adam videre. Dette er de viktigste kriteriene som må ligge til grunn for at man skal få bli medlem av foreningen. Han forteller at dette sikrer kundens helse, men at det ikke nødvendigvis sikrer kvaliteten på arbeidet til tatovøren. Kriteriet om kunstnerisk kvalitet inngår ikke i regelverket rundt medlemskapet til foreningen, så hvem som helst kan åpne en butikk og starte som tatovør så lenge han har helse-, miljø- og sikkerhetskriteriene på plass. Han påpeker her at det finnes en del tatovører i feltet som kun jobber for å tjene penger, men at det også finnes mange dyktige kunstnere og at det får bli opp til kunden å bedømme hvem de ønsker å tatovere seg hos. De som anser seg selv som kunstnere, som han selv, kan ikke gjøre noe med *de andre*.*

Her ser vi at aktørene sammenligner seg med hverandre og skaper skiller og undergrupperinger på feltet. Dette gjenspeiler seg i det meste som blir sagt. Informantene har klare tanker om hverandre og om hvilke kriterier som gjelder. De definerer seg selv ut ifra de andre. De vet hvem de er fordi de er klare på hvem de *ikke* er. Det er *vi*, som driver med det og det, og tenker sånn og sånn, og så er det *de andre* som gjør ting på andre måter og mener andre ting. Man kan si at de posisjonerer seg innenfor forskjellige undergrupperinger i feltet basert på holdninger og meninger. Og videre ekskluderer eller inkluderer de andre aktører ettersom hvor de hører hjemme innenfor hver undergruppe. Ved hjelp av Muggletons tanker om *oss* og *de andre* kan man forstå dette skillet bedre.

Muggleton skiller i *Inside Subculture* mellom det han kaller *within group* (innen gruppa) og *across group* (på tvers av grupper). Med dette mener han at det er viktig å forstå forholdet mellom individuell distinksjon og gruppekonformitet både innenfor en gruppe og på tvers av forskjellige grupper. Innenfor en gruppe finner man som regel en sammenligning av individene i forhold til gruppa,

mens en distinksjon på tvers av grupper handler om å se an medlemmenes ikke-konvensjonalitet i forhold til andre grupper. Her snakker han om en individuell versus en kollektiv form for distinksjon. (Muggleton, 2000:66) Nettopp på grunn av undergrupperinger i feltet basert på interesser og meninger, vil man kunne se disse distinksjonene. Forskjellige aktører plasserer seg selv og andre i ulike posisjoner eller grupperinger ut fra hvilken situasjon de er i. For eksempel vil de som kaller seg kunstnere plassere seg selv og andre kunstnere i en gruppe, men ikke nødvendigvis i samme gruppe med henhold til stil og metodebruk. Resultatet av dette blir at det oppstår skiller både innad i feltet, og innad i grupper, samt på tvers av gruppene, dvs at aktørene orienterer seg både i forhold til ett felt (tatoeringen) og to ulike felt (kunsten og økonomien).

Ola sammenligner tatoering med maling når han beskriver viktigheten av arbeidet: *Da maleren kan bruke lang tid, forlate maleriet sitt og vende tilbake, endre på ting eller kaste det hvis han ikke er fornøyd, har tatovøren derimot kun én sjanse til å lage noe virkelig bra, og hvis han roter det til, vil kunden være nødt til å bære hans mislykkede arbeid resten av livet.* Dette er også noe tatovørene virker reflekterte over; deres ansvar ovenfor kunden.

Alt i alt finnes det et ganske svakt regelverk knyttet til denne praksisen som igjen fører til at hvis en kunde skulle bli misfornøyd med arbeidet har ikke kunden rettigheter nok til å komme godt ut av situasjonen. Dette er noe som strider med det generelle næringslivet. Tatoeringsbransjen bryter her med standardiserte oppsett for regler som beskytter kundene, og kan på bakgrunn av dette sies å ha enkelte subkulturelle kvaliteter ved seg.

Adam skiller ovenfor tatoeringsbransjen fra andre bransjer fordi han ser på tatoering som en livsstil, heller enn et arbeid.

Vi har sett på hva som kjennetegner tatoeringspraksisen og det kan se ut til at noe av det mest vesentlige er aktørens posisjoner, da de ikke har noen beskyttede titler eller noen form for formell utdanning. Tatoeringsbransjen skiller seg ut fra andre bransjer med tanke på den faktiske praksisen og varen som produseres: Kunstverk på hud. Men samtidig er det også mange bransjer som utøver en praksis og produserer en vare, som tar i bruk de samme kriteriene.

Adam nevner ikke her noen bransjer han sammenligner tatoveringen med, men hvis man skal tenke på de tingene han nevner ovenfor som han mente gjorde tatoveringen særegen, kan man trekke inn et eksempel som frisørbransjen, der du må være flink med mennesker og kjenne til kroppens anatomi i den forstand at du må vite hva du skal gjøre for å oppnå det resultatet du ønsker. I tillegg kan man også nevne bransjer som produserer klær. Også disse må vite hva kundene ønsker, hvilke fasonger som passer til de forskjellige mennesketypene, og man må her hele tiden tenke nytt og annerledes. Flere eksempler kunne nevnes uten at jeg vil gå noe videre inn på det. På bakgrunn av denne beskrivelsen kan man ikke påstå at tatoveringen er en subkultur, slik vi tidligere har definert det. Nettopp på grunn av disse kriteriene kunne vi si at bransjen har blitt mer markedsbasert og dermed mer kommersiell heller enn motkulturell, som ofte karakteriserer subkulturen (Olsen, 2003).

Det er helt klart mye som må ligge til grunn for at en tatovør skal anses som flink i sitt arbeid. Han får anerkjennelse, både fra kundegrupper og kolleger, ved at han følger retningslinjer når det kommer til sikkerhet, alder osv. Akkurat dette er ikke nødvendigvis veldig subkulturelt, da det kan sees på som helt vanlige borgelige dyder.

Journalist Kim Daniel Lindegaard skriver om kriteriene rundt tatoveringspraksisen at i motsetning til andre varer og tjenester, merker tatoveringer deg for alltid. Derfor er det ekstra viktig at tatovøren gjør et godt arbeid slik at kunden blir fornøyd. Imidlertid vil det alltid være en fare for at det motsatte skjer (Lindegaard, 2006). Ifølge Glenn Jordheim i Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører, er regelverket altfor dårlig fordi kundene har få rettigheter. De som driver seriøst i bransjen (dette er også noe mine informanter nevner) synes det er synd at det finnes tatovører der ute som ikke er like seriøse og som dermed ødelegger for dem som er det (Lindegaard, 2006). Lindegaard skriver at dette svake regelverket får konsekvenser både for tatovørene og kundene. Den eneste reguleringen som gjelder tatoveringsvirksomhet per i dag, er som tidligere nevnt en hygieneforskrift. Denne krever at lokalene har en viss hygienisk standard, og at alt utstyr som benyttes, er sterilt. Seniorrådgiver i Mattilsynet, Hans Jørgen Talberg, synes at denne forskriften bør suppleres med flere regler (Lindegaard, 2006).

I et forum på Internett diskuteres reglene tilknyttet tatoveringspraksisen. En av deltagerne i diskusjonen er selv tatovør og tar opp dette med en eventuell svenneprøve i tatoveringsbransjen. Han spør: Hvem skal så være sensoren i en slik svenneprøve? Hvilke kriterier skal ligge til grunn? Han supplerer med spørsmålet om det skal tas utgangspunkt i renhold og hygiene eller faglig utførelse. Han skriver videre: *Tattoo/tegnestil er en smakssak, og hvem skal sette seg på sin høye hest og si at du er god nok og du er ikke god nok (...) dette er et vanskelig dilemma som vil gjøre en slik svenneprøve ugjennomførbar (...)* Han konkluderer med at de statlige helseinstansene bør komme sterkere på banen, dette være seg for eksempel N.F.P.T (Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører) og at disse må ta på seg oppgaven med å sette ned et nytt og mye strengere regelverk for bransjen både når det gjelder aldersgrenser, generell hygiene osv. *Først DA vil man kunne få litt oversikt over hva som befinner seg i denne bransjen*, skriver han⁸. Mangelen på sertifisering og formelle kriterier for kvalitet er noen faktorer som åpner opp for at man kan diskutere om tatoveringsfeltet er en form for subkultur. Det finnes ingen institusjonaliserte rammeverk rundt praksisen, annet enn med tanke på hygieneforeskrifter.

På en annen side har en mindre gruppe i feltet organisert seg gjennom Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører, og på denne måten løftet tatoveringspraksisen opp fra undergrunnen og inn i en markedsbasert bransjestruktur. Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører består av 14 medlemsstudioer (det finnes totalt om lag 50 foretak i Norge). Denne organisasjonen er hovedsakelig en ideell organisasjon og er registrert i Brønnøysund-registeret som en forening/lag/innretning⁹. Det som skiller medlemmer og ikke-medlemmer, er at de som er medlemmer, blir pålagt enda strengere rutiner med tanke på helse, miljø og sikkerhet enn de vanlige rutinene nedlagt av helsemyndighetene. Leder for foreningen, Glenn Jordheim, mener at de som er medlemmer og driver seriøst burde få en erklæring fra den kommunale helsetjenesten på at de følger strenge hygienekrav. Dette for å sile ut useriøse aktører og for å vise kundene at de er sikre på dette området (Orskaug, 1999).

⁸ *Diskusjonsforum* Tilgjengelig fra:

http://www.nettby.no/community/thread.php?id=430878&community_id=207&offset=40

⁹ *Nøkkelopplysninger fra enhetsregisteret* Tilgjengelig fra:

<http://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=976879856>

I tillegg til dette medlemskapet, samt pålagte rutiner fra helsemyndighetene, har hver enkelt bedrift selv ansvar for å melde seg som enkeltmannsforetak, AS eller DA i Brønnøysund-registeret. Med denne organiseringen følger også medlemskap i blant annet *foretaksregisteret*, som har som ansvar å sikre rettsvern og økonomisk oversikt¹⁰. Foretakene registrerer seg også i *Merverdiavgiftsmanntallet* som innebærer at det tillegges moms i prisen på varer og tjenester som produseres/utføres av gjeldende foretak. Alt dette taler mot å se bransjen som en subkultur. Dagens tatoveringspraksis gjør at feltbegrepet kanskje er mer egnet for å forstå bransjen.

Når jeg snakker med informantene mine, kan det tyde på at det både er de kunstneriske og de håndverkermessige kriteriene i tillegg til de mer formelle reglene som gir tatovørene anerkjennelse. Dette kan bety at mine informanter er av de tatovørene som tar arbeidet alvorlig og som individuelt, uavhengig av Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører, har etablert regler for sin egen praksis. På den andre siden kan dette bety at det generelt i feltet *forventes* at tatovørene oppfyller alle kravene og at informantene derfor snakker positivt om dette fordi det å gjøre det gir anerkjennelse.

På bakgrunn av dette og med tanke på Adams tidligere uttalelser (s.49) kan man skille de *seriøse* og de *mindre seriøse* tatovørene fra hverandre. Ingen av dem bryter med noen lover (så lenge de oppfyller HMS-reglene og fører regnskap), da det ikke finnes noen formelle regler for kvaliteten på arbeidet eller tatovørens kvalifikasjoner når det kommer til kundebehandling. Basert på dette kan tatovering analyseres i felttermer. Her finnes det strid mellom dem som ønsker å knytte flere markedsbaserte regler til feltet og dem som ikke ønsker å følge disse. Ved å inkorporere flere slike regler i feltet, vil man bidra til å gjøre tatoveringen enda mer kommersiell. Slik kan man også se for seg at en gruppe tatovører identifiserer seg med subkulturelle kriterier, mens en annen identifiserer seg med markedet og næringslivet. Det strides med andre ord om hvilke kriterier som må ligge til grunn for at aktørene skal oppnå symbolsk kapital.

¹⁰ *Foretaksregisteret* Tilgjengelig fra:
<http://www.brreg.no/registrene/foretak/>

5.3 Kunstner versus håndverker

Det er vanskelig for meg å sette meg ned å lage en tribal som ikke er kunstnerisk utfordrende. Og være tilfreds med at det kun er det tekniske som er en utfordring, jeg synes det er dødskjedelig. De jeg jobber med kan saktens sette seg ned og si; nå skal det her bare bli driftfint og det her er en mulighet for meg å farge noe svart på en ny måte! – Kari

Den foregående analysen tyder på at det kan være fruktbart å skille mellom *kunstneren* og *håndverkeren*. Denne delingen blant aktørene kan være med på å illustrere kampen i feltet, da disse to grupperingene legger til grunn forskjellige kriterier for symbolsk kapital.

Definisjonen av en ekte tatovør høres blant mine informanter ofte slik ut: Tatovørene har tatovering i blodet, de lever og ånder for det, ser på seg selv som kunstnere, og de *er* kunstnere. De skal ikke jobbe kun for penger og stresse med å komme seg hjem fra arbeidsplassen, for en ekte tatovør legger aldri sitt arbeid fra seg. Videre må tatovøren gjøre sitt beste, *hvis de lager dårlig arbeid, så har de ikke jobb*, sier Adam. Det blir også sagt at det kun er de beste som overlever i denne bransjen nettopp på grunn av det. Her kommer konkurranseaspektet inn. Har du ikke de viktigste kriteriene på plass, blir du presset ut av andre som har det. Denne definisjonen av en tatovør blir gjort av tatovørene selv. Det er usikkert hvilken definisjon kundene bruker, og i hvilken grad de gjør de samme vurderingene som tatovørene. Dette kan være et viktig aspekt da det tross alt er kundene som står for etterspørselen. I denne sammenheng kan man jo spørre seg om kundene ville vært mest interesserte i å tatovere seg hos håndverkeren eller hos kunstneren, og om de i det hele tatt er så kyndige at de vet om denne forskjellen (på grunn av begrenset plass har jeg valgt å ikke gå nærmere inn på kundenes perspektiv).

Informantene mener at *kunstneren* er den som holder på med tegning og maling ved siden av jobben som tatovør, dvs. at han/hun har ferdigheter i tegning.

Han/hun tegner konstant og holder arbeidet ved like. Videre sier de at det *følelsesmessige aspektet* er viktig for en kunstner. Han/hun vil hele tiden utvikle seg og prøve nye ting for å *tilfredsstille seg selv*, heller enn å tilfredsstille kundene. Kunstneren er opptatt av *designet* og utførelsen, men ikke nødvendigvis så engasjert i den tekniske eller utstyrsmessige delen.

Den *ordentlig flinke tatovøren mestrer begge deler* som Adam tidligere sa. En kunstner vil ikke være tilfreds med at det kun er det tekniske ved en tatovering som er utfordrende, slik en håndverker ofte vil være. De av tatovørene som anser seg som kunstnere, legger veldig mye i kunstdelen av tatoveringen.

