

Lunds universitet
Språk- och litteraturvetenskap Filmvetenskap
Handledare: Mats Jönsson
2007-01-12

Jon Henriksson
LIV 703

ELVIS: *Aloha from Hawaii*



Underhållning eller propaganda?

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	1
1. Inledning	2
1.1 Syfte, metod och avgränsning	3
1.2 Frågeställning och tidigare forskning	3
2. Bakgrund	5
2.1 <i>Aloha from Hawaii</i> – ett media event?	5
2.2 Kulturpolitisk kontextualisering	7
2.3 Ekonomiska aspekter och rättigheter	9
3. Satellitsändningen som en historisk dokumentär	11
3.1 Bakomliggande ideal	12
3.1.1 De estetiska idealen.....	12
3.1.2 Estetik i samarbete med moral.....	13
3.1.3 Celebritetens aura.....	14
4. En ikoniserad narcissist	17
4.1 Den sexuella mentaliteten	19
4.2 Elvis Presley som en amerikansk ikon.....	20
5. Avslutning	22
Källförteckning	24
Otryckt material.....	24
Tryckt material	25

1. Inledning

Den 5 september 1972, efter att Elvis Presley avslutat sitt senaste åtagande i Las Vegas, tillkännagav han planerna för *Aloha from Hawaii* vid en presskonferens på Las Vegas Hilton;

It's a great privilege to do this satellite programme, and I'm going to do my best. And all the people who work with me to do a good show which is pure entertainment, no messages and no this and that, just try to make people happy for that one hour that it comes across. If we do that, then I think we've done our job.¹

Rocco Laginestra, dåvarande direktör för Presleys skivbolag RCA Victor, var den som kläckte idén med en direktsänd underhållningsshow via satellit – den första i sitt slag. Förväntningarna var enorma och man trodde sig ha att göra med ett evenemang av samma dignitet som månlandningen 1969. Själva konceptet var enkelt; Presley skulle under en timme den 14 januari 1973 framträda på scen i The H.I.C. Arena i Honolulu, Hawaii och showen sändes via telesatellit till halva världen. För att maximera intäkterna och säkerställa att projektet gick runt ekonomiskt var det nödvändigt att dela upp världen i marknadsområden. Programmet sändes direkt i Japan och två dagar senare visades den tidigaste repriserna i Europa. I USA dröjde det tre månader innan showen visades. Då var det dessutom en redigerad version som visades, där ett flertal framträdanden som hade filmats i efterhand klipptes in.²

Det är idag mer än 30 år sen den här konserten ägde rum, ändå är det ett evenemang som fortfarande diskuteras och ifrågasätts. Diskussionerna har dock en tendens att i första hand röra sig kring Elvis Presley och konserten som sådan. Då har man inte insett att *Aloha from Hawaii* har att göra med betydligt viktigare frågor än huruvida Presley var narkotikapåverkad under showen eller om *Elvis: That's the way it is (Elvis Las Vegas show, Denis Sanders, 1970)* egentligen inte var ett bättre framträdande. Vad vi har att göra med är en mytomspunnen satellitsändning med allt vad det innebär. Produktionen omges av ett flertal olika bolag som alla har olika intresseområden, hundratals människor är anställda för att allt ska fungera så smidigt som möjligt. Dessutom är en av de största underhållarna någonsin inblandad i den här apparaten vilket innebär att de ekonomiska förutsättningarna är enorma. Det innebär även att ett eventuellt misslyckande kan innebära ekonomisk härdsmälta för de inblandade parterna.

¹ *Elvis by the Presleys (Vår käre Elvis)*, Sony & BMG Music Entertainment i samarbete med RCA och Elvis Presley Enterprises, Inc., USA, 2005, Rob Klug

² Albert Goldman, *Elvis*, Stockholm: Norstedts faktapocket 1986 (1981), s. 404 f.

1.1 Syfte, metod och avgränsning

Mitt syfte med uppsatsen är att försöka utreda huruvida *Aloha from Hawaii* bara var ett underhållningsjippo, eller ett politiskt och kulturimperialistiskt verktyg. Jag anser nämligen att det finns element i sändningen som tyder på detta, och speciellt i den redigerade USA-versionen. Dessutom anser jag att förståelsen för vad den här typen av sändningar kan åstadkomma bör ökas. Det gäller inte bara *Aloha from Hawaii* och Elvis Presley utan är applicerbart på i princip vilket större media event³ som helst där en välkänd celebritet medverkar. Dock anser jag att den massmediala bilden av Presley och dennes senare år blivit allt mer förvrängd. Därför har jag förhoppningar om att jag ska kunna ge en mer nyanserad men ändå objektiv bild av Elvis Presley årgång 1973.

Min analys kommer uteslutande att fokusera på den amerikanska sändningen av satellitshowen. Den förefaller vara den mest representativa för min typ av studie eftersom det tog tre månader innan den visades. Det tyder på att man lagt ner ett stort arbete på redigeringen och att man därigenom förvissat sig om att de bilder man slutligen projicerar stämmer överens med den bakomliggande ideologin. Jag menar inte att det nödvändigtvis föreligger politiska budskap dock bör det ha funnits en klar och tydlig idé om vad man ville visa och hur man ville visa det. Därför kommer jag att anlita en kontextualiserad stilanalys som metod där moraliska och estetiska faktorer är centrala.

Praktiska orsaker till att min avgränsning av ämnet består i den amerikanska sändningen av *Aloha from Hawaii* beror på att de versioner som idag går att få tag i på köpvideo eller DVD antingen är just den amerikanska sändningen eller en nyrestaurerad (2004) version med nya kameravinklar. Faktum är att när SVT repriserat *Aloha from Hawaii* de senaste åren har de använt sig av den amerikanska sändningen. Idag finns ett flertal olika versioner av sändningen ute på både den officiella och den inofficiella marknaden.

1.2 Frågeställning och tidigare forskning

I min frågeställning har jag valt att uppehålla mig mycket kring ekonomiska faktorer då detta är närliggande beröringspunkter för makt och politik. Utgångspunkten för min huvudfrågeställning kretsar därför kring underhållning och propaganda. Det går dock inte att bortse från Elvis Presleys enorma stjärnstatus och den makt som det innebär. Därför kommer jag även att se till hur bilden av honom förmedlas under konserten. I något fall kommer jag att

³ Så som begreppet används och förklaras enligt Daniel Dayan, Elihu Katz, *Media events. The live broadcasting of history*, första reviderade pocketupplagan, Cambridge: Harvard university press 1994 (1992)

gå in på individuella framträdanden i showen, i övrigt behandlar jag framställningen av honom mer allmänt och i viss mån ur ett historiskt perspektiv. Baserat på min inledning och mitt syfte bör rimliga frågeställningar vara;

- Hur producerades *Aloha from Hawaii* och vilket var det ursprungliga syftet med den här produktionen? Här kommer jag även att försöka beröra de ekonomiska aspekterna: Vem satsade pengar och hur satsades de? Vad vann man på detta?
- Vilka konkreta exempel på patriotism eller propaganda kan man se i konserten? Hur kan dessa tolkas? Har det att göra med produktionen så som den ter sig eller har det att göra med Elvis Presleys blotta medverkan? Kan man säga att han framställs på ett speciellt sätt och i så fall hur?

Tidigare forskning inom detta ämne som bör nämnas är P. David Marshalls forskning om celebriteter och den makt som dessa besitter. Redan nämnda Daniel Dayan och Elihu Katz har vidare visat på digniteten av spektakulära mediehändelser. Dessa två inriktningar är i min egen studie viktiga och jag kommer att kombinera dem och väva in dem i min analys sett utifrån David Ludvigssons teorier om produktionsfaktorer inom dokumentärfilm.

