

Var tid har sin Hamlet.

- En semiotisk studie av Hamletaffischer

Erika Löthberg

Kandidatuppsats från programmet Kultur, samhälle, mediegestaltning



Linköpings universitet

Linköpings universitet, LiU Norrköping, 601 74 NORRKÖPING

Abstract

Institution: Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur, ISAK
Adress: Linköping Universitet 581 83 Linköping
Telefon: 013- 28 10 00
Handledare: Per Möller

Titel: Var tid har sin Hamlet – En semiotisk studie av Hamletaffischer
Every time has its Hamlet – A Semiotic Analysis of Hamlet posters

Författare: Erika Löthberg
Adress: Smedjegatan 38 B
602 19 Norrköping

Typ av uppsats: Kandidatuppsats för programmet KSM
Ventileringstermin: Ht 2009

I uppsatsen studeras representationen av William Shakespeares pjäs *Hamlet* i affichsammanhang. Ett antal *Hamletaffischer* från 1900-talet fram till 2008 beskrivs, tolkas och analyseras. Fokus ligger främst på det aktuella anslaget från 2008 års produktion på Dramaten i Stockholm. Bakgrunden innehåller kortare teoriavsnitt om klassisk och visuell retorik, bildstruktur, semiotik samt affischens historia och roll i dag. En kortare beskrivning av pjäsens handling ger en naturlig ingång till den kortare presentationen av samtliga affischer som följer. I analysen studeras *Hamlet* från 2008 i en djupare dimension, där en analysmodell av Roland Barthes tillämpas på ett detaljerat plan. Därefter följer en jämförande analys med tidigare affischer, vilket avslutningsvis följs av en sammanfattande diskussion kring tidigare affischer och hur dess framtida representation kan tänkas ta form.

Keywords: *Hamlet, William Shakespeare, Roland Barthes, Dramaten, teateraffisch, representation, komposition, gestaltning, affischens historia, bildens retorik, semiotik, myter.*

ISAK- Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur

ISRN: LIU-ISAK/KSM-G – 09/04 – SE

Handledare: Per Möller

Nyckelord: Hamlet, William Shakespeare, Roland Barthes, Dramaten, teateraffisch, representation, komposition, gestaltning, affischens historia, bildens retorik, semiotik, myt.

Innehåll

Innehåll.....	4
Förord.....	5
Inledning.....	6
Syfte/Frågeställning.....	7
Avgränsning/Urval.....	7
Disposition.....	8
Bakgrund	9
Affischens historia	9
Affischens roll idag	11
Handling - Hamlet.....	13
Teori.....	15
Retorik/Visuell retorik	15
Bildstruktur.....	17
Metod	18
Semiotik.....	18
Material	20
Presentation av Hamletaffischer 1900-2000.....	21
Analys- Hamletaffisch 2008.....	32
Hamlet på Dramaten 2008	36
Relation till övriga affischer.....	38
Avslutande diskussion	40
Referenser och litteraturförteckning	44
Bilaga 1: Affischer	46
Bilaga 2: Hamlet i Sverige 1787-2008.....	54

Förord

Om din pappa hade varit död i två månader. Om din mamma hade gift om sig med din farbror. Om din sorg inte fick någon plats. Om någon viskade om ett avskyvärt mord.

Skulle inte du bli galen då? Skulle inte du bli Hamlet då?

Om du hade en pojkvän och ni älskade varandra. Om din pappa och bror inte tyckte om det. Om din pojkvän dödade din pappa. Och sedan blev sänd utomlands. Om din bror inte fanns när han behövdes.

Skulle inte du bli utom dig då? Skulle inte du bli Ofelia då?

Om mor och son. Om kärlek och svek. Om far och son och vänner. Om plikt och hämnd. Om kung.

Skulle inte du bli nyfiken? Skulle inte du sitta i publiken?¹

Tack till

Kent Hägglund, kulturskribent och lektor i drama vid Lärarhögskolan i Stockholm, som bistått med inspirerande material under mitt uppsatsarbete.

Olof Halldin, förste bibliotekarie på Kungliga Biblioteket i Stockholm, för engagemang och muntlig vägledning.

Dag Hammerlund, chef för Dramatens arkiv och bibliotek, för värdefull rådgivning och hjälpsamhet i materialsökandet.

Per Möller, handledare i uppsatsarbetet.

¹ *Shakespearesällskapets tidning* ur Orienteaterns Hamletprogram, nr. 1 (2001), s.1.

Inledning

Bilder och ord.

Komposition.

Budskap.

Affischer.

Iögonfallande och färgstarka, omöjliga att undanfly.

Kontrasterade mot gråa kakelväggar på tågstationer. Kaffebrödsreklam, politiska lovord, föreställningen på operan, senaste Hollywoodfilmen. Samtliga i hopp om att skapa försmak och lockelse. Ingjuta en stämning.

Ett möte, mellan avsändare och mottagare där sekunderna är mycket begränsade. Utformning, grafiskt tilltal liksom arena, pjäsnamn, rollinnehavare är avgörande.

En strävan efter att fånga och stimulera en potentiell publiks uppmärksamhet och förväntan. En ständig kamp om att övertyga och styra mottagarens reaktion och aktion.

Uppstår inget intresse finns ingen publik och affischens syfte har gått förlorat.

Syfte/Frågeställning

Syftet med denna uppsats är att analysera, beskriva och tolka affischer från teateruppsättningar av William Shakespeares pjäs *Hamlet*. Fokus kommer att ligga på samtidens representation av pjäsens huvudkaraktär, *Hamlet*. Det rafflande maktdramat med den unge, stridande prinsen i huvudrollen är ett av världsdramatikens mest berömda drama och den i särklass mest uppsatta pjäs av Shakespeares samtliga verk. Pjäsen har tolkats, översatts och framförts i otaliga versioner genom historien, manustolkningar liksom scenerier har varit av oerhört stor bredd. Mängder av affischer och programblad har skapats till föreställningar genom åren, där *Hamlet* figurerat på olika sätt.

Med huvudfokusering på Dramatens produktion av *Hamlet* 2008, kommer den aktuella representationen av rollfiguren studeras, samt Dramatens eget inflytande och påverkan i den marknadsförande processen. Jag finner både representationen av *Hamlet* som etablerad karaktär under tid intressant, men även hur presentationen av honom som manlig gestalt tagits i uttryck. För att få en djupare bakgrund och diskussion kring ämnet kommer en återkoppling och undersökning av tidigare affischer att genomföras. Eventuella trender liksom återkommande mönster kommer granskas och därefter relateras till den samtida och aktuella representationen av rollfiguren.

Huvudfrågor för studien blir således:

- Hur ser dagens representation ut av *Hamlet* som rollfigur i affischsammanhang?
- Finns det några uttalande karakteristiska drag i affischerna under tidsperioden 1934-2008?

Avgränsning/Urval

Jag har avgränsat mig till att studera *Hamlet*affischer som förekommit i Sverige under 1900-talet fram till 2008. Grundtanken var att lyfta fram en uppsättning från varje årtionde med start på 1930-talet. Efterforskningen av affischer visade sig vara långt ifrån oproblematiskt och upplägget fick därför styras om något. Av de 15 affischer som påträffades gjordes ett urval med strävan efter att studera en längre tidsperiod och ett försökt till att lyfta fram olika trender

under den valda perioden. De affischer som valts ut för studien har både huvudrollsinnehavaren i centrum, liksom andra där det enbart förekommer text. Som bakgrundsmaterial till uppsatsen valde jag ut affischer från 1930, -50, -60, -70, -80, -90 – talet, hämtade vid Dramatens arkiv och Kungliga Bibliotekets affischsamling i Stockholm, samt Norrköpings kommuns arkivinstitution. Tre av affischerna, från 1951, -60 och -95 är tidigare produktioner från Östgötateaterns scen. Resterande affischer är producerade på Dramaten, med undantag för den äldsta som sattes upp på Vasateatern i Stockholm. Dramatens affisch av *Hamlet* från 2008 är den affisch som kommer läggas tyngst fokus vid. Ett utvecklande resonemang kring relationen mellan affischen, föreställningen och Dramatens egen profilering och positionering i affisch skapandet kommer föras, samt relateras till tidigare bakgrunds affischer.

Disposition

I teoriavsnittet introduceras den klassiska retoriken, visuella retoriken och bildens struktur. Under metod avsnittet presenteras semiotiken, med en modell inspirerad av franske litteraturforskaren Roland Barthes, som även kommer att utgöra grunden till min analys. I bakgrundsavsnittet kommer en kortare redogörelse för affischens historiska bana och dess roll idag som uttrycksmedel. Vidare följer en resumé av handlingen i *Hamlet* med historiska översättningar för att påminna och ge läsaren en ingång till den kommande presentationen av *Hamlet*affischer genom årtiondena. Affischernas formspråk, komposition, teckenlära, denotation och konnotation studeras på ett ytligt plan.

Jag hoppas med fördel av bakgrundsavsnittet kunna fördjupa diskussionen och skapa större förståelse hos läsaren inför den kommande analysen av Dramatens *Hamlet*affisch från 2008. Där olika semiotiska verktyg kommer att tillämpas med hjälp av Barthes teorier. I den senare delen kommer resonemanget relateras till det samtida i föreställningen, Dramatens varumärke och tidigare *Hamlet*affischer. Den avslutande diskussionen kommer att redogöra för hur representationen av *Hamlet* sett ut under tid och hur dess framtida representation kan tänkas ta form.

Bakgrund

Affischens historia

Ordet affisch härstammar från franska ordet för affisch, affische och av latinets affigere som betyder fästa, anslå. Sveriges nationalbibliotek, Kungliga Biblioteket i Stockholm har en av världens äldsta och bäst bevarade affischsamlingar, med cirka 500 000 affischer samlade, där den äldsta är från 1705.² De äldsta svenska affischerna är teateraffischer som finns bevarade i samlingarna och härstammar ifrån slutet av 1600-början på 1700-talet.

Redan 1661 utfärdades en förordning som föreskrev att KB skulle få in ett exemplar av varje trycktskrift. Numera säger lagen att tryckerierna själva har skyldighet att skicka in ett plikt exemplar. Dessa ska sedan bevaras för tid och evighet, för att tillgodose forskningens, förvaltningens och medborgarnas litteraturbehov i framtiden.

Enligt KB:s definition är en affisch en trycksak med ett format av minst A4-storlek och med tryck på endast en sida. Trycksaken ska innehålla text, eftersom den utan text definitionsmässigt inte utgör en affisch, utan då istället är en bild. Den kan vidare vara framställd med alla nu förekommande tryckförfaranden.³ Enligt nationalencyklopedin är affisch ett reklam eller informationsanslag med visuellt genomarbetad utformning av text- och bildmeddelande.⁴ Affischer identifieras med storlek, form, material, kommunikation, produktion och är trendkänsliga och mottagliga för samhälleliga och kulturella influenser.

Affischer har funnits i reklamsammanhang i alla tider, under antiken användes informationstavlor av sten eller brons för att förmedla ett budskap. De äldsta dokumenterade affischerna skapades vid slutet av 1300-talet då papperstrycket infördes i Europa. De liknande på den tiden uppförstorade tidningsannonser innehållande enbart textmassa. I vissa fall kunde det förekomma bilder, placerade i små rader eller som en ram runt texten.⁵

Vid tryckningen användes träsnittet vilket innebar att bilden ritades upp på en plan sida av ett träblock, som sedan skars fram med hjälp av en kniv. Det som avlägsnades, kom att bli vitt

² Olof Halldin, *I blickfånget - likheter och olikheter i svensk affischtradition* ur Kungliga bibliotekets samlingar, Utställningskatalog nr.131 (Stockholm, 1999), s. 6.

³ *Affischsamlingar - En inventering*, utbildningsdepartementet (Stockholm: Liber Förlag/Allmänna förlag, 1983), s. 8.

⁴ Nationalencyklopedin s. 73.

⁵ Nationalencyklopedin s.73.

vid tryckningen och det kvarstående, själva motivet för det färdiga trycket.⁶ 1798 föddes en ny epok då Alois Senefelder utvecklade litografi. Till en början hade enbart enfärgstrycket används men senare började även färglitografen användas, vilken kom att etablera affischen som reklammedel under 1840-talet. Jules Cheret klassas som en av de främsta inom affischkonstens historia, med cirkus och musikmotiv gav han affischen ett ansikte. I takt med detta startades massproduktion, plötsligt var det möjligt att trycka 10 000 affischer i timmen och dessutom till en låg kostnad.⁷

Konstnären Henri de Toulouse – Lautrec, gjorde affischkonsten till en självständig konstform, med teater- och cabaretaffischer tog han världen med storm. Den 27-årige Lautrec blev berömd över en natt då hans affisch: *Moulin Rouge: La Goulette* klistrades upp på väggar, plank och pelare över hela Paris i oktobernatten 1891. Affischen blev efter detta ett tecken på konstnärlig avantgardism och kom att inspirera både statlig information liksom reklam för politisk propaganda. Även målarkonsten kom att ge många nya impulser åt affischen, där kubismen och surrealismen blev en inspirationskälla.⁸

I Sverige är dokumentationen av affischens utveckling begränsad, faktum är att affischer utnyttjades ganska sparsamt i politiska propagandas tjänst före första världskriget. Den svenska affischstilen kan spåras från 1910-talet och framåt, särskilt hos konstnärerna Wilhelm Kåge och Einar Nerman. Under 1930-50 talet trädde den nya arkitekturen och funktionalismen in, vilket ledde till ett ökat påtagligt abstrakt och sofistikerat uttryck i affischerna.⁹ Enligt författaren Paul Lipshutz är det först på senare tid som Sverige börjat återupptäcka affischen som en fullvärdig konstform. Han menar vidare att affischen är en sinnebild av tidsskeden och begivenheter, den vill säga allt genast, fåordigt och uttrycksfullt.

¹⁰ Genom korthuggna ord, förstärkta med bilder vill den förmedla ett budskap och spegla vår egen tid.¹¹

⁶ Helena Iggander, *Teateraffischen - som stilmarkör och identitetsskapare*, Stockholmsuniversitet ur Nordstedts konstlexikon, Read Herbert (red.) (Stockholm, 1987), s. 334.

⁷ Yvonne Waern, Rune Pettersson & Gary Svensson, *Bild och föreställning – om visuell retorik*, (Studentlitteratur Lund 2004), s.126.

⁸ Rune Pettersson, *Bild & Form för informationsdesign* (Lund: Studentlitteratur, 2004), s.52.

⁹ <http://www.kb.se/samlingarna/affischer/frimarken/>

¹⁰ Paul Lipschutz, *Affischen i Sverige – 230 affischer från 100 år* (Sveriges Radio Förlag), s. 3,8.

¹¹ Pettersson, s.52.

Affischens roll idag

Affischer har under all tid arbetat med enkla symboler som försöker locka, övertala, väcka nyfikenhet och överraska sin mottagare. Vilket inte alltid är oproblematiskt, då den som anropas ofta befinner sig i rörelse, passerar på avstånd förbi och störs ofta av andra element såsom buller och konkurrerande synintryck. Affischen kan sägas fungera som indikator på olika trender i olika tider och är en typ av historisk spegel. Samlarvärdet i affischer har på senare tid ökat, vilket också medfört att vår egen samtid tydligare präglas av affischens karaktär.¹² I visa avseenden har den ett konkretare sätt att presentera vår tids samhälle i jämförelse med den konstnärliga.