Kriteriene for definisjon av kunstneren kan sees i sammenheng med de kriteriene som tidligere ble presentert med henhold til kvaliteten på tatovørens arbeid (delkapittel 5.2). Kunstneren er han/hun som holder på med tegning og maling. For han/henne er det følelsesmessige aspektet viktig. Videre bør han/hun hele tiden utvikle seg og prøve nye ting. Han/hun er veldig opptatt av utførelsen, men liker helst å tilfredsstill seg selv framfor å tilfredsstill kunden. Disse kriteriene er så å si de samme som fra delkapittel 5.2; den dyktige tatovøren bør holde på med andre kunstformer, han/hun bør legge sjela si i arbeidet sitt, søke det som er nytt og annerledes. Videre er han/hun opptatt av å komponere en god tatovering. I vurderingen av kvalitet ble det også tydelig at det fantes et annet kriterium som var av en litt annen art: En tatovør bør ikke låse seg til sin egen retning og utelukkende være opptatt av sin egen personlige interesse. Her vil kunstneren, ifølge informantenes meninger, bryte med ett av kriteriene knyttet til den dyktige tatovøren.

Hvem er *håndverkeren*? Han/hun er teknisk dyktig, skjønner sine maskiner og den tekniske delen av tatoveringen og hvordan den skal utføres. Han/hun legger vekt på det tradisjonelle, på selve håndverket. De tatovørene som kalles eller selv kaller seg for håndverkere, er også de som har holdt på lengst av mine informanter. De har, ifølge Håken, gjennom erfaring lært maskinene å kjenne og mestrer den tekniske delen bedre enn kunstnerne. Videre er det også de som naturlig nok har lagt størst arbeidsmengde bak seg, og de har opparbeidet seg større kundegrupper enn kunstnerne. Håken forteller at det også er flest håndverkere som deltar i konkurransene. Disse fokuserer også mer på markedsføring enn det kunstnerne gjør. Håndverkeren mestrer flere stilarter og kan gjerne jobbe med forskjellige ting. Håndverkeren har større fokus på servicedelen av yrket, samt prioriterer kundens tilfredsstillelse heller enn sin egen.

Adam kaller tatovering for et *kunsthåndverk*. En tatovør er en som lever av kunsten sin, men han skiller, som tidligere nevnt,

klart mellom *dem som tatoverer for pengenes skyld* og *dem som tatoverer fordi de brenner for det*. Her kan man se at han presenterer en todeling, ikke bare mellom håndverkeren og kunstneren, men også mellom dem som lever *for* kunsten og dem som lever *av* håndverket. Disse to går også an å kombinere, mener Adam. Noen ganger jobber en tatovør som håndverker og noen ganger som kunstner. Per forteller at det er enklere å dra ting litt lenger med tatoveringen enn med en tegning på papir. Dette fører til en slags indre konflikt, og han vet ikke helt hvor han skal plassere seg selv når han får spørsmål om hvem han er. Uansett yrkesgruppe er det alltid noen som er mer dedikerte enn andre. Forskjellige mennesker vil alltid ha forskjellige forutsetninger for å gjøre de samme tingene og legge forskjellige meninger bak dem, sier Adam.

Kriteriene som for en håndverker ser da slik ut: Håndverkeren er teknisk dyktig og skjønner seg på maskinene. Blant mine informanter er det håndverkerne som ser ut til å ha holdt på lengst med dette yrket. De har større arbeidsmengde og større kundegrupper fordi de ikke begrenser seg til en stilart. Dette fører igjen til at de blir fokuserte på servicedelen av yrket, samt kundens tilfredsstillelse. Her kan vi også trekke paralleller til kriteriene fra delkapittel 5.2: Den flinke tatovøren er teknisk dyktig og mestrer sine maskiner. Det kom videre fram at tatovørene med lang fartstid fikk anerkjennelse for dette. Tatovørens arbeidsmengde og erfaring fra reiser og konvensjoner ble også nevnt. Og til slutt, håndverkerens forhold til serviceyrket med tanke på hans allsidighet når det kom til varierte arbeidsoppgaver. Hvis vi her også skal plukke ut et kriterium som strider med kvalitetskriteriene for en tatovør slik de ble lagt fram i delkapittel 5.2, kan man si at håndverkeren ikke bruker like mye tid på den kunstneriske utformingen og utviklingen som det kunstneren gjør.

Grunnen til at håndverkerne ikke bruker like mye tid på den kunstneriske delen av tatoveringen kan kanskje skyldes at det for ikke lenge siden var veldig enkle tatoveringer som var 'in' blant kundene. Det er, som jeg var inne på i kapittel 2, først i senere år at flere nye stilarter har funnet veien inn i dette feltet. Med denne utviklingen kom også helt nye måter å bruke farger og skyggelegging på. Håndverkerne har i utgangspunktet vært nødt til å fokusere på den tekniske delen, da den kunstneriske ikke blomstret opp før for relativt kort tid siden. Kanskje har de på en måte blitt hengende litt igjen ved sitt gamle fokus,

mens de nye kunstnerne har startet sin karriere midt i form- og fargeutviklingen og derfor har et helt annet forhold til tatovering enn håndverkerne.

Som vi så i delkapittel 5.2, ser man her også at de forskjellige tatovørene tillegges forskjellige egenskaper ut fra hvem de identifiserer seg med; håndverkeren eller kunstneren. Den ordentlig flinke tatovøren burde inneha alle disse egenskapene, mener informantene. Det kan se ut som om de har valgt side og slått seg til ro med det. Enten er de kunstnere eller så er de håndverkere, de streber ikke etter noe annet. Det er interessant at dette skillet for eksempel ikke er et etablert skille for å vurdere deltagerne i konkurransene ved konvensjonene. Her vil kunstnere og håndverkere stille mot hverandre på lik linje selv om deres tatoveringer er forskjellige med tanke på arbeidet bak og at deres utgangspunkt er forskjellige. I konkurransene vurderer man både de tekniske og de kunstneriske ferdighetene. Både kunstnere og håndverkere vinner førstepremien i alle kategoriene. Dette tyder på at skillet ikke er institusjonalisert på et kollektivt plan og at til tross for forskjellene, så er det likevel mulig å bedømme dem etter en slags felles standard.

Gjennom dette delkapittelet har jeg trukket fram flere forskjellige elementer ved feltet. Det var hovedsaklig snakk om forskjellen mellom kunstneren og håndverkeren og kriteriene tilknyttet disse. I denne sammenheng viste det seg også at man kunne skille mellom de av tatovørene som prioriterte sin egen tilfredsstillelse og dem som prioriterte kundens tilfredsstillelse. I denne inndelingen finnes det nok mange nyanser og gråsoner. Alle vil de tilfredsstille kundene sine, men for noen er det også et viktig poeng at de selv får noe ut av den jobben de gjør. Dette kan gå på om de er fornøyde med arbeidet, om de synes det er utfordrende og morsomt å gjøre det osv. Andre vektlegger kanskje mer kundens opplevelse av det å bli tatovert. For dem er det viktigere at kundens forventninger innfris og fokuset er mer på kundens rolle, enn på tatovørens.

I tillegg dro jeg fram forskjellen mellom dem som lever for kunsten og dem som lever av håndverket. Dette kom av at Adam presenterte et klart skille mellom dem som tatoverer for pengenes skyld og dem som tatoverer fordi de brenner for kunsten. For noen tatovører er dette en arbeidsplass og de tatoverer for å ha noe å leve av. For andre ligger det noe mer i det.

De fokuserer mer på den kunstneriske og følelsesmessige delen av arbeidet. Igjen, her finnes mange nyanser og gråsoner, da en tatovør gjerne kan kjenne seg igjen i begge situasjonene. Noen ser kanskje på det som et privilegium å få lov til å leve av det de brenner for å gjøre.

Det de ovennevnte elementene kan fortelle oss, er at tatoveringen kan defineres i felttermer. Vi har flere steder funnet tendenser til at det finnes en todelt dominansstruktur mellom en autonom og en heteronom pol i feltet, skillet mellom kunstneren og håndverkeren er et eksempel på dette. Slike todelinger er avgjørende for balansen og opprettholdelsen av feltet, skal man bruke elementer fra Bourdieu. Videre kan man også se at det viktigste skillet mellom for eksempel de ovennevnte posisjonene er ulikhet i makt og innflytelse. Hvem har retten til å definere kapital? Er det den *kunstneriske kapitalen* eller *håndverkerkapitalen* som gir mest symbolsk kapital på feltet? Endringer og opprettholdelsen av dette feltet skyldes nettopp denne striden. Dette kan tyde på at tatovering er et felt, men når det kommer til definisjonen av kapital, passer kanskje ikke tatoveringen inn i en Bourdieuinspirert betegnelse likevel. Ifølge Bourdieu er kapital knyttet til klassebaserte distinksjoner. Dette er ikke noe som gjelder for tatoveringsfeltet. Nettopp fordi aktørene ikke har noen beskyttede titler eller formelle posisjoner basert på for eksempel utdanningsnivå, har de heller ingen rangordning eller hierarkisk oppbygging tilknyttet posisjonene sine. Her er det helt andre faktorer som gir dem kapital.

Min tolkning er at kapitalen på dette feltet er utviklet og sirkulerer uformelt i bransjen. Definisjonen av kapital er verken institusjonalisert eller basert på kollektiv enighet.

Hos Bourdieu knyttes den kulturelle kapitalen til klassebaserte distinksjoner, dette er Thornton uenig i (Olsen, 2003). Tatoveringen har således skapt sine egne kapitalformer og knyttet egne kriterier til disse, ikke basert på distinksjoner mellom klasser, men kriterier basert på holdninger og meninger. Ifølge Bourdieu er posisjonene innad i feltene objektivt definerte i forhold til hverandre og påvirkes ikke av aktørenes subjektive oppfattelser, dette stemmer ikke med hvordan posisjonene ser ut til å være satt sammen i tatoveringsfeltet. Man kan på bakgrunn av dette se på tatoveringen som å ha elementer av en subkultur, da subkulturen representerer et kollektivt brudd med rene klasseidentiteter.

Sarah Thornton påstår at det innenfor subkulturen råder en fantasi om klasseløshet. Ifølge informantene står de alle på lik linje. De er en eneste stor familie der alle driver med sitt og ingen legger seg opp i andres business, men likevel ser vi tendenser til strider i dette feltet. Kanskje er klasseløsheten bare en fantasi?

5.4 Relasjoner aktørene imellom

Før jeg kom sammen med han, ikke tale om, jeg skulle ikke ha en tatovering, ikke en piercing, hull i ørene hadde jeg, men der gikk grensa. Så kom jeg jo sammen med han og han driver jo disse butikkene sine og, jeg så jo litt hva det gikk i, ble mer og mer nysgjerrig på det og, så hvor mye forskjellige folk som kom innom og fikk dette her. Jeg var så mye rundt det at jeg ble rett og slett påvirket, så påvirket at jeg endte opp med det selv da, til slutt. - Eva

Gjennom dette delkapittelet skal jeg gå nærmere inn på hva informantene tenker om hverandre og hvordan de posisjonerer seg selv i forhold til andre på feltet. Kan man se flere tegn til grupperinger her?

Informantene har god oversikt over hvilke andre tatovører og studioer som befinner seg i samme by som en selv, de kjenner hverandre og vet hva de andre driver med. De treffes på konvensjoner og er alle i samme omgangskrets på den måten. Det er bare Espen og Eva som ikke vet noe om de andre som tatoverer i samme by som dem. Eva vet at det finnes andre studioer og at de har egne kundegrupper, men hun vet ikke hva de driver med eller hvem de er.

Espens kommentar er: *Vi gjør vårt, og de gjør deres, vi har hver våre kundegrupper og legger oss ikke borti hva den andre driver med.*

Jeg får en følelse av at sistnevnte ikke har noen interesse av å delta i fellesskapet. Jeg intervjuet han utenom konvensjonene, og han forteller at han sjelden deltar på slike messer. Om han gjør det, er det som regel i utlandet. Han er også den av informantene som kommer med kortest svar og virker ikke særlig interessert i å snakke om seg selv. De som har mest å fortelle, er de som deltar på så mange konvensjoner de kan og kjenner alle de andre som er med. Her ser man klart et skille mellom dem som er en del av kjernen (dem som identifiserer seg med gruppa)

og dem som står litt utenfor og er mer selvstendige. Her er det interessant å se hvor de forskjellige informantene posisjonerer seg selv i forhold til andre. Espen, som helt klart stikker seg ut i forhold til de andre, gjør det klart at han heller blir hjemme og jobber i butikken sin enn å reise på konvensjoner, da han anser det som bortkastet tid og penger. Han har ingen tanker om andre i det norske feltet og kjenner ingen her til lands som han anser som flinke. Til tross for at han med henhold til dette er posisjonert utenfor ”konvensjonsfeltet” vil han fortsatt ha andre ting til felles med andre tatovører som for eksempel stil og metodebruk.

Informantene mine forteller at de fleste på tatoveringsfeltet i Norge kjenner hverandre, og de blir beskrevet som en eneste stor familie, en stor vennegjeng. Gjennom bekjente, venner og venners venner introduseres nye medlemmer for miljøet. De kjenner de på innsiden på et annet grunnlag enn at de har en felles interesse som tatovering, og slik dras de inn i tatoveringen. Men nå skal det også være nevnt at de fleste informantene alltid har holdt på med kunst i en eller annen form, så selve tatoveringen som kunst kom naturlig til dem selv om de ikke nødvendigvis på bakgrunn av interessen for tatovering ble introdusert for feltet. Jeg tror det er *fellesskapet* som lokker folk inn i dette miljøet. Nettopp fordi det er et forholdsvis lite miljø med få medlemmer, blir det kanskje enklere å føle tilhørighet til feltet. Kanskje er det tanken på noe ”annerledes” og nytt som frister dem, at tatoveringen som kunstform er interessant i forhold til hva de tidligere har drevet med. Kanskje har feltet elementer av subkultur ved seg, for eksempel trekk som opprørskehet, motstand og vi/dem aspektet som igjen kan være en avgjørende faktor for nye medlemmer.

Siden aktørene ofte har venner på innsiden, kan man analysere det slik at de kanskje har en felles sosial bakgrunn, noe som også er en viktig faktor for å forklare at de interesserer seg for de samme tingene.

Bourdieu er for eksempel veldig opptatt av dette med klassebakgrunn og at alle aspekter ved livet er påvirket av dette, også interesser og omgangskretser. Hvis jeg skal bruke Bourdieus tanker som utgangspunkt for å tolke dette med hvordan man introduseres for tatovering, kan man kanskje si at det er aktørenes felles kulturelle kapital som fører dem sammen i dette feltet. Noe som også er interessant her,

er at subkulturer også ofte er basert på klassebakgrunn. Med tanke på skillet mellom kunstneren og håndverkeren, bør man kanskje også her ta med forskjellen på de vennene som introduserer nye medlemmer for feltet. Nye medlemmer vil enten entre feltet som potensielle kunstnere eller potensielle håndverkere. Her kan det også finnes forskjeller i sosiale relasjoner og på forhånd etablert kulturell kapital.

5.5 Kapital og respekt

Det er jo bra for et studio å ha vunnet priser, kan du si da. Man får kanskje litt sånn kunde-cred og, sånt no selvfølgelig, av det. - Ola

Gjennom dette delkapittelet skal jeg se nærmere på hva som gir anerkjennelse og kapital på dette feltet. Hovedtemaet her vil være konkurransene som foregår på konvensjonene.

