



# INNFALL FRA 90-TALLET

MORTEN HAAVE



# **Innfall fra 90-tallet**

Bok 4 i serien 90-tallet

*Innfall fra 90-tallet*

Morten Haave

PIY Records, 2023

ISBN 978-82-691452-6-7

Coverkonsept: Morten Haave

Cover og bakside er satt av M.H. i Canva

# Innhold

Forord		5
Dataspill	Worms	7
	KKND	14
	GTA	20
Innovasjoner	Skjermsparene	31
	NM i SMS	41
	Online Club	56
	Melissa-viruset	65
	Energidrikker	74
Musikk og kropp	Cypress Hill	84
	Kelly Family	96
	Frykt for hørsel	108
	Barbie-greier	113
	Hype	127
	Wet T-shirt	143
De utskjelte	Buffalo-sko	153
	TV 2s sommer	162
	Uteliggeren	170
Navneregister		173

*Kelly Family er latterlige. Når de  
synger Rock'n roll stole my soul faller de  
ni familiemedlemmene sammen i d ynge.*

– Rune Slyngstad, Nordlandsposten 12.11.1997

Gode og dårlige ting har dét til felles: de begynner med et innfall.

Gode og dårlige ting har noe annet til felles også, nemlig at begge kan oppnå popularitet. Hva som skjer etter det, er høyst ulikt. Noen gode ting får ufortjent kort levetid før de glemmes, mens noen dårlige ting forsvinner idet folk heldigvis innser at dette ikke var noen vits i å drive med. En tredje kategori av saker og ting fungerte overhodet ikke da de ble lansert, men har slått an mange år seinere. Så kan man sitte i ettertid og vurdere vellykketheten ved selve tingen, men også ved mottakelsen av tingene: Var det som ble sagt og skrevet om de ulike tingene, fornuftig eller hinsides?

I denne boka samles innfall fra 1990-tallet, og det er opp til fortolkning hvilken kategori de ulike havner i.

Boka er denne gangen videreutviklet fra bloggformatet, altså en undersøkelsesmåte som er langt fra forskning. Likevel er det forsøkt å bygge ut og trekke visse tråder slik at det ikke blir for singulært selv om det går inn i (smale?) enkelttema. Utgangspunktet er egentlig uansett det samme; nysgjerrighet og spørsmål som dukker opp i hodet om «hvordan var det nå egentlig med ...». Svarene gir en kort innføring i noen underholdningsfenomener, i tillegg til endel underholdning i seg selv.

Palma, 29. september 2023  
Morten Haave

**Melanie Chisholm**

Here is the woman I aspire to be like, when I grow up

Go here to catch a glimpse of the **British Goddess**

**BIOGRAPHY**  
This woman will be there in a few years

Noens innfall fra 90-tallet som er bevart som Angelfire-hjemmeside.  
Hvorfor er ikke cyan skrift på grå bakgrunn mer brukt i dag?

# Del 1: Dataspill

## Der sto de og kunne ikke annet

Worms er en by i Tyskland. Det var i denne byen i 1521 at Martin Luther skal ha sagt «Her står jeg, og kan ikke annet».

*Worms* er også et dataspill, en moderne klassiker. Sjangermessig er det et 2D turbasert taktisk artillerispill, hvor spillavatarene er meitemarker og deles inn i to eller flere lag. Grafikken er tegneserieaktig, og artillerikampen utkjempes med over-the-top-våpen, som i en litt oppskalert versjon av Tom og Jerrys bataljer. Siden *Worms* var turbasert, måtte meitemarkene som ikke hadde tur, pent stå og se på at skadelige forsendelser ble sendt deres vei. (Mange år seinere brukte det originale *Angry Birds* et nokså likt oppsett.) Så der sto de, og kunne ikke annet.

Spillet ble kodet i Amiga og fikk æren av å bli sluppet på den plattformen først. Innen 1996 var *Worms* også portert til «alle» plattformer. Først PC, så Playstation 1, til sist Sega og Super Nintendo. Tilknytningen til Amiga gir hint om at *Worms* verken var utviklet i USA eller Japan, men i et land der Amiga sto sterkt, Storbritannia. Team 17 het studioet som plukket opp spillet fra hobby-koderen som først utviklet spillet som demo. Må ikke forveksles med sanggruppa East 17 fra samme land.

Team 17 hadde stor tro på spillet, og det slo til. *Worms* gikk riktig godt kommersielt. Salget endte visstnok på 5 millioner. Musikeren til spillet er norsk, Bjørn Lynne. Ingenting av dette var selvfølgelig nok til å få norske mainstream-medier til å skrive om *Worms*.

Det var fordi dekingen av dataspill var notorisk elendig. Foreløpig manglet både kvantitet og kvalitet. I stedet levde spillene på folkemunne. Folk<sup>1</sup> fortalte hverandre om spillene, viste hverandre dem og satt ikke minst og spilte sammen. I litt mindre grad skjedde det online, men det var også mulig.

Så fantes det selvfølgelig spill-blader som hadde en viss utbredelse og spilte en viss rolle. Her sto det hvilke spill som kom ut, og gjerne juksekode og annen småhjelp til spillene. Det gjaldt for PC-konsollen, som det i flere år hadde gjort for Amiga og Nintendo. Men jeg vil tro bladene var mest for klokkefårene i vennegjengen. Med det mener jeg at én eller to leste

---

<sup>1</sup> Jeg skreiv nesten automatisk «barn», for voksnes spilling er lite dokumentert. Da jeg hadde arbeidsuke i 9. klasse, havnet jeg på en PC-reparasjonsavdeling hvor de hadde samtaler som: «Hva skal du i helgen, da? Ja, bortsett fra å spille, selvfølgelig?» Før det hadde jeg aldri hørt om voksne som spilte dataspill.

bladene og deretter spredte tipsene videre. Det samme skjedde antakelig da internett begynte å ta over som informasjonskilde.

Norske mainstream-medier antok vel enn så lenge at lesermarkedet for dataspill var for smått. Det var det kanskje også, men det vokste til, og innen et par-tre år fikk avisene løsninger på plass.

En annen faktor kan være at spillerne var av mindre omfattende størrelse enn i dag. Folk var dermed innoen flere forskjellige spill, og vokste i mindre grad fast i hvert av dem. Med begrensninger i teknologien, og ikke minst i måten spillene ble distribuert på, ble spillene laget med relativt mindre å gjøre enn det som er tilfelle i dagens spill. Et eksempel blir at *Worms* kom ut med eneren, toeren og treeren på fire år. For å sammenlikne med *Grand Theft Auto* tok det fem år mellom *IV* og *V*, og det vil ta 11–12 år fra *V* til *VI*. Her har man en kombinasjon av at spillene selvfølgelig tar mye lenger tid å kode, det er langt større bruk av stemme-skuespillere og andre bidragsytere, men også at det er lønnsomt å holde gamle spill gående fordi spillerne beholdes gjennom småjusteringer i form av DLC-er og dripfeeder, sømløst distribuert over nett.



Tekno 4/1995



Som antydnet tidligere ble forholdsvis lite spillkultur fra midten av 90-tallet skrevet opp for ettertida. I avisene finnes det flere rubrikkannonser med folk som ville kjøpe og selge *Worms*, enn det fantes omtaler av *Worms*. Her følger de to omtalene jeg klarte å finne. Den første er *Demokraten* i Fredrikstad sin omtale av PC-versjonen, som anmelderne ga velfortjent karakter 6 D'er:

## Fantastiske meitemarker



**Worms**

**Minimumskrav: 486/33, 4 mb ram, ca. 1 mb HD, 2x CD-ROM, mus, (støtter lyd kort)**  
**Pris: 440.- (+ evt tilleggspakke, 220.-)**

**DDDDDD**

Meitemarkene er her!! Team 17 har virkelig satt alle kluter til og lagd et glitrende spill beregnet på alle aldersgrupper. I Worms kontrollerer du et lag med fire små, søte og rosa meitemarker som hver har et arsenal med ekstremt farlige våpen, bl.a. eksploderende sauer, dynamitt, miner, granater, etc. som brukes til- gjøtt hva? Å utslette motstanderen, så klart. Velg mellom å spille mot Pc'en og /eller kameraene, fra to til fire lag mot hverandre.

Med dette spillet kommer du ikke å kjede deg et sekund: Markene hopper, skyter, skriker, flyr, snakker, faller, dreper- alt under din kommando. Du kan spille på over fire millioner (!!!) forskjellige brett, fordelt på 7 landskap. Selve kategorien er vanskelig å beskrive- en krysning mellom action, plattform og strategi gjør

dette spillet til noe helt for seg selv. Men til tross for spilletts hensikt; det er 100% voldsfritt- lagets helse sees ved hjelp av tall.

Spillet tar virkelig av hvis en legger tilleggspakken, Reinforcements, inn på harddisken. Her får du nye våpen, nye landskap, større frihet til å lage dine personlige lag, og markene dine snakker nå 15 nye språk- inkludert norsk. Beklageligvis er det som oftest altfor lett å slå Pc'en, den virkelige utfordringen oppnår du når du og dine venner spiller mot hverandre. Du kan heller ikke «linke» i Worms uten tilleggspakken, men bortsett fra dette, er det ingenting å sette fingeren på. Dette spillet er det festligste spillet vi har spilt på år og dager, og er vel verdt sine seks D'er.

**V.V. & S.B.**

*Demokraten* 26.6.1996

De to anmelderne sto for en tidvis ekspresjonistisk tekst, som også fungerer på et fenomenologisk plan, og skal ha honnør for det. «100 % voldsfritt» er en litt upresis formulering, men det henviser vel til at skytingen var lite «grafisk».

*Aftenposten* var på sin side kjent for å teste spill etter skippertaksmetoden, gjerne til spesielle «anledninger» som sommerferie og jul. Et annet kjennetegn var at avisa, og det i mange typer tester, rekrutterte tilfeldige bekjente av journalistene til panelet. Det kunne være journalistens barn, deres venner, naboer og lignende.

*Aftenpostens* spilldekning var av og for familiene. I dette tilfellet viste avisas familievennlige profil seg ved at «lærerikk» var ett av kriteriene med poenggiving fra 1 til 10. Og der fikk *Worms* karakter 1, gitt. En mor som ikke var med i testpanelet fikk også komme med sin kommentar. Den var negativ.

I tillegg ble det nevnt noen uspesifiserte problemer med å kjøre spillet. Det var litt typisk for *Aftenpostens* manglende spillinteresse at de rigget til testen med utstyr som ikke holdt mål. I samme test fikk det gode gamle fotballspillet *CM2* ikke karakter, fordi spillet knelte allerede før første kamp skulle spilles. 486-PCen klarte ikke utfordringen. Rett skal være rett; da testen fant sted var det fortsatt to år til undertegnede fikk PC i det hele tatt – med internett et par år etter det igjen. *Aftenposten* 17.12.1995

## Worms

Team 17 - Anbefalt alder: Alle  
Ca. pris: 499,-

**3,8**

### Hva handler det om:

En haug med tungt bevæpnete ormer som skyter/fanger sukkertøy, drikkevarer etc. Ormene beveger seg i ulike landskap. Men kom ikke så langt i spillet på grunn av problemene med å få det til å virke.

### Karakteristikk:

Håkon: Litt merkelig, men ganske morsomt spill! Likevel ikke så morsomt som *Kings Quest V* og *VII*. Liv (mor): Virker ikke så fryktelig spennende. Og hvorfor må det være så mye skytevåpen og sprengstoff?

### Vurdering av spillet:

1 = Absolutt ikke. 10 = Ja, absolutt.

Spennende:	6	Enkelt å spille:	3
Interessant:	3	Underholdende:	8
Lærerikk:	1	Verd prisen:	2

### Minimumskrav på pakken:

386 DX/33 MHz, 4 MB RAM.

### Installasjon:

Ca. 5 minutter med hjelp av mor. Ikke vanskelig å installere og spille første gang, men problemer med å få spillet til å virke senere

### Testet av:

██████████ (9 år)

På PC: Pentium 75,  
8 MB RAM, Windows




Spilljournalistikken i vanlige norske aviser tok seg opp i de kommende årene. I januar 1998 ansatte *Dagsavisen* en fast anmelder av dataspill. Håkon Hoffart hadde nettopp fått sparken som barnefilmanmelder i *Film og Kino*. Grunnen var at han var blitt for gammel. 13 år. Klart barnefilmer må anmeldes av personer med et litt mindre herdet blikk.

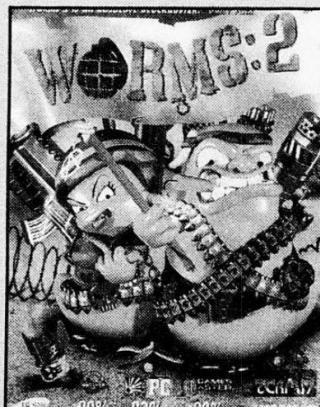
I stedet sysselsatte Hoffart seg med å drive «Håkons hjemmeside», med diverse nettspill og animasjoner. De høykulturelles favoritt Kim Hiorthøy var på plass som forbilder innen illustrasjon. Hoffart drev med forskjellig annet innen underholdningens verden, og nå boltret han seg altså også i avis som spillanmelder. Alt dette trekkes fram fordi *Worms 2* var den første anmeldelsen som kom på trykk under Hoffarts regime.

Nå ble det ordentlig dekning, i *Dagsavisen* i hvert fall. I 1999 ble det forhåndssak og deretter en anmeldelse av *Worms Armageddon*. Riktignok sviktet de fleste andre presseorganer også denne gang. I årene etter dét er

en og annen anmeldelse av *Worms 2* og 3 å finne, herunder tekster i *Drammens Tidende* og den litt trauste *Hjemme-PC*. *Dagbladet Fredag* slo til med en anmeldelse av *Worms 2* til terningkast 6. Anmelderen lurte på om det å ha med landminer var «en smule politisk ukorrekt», samtidig som teksten begynte med disse ord: «I dagens jungel av spill av svært varierende kvalitet stikker dette seg ut som en neger i Frp».

# Rosa herlighet

CD-ROM: <b>Worms 2</b>		
For:	PC	
System-krav:	<b>Pentium 75, 16 MB RAM, Win 95, 2xCD.</b>	
Pris:	<b>499,-</b>	



I dagens jungel av spill av svært varierende kvalitet stikker dette seg ut som en neger i Frp.