Affischer är nästan alltid reproduktioner relaterade till evenemang, där olika teater och filmaffischer är exempel. I *offentlighetens ljus* skriver Jan Olovsson att den kreativa impulsen inte är rotad i ett spontant uttrycksbehov utan är underkastad av marknaden i form av en beställares krav och önskemål. Enligt Olovsson ligger det konstnärliga värdet i förmågan att övervinna marknadens, genrens eller samtidens konventioner genom att uttrycka något som på en gång svarar mot och överskrider begränsningarna, som förhöjer uttrycket.¹⁴ Affischer till teaterföreställningar utformas oftast i samråd mellan marknadsföringsavdelning, regissör och scenograf. Ett antal förslag läggs fram, dessa bearbetas sedan av samtliga parter innan definitivt beslut tas. I dagens digitaliserade informationssamhälle gäller det att sticka ut, skapa något nytt som får mottagaren att stanna upp och kasta en extra blick åt. Vi utsätts dagligen för fullkomlig explosion av mediala budskap, utan att vi själva lägger märke till det och sällan gör någon vidare reflektion över. Det ständiga bruset av bilder är vardagsmat, vilket gör att vi filtrerar bort det vi inte behöver för vår navigering.¹⁵

Tilltal och känsla i bild och text måste på ett intresseväckande sätt samverka för att få genomslagskraft. Nya uttrycksmedel bör ständigt provas och förhoppningsvis lyckas framföra budskapet. I *Att analysera och tolka bilder* beskriver Yvonne Eriksson och Anette Göthlund bildtraditionen som oerhört inrutad. Människan styrs av sina mentala bilder, vilket påverkar olika uttrycksformer som i sin tur berör vår föreställningsvärld. Det pågår en ständig process mellan de mentala bilderna och de yttre representationerna samt den fysiska omvärlden. Vad

¹² Halldin, s. 9.

¹⁴ Jan Olovsson, *I offentlighetens ljus* (Lund, 1990), s. 7.

¹⁵ Waern, Pettersson & Svensson sid . 8.

vi sedan anser vara väsentligt och värt att notera är bundet av rådande konventioner, även alternativa ställningstaganden är ofta beroende av det som betecknas som norm och därmed etablissemang.¹⁶ Teateraffischer har genom tiderna skapat sig både ett värde och avtryck i teaterhistorien. Trenderna har sett olika ut genom åren, där motiven är varierande utifrån många olika faktorer. Föreställningen och affischen samspelar i både större och mindre utsträckning beroende på föreställning, där undertexten i affischen liksom information rådande spelplats, datum, rollinnehavare kan vara avgörande för intresset.

Olof Halldin förste bibliotekarie på Kungliga Biblioteket berättar om symbiosen mellan text och bild, fungerar inte denna i affischen finns ingen funktion. En gångbar affisch använder hela registret av retoriska finesser i kombination med fungerande och omedelbart tilltalande illustrationer anser Halldin. I det offentliga rummet har affischen sin givna plats, hur detta kommer att tas i uttryck och vilka affisch liknande medium som kommer att gestaltas i framtiden är oklart. Halldin spekulerar kring ljus och ljudkällor som säkerligen kan komma att få ökat inflytande och avgörande roll för annonsering. Affischens funktion är ständig utveckling men dess ursprungliga form lär bestå.

Peter Pyk, chef på marknadsföringsavdelningen på Dramaten i Stockholm, berättar om affischens roll som identitetsskapare för teatern, där den inte enbart har funktionen av att agera reklampelare och sprida information gällande själva föreställningen. Affischen är även ett betydelsefullt ansikte utåt för teatern i dess profilering. Inför *Hamlet* uppsättningen 2008 gjorde Pyk med medarbetare på Dramaten ett medvetet drag, där man ville testa något nytt och lite fräckt. Affischen för 2008 års produktion på teatern liknade inte något annan tidigare producerat. Uttrycket i affischen behöver inte alltid stämma överens med föreställningen, vilket Dramatens föreställning tydligt exemplifierar, där huvudrollsinnehavaren, Jonas Malmström, har rosa kläder på affischen, men på scen enbart bär svarta med undantag för en rutig kavaj.

¹⁶ Yvonne Eriksson & Anette Göthlund, *Möten med bilder* (Studentlitteratur, Lund 2004), s. 18.

Handling - Hamlet

Hamlet, ung kronprins av Danmark, mister sin far, konungen av Danmark och går in i en livskris. Han tar dödsfallet mycket hårt och känner stor saknad till den bortgångne fadern. Kort efter detta gifter sig modern, drottning *Gertrud* om sig med *Hamlets* farbror *Claudius*. *Hamlet* ogillar detta och ironiserar genom att säga att maten som blev över från faderns begravning serveras vid moderns bröllop. *Hamlets* älskade *Ofelia* stöter bort honom och han finner inget stöd hos modern. Han möter då vålnaden för första gången och vet inte vad han ska tro. Är det faderns vålnad eller djävulen som är förklädd? Vålnaden visar sig vara hans döde far, som berättar att *Claudius* är mödaren. Vålnaden uppmanar *Hamlet* att mörda *Claudius*, varav hatet och avskyn växer inom *Hamlet*. Han har långa dialoger med sig själv och vet varken ut eller in, han bestämmer sig för att spela sinnesjuk i hopp om att vinna tid och lättare få kunskap. *Hamlet* bjuder in ett teatersällskap för att bekräfta sina misstankar och han får mycket riktigt den reaktion han väntat sig och bestämmer sig för att hämnas på sin fars mördare. Av misstag dödar sedan *Hamlet Ofelias* far *Polonius*, då han tror att det är *Claudius* som gömt sig bakom ett draperi, vilket leder till att *Ofelia* dränker sig själv. Hennes bror *Laertes* som i detta skede både är fader och systerlös planerar en kupp tillsammans med *Claudius*. Vilken går ut på att *Laertes* ska utmana *Hamlet* i fäktning, där *Hamlet* ska segra den första ronden och sedan dricka av segervinet, som är förgiftat. Detta misslyckas, Drottningen dricker istället utav vinet och blir förgiftad. *Laertes* förgiftar då sitt fäktningssvärd och sårar *Hamlet*, som sårar tillbaka. Innan *Hamlet* avlider måste *Claudius* mördas, *Laertes* berättar sanningen för alla innan han dör, och den döende *Hamlet* använder sina sista krafter och dödar *Claudius*.

Huvudkaraktärer: **Claudius**, kung av Danmark, bror till den tidigare kungen, farbror till *Hamlet* och gift med änkedrottningen *Gertrud*. **Hamlet**, prins av Danmark, troarvinge, son till den tidigare kungen och *Gertrud*, brorson till *Claudius*, älskar *Ofelia*. **Vålnaden**, *Hamlets* döde far, *Gertruds* tidigare make, före detta kung i det Danmark. **Gertrud**, *Hamlets* mor, drottning av Danmark, gift med *Claudius*. **Polonius**, kungens kansler, far till *Ofelia* och *Laertes*. **Laertes**, *Polonius* dotter. *Ofelias* bror. **Ofelia**, *Polonius* dotter.

Prins *Hamlet* är huvudpersonen och utan tvekan den mest utsatta i denna pjäs, han drivs till galenskap och utsätts för stort lidande. De val han ställs inför är minst sagt svåra. Han vill visa sin döde far lojalitet och hämnas hans död mot *Claudius*, men är samtidigt förvirrad och osäker på om det är rätt väg att gå. *Hamlets* moral säger att han som son och tronarvinge måste fullfölja sin plikt och döda *Claudius*, samtidigt finns tankarna på scenariot efter mordet. I den ursprungliga versionen håller *Hamlet* inte speciellt hårt i sin roll som prins

utan föredrar snarare att ses som den han är, bara *Hamlet*. Vilket är en del av hans plan för att förstärka sina misstankar om *Claudius* som mördare. Pjäsen har presenterats i ett oändligt många olika tolkningar, där rolltolkningar, sceneri och manus sett olika ut. Centrum för denna tragedi har genom åren kännetecknats med förvirring, ilska, depression, galenskap, kämparglöd. På senare tid har kritiken mot Shakespeares drama kretsat kring att kartlägga deras tematik och strukturer samt tolka deras symbolspråk. Carl August Hagbergs översättningsarbete i mitten på 1800-talet har haft stor betydelse och inlyftande på teatern i Sverige och tillhör klassikerna.

”Att vara eller icke vara, det är frågan:
Månn' ädlare att lida och fördraga
Ett bittert ödes styng och pilar eller
Att ta till vapen mot ett hav av kval
Och göra slut på dem med ens. - Att dö -
Att sova - intet vidare - och veta
Att uti sömnen domna hjärtekväl
Och alla dessa tusental av marter,
Som äro köttets arvedel - det vore
En nåd att stilla bedja om.
Att dö, Att sova, sova!
Kanske också drömma? Se, däri ligger knuten!”¹⁷

Den ständiga revideringen av ett manuskript är en förutsättning för dess fortlevnad och en självklarhet för att pjäsen ska kunna samspela med samtiden. Britt G Hallqvists översättning till en modernare språkdräkt i Ingmar Bergmans Dramatenuppsättning från 1986 representerar tydligt detta:

”Att vara eller icke vara - frågan
betyder: är det modigast att tåla
ett vidrigt ödes hugg och pilar, eller
att ta till vapen mot ett hav av plågor
Och dräpa dem beslutsamt? Att få dö -
att sova, inte mer, och tro att sömnen
gör slut på hjärtats värk, de slag och stötar
som köttet fått till arvedel - det vore
ett slut, en nåd att stilla bedja om.

Att dö, att sova, sova, kanske drömma - ja det är stötestenen.”¹⁸

¹⁷ Erik Frykman, Carl August Hagbergs översättning, *Hamlet- William Shakespeare* (Wahlström & Widstrand, 2008), s.76.

¹⁸ Britt G. Hallqvist, William Shakespeare- *Hamlet* (Ordfronts förlag, 1986), s.69.

Teori

Retorik/Visuell retorik

Retorik, läran om konsten att övertyga, började redan under antiken att användas i betydelsen *talekonst*. Den innehåller ett antal olika medel, där avsändaren vill förklara, övertyga och övertala mottagaren. Aristoteles formulerade tre viktiga grundkomponenter och tilltal för retorikens konst: logos, etos och patos. Logos, handlar om att undervisa och tilltala avsändaren, där förnuftet försöker vinna sympati hos åhörarna med hjälp av argument. Etos, innefattar att behaga och roa, där talaren vinner sympati och förtroende genom sin personliga framställning och bemötandet av sin publik, där denne visar vem han/hon är. Patos, handlar om det känslomässiga, där talaren väcker en stark känsla hos lyssnaren och ger en upplevelse.¹⁹ De krav som ställs inom den klassiska retoriken är: korrekthet, klarhet och lämplighet. Med korrekthet menas att talet ska vara grammatiskt rätt och ha en tydlig och genomarbetad struktur, detsamma gäller för klarhet och lämplighet som krav på ett tal. Utöver den klassiska retorikens hjälpmedel för att klargöra budskapet läggs fokus på kroppsspråk, mimik och klädsel. Framförandet kan höjas och stärkas genom former, färger, utsmyckningar i den miljön talaren befinner sig i.

Retoriken fyller inte enbart en viktig funktion inom konsten att tala, utan har även stor påverkan på bildskapandet. Vid tillämpning av klassisk retorik är det viktigt att ha i åtanke att en bild är något helt annat än en sekvens av satser. En talare har en helt annan struktur och överblick på sina argument och dess ordning, i jämförelse med vad en bild har. Tiden för att uppfatta en bild är betydligt kortare än att lyssna på ett tal, där samtliga budskap måste framgå på samma gång.²⁰

Den visuella retoriken kretsar liksom den klassiska retoriken kring att påverka och övertyga. Med hjälp utav bilder, foton, arkitektur, kroppsspråk och färger, försöker den övertyga sin mottagare. Under 1900-talet och i takt med den tekniska utvecklingen har det visuella fått ökat spelrum och betydelse i vår kultur.²¹ Uppbyggnaden och tilltalet har en traditionell grundstomme men är i ständig utveckling, med nya medel och verktyg som tillämpas för att förstärka framförandet till sin publik.

¹⁹ Waern, Pettersson och Svensson s. 57-60.

²⁰ Ibid.

²¹ Eriksson & Göthlund s. 22.

Med hjälp av bild och text ska ett budskap framföras, ju större genomslagskraft och uppmärksamhet desto större vinst.²² Ett gemensamt teckensystem, för såväl text som bild blir en förutsättning för att kommunikation ska kunna uppstå. Affischmakarna tillämpar olika metoder i sitt bildskapande för att nå sin publik, där det retoriska tilltalet är en nödvändighet att ha i åtanke.

I *Att analysera och tolka bilder* benämner Yvonne Eriksson och Anette Göthlund den visuella kommunikationen som komplex, då de menar att bilder är öppna till sin karaktär. Vi väljer själva och behöver inte följa en specifik satslära för att förstå bilden. I jämförelse med skrivspråket som är sekventiellt och linjärt, där själva läsordningen utgör en central punkt för förståelsen. Enligt Yvonne Waern, Rune Pettersson och Gary Svensson i *Bild och föreställning om visuell retorik*, består den traditionella bildanalysen av fem utgångspunkter: materialanalys, form- och färganalys, innehållsanalys, genetisk analys och slutligen en funktionsanalys.²³ Det går med andra ord att dela upp den visuella ytan i mindre delar, i form av tecken och symboler för en djupare utvärdering.²⁴ Där bildens karaktär, komposition, färg, ljus och andra tänkbara effekter har påverkan och är centrala för studien.

Bildtolkning är högst personligt, alla individer har sitt säregna sätt att avläsa en bild utifrån personliga referensramar och erfarenheter.²⁵ Waern, Pettersson och Svensson menar att alla foton och bilder inte är vackra i sig men kan inneha ett estetiskt värde för oss genom att det säger oss något.²⁶ Det är därmed inte någon tillfällighet att skiftande idéer och värden tar form utifrån olika konventioner vid analysen.

²² Eriksson & Göthlund. s. 72.

²³ Ibid. s. 35.

²⁴ Ibid. s. 22.

²⁵ Waern, Pettersson & Svensson. s. 40.

²⁶ Ibid. s. 23.

Bildstruktur

Bildstrukturen har en sammanhängande inre uppbyggnad, vilken skapar ordning, balans, tilltal och symmetri för det mänskliga ögat. I *Effektiv visuell kommunikation*, skriver Bo Bergström inledningsvis om inläsning av texter och metoder för att studera dess inre struktur och logik. I många fall måste formgivaren leta efter ett speciellt uttryckt för att skapa den rätta känslan och hitta en samklang mellan text och typografi.²⁷

Hur vi sedan varseblir, tolkar och reagerar på olika bilder beror på erfarenheter, associationer och referensramar. Bergström skriver vidare om hur det typografiska arrangemanget i sin helhet förmedlar ett budskap för sig, där det finns tre formgivningsprinciper: den symmetriska, den asymmetriska och den konstrastrika.²⁸ I den asymmetriska kompositionen placeras personen eller föremålet i sidan av bilden och skapar en dynamik, vilket är vanligt för att visa känslor och minspel. Detta handlar inte enbart om var i bilden den fotograferade personen placeras, utan även om det tomrum som frigörs där det i ett funktionellt foto uppstår en spänning mellan de kontrasterande större och mindre ytor.²⁹

På samma sätt som varje ord i en mening har sin specifika betydelse, har varje beståndsdel i bilden betydelse. Bildens konstruktion är viktig för dess uttryck där perspektiv, utsnitt, bildvinkel, ljus och teckensnitt är viktiga grundkomponenter i affischskapandet. Ur fotografens perspektiv är bilden det väsentliga och orden sekundära, med risk för att utge falsk information. En bildtext riskerar att bli bildens mun som talar direkt till mottagaren och därmed styr hennes intuition. Tillskillnad från författaren som högaktar orden och där en bild intill textraderna skulle begränsa mottagarens tolkning och mångtydigheten i metaforen går förlorade.³⁰ Färg är en grundkomponent i affischskapandet där rätt färgval kan i många avseenden resultera i kommunikativ funktion. Varma färger som rött förknippas med passion, kärlek och socialism och sägs förstärka känsloladdade budskap. Svart och vit anses ha mer intellektuell prägel. Grönt står för det unga, lugna och naturliga och det blåa för vemod, allvar, andlighet och det disciplinerade.³¹ Färger skapar stämning, informerar, strukturerar och pedagogiserar och har därmed en inverkan på det känslomässiga.