Som tidligere nevnt, er de internasjonale tatoveringskonvensjonene viktige for tatoveringsfeltet, både i utlandet og i Norge, og en av hovedaktivitetene ved konvensjonene er *tatoveringskonkurranser*. Konkurransene går ut på at tatovørene i samarbeid med sine kunder stiller ut tatoveringene sine (enten de er gjort i løpet av messa eller på forhånd) innenfor et gitt antall stilartskategorier. På hver konvensjon har de et dommerpanel bestående av forskjellige aktører på feltet, dette kan være både tatovører, tatoveringsmagasinredaktører og andre *viktige* mennesker. I Stavanger satt for eksempel Isobel Varley, som blir kalt *verdens mest tatoverte senior kvinne* (eller pensjonistkvinne), i panelet. Sammensetningen av panelet tyder på at det er ulike typer kompetanse som her vektlegges.

Konkurransen går ut på at de roper opp en og en sjanger før de påmeldte stiller seg klare ved scenen for å vise seg frem. Kundene går så opp på scenen en etter en og viser fram sin tatovering og forteller litt om den, hva det er og hvem som har laget den, og hvor de selv kommer fra. Så viser de tatoveringen til dommerpanelet, som igjen gjør sin vurdering, og til slutt kalles vinneren så opp igjen sammen med tatovøren for å motta hver sin pokal. En stor til tatovøren og en liten til kunden.

Eva, Ola og Adam synes det er morsomt å delta, mest fordi de anser det som en lek, som noe positivt som skjer i løpet av konvensjonshelga, men også fordi de får vist frem sine arbeid og får en viss anerkjennelse og feedback fra andre tatovører og kundene som er til stede. Dette er også noe som er stas for den kunden som deltar sammen med dem. Eva, Ola og Adam sier at de synes at det er en grei måte å *markedsføre* seg på, dvs. at anerkjennelsen de her får kan omsettes til kunstnerisk og økonomisk kapital. Eva, Ola og Adam liker også å stille ut pokalene sine i studioet eller ved standen sin på messa, så folk kan se hva de har oppnådd. Bilder av vinneren blir også trykket i diverse tatoveringsmagasiner.

Eva mener at det med anerkjennelse også følger forventninger. De som vinner forventes å komme tilbake neste år og vinne igjen, om ikke annet delta. Med en førstepris følger det anerkjennelse fra de andre tatovørene, og ikke minst kundene. De som ikke har vunnet, men deltatt, vil kanskje føle at de må delta igjen neste år for å prøve å slå regjerende mester. Han/hun som har vunnet, føler noen ganger det samme, at det forventes at han/hun skal vinne i sin kategori igjen, forklarer hun. Eva forteller at noen av de andre kan tenke at det ikke er noen vits i å delta, fordi den ene tatovøren alltid vinner uansett: *Ja, der stakk de av med seieren igjen*. Dette kan tyde på at det finnes store forskjeller mellom tatovørene med tanke på nivå.

Kari, Per og Pål mener også at det å vinne en konkurranse fører med seg forventninger og press. De synes, nettopp på grunn av dette, at det ikke er særlig gøy å delta. De er også de av informantene som naturlig nok deltar mest sjelden.

Gjennom min observasjon ser jeg at det generelt er bra påmelding innen alle de forskjellige kategoriene. Noen mer enn andre. Det virker som om det er den svarte og grå stilen samt Old-School som nå er *på topp* i konkurransene (dvs. at det er disse kategoriene som har flest deltagere). De som deltar i disse sjangrene, har tøffere konkurranse enn andre, noe som igjen fører til at det gir enda mer kapital for dem som vinner.

Konkurransereglene er slik at tatovørene har mulighet til å stille ut hva det enn måtte være, så lenge det går inn under en spesiell stilart. Det vil si, de kan ha laget en stor eller liten tatovering,

de kan ha laget den på messa eller på forhånd en helt annen plass. Noen kan ha brukt et år på en tatovering, mens andre har laget den i løpet av et par timer på messa. Det er vanskelig å forstå kriteriene for konkurransen. Det som fokuseres på, er det kunstneriske, hvor lang tid man har brukt blir her uvesentlig. På den ene siden er det kanskje det som er poenget, å strebe etter kunstnerisk kvalitet, uavhengig av tidsbruk. På den andre siden kan dette med uklare kriterier skyldes nettopp at man ikke vil skape konkurranse slik at det på en måte blir noe å kjempe om, men at det nettopp på grunn av disse reglene gjøres til noe som ikke tillegges så stor vekt i miljøet. Det skal bare være gøy, og konkurransen brukes her som et forum for tatovørene for å vise hverandre hva de har gjort, samt gi kundene en opplevelse.

Som nevnt tidligere, liker ikke Kari å delta i konkurransene. Hun har deltatt et par ganger, men synes ikke selv hun er klar for det. Hun mener det er *verdiløst*. Kari fortsetter her med å fortelle at man heller ikke får noen form for anerkjennelse ved å vinne. Selv har hun ikke stilt ut sine pokaler i studioet der hun jobber. Hun kaller konkurransene for *skap-konkurranser*, og at det finnes en *skap-interesse* blant tatovørene når det kommer til hva de andre driver med. De vet alle hva de andre driver med og er trygge på hverandre, men samtidig ligger det litt konkurranse i luften.

Dette er også noe som gjelder Pål. Det er også han som tar opp dette med reglene. Han liker best *best of day*-sjangeren. Da har alle tatovørene samme forutsetning for å vinne, siden tatoveringen skal ha vært laget på messa den dagen. Han virker veldig opptatt av at konkurransen skal være rettferdig og synes de andre som deltar, ikke er særlig reflekterte over dette. Han synes det er synd at ikke flere tenker som han. På en måte kan man forstå hans tankegang, men på en annen side vil ikke denne formen for rettferdighetstenkning ha noen plass i andre kunstformer. En maler, for eksempel, vil ikke bli vurdert etter hvor lang tid han har brukt på et bilde. Kriterier som ”rettferdig” har kanskje ingen plass i slike kunstneriske sammenhenger.

En som heller ikke deltar så ofte, er Per. Han har bestemt seg for å satse på *word of mouth*-metoden, som går ut på at det er kundene som skaffer han nye kunder. Han sier at hvis han hadde brukt mer energi på å markedsføre seg selv, deltatt i konkurranser, stilt opp i magasiner, stilt ut pokaler og slike ting,

ville han hatt så mange kunder at han ikke hadde hatt tid til å ta seg av alle. Når dette er sagt, er han en av de få som sier at han gjerne kan ta seg frihet til å sende en kunde av gårde hvis han ikke har lyst til å gjøre en spesiell tatovering.

Ola stikker seg ut når det kommer til konkurransene. Han deltar gjerne, så ofte han kan og med så mange tatoveringer han kan. Han sier at han hovedsakelig gjør det for å profilere seg, men synes også det er morsomt. Når han deltar, varierer det mellom at han stiller ut ting han gjør på messa og ting han har gjort på forhånd. Når han deltar i hjembyen sin, er det viktig for han å få vist seg fram. Da deltar han gjerne med mange tatoveringer i samme kategori og med kunder han har avtalt på forhånd med at skal komme innom messa for å være med. Som regel vinner han også på hjemmebane. Dette er viktig for han, da han får profilert seg som den beste i den gjeldende byen, både overfor andre tatovører og kunder. Hans medtatovører, de som jobber i samme studio, mente at det på forhånd var en forventning blant alle på messa den dagen til at han skulle vinne.

Videre mener han at hvem som vinner eller ikke, kommer mye an på dommerne og kategoriene som er satt opp i gjeldende konkurranse. Ikke alle konvensjoner har de samme kategoriene i konkurransene sine.

Man kan delta én plass og vinne, men forutsetningene vil være helt andre en annen plass. Derfor kan man aldri vite hva som vil skje.

Adam har et ganske nøytralt forhold til konkurransene. Han deltar av og til, når det passer seg, men legger ikke så mye i det. Han synes en konvensjon burde være et forum der tatovørene kunne få vise fram det de jobber med, uten at det er knyttet til *konkurranse*. Videre ser han klare forskjeller blant tatovørene når det kommer til engasjement. Noen har et avslappet forhold til konkurransene, mens andre er mer ekstreme. Han mener også at det å stille ut premier kan bli misoppfattet. Kundene tenker kanskje at det betyr at han er Norges-/verdensmester i sin sjanger, mens det egentlig ikke fungerer på den måten, sier han. Han innrømmer i samme slengen at det har mye å si om man har premier eller ikke. Adam sier dette om anerkjennelse: (...) *Så det gjør jo på en måte at du må gjøre det bedre og bedre. Den dagen man slutter med det, så tror jeg man må slutte med å tatovere. Da tror jeg toget har gått.*

Dette kan knyttes opp til det informantene sa i delkapittel 5.1 om at en tatovør aldri er ferdigutdannet. Man må aldri slutte å være nysgjerrig og lære seg nye ting, man må være i konstant bevegelse og aldri se seg fornøyd med det nivået man er på. Da er, som Adam sier, toget gått. Dette med den nysgjerrige tatovøren som aldri blir ferdigutdannet, beskriver veldig godt hvordan feltet fungerer og hvordan det består. Ved at aktørene hele tiden streber etter noe mer og søker nye ting, og ikke minst det faktum at de søker forskjellige ting og er forskjellige. Slik opprettholdes mangfoldet på feltet, som igjen gjør at feltet, ifølge Bourdieu, kan eksistere. På en annen side kan man tolke det som at Adam også med dette utsagnet mener at når man først har begynt å konkurrere og vinne premier, så baller det liksom på seg. Det vil kanskje virke rart om en tatovør plutselig, etter mange år med deltagelse, ikke lenger melder seg på konkurransene. Kanskje tolker kundene det som at han ikke lenger er like god som han brukte å være.

I løpet av dette delkapittelet har vi fått fram flere posisjoneringer. Både når det gjelder hvem som deltar i konkurransene og hvem som ikke gjør det, videre også hvem som velger å stille ut pokalene sine. Noen informanter mener at det å vinne gir anerkjennelse, mens andre bare ser på det som lek. Man kan si at konkurransene skaper splittelser mellom aktørene med henhold til deres holdninger til konkurransene. Her begynner de varierte meningene rundt definisjonen av kapital å komme bedre frem.

Hvis vi tar utgangspunkt i vårt tidligere skille mellom kunstneren og håndverkeren, ser vi her at man kan trekke paralleller til de forskjellige holdningene rundt konkurransene. Ifølge mine informanter, kan det se ut til at det først og fremst er håndverkerne som deltar i konkurransene. De deltar ofte og med flest tatoveringer. Det er også de som anser det hele som en lek samtidig som de gjerne stiller ut pokalene sine. Selv om de sier det bare er på lek, virker det som om anerkjennelsen tilknyttet det å vinne en konkurranse er viktig. Kunstnerne, som for eksempel Kari, ser ingen verdi i å delta, og mener at det heller ikke følger anerkjennelse med det å vinne, dette sier de til tross for at de opplever det som en presset situasjon å delta. På bakgrunn av dette, kan man se at det blant håndverkerne, som for eksempel Ola, virker positivt å delta, fordi man får vist seg fram, og dermed skapes det en konkurranse dem imellom om hvem som får vist seg *mest* fram.

Følgene av denne eksponeringen kan være flere kunder, noe som ser ut til å gi anerkjennelse og respekt i *håndverkerfeltet*. Kunstnerne som ikke bryr seg om konkurransene, satser heller, som Per, på word of mouth-metoden, og setter således mest pris på de kundene som tar kontakt på bakgrunn av deres kunstneriske ferdigheter, heller enn på bakgrunn av utstilte pokaler. Pokaler beviser ikke noe om deres nivå mener de. Det å stille seg i opposisjon til anerkjennelse av tatovering basert på regler ser videre ut til å gi respekt i *kunstnerfeltet*.

Her ser vi igjen hvordan feltets indre strid utfolder seg. Her kjempes det om retten til å definere kapital og retten til å definere hva som *ikke* burde anses som kapital. Kari kalte konkurransene verdiløse. Rent bokstavelig kan man si at hun og de andre kunstnerne anser konkurransene som verdiløse fordi de ikke kan omsettes til kapital. Konkurransene har ingen verdi, førsteplassen har ingen verdi, videre har ikke pokalene noen verdi, og ingenting av dette kan heller si noe om tatovørens nivå eller egenskaper. For håndverkerne har det kanskje stor verdi, da kundene setter pris på utstilte pokaler, og ikke minst samarbeidet med tatovøren for å vinne pokalen. Det har tidligere i analysen kommet fram at håndverkerne er mer kundefokuserte, og derfor er det naturlig for dem å bruke pokalene i sin markedsføringsstrategi, fordi de vet hvilken påvirkning dette har på kundene. Adam gjorde det veldig tydelig at pokalene ikke sier noe om tatovørens nivå, og at en pokal ikke nødvendigvis tilskriver eieren titler som for eksempel Norgesmester/verdensmester, men dette tenker sikkert ikke kundene over. De vil mest sannsynlig gjøre følgende resonnement: Pokalen sier at tatovøren har vunnet, ergo har han slått andre tatovører, som igjen vil si at han er best i sin klasse.

Med dette som utgangspunkt, kan det virke som om det her er snakk om to vidt forskjellige kapitalformer: En mer subkulturell kapital, som er definert av motstanderne av regler, konkurranser og markedsføring. I tillegg kan man se antydninger til at det finnes en annen type kapital som er definert ut fra antall førstepremier, kundemasse og et mer økonomisk aspekt med tanke på involveringen av markedskrefter.

Med de reglene eller forventningene som hittil har blitt presentert til stede, finnes det også anerkjennelse og respekt på dette feltet.

En tatovør som oppfyller alle kravene, blir ansett som dyktig og seriøs, og dette vil igjen gi han/henne anerkjennelse både fra feltets utøvere og dets kundegrupper. Jeg opplever at mye er basert på *rykter*. Ingen kan fastslå noe som allmenne regler eller oppfatninger, det er kun vurderinger de individuelle gjør.

Tidligere nevnte jeg Håken og de forskjellige kriteriene han presenterte når vi snakket om hvem den dyktige tatovøren er (s.49). I denne sammenhengen brukte han også begrepet *respekt*. Respekt fungerer som symbolsk kapital. Han sa blant annet at man får respekt hvis man har forstått hva tatovering er. Akkurat dette er veldig interessant, og knytter på en måte alle de forskjellige argumentene sammen; hvis du har alle egenskapene som hittil nevnt, du kan tegne og male, du har holdt på lenge og har erfaringer, er allsidig, legger sin sjel i arbeidet ditt og i tillegg har dette "lille ekstra" som ikke er mulig å definere, så har du skjønt det! Du har forstått hva tatovering er. Du får anerkjennelse fra feltet fordi du mestrer flere aspekter ved praksisen, dette være seg den fysiske arbeidsdelen samt at du forstår arbeidet ditt og hva det betyr. Der for eksempel kunstneriske ferdigheter som det å være flink til å tegne og male gir deg mer av en type kapital, la oss kalle den *kunstnerisk kapital*, vil tekniske ferdigheter og erfaring gi deg mer av en annen, la oss kalle den *håndverkerkapital*. Summen av disse, både på den ene og den andre siden, gjør at du får en viss anerkjennelse på feltet, og dette gir deg igjen mer symbolsk kapital. Hvis du da skulle være så heldig at du mestrer både den tekniske og den kunstneriske delen av arbeidet, vil din opparbeidede symbolske kapital gi deg en plass i maktfeltet. Her sitter kanskje de som har *forstått hva tatovering er*.