Du styrer små rosa marker som skal drepe motstandsmerkene, og du har et imponerende stor våpennarsenal til rådighet: Granater, skytevåpen, bananbomber, sauer, napalm, gamle damer, miner (en smule politisk ukorrekt?) og gale kuer. Og midt i den bisarre og svært voldelige handlingen makter de rosa merkene å være både morsomme og søte. Morsomme og søte marker

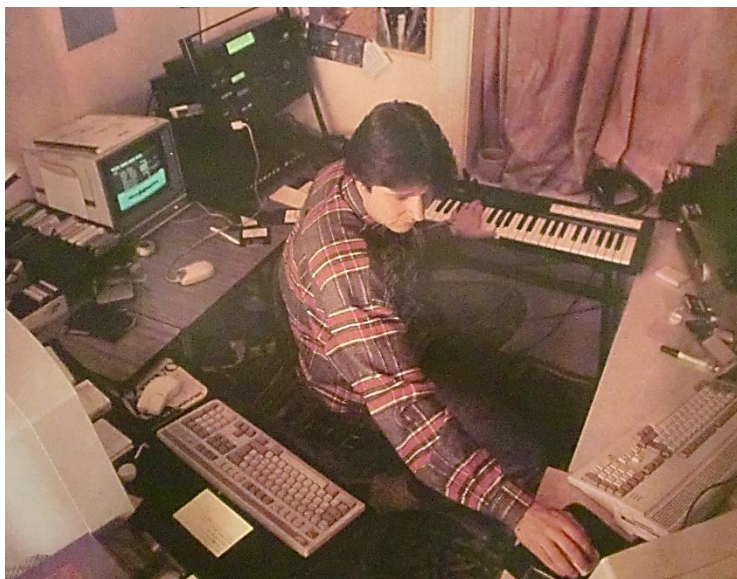
med bazooka? Ikke spør meg hvordan de har klart det.

Spillet varer lenge, da det er utallige varianter å spille. Alle regler kan forandres og landskapet kan du til og med lage sjøl hvis

*Dagbladet Fredag* 9.1.1998

Spilleren kunne modifisere *Worms 2* på forskjellige enkle måter. Først har man jo lagene med sine avatarer, som kan gis alle slags navn. De kan kalles opp etter superhelter, kjendiser eller naboer. Brettene endres ved å regulere vind, vannstand og mengden med statuer i landskapet. Egenskaper ved våpnene kan modifiseres til å bli enda mer OTT. Hvis man fant fram til lydmappa og forsto hvordan systemet med lyder og replikker var lagt opp, kunne man spille inn egne replikker som meitemarkene skulle si når de fyrte av, traff, bommet og så videre. Det må vel være toppen av nerding.

Hvorvidt jeg selv satt og lagde mine egne lyder i *Worms 2*, er et tema vi godt kan hoppe over. La oss heller slå fast at *Worms 2* hadde ganske høy spillbarhet, og det samme med oppfølgeren *Worms Pinball*. Selv falt jeg av før treeren kom, det vil si på ungdomsskolen. Årsaken kan ha vært så enkel som at jeg ikke gadd å betale for spillet, og heller valgte andre titler. Slike sære hensyn spilte også inn i spillkulturen fra 90-tallet, som inneholder mye rart, hvorav nesten ingenting er skrevet ned og mye er glemt. Men det er rart med det. På en bussholdeplass her om dagen var det en mann som begynte å snakke til meg om flysimulator-spill. Hvorfor husker jeg ikke, for jeg utstrålte neppe noe som kunne tolkes som interesse for denne spillsjangeren. Men for ham sto den helt sentralt. Det viser bare at flere burde bidra til å grave fram mest mulig av denne kulturen.



Bjørn Lynne, *Tekno* 7/1994

### **Bjørn Lynne**

Overfor er det nevnt at ingen aviser interesserte seg for at musikeren i *Worms*-spillene var norsk. En publikasjon som prøvde å ta igjen det tapte, og vel så det, var databladet *Tekno*. Der ble Lynne profilert flere ganger som musiker, han skreiv en spalte med opplæring i elektronisk musikk, var spillanmelder og rapporterte fra Team 17 mens de holdt på å lage *Worms*.

Akkurat som briter som startet å kode *Worms*, var Lynne en virtuos på Amiga. Han var framtreddende i den såkalte demoscenen, som besto av entusiaster som lagde Amiga-innhold for et internasjonalt publikum. I en periode var han med i Amiga-musikkgruppa Crusaders i et kollektiv på Skøyen. «Med mer enn 300 enkeltstående musikkmoduler for Amiga på samvittigheten var Lynne en av de mest produktive og mest brukte musikere til Amiga», fortalte *Tekno*.

Dette med «mest brukte» innebærer også at mange av sangene ble «regelrett knabbet» av spillprodusentene. Parallelt med arbeidet i Team 17 ga han ut elektronisk musikk som han solgte for egen maskin.

I *Worms*-serien holdt Bjørn Lynne fortet til og med *Worms Forts* som ble gitt ut i 2004 og *Worms 4* i 2005. *Catch the Sperm 3* er også på lista over spill hvor Lynne har gjort lyd-arbeid. I tillegg til alle spillene regnes flere *Worms*-titler som utgitt på CD. Det er jo også noe å sette på i lystig lag.

## Krushed

**Utvikler man et dataspill, er og var det ingen automatikk i at det skulle slå gjennom. Hvordan var sjansen i Norge når spillet ble anmeldt bare i en avis, og den anmeldelsen sa terningkast 1?**

Vel, *noen* prøvde selvsagt spillet. Men gravinga måtte starte ganske langt bak i hukommelsen. Den tar meg tilbake til slutten av barneskolen, da jeg og «L» ofte satt hos ham og spilte dataspill. Det gikk i titler fra denne tida som huskes relativt godt, som *Worms*, *CM2*, *Red Alert*, *Tiberian Sun*, *Warcraft 2* og *Unreal Tournament* – men i tillegg var det noe med bokstavene *KKND* inni der. Forkortelsen er vanskelig å gjette seg til: *Krush Kill 'n Destroy*.

For å komme videre i spørsmålet om hva *KKND* var, om det hadde livets rett og ble bedømt rimelig av datidas kritikere, får hukommelsen godt med hjelp av Youtube hvor det selvfølgelig ligger en video av at spillet gjennomføres i sin helhet. Fram fra denne trer flere grunner til at spillet er ganske glemt i dag. Spillopplevelsen er repetitiv til tusen, og originaliteten tvilsom. Bortsett fra de mange glitrende tilfellene av tørr humor.

### **Dune, dude!**

*KKND* er et real-time strategy-spill (RTS), bestående av basebygging og angrep mot motstanderens base. Landskapene er særlig inspirert av *Dune*-serien og *Command & Conquer: Tiberian*-serien, og spillmekanikken likeså. På denne tida oppsto rett og slett «Clone & Conquer» som kallenavn på en smule uoriginale RTS-spill.

Som hos forbildet bød *KKND* på en AI som etter dagens standard er skral med slett pathfinding. Samtidig var flere av de gode elementene i «originalene» tilsynelatende sett på som unødvendige, som et greit kart over spillbrettet. Balansen mellom de to lagene i *KKND* er visstnok heller ikke den beste. Men i designet av bygningene til den ene faksjonen, se der tar det seg opp. Å kalle det futuristisk blir feil, det er mer atavistisk, en design som kanskje rett og slett befinner seg utenfor tid og rom. Litt voodoo og litt populærkulturelle forestillinger om mutasjoner.

Lydsporet er ikke langt unna Amiga-nivå. Og det er en god ting. Selv om også det taper seg betraktelig etter noen timers lytting.

Så er det dette med cutscenes. *Command & Conquer*-serien satsa på kult-optredener av mer eller mindre meritterte skuespillere. En som het Joe Kucan ble gjennomgangsfiguren Kane, og fikk sin skuespillerkarriere

definert av det. David Hasselhoff dukker opp i *Red Alert 3*. Tror du han rykker opp fra visepresident i USA fordi den forrige presidenten ble avslørt som robot? Cheesy replikker og kostymer hører med, kanskje litt plump flørtning også.

De australske utviklerne av *KKND*, Beam Software, la seg på omtrent samme linje, bare på enda lavere budsjett enn *C&C*. Her er bare en person som ser inn i kamera, uten handling rundt. I disse videoene har faksjonene fått påspandert hele to karakterer hver. Men karakterene er mer eller mindre komiske, og enda bedre er beskjedene på siden av filmen, sendt ut av «kommunikasjonsavdelinga» til faksjonen du spiller. Det er faktisk verdt å kikke litt på spillet bare på grunn av dette.

Et tips fløt inn om at spillmanualen inneholdt like tørr humor. Manualen ligger ute på nett, og tar for eksempel for seg bakgrunnshistorien i spillet:

EARTH: WHAT THE HELL HAPPENED?

THE PAST

It's unclear who threw the first stone, but in any case it was a big one with «Warning—Nuclear Device» plastered all over.

Det er en fin innledning. Mange tanketråder kan spinnes ut ifra dette!



Kort sagt er historien den at de fleste mennesker forsvant i en atomkrig, men en minoritet delte seg i to: de som gjemte seg under bakken og overlevde på marginene der – Survivors – og de som fortsatte å eksistere på overflaten, bare i litt mutert form – eller Evolved som de kaller seg selv. De sistnevnte bygde sitt samfunn på menneskets mer primitivistiske tilbøyeligheter, men klarte i hvert fall å temme en del dyr som aldri før hadde vært temt, angivelig fordi dyrene hadde mutert. Et av dem var mastodonter, som plutselig begynte å eksistere igjen «due to an Ice Age/Nuclear Winter similarity». Hva var vel mer naturlig enn å mønstre disse vesenene inn i Evolved-hærens rekker sammen med ulver, gigantiske skorpioner, biller, krabber og veps.

En annen ting katastrofene gjorde var å tilføre utrolig mye sand, slik at landskapet i det som engang var havnebassenget i New York ser slik ut:



Videre gir manualen en liten opplæring i hvordan spilleren skal behandle spillet, som begynner slik: «Unless you're one of those smart ass kids who beats everyone at every game without ever cracking a manual, you probably should at least skim this section before getting started». Teksten er full av referanser, springende ideer og malapropos. Når det står om å samle ressurser som finnes på stedet, en mekanikk alle RTS-spill har, skal man bruke ressursene på å bygge og reparere ting, og «possibly even buy a European sedan and take an interest in dressage and small, rat-like dogs».



Veteran-units er også velkjent fra lignende spill, men kom ikke til C&C før i 1999. De andre spillene har neppe forklart det på denne måten i sine manualer heller, slik *KKnD* gjorde det: «If a unit has been in enough action, they'll learn things like 'Oh, so bullets can actually KILL you?' and 'Oh, so under a tank is a BAD place to be?' These units (people, animals, and vehicles) get some smarts and soon become Veteran units».

I tillegg til humoren finnes det et element man ikke ser i for eksempel C&C-serien. I flerspillermodus kunne det endres underveis i spillet hvem som er alliert med hvem. Som en ensidig handling kunne en spiller beordre sitt lag til å slutte å angripe det andre laget. Kanskje gjør motspilleren det samme, kanskje ikke, og kanskje danner motspilleren en allianse for å så bryte den på et selvvalgt tidspunkt. Spillmanualen innrømmer at det er mulig med allianse i en 1-mot-1-trefning, altså at det ikke lenger finnes noen fiender. Skylda legges på en hippie blant koderne.

### Kritiske kritikere

Aslak Borgersrud skreiv ikke på rim da han ble satt til å anmelde *KKND*. Så syntes han heller ikke at spillet var særlig rimelig. Det ble et terningkast 1. I Borgersruds spilløyne hadde *KKND* ingenting å by på i det hele tatt, sammenliknet med spillets egne forbilder. «Historien er egentlig det beste og mest originale med spillet i det store og hele. Bortsett fra den er nemlig *KKND* en utilgivelig kopi av de langt bedre konkurrentene i genren».

Spådommen hans om at spillet «kommer til å være glemt i løpet av noen ytterst få måneder» stemte på mange måter. I hvert fall fram til det kom en bok som omtalte spillet; denne.

Rett skal være rett. Spesialistmedia er også med i bildet, og noen fikk kanskje med seg at *KKND* ble anmeldt i bladet *Tekno*. Her ble mottakelsen en ganske annen, 91 %, eller terningkast 6. Hvordan går det an å se på et spill så forskjellig?

Anmelderen Håkon Ursin unnlot ikke å få med seg at *KKND* var «enda et spill i Warcraft- og Command & Conquer-sjangeren». Dette var Steen fullt klar over, men skrøt av SVGA-grafikken. *KKND* var ikke absolutt perfekt, men hele veien ble en negativ ting veid opp av noe annet som var positivt. Musikken var så enerverende «at du til slutt



begynner å like den». Skuespillerne i cutscenene «virker slappe» og uinspirerte, men: «Heldigvis piffes det hele opp av en drøss ganske crazy meldinger som flagrer forbi på skjermen».

Først og fremst ble KKND «et fascinerende spill» på grunn av «de mange forskjellige strategier du kan bruke i angrep. Her er det full mulighet til å prøve ut strategier med f. eks. flankeangrep eller avledingsenheter, snikskyttere og sabotører». Et strategispill med strategier – godt å vite!

I hjemlandet Australia og særlig i hjembyen Melbourne fikk *KKND* god omtale. Avisa *The Age* skreiv flittig om spillet. Det ble slått fast at utviklinga av *KKND* begynte fordi «the staff at Beam had a problem. They couldn't stop playing a war-style game [...] called *Command and Conquer*». Sjefen kom fram til at gjengen ganske enkelt måtte sysselsettes med å lage sin egen RTS. En anmelder innrømte at handlingen var så som så, men grafikken måtte beskrives som «stunning» og «awesomely detailed», som kunne motvirke en australsk underlegenhet i populærkulturen, «the great Australian 'cultural cringe'». *The Age* endte med å rangere *KKND* en halv karakter høyere enn både *Warcraft 2* og *Diablo*.

**Krush, Kill 'n Destroy is great real-time strategy game**

The year is 2079. Nuclear war has destroyed most of the land and people. After 50 years, two groups remain: The Survivors and The Evolved. The Survivors went underground while The Evolved stayed on Earth's surface. War breaks out when The Survivors emerge from their underground hideouts in search of oil and food. Your goal is to control the world's oil supply by using your strategic knowledge to place military units and win battles.

straight for my base and oil rig. In fact, the artificial intelligence is the most impressive aspect of *KKND*. It challenges your real-time strategy skills with multiple engagements that make it tough to keep track of the ongoing battles. While the artificial intelligence in the classic real-time strategy game

**TEST TUBE**

*The Arizona Daily Star 7.4.1997*

## Oppfølgeren

Som i andre RTS-spill med flere faksjoner, kan jo spilleren føre hvilket som helst av lagene til seier, men bare et av utfallene er *lore*. I dette tilfellet er den offisielle versjonen at Evolved slo Survivors nok tilbake til at sistnevnte gjemte seg under bakken igjen. Her holdt de seg ikke i 40 dager og netter, men 40 år, før det var på tide med en ny runde. Dette framgår av storyen i spillets oppfølger, *KKND 2: Crossfire* fra 1998.