2. Bakgrund

I följande avsnitt kommer jag att ta en närmare titt på de konkreta faktorer som omgärdar *Aloha from Hawaii* och genom dessa försöka förklara de bakomliggande aspekter som gjorde detta evenemang möjligt. Inledningsvis kommer jag att försöka förklara begreppet ”media event” och därefter se om det är möjligt att definiera *Aloha from Hawaii* som ett sådant genom att i första hand ta del av Daniel Dayans och Elihu Katzs forskning kring detta ämne. Därefter kommer jag att beskriva den kulturpolitiska kontexten i USA under vilken satellitshowen producerades för att underlätta förståelsen för hur och varför *Aloha from Hawaii* kom fram på det sättet som den gjorde. Slutligen kommer jag att diskutera de rättigheter och ekonomiska faktorer som låg bakom satellitsändningen och även nämna diverse fakta av relevans som till exempel tittarsiffror.

2.1 *Aloha from Hawaii* – ett media event?

Något som direkt bör påpekas är att ryktet om *Aloha from Hawaii* och dess storhet snabbt blev större än vad det verkliga evenemanget någonsin kom att bli. Visserligen blev direktsändningen en enorm succé i Asien, men konserten var egentligen inte mer än en reguljär Las Vegas-show, presenterad i en lyxig förpackning. Redan här börjar vissa drag som tyder på att vi har att göra med ett typiskt ”media event” att uppenbara sig. Den här typen av sändningar uppfattas av dess publik som en inbjudan (eller en uppmaning!) att avbryta sina dagliga rutiner för att delta i något som kan liknas vid ett slags semesterfirande. Det finns helt enkelt vissa typer av program som kräver och får fokuserad uppmärksamhet. Media events tillhör den här genren och de är unika för televisionen då de skiljer sig markant från programmen som vardagstelevisionen erbjuder.⁴ Åskådaren har inga svårigheter att urskilja dessa speciella sändningar från den reguljära tablån och de figurerar över hela världen. Det kan vara allt från OS-sändningarna till Tage Danielssons begravning för att ta något med nationell anknytning.

Den största skillnaden mellan media events och andra typer av sändningar eller genrer består i att de inte, per definition, är rutinartade. I själva verket fungerar de som ett uppbrott mot rutiner samtidigt som de existerar och verkar i vardagslivet. För den mest karaktäristiska händelsen är uppbrottet monopolistiskt på så sätt att samtliga kanaler vänder sig från sina schemalagda tablåer för att bevittna det mest storslagna. Utsändningen kan

⁴ Dayan, Katz, s. 1-9

knappast göra en mer dramatisk kungörelse än vikten av vad som håller på att ske. Dessutom sker det i direktsändning, i realtid vilket innebär att de är oförutsägbara och att något kan gå snett. Visserligen är inte detta riktigt fallet med den amerikanska sändningen av *Aloha from Hawaii* eftersom det visades i efterhand. Dock bör det tas i beaktning att det inom vissa regioner faktiskt sändes direkt och att samtliga medverkande i showen därför också uppträdde enligt dessa givna föresatser. Man kan argumentera för att en tabbe lätt hade kunnat klippas bort när det var dags för programmet att visas i USA men riktigt så enkelt är det inte. Om en incident hade inträffat under konserten hade detta kunnat äventyra hela produktionens framtid, inte bara direktsändningen. På så sätt fungerar den amerikanska sändningen trots allt också som en direktsändning.

Något som är signifikativt för media events är att de är planerade, utannonserade och marknadsförda i förväg. Redan i september 1972 tillkännagavs planerna för *Aloha from Hawaii* för publiken. Då hade det redan varit känt sedan en tid tillbaka av de inblandade parterna. Detta är av stor betydelse då det härmed ges utrymme för förväntan och förberedelser både från publikens och från de ansvariga produktionsbolagens håll. Det här öppnar upp för en aktiv period där man har något att se fram emot, något som understöds av marknadsföringsmässiga aktiviteter från de ansvariga för utsändelsen.

Kombinationen av det direktsända, det avlägsna, det uppbyggande och det förplanerade som begreppet media event innefattar innebär att direktsända, vardagliga studioprogram utesluts från den här definitionen. Tillägget av det uppbyggande innebär att kvällsnyheterna exkluderas medan tillägget av det förplanerade innebär att större nyhetshändelser som till exempel ett mordförsök på en president eller en kärnkraftsolycka exkluderas. Vad som återstår inom ramarna för media events är ceremoniella evenemang. De här ceremonierna entusiasmerar enorma publikskaror – ett land, flera länder eller hela världen. De karaktäriseras av ett normaliserat sätt att se på händelserna där åskådarna berättar för varandra att det är obligatoriskt att titta och att de måste ställa allt annat åt sidan. Produktionsbolagens enstämmighet ligger i hur de väljer att presentera händelsen och detta understryker det värdefulla åtagandet i att titta. Åskådarna manas till att celebrera händelsen genom att samlas framför televisionen i grupper och ofta ges de även en chans att aktivt delta i firandet. Media events integrerar samhällen i ett kollektivt hjärtslag och frammanar ett förnyande av lojalitet gentemot samhället och dess legitima auktoritet.⁵ Förutsättningarna för

⁵ Ibid, s. 1-9

ett media event kan således utan tvekan appliceras på *Aloha from Hawaii*. Faktum är att sändningen står att betrakta just som ett sådant trots att den inte sändes direkt i USA.

2.2 Kulturpolitisk kontextualisering

1965 valdes Charles Frankel, filosofiprofessor på Columbia, ut av dåvarande president Lyndon Johnson till att handlägga kulturfrågor å utrikesdepartementets vägnar.⁶ Frankel hade nyligen färdigställt ”The neglected aspect of foreign affairs” som var en kritisk studie av USA:s kulturella diplomatik.⁷ Han var medveten om att kultur inte sattes överst på agendan av karriärdiplomaterna inom utrikesdepartementet. Trots detta accepterade han uppdraget i förhoppning om att kulturprogrammet skulle komma att hamna i förgrunden för utrikespolitiken. Detta eftersom president Johnson hade gjort utbildning till en av hörnstenarna i sitt nationsbygge.

Frankel var ivrig att spela en viktig roll inom regeringen men utrikesdepartementets inhyste intellektuell skulle komma att bli besviken. Han lade fram ett antal förslag som skulle kunna ha ändrat missionen för USA:s utbytesprogram under efterkrigstiden fundamentalt både i fråga om hur och av vem programmen administrerades. Frankels grundtanke var att separera kultur från utrikespolitik helt och hållet. En sådan rockad skulle innebära att ett antal byråkrater inom både statsdepartementet och USIA (United States Information Agency) riskerade att förlora sina jobb.⁸ Dessutom ifrågasatte det axiomet att Kalla kriget huvudsakligen var en kulturell kamp mellan USA och Sovjetunionen.

Frankel ansåg att Washington var för nedlåtande i sin kulturella relation med andra nationer. Därför var det bättre om USA framstod som mindre överlägset och inte lät regeringen så demonstrativt blanda sig i utbytesprogrammen vilket skulle leda till att dessa inte skulle uppfattas som fullt lika politiska. Men Frankel levererade inte bara kosmetiska reformförslag. Han trodde på den ursprungliga betydelsen av ordet utbyte och ansåg därför att

⁶ Richard Pells, *Not like us: How Europeans have loved, hated, and transformed American culture since World War II*, New York: Basic Books 1997, s. 91 ff.