5.6 Trender

Nordmenn er jo litt trege i oppfattelsen. Det har løsnet litt opp de siste årene, men før gikk det veldig mye i sånne sikre og trygge ting. Den store forskjellen nå er at det kanskje går en måned mellom hver gang jeg gjør noe som bare er svart. For 2-3 år siden gikk det en måned mellom hver gang jeg gjorde en fargetatovering. - Ola

Både observasjon og det informantene fortalte, viser at det er stilarten Old-School som er på trendtoppen nå for tiden. Ifølge informantene gjelder dette både for kundene og tatovørene. Kundene ønsker Old-School og tatovørene liker å lage det, så påvirkningen på trendene går begge veier. En av de avgjørende faktorene her kan være at tatovørene har klart å markedsføre sine interessetilarter slik at et bredere spekter av kunder har fått opp øynene for dem. Vi har allerede sett av word of mouth en velbrukt metode for å skaffe seg nye kunder. En annen kanal er konvensjonene, hvor tatovørene stiller ut sine tidlige arbeid. Slik at de får frem ikke bare til faste kunder, men også til nye kunder som synes det er lettere å gjøre sitt første besøk på en konvensjon enn å stikke innom et studio. I tillegg kan de ta i bruk nye medier som for eksempel Internett, der de kan opprette hjemmesider tilknyttet studioet de jobber ved, og legge ut bilder og informasjon om sin stilart.

Hvis man studerer informantenes hjemmesider, ser man fort at de er veldig forskjellige. De fleste baserer de seg på et spesielt *image* (dette er på en måte et ansikt utad, som definerer tatovørene og deres arbeid). Imaget deres beskriver hvem de er, hvilken stilart de driver med, hva de står for osv. Et eksempel på dette er Per. Han har spesialisert seg på stilarten Black & Grey, og dette ser man klare paralleller til når man besøker hans hjemmeside. Her uttrykker han tydelig hva han driver med og hva han best liker å gjøre. Motiver i denne stilarten dominerer hele hjemmesiden. Kunder som surfer på nett etter en tatovør vil med en gang kunne se om hans arbeid er noe som appellerer til dem. Dette med image går for øvrig igjen ved tatovørenes studioer og stander under konvensjonene. I tillegg bærer de som regel selv tatoveringer innenfor samme stilart som de lager. Imaget deres følger dem overalt.

Hvis vi ser på ovennevnte påvirkningsfaktorer kan det videre også tenkes at tatoveringsfeltets kundegrupper blir mettet på stilarttyper, og derfor til stadighet ønsker seg noe nytt.

Det kan se ut til at trendene, på lik linje med alt annet som er basert på moter, går i bølger (på samme måte som endringene i stilartene som nevnt i delkapittel 5.1). Til tross for at trendene går i slike bølger så velger ikke tatovørene å skifte hovedstilart, alt etter hva som er på mote. Alle stilartene ser ut til å ha hver sin periode. Når Old-School er 'in', er det Old-Schooltatovørene som er i ilden og får vist seg fram. Naturligvis vil alle tatovører få besøk av en kunde som vil ha Old-School, og da vil de fleste gjøre det selv om deres hovedstilart er en annen. Akkurat dette er veldig interessant. Jeg får en oppfattelse av at dette er noe alle sammen vet om og er enige i, og ikke tenker noe mer over. I en periode er det noen tatovører som er på topp osv, og slik får de hver sin tur til å delta i å forme trendene. Her kan vi trekke paralleller til det vi snakket om i delkapittel 5.3, dvs skillet mellom tatovører som lever for å tatovere og de som lever av å tatovere. Selv om tatovørene har en spesiell stilart de har knyttet seg til så sier alle informantene mine at de alle vil gjøre hvilken som helst stilart. Dette tyder på at de alle i praksis opererer som forretningsmenn eller tatovører som lever *av* tatoveringen uavhengig av om de anser seg som kunstnere eller håndverkere.

Hvis stilartene kommer og går i slike trendbølger, så vil økonomien til de forskjellige tatovørene variere fra tid til annen. Ikke minst skulle man tro at det her også oppstod en viss konkurranse mellom de ulike aktørene. Hvis man driver med Old-School, vil man gjerne at Old-School skal være 'in'. Da vil man selv få flere kunder og mer anerkjennelse. Eventuelt går det andre veien: Det at din stilart blir 'in', kan også føre til at du mister din eksklusivitet og ditt rykte innad i feltet siden du driver med noe som har blitt stemplet som "hipt", og dette er noe av det verste for et subkulturelt fenomen; det blir *mainstream*.

Her kan man jo spørre seg på hvilken måte tatovørene forstår trendendringene. I det en stilart blir trendstemplet, har kanskje kommersialiseringen av tatovering tatt overhånd, og de som jobber med den aktuelle stilen vil kanskje oppleve at deres kunstverk blir brukt på andre måter enn tidligere. Flere av informantene for eksempel gir klart uttrykk for at de misliker kommersialiseringen av tatoveringen som kunst. Andre ser derimot ikke ut til å bry seg og mener heller at kommersialiseringen og utviklingen som skjer i stedet kan bidra til noe positivt for feltet.

Tatoveringsfeltet ser ut til å bli dratt i to forskjellige retninger. Ved å delta i utviklingen av nye trender, inviterer man også nye kunder inn i feltet. Resultatet er at man får spredt sin kunst til et større publikum. Dette har igjen en positiv effekt på tatoveringens rykte som kunstform og dens økonomi. Å stille seg utenfor denne utviklingen kan være et uttrykk for at man ønsker å holde på visse subkulturelle aspekter ved praksisen og verne om sine verdier og symboler.

En av de som ser negativt på trendene er Pål. Han sier at tatovering ikke burde være en moteting, siden det skal vare livet ut. Han synes trendene ofte har en negativ effekt. Han er litt oppgitt og sier ting som: *Ja, hva blir det neste?* Trender og mote kan assosieres med kommersialisering og marked, noe som er negativt for en subkultur. Som Bror Olsen skriver i *Emosjonelle landskaper* (2003), er *markedet* et middel for forandring. Han sier blant annet at når en ting blir en *vare*, så endres de forpliktende konnotasjonene til tingen. Ved å gjøre for eksempel tribaltatoveringer, opprinnelig fra urgammel stammekultur hvor de har bestemte symbolske meninger, tilgjengelig for alle, da vil den eksisterende normative ordenen som de er etablert innenfor brytes ned. Olsen skriver; *Om alt ble tilgjengelig, ville det være uttrykk for en slags strukturell moralsk kollaps* (Olsen, 2003:53). Dette betyr at subkulturene kan finne en potensiell trussel i markedet, fordi det truer med å løsrive kulturenes symboler fra deres opprinnelige sammenheng (Olsen, 2003). Kanskje er det denne trusselen Pål skimter i framtiden ved at tatoveringskunsten sakte men sikkert kommersialiseres og endres gjennom trender.

Så langt kan man se flere elementer som tyder på at tatoveringsfeltet ikke bare har medlemmer som tenker subkulturelt, men også medlemmer som ønsker å jobbe for en kommersialisering av tatoveringskunsten. Dette er et viktig poeng som jeg vil komme tilbake til i kapittel 6.

En som spesielt skiller seg ut når vi snakker om trender og påvirkninger er Kari. Hun sier at hun har tro på kundenes individualitetsprosjekter, og mener at til tross for trendene, vil majoriteten av kundene ha noe som betyr noe for dem personlig, og det gjelder innenfor alle stilarter. Kari synes det er interessant å se på endringene i trendene de siste årene. For ikke mange år tilbake skulle tatoveringene være helt sorte og grå. Sorte tribaltatoveringer er et eksempel på dette.

De siste årene har trendene snudd helt rundt. I dag har det eksplodert med farger på feltet (dette kan også være en grunn til at Old-School stilarten har fått en sjanse på trendtoppen, da den bruker en del kraftige farger i forhold til andre stilarter). Nå vil kundene ha fargerike motiver, gjerne innenfor temaene stjerner og skrift, og informantene tror at dette skyldes påvirkning fra tatovørenes side. Kari mener at kundene i dag ser mer på hva tatovørene faktisk er i stand til å lage, og at de tar seg bedre tid til å bestemme seg for en tatovering enn tidligere. *Old-School er blitt den nye tribal*, konkluderer hun.

Gjennom dette delkapittelet har jeg vist at det finnes ulike holdninger til trendene. Todelingene vi observerer kan representere en indre strid i feltet, noe som ifølge Bourdieu er alfa omega for at det i det hele tatt kan betraktes som et felt, og for at feltet i det hele tatt skal kunne opprettholde sin status som felt. Man kan tolke disse todelingene på flere måter. Ifølge Bourdieu kjemper aktørene i ethvert felt en kontinuerlig kamp om kapital (Brekke m. flere, 2003). Aktørene kjemper i tatoveringsfeltet om retten til å definere symbolsk kapital (om det er den kunstneriske kapitalen eller håndverkerkapitalen som skal danne grunnlag for denne). Noen mener det hele handler om kundeservice og inntjening, mens andre fokuserer mer på den kunstneriske delen hvor der man kanskje får helt andre typer anerkjennelse, med andre ord; Kunsten for økonomiens skyld versus kunsten for kunstens skyld (Brekke m. flere, 2003:35). Noen satser på å ha en bred kundegruppe og et image som forteller andre at de gjør allslags arbeid og at de tar i mot allslags kunder, mens andre vil begrense seg til å ha en mindre gruppe med helt spesielt interesserte.

Oppsummering basert på idealtyper

På bakgrunn av de ulike posisjoneringene og holdningene som har dukket opp i løpet av analysen har jeg videre etablert noen idealtyper for lettere å kunne få oversikt over feltet. Jeg har her funnet inspirasjon i en modell som David Muggleton presenterer i *Inside subculture* (2005).

David Muggleton utviklet et skjema for idealtyper som han tok i bruk for å kunne sammenligne moderne og postmoderne subkulturer. Hans mål med skjemaet var tosidig; først ville han få fram de subjektive meningene, verdiene og motivene til de som var involverte i subkulturene.

For det andre ville han empirisk undersøke visse påstander rundt innblandingen av det "postmoderne" i disse subkulturene (Muggleton, 2005). Han satt opp i alt elleve par av motsetninger som omhandler varierte aspekter som for eksempel identitet, stil, tilhørighet, politiske uttrykk og forhold til media. Hovedpoenget med disse idealtypene var å framsette noen hypoteser i forhold til dagens subkulturer, og deretter få fram nyansene ved å se på dem i forhold til skillet mellom det moderne og det postmoderne (Muggleton, 2005).

I motsetning til Muggleton vil jeg ikke bruke dette skjemaet for å analysere tatoveringen som enten moderne eller postmoderne, men snarere for å tydeliggjøre og oppsummere de ovennevnte skillene.

Idealtypene

Idealtyper er et metodisk virkemiddel spesielt utviklet av Weber. Idealtypen er innen samfunnsvitenskapen en begrepsmessig rendyrkning og logisk understrekning av trekk ved et fenomen som gir det dets karakteristika. Hensikten med idealtyper er å forenkle ulike aspekter ved virkeligheten slik at særtrekk blir mulige å fange i et begrep. På denne måten blir det lettere å foreta komparasjoner og vurdere empiri opp mot idealtypen (Korsnes m. flere, 2004).

Idealtypene er ikke virkelige. Personer og situasjoner framstilles gjennom idealtypene i deres rendyrkede form og kan derfor ikke identifiseres i det virkelige liv. Gjennom analysen har vi sett flere tendenser til varierte meninger blant informantene med tanke på alt fra hvem de er i forhold til hverandre, hva de driver med, deres oppfattelse av feltet og praksisen, kundebehandling osv. De aller fleste variasjonene har man grovt kunnet dele inn i to hovedgrupper. Jeg merket meg underveis i analysen at det virket som om de samme informantene delte samme synspunkter. På grunnlag av dette har jeg valgt å dele informantene inn i to grupper, basert på hvordan jeg tolket dem (her er det viktig å få med at dette er *analytiske* idealtyper, og ikke nødvendigvis informantenes egne tolkninger). Hensikten med Figur 1 blir således å oppsummere funnene fra analysen samt illustrere variasjonen, posisjonene og kampen i feltet.

Jeg har tatt utgangspunkt i skillet mellom *kunstneren* og *håndverkeren* i utformingen av mine idealtyper:

Kunstneren:	Håndverkeren:
Sterkeste egenskaper: maling, tegning	Sterkeste egenskaper: utstyr, det tekniske
Liker å gjøre det de er flinke på/kan avvise kunder	Kan gjøre hva som helst/ tar i mot alle kunder
Kapital gjennom kunstneriske ferdigheter	Kapital gjennom erfaring og arbeidsmasse
Misliker trendene	Bryr seg ikke om trendene
Bryr seg ikke om konkurranser	Deltar gjerne i konkurranser
Individualister	Føyer seg
Tilfredsstill seg selv/ "leve for kunst"	Tilfredsstiller kunden/ "leve av håndverket"
De ekstreme	De kommersielle

Figur 1: *Idealtypene*

Kunstneren er i mitt materiale tydeligst representert ved Adam, Kari, Per og Pål, mens håndverkeren er tydeligst representert ved Espen, Ola og Eva. Disse gruppene kan sees på som to motpoler i feltet, inspirert av Bourdieus *autonome* og *kommersielle pol* i hans feltteori. Nettopp på grunn av de forskjellige meningene som råder blant disse to gruppene, eksisterer det en strid på dette feltet. Kunstnerne argumenterer for at deres kriterier skal være avgjørende i definisjonen av kapital (se figur 1) mens håndverkerne på andre siden argumenterer for sine kriterier (se figur 1). Disse forskjellige kriteriene definerer ikke bare kunstneren eller håndverkeren, men også den dyktige tatovøren. (Nå skal det imidlertid være sagt at en kunstner både kan identifisere seg med kriterier på kunstnersiden, men også med kriterier fra håndverkersiden og omvendt).

5.7 Kundegruppene

Folk blir mer og mer dristige. Når de først skal ha noe, så skal de ha noe ordentlig faenskap! Før var det mange som tok en bitte liten tatovering bare for å prøve hvordan dette var. Sånn er det ikke i dag. Det er ikke det jeg erfarer når folk kommer til mitt studio. Da går det liksom et bein eller en arm i slengen. - Per

Tatoveringsstudioene har som regel en gruppe med faste kunder, samt mange som dropper innom enten for å ta en titt eller for å få sin første tatovering. Informantene

mener at kundens valg av første tatoveringsstudio er helt tilfeldig, med mindre de kjenner noen som går fast til et studio og dermed velger det samme.