Her skal Survivors – de av overleverne som fortsatt har overlevd – slåss mot Series 9, en robothær som dukket opp. Dette var jordbruksroboter som ble omprogrammert av all den kjernefysiske strålingen. De utviklet også følelser og meninger. En nærliggende sak som jordbruksrobotene måtte ta

stilling til, var at all krigingen ødela jordbruket verden over. Da hadde ikke robotene noe å jobbe med lenger, noe de så seg nødt til å søke hevn for.



*Hjemme-PC* fastslo at *KKND*-salget «ikke tok helt av i Norge», men «opnådde en relativt stor suksess» og at toeren kunne bli bra saker.

Styrelederen i utviklerselskapet skrøt også av at framskrittene var store på for eksempel pathfinding. Offisielle sider for begge spillene finnes fortsatt, og på [planet.kknd2.com](http://planet.kknd2.com) ligger en slags dagbok om produksjonen av *KKND 2*. Alt skulle bli så kjempebra. Referenten hadde et levende blikk for flotte små, detaljer i spillet – som for de fleste forsvinner i den monotone helheten. Det er få konkrete tegn på at *KKND 2* ble særlig utbredt. Igjen er det flere grunner til dette.

Noen av dem: Grafikken henger igjen i 1995. Oppdragene er noget ensformige. Musikken holder seg ganske dårlig når den står på i flere timer. Oppdrags-briefingene har beholdt de morsomme meldingene, men droppet de få skuespillerne som hadde vært med i eneren. Budsjettet var slanket, og cutscenene besto derfor kun av datagenererte ansikter.

Bevarte nettsider viser at spillere organiserte seg i klan, som i dette tilfellet vil si at de oppga kontaktinfo og når de kunne tenkes å bli med på en økt med multiplayer. Seinere har det blitt opprettet en Discord-server. Så det fantes spillere, og med dem en spillkultur. Den er ikke like begravd som Frihetsgudinnen på bildet ovenfor. Men heller ikke like kjent.

Og *KKND 3* ble kansellert.

## Liberty City hardcore

Grrrrrrrrrrand Theft Auto! Det er det første spilleren hører når hen for første gang slippes fri i gatene i Liberty City. «Grand theft auto» betyr biltyveri på norsk, men dataspillet med samme navn består av så mange, mange andre lovbrudd i tillegg til dette. Nærmere bestemt tilhører *GTA* sjangeren kriminalitetssimulator, og bidro til å popularisere denne, fra og med slippet av det første *GTA*-spillet i november 1997.

I korttekst tok spilleren rollen som en sivil som skapte mayhem mot andre sivile, mot organiserte kriminelle og politi. Så oppsto det vel en moralsk panikk i forbindelse med lanseringen? Nei, faktisk ikke. Spillanmeldere forsvarte den hensynsløse handlingen, og politikerne koblet seg ikke ordentlig på før *GTA* ble et 3D-spill noen år seinere.

### Mot reglene

Det originale *GTA* var såkalt top-down og fant sted i relativt åpne by-brett, modellert på New York, Miami og San Francisco. Med åpent brett menes det at spilleren kan velge mellom å gjøre oppdrag eller å samle poeng og penger på en mer impulsiv måte. Spilleren skaper kaos som sjåfør av stjalne biler eller med et utvalg av fire forskjellige ildvåpen. En del ekstra bonusmuligheter finnes også, men skal ikke forklares i langdrag.

Et barndomsminne for undertegnede består i å kjøre rundt i byene og *følge trafikkreglene*, nærmere bestemt til de tider da en forelder sto bak ryggen og betraktet spillet. Men for å si det enkelt, er det å *ikke* følge lover og regler som spilleren faktisk får poeng for. Visste de voksne egentlig nok om hva *GTA* hadde for slags innhold?

### Hva selger vi her, egentlig?

Sjefen for Spaceworld Tønsberg opplevde å selge mange *GTA*-spill, uten å skjønne «helt hvorfor». De i butikken visste nemlig ikke hva spillet handlet om. Ikke før de satte seg ned for å sjekke. En kort gjennomgang av handlingen etterlot butikksjefen «hoderystende». Burde ikke spillinnhold som dette reguleres bedre? Flere sjefer for Spaceworld-filialer ble intervjuet, og han i Sarpsborg ønsket bindende aldersgrenser på dataspill.

I Norge fantes det jo aldersgrenser på spill, men grensene var bare anbefalinger. Med andre ord var det ingen lov som bestemte at barn under aldersgrensa ikke kunne kjøpe spillene. Hver enkelt butikk kunne operere ut ifra skjønn og eventuelt finne på sine egne regler. Eventuelt kunne de la være å følge *noen* slags regler, og bare ta imot pengene. Nettopp dette ble

diskutert da offentligheten «oppdaget» at GTA var en kriminalitets-simulator, og bød på et enda mer omfattende kartotek av lovbrudd enn det reine hit-n-run-bilspillet *Carmageddon*.

**NOW EVEN THE PRICE IS A STEAL!!!**

# GRAND THEFT AUTO

★★★ **“Makes Boyz N the Hood seem like an After School Disney Special” -CNN** ★★★

**PlayStation 2** 

*You're a low-level street hood, working your way up the corporate ladder of crime, taking on 200 missions in order to show the crime bosses what you're capable of. Car-jacking, Mob-Hits, Random Assault. All on your first day! An Equal Opportunity Destroyer.*

**Now also available: for the first time ever on PlayStation game console. Mission Pack Technology!**

 **Take a Trip to London**

It's London, 1969. The swinging '60's meets the psychotic '70's. You are a stylish hooligan entering a new decade of grievous bodily harm, car-jacking, and general thuggery. Awaiting you are 32 new missions, 30 new vehicles, and unlimited criminal opportunity.

GTA MISSION PACK REQUIRES ORIGINAL GTA GAME DISC TO OPERATE.

[www.GTA-LONDON.com](http://www.GTA-LONDON.com)

**PlayStation 2** 

PlayStation and the PlayStation logo are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved. The Rockstar logo, GTA London, and the GTA London logo are registered trademarks of Take Two Interactive Software, Inc. ©2004 All rights reserved. The Lutopia logo is a trademark of the Lutopia Digital Software Association.






Dataspill var fortsatt litt undergrunn. I Norge fantes neppe en eneste reklame for GTA. (Reklamen overfor er fra subkultur-bladet *Thrasher*, og sto

på trykk våren 1999.) I stedet spredte *GTA* og andre spill seg gjennom at barn og unge anbefalte det til hverandre. Nytt siden *Worms* kom i 1995 var at CD-brenning ble mer utbredt. Det var slik jeg fikk mitt *GTA*-spill.

Om kopien stammet fra et originalspill, brent hos en eller annen nabo eller tremenning, vet jeg ikke en gang. Før fullversjonen kunne klaskes i bordet hadde vi i hvert fall prøvd *GTA* i demoversjon, hvor spillet avsluttet seg selv etter et par jobber.

I tillegg til hjemmekopiering var internett var også inne i bildet. Små addons eller patcher fikk nye og stolte eiere via modem. Filene fikk lett plass på en floppydisk (lagringsplass 1,4 megabyte) og la til småfunksjoner i spillet, som speedometer eller ekte bilnavn. (*GTA* har unngått ekte bilnavn for å slippe å lisensiere merkenavnene.)

### **Anmelderne på plass**

Men dataspill var tross alt ikke så undergrunn lenger. De fleste større aviser i Norge trykte hver sin anmeldelse av *Grand Theft Auto*. Mye hadde skjedd siden 1995, da et spill som *Worms* ble lansert og mer eller mindre ignorert, som beskrevet i kapittel 1. Avisene hadde trolig merket en etterspørsel etter spillstoff, og løste det på sin måte.

Opgaven med å anmelde dataspill gikk trolig sjelden til folk over 25. I motsetning til et musikkalbum eller en film, er det tross alt ikke bare å trykke på play, og ta inn det som tilbys. Man må beherske progresjonen i spillet for å se hva spillet inneholder, en åpenbar barriere for pressens mer etablerte kulturkritikere. Resultatet ble derfor mange unge spillanmeldere, som kanskje brakte med seg et relativt avslappet forhold til dette med moral. Sagt på en annen måte lå det ikke i disse spillanmeldernes lodd å starte moralske debatter om *Grand Theft Auto*.

### **– Ja, ja, ja!**

Under vignetten «Nerdene anmelder» framholdt Leiv G. Lie i *Rogalands Avis* at *Grand Theft Auto* var «forbaska moro» og «ganske festlig» å gå amok i. Spillet «action og politisk ukorrekt moro» var appellerende, men ikke nødvendigvis i mange timer. Spillet ble med andre ord litt repetitivt. I tillegg trakk utseendet ned, formidlet med klare ord: «Grafikken suger. Skjermbildet ser ut som et åtte år gammelt pc-spill».

Det samme sto i *Østlendingen*. «Er det noe å kritisere, så er det grafikken. Byen sees ovenifra, og er ikke spesielt pen». Likevel ble det terningkast 5. Den østlandske spillanmelderen Jeremy lot seg rive med av fribilletten til å lage kaos i en relativt åpen verden:

Vil du råkjøre gjennom parken, greit! Vil du kjøre feil vei i enveiskjøring og skape totalt kaos? Bare gjør det! Spreng en barneskole i lufta? Hvorfor ikke! Vil du meie ned en messende Hari Krishna-prosesjon? (Ja, ja, ja!) Just do it! Friheten er enorm!

Det er to feil i dette sitatet. Barn finnes ikke i *Grand Theft Auto*-universet, og det er ikke mulig å sprengre bygninger. (Derfor stemmer heller ikke *Dagens Næringslivs* påstand om at man «får poeng for å selge narkotika i barnehager». Heller ikke *Klassekampen* var helt på ballen ved å hevde at spillet inneholdt «seksuelle utfordringer».) Men det som står om hare krishna stemmer. Mon tro om personer som tilhørte denne sekten leste teksten, og hvordan de i så fall reagerte på anmelderens «Ja, ja, ja!».

Den ekspresjonistiske stilen til Jeremy, og andre, kan kanskje kalles et innovativt bidrag til kritikkjangeren. Også *Jærbladet* var på språklig oppdagelsesferd i sin anmeldelse, som startet med å fastslå at spilleren hadde «sjansen til å være den totale drittsekk». Terningkast 5 måtte det åpenbart bli. Utenom de gitte oppdragene kunne spilleren boltre seg:

Du kan også gå rundt å være 'stygg' med befolkningen. Er du for 'stygg' får du politiet 'på nakken'.

Uformelt språk hos anmelderne gikk også igjen i *Stavanger Aftenblad*:

## Margråtten godt bilspill

### GRAND THEFT AUTO

DMA/BMG  
Action  
Ps. 18 år som

😊 Julaften er endelig over, massen sover og vi slipper å late som om vi er snille de nærmeste 11 månedene.

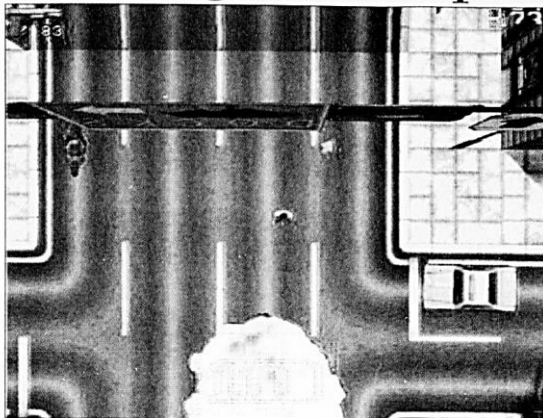
Er du sur på myke julegaver, nytt, stressomt arbeidsår i vente, hater du at gaven du kjøpte før jul koster halvparten på salg, sluttet du å røyke eller spise fet mat for et par dager siden?

Ikke vær siem mot dem du kjenner. Ikke tygg negler. Her er tranflasken. Alt blir bra igjen.

*Grand Theft Auto* er laget for av-reagering. Så blir vi snille mot barn og dyr etterpå.

GTA er et spill fullstendig fritt for moral, det er margråtten, stygt og blant de titlene som gir pe-spill et dårlig rykte. Det burde komme med et 18-tall i en rød ring over hele coveret og smekk på fingeren til alle småinger som såvidt berørte det. Tilhengere av sensur vil skrike med frådende kjef og rope på bannlysning.

Dem om det. For det er synd og syndig, men GTA er rett og slett døds morsomt.



Grafikken er ikke mye å skryte av. Men BOM, så morsomt det er!

At spillbarheten var høy, sa *Stavanger Aftenblad* seg enig i, og det var ikke så altfor farlig å kjøre ned prosesjoner («joggere», pleide vi å kalle dem). Det var heller noe som trakk opp.

For øvrig var omtrent alle svært fornøyde med lydene i spillet. Folk syntes det var kult med ulike bilradioer, hvor det sto på ulike musikkanaler alt ettersom man stjal en sportsbil eller en pickup. Enkle lyder fra politiradio ble slått på når spilleren økte sin wanted-level. Sangene på bilradioen var laget på huset hos DMA Design, også her for å spare eventuelle royalties. Særlig fikk sangen «Joyride» en mini-ikonstatus. Seinere har lyd-aspektet i *GTA*-serien ekspandert voldsomt. Radiokanalene er utvidet, sanger er lisensiert, ekte radio-DJ-er og bataljoner med stemmeskuespillere hentet inn. Det originale *GTA* blekner i forhold, men det gjorde også budsjettene for det første spillet kontra de nye.

### **Moraldebatt?**

Vi er likevel ikke helt ferdige med å se på diskusjonen av voldsaspektet i *GTA*. Flere trakk fram at fugleperspektivet på det hele virket litt distanserende til volden som ble utført. Det gjaldt blant annet i to større konservative aviser, *Aftenposten* og *Adresseavisen*. «Om spillet er skadelig? Til det er grafikken for dårlig og virkeligheten for langt unna. Dette er ikke stort verre enn å leke med biler», som *Adressas* anmelder formulerte Klaus Sonstad seg. (Både han og *Aftenposten* var begge litt mer forbeholdne til kvaliteten på *GTA*, med hvert sitt terningkast 4 der de fleste kritikere ga 5.) Også for svenske *Expressen* var grafikken med den enkle og fargerike streken med på å svekke realitetsfølelsen:

«Vad som räddar det här spelet – det är definitivt inget spel för barn – är att grafiken är serietidningsaktig. Poliser, skurkar och förbi-passerande känns inte speciellt verkliga. Händelserna i spelet är rätt så långt ifrån någon verklig situation. Anvisningarna får man på telefon och det känns som att vara mitt inne i en gangsterfilm när man susar runt i städerna i jakt efter bov-poäng».