²⁷ Bo Bergström, *Effektiv visuell kommunikation* (Carlssons förlag, 2007), s.130.

²⁸ Bergström. s. 140.

²⁹ Ibid. s.181.

³⁰ Ibid. s 150.

³¹ Anders Carlsson & Thomas Koppfeldt, *Visuell retorik – bilden i reklam, nyheter och Livsstilsmedia* (Liber AB, 2008), s.20- 21.

Metod

Semiotik

Semiotiken är ett begrepp som står för studiet av tecken eller teckensystem. Från första början var den en vetenskap som utvecklades av språkforskare och lingvister med den franske lingvisten Ferdinand de Saussure i spetsen. Att tillämpa semiotik som metod innebär att tolka olika bilders element som *tecken* för någonting. Simon Lindgren menar att ett tecken är ett betydelsefullt element i en text.³² Samtliga har en referentiell funktion därmed en förmåga att tydligt referera till något och redogöra för ett visst innehåll.³³ Övergripande för samtliga semiotiska modeller är man betraktar konstprodukten som ett meddelande till åhöraren eller betraktaren och därmed något man kommunicerar med. Texter är uppbyggda av tecken som i sin tur är ”dubbla enheter”, där förhållandet mellan text respektive tecken i analysen är relevanta. Varje betydelsefullt element analyseras därefter i relation till varandra och slutligen till bildens kontext. Tecken har även en metaspråklig funktion, som indikerar i relation till vilka koder tecken kan förstås, vi som mottagare positionerar oss redan innan vi börjat läsa texten eller bilden.³⁴ Kulturell kunskap är väsentlig och avgörande för tolkningen, liksom referenser till symbolvärden.

Bildsemiotikens historia dateras till 1964 då Roland Barthes publicerade en bildanalys av ett reklamfotografi för pastamärket Panzani i artiklen *Bildens retorik* från tidsskriften *Communications*. I artikeln redogör Barthes för bildens olika nivåer, i form av artikulationsnivå, konnotationsförhållanden och retoriska figurer i reklambilden. Terminologin skiljer framförallt på två olika meningsnivåer: den uppenbara och den underliggande meningen i bilden. Den första nivån kallas denotation, eller det betecknande, där vad eller vem som avbildas analyseras, alltså bildens uppenbara mening. Tidsaspekt, miljö liksom personer på bilden, dess kön, ålder, samhällsklass är av relevans för bildens denotation, det betecknande. Den andra nivån, *konnotation*, utvecklar bildens merbetydelser, där tänkbara associationer till bilden och dess representation studeras. Den inre kontexten berättar vidare om bildens grundelement, samt hur dess del- och helbetydelser arrangerats och satts samman. Vilket även kännetecknas med det betecknade där bildens konnotation blir till uttryck för ytterligare ett innehåll. Konnotationssystemet utnyttjar här andra systems tecken för att göra dem till sina egna.³⁵ Bilden är mångtydigt i sig själv och är enligt Barthes i behov

³² Simon Lindgren, *Populärkultur -teorier, metoder och analyser* (Liber, 2005), s.72.

³³ Ibid. 66.

³⁴ Ibid. 64-67.

³⁵ Kurt Aspelin & Bengt A. Lundberg, *Tecken & Tydning* (Pan/Norstedts, 1976), s.119.

av den verbala texten för att dess mening ska kunna framkomma. Liksom sändarkontexten, där miljön och sammanhanget för produktionen är av betydelse och har avgörande.³⁶ Om det språkliga meddelandet i en bild raderas och enbart den rena bildens struktur studeras, finns en serie diskontinuerliga tecken, osammanhängande föreställningar, där det ena tecknet blir ett uttryck för det andra. I bildens retoriska kraft, bidrar den denotativa nivån till ett naturaliserande av det konnotativa budskapet som är socialt konstruerat och ideologiskt.

I boken *Mytologier* utgår Barthes från flera av Saussures teorier och modeller, han illustrerar både sitt arv från Saussure och klargör för semilogins kärna genom en rosenbukett som exempel. ”Antag att man har en bukett rosor: jag låter den beteckna min passion. Finns det alltså här bara ett betecknande och ett betecknat, rosorna och min passion? Inte ens det: sanningen att säga finns det bara passionerade rosor.” Barthes fortsätter vidare på det analytiska planet där han finner tre termer och konstaterar att de passionsbemängda rosorna upplöses i rosor och passion. Båda existerade innan de förenades och skapar i samverkan därmed detta tredje föremål, *tecknet*. Barthes menar att det han tar fasta på är inte den enda termen efter den andra, utan det samband som förenar dem. Att tillämpa modeller i semiotiska studier är karaktäristiskt, det mänskliga ögat har inte en tillstymmelse till att se helheten, därför är en modell för att konfrontera analysobjektet att föredra. Barthes analys i *Bildens retorik* är i förhållande till en reklambild, men då flertalet användbara verktyg och generaliserbara begrepp finns i hans teorier, anser jag att metoden är tillräckligt tillförlitlig och gångbar. Myt är, som Barthes beskriver det, ett kommunikationssystem, ett meddelande, det är därmed ett sätt att ge betydelse åt något. Språket behöver särskilda förhållanden för att bli en myt, myten är inget föremål, begrepp eller idé, utan ska snarare betraktas som ett visst sätt att tillskriva något mening, en form.³⁷ Myten är uppbyggd av ett semiotiskt system, bestående av två underordnade delar, den språkliga nivån, där betydelser i rent språklig mening skapas. Detta kallar Barthes som tidigare nämnt för bildens denotativa betydelse. På den andra mytologiska nivån, skapas symboliska innebörder, bildens konnotativa betydelse. Myter kommer till uttryck i kulturens texter och styrs av underliggande regler. Lindgren menar att en myt har ideologisk funktion, vilket innefattar att den relaterar till bakomliggande intressen och syften den medvetet eller omedvetet uttrycker.³⁸ Barthes menar att stadgan är obefintlig i de mytiska begreppen, de kan skapas, förändras och fullständigt försvinna. ”Myten döljer ingenting den förkunnar ingenting, den vanställer; myten är varken en lögn eller

³⁶ Lindgren. s. 39.

³⁷ Lindgren. s. 78.

³⁸ Roland Barthes, *Mytologier* (Arkiv förlag, 2007), s.217.

en bekännelse, den är en böjning, den finner en tredje utväg. Hotad att försvinna om den ger efter för det ena eller det andra, men med de två anpassningssätten klarar den sig.”³⁹

Material

Mitt primärmaterial till uppsatsen är de affischer jag valt att beskriva, tolka och analysera, dessa har jag hämtat från Dramatens arkiv, KB:s affischsamling i Stockholm, samt Norrköpings kommuns arkivinstitution Tidsaspekten med urvalet från 1900-talet fram tills idag föll sig tämligen naturligt då det innan 1930-talet är svårt att avgöra när en uppsättning upphör och när nästa börjar, samt att affischutbudet är mycket begränsat, nästan enbart finns i form av programblad. Ett vidare tidsperspektiv längre tillbaka i tiden hade inneburit ett alltför omfattande och mödosamt forskningsarbete. Genom att studera enbart *Hamlet*affischer hoppas jag finna vissa tendenser i affischernas uttryck, då affischer ses som produkter av sin egen samtid.

Jag valt följande uppsättningar:

Dramaten 2008

Premiär: 2008-03-15

Regi: Staffan Valdemar Holm

Hamlet: Jonas Malmsjö

Översättning: Ulf Peter Hallberg

Till bakgrundsmaterial och fördjupning för studien har följande uppsättningar valts:

Vasateatern 1934

Premiär: 1934-11-01

Regi: Per Lindberg

Hamlet: Gösta Ekman

Norrköpings stadsteater 1951

Rundtursrevy

Hamlet: Ingemar Pallin

Norrköping – Linköping Stadsteatern 1962-63

Regi: Lars Barringer

Hamlet: Dan Sjögren

Översättning: Hagberg

³⁹Barthes. s 226-227.

Dramaten 1974

Premiär: 1974-11-04

Regi: Lars Göran Carlsson

Hamlet: Jan Malmström

Översättning: Allan Bergstrand

Dramaten 1986

Premiär: 1986-12-20

Regi: Ingmar Bergman

Hamlet: Peter Stormare

Översättning: Britt G. Hallqvist

Östgötateatern 1995

Premiär: 1995-03-11

Regi: Ralf Långbacka

Hamlet: Rikard Wolf

Översättning Britt G. Hallqvist

Mitt sekundära material presenterar klassisk retorik, visuell retorik och bildstruktur. Flertalet affischböcker och utställningskataloger har studerats vid Kungliga Biblioteket i Stockholm. Utöver detta har jag läst en del artiklar om Roland Barthes och semiotik. Jag har även hämtat inspiration från andra rapporter, artiklar, Shakespearesällskapets hemsida samt gjort en inläsning på äldre översättningar för att skaffa en djupgående förståelse för pjäsens ramverk och historia.

Hamletaffischer 1900-2000

Hamletaffisch 1

Vasateatern 1934

Premiär: 1934-11-01

Regi: Per Lindberg

Hamlet: Gösta Ekman

1934 regisserade Per Lindberg *Hamlet* och den unga Gösta Ekman figurerade i rollern som *Hamlet*. Föreställningen hade premiär den 1 november på Vasateatern, spektionerna innan premiären var flertalet och det ryktades om att Ekman skulle göra en komisk *Hamlet*, men så var inte fallet. Föreställningen blev populär och drog sammanfattningsvis 95 fullsatta hus.

Teateraffischen från Lindbergs uppsättning är målad av konstnären Georg Magnusson (1907-1974). Affischen går i mörka toner och konstateras med vita och röda färginslag. Bilden är tecknad, i huvudsak bestående av två platta ytor, om dessa är på väg emot eller ifrån varandra framkommer inte i bilden. I bildens mitt finns en skarv där det högra svarta blocket närmast bildens mitt och blockens skarv har vit ljus på sig. Från det vänstra blocket kommer en rödfärgad strimma in i bilden, likt en halv halvmåne pressas den fram från den vänstra sidan.

Längre ner i affischens vänstra hörn är HAMLET skrivet med vita bokstäver i stort typsnitt. Samtliga bokstäver i pjäsens namn står på den vänstra planhalvan, med undantag för T:et som står på den högra, något ljusare sidan. I det nedre högra hörnet står skrivet: GÖSTA EKMAN och REGI: PER LINDBERG, där skådisens namn är i något större typsnitt än regissörens. Högst upp i affischens vänstra hörn finns MAGNUSSON skrivit. I övrigt förkommer ingen vidare språkligt meddelande om spelplats och datum för föreställning.

Affischen har både en uppenbar och en underliggande mening, *denotationen* utgörs av dess färger och former, där den röda, vita och svarta färgskalan är tydligt framträdande liksom det kontrasterande typsnittet.



Konnotationen studerar merbetydelserna i uttrycket, där den grafiska layouten ger en laddad föreställning. Det finns en kraftfull och explosionsartad känsla i affischen, associationerna dras till provokation. De ljusa partierna och den röda strimman i bildens mitt, ger en känsla av att något nyskapande och banbrytande kommer att träda i kraft. Den röda strimman är på väg in för att fylla det svarta rummet i affischen och stagnera. Den röda färgen ger känsla av uppror, den tillför bilden kraft och ger ett impulsivt intryck, i kontrast till det svarta.

Affischen har ett lättöverskådligt kompositionsuttryck, där färgen och formen får stort utrymme. Det finns inga rollfigurer representerade eller någon vidare information kring detaljer. Den röda strimman blir en presentation av pjäsen och en slags symbolik för aktiviteten, kärleken och passionen i *Hamlet*. Magnussons utformning visar inga tecken på den fallande trenden under 1930-50, då affischen inledde sin ”guldålder”, som ofta kännetecknades med politiska budskap. Tecknade människor, där männen var klädda i arbetskläder i färd med att bygga upp landet medans kvinnorna huserande i hemmen med barnen var då en vanlig syn.(Se Bilaga 2, Bild nr. 1)

Hamletaffisch 2 och 3

Norrköpings stadsteater 1951

Rundtursrevy

Hamlet: Ingemar Pallin

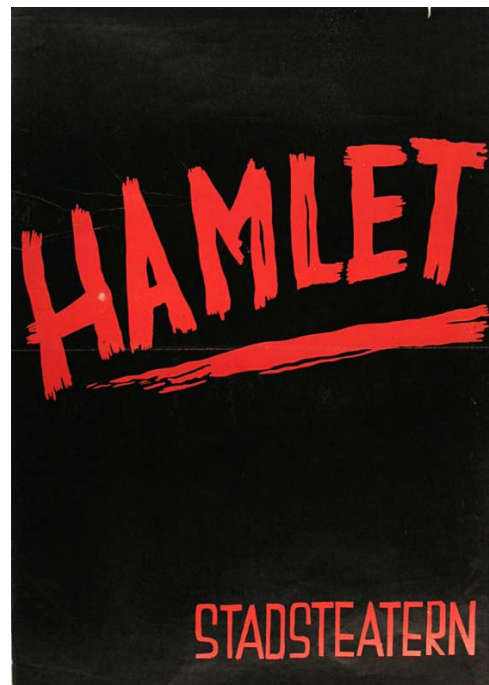
Under 1951 sattes *Hamlet* upp på Norrköpings stadsteater med Ingemar Pallin i titelrollen. Därefter turnerade föreställningen runt under sommaren, bl.a. till Kronobergs slott på Själland i Danmark. Faktum är att Hamlet utspelade sig i ”Elsinore”, Helsingör och Kronoborgs slott kännetecknas som ”Hamlet`s Castle”. På 200 – årsdagen efter Shakespeares bortgång sattes en föreställning upp, därefter har en rad olika föreställningar satts upp på slottet.

För min studie har jag valt att analysera huvudaffischen samt en reklamaffisch från turnén till Kronobergs slott. Huvudaffischen är utan tvekan den enklaste i sitt slag av *Hamletaffischerna*. Den går i en svart och röd ton, där bakgrunden är heltäckande svart. Affischen lämnar ett första lingvistiskt innehåll, där det språkliga meddelandet presenterar HAMLET som står skrivet och understruket i stora röda bokstäver över hela affischen. Texten är placerad på mitten av affischen och upptar hela dess bredd. Typsnittet är inte av någon traditionell karaktär, bokstavskanterna är ojämna och har på sina håll svarta smala strimmor. Längst ner i högra hörnet står: STADSTEATERN även detta i röd färg med stort typsnitt,

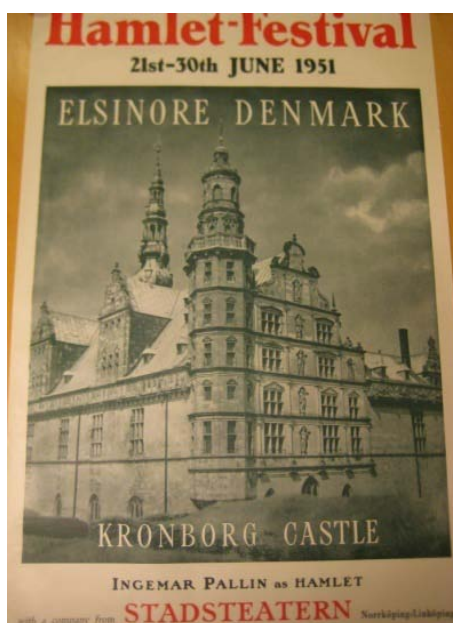
men i mer återhållsam stil. För att kunna avläsa denna första nivå krävs bara kunskap om skriften och i svenska enligt Barthes. Affischen presenterar varken rollfigurer eller något annat symboliskt föremål. Därmed tar färganalysen ökat utrymme för dess uttryck, där det röda presenterar ett känsloladdat budskap, det konnoterar liv men har samtidigt en målmedveten, behärskad rörelse inom sig själv med associationer till blod. Färgerna rött och svart är ett vanligt förekommande par att kombinera i reklamsammanhang, tillsammans ger de ett färgstarkt och iögonfallande intryck. Den svarta bakgrunden med de kontrasterande röda bokstäverna är svårt att missa för mottagaren. Med en lätt vinkling står de skrivna över hela affischens bred, typsnittet ger en känsla av laddning och drivkraftighet. Affischen har den enklaste utformningen jag stött på i min studie, men var samtidigt en av dem jag först lade märke till.