⁷ Ibid, s. 91

⁸ USIA var en förrättning som existerade mellan 1953 och 1999. Man sysslade med ”public diplomacy” (en term som är nära besläktad med ”propaganda” och möjligtvis även synonym beroende på hur man definierar det). Deras mål var att skaffa sig förståelse och informera (och i viss mån även influera) andra nationer i fråga om marknadsföring av nationella intressen. Syftet var att bredda dialogen mellan amerikaner, amerikanska institutioner och deras motsvarigheter utomlands och att verka för utbyte av studenter, professorer och andra typer av invånare mellan USA och utländska samhällen. I slutändan hoppades man på att detta utomlands skulle leda till utökad förståelse och acceptans för det amerikanska samhället och amerikansk politik. Dessutom hoppades man på att den amerikanska regeringens kunskap och förståelse för utländska attityder och den utländska delaktigheten i amerikansk utrikespolitik skulle öka. Enligt ”United States Information Agency”, 2006-12-08. Hämtat från <http://en.wikipedia.org/wiki/USIA> 2006-12-29, utskrift i författarens ägo.

detta skulle bestå i ett ömsesidigt interagerande. Det skulle innebära att amerikaner inte längre reste utomlands enbart som föreläsare eller förebilder utan även i syfte att studera andra kulturer och samhällen där olika slags konferenser skulle användas som forum för dryftande av gemensamma problemformuleringar. Idealet var inte amerikanisation utan internationalisation av lärdomar och utbildning.

Varken USIA eller utrikesdepartementet var förmögna att förverkliga Charles Frankels visioner. Frankel hävdade att USIA:s viktigaste förehavanden motarbetade kulturella och utbildningsmässiga värden. Inte heller utrikesdepartementet kunde erbjuda en bättre miljö för att utveckla stipendium och konst på grund av att dess tjänstemän vanligtvis var för upptagna med kortsiktiga taktiska överväganden i fråga om någon internationell kris. Frankels lösning var att förflytta alla USA:s kulturella förehavanden och relationer från utrikesdepartementet, USIA och CIA. På så sätt skulle diplomater, informationsspecialister och underrättelseagenter kunna koncentrera sig på sina huvudsakliga uppgifter utan att behöva ha att göra med oreglerliga artister, professorer och akademiker. I regeringens ställe yrkade Frankel för skapandet av en semiautonom grund för utbildningsmässigt och kulturellt utbyte. Det ekonomiska stödet skulle komma både från den privata och den offentliga sektorn och personal skulle hämtas från universitet, museum, förlag och filantropiska institutioner.

Vid den här tidpunkten började professorer och deras idéer att behandlas allt mer ogästvänligt i takt med att Johnsonadministrationens period började närma sig sitt slut. Det här kom att drabba Charles Frankel som hade anlant precis när den amerikanska inblandningen i Vietnamkriget eskalerade som mest. Städer och universitet började koka medan Vietnam och de sociala omvälvningarna distraherade alla, från president Johnson till Dean Rusk till Charles Frankel själv. Under de här förutsättningarna kände han därför att han inte kunde uträtta någonting och i december 1967 avgick han.

Trots att Frankel tvingades att avgå hade han ändå lyckats erbjuda tankeväckande kritik mot hur Washington hade skött sina kulturella affärer med andra länder. Han hade dessutom föreslagit ett plausibelt alternativ till regeringens övervakande av utbildningsmässiga och intellektuella utbyten. Ändå var det omöjligt att under Kalla krigets värsta år separera USA:s kultur från dess diplomatik. Långt in på 1970-talet fortsatte regeringen att vara den drivande kraften bakom USA:s ansträngningar att exportera sina värderingar främst till Europa men även resten av världen.⁹ Häri ligger en viktig förutsättning

⁹ Pells, s. 91 ff.

för *Aloha from Hawaii* och sättet som den både producerades och distribuerades på, vilket jag kommer att återkomma till senare.

2.3 Ekonomiska aspekter och rättigheter

En parallell mellan *Aloha from Hawaii* och de allra tidigaste, landsomfattande TV-sändningarna i USA kan dras. Ett exempel är *Your show of shows*, som spelades in direkt i New York för att sedan repriseras några timmar senare i resten av landet. För att ytterligare säkerställa att inga tekniska problem skulle komma i vägen, filmades även i fallet med *Aloha from Hawaii* en identisk generalrepetition av showen två dagar tidigare. Det kom att dröja ända till 2004 innan en officiell utgåva av den här alternativa konserten såg dagens ljus. Huvudprodukten skeppades dock ut som en dubbel-LP illa kvickt för att finnas i affärerna lagom till att den amerikanska sändningen ägde rum. Den presenterades i fyrkanalsstereo som då var det senaste ljudsystemet och kom att bli Presleys sista förstaplacering på albumlistan.

Trots det unika i satellitshowen krävdes inga särskilda förberedelser, varken från Elvis Presley själv eller från hans manager Tom Parker. Sändningen ägde rum precis innan Presleys vinterpremiär på International Hotel i Las Vegas, vilket innebar att inga särskilda tidsramar behövde brytas. Parker lyckades ändå utarbeta ett kontrakt som gav honom en sedvanlig del av kakan, en miljon dollar. Även RCA fick så småningom sin beskärda del av intäkterna. Dessutom tilldelades Parker och Presley alla rättigheter till användandet av den inspelade konserten efter två reprissändningar. NBC stod bakom produktionen och ställde upp med sändningstid samt bekostade sändning och satellittid. Marty Pasetta, en fristående producent, anlätades som huvudansvarig för produktionen. NBC hade dessutom ett ansvar mot sitt dotterbolag RCA Victor att tillgodose behovet av "The Elvis Presley show" utomlands, som var speciellt stort i Japan. Där lanserades sändningen i samband med en hel Elvisvecka som nådde sitt klimax på kvällen den 12 januari 1973. Då satt 98 procent av befolkningen bänkade framför sina tv-apparater för att se Elvis.¹⁰ Vid själva livesändningen var tittarsiffrorna 37,8 procent.¹¹ På Filippinerna lockade sändningen till sig 91,8 procent, i Hong Kong 70 procent och i Korea 70-80 procent av tittarna.¹² När showen slutligen sändes i USA den 4 april 1973 attraherade den 51 procent av befolkningen och nådde då fler amerikanska

¹⁰ Goldman, s. 405

¹¹ "Aloha from Hawaii". Publiceringsdatum ej angivet. Hämtat från <http://www.epgold.com/alohafromhawaii1b.htm> 2006-11-06, utskrift i författarens ägo.

¹² Ibid.

hushåll än vad sändningen av månlandningen fyra år tidigare hade gjort.¹³ Syftet med detta spektakulära evenemang stod klart: kunde man inte ta Presley till resten av världen, fick man ta världen till Presley. Spekulationer kring Tom Parkers ursprung har förekommit, och det brukar sägas att han på grund av sitt tvivelaktiga medborgarskap inte vågade resa utanför USA:s gränser, en rädsla som kom att gå ut över hans klient.¹⁴

Aloha from Hawaii var, trots de ekonomiska fördelarna, inte bara en ren vinstmaskin. Showen gavs till förmån för Kui Lee Cancer Fund. Inga biljettpriser hade satts, varken till generalrepetitionen eller till huvudkonserten, utan de besökande ombads att betala vad de ansåg sig ha råd med. Målet var att samla in 25 000 dollar, vilket man gott och väl lyckades med – den slutgiltiga summan landade på 75 000 dollar och dessa gick oavkortat till cancerfonden. Även souvenirintäkterna gick till detta ändamål.¹⁵ Fonden hade instiftats till minne av den hawaiianske sångaren och låtskrivaren Kuiokalani Lee, som avled 1963.¹⁶ Som en hyllning till honom framförde Presley hans "I'll remember you" under konserten, en sång Presley hade spelat in redan sju år tidigare.