Andre anerkjente at moralen var meget slett, men la det hensynet til side. *Dagbladets* Magnus Nome – han vi også møtte i *Worms*-kapitlet – syntes at *GTA* var «storveies» og «rätt», og følte adrenalinet pumpe «vilt». Steinar Brandslet i *Stavanger Aftenblad* skreiv at «*GTA* er et spill fullstendig fritt for moral, det er margråttent, stygt og blant de titlene som gir pc-spill et dårlig rykte». Karakteren ble et stort smilefjes. For øvrig var ingen mer tidsriktige i karaktergivingen enn *Fredriksstad Blad* som ga et terningkast :-).



Noen hadde større kvaler. *Bergens Tidende* kalte GTA «et av de moralsk mest tvilsomme spill som noengang er utgitt». Enkelte hadde protestert mot innholdet i spillet, og det «med rette». Anmelderen mente samtidig at spillbarheten var meget bra, så det var «synd at et så vellaget dataspill har et så moralsk forkrøpelt og destruktivt innhold».

# DIRECTOR'S CUT

GRAND THEFT AUTO + GTA, LONDON 1969\*

## TWO GAMES, TWO COUNTRIES, NO RESPECT FOR THE LAW!


Play the games  
they've tried to ban.

For less than the price of a normal game, become part of gaming history. Let multi-award winning *Grand Theft Auto* take you on every classic car chase you've ever seen, as you prove you're one bad mutha. Blaze your own trail across urban America. "Borrow" any car, go anywhere, shoot anything.

Then take a trip to *swinging London in 1969*. Prove you have the criminal skills to dominate on two continents. Big Ben, Buckingham Palace, The Houses of Parliament, Car Jacking, Gun Running, and Grievous Bodily Harm.


Sounds like a great vacation.

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★









THE DIRECTOR'S CUT

Grand Theft Auto + GTA London 1969



"Makes Boyz N the Hood seem like an  
After School Disney Special" -CNN

PlayStation and the PlayStation logo are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. All rights reserved. The Rockstar logo, GTA, London, and the GTA London logo are trademarks of Grand Theft Auto. Electronic Arts, Inc. © 1999 EA. All rights reserved. The EA logo is a trademark of the Electronic Arts Software Association.

Thrasher 6/1999

### **Tråder til andre medier**

Samtidig sørget *Bergens Tidende* for en verdifull kontekstualisering av *GTA* ved å sammenlikne spillet med filmen *Pulp Fiction*. Sammenlikningen gikk riktignok ikke så dypt. Filmen og spillet hadde det til felles at anmelderen «skammer meg over å synes at vold kan være morsomt».

Samme Tarantino-film ble trukket fram i *Klassekampen*. Her sto en kommentarartikkel om at nye medier hadde lettere for å la hovedpersonen være skurk, og tjene på det hos publikum. Det representerte en frigjøring fra heltennarrativene i tradisjonell film, hvor blant annet Hollywood lenge hadde formelle, selvpålagte krav (Hays Code) som tilsa at antisosiale karakterer ikke fikk ende som vinner i filmene. Utviklinga ble konstatert mer enn kommentert.

Et slikt perspektiv var altfor ufarliggjørende, mente kybernetiker og yrkesdebattant Trond Andresen. Han beskyldte *Klassekampens* journalist for «kulturnihilisme» og å holde en resignert tone overfor kulturelt forfall. Andresen syntes man måtte kreve mer av «sosialistisk kulturjournalistikk ved årtusenskiftet». *Klassekampen* måtte slå et slag for mer positive verdier enn *GTAs* volds-lek. Omtalen av spillet var derfor en skandale og burde rett og slett føre til et vannskille i *Klassekampen* og en definering av «hva som bør være venstresidas moral- og verdisyn».

At omtrent ingen kritikere ga negativ omtale av *GTA*, ble også forsøkt veid opp av medieforskere. Knut Augedal og Jo Singstad ble intervjuet, også det i *Klassekampen*. Uten å begrunne sin mening i noen særlig grad, brennmerket de *GTA* som «et veldig dårlig spill». Populariteten skyldtes kun at diverse advarsler mot spillet hadde gitt kultstatus, ifølge disse unge forskerne.

Et interessant moment i denne debatten er at utviklerne i DMA Design egentlig begynte å lage spillet som en politisimulator ved navn *Race 'n Chase*. Underveis i utviklinga ble spillerens rolle endret fra lovoppretholder til kriminell. Det demret at politirollen ville bli for uinteressant.

### **Forbud?**

I tillegg til enkelte ytringer i *Klassekampen* og *Morgenbladet* var det sjefer i spillbutikker som uttalte seg mest tvilende om *GTA* i Norge. I mindre grad fantes det politikere som kommenterte spillet, men etter hvert samlet det seg opp en og annen avissak med forslag om forbud mot spillet. Forbud var også aktuelt i andre land, men informasjonen som ble gitt om disse politiske prosessene var heller uklar. Noen snakket om totalforbud i Storbritannia, mens andre fortalte at spillet «bare» hadde 18-årsgrense (som et av de få spillene på markedet, sammen med *Postal* og *Carmageddon*). Et

forbud i Australia ble også nevnt. Et land som faktisk forbød *GTA* i en periode, er Brasil, men det sto det ikke noe om. I stedet fortalte nyhetsbyråer fra Frankrike at politiets fagorganisasjon ønsket å forby spillet. I tillegg til å reagere på volden i *GTA*, tok foreningen det ille opp at spillet «oppfordrer brukerne til å bryte gjennom politisperringer».

Sverige gikk enda et skritt lenger. Politiet ga en offisiell erklæring om at *GTA* «är ett angrepp på samhället». I tråd med dette var spillanmeldelsen i *Göteborgs-Posten* helt annerledes enn de som sto i Norge. Karakteren ble 2 av 5 på grunn av den utstrakte «vårdspornografin» og «smakløsheten» i spillet – og det holdt på å bli en ener. Anmelderen spurte seg hvem som kunne ha interesse av å spre et slikt spill: «Ägs företaget som tillverkat det här av Hells Angels? Eller av maffian?» I februar 1998 ble det rapportert at den svenske distributøren skulle trekke tilbake *GTA* så vel som *Postal*, men det er usikkert om det skjedde.

For øvrig var det ganske få som relaterte en kriminalitetssimulator til nyheter fra virkeligheten. Omtrent på samme tid som begrensning av spill ble diskutert generelt og *GTA* spesielt, kunne jeg som barn lese side opp og side ned i *Dagbladet* og *VG* med ganske drøye beskrivelser – seinere viste det seg at eksessene ikke engang var sanne – fra Thomas Quick-universet.

Så mye spalteplass som *Dagbladet* brukte – og så mye penger de tjente – på nitid dekning av drapssaker i Norge, ble det vel litt ufrivillig komisk da *Dagbladet* seinere advarte mot de nedbrytende effektene av spillet *Lula*. Spillet inneholdt blant annet porno- og hallik-oppgaver, men det var ikke godt laget, og spillet ble aldri utbredt. Advarselen mot et ubetydelig spill som få ville ha, var ikke minst interessant materie fra avisa som trykte annonser for ekte eskortetjenester.

### **Fortsatt populært**

Presseomtalen av *GTA* fra 1997 avsluttes med de mest utprøvende sitatene om spillet, tatt fra skolesidene i *Tønsbergs Blad*. «Du er en rar fyr», skreiv de om Rayman, mens *GTA* var «temmelig sprøtt. Det er ikke av typen spill der du blir skutt ned før du gjør noe galt. Spillet går derfor ut på å gjøre en masse galt. Men det dumme med å gjøre mye galt, er at da kommer politiet for å ta deg. Men siden politiet gjør en dårlig jobb, er det bare noen få ting du ikke kan gjøre. Du må for all del ikke krasje politibiler. Spillet finnes på data». Dette ble altså skrevet av og for en aldersgruppe som egentlig ikke kunne spille *GTA*. For egen maskin la *Tønsbergs Blad* til den poetiske billedteksten «Det er fortsatt populært med dataspill».

Hvor populært var *GTA* egentlig i Norge? Spillet solgte rundt 4 000 eksemplarer i 1997. Vel å merke ble det lansert i adventstida, og er ikke helt sammenliknbart med årets mest solgte PC-spill, *Championship Manager* med 15–16 000 solgte. Det gikk nok noen *GTA*-spill over disk i 1998 også, men neppe nok til å runde femsifret.

Spillserien som helhet hadde bare så vidt begynt. *GTA 2* snart kom etter, før *GTA III* fulgte i 2001. Som mange vet gikk treeren bort fra top-down-perspektivet, og sementerte det for all framtid. Argumentet om at spilleren var «langt unna» volden i spillet var ikke gyldig mer, og siden *GTA III* også solgte langt mer enn forgjengerne, ble treeren det første virkelig kontroversielle *GTA*-spillet.

På grunn av den økte oppmerksomheten, samt endringer i akademia med økt «seriøs» interesse for dataspillmediet, begynte også *GTA* også å bli et studieobjekt. Akademiske studier av det originale *GTA* fra tida da spillet kom, synes ikke å eksistere.

Enkelte politikere fikk fart på diskursen om forbud. Totalforbud ble praktisert i flere asiatiske land, men også Norges barne- og familieminister Laila Dævøy kom med utspill om at *GTA III* kanskje burde stoppes. Flere politikere fra FrP lurte på om ikke Dævøys utspill var dårlig gjennomtenkt, og god spillreklame. FrPs spørsmål om dette i Stortinget brakte *GTA*-serien inn i dette høytidelige forum for første gang.

I sitt svar agerte Laila Dævøy erfaren spillekspert: «Dette spillet er etter min mening i forhold til det jeg har sett, og jeg har sett ganske mange spill, ekstremt voldelig» (min utheving). Hvorvidt man tror Dævøy på hennes ord, spørs kanskje på hva hun mente med å ha «sett» et dataspill. Hun benket seg neppe foran hjemme-PC og rundet spillene – men har nok hatt en rådgiver i KrF-sfæren som screenet diverse spill. (En slik person kan ha vært Einar Solvang, som tidligere hadde politianmeldt visse spilldistributører.)

Dævøy hadde en spesiell argumentasjon om at *GTA III* var verre ut enn TV-serier og filmer. Spillet inneholdt nemlig blind vold, til forskjell fra de andre mediene. Kanskje gjorde den blinde volden i *GTA III* også at blikket måtte heves fra spillverdenens egne aldersgrenser til straffeloven. Likevel hadde Dævøy forhåpninger til et felles-europeisk arbeid om spillmerking som pågikk akkurat da. Kanskje ville arbeidet resultere i en kontinental blokade mot framtidige *GTA*: «Det gjør at man iallfall innenfor det europeiske samfunn muligens kan få en regel som gjør at dette vil bli forbudt i hele området».<sup>1</sup> Muligens, men kanskje ikke helt realistisk?

---

<sup>1</sup> Helt realistisk var heller ikke en representant fra Senterpartiet, som trodde at USA hadde lagt «ned forbod mot denne typen dataspel». USA fikk dermed bukt

Ikke desto mindre ble PEGI etablert i 2003, et felles-europeisk system for aldersgrenser og innholdsmerking av spill. Dette gjør nok aldersgrensene litt mindre tilfeldig enn hvis hvert land skulle ha sine egne systemer. Samtidig er heller ikke PEGI-merkingen bindende, bare veiledende.

I tillegg kjøper folk nå sine spill hjemmefra. Det finnes ikke lenger noen sjef på Spaceworld i Tønsberg som kan nekte mindreårige kunder å kjøpe det ene eller det andre. Alt spørs nå på om det fortsatt finnes foreldre som lusker bak barnas rygg og får dem til å følge trafikken og samfunnets øvrige regler mens de spiller *GTA*.



---

med et problem som Norge sleit med, ifølge politikeren: «Det vi opplever nå, er ein dramatisk auke av vald, ran og drap i Noreg». (St. tid. 2002: 1246f)

Statistisk Sentralbyrå har statistikk på antall anmeldte lovbrudd siden 1993. Fram til 2001 gikk legemsfornærmelse kraftig opp, legemsbeskadigelse opp, drapsforsøk og drap var uendret, ran litt opp og grovt ran kraftig opp.

Fra 2001 til 2022 – perioden som har gitt oss *GTA III, IV* og *V* – har ran, grovt ran, kroppsskade og drap gått ned. Kroppskrenkelse (som det heter nå) og drapsforsøk har økt, men samtidig har folketallet økt fra 4,5 til 5,4 millioner, og justert for det, er ikke økningen nødvendigvis så stor. Uansett ligger nok årsakene til opp- og nedgang i kriminalitet i andre faktorer enn dataspill. (Se 08484: Anmeldte lovbrudd, etter lovbruddstype, statistikkvariabel og år, SSB.no)

## Del 2: Innovasjoner

Fra dataspill går ferden videre til innovasjoner, og først ut er et snodig fenomen som kan minne om et dataspill du ikke deltar i. Andre kom opp med andre artikler for – eller imot – databrukere.

## Da skjermspare var noe folk satt og så på

**I den blindes rike er den enøyde konge, heter det, og tilsvarende var det med skjermsparenen.**

Hva betyr denne kryptiske setningen? Jo, at PCer for 30 år siden som regel ikke var gode nok til å vise noe særlig med film. En fattig erstatning ble da skjermspare, som bød på animerte sekvenser som gikk *av seg selv*, i motsetning til spill. Et lite tablå som utspilte seg når PC-en ikke var i bruk. Og folk den gang kunne bli sittende for å se på nettopp dét.

De enkleste formene for skjermspare var basale figurer i bevegelse. «Møtende kometer», geometriske figurer, bobler – og ikke minst svevende brødrister. Andre skjermspare inneholdt mer ambisiøse animasjoner av miljøer og karakterer. Ideen er beslektet med dataspill som har såkalte idle animations, altså at hvis spilleren ikke beveger figuren, gjør figuren noen småting av seg selv. Kombinerte man skjermspare med idle animations, fikk man skjermspare med karakterer som gjorde ting.



Jeg har en onkel som «kunne data», blant annet å gå inn i DOS og Setup, noe som ikke var noen spøk, skal jeg si det. En gang på andre halvdel av 90-tallet hadde denne onkelen slått på stortromma med skjermsparenen





*After Dark* var ikke en enkeltstående skjermsparer, men ei pakke som blant annet inneholdt latterbringeren med svevende brødrister. Utvikleren ble faktisk saksøkt for å ha brukt de elektriske kjøkkeninnretningene i en slik sammenheng. Det var selveste Jefferson Airplane som mente at de hadde komponert motivet «brødrister med vinger» på coveret til *Thirty Seconds Over Winterland*. Så dette gamet var det penger i.