Den kan tyckas framstå som ointressant och intetsägande, då det ligger en svårighet i att bilda sig en uppfattning om dess idéer och värden, liksom vidare tankar kring miljö och rollkaraktär. Formgivare och teatern utgår här ifrån att mottagaren ifråga känner till *Hamlet*, bildens färg och typsnitt anses tillräckligt för ett intresseskapande. Den enda informationen som ges om föreställningen är dess scen, Stadsteatern, i övrigt finns inga datum eller tider. Vilken typ av *Hamlet* som gestaltas är även det outtalat och lämnas till mottagaren själv att undersöka.

Reklamaffischen för Norrköpings stadsteaters Hamletturné visar ett svartvitt foto med färgtext. Även denna affisch har inte någon *Hamlet* i centrum, utan denoterar självaste Kronobergs slott. Affischen visar ett foto, taget på avstånd med fokus på ett av slottsbyggnadens hörn. Högst upp på affischen står det skrivet: HAMLET – FESTIVAL 21st – 30th June 1951, under fotot står det: INGEMAR PALLIN as HAMLET with a company from STADSTEATER Norrköping – Linköping. I detta fall har affischmakarna valt att visa föreställningsarenan istället för själva *Hamlet* eller enbart text, vilket i sig kan vara ett dragplåster. Faktum är att *Hamlet* utspelade sig i Helsingör och runt dessa danska trakter, vilket inte är någon nackdel, utan något som skapar en äkthet och känsla för genuinitet ur mottagarens perspektiv.



Byggnaden i sig konnoterar till en rad olika uttryck, här marknadsförs slottsbesök i kombination med kulturellt inslag i form av teater. Affischen har en enkel grafisk utformning, trots en del textinformation. Typsnittet är i en äldre karaktär och med snirkliga former, den texten som står på fotot är vit och den andra röd och svart. För den som känner till Kronoborg och *Hamlets* historia kanske fotot av slottet framstår som ett självklart signum, men inte för alla. (Se Bilaga 2, Bild nr. 2 och 3)



Hamletaffisch 4

Norrköping – Linköping Stadsteatern 1962-63

Regi: Lars Barringer

Hamlet: Dan Sjögren

Översättning: Hagberg

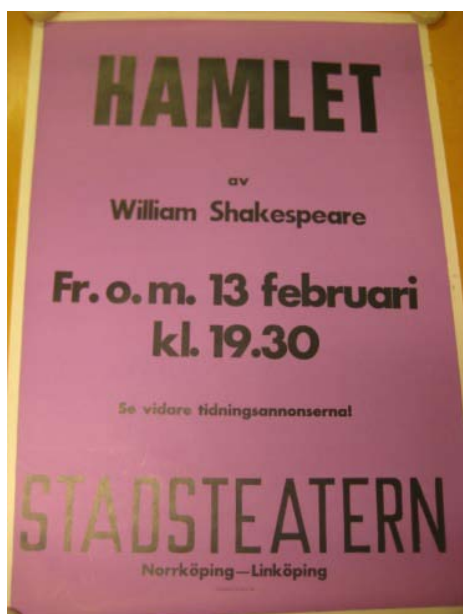
I Norrköping – Linköpings stadsteaters produktion från 1962 spelade Dan Sjögren huvudrollen som *Hamlet*. Till pjäsen användes Carl August Hagbergs översättning och Lars Barringer regisserade, föreställningen visades både på Norrköpings och på Linköpings stadsteater. Affischen jag fotograferat är arkiverad vid Norrköpings kommuns arkivinstitution och är tryckt vid Östgötatryck i Norrköping. Jag hade en önskan om att få tidningsannonsen från föreställningen, men då denna inte fanns arkiverad valde jag att analysera reklamaffischen. Affischens mått är 66X 95 cm, vilket är ett intressant mått, då de flesta affischerna har det klassiska standardmåttet på 70X 100 cm i reklamsammanhang.

Affischen har ingen bild utan bara en presenterande text av pjäsen ifråga, vart och när den spelas. Hela affischen är lilla och har ett enkelt och centrerat typsnitt, samtliga bokstäver är svarta. Högst upp på affischen står HAMLET med brett typsnitt. Undertill presenteras WILLIAM SHAKESPEARE, vilket står med betydligt mindre bokstäver. Under detta redovisar det språkliga meddelandet information om föreställningens premiärdatum, tid och plats. Affischen är den andra textaffischen i urvalet för min studie, vilket var ett medvetet val. Den faller sig intressant och ger en märkbar kontrast till de övriga, även till den andra med enbart text. Här dominerar den svarta texten och den heltäckande lila färgen, vilken är inte den mest använda i reklamsammanhang.

Vid första åtanke kan affischen kännas oinspirerande och rent av intetsägande. Dess *denotation* går med lätthet att utreda, däremot är dess *konnotation* svårare då affischen inte innehåller överdrivet mycket. Det språkliga meddelandet presenteras tydligt, där det vidare går att finna olika delar.

På sätt och vis har textaffischen sina fördelar då budskapet är tydligt, här är det helt enkelt upp till en själv att skapa sin egen bild utav *Hamlet*. Faktum är att längre tillbaka i tiden bestod affischerna enbart av text, bildinslag var ovanliga. Bilderna var satta i rader eller som en liten tunn ram runt affischen, men framförallt utgjordes affischerna utav texter.

Affischer likt denna behåller föreställningen hemlig liksom dess djupare *konnotation*, det finns inga avslöjande tecken eller uttalade konventioner i bilden. Ville man ha reda på mer var det att bege sig till Stadsteatern som gällde i början på 1960-talet. (Se Bilaga 2, Bild nr.4)



HAMLET
av WILLIAM Shakespeare
Fr. o. m 13 februari
Kl. 19.30
Se vidare i tidningsannonserna!
STADSTEATERN
Norrköping – Linköping

Hamletaffisch 5

Dramaten 1974

Premiär: 1974-11-04

Regi: Lars Göran Carlsson

Hamlet: Jan Malmsjö

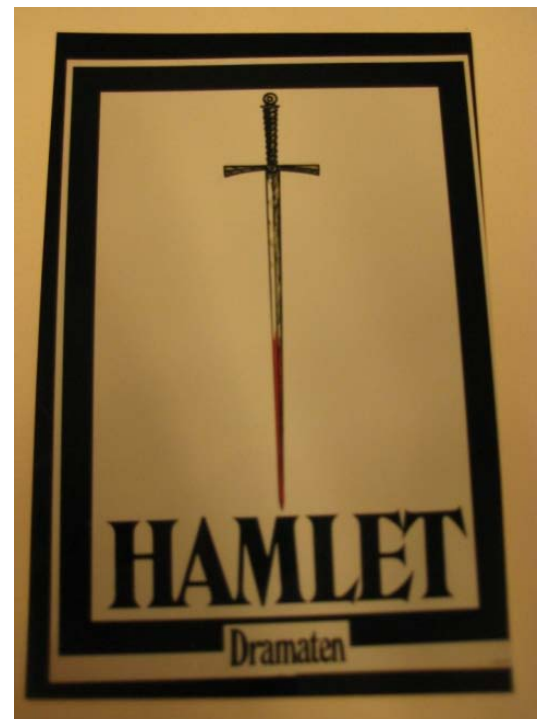
Översättning: Allan Bergstrand

Affischen är från Dramatens produktion från 1974. Lars-Göran Carlsson regisserade då Bo Lindgren stod för scenbilden och Jan Malmsjö spelade *Hamlet*. Föreställningen hade premiär den 11 april 1974 på Dramatens stora scen och spelades totalt 44 gånger.

I affischen denotation visas en vit bakgrund med en bred svart ram runt om, i ramens mitt finns en vitmarkerad strimma. Bakgrunden är vit, i mitten finns ett svärd tecknat, vilket täcker upp större delen av affischens höjd och utgör centrum. Svärdet är utav äldre karaktär, med röd färg längst ut på spetsen. Det går inte att spåra någon vidare information kring vart det kommer ifrån, vem det tillhör eller vem som använt sig utav det. Dess placering i affischen bidrar till att förstärka dess bärande roll för pjäsens handling och dess representation utåt.

Affischen har ett enkelt och sparsmakat formspråk, där de vita och svarta färgerna i kontrast till den röda färgen på vapnet, drar till sig blicken. Svärdet konnoterar och drar associationer till krigsfilmer och kamp. Att strida för sin sak och göra det med nåder och ära är det väsentliga, svärdet representerar här mordvapnet i pjäsen. Har man inte sett pjäsen innan kan man därmed dra slutsatsen om att någon form av våld förekommer.

Dess språkliga meddelande presenterar: HAMLET och DRAMATEN, båda är centrerade och placerade i bildens nedre mitt, de är av samma typsnitt, svarta och av traditionell karaktär. Utöver detta är bilden textfri och har en mycket sparsmakad utformning. Det vita och svarta färgvalet för affischen ger en intellektuell känning. Svärdet i sig uppfyller en funktion och blir en symbolik för pjäsens handling. Den röda svärdspesten konnoterar blod och kännetecknas i



västvärlden med makt, ridderlighet och religiositet. Istället för att porträttera *Hamlet* har man valt att representera honom med hjälp av svärdet, där användandet får sina konsekvenser under pjäsens gång. (Se Bilaga 2, Bild nr.5)

Hamletaffisch 6

Dramaten 1986

Premiär: 1986-12-20

Regi: Ingmar Bergman

Hamlet: Peter Stormare

Översättning: Britt G. Hallqvist

Den 20 december 1986 hade Ingmar Bergmans föreställning av *Hamlet* premiär på Dramaten, tolkningen beskrevs som ungdomligt rå och modern. Huvudrollen spelades av Peter Stormare och hans motspelerska, *Ofelia* spelades av Pernilla August. Föreställningen gick därefter vidare på export till både London och New York. Bergman skrev själv om sitt arbete med *Hamlet* i *Svenska Dagbladet*: "En av mitt livs bästa föreställningar, en av de hållbaraste, starkaste, intensivaste, argaste föreställningar jag gjort."⁴⁰ Föreställningen hade ett genomgående tema i våldets tecken och *Hamlets* galenskap. Detta blev extra tydligt i slutscenen där Fortinbras läderklädda soldater, störtade in med k-pistar till tonerna av öronbedövande rockmusik och mejade ner alla i deras väg. Slutet av föreställningen väckte diskussioner och debatter kring fascistisk militärdiktatur, där moralen var lika frånvarande som under Claudius regim.⁴¹

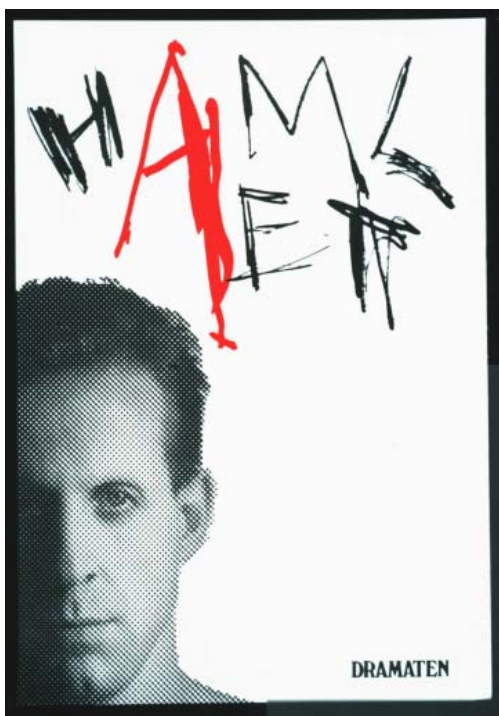
Med Britt G. Hallqvists översättning bearbetade Bergman manuskriptet, där t.ex. "att vara"-monologen flyttades. Uppsättningens färgskala gick i svart, rött och vitt, där det röda signalerade våld och blod. Vilket tydligt avspeglas i affischen för Bergmans produktion, där *Hamlet*, Peter Stormare, figurerar. Affischen har en tunn ram och går i färgerna svart, vit och rött. Bakgrunden är i botten vit, längst ner i högra hörnet innanför den svarta ramen presenterar det språkliga meddelandet: DRAMATEN i litet typsnitt med svarta bokstäver. HAMLET står högst upp, texten ser handskriven ut och bokstäverna spretar åt alla olika håll och kanter. Samtliga bokstäver är svarta med undantag för A:et som är rött och har störst typsnitt. HAML står på samma rad, däremot ET är placerat under ML, då A:et sträcker sig så pass långt ner.

⁴⁰ www.ingmarbergman.se

⁴¹ www.ingmarbergman.se

I det vänstra hörnet ser man *Hamlets* ansikte, hårfästet ner till hakan är fotograferat. Håret är kortklippt och bakåtkammat, blicken lugn och sansad, riktat rakt in i kameralinsen. Tittar man noga ser man att det är ett skuggmönster över hans ansikte, likt ett finmaskigt nät.

Affischens typsnitt ger känslan av att ett barn skulle ha kunnat skriva texten. Typsnittet har i detta fall en oerhört stor påverkan på affischens helhet, där associationerna drar åt revolt. Bokstävernas attityd gentemot kontrasterande element konnoterar frigörelse och maktkamp, inte bara pga. dess färg utan även på det sättet dessa står skrivna. Med en provokativt och hastig tuschpenna har bokstäverna kluddrats ner, snett och spretigt. Med kraft har pennan tryckts mot pappret och villrådigt följt med. Framförallt A: et blir extra synligt med det större typsnittet och det röda färgvalet.



Hamlets blick är bestämd och målmedveten, det finns inte någon tillstymmelse till glädje. Han rör inte en min och ser ut att ha fokus på ett mål, ett sikte. Bergmans rolltolkningar möttes av kritik, de ansågs bisarra och på gränsen till perversa. Utan att själv ha sett föreställningen kan jag ana denna laddade stämning i affischen, det finns något strängt och stelt i *Hamlets* uttryck, vilket är berörande och ger avtryck i minnet. Journalisten Bertil Palmqvist liknade uppsättningens karaktär av ett drömspel, där den unga människans smärtsamma upplevelse av världens brutalitet blottläggs.⁴² Kanske var det så Dramatens marknadsföringsavdelning i samråd med Bergman

ville presentera det blodiga allvaret här i *Hamlet*. Affischen är i sin helhet lättöverskådlig och det råder ingen tvekan om vad det är frågan om. Ville man se Peter Stormare i en pjäs av William Shakespeare var det Dramaten man skulle besöka.

⁴² www.ingmarbergman.se

Hamletaffisch 7

Östgötateatern 1995

Premiär: 1995-03-11
Regi: Ralf Långbacka
Hamlet: Rikard Wolf
Översättning Britt G. Hallqvist

Premiären av denna föreställning ägde rum den 11 mars 1995 på Östgötateatern, Sveriges största Länsteater med två teaterhus stationerade i Norrköping och Linköping, samt ett tredje för ung scen/öst i Linköping.

Affischen från *Hamlet* uppsättningen är ett fotografi hämtat vid Norrköpings kommuns arkivinstitution. I Ralf Långbackas *Hamlet* spelades titelrollen utav Rikard Wolff, skådespelare och vissångare, som under åren pendlat mellan olika teater, musik och filmprojekt inom Sverige. Fotot är taget av Anders Kratz och tryckt av Propaganda i Göteborg. Den har ett mått på 50X70 cm, därmed en mer kvadratisk utformning i jämförelse med de andra affischerna.