De opplever ofte at kunder bare stikker innom fordi de legger merke til studioet idet de går forbi. Noen er kanskje ute etter tatovering og har funnet frem til studioet gjennom ved å bruke for eksempel gule sider uten at de egentlig vet hvilken type studio det er og uten undersøke noen andre. Noen kunder kommer til studioet av andre grunner: Det kan ligge nærmest der de bor, det kan ligge mer synlig til enn andre osv.

Eva forteller at av de kundene som kommer innom er det mange som er usikre på hva de vil ha. Flere blir sendt hjem fordi de ikke er klare for å tatovere seg, noe det kan være flere grunner til. Noen kommer for eksempel inn og vil ha en tatovering uten å vite hvilken. Andre kan ha et altfor uklart bilde på hva de ønsker, mens andre igjen er for unge og har tatt for raske valg. Eva sier at i slike situasjoner må tatovørene se an kunden for å ta en avgjørelse på om han/hun er klare for å få en tatovering eller om de burde vente og tenke seg mer om. Ofte, når kunden kommer og vil ha en tatovering, uten å vite hvilken, da vil tatovøren hjelpe gjennom å foreslå motiver. Om kunden finner noe han liker, vil tatovøren utføre jobben. Om kunden fortsatt nøler og ikke ser ut til å være klar for en slik avgjørelse, da vil tatovøren foreslå å surfe på nettet eller lese blader for å skaffe seg litt inspirasjon for så å komme igjen senere. Hvis det kommer noen som har en idé om hva de vil ha, men er veldig uklare på det endelige motivet, da vil tatovøren foreslå å skissere opp noe knyttet til kundens idé, slik at kunden kan se hvilke muligheter han har. Dette er noe som kan ta tid, særlig hvis kunden ikke umiddelbart liker ideene til tatovøren, eller hvis han ombestemmer seg fordi han fortsatt er usikker på hva han ønsker.

Kundegruppene i dag

Informantene mine er enige i at kundegruppene er stabile, men at de har vokst. Ikke nødvendigvis at det har blitt mer av en type mennesker eller aldersgruppe, men at det generelt har blitt mer. Det er like mange unge og gamle kunder nå som tidligere. Den store kundemasse består av folk i tjuefem til trettifem års alderen. Videre setter informantene opp klare skiller mellom kunder med kapital (de som har økonomi til å tatovere seg) og kunder uten (de som tatoverer seg til tross for sin dårlige økonomi).

Høyt utdannede, over tretti bruker mer penger og får seg større tatoveringer enn studenter i begynnelsen av tjueårene.

Hvorfor tatoverer kundene seg?

J.D. Loyd plasserer grunner til at folk tatoverer seg i to hovedkategorier: for det første er tatovering en måte for mennesker å vise deres standpunkt med tanke på personlig tro, noe som også ofte er grunnen til at man velger å få tatovert akkurat det motivet man har. Den andre grunnen for å tatovere seg passer, ifølge Loyd, godt sammen med Laura Makarius' studie av *den rituelle klovnen*.

For noen er tatovering et symbol på en gammel skikk som ikke lenger er til stede i det moderne samfunnet. (Lloyd, 2003) Ifølge Makarius vil du, idet det du får deg en tatovering, markeres som noe som er annerledes enn samfunnet og annerledes enn alle andre (Loyd, 2003).

Det er åpenbart mange grunner til at folk tatoverer seg. På bakgrunn av noe Kari fortalte meg da vi diskuterte dette, har jeg også valgt å skille mellom to hovedgrunner: Man tatoverer seg fordi man vil ha en tatovering som er av *symbolsk betydning* eller så tatoverer man seg fordi man vil ha *pynt*. Eksempler på tatoveringer av symbolsk betydning kan være datoer (fødselsdatoer, datoer for viktige hendelser), navn eller bilder av familiemedlemmer eller venner, mens de som vil ha pynt, gjerne går for en trendbasert utsmykning. Det viktigste her er at tatoveringen ser pen ut, og eksempler på dette kan være stjerner og sommerfugler (motiver uten noe videre symbolsk mening).

Kari legger i utgangspunktet frem tre forskjellige typer kunder. Hun sier følgende: *Det er tre grupper. De som bare vil ha pynt, de skal ha de minste, mest nøyaktige, helt presis på et bestemt sted og riktig størrelse (...) og så har du de som får noe som virkelig betyr noe for dem, det er vanskelige tatoveringer å gjøre, fordi man gjerne vil gjøre de riktig for dem (...)* Så til slutt er det de som bare skal ha blekk, de driter i hva de får, bare de får blekk. Smør på! Kari opererer med en gruppe som bare ønsker blekk. De vil bare ha en tatovering for å vise verden at de har en tatovering. Størrelse og motiv er irrelevante, så lenge de har en tatovering. Slike kunder har et større behov for bekreftelse fra omverdenen, enn at tatoveringen enten er et personlig minne skapt kun for dem selv eller en utsmykning fordi de synes motivet er pent.

I realityserien Miami Inc. virker kundene veldig reflekterte over hvilke motiver de ønsker å bære. De fleste er i tjuårene, men ser ut til å være ansvarsfulle og bevisste over sine handlinger. Dette er noe informantene også mener er viktig. Tatoveringene bør bety noe spesielt for personen som bærer den. Dette gjør det også lettere for tatovøren å engasjere seg i arbeidet sitt, mener Ola.

Ola fortsetter med å fortelle at av de av kundene som vet hva de vil ha, er det mange som ønsker seg et spesielt motiv. Det kan like godt være et motiv som er velbrukt, som for eksempel en *pin-up*¹¹ men de ønsker sitt eget preg på den. I dette tilfellet har man en kombinasjon av det å velge ut i fra en flash eller noe de har sett på andre, og det å ville gjøre tatoveringen personlig.

Det virker som om det er viktig for mange kunder å *make a statement*, sier Ola. Dette vil si å gi uttrykk for noe gjennom tatoveringen, for eksempel for å vise verden hvilke holdninger man har til noe, eller hvilke sosiale grupper man tilhører. Eksempler på dette kan være religiøse tatoveringer. For eksempel er Jesus på korset et velbrukt symbol på at han som bærer tatoveringen er kristen.

Kari skiller videre mellom *tatoverte mennesker*, og *mennesker som får seg en tatovering*. Hun fortsetter: *Tatoverte mennesker må ha blick. Det kan dels ha noe å gjøre med at de vil tilhøre en gruppe, men det kan også ligge noe mer i det.*

Hvis vi først tar for oss kundene som vil *tilhøre en gruppe*, som Kari sier, la oss kalle dem *tatoverte mennesker*, kan man sammenligne dette utsagnet med noe som ble fortalt meg under min observasjon ved Oslo Tattoo-convention. Det var her jeg møtte Håken, min nøkkelinformant som var veldig ivrig etter å diskutere aktørenes plasseringer i feltet. Han nevnte blant annet dette med gruppetilhørighet. Han fortalte at det opp til en gang i uken ramler inn kunder hos han som gjerne vil ha *noe*, hva som helst, fordi kompisen har det, eller fordi de er *lost* som han kaller det, og gjerne vil føle en gruppetilhørighet ved å bære en tatovering. Denne gruppetilhørigheten og samholdet i tatoveringsmiljøet er det veldig mange som tiltrekkes av, mener han.

¹¹ *Pin-up* er et velbrukt motiv innenfor Old- Scool stilarten og kan best beskrives som lettkleddede damer i "tegnserie-versjon".

Denne følelsen eller streben etter å føle tilhørighet kan også sammenlignes med noe Siv Ellen Kraft beskriver som det *tenkte fellesskap*, der partene involvert ikke nødvendigvis har så mye til felles, men alle søker det samme (Kraft, 2005).

I gruppen med tatoverte mennesker kan man på bakgrunn av Karis tidligere inndeling, si at denne gruppen består av to typer mennesker; de som får seg en tatovering som betyr noe for dem, og de som bare vil ha blekk/blikk.

Det som skiller disse to typene er at de som får seg en tatovering av betydning i hovedsak søker feltet fordi de ønsker seg en tatovering. Gruppetilhørigheten følger i dette tilfellet bare med på kjøpet. De som derimot kun vil ha blekk/blikk, søker kanskje nettopp gruppetilhørighetsfølelsen. For å føle dette, skaffer de seg en tatovering, uavhengig av motiv. Tatoveringen representerer deres medlemskap i gruppa og har ingen videre betydning for dem.

Håken har en idé om at mennesket i det moderne samfunnet har mistet seg selv, og ved å tatovere seg gjør de et siste desperat forsøk på å føle en tilhørighet til noe, eventuelt for å *føle noe som helst*. Dette resonnementet gjelder kanskje særlig gruppen som først og fremst ønsker seg blekk.

Dette er også noe Maureen Mercury snakker om sin bok *Pagan Fleshworks*. Hun ser på splittelsen mellom hjerne og kropp som en motivasjonsfaktor for det å bestemme seg for å ta en tatovering eller piercing. Hun tar i denne sammenheng i bruk en av 1700-tallets filosofer René Descartes' velkjente utsagn: *Jeg tenker, derfor er jeg*, som kan tolkes som hjernens makt over kroppen og som videre ekskluderer følelsesmessige erfaringer. Hun mener at det moderne samfunnets fokus på menneskets mentale del gjør at kroppens sanser blir neglisjert. Hun argumenterer for at tatovering og piercing blir en måte å vekke til liv disse sansene og dermed gjenforene hjernen med kroppen (Mercury, 2000). I dagens samfunn skjer det lett at vi tilbringer mye tid sittende i en bil eller på et kontor, eller at vi underholder oss selv med TV og video. Alle disse aktivitetene krever en viss mental konsentrasjon, men ingen av disse aktivitetene engasjerer selve kroppen på noen måte (Mercury, 2000).

Den hedenske psyken¹² lengter etter å koble mentale funksjoner med fysiske funksjoner. Akkurat dette har blitt vanskeligere i disse moderne tider fordi den fysiske kroppen blir mer og mer malplassert og atskilt fra resten. Tanken om den hedenske psyken er basert på *sted*. Vi ser oss selv i sammenheng med andre. Vi kontekstualiserer oss selv gjennom vårt opphav, våre forfedre og våre blodslinjer. Vi trenger å føle oss som en del av en større sosiale gruppe, som en familie eller et samfunn. Med for eksempel *cyberspace* har vi fått et rotløst, stedsløst samfunn, bebodd av sittende og tenkende individer. Et *sted* som på samme tid er alle steder og ingen steder. Vi kommuniserer gjennom e-mail og lokaliserer oss selv gjennom personlige hjemmesider. Et resultat av denne rotløsheten kan være psykisk og fysisk nummenhet. Tatovering, piercing og andre former for kroppskunst blir så en måte å få satt i gang de kroppslige funksjonene som har mistet sin kapasitet til å føle (Mercury, 2000).

Ovenfor har vi sett at tatoverte mennesker gjerne tatoverer seg fordi de ønsker å tilhøre en gruppe. De har ikke nødvendigvis noe annet til felles med de andre i gruppa enn at de har tatoveringer. I delkapittel 5.4 konkluderte jeg med at nye medlemmer ofte synes tatoveringsfeltet er attraktivt fordi det er annerledes. Subkulturen er karakterisert som annerledes og den tilhørigheten de som får seg en tatovering føler, kan nettopp være tilhørigheten til subkulturen. Bourdieu mener at man anerkjennes som deltager på et felt først når man har forstått spillereglene, det vil si at det eksisterer kriterier med henhold til medlemskap på feltene. Ved at man får seg en tatovering har man kastet terningen og tatt et steg inn på spillebrettet. Hvis man skal se på dette med spilleregler på bakgrunn av felttermer, vil ikke folk som ikke har tatovering kunne få ta del i dette fellesskapet da de ikke har de grunnleggende kriteriene på plass for å kunne anses som fullverdige medlemmer.

¹² Hedensk, oversatt fra *Pagan*

I programbladet til Stavanger Tattoo Convention fant jeg et interessant slagord: *Remember the only difference between tattooed people and non-tattooed people is: tattooed people don't care if you're not tattooed*¹³. Dette utsagnet beskriver veldig godt hvordan deltagerne på feltet posisjonerer seg selv i forhold til nye medlemmer og ikke-medlemmer. For de som står utenfor er det veldig lett å fokusere på selve tatoveringen og forestille seg et fellesskap på bakgrunn av dette, men i tatoveringsfeltet kan det faktisk virke som om det ikke har noe å si om du har tatovering eller ikke, du er velkommen som medlem uansett. På en annen side kan man også tolke at dette utsagnet betyr at man ikke oppdager at noen har tatovering, med mindre man i utgangspunktet har en negativ oppfatning av det.

På bakgrunn av de ovennevnte tingene, som for eksempel om nye medlemmer har tatoveringer eller ikke, er det rimelig å tolke tatoveringsfeltet som en subkultur, da dette med medlemskriterier ikke gjelder for nettopp dette feltet.

En annen gruppe tatoverte var *de som får seg en tatovering*. De kan være en motsats til gruppen som tatoverer seg fordi de ønsker å tilhøre en gruppe. Jeg oppfatter at Kari tolker disse kundene som at de gjør det som en del av et individualiseringsprosjekt. Dette er også noe Kraft skriver om i *Den ville kroppen*. Hun opplever at det snakkes en del på feltet om hvilke opplevelser folk har hatt og hva disse har betydd for dem. Det estetiske, skriver hun, er nesten alltid et moment i disse fortellingene: *Gjennom merker* (som for eksempel tatoveringer) *søker man å bli kulere, penere og mer attraktiv* (Kraft, 2005:11). Hun ser tendenser til at *skjønnhet* sees i sammenheng med *det å være annerledes*, som igjen forbindes med kreativitet og selvstendighet. Kroppsmerker blir brukt som individualitetsmarkører og identitetsstrategier (Kraft, 2005). Hun er her inne på det samme som Håken sier om det moderne mennesket som på en måte mister seg selv. Hun skriver at moderniteten har frisatt menneskene fra tradisjonenes autoritet, noe som har resultert i at identitetsbehovene våre har blitt sterkere og samtidig vanskeligere å tilfredsstille. Den senmoderne identiteten er individets eiendom, den er noe vi selv har ansvar for, snarere enn noe vi får og tilskrives (Kraft, 2005:87).

¹³ Reklame for Tattoo World, Stavanger.

Når merkene, i dette tilfelle tatoveringene, appellerer som identitetsuttrykk, sier det også noe om *kroppens posisjon som talerør* for det indre (Kraft, 2005:87). *På denne måten fremstår tatovering som utsagn om selvet og livshistorien. Utenforstående vil ikke nødvendigvis forstå hva de betyr, men tendensen er at man leter etter betydning og tror de betyr noe* (Kraft, 2005:87). Man kan på en måte se på tatoveringer som ulike historier, fortalt av han/hun som bærer dem. Historier fra hans/hennes liv som omhandler hans tanker, holdninger, hans familie, venner og hans interesser. Tatoveringene hans/hennes forteller oss hvem han er, og man kan på en måte bli kjent med han, uten at man trenger å *bli kjent med han*. Hans tatoveringer gjenspeiler hans identitet.