Det fantes også marginalt billigere produkter. Forhandleren Dixon i Oslo averterte med to skjermspare i februar 1993. Origin FX ble omtalt som morsom og nyttig – til 399 kroner, mens Sierra angivelig var den morsomste og billigste og kostet 349. Sierra var utgiveren av *Johnny Castaway*, så det kan være den som var ment.

Prisene høres jo høye ut. Origin FX kostet akkurat det samme som den billigste PC-høytaleren på Dixon, og kostet hundre kroner mer enn den billigste Amiga-musa. (Ja, for «Årets heteste data-nyhet» var ankommet butikken «i siste minutt», og det var en Amiga 1200.)

Når jeg ser Dixon-annonsen i VG på samme side som et bilde av Kaci Kullmann Five, slår det meg at hun, som ledet Høyre og var framtreddende medlem av Stortinget, kanskje ikke hadde sin egen skjermsparer. De som satt på Stortinget var nemlig ganske treige med å ta i bruk datamaskin og i hvert fall internett. Hva var det så Five hadde å henge fingrene i denne gangen? «Skeptisk til 'homseloven'», lød overskriften på saken. Vi andre kjenner loven som den banebrytende partnerskapsloven fra 1993.

VG-desken kunne dette med titler, samt å tenke tematisk i oppsett av avissider. Ved siden av «homseloven» sto notisen «Homsekampanje», hvor det handlet om en «sjarmkampanje» som ble gjennomført mens Bill Clinton holdt på å utarbeide den nye «Don't ask, don't tell»-policyen.

Mye har skjedd på 30 år, både med skjermspare, med lover og med kallenavn på lover.

Etter hvert fikk *Johnny Castaway* også omtale i *Aftenposten*, dog uten at journalisten tok navnet i sin munn. «Sierra har lansert en film om en mann på en øde øy. Når skjermen din tar pause, vises en stadig skiftende film om denne strandede mannen», het det. Men nå hadde Johnny fått sterk konkurranse av Microsoft. Som skjermspare tilbød Bill Gates' selskap nå et slideshow med malerier fra impresjonismen. Journalist Atle Brunvoll skreiv om det nyeste kunsttilbudet: «Det øker neppe produktiviteten, men det er en kjærkommen trøst for øyet. Kvaliteten på bildet er bedre enn på de fleste postkort som er i handelen». Brunvoll så altså for seg at folk som holdt på

med jobboppgaver, ville la seg friste til å legge fra seg arbeidet slik at skjermsparereren ble aktivert, og de kunne late som de var på kunstutstilling.

Seinere samarbeidet Nasjonalgalleriet med Jon Bing for å digitalisere sine verker. Leif Osvold, som ble herostratisk berømt for sine kronikker om at internett ville bli en flopp, applauderte ideen om å digitalisere kunsten.

### **Svidde bilder**

Men hvorfor skulle man egentlig ha en skjermsparer? Jeg trodde, helt siden jeg vokste opp med dette 90-tallet, at det rett og slett var for å spare strøm. De fleste skjermsparerne som fulgte med Windows 95 var basert på svart skjerm med enkle og tynne figurer. Og en svart skjerm sparer mer strøm enn en lys; slik har det alltid vært. Men det lå mer bak.

Igjen lar vi Atle Brunvoll kommentere – og belyse en annen viktig årsak: behovet for å spare den fysiske skjermen fra stråling *innenfra*. Riktignok var dette et problem som var tilbakelagt med nyere skjermt teknologi. Men eldre modeller kunne vært utsatt: «Få problemer er så overdrevet som faren for at dataskjermen skal bli 'svidd', at skjermbilder som vises lenge på skjermen, brenner seg fast mer eller mindre permanent. Hvis så skjer, vil disse gamle skjermbildene henge igjen som fantomskygger på skjermen. Nyere og bedre skjermer har fjernet mye av problemet. Windows med sine mer varierte skjermbilder reduserer også svi-faren».

Når det fysiske behovet for å spare skjermen innenfra ikke var til stede lenger i samme grad (før «burn-in» gjenoppsto da vi fikk plasma-TV-er!), ble dette erstattet av et kulturelt eller sosialt behov for skjermsparer. Folk skaffet seg ikke lenger skjermsparerer fordi de måtte, men fordi det var gøy. Det var et overskuddsprodukt. En annen mann i *Aftenpostens* med høyaktiv samtidspulsmåler, Yngve Ekern, slo fast i 1995:

«Den som har brukt en månedslønn på datamaskin ønsker selvsagt at vennene skal flokke seg rundt skjermen og applaudere nyvinningen. Problemet er bare at ingen blir imponert over hvor fort PC'en din teller til en million. Du trenger en skjermsparer.

Flyvende brødristerer, akvarium, tegneseriefigurer, eller hva med en slem, liten hvalp som graver hull i skjermen? Mulighetene for underholdende gjesteopptredener er mange i disse programmene, og at moroa i tillegg markedsføres som medisin for selve skjermen, gjør at stadig flere blir opp rundt fem hundrelapper for sakene».

Videre fortalte Ekern at Lucas Arts – som nylig hadde lagd Star Wars-skjermsparerer – var «blant de få som innrømmer at opplegget slett ikke

sparer skjermen. Faren er stor for det motsatte, man sitter lenger enn nødvendig for å se på moroa, og sliter dermed både utstyr og øyne».

Smak på ordene. *Fem hundrelapper. Sitte og se på. Moroa. Slite på øynene.* Takk til Ekern for dette tidsbildet.

Når hjemmekontor er nevnt tidligere i teksten, er det for øvrig et begrep man må bruke med forbehold. I 1992, året da *Johnny Castaway* ble lansert, var PC blitt ganske vanlig å ha på jobben, men ikke hjemme. Derfor var det ikke først og fremst i selskaper at man dro fram den beste skjermsparerer, men overfor kolleger. På arbeidsplassen kunne man briljere med dette, eller med det beste spillet. PC-Klubben satte derfor inn en annonse i VG hvor de presenterte de riktige tingene for å shake litt opp i jobb-miljøet. PC-Klubbens forretningsmodell var å selge pakker med gratis shareware, med programmer som kunne gi heder og ære:

- Dart-simulator: «Bli dartboss på jobben!»
- Top Gun Flight Simulator: «Bli kontorets TOP GUN!»
- Program med artige tillegg til cursoren: «Gi dine kolleger en skikkelig overraskelse! HELT UFARLIG.»

### **Ulike sjangre utvikler seg**

Skjermsparerne ble i høyeste grad koblet med «multimedia», som var et av de viktigste stikkordene i tida. Alt mulig fra underholdningsverdenen var kandidater til å få sin egen CD-ROM og skjermsparer. Det ble nye og friske tilskudd til underholdningsuniversene hvor det fra før var vanlig å la TV-seriefigurer få sine egne dataspill, filmer, leker og snacks.

På midten av 90-tallet var norske underholdningsaktører i gang med å gi ut CD-ROM. Her hørte skjermsparerer med som en del av helhetspakka med tekst, bilde, lyd, småspill og enkel video. Det gjorde det i hvert fall hos Herodes Falsk, som i oktober 1995 fikk lansert den første CD-ROM om en norsk underholdningsperson. Falsk skal ha vært en knivsegg foran nummer to i løypa, artisten Sway.

Herodes Falsk og Sway! Den dynamiske duoen var flere år i forkant av nasjonalskatter som CD-ROM-en til Henning Berg. (Og Ozzy Osbourne, som fikk med skjermsparer på sin CD-ROM *The Ozzman Cometh* i 1997.) Ingen har nok kartlagt hvor mange norskutviklede skjermsparerer som ble utgitt, og hvor lenge herligheten fikk holde på før strek ble satt. I 1999 ble det fortsatt utgitt skjermsparerer med norsk innhold, blant annet på *XL-CD*.

Nabolandet hadde selvfølgelig slått Norge også her. Før Falsk kom med sitt åndsprodukt, fortalte *Aftenposten* hvordan plateselskapet BMG hadde satset på «Rednex og hans (!) CD-ROM 'Inbred With Rednex', en utgivelse som får selv Rednex-hatere til å nikke anerkjennende» (!).



Adresseavisen 5. februar 1997

Når produktene ble flere og flere, og tida det tok å lage dem kanskje ikke var kjempelang, resulterte det selvfølgelig i en utflating av prisene. Skjerm-sparere skulle ikke lenger koste flere timelønner. I 1997 ble *Toy Story*-skjerm-spareren dumpet sammen med en 20-pakning floppy-disketter til 89 kroner. Annonsen lovte 20 tomme disketter i hendige pappesker og en CD ved siden av. Med internettets utvikling tok det ikke lang tid før betaling for slike produkter var helt passé.

For å fortsette å tjene penger på dette, så flere selskaper muligheten for en annen variant, nemlig en gratis og reklamefinansiert skjerm-sparer. Et godt medium å vise sin merkevarer. Guinness konverterte for eksempel «sin mest populære TV-reklame» for øl til en nedlastbar skjerm-sparer. Den slo an. Snart regnet selskapet med at 100 000 hadde lastet den ned, og at disse hadde spredd den videre til sine venner via diskett. Dermed regnet Guinness med at 500 000 personer nå satt foran PC-en og så på ølreklame i loop.

## Skjerm-sparer med siste nytt

Er du lei av å stirre på flyvende brodrister og farverige linjer som skli rundt på skjermen? Selskapet Pointcast Network har kommet med et program som viser at skjerm-spareren din om ikke lenge kan være noe helt annet og mye mer spennende enn i dag.

Pointcasts skjerm-sparer laster automatisk ned nyheter fra kilder på Internett, og viser overskriftene når skjermen din ikke er i aktivitet. Klikker du på en overskrift, får du opp hele saken. Du kan lage din egen per-

sonlige nyhetsprofil, slik at nyhetene som vises blir spesielt alydd for dine interesser.

Programmet laster du ned gratis over Internett og finansieres du igjennom det med reklame. Ved å bruke programmet tillater du nemlig også annonsører å vise sine animasjoner i et vindu på skjermen samtidig med nyhetene. Programmet inneholder en egen webleser, som gjør at du kommer rett til annonsørens Internett-sider dersom du lar deg friste til å klikke på en annonse. **PKB**

(Faksimilen: *Aftenposten* 17. mars 1996)

Libresse tok til orde for at flere damer skulle bli internettbrukere. For å promotere nettbruk på kvinners egne premisser, lanserte selskapet et «Jentprat»-domene på sine nettsider, selvfølgelig med mulighet til å «laste ned en gøyal skjerm-sparer med flyvende bind».

Men det hele kunne bli enda mer multimedialt. Pointcast Inc. fra California og Mogul Media fra Norge var blant firmaene som jobbet for løsninger der «de siste overskriftene, børsinfo og sportsresultater» skulle dukke opp på millioner av inaktive skjermer. Hvilke medieselskaper som kunne pushe sine overskrifter, ville da være mer dynamisk enn hvis man lastet ned en enkelt skjerm-sparer fra et selskap. Kanskje kunne dette installeres på jobb-PC-er hvor sjefen i den bedriften pushet ut sine egne beskjeder? («Tilbake til arbeidet!» kunne være en av dem.) Eller var det bedre om utvalget av emner og resultater bli styrt av brukeren? Dette var vel mer eller mindre det samme prinsippet som en RSS-feed, en teknologi som så dagens lys i 1999. Samtidig måtte jo brukerne av denne typen skjerm-sparer være tilkobla internett for å oppdatere skjerm-spareren med siste nytt. Ennå var ikke alle på internett, og ikke alle nettverk tålte det heller. Diverse problemer førte til at de nevnte forsøkene på «pointcasting» gikk under, men selve ideen bør vel kalles forut for sin tid.

Da jeg begynte på ungdomsskolen i 1999, tok det ikke lang tid før en gutt i klassen begynte å snakke om en fantastisk måte å tjene penger på. Man lastet ned og installerte et program på PC-en som strømmet reklame uavbrutt. Programmet kunne man ha oppe som et vindu over de andre tingene man gjorde på PC-en. Programmet ble målt hvor lenge man hadde sett på reklamen, og ut ifra dette fikk man minuttbetaling som takk for strevet. Lønna for å se reklame på sin egen PC fikk man tilsendt hjem i postkassa i form av en sjekk. Alt dette fortalte klassekameraten entusiastisk. Historien kunne også hatt godt av en *faktasjekk*.

En lignende, men mer idealistisk idé var å utvikle skjerm-sparere mot den fryktede musesyken. Kontorarbeidere trengte forebyggingsøvelser så ikke hundretusener av dem fikk musesyke og forsvant ut av de sysselsattes rekke. Problemet var at øvelsene gjerne ble trykt på papirer, og de «havner som oftest i skuffen». Kom øvelsene opp som skjerm-sparer, ville de kanskje være lettere å huske?

Andre forskere hadde som mål å få med dyr på den nye crazen. Forskere ved University of Edinburgh klarte å oppmuntre roligere atferd hos burhøns som glodde på skjerm-sparere. De skotske Minervas disipler så for seg skjerm-sparere i storformat, skreddersydd for «anlegg med tusener av burhøns».

Den siste av skjerm-sparer-variantene var gratis. Også her spilte et idealistisk motiv inn, samt kanskje det faktum at produktet var så dårlig

eller sært at ingen vil betale for det uansett. (Hvor mye betalte du for denne boka, forresten?) En student ved navn Thor Inge Kirkholt i Trøndelag sto for eksempel bak en Bendik Rugaas-skjermsparer, «som Kirkholt opplyser er eksperimentell».

# Mest populært på nettet

Nettet er fullt av spennende og nyttig programvare. Det meste kan du faktisk laste ned og prøve helt gratis. Nettsidet [www.hotfiles.com](http://www.hotfiles.com) har hatt vareoppstilling, og funnet årets mest populære programmer.

## Av farte Ausland

Det meste av programvaren som distribueres på nettet, er såkalt freeware eller shareware. Freeware er gratisprogrammer som du kan laste ned og bruke så lenge du vil, uten å betale en krone. Shareware kan du prøve gratis i en nærmere angitt periode, som regel 30 dager. Når prøvetiden er ute, bestemmer du selv om du vil betale for produktet, eller sette det fra harddisken. Prislappen er som regel både rimelig og fornuftig, gjerne et par hundrelapper.