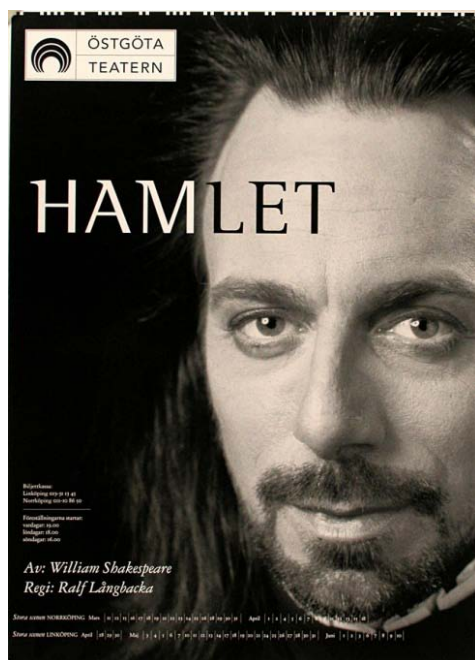
Östgötateaterns märke är placerat uppe i det vänstra hörnet, till höger om loggan står: ÖSTGÖTATEATERN skrivet, med tunna bokstäver där ÖSTGÖTA och TEATERN har en skiljelinje mellan sig. Längre ner på affischens vänstra sida finns information och telefonnummer till biljettbokning i Norrköping och Linköping, samt information om när föreställningar startar med olika tider på vardagar och heldagar. Under denna text finns: AV: WILLIAM; SHAKESPEARE skrivet, samt REGI: ROLF LÅNGBACKA, typsnittet är åt det kursiverade hållet och går i en vit ton. Längst ner är samtliga föreställningsdatum utskrivna över hela affischens bredd, i samma typsnitt som förgående text men i mindre storlek. Föreställningen sattes först upp i Norrköping under mars och halva april, för att sedan förflyttas till Linköping med tre datum i slutet utav april. Därefter spelades den hela maj månad igenom för slutligen spela 8 stycken föreställningar till under juni månad.

Affischen denoterar ett svartvitt fotografi, färgerna går i mörka toner, bakgrunden har en svart fond, med *Hamlet*, Rikard Wolff i förgrunden. Ljuset är indirekt och modellerar fram en mjukhet i rollfigurens ansikte. *Hamlet* upptar hela högersidan utav affischen, hårfästet ner till hakan finns med i bild, blicken är riktad rakt in i kameran. Håret är bakåtkammat och mäter ner till axlarna, han har ett välvårdat skägg och tjocka ögonbryn. I övre delen utav bilden står

HAMLET skrivet, HAM är skrivna i vita bokstäver och LET i svarta. De tre sistnämnda är skrivna över *Hamlets* panna och de tre första bokstäverna är skrivna på den svarta bakgrunden.

Det kursiverade typsnittet för föreställningsdatum, regi, pjäs, biljettbokning etc. utgör nödvändig praktisk information kring föreställningen. Här får den tilltänkte besökaren all den information som kan tänkas behövas, det enda som saknas är biljettpriser och eventuella recensioner, men eftersom detta är en originalaffisch faller dessa inte in i ramen för denna affischtyp.

Trots all information på affischen är *Hamlets* ögon det första man fäster blicken vid. Den liksom borrar sig in i åskådarens ögon och ger nästan känslan av att rollfiguren träder ut ur bilden. Blicken är fokuserad och målmedveten, munnen är stängd och det finns inget minspel. Han ser sammanbiten ut och det är svårt att fastställa vad han vill säga. *Hamlet* är mycket väl medveten om att han är betraktad och därmed ett objekt, han är i bilden passiv samtidigt som vi är medvetna om att han är en handlande aktör i pjäsen. Han representerar en manlighet och pondus, genom att bara iakttä och vara, det finns inga tecken på tvivel eller rädsla, utan han betraktar och betraktas i stillhet. Affischen kan uppfattas som lite rörig, men då bokstäverna, med undantag för pjäsens namn, är mycket finstilt och små gör den ett förhållandevis stilrent uttryck. *Hamlet* står i centrum även för denna affisch. (Se Bilaga 2, Bild nr.7)





Premiär: 2008-03-15
Regi: Staffan Valdemar Holm
Hamlet: Jonas Malmström
Översättning: Ulf Peter Hallberg
Foto: Stockholms Dramatiska teater

Avgående Dramatenchefen Staffan Valdemar Holms moderna tolkning av *Hamlet* i översättning av Ulf Hallberg spelades på Dramaten i Stockholm mellan den 15 mars och 4 december 2008 med Jonas Malmsjö i titelrollen. Föreställningen är teaterns nionde uppsättning av *Hamlet* räknat från 1800-talet. Pjäsen står sig fortfarande i modern tid och är lite av ett drömpjekt hos varje regissör. Staffan Valdemar Holm beskriver i en tidningsartikel sin tolkning som lekfull med stävan efter att skapa en kreativ otrygghet i föreställningen som bäddar för den humor som är nödvändig för dess tragedi. Han menar att det alltid är en regissörs plikt att ta sig an en ny *Hamlet* och ville visa en moderniserad *Hamlet* ur ett annat ljus och skepnad. Den klassiska bilden av *Hamlet* som sympatisk med svart sorgedräkt och guldkrucifix finns inte en tillstymmelse till i denna produktion. Här är han en massmördare som överidealiserar sin pappa och gång på gång driver sig själv till vansinne. Själva affischen för produktionen föreställer ett fotografi på *Hamlet*, Jonas Malmsjö. Han har ett nordiskt utseende, bakåtkammat blont hår i sidbena, blåa ögon, lätt solbränd och vitblekta tänder. Han har på sig en rosa långärmad skjorta, de översta knapparna är uppknäppta och över axlarna är en rosa jumper knuten. Han är muskulös med välbyggt axelparti och befinner sig någonstans i 30 årsåldern. Affischens bakgrund går i en aningen mörkare rosaton matchande med *Hamlets* jumper, där ljuset är något ljusare närmast honom. Fokus ligger enbart på *Hamlet*, det vita ljuset lyser runt honom likt en aura. Blicken är riktad mot kameralinsen, munnen är öppen och skrattar, samtidigt rinner tårar nerför hans kinder.

Affischen har ett enkelt och rent formspråk, liksom helhetskompositionen som är sparsmakad och för associationerna till personporträtt, tandkrämsreklam eller rentav en ny klädkollektion. Vid betraktande av affischen finns känslan av att *Hamlet* just brustit ut i ett gapskratt, samtidigt som leendet och ansiktsuttrycket ser stelt ut. I ögonen och ansiktet finns ett stort vredesmod, han skrattar, samtidigt som tårar rinner nerför hans kinder. Han tycks kapabel till att göra vad som helst. Hans vanvett och galenskap är vacklande och talar knappast klarspråk, kroppsspråket ger känsla av tvivel och utstrålar en form av passivitet. Bristen på hans oförmåga att handla i pjäsen bottnar i mordet på fadern och den hämnd han känner att han måste få. Med hjälp av Roland Barthes artikel ska jag försöka få fram de olika meddelandena som denna *Hamlet*affisch kan tänkas innehålla. Enligt Barthes är verkligheten en konstruktion som förmedlas genom kulturellt bestämda meningssystem, där ideologier inte återspeglar verkligheten utan formar det sätt på vilket vi uppfattar den. Affischen ger oss tre meddelande: ett språkligt meddelande, ett kodat, ikoniskt meddelande och ett icke kodat ikoniskt meddelande. Det språkliga kan lätt avskiljas från de två övriga, men de två andra

meddelandena innehåller samma substans och måste därför ifrågasättas i vilken utsträckning man har rätt att skilja dem från varandra menar Barthes.⁴³ För att läsa den första liksom sista nivån av affischen behöver vi inte ha någon kunskap annat än den som är knuten till vår perception. Det främsta målet är att förstå strukturen i dess totalitet, dvs. de uppenbara förbindelserna mellan de tre meddelandena. Bilden lämnar enligt Barthes ett första meddelande vars substans är lingvistisk, där en första gradens kunskap presenteras av det artikulerade, det skrivna i texten som i detta fall är: DRAMATEN, texten upptar hela affischens nedre bred, ovanför finns DRAMATEN. SE placerat i något mindre typsnitt. I det vänstra övre hörnet står: HAMLET och undertill WILLIAM SHAKESPEARE, där samtliga bokstäver har samma typsnitt och är vita. I och med Dramatens 100 års jubileum finns även loggan för jubileet med, placerad i affischens högra mitt. Den är cirkelformad likt en blomsterkrans med små blad runtom, även denna är vit. Övrig information som presenteras är datumen för sommarens föreställningsperiod: SOMMARSPEL 15-26 JULI, samt STORA SCENEN. Någon vidare annan information om regi eller skådespelare presenteras inte, Jonas Malmströms ansikte talar här för sig själv.

Barthes menar att den kod som affischen förmedlar kräver att mottagaren har kunskap om skriften och i språket. För att finna ett djupare resonemang inom affischens språkliga meddelande kan texten spaltas upp ytterligare, då det lingvistiska budskapet innehåller flertalet olika nivåer och undermedvetet styr mottagarens tankebanor. I *Bildens retorik* och analysen av reklamannonsen från *Panzani* kretsar huvudfrågan kring hur bilden får sin mening och vad som finns bortom den. I det språkliga meddelandet anser Barthes att märket *Panzani* inte enbart refererar till firmanamnet utan i kraft av sin klang är ett fullständiggörande *signifikat* som man skulle kunna kalla "italieniteten". Han anser att det språkliga meddelandet är dubbelt, på en gång denotation och konnotation. Liknande går att utläsa i *Hamlet*affischen där Dramaten är ett känt namn för den svenska teaterscenen och i vissa ögon kanske i första hand kännbart med den flotta byggnaden nära Strandvägen. I egenskap av Stockholms Kungliga dramatiska teater, tillhörande ett av de främsta teaterhusen inom Sverige, är Dramaten utan tvekan inte bara ett ord utan ett begrepp vida känt. Detta kan konstateras, med hjälp av kännedom om skriften, mottagaren behöver inte nödvändigtvis kunna svenska utan bara vara bekant med skriften och namnet. Det språkliga meddelandet är dubbelt, där denotation och konnotation tar plats på samma gång,⁴⁴ då Dramaten inte enbart

⁴³ Roland Barthes, *"Tecken och tydning - Bildens retorik"* (Norstedts Tryckeri, 1976), s.119.

⁴⁴ Aspeling & A. Lundberg s.116.

refereras till en pampig byggnad utan väcker fler associationer än så. Teatern hänvisar inte enbart till Sveriges nationalscen utan har en rad andra olika konnotationer, såsom finkultur, elit, prestige liksom svensk teaterhistoria, upplevelse och arrangemang. Eftersom det endast är frågan om ett enda typiskt tecken, det artikulerade, skrivna så räknar Barthes dock bara detta som ett meddelande. Hade affischen inte redovisat föreställningsarena hade tolkningen varit en annan och den hade lika gärna kunnat marknadsföra senaste sommarkollektionen för något herrklädesmärke.

Nästa steg i analysen blir att radera det språkliga meddelandet och endast fokusera på den rena bilden. Ordningsföljden är inte relevant som i det språkliga meddelandet, då tecken inte är linjära. Reklambilden lämnar omedelbart en serie diskontinuerliga, osammanhängande tecken till mottagaren. Föreställningen om den framställda bilden innefattar olika värden, Barthes menar att föreställningen om vad bilden handlar om läses av först, dvs. vad man får hem från shoppingrundan på torget. Nätkassen med pasta från *Panzani* med tillhörande grönsaker och konserver representeras i sin tur av två olika värden, nämligen produkternas fräschör och det förberedande hushållsarbetet. Dess uttryck, signifikant, är den halvöppna nätkassen, ur vilken matvarorna faller ut då man plockar upp varorna på köksbordet.⁴⁵ Enligt Barthes utgörs det första semiotiska systemet av en så kallad grundkod för fotografier. I hans bok *Mytologier* finns det klassiska exemplet med den unga mörkhyade mannen i fransk uniform som gör honnör med blicken höjd, antagligen fäst på ett veck i trikolozen. Detta är bildens *mening*, där det *betecknande* redovisar en svart soldat som gör den franska militärhälsningen och det *betecknade*, visar både fransk nationalism liksom militarism.⁴⁶ *Hamlet* läses enligt denna kod som en bild av en viss person, i detta fall en porträtterad man. På denna bokstavliga nivå skulle man kunna tänka sig att hans närmaste skulle kunna ha intresse för fotot, liksom i exemplet med den svarta soldaten. Men enligt Barthes är det inte denna innebörd som kommuniceras av bilden då den placerats i reklammontern på torget. Dess mottagare kan inte förväntas ha ett intresse för dess denotation som motiverar bildens publicering, publiken förväntas läsa bilden med hjälp av en annan kod, som bara är tillgänglig för den som har tillgång till den första. Dessa nivåer delar samma substans, det i bilden som inte utgörs av bokstäver möter mottagaren nämligen i samma ögonblick. Han benämner detta med bildens retoriska kraft, där den denotativa nivån bidrar till ett naturaliserande av det

⁴⁵ Aspeling & A. Lundberg s.116

⁴⁶ Roland Barthes, *Mytologier*, s. 208.

konnotativa budskapet som är socialt konstruerat och ideologiskt.⁴⁷ Liksom *Panzani* affischen och den svarta soldaten lämnar även *Hamlet* en serie diskontinuerliga tecken och en rad olika värden. I föreställningen om den porträtterade mannen, har hans position i egenskap av man samt bildens färgtoner betydelse, samt det känsloladdade ansiktsuttrycket, utseendet och klädkoden. Det första tecknet avläses med lätthet med hjälp av kännedom om porträttformen. I nästa steg är affischens tema den utmärkande föreningen av det bakåtkammade håret, pikétröjan och det rosa. Vidare hänvisar tecknet till affischens komposition och sitt estetiska sätt att presentera personporträttet, i sammansättning med det språkliga meddelandet råder det ingen tvekan om vem detta föreställer. Det iögonfallande rosa i affischen, förknippas ofta med femininitet och har i sig en unik laddning. Förutfattade meningar och värderingar finns redan med från start och är oundvikliga, där den poserande *Hamlet* med rosa pikétröjan, bakåtkammade håret, de blekta tänderna ohjälpligt leder till associationer kring mannen som vägt sitt liv åt kläder, pengar och lyx eller rentav fötts in i detta. Många skulle beskriva mannen som vacker, rik och talangfull med stabil ekonomi. Det rosa konnoterar en mängd olika aspekter och tillför analysen ytterligare en djupare diskussion. Mannen i relation med färgvalet är varken representativt eller bekräftat inom vissa manliga kretsar, att bära rosa är helt enkelt inte acceptabelt. Funderingarna kring varför Dramaten valt att representera den samtida *Hamlet* på detta manliga/icke manliga sätt är flera.