¹³ Ibid.

¹⁴ Goldman, s. 407

¹⁵ "Aloha from Hawaii". Publiceringsdatum ej angivet. Hämtat från <http://www.epgold.com/alohafromhawaii1b.htm> 2006-11-06, utskrift i författarens ägo.

¹⁶ "Kui Lee", 2006-10-21. Hämtat från http://en.wikipedia.org/wiki/Kui_Lee 2006-11-06, utskrift i författarens ägo.

3. Satellitsändningen som en historisk dokumentär

I följande avsnitt kommer jag att ta en närmare titt på inledningssekvensen i den amerikanska sändningen av *Aloha from Hawaii* för att sedan applicera David Ludvigssons teorier om produktionsfaktorer (främst de estetiska och moraliska) på den.

Aloha from Hawaii är långt ifrån vad vi skulle kalla en historisk dokumentärfilm. Dock är det en samtidsskildring som återger ett otroligt framgångsrikt framträdande av en legend. Konserten kom att bli en milstolpe i musikhistorien och det filmade materialet visar bilder av vad som faktiskt hände där och då. Således kan vi inte helt bortse från det dokumentära i den här produktionen, vilket öppnar upp för ett användande av analysmetoder liknande de som vanligtvis brukar anläggas på historiska dokumentärfilmer. Faktum är att själva definitionen av en historisk dokumentär lyder; ”[...] en film som gör anspråk på att de skildrade händelserna eller förhållandena hände eller existerade i det förflutna så som de skildras”.¹⁷ Givetvis passar denna formulering bäst in på den amerikanska sändningen av *Aloha from Hawaii* eftersom denna inte sändes direkt, redigerades och därmed även dokumenterade ett historiskt skeende. Då kan man se det som att *Aloha from Hawaii* är ett resultat av hur Marty Pasetta sammanfört olika ideal inom ramarna för en historisk dokumentär. Dessa ideal, eller faktorer, kan kategoriseras i tre olika grupper;

- Kognitiva faktorer, vilket innebär att skaparen prioriterat förmedlingen av kunskap, och ser som sitt syfte att lägga fram nya fakta.
- Moraliska faktorer syftar till att belysa yttre målsättningar, till exempel politiska och ekonomiska hållningar och åsikter.
- De estetiska faktorernas uppgift är att presentera en stilistiskt och estetiskt genomtänkt och tilltalande berättelse.

Dessa grupper kan vid en första anblick synas snäva, men faktum är att vad än regissören och/eller producenten tagit intryck av i skapandeprocessen, kan det i princip härledas till minst en av dessa tre faktorer.¹⁸ Då vi trots allt inte har att göra med en klassisk dokumentärfilm, kommer jag att inrikta mig på att i första hand granska de estetiska faktorerna, och hur dessa samspelar med de moraliska.

¹⁷ David Ludvigsson, ”Historisk dokumentärfilm – resultatet av en förhandling”, i *Det förflutna som film och vice versa. Om medierade historiebruk*, red. Pelle Snickars och Cecilia Trenter, Lund: Studentlitteratur 2004, s. 124

¹⁸ Ibid, s. 123

3.1 Bakomliggande ideal

Utöver de estetiska och moraliska idealen i *Aloha from Hawaii* återfinns ytterligare ett ideal. Elvis Presleys medverkan står utan tvekan att betrakta som ett ideal i sig. För att uppnå total genomslagskraft var ett av världens mest kända namn en nödvändighet. Inom denna föresats vävs både estetik och moral samman och Presley blir härmed den sammanhållande länken. Detta vittnar om en stark medvetenhet om vad man ville visa och hur man slutligen visade det.

3.1.1 De estetiska idealen

Aloha from Hawaii inleds med animerade bilder av en satellit som sänder strålar mot jordklotet ackompanjerat av ljudet av morsesignaler. Samtidigt klipps det med jämna mellanrum in textrutor med namnet ”Elvis” textat på ett flertal olika sätt, med hjälp av bland annat grekiska och japanska tecken. Den sista textrutan suddar ut all eventuell förvirring, och lyder; ”ELVIS Aloha from Hawaii”. I samma stund får vi se en överdriven närbild på en ung kvinnas höfter, och hur hon iförd bastkjol rör sig i takt till en drivande trumrytm. I nästa klipp blickar vi ut över havet, där en helikopter surrar vid horisonten. Följande klipp växlar enbart mellan dessa två bilder, det vill säga den unga magdansösen och helikoptern som kommer allt närmare. Vi får även se en stor vinkande folkmassa, som passande nog står i anslutning till en landningsplats för helikoptrar och vi förstår nu att magdansösen befinner sig på samma ställe. Till sist landar så äntligen helikoptern – kungen har anlänt. Här tonas också ljudet av trummor bort och ersätts med titelspåret från filmen *Paradise, Hawaiian style (Hawaiian paradise, Michael Moore, 1966)*, där Elvis sjöng och spelade huvudrollen. Presley kliver ur helikoptern, och tar sig genom skaran av väntande fans. Han överöses med hawaiiiska blomsterkransar av sina beundrarinnor, vilket han till kvinnornas stora förtjusning tackar för genom att kyssa dem. Processionen fortsätter och Presley hälsar artigt på den exalterade folkmassan. Slutligen kommer han fram till en röd jeep, som ska ta honom resten av vägen. Under hela den här sekvensen klipps det in små korta vykortslignande klipp från olika platser på Hawaii, det är bilder på stränder, solande kvinnor i bikinis, koreograferade delfiner och närbilder på färgglada drinkar. Den här första hälften av inledningssekvensen avslutas på samma sätt som den började, det vill säga med Elvis namn, textat på olika sätt, blinkandes i olika färger.

Följande bilder är filmade utanför The H.I.C. Arena i Honolulu, där kvinnor utklädda till geishor underhåller den väntande publiken. En instrumental version av ”Hound dog”, Presleys stora hit från 1956, spelas i bakgrunden. När så temat till *2001: A space odyssey (2001 – Ett rymdäventyr, Stanley Kubrick, 1968)*, ”Also sprach Zarathustra” av

Richard Strauss, tar vid förstår vi att det börjar bli dags för showtime. Det här var nämligen det stycket som spelades precis innan Elvis äntrade scenen vid i princip varje konsert under 1970-talet. I takt med att stycket börjar nå sitt klimax ser vi hur de besökande skyndar sig in genom entrén. Slutligen tar en trumvirvel vid, följt av panorerande närbilder på entréns glasdörr vars text med stora bokstäver lyder ”Elvis in person” som i sin tur följs av Hiltonkedjans logotyp. Här tar också hela inledningssekvensen slut, och vi får se hur Elvis Presley kliver ut på scenen, uppbackad av introt till ”See see rider”.