Utvalget er størst til pc (det vil si Windows), men det finnes selvsagt shareware til Macintosh, OS/2 og andre operativsystem også. Et greit utgangspunkt er [www.download.com](http://www.download.com), der du finner shareware for både Mac og andre plattformer. Her er årets mest populære Windows-programmer på [www.hotfiles.com](http://www.hotfiles.com):

### 10. plass: Microsoft RegClean (92.414 nedlaster)

RegClean er et gratis verktøy fra Microsoft, som du kan bruke til å rydde i det såkalte Windows-registret. Programmet finner automatisk feil, og gir deg muligheten til å rydde opp. RegClean oppretter i tillegg en sikkerhetskoppi som gjør det mulig å reversere endringene som blir foretatt. Filstørrelse: 0,8 MB.

### 9. plass: Internet Explorer 5 (91.098 nedlaster)

Programmet behøver neppe noen nærmere presentasjon. Dette er siste versjon av Microsofts populære nettleser. (For ordens skyld nevner vi alternativet og erkerivalen Netscape, som ligger på 71. plass, med -bare-220.516 nedlaster). Filstørrelse: 17 MB.

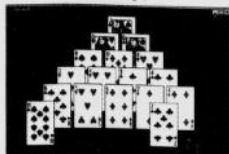
### 8. plass: Swimsuit Screensaver (91.488 nedlaster)

Lettkladd bikini-damer i skjermsparer-variant. 15 etter agende «småkfulle»-foto fra Californias strender. Ti på topp-samlingens definitivt minst nyttige program. Filstørrelse: 1,3 MB.

### 7. plass: AudioCD MP3 Studio v1.5e (94.669 nedlaster)

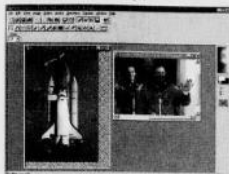
Med dette programmet kan du brenne MP3-filer direkte til audio-cd, uten å konvertere til wave-format. I tillegg kan programmet lagre lydfiler fra vanlige musikk-cd-er direkte til harddisken. Filstørrelse: 7,5 MB.

### 6. plass: Free Solitaire v3.0 (126.641 nedlaster)



Lei av Windows-kabalen? Her får du til gratis kortspill med mange ekstra muligheter, som å bruke dine egne bilder som motiv. Kanakje ikke spesielt nyttig, men likevel. Filstørrelse: 2,3 MB.

### 5. plass: Paint Shop Pro v6.0 (1288.946 nedlaster)



Populært verktøy for bildebehandling. Inneholder det meste du trenger og mer til. Importer bilder fra scannere og digitale kamera, lag grafikk til websider, eller retusjer gamle familiebilder. Et billig alternativ til for eksempel Adobe Photoshop og andre profesjonelle programmer. Filstørrelse: 14,9 MB.

### 4. plass: GoZilla v3.5 (1450.497 nedlaster)



Et gratis verktøy som hjelper deg å laste ned filer fra nettet. Du kan for eksempel begynne nedlastingen av en stor fil når du legger deg om kvelden, og automatisk bryte nettforbindelsen når operasjonen er ferdig. Programmet har også søkemuligheter, slik at du kan lete etter nye programversjoner og filer på nettet. Filstørrelse: 1,5 MB.

### 3. plass: WebFerret v3.0 (225.253 nedlaster)

Nok et gratisprogram. Dette hendige verktøyet gjør det enklere å søke på nettet. WebFerret søker i Alta Vista, AOL, NetFind, EuroSeek, Excite, GOTO, Infoseek, LookSmart, Lycos og Yahoo samtidig. Resultatene presenteres i en oversiktlig liste. Filstørrelse: 0,9 MB.

### 2. plass: ICQ (2.443.061 nedlaster)

Verdens mest populære «snakke-program». Med ICQ (som uttales I-seek-you, altså jeg-søker-deg på norsk) kan du «chatte» med venner og bekjente over hele verden. Programmet kan også brukes til å sende kjøpte tekstmeldinger, eller til å søke etter gamle kjente. Et artig program, men kanskje aller mest populært blant yngre brukere. ICQ er også gratis. Filstørrelse: 5,2 MB.

### 1. plass: Winzip (2.899.406 nedlaster)

Shareware-kongen over noen. Et populært og nyttig verktøy, uansett selskap og konkurranse. Winzip gjør det enkelt å pakke ut og opprette zip-filer, det dominerende komprimeringsformatet på nettet. Uansett hvilke andre programmer du skal hente hjem, bør du begynne med å laste ned og installere Winzip. Prisen ligger på rundt 200 kroner. Filstørrelse: 0,9 MB.

Vi understreker at disse ti programmene ikke nødvendigvis er de beste eller nyttigste du finner på nettet. Download.coms ti på-topp liste inneholder for eksempel en del andre verktøy, selv om både Winzip og ICQ er med blant de tre beste (på henholdsvis tredje og første plass). Som nummer to på download.com finner vi Winamp, et utmerket program for å spille MP3 musikkfiler og cd-plater.

Stavanger Aftenblad 22. desember 1999

## Til glede og besvær

Uansett oppga avisene nettsider hvor både én og flere skjermsparere var å laste ned gratis. «En lang adresse, men verd å taste inn», kommenterte *Adresseavisen* etter å ha trykt en URL «som gir deg skjermsparere andre vil sikle etter». Dette var i mai 1999 – skummelt tett opp til vårt eget årtusen. *Ullensaker Blad* jublet over alt fra «Hey, Macaroni, spaghetti-biter som danser over skjermen» – til en mandala-basert variant. Tastet brukeren inn <ftp.sunset.se/pub/pc/mirror/Coast/win3/scrsaver/mandala1.zip>, var fila der på et blunk. (Tjenester som Bit.ly var altså heller ikke funnet opp.)

Samme år skal en skjermsparer med badedraktbilder ha vært det åttende mest nedlastede programmet på internett. Med 1,3 megabyte var badedraktskjermspareren farlig nære maktsgrensa for hva en floppydisk kunne inneholde.

Apropos badedrakter: Mange år før Me Too så flere bedrifter seg nødt til å vedta internforbud mot «å bruke lettkledte damer som skjermsparere». Dette rapporterte *Finansavisen* i 1998. Fortsatt fantes de som var sløve med retningslinjene. I mars 1999 sto leserinnlegget «Ønsker ikke nakne damer» i *Trønder-Avisa*. «En meget opprørt kvinne fra Levanger» hadde vært hos en saksbehandler på rådhuset i byen:

«Som skjermsparer på datamaskinen var det innlagt bilder av mer eller mindre nakne kvinner. Jeg satt i samtale med en kommuneansatt da skjermen plutselig lyste opp med disse pornobildene. [...] Etter å ha fortalt historien til andre, har jeg fått høre om flere kommuneansatte som har innlagt slike bilder».

## Der fans av Johnny Castaway samles i dag

Skjermsparer-nettsteder finnes i dag også. For å la ringen sluttet med *Johnny Castaway*, tilbys den for nedlasting på [screensaversplanet.com](http://screensaversplanet.com). Problemet er bare å få den antikverte programvaren til å virke på moderne enheter. Men folk får nå til dét også. Brukerne av [screensaversplanet.com](http://screensaversplanet.com) har lagt igjen reviews, og her er det mye å sakse fra:

- I had Johnny on my PC, years ago. It was the most entertaining thing in the office. People used to gather round, at lunchtime, just to watch his antics. Yes, you read that right, they watched a screensaver!
- I remember when I was a boy, I used to sit at the computer for hours simply watching all the various antics that Johnny gets up too. Loved it back then and still do to this very day!

- Awesome! It never quite repeats itself, it's always amusing, he has LOADS of little adventures, one of the best screen savers ever! The only problem with it is it's ADDICTIVE – you want to watch it rather than get work done! I don't know if anything will ever quite top it
- I used to pass hours just watching Johnny eating seagulls and making his boat and throwing coconuts to the airplane... Really nice memory's.
- That moment when you realise you're using your 65" TV to watch..... a screen saver.

Dette er selvfølgelig ikke et representativt utvalg mennesker. For det er et ganske fin-silt utvalg som sitter og kommenterer skjermsparene fra 1992.



Men bidragene til at den underliggende kulturen lever videre har oppstått i nyere tid. Det finnes noe som heter BouncingDVDlogo.com, og jeg sier ikke mer om dét.



## NM i SMS\*

*The razor-toothed piranhas of the genera *Serrasalmus* and *Pygocentrus* are the most ferocious freshwater fish in the world. In reality they seldom attack a human.*

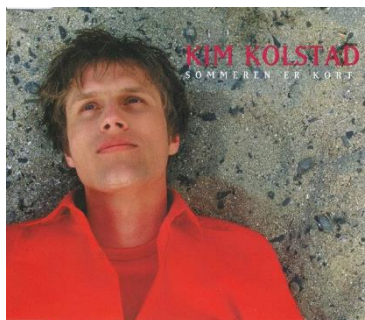
Dette, og intet annet – og uten en tøddel feilplassert – er teksten man må skrive hvis man vil inn i *Guinness Rekordbok* for hurtig SMS-skriving. En frase på 160 tegn om pirajafisker, et tema som få pleier å taste om til daglig, men som det er fullt mulig å trene seg opp på.

Fra 2000 og i et dusin år framover ble det – i varierende former – forsøkt å kåre Norges raskeste eller beste til å skrive på mobil. Mange av disse årene ble det arrangert norgesmesterskap, som var «formelle», men minst like mye et PR-framstøt for butikkjeden Telekiosken. I all hovedsak koblet arrangørene seg på det eksisterende Guinness-formularet, siden det var kjekt å få registrert en verdensrekord eller to hvis deltakerne viste seg å være de kjappeste. Og norske verdensrekordholdere skal det også ha blitt flere av. Om rekordene ble registrert er riktignok en annen sak.

### Starten i 2000

Sommeren 2000 kjørte TV 2 en sommerturné ved navn «Kysten er klar». Kanalen reiste rundt og lagde leven. Turnéen inneholdt flere segmenter, hvorav ett var *Sone 2* sponset av Telekiosken, Battery og BLNO. Ungdom skulle møte opp og delta i BMX, klatrevegg, streetbasket, Playstation på storskjerm – eller «Ta en Battery og opplev frittfall-kicket med Scad-Dive». Siden det er Norge, var travløp på storskjerm også en attraksjon. I tillegg til alt dette kom kjendiser med trekk-kraft. Gunilla Holm var konferansier for et stjernelag bestående av Infinity, Klovner i kamp og Kim Kolstad og Christian Strand fra Hotel Cæsar.

Stilte Strand i sin velkjente pikkolouniform fra serien? Neppe, for han kom som seg selv for å synge sin ferske singel «Maybe Baby», skrevet av hotellkollega Kim Kolstad. Som sagt var Kolstad også på turnéen. Verken som låtskriver eller som karakteren Jens August Anker-Hansen, men som sanger, ettersom han også ga ut en singel i 2000. «Sommeren er kort» het den.



Telekioskens segment på turneen skal ha vært kvalifiseringer til NM i SMS. Men det står lite om dette i tilgjengelige kilder fra 2000. Oppmerksomheten rundt Telekioskens «NM i SMS» tok av først mange år etterpå.

## Bli norgesmester i SMS

Tirsdag kveld begynte  
Dagbladet.no store kåring  
av Norges beste SMS-  
meldinger. Bli med og vinn  
flotte premier!

**EUGENE BRANDAL LARAN**  
OG **JAN THORESEN**

Tirsdag 14. januar 2003 16:37,  
oppdatert 16:03

Dagbladet.no skal kåre den  
offisielle norgesmesteren i  
SMS. Er du kreativ, humoristisk  
eller poetisk, er dette midt i  
blinken for deg. Hver dag kan  
leserne sende inn sine  
tekstmeldinger, og andre lesere  
kan stemme på sine favoritter.

**Leserne stemmer fram én  
tekstmelding hver dag, som  
går til den store finalen.  
Deretter skal en fagjury kåre  
Norges beste tekstmelding,  
og selvfølgelig også den  
offisielle norgesmesteren i  
SMS.**



Dagbladet.no 14.1.2003, arkivert versjon

## Fineste SMS

I mellomtida, i januar 2003, ble det kjørt i gang en ny runde. Nå betød «NM i SMS» å finne på den *beste* tekstmeldinga. Ulike dagsvinnere gikk videre til en finaleavstemning. Dette foregikk selvsagt over internett.

Nærmere bestemt kjøpte Dagbladet.no sitt NM, men akkurat samtidig gjorde *Nettavisen*-eide *Spray.no* det samme. Merkelig sammentreff.

*Dagbladets* kåring gikk litt trått. «Fremdeles synes vi det er langt mellom gullkornene», skreiv nettavisa etter noen dager med innsendinger. Mye av stoffet som konkurransen genererte, finnes arkivert av Wayback Machine. En eventuell vinner klarer jeg ikke å finne i arkivet.

Det viste seg å være *Sprays* mesterskap som fikk omtale utover landet. I denne konkurransen sendte folk først inn sine forslag. Deretter valgte *Spray* ut 10 tekster som nettsurferne skulle stemme på. Det som på engelsk heter vote canvassing fant sted. En stund ble det kjørt en kampanje for å få «Fader vår» til topps, med støttende tilrop blant annet fra *kristen-avisa*

*Dagen.* Men til slutt vant Ingrid Kvarme med følgende sentenser: «Et ord i en melding kan gi glede, håp og tro. Men også sår som aldri vil gro. Det kan hindre sjelens evige vekst, så tenk deg om før du sender en tekst». Altså et fyndord satt opp med vanlig norsk rettskrivning. (Men uten rytme.)

Dette sto i sterk motsetning til både «Fader vår»-bidraget (til høyre) og ganske mange andre av kandidater. Som man ser av lista, under kunne seieren gått til en melding på engelsk og med bruk av alle slags forkortelser. Så kanskje var det rett og slett Språkrådet som satt rundt sitt rådsbord og stemte til krampa tok dem. (De på engelsk var sikkert uansett bøffa fra et eller annet sted på internett.)

«Far i himln. Du r helli.  
Kom! M8 du rule jorda som  
himln. Gi oss mat. Tilgi oss d  
gale. Hold oss unna fristelse  
og d onde. Alt r ditt. Du rulr.  
Ærn r din. Amn».

«Det var i de dager» (apropos forsøket på å promotere bibelord) at språkeksperter bekymret seg fælt for at «SMS-språket», altså måten *Fader vår* var skrevet på, ville ta over og fortrenge vanlig norsk. *Spray.no* forutså derimot at folk ville slutte å gidde å forkorte alle ord, bare telefonene fikk bedre minne: «Etter hvert som teknologien forbedrer seg vil nok kanskje det spesielle SMS-språket dø ut. Det er som nevnt tidligere teknologiske begrensninger som har tvunget fram denne sjangeren, og det er kanskje teknologien som med tiden også vil føre til at SMS-språket dør ut». Skal vi markere spådommen som «delvis riktig»?