Igjen kan man konkludere at det her finnes et skille. Ovenfor har vi gjennom Karis utsagn fått presentert tre grupper. Først har vi gruppen *tatoverte mennesker*, som består av to mennesketyper; de som får seg en tatovering av betydning og de som bare vil ha blekk. For det andre har vi gruppen med mennesker som *får seg en tatovering*. Om vi tar utgangspunkt i disse gruppene, ser vi at de har ulike statements de ønsker å formidle til omverdenen. Den ene gruppen vil gjerne ha en tatovering som betyr noe spesielt, og dermed får de også gruppetilhørighetsaspektet med på kjøpet. De andre som bare vil ha blekk, ønsker i utgangspunktet å føle tilhørighet til en gruppe og vil med sine tatoveringer gjerne slå fast at de er del av et fellesskap, en del av de tatoverte menneskenes miljø. Den tredje gruppen vil kanskje slå fast at de har valgt å gjøre noe spesielt for seg selv ved å tatovere seg, som en viktig del av det å finne seg selv. Medlemmer av denne gruppen vil skille seg ut fra mengden og være annerledes, de vil være seg selv.

6.0 Diskusjon

Du er nødt til å ha kriteriene på at du kan tegne, hvis du spør meg. Men jeg kan ikke svare for andre. Men det er kriteriene i mitt og våre studioer; at du skal ha en utførelseslimit. Ikke sånn som det er i foreningen (N.F.P.T), der vi tar hensyn til at du gjør det du skal. Selve utførelsen bryr vi oss ikke om. Men i mine studioer bryr jeg meg om det, det er nøkkelen til at de får komme å jobbe der. - Adam

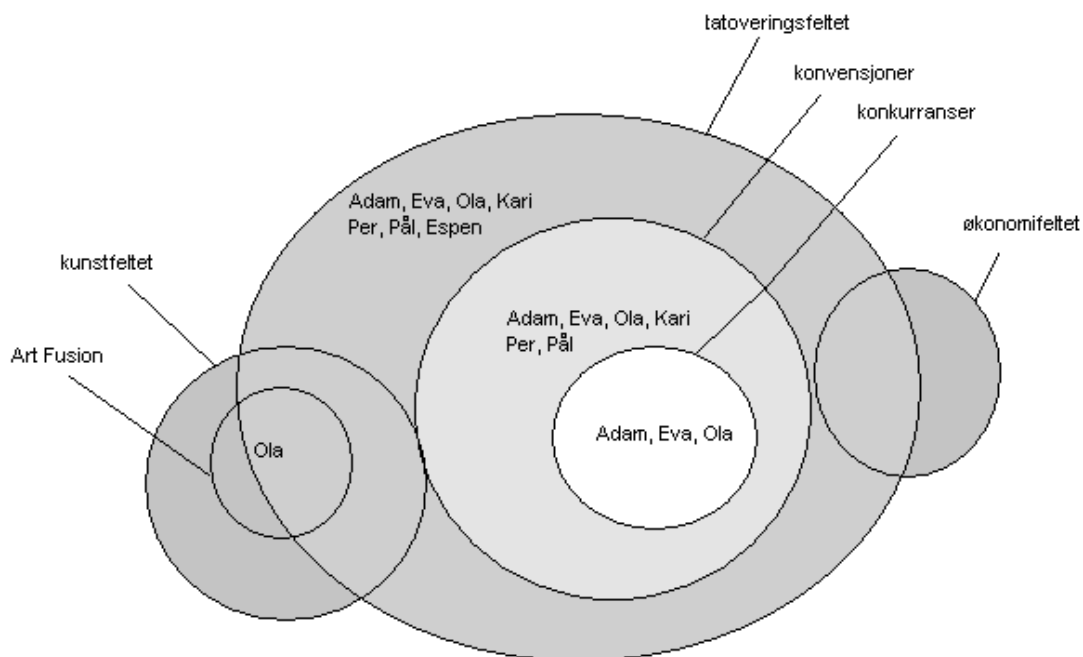
Gjennom analysen har vi sett flere tendenser til hvordan informantene posisjonerer seg selv og hverandre på bakgrunn av ulike holdninger og tanker om feltets innhold og tatovering som praksis. Figur 1 presenterte en oppsummering av dette.

Da posisjonene hovedsakelig er basert på ikke-institusjonaliserte holdninger rundt ulike tema, vil informantene til en hver tid befinne seg på forskjellige punkter i feltet. En kunstner kan både ha noe til felles med en annen kunstner på et plan, men også ha noe til felles med en håndverker på et annet plan. I dette kapittelet vil jeg blant annet drøfte hvordan disse posisjonene og holdningene skaper strider og videre varierte definisjoner av kapital på tatoveringsfeltet.

6.1 Posisjoner og grupperinger

Sarah Thornton ser på subkulturen som en egen kultur som har distansert seg fra den etablerte, folkelige og dannede kulturen som råder i samfunnet generelt. Subkulturen har videre også en egen forståelse av fordeling av kapital. Tatoveringen er kanskje en bransje på lik linje med andre bransjer, men deres utgangspunkt og deres praksis skiller seg fra andre. Tatoveringen er for mange mer en livsstil enn en arbeidsplass, og det kan se ut til at feltet bærer preg av dette.

Som nevnt over kan informantene mine plasseres i forskjellige kategorier eller undergrupperinger avhengig av hvilken holdning de har til ulike ting. For å summere undergrupperingene har jeg valgt å lage en modell som illustrerer informantenes posisjoner i tatoveringsfeltet:



Figur 2: Posisjoner

Figur 2 viser at informantene plasserer seg ulikt innenfor tatooveringsfeltet. I tillegg illustrerer figuren at det også eksisterer tilknytningspunkt til andre felter som for eksempel kunstfeltet og økonomifeltet. Jeg har valgt å plassere informantenes navn innenfor de forskjellige undergruppene, basert på informasjon som har kommet fram i løpet av analysen. Med disse plasseringene ser vi hvem av informantene som deltar på konvensjoner og hvem som deltar i konkurranser. Slik jeg ser det inkluderer kunstfeltet også Art Fusion, derfor har jeg valgt å plassere Ola som deltager her. Det skal imidlertid være nevnt at jeg med hensikt har valgt å ikke plassere informantene med henhold til økonomifeltet og kunstfeltet (med unntak av Ola og Art Fusion). Dette fordi det er vanskelig å si hvor man kan plassere de forskjellige informantene, da de alle driver med kunst og de alle er en del av tatooveringsbransjen, som igjen gjør at de alle forholder seg til økonomifeltet. Det som skiller informantene er i hvilken grad de identifiserer seg med kunstfeltet og økonomifeltet. Noen har kanskje et sterkere engasjement på ene siden enn på andre.

Som figur 2 viser, kan en aktør være deltager på flere felt med ulike måter å fordele symbolsk kapital på. La oss ta for oss Ola, et godt eksempel da han befinner seg i nesten alle feltene. Han deltar både i tatooveringsfeltet generelt, han deltar på konvensjoner hvor han også deltar i konkurransene.

I tillegg deltar han i Art Fusion-prosjekter, noe som gjør at han også samhandler med andre kunstnere utenfor tatoveringsfeltet. Han har noe til felles med alle de andre, uten at de har ikke nødvendigvis alltid har noe til felles med han.

6.2 Tatoveringsfeltet og subkulturell kapital

I hvert felt kjempes det om kapital, men denne kapitalen er ikke den samme i alle feltene. Ola vil for eksempel få en helt annen type anerkjennelse gjennom sin deltagelse i Art Fusion enn han gjør gjennom deltagelse på konvensjonene. Grunnen til dette er at det ligger ulike kriterier til grunne for anerkjennelse og kapital i de forskjellige feltene. Siden Ola er så aktiv på feltet skulle man tro at dette fører til at hans sum av anerkjennelse og kapital blir høyere enn de andres. Dette er ikke nødvendigvis riktig. Siden aktørene er deltagere i forskjellige grupper basert på forskjellige holdninger, betyr det også at de har tanker om andres holdninger. Kanskje synes Kari at Ola er en bra tatovør fordi han deltar på konvensjoner, men når han stiller i konkurransene, noe hun anser som verdiløse, da taper han anseelse hos henne. På en annen side har kanskje Ola ”forstått hva tatovering er” og han derfor, i tillegg til sitt brede spekter av kunnskap, kan han muligens plasseres i tatoveringsfeltets maktfelt.

Med tanke på hvordan kapital defineres på dette feltet og hvilke kriterier som ligger til grunn, er det rimelig å konkludere med at både den kunstneriske kapitalen og håndverkerkapitalen i utgangspunktet er subkulturelle kapitaler. Det er knyttet helt andre kriterier til den subkulturelle kapitalen enn til de allerede etablerte kapitalformene i samfunnet generelt. I tatoveringsfeltet for eksempel får man ikke anerkjennelse på bakgrunn av stilling, status eller utdanning, eller med tanke på familie, navn eller medlemskap. Ifølge noen av informantene er heller ikke det økonomiske aspektet særlig dominerende.

Vi har sett at det gjennom hele analysekapittelet dukker opp flere ulike kriterier som bør være til stede når kapital skal fordeles. Disse kriteriene, og aktørenes tanker om hverandre og hva feltet skal inneholde, skaper deres subkulturelle kapital. Nettopp på grunn av grupperinger basert på aktørenes varierte meninger rundt feltets innhold,

finnes det en strid om hvilke kriterier som gjelder for å oppnå symbolsk kapital. Dette er også grunnen til at jeg har valgt å supplere med elementer fra Bourdieus feltteori.

Ifølge kunstnerne får man *kunstnerisk kapital* hvis man har kunstneriske ferdigheter, misliker trendene og kommersialiseringen av tatovering, samt hvis man gjerne ønsker å tilfredsstille seg selv fremfor kundene ved å sende kunder vekk når de vil ha tatoveringer som tatovøren ikke ser noen utfordring i å lage. Man demonstrerer på denne måten integritet. Håndverkerne derimot mener at man fortjener *håndverkerkapital* hvis man har tekniske ferdigheter, er positiv til endringer og deltar i disse, samt hvis man prioriterer kundens tilfredsstillelse framfor sin egen. Siden disse kapitalformene ikke er institusjonaliserte eller forankret i andre instanser enn aktørenes egne meninger og holdninger, vil feltet leve med denne spenningen og uenigheten.

Feltet

Om man tar utgangspunkt i kriteriene knyttet til feltbetegnelsen, så har det i løpet av analysen dukket opp flere ting som gjør det relevant å ta i bruk felttermer.

Tatoveringen som praksis har utviklet seg til å bli mer markedsbasert, til å bli en bransje. Denne nye utviklingen har ført med seg en del endringer i feltet, deriblant nye rammeverk. Helse, miljø og sikkerhet er grunnsteinen i dagens tatoveringsfelt. Reglene rundt dette er nedsatt av Mattilsynet, og gjelder i dag tatovører på lik linje med helsepersonell. I tillegg til dette har tatovørene vært nødt til å organisere seg og registrere seg som selvstendige bedrifter i Brønnøysund-registeret. De har i dag, på samme måte som andre bransjer og butikkdrift generelt, standardiserte oppsett for fordeling av arbeidsoppgaver og lønningssystemer. De er på denne måten mer en del av næringslivet enn av en undergrunnskultur. Nettopp på grunn av disse endringene har det oppstått strider innad i feltet om hvor tatoveringen egentlig er plassert i dagens samfunn og hvor den skal. Med utgangspunkt i det klare skillet mellom kunstneren og håndverkeren, ser vi tydelig at det her finnes en todelt dominansstruktur mellom en autonom og en heteronom pol i feltet. Skillet mellom kunstneren og håndverkeren demonstrerer således ulikhet med tanke på makt og innflytelse. Da er vi over på stridens hovedanliggende: hvem sitter på makten til å definere kapital på feltet? Er det den kunstneriske kapitalen eller håndverkerkapitalen som dominerer?

Kunstnerne verdsetter og anerkjenner kunstnerisk kvalitet samt andre kriterier, håndverkerne verdsetter og anerkjenner teknisk kvalitet osv. Den ene gruppen tar avstand fra endringer og misliker kommersialiseringen, og motarbeider kanskje også denne ved å ikke ta del i for eksempel konkurranser. Den andre gruppen fremmer markedsstrukturen og arbeider aktivt med å forbedre forholdene både for dem selv og for kundene gjennom organisasjoner som Forening for Norske Profesjonelle Tatovører. Vi får her et skille mellom kunst for kunstens skyld og håndverk for økonomiens skyld. Tatoveringen kan ses på som et felt nettopp på grunn av denne uenigheten og endringene som følger.

Subkulturen

På samme måte som det har dukket opp elementer som gjør feltbegrepet relevant, så har det også dukket opp faktorer som driver dette området mer i retning av en subkulturell terminologi. Hvis vi først tar utgangspunkt i tatoveringen som bransje, skiller den seg ut på bakgrunn av flere ting. Tatovørene har ingen beskyttede titler eller formelle posisjoner i feltet. De blir heller ikke ferdigutdannet med vitnemål eller fagbrev. Det eneste formelle de gjennomgår er en lærlingperiode. De kan ikke posisjonere seg i forhold til hverandre på bakgrunn av utdanningsnivå.

Tatovørene jobber med mennesker og med en vare som er permanent på kundens hud. Kunden deler ofte sensitiv informasjon med tatovøren, men tatovørene har ingen kvalifikasjoner som tilsier at de er profesjonelle og at de har forutsetninger for å kunne behandle denne informasjonen på en forsvarlig måte. Det ligger heller ingen regler til grunn som beskytter kunden med tanke på kunstnerisk kvalitet. Noe som skiller tatoveringen fra annen kunst, er at kunden ikke får mulighet til å se varen før han/hun kjøper den. Med en tatovering er det en viss sjanse for at kunden blir misfornøyd og på grunn av det svake rammeverket rundt tatoveringspraksisen har ikke kunden særlig klare rettigheter når det kommer til kjøp av denne varen (Lindgaard, 2006). Kunden kan selvfølgelig klage og få pengene sine tilbake, men han/hun må fortsatt bære dem mislykkede tatoveringen.

Ikke engang blant tatovørene har de institusjonaliserte regler. I konkurransene deltar både kunstnere og håndverkere. En som har jobbet et helt år med en tatovering og en som har holdt på et par timer vil stille på lik linje i vurderingen.

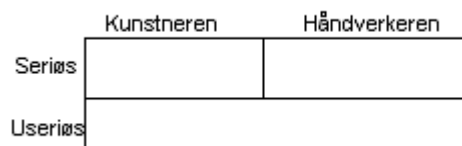
Som nevnt i kapittel 3 er det ved konvensjonene ikke bare tatovering som utøves. Her får man se feltets mangfold ved at representanter fra flere andre felt også deltar i fellesskapet. Piercingstudioer, smykseselgere, representanter fra motorsykkelmiljøet, samt musikk og underholdning er vanlige ingredienser ved tatoveringskonvensjonene. Dette tyder også på at feltet har subkulturelle kvaliteter ved seg.