3.1.2 Estetik i samarbete med moral

När vi i inledningssekvensen exponeras för klatschiga turistbilder av Hawaii är detta givetvis något som är tänkt att fungera som estetiskt tilltalande. Hur estetiskt tilltalande det än må vara kan tv-mediet ändå inte transportera oss tillbaka till det faktiska skeendet. Istället förser mediet åskådaren med en defensiv, nästan nostalgisk hållning. Syftet består i att få åskådaren att förlika sig med en simulerad delaktighet i den ”riktiga” händelsen. Som ett slags kompensation för detta erbjuder televisionen en strategi som är betydligt mer väsentlig än att försöka få oss att tro att vi är där det händer. Vad denna strategi vill förmedla är att den ger oss en helt annan upplevelse än de som var på plats. Upplevelsen vi bjuds på är nämligen endast tillgänglig för dem som inte var med där och då. Istället för en blek kopia av denna näst intill ceremoniella händelse presenteras vi för en unik televisuell upplevelse av att inte vara där. På så sätt förmedlar tv-mediet tvivel om det egentligen finns något ”där och då” överhuvudtaget. Ingen har någonsin fått möjligheten att beskåda Elvis Presleys ankomst till Hawaii på samma mångfacetterade sätt som vi, då dessa bilder inte överensstämmer med någon annans uppfattning av händelsen. Nya estetiska infallsvinklar som inte härstammar från ett ursäktande av själva skådespelet möjliggörs. Snarare står syftet i att maximera styrkan och betydelsen av skådespelet.¹⁹

Inledningssekvensen fungerar som en reklamfilm för semesterparadiset, och visar i förlängningen på hur idylliskt USA är. Valet av Hawaii och just Honolulu som arena för detta skådespel ter sig uppenbart. De praktiska orsakerna bestod i att tidszonen gjorde det möjligt att nå prime time-publiken i Asien, Afrika och Australien samtidigt. Dessutom var det smidigt att därifrån sända satellitsignalen över Nordpolen.²⁰ Men här finns bakomliggande faktorer som är betydligt viktigare. Hawaii är USA:s yngsta delstat (1959), och Honolulu

¹⁹ Dayan, Katz, s. 100 f.

²⁰ Robert Gordon, *The king on the road*, andra reviderade upplagan, London: Bounty Books 2005 (1996), s. 184

ligger på ön Oahu, det vill säga på samma ö som flyg- och flottbasen Pearl Harbor.²¹ Här ges ingen antydning till Japans attack mot basen 1941, snarare visar man på hur ön repat sig och förvandlats till en blomstrand oas. Robert Gordon uttrycker det på följande sätt: ”Success. Leisure. Dreamy contentment. America is a country without castles and ancient ruins, and no other locale within its borders could convey the natural majesty appropriate for the King”.²² Enligt Gordon är alltså Presley här införlivad med övärlden och är ytterligare en representant för Hawaiiis storslagenhet. Detta i kombination med den massiva kampanjen för *Aloha from Hawaii* och dess enorma genomslag i Japan visar på en amerikansk kulturimperialistisk manöver gentemot Asien. Faktum är att bilderna av hur Elvis tas emot av befolkningen mer liknar ett statsbesök, än ett besök av en rockidol.

Aloha from Hawaii lanserades under en period då den växande vänstervågen som starkast kritiserade USA och dess dominerande politiska och kulturella ställning. Det amerikanska kulturinflytandet blev allt större, främst över underutvecklade länder tack vare ny teknik som till exempel satellit-tv. Genom att återge en subjektiv bild av USA och dess ideologiska normalitet stärktes västvärldens grepp om de länder som inte hade råd att producera medieevenemang av samma dignitet. André Jansson hävdar att det här är ”[...] en process som är närmast omöjlig att stoppa sedan det nationella kommunikationssystemet väl fallit under imperialismens kontroll”. Följden blir att den inhemska kulturen ersätts med amerikansk materialism. Syftet är att presentera USA – och i det här fallet speciellt Hawaii – som idylliskt och i förlängningen även neutralt. Det tas här ingen hänsyn till att mediekonsumenterna i andra länder kanske inte har samma förutsättningar att unna sig den lyx som projiceras. Den akademiska kritiken växte och fenomenet kom att kallas kultur- eller medieimperialism.²³

3.1.3 Celebritetens aura

Det bör tas i beaktande att det inte enbart är Hawaii som ska framställas som neutralt. Stjärnan i sändningen – Elvis Presley – har noggrant valts ut därför att han appellerar till en bred publik och därigenom även lockar potentiella konsumenter till de sponsrande företagen. På så sätt har även publiken valts ut och satts ihop för att passa annonsörerna.²⁴ Syftet är att producera ett program som inte sätter sig emot konsumentkulturen och som dessutom har

²¹ Sune Örnberg m.fl., *Vad varje svensk bör veta*, Uppsala: Bonnier Alba AB 2002 (1988, 1995), s. 161

²² Gordon, s. 184

²³ André Jansson, *Mediekultur och samhälle*, Lund: Studentlitteratur 2002, s. 113 ff.

²⁴ Annonsörer under den amerikanska sändningen av *Aloha from Hawaii* var bland annat Toyota och livsmedelsföretaget Chicken of the sea.

samband med produkterna som det görs reklam för. Det viktigaste är inte att skapa debatt eller att försöka väcka opinion. Istället läggs vikten vid att få publicitet och utveckla de publika relationerna. Det här är på sätt och vis ett slags reklam för färdigformulerade politiska åsikter eller förslag.²⁵ I det här fallet fungerar publicitetsfrågan som drivkraft inte bara för kulturimperialistiska tankar utan även som en rent marknadsförande faktor för Elvis Presley själv och hans skivbolag. Ett typiskt exempel på detta är när den amerikanska sändningen av *Aloha from Hawaii* börjar närma sig sitt slut och Presley har lämnat scenen. Mot en vit bakgrund presenteras soundtracket till sändningen vi nyss bevittnat och en speakerröst talar direkt till åskådaren över musik som vi känner igen från programmet: ”This historic Elvis telecast becomes an historic recording. *Aloha from Hawaii* is on RCA records and tapes!”, därefter börjar eftertexterna rulla. Vad vi nyss bevittnat var alltså inte bara en vanlig tv-sändning eller en spektakulär satellitsändning – det var en unik ”Elvissändning”! Även om vi inte var där när det skedde så har vi i alla fall fått äran att uppleva konserten genom bildröret och vi kan få göra det precis hur många gånger vi vill genom att buga för RCA som har överfört den här unika och historiska händelsen till ett minst lika historiskt album.

Amerikansk television och dess kommersiella natur har en tendens att konstruera celebriteter som inte ifrågasätter hur mediet är involverat i vidmakthållandet av konsumentkapitalism. Auran kring celebriteten reduceras därför på grund av tre orsaker:

- Televisionen är en del av hematmosfären och programmen upplevs därmed inte lika glamorösa som de hade gjort om de istället hade förevisats på en biograf.
- Det föreligger en samhörighetskänsla med celebriteten, i det här fallet Presley. Genom att ständigt matas med bilder och information av kändisar skapas en känsla av att vi känner personerna och att de ingår i vår privata sfär. Därmed accepterar vi organisationen bakom produktionen och på sikt även dess upprätthållande av konsumentkapitalism.
- Begrepp som kontinuitet och integritet krossas totalt på grund av att programmet i tid och otid avbryts av reklam, något som i första hand drabbar huvudkaraktären eller föremålet för produktionen.²⁶ I fallet med den amerikanska versionen av *Aloha from Hawaii* har man dock försökt att undgå detta dilemma genom den estetiskt mycket medvetna redigeringen. Det bör dessutom nämnas att med ett namn som Elvis Presley

²⁵ Jostein Gripsrud, *Mediekultur, mediesamhälle*, Uddevalla: Bokförlaget Daidalos AB 2002, s. 297

²⁶ P. David Marshall, *Celebrity and power*, fjärde reviderade upplagan, Minneapolis/London: University of Minnesota Press 2004 (1997), s. 121

var det vid den här tidpunkten svårt att reducera dennes stjärnstatus enbart genom reklamavbrott, vilket även bör vara fallet än idag.