Hamlet på Dramaten 2008

Föreställningen utspelas under en oidentifierbar tid, men håller ett fast grepp om det samtida där den aktuella amerikanska indiepopduon Coco Rosies musik sätter sin prägel på föreställningen. Scenbilden är avskalad, scenväggarna är täckta med långa tygskynken i gulbruna toner. Sidoväggarna och den bakre vägen pryds av utplacerade soffor i liknande färgskala, längs ner på scen vid kortväggen finns en dryckesmaskin med myntinkast. Rollfigurerna bär kostym eller klänning i enkelt snitt i samma ton som inredningen, med undantag för *Hamlet* som bär kavaj, polo och byxor i svart. Inledningsscenen bjuder överraskande nog på en modevisning på det danska slottet, där *Ofelia*, spelad av Rebecca Hemse, travar in på scenen i diverse klädstyrlar. Hennes kropp skriker: Titta på mig, se mig, ta mig på allvar! Resterande karaktärer sitter i sofforna, alla iakttar henne noggrant under passiv tystnad. *Ofelias* pappa, Polonius ser inte vad som händer och går fortfarande i tankarna om att hans dotter är oskuld. *Ofelias* uppträdande fortsätter under pjäsens gång och blir ett

⁴⁷ Barthes. s 119.

uttryck för den påverkan *Hamlet* har på henne. Likt ett triggande mönster byggs hennes påtagliga ångest upp, hennes kroppsspråk och tal utstrålar inget annat än panik. *Hamlet* själv har en påtaglig närvaro men är i nästa stund helt innesluten i sin egen bubbla, samtidigt som *Ofelia* juckar loss på ett armstöd intill honom. Ångesten och avsaknaden av kärlek har ständigt fokus i *Hamlets* ord och handlingar. Vredesutbrotten från *Hamlets* sida är totalt närvarande, där Jonas Malmsjös saliv nästintill når första bänkrad.

Gestaltandet och presentationen av *Hamlets* starka identitetsvärde och igenkännande utåt har stor påverkan på mottagandet av föreställningen. Representationen av själva rollfiguren i affischsammanhang överensstämmer inte alltid med den slutliga föreställningen. Uppsättningen från 2008 är ett tydligt exempel på detta, Dramatens bildliga presentation av rollfiguren vittnar om en helt annan jämfört med den i pjäsen. Valdemar Holms *Hamlet*, spelad av Jonas Malmsjö, har rosa kläder på affischen, men på scen enbart svarta kläder med undantag för en rutig kavaj.

Utformning av en affisch är en omfattande process, ett antal parter måste samsas och fatta beslut kring gestaltning. Arbetet måste färdigställas i god tid innan premiärdatum, affischen till *Hamlet* 2008 färdigställdes i november 2007 för att kunna marknadsföra och sprida föreställningen innan premiärdatum i mars 2008 berättar Peter Pyk på marknadsföringsavdelningen. Trots att regissören Staffan Valdemar Holm och scenografen Bente Lykke Møller var långt ifrån klara med manus och scenlösningar fastställdes ett anslag utifrån ett antal olika förslag, som i slutändan resulterade i den rosa affischen. Att det förekommer olikheter mellan affisch och färdig produktion är ingen raritet enligt Pyk. På Dramaten var man fullt medveten om att affischen var annorlunda, man ville satsa på något nytt och ogjort. Pyk menar att en öppen dialog där alla inblandade är lyhörda är en förutsättning för att man ska kunna mötas i den mängd av olika affischförslag som kan uppkomma inför en produktion. Diskussionerna kan kretsa om alltifrån smådetaljer till avgörande beslut med större påverkan för teaterns fortsatta leverne. I *Hamlet* uppsättningen under 2008 lades tungt fokus på dagens manliga ideal, där både ett provocativt uttryck lyfts fram, liksom ett igenkännande. Något aktuellt och relaterbart i kombination med igenkännande och förtroendeingivande är karaktäristiska drag i affischskapande. Produktionens mål var att via affischens anslag kunna möta sin tidigare publik men även att locka yngre till teatern. Föreställningen som helhet har ett ökat fokus på samtidifiering och det

är först när jag sett föreställningen som jag verkligen kunnat utveckla tankarna kring dess form och relation till affischens anslag. Affischen har strävan av att relatera till ett samtida Sverige, där *Hamlets* mor och farbror onekligen har visa snarlika drag med den svenska konungen och drottningen. Affischen har en rad av olika gripande intryck och det är svårt att inte lägga märke till den. Faktum är att om en populärkulturell text, oavsett tappning, ska kunna väcka uppseende i dagens digitaliserade samhälle måste nya medel till, annars uppstår ingen reaktion. Samtidigt som de krav som ställs inom den klassiska retoriken, korrekthet, klarhet och lämplighet fortfarande är av värde och relevans för affischskapandet. Affischen ger en försmak och en hint om vad som komma skall, där jag har känslan av att bildens mottagare i detta fall antingen faller för dess bildspråk eller förkastar den. Den rosa bilden hade liksom etsat sig fast på näthinnan, liksom den *Hamlet* man förväntade sig att se på scenen. Detta förändrades totalt då *Hamlet* under första scenen gör entré i enbart svarta kläder.

Relation till övriga affischer

Affischens ton och dess presentation av rollfiguren sätter grunden för dess representation och mottagande. *Hamlet* konnoterar det som Barthes benämner som "euforiskt värde", vilket innefattar en viss typ av symbolik. Rollfiguren är för många ett erkänt namn och därmed laddat med värden och föreställningar. I Dramatens produktion från 2008 sätts *Hamlet* i relation till den unga, aktiva, attraktiva och propra mannen, vilket i sig skapar en metafor och driver tolkningen och analysen i en bestämd riktning. Hade *Hamlet* haft på sig en träningsoverall i kulörta färger hade konnotationen och dess analys blivit en helt annan, liksom om han hade burit svart sorgedräkt och ett krucifix i handen. Fokuseringen på enbart *Hamlet* som rollfigur i affischen har varit ett återkommande tema för representationen av rollfiguren i affischsammanhang. Närbilder på hans ansikte och mimik har under de senaste 20-25 åren fått en central roll och skapar känslan av intimitet och funktionellt samtalsavstånd mellan rollfiguren och mottagaren. *Hamlet* ser ut att posera vant framför kameran på affischerna, där kontrasten till affischernas övriga uttryck och form skapar en ny analys varje gång. Det renodlade språkliga meddelandet konnoterar i princip samma sak där *Hamlet* skriften dominerar, vidare detaljer kring premiärdatum, arena, rollinnehavare är sekundära. I relation till den renodlade bildens konnotation uppstår ett djupare resonemang kring bildens retoriska utformning och kraft. Typsnittet och dess placering har större påverkan i vissa av affischerna, där t.ex. föreställningen på Norrköpingsstadsteater från 1951 innehållande enbart rödtext och svart bakgrund helt och hållet tillförlitar sig på sin publik, liksom medvetet

försöker locka en nyfiken publik genom att inte göra några avslöjanden. I de textbaserade affischerna har typsnittet en annan utformning och storlek, där affischmakarna även lekt med färger för att förstärka och uppmärksamma. I de affischer där ansiktsporträtteringar upptar fokus, är typsnittet mer ordinärt. Dramatens produktion från 1986 med Peter Stormare är ett undantag, där både porträttering liksom typsnitt är iögonfallande. Den renodlande bilden är asymmetriskt placerad och skapar ett tomrum intill och given plats för dess titel. Hade Östgötateaterns affisch från 1995 med Rikard Wolff i huvudrollen haft samma typsnitt med all den information som den faktiskt presenterar hade det inte gått att utläsa något. Gemensamt för affischerna är att de skapar en bild av föreställningen och en förväntan, men för att detta ska fastna måste det finnas något speciellt och distinkt i dess uttryck som får mottagaren att minnas. Dramatens produktion från 1974 med Jan Malmström i huvudrollen marknadsför och denoterar svärdet, där dess blodiga spets sätter sin bestämda prägel. Det *betecknande*, det vi ser, och det *betecknade*, betydelsen av detta, är båda en självklarhet för läsningen av affischerna. Tolkningen och den *konnotation* som skapas utifrån mottagarens läsning relateras i samtliga fall till personliga referenser, där det semiotiska systemet förutsätter en grundkod och lämplig modell för den generella analysen. Den klassiska myten om *Hamlet* som ung sökande man med stark vilja och ambition, liksom den om honom med en dödskalles i handen, osympatisk och egotrippad i sin lilla egna värld väcks automatiskt. Det finns en mytisk nivå i samtliga affischer som relaterar till bakomliggande intressen och syften. Barthes menar att det inte finns någon stadga i dessa begrepp, de kan skapas, förändras och fullständigt försvinna.

Hamlets livsöde är känt, där han ställs inför faktumet att hans farbror dödat hans far och därutöver har en affär med hans mor. Vänskapsband och relation djupnar eller går förlorade, kampen mellan lycka och olycka är slitsam. Den självklara tragiken i pjäsen liksom dess eufori måste återspeglas i affischen, för att väcka intresse. En pjäs som *Hamlet* är oerhört mytombunden och det kan vara svårt att bryta dess ramverk i affischskapandet. Där rollfiguren i affischerna samspelar med den nutida mannen och människan i olika utsträckning. Strävan efter att koppla denna fortfarande gångbara pjäs med samtiden är ingen tillfällighet, utan snarare en ren självklarhet för dess överlevnad. I analysen för affischernas uttryck finns ett antal begrepp att väga in, formspråket och kompositionen har ett avgörande. Oavsett om affischen presenterar en slottsbyggnad, en *Hamlet* i vredesutbrott eller krälände maskar som faktiskt förekom i affischen från Unga Klara teatern i Stockholm 1995, konnoterar samtliga affischer sitt unika och exceptionella uttryck.

Avslutande diskussion

Hamlet tillhör ett av dramatikens mest berömda drama, där kärlek, lögn, svek liksom mord och incest blandas. Livets mening och vad som är av värde och essens i den mänskliga naturen skildras på ett funktionellt och mångfacetterat sätt i pjäsen. Den har genom åren ifrågasatts, krossats som hyllats av såväl teoretiker som skådespelare och tycks aldrig gå ur tiden. Strykningar och tillägg har gjorts i manuspapper, scenerier har nyanserats liksom rolltolkningar i oändligt många sammanhang.

Höga publiksiffror liksom slående recensioner ger god finansiering för en produktion, men är långt ifrån en självklarhet, även gällande en pjäs som *Hamlet*. Ett skådespel med framgång år efter år kräver ständig revidering och modernisering av manuskript. Med hjälp av olika retoriska medel och finesser strävar produktionen efter att väcka en känsla och ett bestående intresse. Arbetet är ett risktagande med diverse fallgropar men samtidigt en självklarhet och förutsättning för pjäsens fortlevnad. Nya idéer med skickligt samspelande tilltal för vår samtid är att eftersträva, samtidigt som dess grundfundament och nerv ständigt måste has i åtanke och tas hänsyn till.

Affischen utgör en viktig roll både för föreställningens representation och ur marknadsförings synpunkt, med hjälp av den kan föreställningen presenteras månadsvis innan premiärdatumet och förhoppningsvis väcka intresse hos mottagaren. Affischens utformning och konstruktion är avgörande för dess kommunikationsförmåga och delvis för föreställningens framgång. Bergström menar att nyckeln till samspel handlar om interaktion mellan text och bild. Dessa kan verka i *harmoni*, dvs. att text och bild säger samma sak eller i *disharmoni* där dessa motsägelsefullt samspelar och på så sätt lockar en ofta omotiverad mottagare.⁴⁸ Bergström menar att ord och bild uppenbarligen säger olika saker, men ständigt dras till varandra och skapar händelser. Bilden förvandlar texten och tvärtom, lika lite som en bild säger mer än tusen ord, säger tusen ord mer än en bild. Medagerande och delaktighet har stort avgörande för att den visuella kommunikationen ska kunna ha framgång. Den grafiska profilen måste som tidigare nämnt innehålla rätt medel och verktyg för att en tilltänkt målgruppen ska kunna ta del av den.⁴⁹ Jag har totalt tittat på 15-talet affischer med syftet att redogöra för den samtida liksom sammantagna representationen av *Hamlet* under en bestämd tidsperiod. Jag tycker mig se en omfattande och varierande presentation av rollfiguren genom åren. Ett återkommande tema är maktkampen, där livets stridande och tro om hopp är dominerande för uttrycket.

⁴⁸ Bergström s.301.

⁴⁹ Ibid. s. 285.

Hamlet är en känsloladdad pjäs vilket tydligt avspeglas i affischerna genom ansiktsuttryck, där tårar rinner och ögon drivs av galenskap, i kontrast till blodiga svärdspetsar och krälände maskar. Dess formspråk och uttryck är av mycket rik karaktär, där retoriska verktyg är tillämpade i större och mindre utsträckning beroende på affisch.

Samtliga kretsar kring huvudrollen, jag har inte funnit någon affisch med övriga karaktärer representerade, utan det är *Hamlet* själv som står i centrum eller något form av symboliskt föremål relaterat till honom, i form av ett svärd eller en slottsbyggnad. Ett annat representationsknep är färgvalet i affischen, som på ett markant sätt kan ingjuta en laddning och stämning i anslaget. Samtliga affischer har ett eget uttryck och en representation av manlighet var och en för sig, med hopp om att lämna ett avtryck i vår samtid. De äldre affischerna är ofta tecknade eller enbart fyllda med text, där raderna klart och tydligt presenterar pjäsens namn, dess föreställningsdatum och arena. Värdena och symboliken i dessa affischer var problematiska att utläsa, då de i första hand enbart har funktionen av att informera om att en föreställning ges. Här faller arkitekten Mies van der Rohes klassiska uttryck: *Less is more* in i högsta grad, där mindre än mer i vissa fall kan ha positiv påverkan på den visuella kommunikationen. Ett sparsmakat och avskalat intryck kan få enstaka detaljer att framträda desto starkare, t.ex. som svärdet i Dramatens produktion från 1974. Samtidigt kan en alltför sparsmakad bild ge ett platt intryck, eller som Bergström själv uttrycker det: *less is a bore*.⁵⁰ Östgötateaterns produktion från 1951 kan i många ögon säkerligen placeras in som ett uttryck för det sistnämnda. I de senare affischerna, från början av 1980-talet och framåt framträder *Hamlet* tydligt, rollfiguren är i flera fall fotograferad eller tecknad i närbild. Fokus ligger på ansiktet och dess uttryck, den resterande delen av kroppen är inte avbildad eller fotograferad. Denna typ av asymmetrisk komposition är återkommande och skapar en dynamik mellan de kontrasterande ytor. Närbildsfotografiet tycks här bli en stående trend som stagnerar, både Dramatens affisch från 1986 med Peter Stormare och Östgötateaterns affisch från 1995 med Rikard Wolff i titelrollen har båda starkt fokus på *Hamlets* ansikte. Rollfiguren utstrålar styrka, äganderätt och härskande, som samtliga tre har karakteriserats som manliga grepp genom historien. I Dramatens affisch från 2008 presenteras en annan typ av maskulinitet i jämförelse med tidigare profilering, yvigt skägg, buskiga ögonbryn byts ut mot vattenkammat hår och sidbena. I en pjäs som *Hamlet* har många redan insyn i handlingen, tankar, känslor, värderingar och normer finns därmed redan inbäddade. Entusiasterna till Shakespeares verk och *Hamlet* är åtskilliga, när repertoaren tillkännages på

⁵⁰ Bergström. s. 247.

teatern är förväntningarna höga. Vissa köper konceptet oavsett utformning just för att det är *Hamlet* men en del går säkerligen förlorade då nya tolkningar ersätter tidigare produktioner. Affischmakarna låter erkända skådespelare från den svenska teaterscenen figurera på affischerna för att marknadsföra föreställningen. Ett igenkännande ansikte kan skapa ett förtroendeingivande och större intresse, bara för att nämna ett exempel: Stockholms stadsteaters affisch inför premiären av pjäsen *I väntan på Godot* under 2009 där Mikael Persbrandt i sällskap med Johan Rabaeus figurerar som frontfigurer. Frågan är om det är Samuel Beckett, pjäsens författare som är dragplåstret eller skådespelarna? Liknande fundering kan relateras till 2008 produktion med Jonas Malmström på affischen.