Noe som videre karakteriserer subkulturen er dens opposisjon mot det konvensjonelle. Dette undergrunnspreget kan ha en symbolsk betydning og tiltrekning for subkulturens medlemmer. Tatoveringsfeltets løse rammeverk kan således ses på som subkulturelt. Medlemmene ønsker kanskje ikke å låse fast kunsten sin med regler rundt kvalitet og medlemskriterier.

Kapitalen i feltet er ikke knyttet til klassebaserte distinksjoner og ytre instanser som individene ikke har makt over, men er heller knyttet til holdninger og meninger i miljøet. Kapitalen er verken institusjonalisert eller kollektiv nedlagt. Det er her således rimelig å snakke om en subkulturell kapitalform. Denne subkulturelle kapitalen er på ene siden definert av kunstnerne og på andre siden av håndverkerne. Her kan det også være rimelig å gjøre enda et skille, da kunstnerne og håndverkerne står for ulike ting som videre påvirker deres kriterier for kapital. Er det rimelig å påstå at tatoveringsfeltet består av en subkulturell kapital på ene siden, basert på kunstnerisk kvalitet og avstand til det etablerte og kommersielle, og en økonomisk kapital på andre siden, basert på tekniske ferdigheter, kundeservice og markedsstrategi? Kan vi snakke om et håndverkerfelt og en kunstnersubkultur?

En annen måte å tolke et eventuelt skille mellom et felt og en subkultur på er på bakgrunn av innholdet i figur 3. Hittil har jeg illustrert hvilke posisjoner som finnes i feltet og hvor aktørene er plassert. Jeg har også gitt en oversikt over hvilke kriterier som er tilknyttet disse posisjonene samt definisjonen av kunstneren og håndverkeren. Figur 3 tar for seg en litt annen synsvinkel. Her fokuseres det på de av tatovørene som anses som seriøse og de som anses som useriøse i tatoveringsfaget. Kunstnerne har sine kriterier på seriøsitet og på den dyktige tatovøren, håndverkerne har sine.

Videre kan det virke som om det eksisterer en felles enighet om hva som gjør en tatovør *useriøs*. Uansett om de er kunstnere eller håndverkere mener informantene at HMS og økonomisk orden er viktig. Bryter man med disse, blir man ansett som *useriøs*, både av kunstnere og av håndverkerne. Medlemmer av Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører er et godt eksempel her, da foreningen tross alt både inkluderer kunstnere og håndverkere (kanskje med forskjellig utgangspunkt for medlemskap). Denne organisasjonen kan dermed ses på som en arena der kunstnere og håndverkere sammen kan jobbe for å utrydde den *useriøse* delen av bransjen. Dette kan igjen føre til at feltet kommersialiseres, og at det så blir de *useriøse* som faller utenfor og forblir en subkultur.



Figur 3: Plassering av tatovøren

Hvis vi avslutningsvis ser tilbake på kriteriene for subkulturell kapital (se kapittel 4) har det gjennom analysen dukket opp flere faktorer som gjør at man ifølge disse kriteriene kan kalle tatoveringen for subkulturell. Et av kriteriene er at subkulturen skiller seg ut fra storkulturen. På bakgrunn av tatoveringspraksisens svake regelverk og deres særegne praksis kan man si at de skiller seg fra det generelle næringslivet. Videre vil medlemmene i subkulturen får anerkjennelse på bakgrunn av riktig bruk av slang og uttrykk. Eksempler på dette kan være de engelske ord og uttrykk som norske tatovører har adoptert (Old-School, Black & Grey, Tattoo Convention osv). Aktørenes look eller utseende/image er også viktig. Tatovørene er som regel tatoverte selv, og kan derfor karakteriseres som å ha den "rette" looken. I tillegg til ovennevnte kriterier eksisterer det også en spesifikk kunnskap og praksismåte på feltet. Dette er noe tatovørene ikke deler med andre utenfor bransjen.

Sist, men ikke minst kom det fram et viktig poeng tilknyttet subkulturelle kriterier. Thornton sier at medlemmene i subkulturen får anerkjennelse hvis de har forstått hva som skal til, dvs. at de har peiling.

Håken mener at tatovørene får respekt hvis de har forstått hva tatovering er. Dette er noe som gir anerkjennelse, og kanskje også en plass i tatoveringens maktfelt, ifølge Håkens uttalelser.

7.0 Avslutning

Teknikk og kunstner, det er forskjell på å sitte med penn og tusj enn å sitte med en tattoomaskin. det er ikke for alle, selv om du er flink til å tegne, betyr det ikke at du er flink til å tatovere, eller kan bli flink til å tatovere. - Adam

Prieur og Senstoft skriver at streben etter anerkjennelse og kamp om anerkjennelse utvilsomt kan fange mange sider ved menneskelig atferd (Prieur & Senstoft, 2006). Symbolsk kapital er, som vi flere ganger har vært inne på, mengden av anerkjennelse man som aktør mottar på et gitt felt. I gjeldende tilfelle vil dette si anerkjennelse fra andre aktører i feltet, da hovedsakelig andre tatovører.

Symbolsk kapital kan i dag hentes fra alle de andre kapitalformene. Blant høyt utdannede gir kulturell kapital samtidig høy symbolsk kapital, på økonomifeltet gir økonomisk kapital samtidig også symbolsk kapital, og blant sportsutøvere gir kroppslig kapital symbolsk kapital etc. Den symbolske kapitalen er til dels feltspesifikk og oppnås gjennom handling i det gjeldende felt (Prieur & Senstoft, 2006).

I moderne samfunn har staten en meget sentral rolle i fordelingen av den symbolske kapitalen. Staten kan på en måte betegnes som sentralbanken for symbolsk kapital, gjennom at den har myndighet til å tildele identiteter og verdighet (Prieur & Senstoft, 2006). I tatoveringsfeltet er det tatovørene (men også kundene) og ikke staten som sitter med makten til å definere og fordele symbolsk kapital. Ved at tatoveringen er en særegen praksis, har også særegne rammer rundt feltet utviklet seg. Disse rammene er definert og endres kontinuerlig av feltets agerende; tatovørene og kundene deres. Feltet befinner seg i spenningen mellom subkultur og tradisjonell næringsvirksomhet, mellom kunstfeltet og det økonomiske feltet.

I dag anses nok tatoveringen for å være en bransje like mye som en livsstil. Hva vil så skje i framtiden med dette feltet, og ikke minst, denne livsstilen?

Informantene er egentlig ikke bekymret, verken kunstnerne eller håndverkerne. De anser ikke bare de forskjellige trendene som bølger som kommer og går, men også *trenden* med å tatovere seg som en bølge.

Kunstnerne håper på at samfunnet etter hvert ikke vil legge merke til tatoverte mennesker lengre og at det til slutt ikke vil være like stor etterspørsel som det er nå. De tror at det hele sakte men sikkert vil ta et steg tilbake og tatoeringen igjen vil trekke seg ned i undergrunnen og få sterke subkulturelle trekk. Dette er med unntak av de som velger å jobbe videre mot en mer positiv status for tatoeringen i næringslivet. Håndverkerne tror, i motsetning til kunstnerne at tatoeringen vil normaliseres. De tror også at man til slutt ikke vil legge merke til tatoverte mennesker, men ikke på samme grunnlag som kunstnerne.

Bror Olsen snakker i denne sammenheng om *stilmessig normalitet*. Han sier at denne normaliteten skapes gjennom opptak av stiltrekk fra subkulturer inn i ”mainstream-moter”. Samtidig som dette skjer vil nye subkulturer skape nye nisjer i markedet. Dette vil resultere i at markedet vil bli et mer horisontalt, emosjonelt landskap og at det vil bevege seg bort fra symboliseringer knyttet til hierarkier som de blant annet Bourdieu beskriver (Olsen, 2003). Man kan med tanke på dette se for seg en normalisering av tatoeringen. Dette påvirker, som allerede konstatert, subkulturen, men også mainstreamkulturen. Ved at flere og flere subkulturelle fenomener finner sin vei inn i mainstreamkulturen, vil kanskje også mainstreamkulturens betingelser og kapitalformer påvirkes med tiden (Olsen, 2003).

Det er mulig å spå flere potensielle framtidene for dette feltet og hva som kan skje når det som tidligere har blitt sett på som en ekstrem type kroppskunst og forbeholdt en liten gruppe blir en del av mainstreamkulturen, og brukt av *mannen i gata* på helt nye måter. Betydningen av kroppskunsten endres. Tatoeringen ufarliggjøres og blir ikke lenger sett på som noe fullt så ekstremt som tidligere. Tatovørene er enige i at feltet potensielt kan havne i denne situasjonen. Ifølge Siv Ellen Kraft ser man allerede tendenser til det innenfor kroppskunsten generelt med *piercing*, *krokhenging*, *branding* og *scarification*. Ikke bare tatoering, men også piercing er kanskje blitt mer populært blant folk generelt, mens branding og scarification fortsatt er ekstreme former for kroppskunst (Kraft, 2005). Når det gjelder de sistnevnte kan man se tendenser til at de blir tatt mer og mer i bruk i dag. Ikke så mye at det merkes så godt i kroppskunstheltet, men sakte men sikkert spres det, ifølge informantene.

Adam snakket i denne sammenheng om at et av studioene hans hadde begynt med scarification, og nå viser det seg at det har dannet seg en liten gruppe mennesker som har tatt dette i bruk. Dette har resultert i at han nå vurderer å sette tatovører ved de andre studioene sine i opplæring på dette for å få spredt det til flere byer. Han har tro på at scarification kan bli større uten at det vil bli like stort som tatovering og piercing.

På den andre siden har tatoveringsbransjen som før måtte hente utstyr fra andre bransjer som de tok til seg og gjorde til sine egne, nå fått egne fabrikker for tatoveringsutstyr som lager nåler og tuber og alt som tatovørene trenger. Dette har gjort at det hele har blitt en del av næringslivet, eller som Dag Solhjell kaller det, *det kommersielle kretsløpet* (Solhjell, 1995).

Art Fusion er et eksempel som peker i en tredje retning. Art Fusion tar tatoveringen ut fra sitt opprinnelige element og inn i kunstgalleriene. Tatoveringen ble på denne måten også ble anerkjent som kunst blant *andre kunstnere*. Som nevnt i kapittel 2 har jeg valgt å ta med Art Fusion i oppgaven fordi det veldig godt illustrerer bredden av endringene som skjer i feltet. Samtidig kan det brukes som et godt eksempel på at aktørene i feltet kan bevege seg mellom forskjellige underfelt og veksle inn en kapitalform i en annen. Gjennom Art Fusion har kunstfeltet generelt fått opp øynene for, og fått et nytt bilde av tatovering som kunstform.

Oppsummert kan man konkludere med at tatoveringsfeltet befinner seg i en spenning mellom å være en subkultur, del av det kommersielle kretsløp, og en del av kunstfeltet. Kanskje er det tyngdepunktet som forskyver seg?

7.1 Begrensninger og videre forskning

For å belyse problemstillingen min valgte jeg å ta i bruk elementer fra Pierre Bourdieus felt- og kapitalteori. Da tatoveringen lenge har blitt ansett for å være en subkultur, valgte jeg å supplere med Sarah Thorntons subkulturell kapital, samt at jeg har latt meg inspirere av David Muggleon og hans idealtyper.

Jeg har underveis i prosjektet tilpasset disse verktøyene for å få fram flest mulig detaljer fra mitt eget materiale. Denne framgangsmåten har fungert fint og ført meg til min avsluttende konklusjon.

Når det kommer til metodevalg og utvalg har jeg fra begynnelsen av forstått at jeg kanskje hadde et lite utvalg og at kvalitative ustrukturert intervju på toppen av det hele ikke kom til å produsere særlig med kvalitetsikkert datamateriale. Til tross for dette mener jeg selv at jeg har fått fram viktige elementer som karakteriserer dette feltet, samt at jeg har fått fram tendenser som illustrerer feltets indre strid og bevegelse. Med bedre tid og ressurser ville jeg ha gjort et større studie med flere informanter, og også gjerne tatt for meg flere arenaer, ikke bare konvensjonen. I tillegg kunne jeg tilbrakt mer tid i feltet og gjort flere observasjoner. Det kunne videre også være interessant å gjøre gruppeintervju med informantene, da det på tatoveringsfeltet virker som om det blant aktørene finnes en del felles oppfatninger, uten at disse nødvendigvis er institusjonaliserte.

For videre forskning kunne det vært interessant å grave litt i dette feltet ytterpunkter og for eksempel, som nevnt over, bevege meg utenfor konvensjonene i søken etter ny informasjon. Jeg tror det finnes mer til den subkulturelle delen av dette feltet enn man kan se gjennom dette studiet. Videre hadde det også vært interessant å bevege seg over grensen til kunstfeltet og undersøke hva kunstnere generelt tenker om tatovering som kunstform.

Jeg tror og håper at alle tatovører med tiden vil slutte seg til organisasjoner som Norsk Forening for Profesjonelle Tatovører, og at disse organisasjonene kan få status som et positivt foretak som forbedrer tatoveringspraksisen, både for utøverne og for kundene. Når dette er sagt håper jeg også at tatovørene vil holde på sine ulike særtrekk og fortsette med å gjøre kunstverdenen interessant, for det er nettopp dette

mangfoldet som skaper feltet og som gjør det fascinerende å studere. Om tatovering en dag vil bli ”vanlig” i vårt samfunn, og om man til slutt ikke vil legge merke til tatoverte mennesker på gaten, vet jeg ikke, men for denne fantastiske kunstens skyld, håper jeg at utøverne også i fremtiden får den oppmerksomheten de fortjener.

- We are modern people desperate to hear the voice of our soul or psyche, which needs expression. We are desperate to find our own inner images of resonance that tell us who we are. We are searching, through our bodies, for the sounds and images of our own personal gods that have all but gone silent (Mercury, 2000).