4. En ikoniserad narcissist

I inledningssekvensen som jag tidigare beskrev ges det en antydning till Elvis Presleys enorma stjärnstatus. Folk blir som vilda när de får en glimt av honom och unga kvinnor kastar sig kring hans hals. Vad som i inledningssekvensen är en antydning förvandlas raskt till ett klart och tydligt utropstecken så fort konserten tar vid och Presley äntrar scenen. Bill Belew designade den numera legendariska scenkostymen:

Slutligen, under Elvis' största framträdande, Satellitshowen – det TV-framträdande som skulle nå en publik motsvarande halva världens befolkning – krävde och fick han den fullständiga konungliga skruden. Hädanefter bar han en hög napoleonkrage; en kort men vid elizabetansk kappa; ett brett gladiatorbälte med kraftigt spänne; och på hans bröst reste sig en örn i rött, guld och azurblått. Skåden hans kungliga och kejsarliga amerikanska höghet!²⁷

Det här var på inget sätt Presleys kröningsceremoni då han närmast stod att betrakta som en veteran inom sin bransch, redan 1956 hade han inofficiellt utsetts till ”the king of rock n’ roll”.²⁸ Snarare var det här hans slutgiltiga bekräftelse på att han nått astronomiska höjder inom nöjesvärlden – han hade blivit ikoniserad. Som förste underhållare någonsin får han äran att ha huvudrollen i en utsändelse utan dess like. Faktum är att sändningen inte hade varit möjlig om det inte hade varit för Elvis Presley. Hans namn var spritt över hela världen och symboliserade något som alla kunde ta till sig. Det här är också anledningen till att produktionsbolagen kunde gå in med föresatsen att det här evenemanget skulle överträffa månlandningen: man hade att göra med en celebritet av högsta dignitet.

Pierre Bourdieu menar att anledningen till att man som enskild person ställer upp i tv inte nödvändigtvis har att göra med att man har något speciellt budskap att föra fram (vilket var precis vad Presley deklarerade på ett tidigt stadium), istället är det ett självändamål att bara synas, att visa upp sig och att bli sedd av så många som möjligt och på sätt uppnå kulturell odödlighet.²⁹ Visserligen skulle Presley kunna förlita sig på att hans skivinspelningar skulle garantera honom evigt liv. Enligt Gilles Deleuze (reciterat av Bourdieu) bör man dock se det som att skivorna fungerade mer som ett verktyg vars funktion var att ge inbjudningar till just televisionen.³⁰ Hur som helst föreligger ett retoriskt dialogliknande förhållande mellan

²⁷ Goldman, s. 9

²⁸ Larry Rohter; Tom Zito, ”Rock Idol Elvis Presley Dies at 42”, 1977-08-17. Hämtat från <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/style/longterm/elvis/epobit.htm> 2007-01-22

²⁹ Pierre Bourdieu, *Om televisionen*, Stockholm/Stein: Brutus Östlings Bokförlag Symposion 2000, s. 26

³⁰ Ibid.

konserten och den enbart auditiva inspelningen av densamma. Publikens konsumerande av konserten kommer sig genom dess tidigare användande av skivorna. Inom populärmusikbranschen är större delen av sångerna som presenteras under konserten sedan tidigare tillgängliga på diverse studioinspelade skivor. Konsertinspelningen är en metod för artisten och skivbolaget att marknadsföra och återlansera konserten som en fysisk vara. På så sätt hålls intresset för produkten vid liv långt efter ögonblicket då den spelades in och kan då diskuteras i dagspressen, i bytestidningar och fans emellan. Av den här anledningen är konserten inte en introduktion till musiken för fansen utan snarare ett slags ritualiserat bestyrkande av skivornas njutbarhet och betydelse genom ett ”upplevt” ögonblick. Det höjer både skivornas och artistens status. Konsumenten demonstrerar sin solidaritet med artistens budskap och med resten av publiken. Konserten blir på sätt mer av en förevisning och ett uttryck för publikens hängivenhet och en hyllning av själva underhållaren snarare än en hyllning av dennes förmåga och teknik i fråga om att uppträda inför en publik.³¹

Häri ligger själva mytbildningen kring Elvis Presley och hans persona. Utan det auditivas samspel med det visuella hade Presley inte erkänts som den ikon han är idag och hans namn hade inte heller levt vidare. Det bör därför tas i beaktning att *Aloha from Hawaii* är lika mycket en produkt av sin egen samtid och ekonomiska, moraliska och estetiska faktorer som det är en produkt av Presleys egen narcissism – att uppnå evigt liv. Under hela konserten spelas det på den här narcissismen då stjärnan överöses med hawaiianska blomsterkransar av kvinnor som trängs framme vid scenkanten för att ge idolen den bekräftelse han behöver. Presley besvarar kärleksförklaringarna med att dela ut kyssar och svettiga sidenscarves som souvenirer. Givetvis är detta något som uppfattas som positivt trots den negativa klang som begreppet narcissism för med sig. På ytan handlar det dock om nära mänskliga relationer vilket tveklöst tolkas som något av godo. Den här tolkningen har att göra med varje enskild individs enorma intresse för sitt eget inre och sitt psyke. Något som prioriteras i livet är att lära känna sig själv så att man sedan kan förverkliga sig själv. Utifrån detta kan man sedan gå vidare och man kan skapa och upprätthålla nära, varma relationer till sin omgivning. På detta sätt normaliseras begreppen närhet och värme som bas för ett socialt leverne. Presley blir en symbol för cykeln ”självkänedom – självförverkligande – skapande av relationer” och därför uppfattas han som god och personlig. Hade han gått emot den här cykeln hade han uppfattats som opersonlig och därmed även som kall och distanserad. En offentlig person som saknar

³¹ Marshall, s. 158 f.

förmåga att interagera med intimsfären och dess enskilda band kommer inte heller att kunna framstå som attraktiv i medievärlden.³²

4.1 Den sexuella mentaliteten

Begreppen jag diskuterade i föregående avsnitt är givetvis inte bara ett uttryck för narcissism. De definierar även Presley som en i allra högsta grad sexuellt medveten varelse vilket hade börjat uppmärksammas redan 1956 när han gjorde sina första tv-framträdanden. När Presley faller ner på ett knä under framförandet av "Suspicious minds" eller när han lekfullt och nästan komiskt framför "Fever" refererar han till en tidigare version av sig själv. Han återupptar traditionen att uttrycka individualitet i sitt framträdande genom att använda sig av koder som publiken uppfattar som sexuella. Den manlige rockidolens attityd, gitarren som fallisk symbol och energin och vitaliteten i scenframträdandet kombinerat med dess akrobatik har alla blivit koder för ett rockframträdande och hur det bör se ut. Den här stilen utvecklades ur sammanflödet av afro-amerikanska framträdanden med ett behov att uttrycka uppriktig personlighet samtidigt som underhållarens individualitet underströks.³³ 1956 var detta något som delade publiken i två läger. Claes Dahlgren rapporterade direkt från USA:

Det är fortfarande ingen avmattning i Elvis Presley-raseriet i Amerika. Den 21-åriga f d lastbilschauffören lämnar ingen likgiltig med sin känsloladdade sång och sitt minst sagt sensuella scenuppträdande. De flesta tonåringar tycks vara alldeles förhäxade av hans hysteriska prestationer, medan hans belackare är nästan lika upprörda i sin indignation över att publiken får förgiftas med sådana smaklösheter.³⁴

1973 hade tiderna förändrats och därmed även de moraliska aspekterna. Presley kunde nu referera till sina tidiga scenframträdanden på ett distanserat sätt utan att väcka förargelse. Snarare försåg han publiken med en nostalgisk tillbakablick och han sågs som accepterad men framför allt var detta ett tecken på bekräftelse.