Hamlet är en överlevare, trots motgångar kvarstår dess dramaturgi i modern tid. Pjäsen har kommit att bli en klassiker. Frågor och spekulationer kring pjäsens dramatiska utveckling där enda utvägen tycks ske på bekostnad av liv, skyldiga såsom oskyldigas, kommer att kvarstå. Stora teaterhus liksom små amatörteatergrupper sätter årligen upp Shakespeares verk, där det poetiska bildspråket och sarkasmerna om och om igen prövas. Erik Frykman skriver i förordet till Carl August Hagbergs översättning av pjäsen att nittonhundratalets kritik har gett nytt fokus på framförallt två punkter. Den sexuella äckelkänslan har förstås bättre och lyfts fram mer än vad som var tänkbart under den pryda viktorianismen. För det andra har *Hamlets* själsliga balans fått större utrymme, där han vid några tillfällen är helt ur stånd att behärska sig i ord och handling. Galenskapen är inte enbart en låtsaslek utan den sanna verkligheten menar Frykman.⁵¹ 2008 års affisch representerar vår tids samtida *Hamlet*, hur den framtida tolkningen kommer se ut är svårt att föra en diskussion kring. Nya tolkningar kommer ta vid och gränserna kommer tämjäs, där t.ex. den kände konsertpianisten André Tadjakovskijs kranium nyligen donerades till Royal Shakespeare Company, som sätter upp *Hamlet* i författarens hemstad Stratford-upon-Avon. Tadjakovskijs önskan var att kraniet skulle användas till föreställningar, vilket tidigare enbart använts under repetitioner: ”Tanken var att åstadkomma en chockverkan. Men efter ett tag gick det över - så klart - nu är det bara André i sin låda”, säger regissör Greg Doran.⁵² Jag funderar fortfarande kring vem *Hamlet* var, varför han bestämde sig för att spela galen och inte ta ut sin hämnd då hans spontana reaktion på vålnadens ord om mordet tyder något annat. Det enda som står säkert är att vi inte kan klandra hans handlande innan vi ifrågasätter hur vi själva skulle ha positionerat oss i hans situation. Margaretha Krook gjorde en liknelse med sin syn på kommunikation mellan scen

⁵¹ Frykman. s. 12.

⁵² www.svd.se/kulturnoje/nyheter/artikel

och salong med en julgran, hon menar att man kan klä julgranen med allt som går att skaffa, glitter, girlanger, flaggor, kulor och ljus som får den att spraka. Men man kan också välja att klä den endast lite pynt och den kan fortfarande spraka lika mycket: "Övertydlighet är hemskt. Man måste ju lämna något till publiken att fylla i."⁵³ Detsamma gäller för både *Hamlet* som pjäs och affischen, båda måste kunna gripa tag i mottagaren, finns inget intresse har både föreställning och anslag förlorat sin funktion.

Trots nya tolkningar är *Hamlet* fortfarande *Hamlet*, den rasande, själviska, hämndlystna prinsen av Danmark, som ställs inför svåra beslut och svek. Jag hoppas och tror att pjäsen kommer att alstra nya, intresseväckande och moderna affischer och föreställningar som förmår att beröra det samtida och tänja på gränserna och återigen få publiken att strömma till salongerna.

⁵³ Bergström. s. 284.

Referenser och litteraturförteckning

Tryckta källor

- Aspelin Kurt & Lundberg, Bengt A. *Tecken och tydning*, Norstedts Tryckeri 1976
- Barthes Roland, *Mytologier*, Arkiv förlag 2007 (1957)
- Bo Bergström, *Effektiv visuell kommunikation*, Carlssons förlag 2007
- Anders Carlsson & Thomas Koppfeldt, *Visuell retorik – bilden i reklam, nyheter och livsstilsmedia* Liber AB 2008
- Eriksson Yvonne & Anette Göthlund, *Möten med bilder*, Studentlitteratur Lund 2004
- G. Hallqvist Britt, *William Shakespeare*, Ordfrontsförlag 1986
- Halldin Olof, *I blickfånget -likheter och motsatser i svensk affischtradition*, Kungliga bibliotekets samlingar, Stockholm 1999, utställningskatalog nr.131
- Lindgren Simon, *Populärkultur -teorier, metoder och analyser*, Liber 2005
- Lipschutz Paul, *Affischen i Sverige- 230 affischer från 100 år*, Sveriges Radioförlag, Jyväskylä Finland 1999
- Olovsson Jan, *I offentlighetens ljus- stumfilmens affischer, kritiker, stjärnor och musik*, Wallin & Dalholm Boktryckeri AB, Lund 1990
- Pettersson Rune, *Bild och form för informationsdesign*, Pettersson Rune (red). m.fl. Studentlitteratur 2004
- Waern Yvonne, Pettersson Rune & Gary Svensson, *Bild och föreställning – om visuell retorik*, Studentlitteratur Lund 2004

Tidsskrifter:

- Shakespearesällskapets tidning, nr. 1 2001

Otryckta källor

- Iggander Helena, *Teateraffischen – som stilmarkör och identitetsskapare* skriven på Stockholms Universitet på Teatervetenskapliga institutionen, ht 1999.

Norrköpings kommuns arkivinstitution:

Fotografi av affisch från Norrköpings stadsteater 1951

Fotografi av affisch från Norrköping – Linköping Stadsteatern 1962-63

Fotografi av affisch från Östgötateaterns uppsättning 1995 (KB)

Stockholms dramatiska teater, arkiv:

Fotografi av affisch från uppsättning vid Stockholms Dramatiska teater 1974

Affisch från uppsättning vid Stockholms Dramatiska teater 1986 (KB)

Affisch från uppsättning vid Stockholms Dramatiska teater 2008

Affisch från uppsättning vid Stockholms Dramatiska teater 1934 (hämtad ur Paul Lipschutts: *Affischen i Sverige- 230 affischer från 100 år*)

Webbadresser

www.shakespearesallskapet.se (2008-11-02), www.dramaten.se (2008-10-15),
www.ingmarbergman.se (2008-11-08), www.svd.se/kulturnoje/nyheter/artikel (2008-11-21),
<http://www.kb.se/samlingarna/affischer/frimarken/> (2008-11-05)

Bilagor:

Bilaga 1: Bilder över teateraffischer

Bilaga 2: Förteckning över teateruppsättningar av *Hamlet* av William Shakespeare från 1878-2008

Muntliga uppgifter:

Samtal med Olof Halldin, förste bibliotekarie på Kungliga Biblioteket 2008-11-18

Samtal med Dag Kronlund, chef för Dramatens arkiv och bibliotek 2008-11-18

Samtal med Peter Pyk, chef för Dramatens marknadsföringsavdelning 2008-11-18

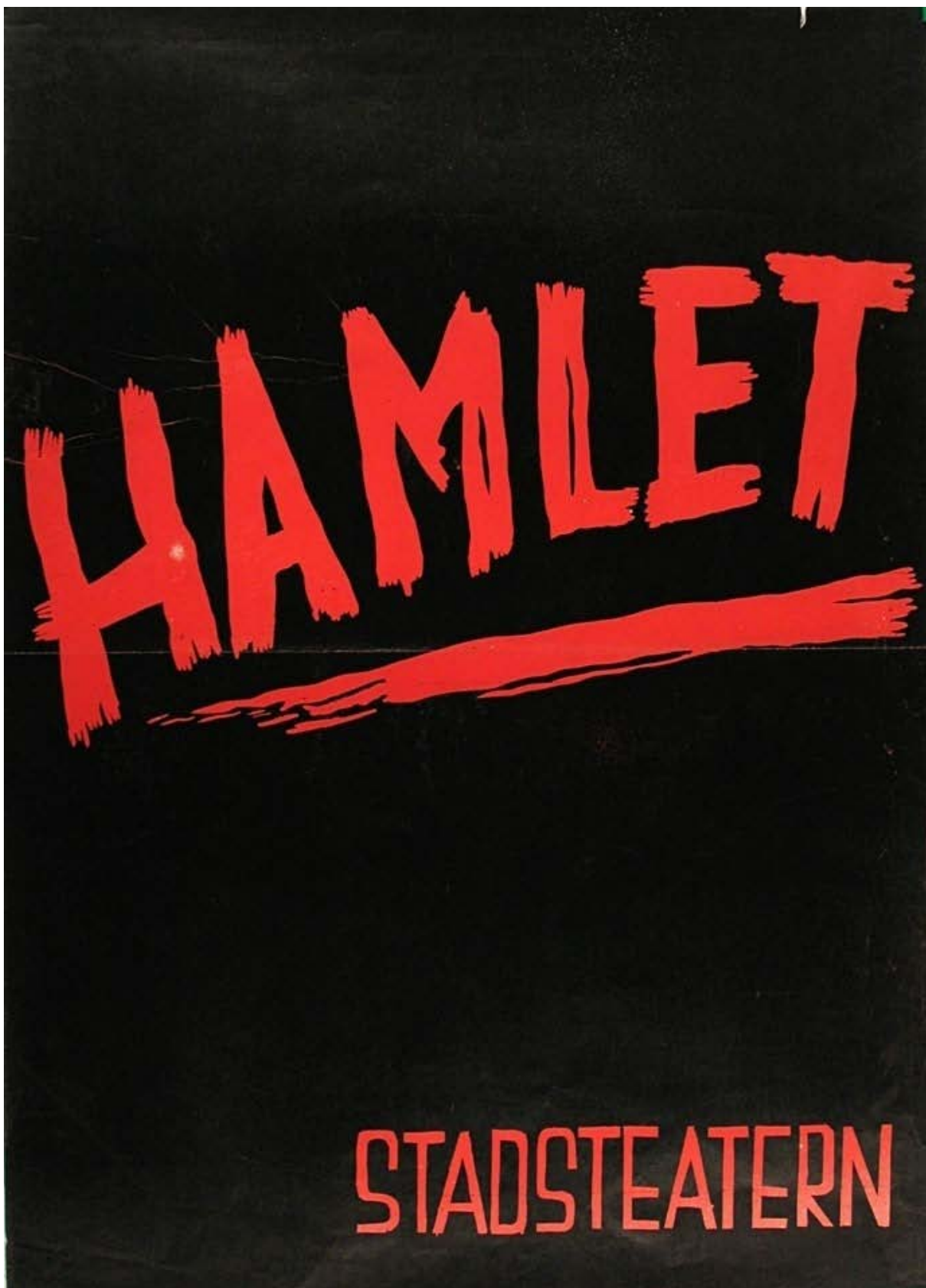
Bilaga 1: Affischer



Vasateatern Stockholm 1934

Regi: Per lindberg Hamlet: Gösta Ekman

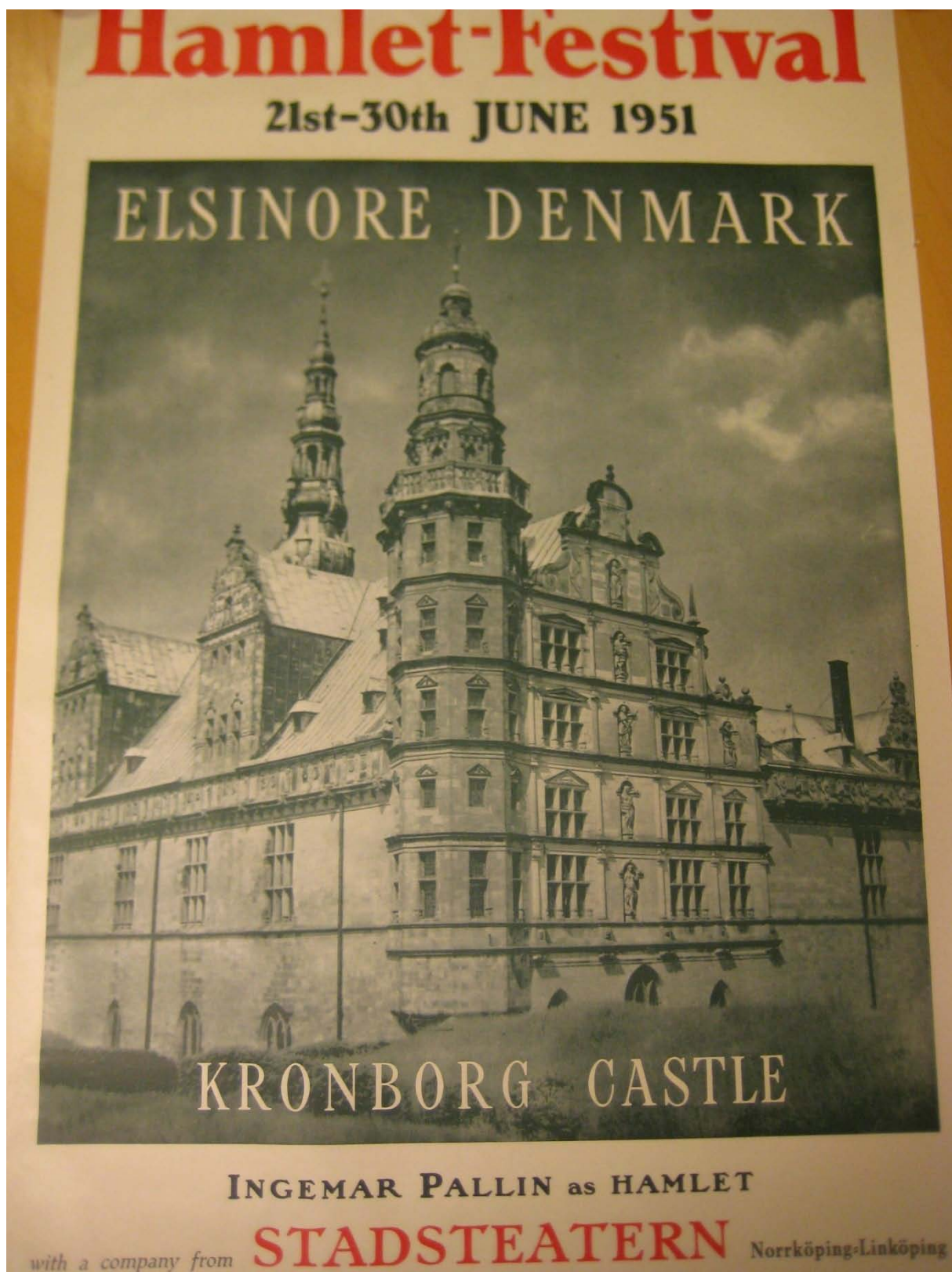
Tryck: Ivar Häggströms Lito, Stockholm



Norrköpings stadsteater 1951

Fotografi av affisch vid Kungliga bibliotekets arkivstation utav Olof Halldin

Hamlet: Ingemar Pallin, Mått: 30x40 cm



Norrköpings stadsteater 1951

Fotografi av affisch vid Norrköpings kommuns arkivinstitution.