7.0 Litteraturliste

- Aase, T. H. & Fossåskaret, E., 2007. *Skapte virkeligheter. Om produksjon og tolkning av kvalitative data*. Oslo: Universitetsforlaget
- Andersen, B., 1996. *Forestilte fellesskap : refleksjoner omkring nasjonalismens opprinnelse og spredning*, overs. Espen Andersen. Oslo: Spartacus
- Andersen, H. & Kaspersen, L. B., 2000. *Klassisk og moderne samfunnsteori*. København: Hans Reitzels Forlag
- Andersen, M., Eide N. M., Ramstad, T. M. & Reinshorn, J. S., 2000. *Begrepsavklaring* [online]. Høgskolen i Sør-Trøndelag, ALU 2000
Tilgjengelig fra: <http://home.no.net/jakten/jakten/begrep.html>
[Sist sjekket: 26.05.08]
- Atkinson, M., 2003. *Tattooed. The sociogenesis of a body art*. Canada: University of Toronto Press
- Bergsvik, C., 2007. Redaktør i Nordic Tattoo Mag. Beskrivelse av de forskjellige stilartene, sendt til meg på mail etter avtale ved Oslo Tattoo Convention 07.
- Bjørkli, M., 2002. *Tattooens historie* [online]. Tilgjengelig fra:
<http://www.houseofpain-tattoo.com/norway/tattoohist/inne.htm>
[Sist sjekket: 05.05.08]
- Booth, P., Leu, P. & Atchinson, G., (Årstell ukjent). *Fakta om Art Fusion Experiment* [online]. Tilgjengelig fra: www.artfusionexperiment.com
[Sist sjekket: 05.05.08]
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J.D, 1995. *Den kritiske ettertanke*, overs. Bjørn Nic. Kvalsvik. Oslo: Det Norske Samlaget
- Bourdieu, P., 1990: *The social logic of practise*. Cambridge: UK

- Boyd, D., 2005. om Sarah Thorntons bok *Club cultures: music, media and subcultural capital* 1996 [online]. Tilgjengelig fra:
http://www.zephoria.org/alterity/archives/2005/01/sarah_thornton.html
[Sist sjekket: 05.05.08]
- Brekke, O. A., Høstaker, R., & Sirnes, T., 2003. *Dimensjonar i moderne sosialteori*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Carlsen, T., 2004. Tatovering som meningsdannelse. *Tidsskrift Norsk legeforening*, nr. 13, 1. Juli 2004 [online]. Tilgjengelig fra:
http://www.tidsskriftet.no/?seks_id=1044285 [Sist sjekket: 05.05.08]
- Everett, E. Larry & Furseth, I., 2004. *Masteroppgaven. Hvordan begynne – og fullføre*. Oslo: Universitetsforlaget
- Gelder, K., 2005. *The subcultures reader*. USA: Routledge
- Gilje, N. & Grimen, H., 1995. *Samfunnsvitenskapenes forutsetninger : innføring i samfunnsvitenskapenes vitenskapsfilosofi*. Oslo: Universitetsforlaget
- Hambro, C., 2004. *Tegn i tiden* [online]. Tilgjengelig fra:
www.kulturnett.no/magasinet/artikler/ikoner/tegnitiden/side4.jsp
[Sist sjekket: 05.05.08]
- Korsnes, O., Andersen, H. og Brante, T., 2004. *Sosiologisk leksikon*. Oslo: Universitetsforlaget
- Kraft, S. E., 2005. *Den ville kroppen. Tatovering, piercing og smerteritualer i dag*. Oslo: Pax forlag AS
- Kvale, S., 2001. *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal

- Lindegaard, K. D. 2006: *Lyst på tatovering? Gjør research selv!* [online].
Tilgjengelig fra: <http://forbrukerportalen.no/Artikler/2006/1151665961.19>
[Sist sjekket: 19.05.08]
- Loyd, J.D., 2003. *Body piercing and tattoos*. California: Greenhaven Press
- Mercury, M., 2000. *Pagan Fleshworks: The Alchemy of Body Modification*.
Vermont: Park Street Press
- Muggleton, D., 2006. *Inside subculture. The postmodern meaning of style*.
New York: Berg
- Muggleton, D. & Weinzierl, R., 2006. *The post-subcultures Reader*. New York:
Berg
- Olsen, B., 2003. Emosjonelle landskaper. Identitet, konsum og marked. *Tidsskrift
for ungdomsforskning* 3 (2) 2003 s.49- 67
- Olsen, B. 2006, Subkulturens død. *Grus* Desember & Januar 2006/2007 s.20.
- Orskaug, O., 1999. *Tatoverte får ikke og blod*. [online].
Tilgjengelig fra: <http://www.dagbladet.no/nyheter/1999/07/22/171920.html>
[Sist sjekket: 19.05.08]
- Polhemus, T., 2004. *Hot bodies, cool styles. New techniques in self-adornment*.
London: Thames & Hudson
- Priour, A. & Senstoft, C., 2006. *Pierre Bourdieu – En introduksjon*. København:
Hans Rietzels forlag
- Rush, J. A., 2005. *Spiritual tattoo – a story of tattooing, piercing, scarification,
branding & implants*. Berkeley, California: Frog Ltd.

- Solhjell, D., 1995. *Kunst-Norge : en sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*. Oslo: Universitetsforlaget
- Thornton, S., 1995: The Social Logic of Subcultural Capital. Gelder, K. red. *The Subcultures Reader*: 2005. USA: Routledge, s. 184- 192.
- Thornton, S., 1995: *Club culture. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press
- Ukjent forfatter, 1998. *Forskrift om hygienekrav for frisør-, hudpleie-, tatoverings- og hulltakingsvirksomhet m.v.* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.lovdatab.no/cgi-wift/ldles?doc=/sf/sf/sf-19980506-0581.html>
[Sist sjekket: 19.05.08]
- Vik, L. J., Breidablik, H. J., Ekeland T. J. & Meland, E., 2004. Kroppsdekorerings, helse og identitetsutvikling [online]. *Tidsskrift Norsk legeforening*. Nr.7, 1.April 2004
Tilgjengelig fra: http://www.tidsskriftet.no/index.php?vp_SEKS_ID=1001900
[Sist sjekket: 05.05.08]
- Wærnes, S. 2005. *Utbryterne. En studie av pønkere i mellomstor by i Norge*. Masteroppgave i Sosiologi. Institutt for Sosiologi. Det samfunnsvitenskapelige fakultet. Universitetet i Tromsø
- Magasiner:
Nordic Tattoo Mag Nr. 18 – 25
Tattoo Life Nr. 46, 47, 48, 50 og 51
- Bilder:
Bilder på Old-School, New-School, Tribal, Black & Grey og Japaneese er hentet fra Leading Light Norges hjemmeside:
<http://www.leading-light.com/> med tillatelse fra Jan-Tore Øygaard
Bilde på forsiden, samt bilde av prikketeknikken i kapittel 2 er sendt til meg på mail fra Kunst med Puls ved Eric og Marianne.

Vedlegg 1

Informasjon om masterprosjekt Karoline Andreassen

Jeg er en masterstudent fra Institutt for Sosiologi ved Universitetet i Tromsø som skriver på min avsluttende oppgave skoleåret 2007/2008.

Prosjektets tittel

Den nye kroppskunsten

- Et studie av tatoveringen som felt i Norge i 2007

Problemstilling & bakgrunn for valg av tema

Har oppblomstringen av kroppskunsten i siste halvdel av 1900-tallet medført en overgang fra at feltet var preget av en særegen livsstil til at feltet er blitt mer og mer preget av yrkesutøvere? Med kroppskunst menes her tatovering.

- Hvor ensartet er feltet i dag? Finnes det egne miljøer og særegne livsstiler, eller er feltet preget av enkeltutøvere? Hvilke relasjoner finnes mellom utøvere/kunstnerne på feltet?

Gjennom denne oppgaven ønsker jeg å se på tatoveringen som felt der utøvere/kunstnere med felles interesse og livsstilsoppfatninger skaper sitt eget lille miljø og kunstform.

Jeg synes det er interessant at ekstreme subkulturer med lang historie over den siste tiden har fått innflytelse på mainstreamkulturen og utviklet seg i mange nye retninger.

Jeg lurer på hva som skjer med slike undergrunnskulturer som for eksempel tatoveringen. Og jeg vil se på hva som skjer med denne livsstilens symboler og gamle tradisjoner, da disse er de viktigste faktorene som har gjort at kunstformen har fått stempel som subkultur. Har kunstneren blitt en utøver, har livsstilen blitt en arbeidsplass, eller omvendt? Har symbolene fått en annen betydning?

Metoden jeg blir å bruke er et såkalt semi-strukturert kvalitativt intervju, som er en uformell, men strukturert samtale der jeg tar i bruk en intervjuguide med nøkkelspørsmål som hjelpemiddel. Intervjuene vil ta ca. 1 time og samtlige av informantene vil bli anonymisert og har rett til å la være å svare på spm, eller avslutte intervjuet når de selv måtte ønske.

Det vil ikke bli bedt om personlige opplysninger, annet enn alder og hvor lenge informanten har drevet med kunstformen. I tillegg til skriftlige notater underveis i intervjuet vil samtalen bli tatt opp på bånd. Dette for å lettere kunne renskrive intervjuet i etterkant og få med viktige detaljer man kanskje overser underveis i notatene.

Opptakene og det skriftlige materialet fra intervjuene vil bli oppbevart som sensitivt materiale og makulert så snart prosjektet er ferdig. Hvis informantene har ønske om å få en kopi av resultatet kan dettes sendes etter at oppgaven er levert våren 2008.

Prosjektet er meldt inn til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS som et studentprosjekt som skal gjennomføres som en masteroppgave skoleåret 2007/2008.

Hvis spørsmål angående prosjektet kontakt meg:

Karoline Andreassen
Institutt for sosiologi, Universitetet i Tromsø
Tlf: 95903045
e-mail: karisand@hotmail.com

Eller min veileder:

Anne-Britt Flemmen
Førsteamanuensis, dr.polit.
Institutt for Sosiologi, UIT
Tlf: 77644339/
e-mail: annef@sv.uit.no

Vedlegg 2

Samtykkeerklæring/informert samtykke Masterprosjekt ved Karoline Andreassen

Jeg vil delta på en kvalitativ undersøkelse basert på et intervju med Karoline Andreassen angående tema ”Den nye kroppskunsten – et studie av tatoveringen i Norge i 2007”.

Jeg har fått informasjon om prosjektets innhold og hva mine opplysninger skal brukes til. Jeg vet at jeg har rett til å trekke tilbake denne erklæringen eller la være å svare på spørsmål hvis jeg måtte ønske det. Jeg vet at intervjuer har taushetsplikt og at alt som kommer ut av vår samtalesituasjon vil bli behandlet konfidensielt.

Jeg er klar over at personlige opplysninger om meg som navn og navn på min arbeidsplass vil bli anonymisert i prosjektet. Denne informasjonen vil i tillegg bli holdt adskilt fra resten av prosjekt-materialet og dette, samt lydopptak og transkriberinger vil bli makulert så snart disse er ferdig bearbeidet.

Jeg er informert om at prosjektet er meldt inn til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS som et studentprosjekt som skal gjennomføres som en masteroppgave skoleåret 2007/2008.

Dato: _____ Underskrift: _____.

Vedlegg 3

Intervjuguide

Kjønn:

Alder:

Hvor lenge har holdt på:

Fortell litt om når og hvordan du først fattet interesse for tatovering.

Aktørenes plasseringer i feltet

Finnes det forskjeller på tatovørene med henhold til stil og bruk av metode?

- Hvilken stilart/kategori vil du plassere deg selv i? Hvorfor akkurat denne?
- Finnes det forskjellige miljøer på feltet basert på stilarter?
- Føler du at du har noe til felles med andre som holder på med samme stilart? Eventuelt føler du det motsatte til de som holder på med noe annet enn du selv?
- Er det en grunn til at du jobber med de du gjør? (Samme interesse innen stil)
- Er stilarterne trendbaserte? (Går det i bølger, et år er en type mye brukt og neste år en annen?) Hvis ja, Hvorfor?
- Finnes det kunde-trender og tatovør-trender, eller påvirkes den ene av den andre?
- Dukker det ofte opp nye stilarter? Hva tenker folk om dette?
- Følger du bølgen, eller har du hatt en fast stil hele tiden? Eventuelt har du endret den i fra du startet?
- Er det noen stilarter som er ”ut”, som majoriteten av tatovørene tar avstand fra? (eks tribal)

- Hva mener du skal til for å være en dyktig, dedikert tatovør ?

- Hva er det generelt, mener du som gjør en tatovering bra?

- Har de forskjellige studioene forskjellige stiler eller ”image”? - forklar

* Anser du deg selv som en kunstner eller en tatovør, eventuelt begge? – hvorfor?

- Hva betyr ditt arbeid for deg?
- Hva har inspirert deg som tatovør?

* Vil du si tatoveringen skiller seg fra de andre kroppskunstformene? (Piercing, branding, scarification, krokhenging) hvis ja, hvorfor?

Kundene tilknyttet feltet

- Har du en bestemt kundegruppe, eller kommer det forskjellige folk innom studioet ditt?
- Har plassering av studioet noe å si for kundegruppene? (eks midt i byen, skjult)
- Hvordan et ditt studio plassert, og hvordan oppfatter du kundene i forhold til dette?
- Opplever du at du må "vike" fra din stiltype fordi du har en kunde med andre ønsker enn akkurat den stilen? Hva synes du om dette?
- Har kundegruppen endret seg noe siden du begynte? Hvis ja, hvordan vil du beskrive den "nye" kundegruppen i forhold til den "gamle" og hva tenker du om endringene? Hvorfor tror du i så fall kundegruppen har endret seg?
- Har du en bestemt kundegruppe, eller kommer det forskjellige folk innom studioet ditt?
- Finnes det noen tatovører som avviser kunder pga deres valg av tatovering? – gjør du? – Hvorfor?

Kapital og respekt

- Deltar du på konvensjoner? Hvorfor?
- Deltar du i konkurransene?
- Hva betyr det for deg å vinne?
- Hva tenker du om andre som vinner? Følger det respekt fra de andre aktørene med å vinne en slik konkurranse? Eventuelt følger det forventninger til dem, at dem skal vinne flere ganger?

Til slutt: Hvilke tatovører mener du er "pionerer" i feltet og hvorfor?

- Finnes det meninger blant tatovører om hvem som anses å være de mest dyktige?

Vedlegg 4

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 884

Anne Britt Flemmen
Institutt for sosiologi
Universitetet i Tromsø
Breivika
9037 TROMSØ

Vår dato: 27.07.2007 Vår ref.: 17093/AMS Deres dato: Deres ref:

KVITTERING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 18.06.2007. Meldingen gjelder prosjektet:

17093	<i>Den nye kroppskunsten. En studie av tatoveringen som felt i Norge i 2007</i>
Behandlingsansvarlig	Universitetet i Tromsø, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Anne Britt Flemmen
Student	Karoline Andreassen

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.


Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemmet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven/-helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.


Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/endringsskjema>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.


Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/register/>

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.05.2008, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen


Bjørn Henriksen


Anne-Mette Somby


Kontaktperson: Anne-Mette Somby tf: 55 58 24 10

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Karoline Andreassen, Gyda Dahlsvei 12, 9800 VADSØ

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uia.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyme.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@svf.uib.no



Personvernombudet finner at behandlingen kan finne sted med hjemmel i personopplysningsloven § 8 første ledd (samtykke).

Ombudet vurderer at informasjonen som skal gis til utvalget er tilfredstillende.

Det vil bli benyttet lydopptak under intervju. Direkte personidentifiserende opplysninger utelates når intervjuene transkriberes. Det skal ikke opprettes koblingsnøkkel.

Når resultatene presenteres vil deltakere og bedrifter få fiktive navn slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes.

Ved prosjektslutt 15.05.2008 skal datamaterialet anonymiseres. Dette innebærer at direkte og indirekte personidentifiserende opplysninger slettes eller grovkategoriseres. Lydopptak slettes.