Paralleller mellan hur Presley porträtteras och hur John Mraz beskriver huvudkaraktären Sergio i *Memorias del subdesarrollo (Memories of underdevelopment, Tomás Gutiérrez Alea, 1968)* kan dras. Ingen av dem står i begrepp att definiera sig själva, det har de redan gjort. De är fast i det förflutna vilket exemplifieras tydligast i deras relation med kvinnor. Sexualitet är ett av de djupaste mest resistent uttrycken av psykologisk karaktär och därför ett av de svåraste att förändra. Deras gemensamma sexuella mentalitet kan beskrivas

³² Gripsrud, s. 299

³³ Marshall, s. 158

³⁴ Börje Lundberg, *Elvis kung av Sverige*, andra upplagan, Stockholm: Premium Förlag 1998 (1998), s. 23

som imperialistisk: kvinnor ses som objekt som ska erövrats och koloniserats. Skulle kvinnorna manifesteras sin kapacitet att agera och vägra objektifiering hade de således inte förefallit attraktiva.³⁵ Relationen mellan Presley och hans beundrarinnor ter sig som så att det är Presley som hela tiden har kommandot. Det är han som bestämmer vem som ska belönas och vem som ska få äran att skänka en blomsterkrans. Det är alltså på hans initiativ och villkor som den sexuella relationen mellan honom och publiken sker och upprätthålls. Av förklarliga skäl hade det inte kunnat fungera på något annat sätt och härmed upprätthålls även den imperialistiska mentaliteten gentemot publiken.

4.2 Elvis Presley som en amerikansk ikon

Begreppet ikon passar bra in här då det kan definieras som ett tecken eller en symbol som bestäms av dess dynamiska objekt tack vare dess inre karaktär. Det ikoniska tecknet representerar alltså sitt objekt genom att likna detsamma. Relationen mellan tecken och tolkning består i första hand av likheter vilket kan läsas in i porträtt, diagram, statyer, men även onomatopoetiska ord.³⁶ I det här fallet är det Presley som representerar det ikoniska tecknet. Detta gör han dels genom att efterlikna bilden av sig själv, så som världen först lärde känna honom. Visst har han åldrats sedan dess men han är fortfarande samma rockidol med det sneda leendet, en nonchalant hårlock i pannan, polisonger som växer långt ner på kinderna och en gitarr hängandes över axlarna. Här finns dock en viktigare läsning i relationen mellan ikonerna och objektet. När Presley stegar in på scenen iförd sin karaktäristiska scenkostym med den amerikanska örnen över både bröst och rygg representerar han inte bara publikens inpräntade bild av "Elvis", han utgör även ett levande bevis på den amerikanska drömmen och i förlängningen symboliserar han hela USA och dess storslagenhet. Som tydligast blir denna tolkning i framförandet av "An American trilogy". Låten sattes ihop av Mickey Newbury 1971 och består av tre delar: "Dixie" som skrevs 1859 av Dan Emmett, "Battle hymn of the republic" som skrevs 1861 av Julia Howe (till tonerna av "John Browns body") och "All my trials" som brukar räknas som en traditionell visa vars författare är okänd även om namn som Rita Green och Bob Gibson brukar nämnas.³⁷ Det här är klassiska, amerikanska stycken som har haft ett stort inflytande på kulturarvet och att Presley valt att framföra dem samlade i ett

³⁵ John Mraz, "Memories of underdevelopment. Bourgeois consciousness/revolutionary context", i *Revisioning history. Film and the construction of a new past*, red. Robert A. Rosenstone, Princeton: Princeton University Press 1995, s. 104

³⁶ Robert Stam, Robert Burgoyne, Sandy Flitterman-Lewis, *New vocabularies in film semiotics. Structuralism, post-structuralism and beyond*, London och New York: Routledge 1996 (1992), s. 5

³⁷ "Elvis Presley: Original Versions of Songs He Sang". Publiceringsdatum ej angivet. Hämtat från <http://users.pandora.be/davidneale/elvis/originals/list1.html> 2006-12-27, utskrift i författarens ägo.

stycke iförd den mundering han bär är inget sammanträffande. I det instrumentala mellanspelet mellan ”All my trials” och ”Battle hymn of the republic” vänder sig Presley mot bandet. Vänd från mikrofonen med ett bestämt ansiktsuttryck ger han full hals vilket dock inte går att urskilja från musiken. Samtidigt blandas närbilder på sångaren med närbilder på blåssektionen och speciellt trumpeteten som nu är väldigt aktiv – krigssignalen har ljudit! Det här är en amerikansk fältherre som deklarerar sin republikanska stridshymn. Framför allt blir de sammanvävda sångerna en symbol för ett kraftfullt, amerikanskt enande. Här försöker man inte ens att inleda något slags dialog med publiken utan man försöker istället att köra över densamma med ett otvivelaktigt patriotiskt budskap lätt maskerat till underhållning i form av rockmusik.

När Presley inleder konsertens sista framförande kompenseras vi som åskådare för den ångväldsbehandling vi några sekvenser tidigare mottog under ”An American trilogy”. Som brukligt under i princip alla Presleys konserter mellan åren 1969 och 1977 avslutas även denna show med ”Can’t help falling in love” från filmen *Blue Hawaii* (Norman Taurog, 1961). Till skillnad från i till exempel en film eller en pjäs är adresseringen här konstruerad för att vara direkt. I detta sammanhang blir adresseringen än mer direkt eftersom den här blir intertextualiserad och direkt refererar till något som anses vara skapat för Hawaii och därmed även för USA. Fältherren som tidigare talade till sina trupper har nu förvandlats till en öm älskare som uttrycker sin kärlek. ”Can’t help falling in love” underlättar för publiken att sätta sig in i texten och se sig själva som föremål för Presleys kärlek. Den här direkta adresseringen har alltid fungerat som en brygga mellan underhållaren och hans publik på ett personligt plan och därmed definierat ett förhållande. För att uttrycka de känslor som texten och musiken vill förmedla har underhållaren arbetat för att verifiera sitt framträdande genom bekräftelsen som den direkta adresseringen möjliggör. De personliga tankarna som uttrycks i texten kan fritt översättas i agerande och röstläge av sångaren. Publikens deltagande och respons uppmuntras i detta forum och på så sätt upprätthålls en ritualiserad dialog mellan Elvis Presley och hans publik.³⁸ Ett exempel på den här typen av dialog och på publikens deltagande är när Presley under sluttonerna av ”Can’t help falling in love” börjar knäppa av sig sin cape för att slutligen kasta ut densamma i publikhavet. På vägen av från scenen är det någon som ger honom en kungakrona som han sedan stolt spatserar runt med och här är cirkeln sluten. Kröningen jag diskuterade tidigare i det här avsnittet kunde nu räknas som officiell tack vare att den förevigats direkt.

³⁸ Marshall, s. 158

5. Avslutning

Efter att ha tittat på *Aloha from Hawaii* ett antal gånger slår det mig hur den är producerad. Det råa anslaget som återfinns i samtida konsertfilmer med till exempel Jimi Hendrix (*Rainbow bridge*, Chuck Wein, 1972) eller Led Zeppelin (*The song remains the same*, Peter Clifton och Joe Massot, 1976) saknas helt. Man behöver inte ens jämföra med andra artister utan det räcker med att jämföra med Presleys egna liveframträdanden på vita duken, det vill säga *Elvis: That's the way it is* och *Elvis on tour (Elvis på turné)*, Robert Abel och Pierre Adidge, 1972), för att inse att lite av explosiviteten har gått förlorad. Explosiviteten har fått ge vika till förmån för reklamestetiken och det är framför allt tre produkter som ska säljas: Elvis, Hawaii och USA – utan inbördes ordning. Dessutom är det en oförsämrat bra reklamfilm för både NBC och RCA. De hjälpte till att föra fram en av de största händelserna i rockhistorien och kan fortfarande tjäna grova pengar på den under en näst intill oöverskådlig framtid vilket även gäller Elvis Presley Enterprises och de återstående medlemmarna av Presleyfamiljen. Dock har vad jag anser vara grundtanken med konserten hamnat i skymundan. Satellitshowen förvandlades till en enorm vinstmaskin för Presley och hans entourage samtidigt som själva syftet med konserten, att samla in pengar för Kui Lee Cancer Fund, nästan glömdes bort.