Rundtursrevy Hamlet: Ingemar Pallin

Tryck: Tryckeriaktiebolaget, Norrköping



Norrköping – Linköping Stadsteatern 1962-63

Fotografi av affisch vid Norrköpings kommuns arkivinstitution.
Regi: Lars Barringer Översättning: Hagberg Hamlet: Dan Sjögren
Form: AB Östgötatryck Norrköping, Mått: 66x95 cm

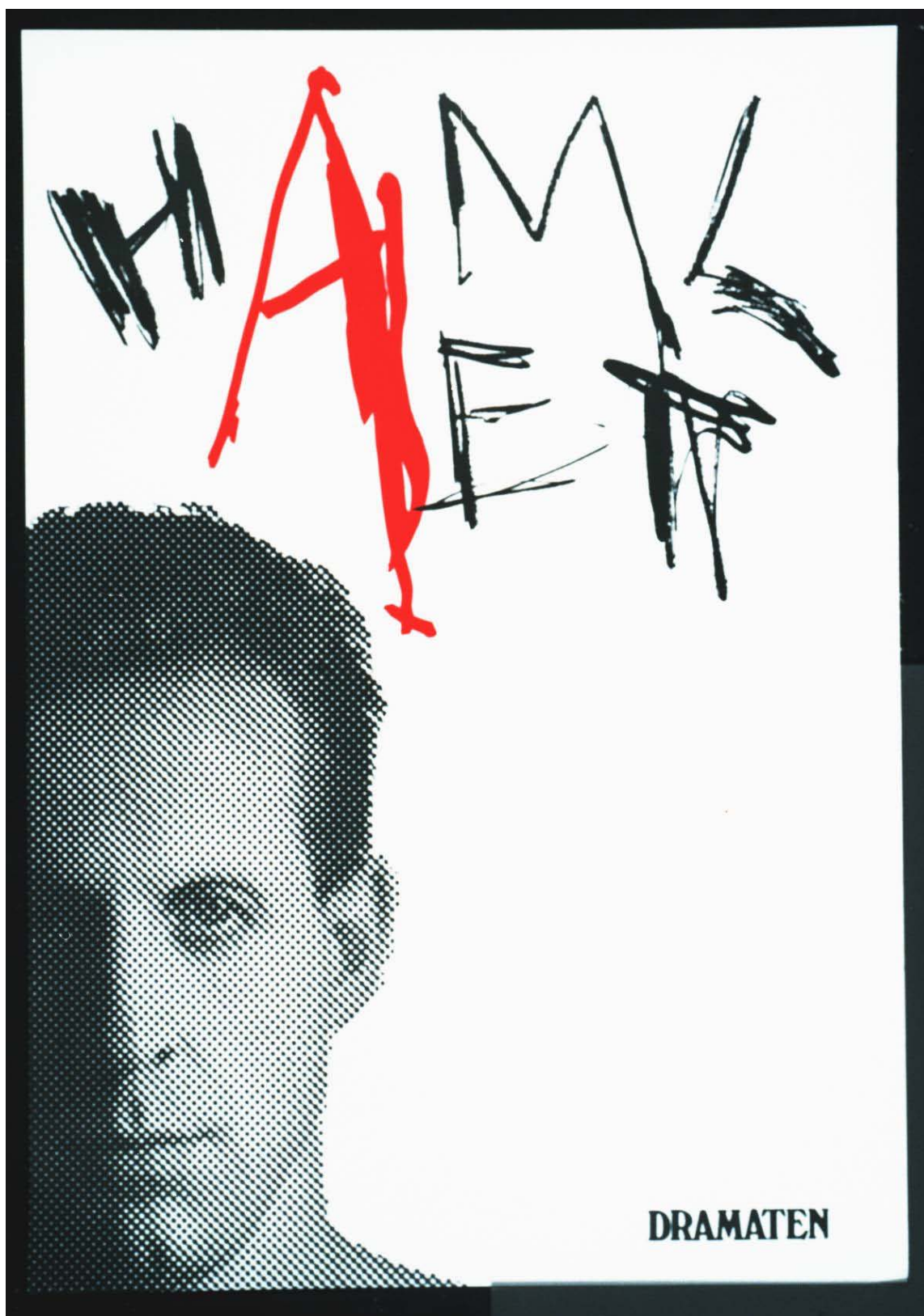


Stockholms dramatiska teater 1974

Fotografi av affisch från Dramatens arkiv

Regi: Lars Göran Karlsson översättning: Allan Bergstrand Hamlet: Jan Malmström

Mått: 70X100cm



Stockholms dramatiska teater 1986

Regi: Ingmar Bergman Översättning: Britt G. Hallqvist Hamlet: Peter Stormare
Mått: 70X100cm



ÖSTGÖTA
TEATERN

HAMLET

Biljettkassa:
Linköping 013-31 13 45
Norrköping 011-10 86 50

Föreställningarna startar:
vardagar: 19.00
lördagar: 18.00
söndagar: 16.00

Av: William Shakespeare
Regi: Ralf Långbacka

Stora scenen NORRKÖPING Mars | 11 | 12 | 13 | 16 | 17 | 18 | 19 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 28 | 29 | 30 | 31 | April | 1 | 2 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 11 | 12 | 13 | 15 | 18 |

Stora scenen LINKÖPING April | 28 | 29 | 30 | Maj | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 30 | 31 | Juni | 1 | 2 | 3 | 6 | 7 | 8 | 9 | 30 |

Östgötateatern 1995,

Fotografi av affisch vid Norrköpings kommuns arkivinstitution
Hamlet: Rikard Wolff Regi: Ralf Långbacka Översättning Britt G. Hallqvist
Form: Propaganda Göteborg
Fotot: Anders Kratz Mått: 50x70 cm

HAMLET

AV WILLIAM SHAKESPEARE

SOMMARSPEL 15-26 JULI
STORA SCENEN



www.dramaten.se

DRAMATEN

Stockholms dramatiska teater 2008

Översättning: Ulf Peter Hallberg Regi: Staffan Valdemar Holm Hamlet: Jonas Malmsjö

Mått: 70X100 cm, Foto: Stockholms Dramatiska teater

Bilaga 2: Hamlet i Sverige 1787-2008

Källa: Kent Hägglund

Ö- Översättare, H - Hamlet och R-regi



1700-tal

1787 24/1 Teatern vid Sillgatan Göteborg ö från engelskan H Andreas Widerberg

1791 4/3 Teatern vid Sillgatan Göteborg ny översättning från engelskan, förökad dekor

1700-tal Landsorten

1799 28/2 Norrköping Anton Olivier Offlunds sällskap

1800-tal

1817-1821 Ståelbergiska truppen Schröders bearbetning H hr Djurström, landsorten

1818 Teatern vid Södra Hamngatan H Fredrik Julius Widerberg Göteborg

1819 26/3 Kungliga Teatern ö P A Granberg H hr Åbergson, 1820 Olof Ulrik Torsslow

1820 11/12 Norrköping Djurströmska sällskapet

1824 Landsorten Schröders bearbetning, med lyckligt slut

1825 30/10 Teatern vid södra hamngatan Fredrik Julius Widerbergs trupp, H Widerberg Göteborg

1826 13/11 Norrköping Josef August Lamberts trupp ö Svanberg H hr Broman, landsorten

1833 9/11 Norrköping J G Wahlbergs sällskap, landsorten

1834-1839 18/7 Anders Petter Berggrens sällskap, landsorten

1835 8/5 Norrköping Johan Henrik Halls sällskap, landsorten

1836 Olof Ulrich Torsslows sällskap, landsorten

1837 Dramaten H Almlöf (kan vara samma uppsättning som Kung Teat 1919)

1840 24/4 Norrköping Carl Bromans sällskap

1841-1845 30/1 Uppsala teater Pierre Joseph Delands sällskap, landsorten

1849 Karskrona Wilhelm Theodor Gilles sällskap, landsorten

1851 10/12 Malmö Oscar Anderssons sällskap, fd Pierre Delands, landsorten, ö Granberg H O Andersson

1853-1862 7/11 Dramaten ö K A Hagberg H Edward Swartz

1858-1860 landsorten Carl Gustaf Michals sällskap H August Westermark

1860 Dramaten, Nyinstudering ö K A Hagberg H Edward Swartz

1862 28/9 Sundsvall Elfforska sällskapet ö Hagberg r August Lindberg H August Lindberg
1877-1881 landsorten
1879 18/9 Nya teatern Sthlm r Ludwig Jospelson H August Lindberg
1882-84 20/10 Jönköping August lindebergs första sällskap r Lindberg H Lindberg,
landsorten
1884 Kungliga Stora Teatern r August Lindberg H Lindberg
1884-86 Wilhelm Rydbergs sällskap H gäst August Lindberg
1885 Hälsingborg Albert Ranfts sällskap, landsorten
1888-90 Stora teatern r August lindberg H August Lindberg
1891 Göteborg August lindbergs tredje sällskap H Engelbrecht
1893-95 (upplöst i Sundsvall februari 1895)
1895 11/3 Stockholm Wilhelm Engelbrechts Hamlet-turné H Engelbrecht, landsorten
1897 Dramaten r August Lindberg H Lindberg

1900-tal

1901 Axel Collins sällskap H A Collin, landsorten
1905 Julia Håkansson's sällskap H Erik Håkanson (när denne dör 1907 gör August Lindberg
inhopp)
1905-1920 landsorten
24/11 Dramaten r Tor Hedberg H Anders de Wahl (från 1916 Gustaf Molander)
1914-1920
18/4 Stora teatern r Hjalmar Selander
1917 Göteborg
12/10 Lorensbergsteatern r Per lindberg H Gabriel Alv
1920-22 Göteborg
1/9 Svenska teatern r Gunnar Klintberg H Ingulf Schanke
1922 28/4 Sthlm (Dramaten) Gästspel av Konstnärliga Teatern i Moskva

1922 Knut Lindroths sällskap, ny sensationell iscensättning med omdekorationer för öppen ridå, H Knut Lindroth

1926 landsorten

1926-27 4/12 Konserthuset r Per Lindberg H hr Schanche

22/4 Göteborg, gästspel av den engelska skolan Haileybury

1933 Malmö En vuxen lärare spelade Hamlet, tonåringar andra roller

1934 11/1 Vasateatern Stockholm r Per Lindberg H Gösta Ekman

Sthlm, landsorten Allan Rydbergs teatersällskap H Olle Ek

1934 8/10 Göteborgs stadsteater H Gösta Ekman

1935 13/3 Dramaten r Rune Carlsten H Lars Hansson

1942 Riksteatern r Per lindberg H Hans Jakob Nilssen

1943 20/11 Malmö stadsteater r Sandro Malmquist H Gunnar Sjöberg

1945 Varbergs fästningsspel r Kolbjörn Knudsen

1948 10/3 Kungliga teatern, gästspel från Svenska Teatern, Helsingfors, r Gerda Wrede

1948 18/11 Cirkusteatern r Henrik Dyfverman H Stig Järrel

1950 3/8 Blå Hallen gästspel av nationalteatret, Stockholm, r Hans Jacob Nilsen

1951 Norrköpings stadsteater, folkparksturné r Johan Falck

1953 9/9 Göteborgs stadsteater r Bengt Ekerot H Per Oscarsson, (även gästspel på Dramaten 1954, under dec. hoppade Ekerot in som Hamlet).

1953 30/9 Boulevardteatern r Bengt Blomgren H Bengt Blomgren, Sthlm

1955 4/12 Direktsändning från Cirkus r Alf Sjöberg H Bengt Ekerot

1956 16/3 Uppsala stadsteater H Ingvar Kjellson

1959 Varbergs fästningsspel r Lars Engström

1960 Helsingborgs stadsteater ö Björn Collinder r Frank Sundström H Bengt Virdestam

1960 Dramaten r Alf Sjöberg H Ulf Palme

1963 Norrköping – Linköpings stadsteater ö Hagberg r Lars Barringer H Dan Sjögren

Apr/maj Lunds studentteater ö Allan Bergstrand r Ulf Gran H Svante Grundberg

1967 7/9 Stockholms stadsteater ö Erik Lindegren r Frank Sundström H Jarl Kulle

1967 7/9 Folkteatern r Charles Marowitz H Ivar Wiklnader

1969 29/12 Borås stadsteater r Hans Råstam H Rolf Nordström

1970 Riksteatern ungdomsföreställning

1971 27/3 Malmö stadsteater r Lennart Olsson

1974 Dramatiska institutet r Christian Tomner H Anders Linder Skeppsholmskyrkan

1974 11/4 Dramaten ö Allan Bergstrand r Lars Göran Carlsson H Jan Malmsjö

1977 Göteborgs stadsteater r Ola Lindegren & Tomas von Brömsen

1979 10/9 Riksteatern: Gästspel från Old Vic, London

1979 Sthlm gästspel från Lilla Teatern Helsingfors r Benno Besson H Asko Sarkola

1982 13/5 Scenskolan i Göteborg r Sven Wolter H Stefan Sauk

1983 25/2 Riksteatern ö Hagberg, bearbetad av Gunnar Sjögren H Jonas Bergström r Hans Råstam

1983 Uppsala stadsteater ö K A Hagberg r Ulf Fredriksson H Lars Wiik

1985 7/1 TV1 ö Jan Mark r Ragnar Lyth H Stellan Skarsgård

1986 27/3 Pistolteatern ö Erika Appelgren H Thomas Norström

1986 20/12 Dramaten ö Britt G. Hallqvist r Ingmar Bergman H Peter Stormare

1987 26/5 Göteborg, gästspel av Det norske teatret

1988 23/11 Friteatern r Jörgen Bodner H Ori Bäckström (anges som en fri bearbetning av Bodner.)

1989 18/2 Borås stadsteater ö Britt G. Hallqvist r Thomas Muller H Frederik Nilsson

1989 6/11 "Hamlet On One Player" efter Shakespeare, gästspel av Nancy Spanier Dance Theatre USA, Örebro

1989-1990 31/12 Folkteatern i Göteborg ö Jan Mar och Peter Oskarsson r Peter Oskarsson H Tomas di Leva , kallad " Amledo"

1990 15/9 "Hamlet in Noh-style" gästspel från japan Marionettteatern

1991 23/2 Teater Pero "Hamlet- en standup" H Roger Wästberg, spelas fortfarande, härom året även på engelska

1991 14/6 Spegelteatern Gripsholm, ö Britt G. Hallqvist r Peter Böökh Jan Z Zetterlund

1991 23/8 Studiotatern Malmö ö Britt G. Hallqvist r Tore Saether H Richard Kolnby

1991-1993 Strandberg-Zell teaterproduktion r Antia Blom H Mikael Strandberg bearbetning för 2 aktörer

1992 19/9 Riksteatern ö Britt G. Hallqvist r Jan Bergman H Samuel Fröler
1992 30/10 Larssons teatern ö K A Hagberg r Sören Larsson
1993 10/11 "Berättelsen om Hamlet", bearbetad för barn o r Johan Gry, splead av honom och två musiker) Göteborgs stadsteater Angered.
1994 12/2 Västerbottensteatern Jörgen Bodners bearbetning fr Friteatern 1988, r Michael Cocke H Anders Björne
1995 10/6 Teater Blok ö E A Hagberg r Jan Abrahamsson H Johan Lenhoff
1995 11/3 Östgötateatern ö Britt G. Hallqvist r Ralf Långbacka H Rikard Wolf
1995 23/4 Radioteatern ö Britt G. Hallqvist R Harald Stjerne H Björn Kjellman
1995 22/9 Malmö Dramatiska teater ö Björn Collinder r Staffan Valdemar Holm H Sven Ahlström
1996 Husvagnsteatern Malmö r Åsa Söderling H Cilla Pålsson, kallades "Hamletta"
1996 7/9 Västana teater, Karlstad ö Britt G. Hallqvist r Leif Stinnerbom H Anna Jankert även riksteaterturné
1997 21/11 Göteborgs stadsteater ö Bengt Anderberg r Jasenko Selimovic H Peter Engman
1998 5/3 Teater Halland (Hamlet - om vi hinner). Commedia-variant för 4 clown, spelades på turné så sent som 2005.
1999 28/1 Teaterhögskolan i Stockholm ö Britt G. Hallqvist r Lennart Hjulström H delades av flera elever
1999 13/9 Folkteatern i Gävleborg ö Jan Mark, Peter Oskarsson (se 1989) r Tomas Lindström H Erik Ehn

2000-tal

2001 Orienteatern ö Britt G. Hallqvist H Jakob Stefanson r Ulf Friberg, Annika Boholm
2002 Stockholms parkteater, Sätterscenen r Johan Huldt
2003 Ice Globe, Nationella Samiska teatern, Kautokeino, Norge Jukkasjärvi, på samiska.
2003 Angereds teater r Staffan Jonsson
2004 Uppsala stadsteater ö Britt G. Hallqvist r Ole Anders Tandberg H Aksel Morisse
2004 Stockholms stadsteater ö Jan Mark r Philip Zandén H Helena Bergström
2004 Shakespeare på gräsgården r Per Johan Persson & Andreas Lindal H Pontus Plaenge
2006 Östgötateatern Ung Scen/öst Linköping r Olof Hansson
2006 Borås stadsteater r Victoria Brattström H Polly Kisch
2007 Romateatern r Lars Norén H David Dencik - även Riksteater turné
2008 15/3 Dramaten ö Ulf Peter Hallberg r Staffan Valdemar Holm H Jonas Malmsjö