Her er alle finalekandidatene fra *Spray.no* sitt NM i SMS i 2003:

1. Far i himln. Du r helli. Kom! M8 du rule jorda som himln. Gi oss mat. Tilgi oss d gale. Hold oss unna fristelse og d onde. Alt r ditt. Du rulr. Ærn r din. Amn
2. sos by sms, don't u think i.l.y less! -u'r so qt .& i'll feel gr8, if u join me on a d8!
3. Teller du år blir livet kort, teller du dager går livet også fort. Teller du timer varer livet en stund, men lengst varer livet om du nyter hvert sekund!
4. 1 beskjed mottatt 1 person savner deg 1 person tenker på deg 1 person er glad i deg 1 person trenger deg! 1 person er ensom uten deg...:-)
5. Last night i wanted 2 write u a letter but all I could write was: «noh ss!w»! It didn't make sense until u read it upside down!
6. Et ord i en melding kan gi glede, håp og tro. Men også sår som aldri vil gro. Det kan hindre sjelens evige vekst, så tenk deg om før du sender en tekst. (*Kåret til vinner*)

7. Smil blir til tårer, tårer til smil. Sannhet som sårer, men fjerner all tvil. Evig fortrolighet i riktig og galt. Et vennskap med ærlighet tåler alt.
8. På grunn av høye strømpriser kommer Lyse Energi med en forespørsel om du er villig til å selge noe av din enorme tiltreknings- kraft??)
9. Just want u 2 know that ur friendship means alot 2 me and if we were on a sinking ship and there was only 1 lifejacket left....i would really fuckin miss u
10. Det kommer en dag du spør: Hvem elsker du mest her i livet? Livet, eller meg? Jeg svarer livet. Du blir sur, og går...og får aldri vite at livet er deg....

### Verdensrekord jakt

Norges fineste/beste SMS var et interessant mellomspill, for all del, men heretter gikk all oppmerksomhet til hurtigheten i tastinga.

I november 2003 var det klart for et seriøst forsøk, ikke på å vinne noen norgesmestertittel, men på å sette ny verdensrekord i hurtigtasting. Telehuset rappet ideen til Telekiosken, og inviterte til show i Haugesund i samarbeid med lokalradioen. Politiet stilte med rekord-kontrollører, for her la arrangørene seg på internasjonalt nivå med bruk av Guinness-teksten.



## Verdens- rekord forsøk!

Radio 102, Telehuset og Guinness Rekordbok  
– arrangerer torsdag 27. november kl. 16; Rekordforsøk  
i SMS på Telenor Telehuset (Raglamyr).

Under rekordforsøket den 27. november kjemper de som har kvalifisert seg til finalen mot hverandre.  
Dagens rekord er: 1 minutt og 7 sekunder.

Følgende regler gjelder for at en eventuell ny rekord i Guinness skal godkjennes:

- 1) Stavekontroll og autotekst – skal deaktiveres på telefonen.
- 2) Teksten som skal brukes er som følger:  
**The razor-toothed piranhas of the genera Serrasalmus and Pygocentrus are the most ferocious freshwater fish in the world. In reality they seldom attack a human.**
- 3) Det er tillatt å rette teksten man skriver under rekordforsøket.
- 4) Dersom deltageren har skrivefeil etter at han/hun har sagt seg ferdig – er forsøket ikke gyldig.

Vi ønsker alle deltagerene Lykke til!





**I anledning verdensrekord forsøket  
byr vi på fantastiske timestilbud!**

Haugesunds Avis 26.11.2003

Gjeldende verdensrekord var på 67 sekunder, skreiv Telehuset. Ikke bare én, men to personer klarte å slå denne på arrangementet i Haugesund. Og i motsetning til månelandingen i 1969 da det var om å gjøre å gå ut av landingsfartøyet først, gir det ingen fordel å slå en rekord først hvis noen andre forbedrer den like etterpå. Best var derfor Helene Kahlbom fra Tysvær, som bekreftet at hun hadde trent. I hvert fall øvd «en del». Det var kanskje ikke snakk om uoverkommelige treningsmengder, med tanke på at det tross alt var snakk om å sette verdensrekord i noe. «Helene tror hun er et naturtalent», skreiv *Dagbladet*. «På trening» hadde hun vært under minuttet, fortalte hun. Hos Telehuset ble det 61,5 sekunder. Men fortsatt langt bedre enn Guinness-rekorden på 67 sekunder.

Game on! Allerede i februar 2004 kom en ny norsk bestenotering. Nordlendingen Lise Åsheim Pedersen presset tida ned i 57,09 sekunder under et rekordforsøk i Trondheim, igjen med politi til stede og alt som skulle til. Selvfølgelig slappet hun av med riktig medium etter seieren:

- «– Hvordan har reaksjonene vært etter at du vant?
- Det har vært mange SMS-er på mobilen».

Guinness' offisielle rekordholder, australieren James Trusler, ville ikke ha noe av alt dette. 6. mai 2004 kunne Norsk Telegrambyrå fortelle at Trusler «forbedret sin egen verdensrekord i hurtigskrivning av tekstmeldinger med nesten et minutt». Tida var 67 sekunder. Altså samme tid som sto som rekord i 2003, og ti hele sekunder dårligere enn Pedersens norgesrekord. Det må ha vært noen flaskehalser i Guinness-systemet.

Det er ikke så lett å bli klok på nyhetene om SMS-rekorder. VG fortalte hvordan Trusler hadde forbedret seg fra 1.07 minutter til 67 sekunder.

**Telefoningeniør Trusler i Storbritannia brukte nylig 67 sekunder på å taste inn den offisielle Guinness Record-meldingen på 160 tegn. Det er en klar forbedring fra hans stående verdensrekord på ett minutt og syv sekunder fra september i fjor.**

VG 7.5.2004

Trusler hadde sin egen hjemmeside, hvor det sto ganske kort om ham som «Australian Text Message Champion». Han pleide å sette rekordene på TV-programmer, sto det. Nyhets-seksjonen var ikke så hyppig oppdatert, og han var ikke så opptatt å fortelle hva rekorden var for noe.



Jamestrusler.com 6.12.2003, arkivert versjon.

### Kahlbom vil detronisere «mesteren»

Høsten 2004 hadde Helene Kahlbom trent seg ned i 49 sekunder, igjen på «trening». For Norge som nasjon var det nå viktig å få registrert den gode tida offisielt. Hvem tok ansvar i denne situasjonen, om ikke Tore på sporet? I september 2004 hadde Tore Strømøy premiere på sitt NRK-program *Noen bedre*, som handlet om å være «bedre» i bred forstand. Barnesidekick var på plass i et forsøk på å gjenopplive «Lille Martin»-hysteriet fra 1992. Programsesongen ble åpna med duell mellom Kahlbom og James Trusler.

Kahlbom hadde da slått ut Lise Åsheim Pedersen i en ikke-sendt pilotepisode i mai 2004. (Dermed var Pedersen ute av sms-gamet. Men ikke rekordgamet. Hun hjalp skoleelever med å lage verdens/Norges største papirsvane i 2012.)

Trusler ble introdusert som «world champion», men noe VM fantes jo ikke. Trusler sa dessuten til Strømøy at han aldri hadde vært med på en slik duell før. Noe som hinner til at tasteduell kan ha vært et litt særnorsk fenomen. Australieren spurte hvor dette skulle ende, var det ikke for oss nordboere at rugby-VM var avholdt på den nordlige halvkule? En referanse som selvfølgelig ingen i Strømøys publikum tok. I stedet spurte Tore Strømøy: «How do you look upon meeting a... a... girl», før han klappet inn «Helene Kahlom» på scenen. Programlederen presset Trusler med flere oppfølgings spørsmål om hvor flaut det ville være å tape for ei jente:

«– Are you nervous?

– No, I'm OK, actually.

– It's a girl!»



Strømøy fortsatte med sine velvalgte uttalelser: «Æ må vær forsiktig så æ ikke si no gæli, for... I mustn't say anything wrong, because... angry women».



Strømøy maste på Trusler mens han skreiv, men valgte å ikke forstyrre Kahlbom, og hun viste seg å være raskere enn australieren. Før noen hadde rukket å sjekke at de to deltakerne faktisk hadde skrevet teksten riktig, ropte Strømøy ut sensasjonen: ny verdensrekord til Kahlbom! Om de skreiv alt riktig fikk seerne heller ikke vite. I stedet var det blomster til begge og takk for i kveld, døra er der, ha det bra.

## Ned på 40-tallet

Uansett fortalte *Haugesunds Avis* før TV-programmet ble sendt at de gamle rekordene – så vel som tidene Kahlbom og Trusler presterte under Tore Strømøys falkeblikk – for lengst var latterliggjort. Kimberley Yeo fra Singapore hadde klart å registrere 43,24 sekunder.

På denne tida hadde internett slått fullstendig gjennom, men likevel var det en forbausende treighet i informasjonssystemet. Alt var noe skikkelig rot. Først ble jo James Trusler lenge omtalt som rekordholder selv om flere nordmenn var raskere, til og med kontrollmålt av politiet. Da Yeo kom på banen, fulgte nye misvisende påstander. *Stavanger Aftenblad* fortalte sommeren 2004 at Yeo med sin gode tid var blitt «Verdensmester», som om et VM fantes. Året etter skreiv *Aftenposten Aften* som om verdensrekorden hadde gått opp til 48 sekunder, satt av en britisk mann. Britiske medier presiserte at tida var 47,91, og omtalte sin landsmann som «the world's fastest texter». (Samtidig fikk en inder godkjent en verdensrekord i antall sendte SMS-er på en måned. 182 689 stykker hadde han sendt.)

Forvirringen betød uansett lite, for i august 2006 klarte en attenåring fra Utah å presse tida ned i 42,22 sekunder, før Singapore tok rekorden tilbake, da en sekstenåring skreiv om pirajaer på 41,52 sekunder.

At flere fikk blod på mølla, vann på tann eller andre klisjeer, er i hvert fall sikkert. For eksempel ble Kirkenes åsted for rekordforsøk sommeren 2004 og igjen i 2005. Uten at det resulterte i noen rekord.

**Verdensrekordforsøk  
i SMS-skriving!**  
Vi kårer Sør-Varanger  
raskeste SMS-skriver på  
mobiltelefon!  
Påmelding: COOP-Elektro  
**innen torsdag 29. juli**

Gjeldende verdensrekord er på 43,24 sek.,  
norges raskeste er 57,09 sek. Svensk Yngvar sin test tid  
var 2.59,17! NB! Det er ikke lov å bruke ordliste.

**KONKURRANSETEKST:**  
The razor-toothed piranhas of  
the genera Serrasalmus and  
Pygocentrus are the most  
ferocious freshwater fish in the  
world. In reality they seldom  
attack a human. (tot. 166 tegn)

Svensk Yngvar burde fått lov til å bruke ordliste. *Finnmarken* 23.7.2004

Lokale konkurranser er også registrert i byer som Førde og Bergen (der ble det avholdt en konkurranse mellom SMS-tastere og telegrafister!), men



tross diverse rekorder ble det ikke noe stort hopp i oppmerksomheten. Rekrutteringen av hurtigtastere fra den generelle befolkningen lot kanskje vente på seg, for å si det litt pompøst, i den forstand at folk kanskje var litt ferdige med å sende kjempemasse SMS på kontantkort. Det har noe «tidlig 2000-tall» over seg. Spesielt dette med masseutsendelse av upersonlig innhold som kjedebrev, pikselfigurer, aforismer og vitser – sånn som i flere av bidragene til NM i beste SMS. Novelty-faktoren gikk ned. Folk ville videre. I stedet ble forbedret lyd det helt store på mobilen, med «polyfone ringetoner» (futuristisk!) som revolusjonerte gamet. Så ble telefonene gode nok til å ta bilder med, så dukket det opp noe som het WAP som betød internett-browsing.

Samtidig var SMS noe alle hadde et forhold til. I 2006 ble det således rapportert at en norgesmester i SMS skulle kåres igjen. Det skulle skje under HW-LAN på Fornebu. Guinness-teksten skulle brukes. Regler for påmelding og kvalifisering ga ikke kildene klarhet i, og hva som skjedde på HW-LAN ligger foreløpig i historiens skygge. Oppmerksomheten rundt NM tok først av i 2008. Da var lokalavisene til gjengjeld tapetsert med NM i SMS.

### **Premier og rekorder**

I 2008 ble det snakket om «historiens første NM i sms-meldinger». «Det er første gang det arrangeres noe sånt som dette», sa en av butikksjefene i Telekiosken. Men formatet var det samme. På alle steder hvor Telekiosken holdt til, kunne hvem som helst møte opp og taste. Folk møtte opp i varierende grad og med varierende ambisjoner. Noen hadde anti-ambisjoner. En som hadde møtt opp, uttalte: «Det er litt trist å være norgesmester i sms-skriving».

Den raskeste i hver av seks regioner gikk til landsfinalen. I forskjellige lokalaviser ble det rapportert om by-mestere som brukte alt fra 49 sekunder, meget sterkt, til godt over det dobbelte. Han som var raskest, hadde øvd på teksten. Men de fleste som møtte opp hadde ikke noe i SMS-eliten å gjøre. I Stjærdal var det «svært få» deltakere og vinnertid på 139 sekunder, ble det skrevet. Intet nytt var også nytt. «Ingen SMS-finalist fra Lillehammer», rapporterte *GD* litt vemodig.

I finalen, som ble arrangert som cupspill, falt dessverre kvalikvinneren gjennom. Det endte med at Østlandets beste mann og Vestlandets beste kvinne møttes i finalen. Og kvinnen ble en legende i SMS-sammenheng, i den grad noe slikt finnes. Hun het Sonja Kristiansen og ble norgesmester i 2008 med 46,06 sekunder.

Gjeldende verdensrekord fra februar 2008 var på 41,40 sekunder, fortsatt tilhørende Singapore. Men Sonja Kristiansen var nå klar for å kaste

ære over seg selv og den norske nasjon. Og nettopp det gjorde hun i NM 2009. 37,28 sekunder var en oppsiktsvekkende verdensrekordforbedring. NM-tittelen ga en ganske massiv pengebonus for verdensrekord.

Slike resultater kom ikke ut av ingenting. «Jeg øver veldig mye, fortalte hun til *Stavanger Aftenblad*. Resten av kommentarene til lokalavis og VG ble holdt i varianter og sjatteringer av «sykt».

**Helt sykt!** Sonja Kristiansen raskest i verden

**Tekst: Erlend Agabø**  
**Sonja Kristiansen fra Busy skulle bare forsvare NM-tittelen i sms-skriving. Det endte med ny verdensrekord med klar margin – og 100.000 norske kroner i kassen!**

Ikke rart Kristiansen gikk rundt med et stort smil rundt munnen etter konkurransen på Oslo City – om enn noe forstumlet.