Kapitalet kom att bli en otroligt viktig förutsättning för konserten och faktum är att det är så än idag. Ett utmärkt exempel på detta är hur man de senaste åren har lanserat *Aloha from Hawaii* för hemmabruk. 2004 släpptes en DVD-utgåva av konserten på två skivor innehållandes bland annat generalrepetitionen av konserten förutom en massa annat extramaterial. Utgåvan tenderade dock att nästan uteslutande tilltala de mest trogna Presleyfansen på grund av att den framstod som allt för påkostad för en bredare publik. Två år senare släpptes därför ytterligare en utgåva av konserten, nu reducerad till en skiva. Bara de allra viktigaste aspekterna av showen fanns bevarade här och man hade valt att plocka bort generalrepetitionen. Dock återfanns det som extramaterial på skivan klipp från Presleys presskonferens inför *Aloha from Hawaii* på Las Vegas Hilton i september 1972 vilket var helt nytt jämfört med deluxeutgåvan! Materialet från presskonferensen har tidigare varit otroligt svåråtkomligt för de mest inbitna fansen men nu kan de alltså få tag på detta utan problem. Förmodligen har de dock redan investerat i en dubbeldiscutgåva och tvingas därför köpa om mycket av samma material igen. Det här är givetvis ingen tråkig slump utan är helt och hållet en av Elvis Presley Enterprises många försäljningsstrategier.

När Presley antrade scenen på The H.I.C. Arena symboliserade han genom sin blotta existens USA:s närvaro. Hans val av scenkostym kan i det här fallet egentligen kvitta

även om det understryker den bakomliggande ideologin. Presley hade vid den här tidpunkten befunnit sig i rampljuset i nästan 20 år. Hans levnadsöde och hans fattiga uppväxt var allmänt känt och redan 1973 (och kanske till och med långt tidigare) var han ett uttryck för den amerikanska drömmen. Detta i kombination med det sexuellt medvetna anslaget visar på hur Presley inte bara projiceras, utan även refererar till sig själv. Tjugo år tidigare hade han fått utstå spott och spe på grund av sin utmanande stil. Nu behärskar han dock den och kan till och med förhålla sig humoristiskt distanserat till den och därigenom vinna publikens acceptans. Presley har blivit mognare och det är inte längre någon producent eller regissör som försöker projicera en viss uppfattning om honom eller framställa honom med en viss image. I *Aloha from Hawaii* bestämmer Presley inte bara hur han själv framställs utan han definierar även en nygammal bild av sig själv: en pånyttfödd amerikansk hjälte.

En av de mest intressanta aspekterna jag funnit när jag försökt utröna huruvida *Aloha from Hawaii* står att betrakta som underhållning eller propaganda är det faktum att Elvis Presley själv går ut vid en presskonferens och understryker att showen inte ska innehålla några budskap eller moralkakor. Han förefaller härmed vara totalt omedveten om sin egen roll som trendsättare och opinionsbildare. Givetvis kan detta även vara ett medvetet grepp i syfte att maskera konsertens ideologiska föresats. Dock går det inte att blunda för alla de proamerikanska tecken och symboler som placerats ut i showen som om det vore det mest självklara i världen. Slutresultatet liknar mest ett klatschigt vykort från den mest paradislignande delstaten i USA. Avsändaren råkar vara ett av de mest kända namnen i världen, en man som – i dubbel bemärkelse – väljer att klä sig i de amerikanska färgerna. Det här är inte underhållning men det är inte heller propaganda – det här är amerikansk propaganda klädd i en färggrann skrud av underhållning.

Källförteckning

Otryckt material

Filmer

Originaltitel: *Elvis: Aloha from Hawaii* (1973)

Produktion: National Broadcasting Company i samarbete med RCA Record Tours, USA

Regi och manus: Marty Pasetta

Klipp: Stephen McKeown och Steven Orland

Medverkande: Elvis Presley, James Burton, John Wilkinson, Ronnie Tutt, Joe Guercio, Glen D. Hardin, Charlie Hodge, m fl.

Originaltitel: *Elvis by the Presleys (Vår käre Elvis)* (2005)

Produktion: Sony & BMG Music Entertainment i samarbete med RCA och Elvis Presley Enterprises, Inc.

Regi: Rob Klug

Manus: Bill Flanagan

Klipp: Alessandra Dobrin och Wyatt Smith

Medverkande: Priscilla Presley, Lisa Marie Presley, Jerry Schilling, m fl.

Internet

”Aloha from Hawaii”. Publiceringsdatum ej angivet. Hämtat från

<http://www.epgold.com/alohafromhawaii1b.htm> 2006-11-06

”Elvis Presley: Original Versions of Songs He Sang”. Publiceringsdatum ej angivet. Hämtat

från <http://users.pandora.be/davidneale/elvis/originals/list1.html> 2006-12-27

”Kui Lee”, 2006-10-21. Hämtat från http://en.wikipedia.org/wiki/Kui_Lee 2006-11-06

”United States Information Agency”, 2006-12-08. Hämtat från

<http://en.wikipedia.org/wiki/USIA> 2006-12-29

Rohter, Larry; Zito, Tom, ”Rock Idol Elvis Presley Dies at 42”, 1977-08-17. Hämtat från

<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/style/longterm/elvis/epobit.htm> 2007-01-22

Utskrifter i författarens ägo.

Tryckt material

Bourdieu, Pierre, *Om televisionen*, Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion 2000

Dayan, Daniel; Katz, Elihu *Media events. The live broadcasting of history*, första reviderade pocketupplagan, Cambridge: Harvard university press 1994 (1992)

Goldman, Albert, *Elvis*, Stockholm: Norstedts faktapocket 1986 (1981)

Gordon, Robert, *The king on the road*, andra reviderade upplagan, London: Bounty Books 2005 (1996)

Gripsrud, Jostein, *Mediekultur, mediasamhälle*, Uddevalla: Bokförlaget Daidalos AB 2002

Jansson, André, *Mediekultur och samhälle*, Lund: Studentlitteratur 2002

Lundberg, Börje, *Elvis kung av Sverige*, andra upplagan, Stockholm: Premium Förlag 1998 (1998)

Marshall, P. David, *Celebrity and power*, fjärde reviderade upplagan, Minneapolis/London: University of Minnesota Press 2004 (1997)

Pells, Richard, *Not like us: How Europeans have loved, hated, and transformed American culture since World War II*, New York: Basic Books 1997

Rosenstone, Robert A. (red.), *Revisioning history. Film and the construction of a new past*, Princeton: Princeton University Press 1995

Snickars, Pelle; Trenter, Cecilia (red.), *Det förflutna som film och vice versa. Om medierade historiebruk*, Lund: Studentlitteratur 2004

Stam, Robert; Burgoyne, Robert; Flitterman-Lewis, Sandy, *New vocabularies in film semiotics. Structuralism, post-structuralism and beyond*, London och New York: Routledge 1996 (1992)

Örnberg, Sune m.fl, *Vad varje svensk bör veta*, Uppsala: Bonnier Alba AB 2002 (1988, 1995)