– Dette var helt sykt! Rett og slett, jeg hadde et lite håp om at det skulle gå, men at det skulle gå med så klar margin hadde jeg aldri sett for meg, jublet Kristiansen etter at verdensrekorden var i boks.

**100.000:** Sonja Kristiansen med sjekken på 100.000 kroner for verdensrekorden i tillegg fikk hun 10.000 kroner for NM-tittelen.

sen lunsje med andre ord rekorden.

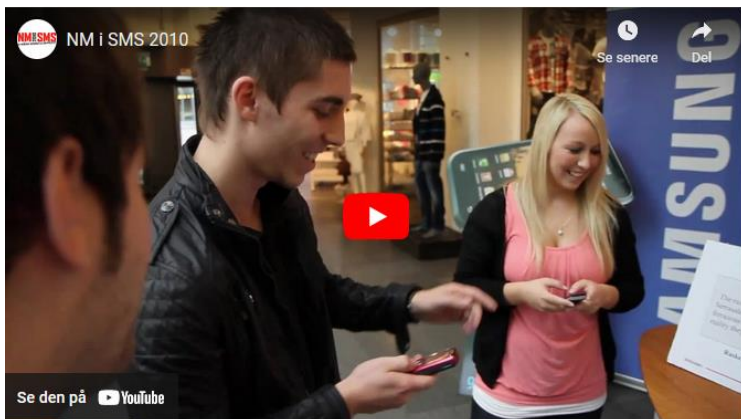
**Skjelvende fingre**  
– Dette var bare skikkelig deilig. Jeg trodde ikke det skulle gå etter at første forsøk var helt smudde, så da det andre ikke

Rogalands Avis 16.11.2009

Kalenderen viste etter hvert 2010. Nå hadde SMS-konkurranser eksistert i et tiår, men kunne man ikke si at teknologien hadde tatt noen steg vekk fra det gamle formatet? Var det ikke snart slutt på tastetelefoner? Jo, 2010 var siste år at de gode gamle knappene var i konkurransebruk.

Dette var også det første og siste NM som ble annonsert gjennom «NM i SMS» sin egen Youtube-kanal. Kanalen la ut en forhåndssak, hvor Telekiosken brukte Sonja Kristiansen i markedsføringen. Skulle man bare gått ut ifra kanalen, ble det ikke noe NM, for noen oppsummering av mesterskapet tok ikke kanalen seg råd til. En oppsummering kommer derimot her: Gjennom kvalifiseringen ble regjerende mester Kristiansen truet av Frode Ness fra Førde. Finalerunden på Oslo City ble gjennomført som et cupspill, og Ness tok seg til finalekampen der han satte verdensrekord med 34,65 sekunder. Derfor fikk han ikke bare NM-pris på 10 000 kroner og telepremier, men verdensrekordbonus på 25 000.

«NM i SMS har satt Norge på SMS-verdenskartet», uttalte Telekiosken i et offisielt kommuniqué. Godt Norge har *noe* å skryte av for omverdenen.



NM i 2011 lokket derfor med hele 100 000 kroner for verdensrekord hvis rekorden ble satt i selve finalen. Dette var en bonus oppå den ordinære tittelen som ga vinneren 10 000 kroner, en sykkel og en *nydelig* Nokia.



Fra nmsms.no, arkivert versjon

Hederskvinnen Helene Kahlbom hadde spådd i 2004 at noe slikt kunne skje. «Kanskje det ein dag dukkar opp ein SMS-konkurranse med store

pengepremier», lurte hun. Ja, *Stavanger Aftenblad* spekulerte i om man i framtida kanskje til og med kunne bli rik ved bruk av mobilen.

Men før det fantes Tiktok-influensere, for ikke å si Onlyfans, fikk tenåringsen Helle Nilsen oppleve rikdom for sine reinte tekniske ferdigheter med telefonen. Vinnertida i NM 2011 (det første NM med berøringsskjerm) på 28,32 sekunder sørget for det.

Om Frode Ness sverget på å ta NM-seieren tilbake er ukjent, men det vi veit er at han gjorde det. Ness tok seg av NM i 2012 med ei tid helt nede i 25,16 sekunder. Førstepremiene var fortsatt store, og bonus ble det til begge.

## My Svensson snabbast i sms-SM

Efter en mycket rafflande final i SM i sms stod på fredagen My Svensson från Hovmantorp som segrare. Men det var nära att hennes strategi att stänga ute världen inte höll hela vägen fram.

My Svensson var favorit redan inför semifinalen efter att ha skrivit tävlingstexten på 52 sekunder. Deltävlingen i Borgholm vann hon på 70 sekunder. I semifinalen slog hon sitt eget svenska rekord, tummarna virvlade fram och textade fram den enligt henne "lagomsvåra" texten på endast 50 sekunder.

Men i finalen gick det långsammare. Fram till de sista tumtrycken låg hon efter Falunmästaren Adam Siverson Ljung, som kommit till Stockholm med deltävlingsresultatet 69 sekunder.

PÅ SLUTTAMPEN SLOG NERVENA till, båda stavade fel och fick ta om. Här drog dock My ifrån och vann med två tumtryck och en tid just över minuten.

My's främsta strategi att stänga ute omvärlden var behövlig. För när presentatören inte ens kände igen henne och ropade efter henne i mikrofonen när hon redan stod beredd vid mobilpulten borde nerverna slagit till. Tävlingsmijön



My Svensson blev 25 000 kronor rikare när hon vann SM i sms på fredagen.

FOTO: LARS LUSTLIN

var den allra sämsta med dunkande musik och påfrestande presentatörer som ställer konstiga frågor en sekund innan startsignalen går.

DÅ GÄLLER DET ATT STÄNGA ute världen och koncentrera sig på att utföra den annars vardagliga sysslan att skriva sms med koncentration. Såväl My som Adam skickar

omkring 40 privata sms per dag till vänner. Då använder dock My textkänningstekniken To för att skriva snabbt, något som inte är tillåtet i tävlings sammanhang.

– DET VAR INTE EN SVAR text, menade My Svensson. Men det är ändå viktigt att ha tränat mycket så att man kan den utantill. Det hänger på ett

knapptryck om man ska vinna eller försvinna.

Tävlingstexten som alla deltagare i de 14 deltävlingarna fått skriva lyder: Ok, skriv fort nu. Fortare! Da går för långsamt. Stavas långsamt så? -S Hinner inte titta, måste bli klar. Snart, bara i ord till. :P Klar!!

ANNIKA HAMRUD  
annika.hamrud@idrotts.se 08-738 11 21

Dagens Nyheter 16.8.2008

### Sverige

Mye av det som skjedde i Norge, ble gjort i fotsporene til Sverige. Kåringa av Norges fineste SMS fulgte for eksempel etter at svenskene hadde sin første kåring av dette høsten 2001. Ikke desto mindre var arrangøren, Telia, direkte inspirert av den siste sovjetstat i sitt formål med konkurransen. Telia ville nemlig «försöka höja svenskarnas SMS-tempo till norsk nivå».

Av alle ting var det følgende sentens som vant den svenske kåringen av beste SMS: «Är han i mobilskugga grubblar hon, då hans tystnad är abrupt.

Klick i luren ger tonbrus, som smakar frekvent tonval». Ord som abrupt var det nok ikke mange som brukte i dagligdagse tekstmeldinger. Men fordi det angivelig «finns mange SMS-proffs där ute som måste få visa vad de går för», gjentok Telia konkurransen høsten 2002. Vinneren ble kåret like før de norske konkurransene begynte i januar 2003, og seieren ble tildelt til en som skreiv så lyrisk: «Ge mig 1 blick och du får 2 tillbaka, ge mig 1 kram och du får 10 igen, ge mig 1 puss och du får mer än vad du klarar av, ge mig 1 kyss och du får hela mig».

Sommeren 2007 begynte Sverige med NM i hurtig-SMS. Kvalifiseringen ble for så vidt bygd over samme lest som i Norge i 2000, med andre ord som en sommerturné i flere byer. Tele 2 sto bak turneen via sitt varemerke Parlino. De leide inn DJer og annen underholdning, eller albuget seg inn på eksisterende festivaler.

I Sverige ble gjerne «speed SMS» beskrevet som en sport: «Det är klart att det är en sport. Är skytte en sport, så är absolut det här en sport», uttalte en av arrangørene. Likevel var tempoet langt lavere enn i Norge. Det ble skrevet at tider på under 80 sekunder var bra, og vinnertiden i 2007-finalen ble til slutt 68 sekunder. Forklaringen er selvsagt at det var et helt annet formular som skulle skrives. I SM 2008 gjaldt følgende tekst:

Ok, skriv fort nu. Fortare! D1a går för långsamt. Stavas långsamt så?:-S  
Hinner inte titta, måste bli klar. Snart, bara 1 ord till.:P Klar!!

I 2010 gikk svenskene over til berøringstelefon, før SM i SMS antakelig tonte ut etter 2011. Kanskje like greit når de 160 tegnene som skulle krastes ned, var av det trivielle kaliber:

SMS på kortast tid! Hur svårt kan det vara =D År du Sveriges snabbaste SMS:are?! Fullt ÖS och 25 000 kan bli dina! Snart framme vid 160 tecken, 3-2-1 KLAAAAR!!!

## **USA**

I USA skjedde det også mye. Det er uten tvil en konkurranseglad nasjon med mye oppfinnsom PR. I den overraskende detaljerte boka *Nerds Per Minute* forteller Sean Wrona om hvordan amerikanerne i sin tid fant opp hurtigskrivning på skrivemaskin, med store opplegg rundt konkurranser, turnéer og oppvisninger. Konkurrentene skulle gjerne skrive så mye de kunne over litt lengre tid, med opptelling av antall ord og fratrekke for feil. Skrivemaskinprodusentene hadde de beste på lønnslista, rekrutterte folk til nybegynnerklassen og sørget for at disse kunne bygge en karriere.

Hurtigskrivning var trolig den første «sporten» som kvinner ble kjent for å drive i USA, og flere av de beste ga ut bøker med tips og metoder. De mer oppvisningspregede arrangementene inneholdt ulike novelty-påfunn, som å drive hurtigskrivning med tildekket skrivemaskin, eller å skrive mens man holder samtaler, staver eller gjør regnestykker.

Når det gjaldt SMS i USA, ble ordet *supercalifragilisticexpialidocious* brukt i konkurranser arrangert av telefonprodusenten LG. I 2007 klarte ei fjortenårig jente å vinne 25 000 dollar. Nok en gang forsøkte VG å informere om utenlandske SMS-prestasjoner, og hevdet at jenta var «Verdens raskeste SMS-er». Et slikt uttrykk fant også veien inn i Fornyings- og administrasjonsdepartementets refleksjoner om «digital kompetanse».

Året etter gjentok LG det samme mesterskapet, hvor samme jente ble slått på målstreken. Vinneren tok nå med seg 50 000 dollar. I retur fikk LG reklameomtale i mediene – pluss en tilbakemelding fra vinneren om at andre mobilmerker var bedre til å skrive med.

LGs utstyr under disse konkurransene var for øvrig flipp-telefon med horisontal skjerm og vanlig qwerty-tastatur, så det hadde ingenting med tradisjonell SMS-tasting å gjøre. Hele seansen var derfor et «texting championship for cheaters», ifølge en lettere agitert Engadget-skribent.

### **Nye rekorder, og hva blir den neste?**

Tilbake i Norge ser NM i SMS ut til å ha ebbet ut etter 2012-utgaven av arrangementet. Som norgesmesterskapet så seg nødt til å gjøre, har også Guinness' verdensrekorder tatt turen over til berøringsskjerm. Samtidig har det ikke blitt noe nytt rush etter å sette rekorder. I 2014 var verdensrekord-tida presset ned i 17,00 sekunder, og der har rekorden også forblitt siden.

Rekorder på taste-telefon er selvfølgelig ikke et dagsaktuelt fenomen for tida, ei heller internasjonalt. 1. mars 2012 er datoen for gjeldende Guinness-rekord, som da er på 29,43 sekunder, prestert av en kar i Kuwait. Når det er sagt, er det mange typer tasterekorder som Guinness heller ikke har særlig interesse av å følge opp. Ifølge nevnte Sean Wrona gjelder det blant annet hurtigtasting med datamaskin-tastatur.

Enda mer moden for utfordring er rekorden for SMS-skriving *med* bind for øynene. Den etter hvert så velkjente piraja-frasen ble dunka ned i New Zealand på 45,09 sekunder i 2007. Denne burde være fullt mulig å slå.

På berøringstelefonen finnes det også en rekord for raskeste SMS på vannski (49,09 sekunder). Tyske Benedikt Mordstein har holdt seg til sin foretrukne «idrettsgrein»: raskeste SMS-skriving samtidig som man gjør breakdancing-headspins. Mordstein har klart det på 56,65 sekunder.

I 2008 kjørte Samsung et markedsstunt for raskeste SMS under hopping i fallskjerm. Her er jo selvsagt den store catchen at man rett og slett mister livet hvis man somler med teksten og glemmer å utløse. Det var snakk om at Samsung lot deltakerne få skrive i 60 sekunder, før de var nødt til å utløse fallskjermen. Stuntet gikk da ut på at ei rekke fallskjermhoppere ble utstyrt med ulike Samsung-modeller for å få satt disse på prøve. Ingen hoppere klarte tilsynelatende å fullføre teksten innen den påkrevde tida. Guinness har ingen rekord i fallskjerm-SMS per i dag.



Det virker likevel som at Guinness Rekord-konsernet kan være villig til å ta imot nye rekorder innen SMS-skriving «mens man gjør et eller annet», for eksempel kjører enhjulssykkle på line. Bare fantasien setter vel grenser, men det ser også ut til at man må karre seg under et minutt for at Guinness-folkene skal finne rekorden verdig. Så en tasterekord mens man ligger nede i en tank med sirup er nok ikke verdt å prøve seg på.

Ønsker du å begynne å øve, er teksten altså:

*The razor-toothed piranhas of the genera *Serrasalmus* and *Pygocentrus* are the most ferocious freshwater fish in the world. In reality they seldom attack a human.*

\* Neida, denne teksten omhandler ikke 1990-tallet. NM i SMS hadde likevel en aura over seg som gjorde at den likevel hører med i boka.

## Neitack

**Norske dotcom-selskaper, altså nettside-baserte selskaper, var meget høyt verdsatt i 1999 og 2000 før aksjeprisene sprakk. Et av de fremste navnene blant dotcom-selskapene var Yatack. Selskapet var tett knyttet til det nye millenniumet, med et navn og en profil innført rett etter tusenårsskiftet. Yatack sin forgjenger på 90-tallet var Online Club, og deres misjon var å innføre netthandel i Norge, med alle slags tjenester og varer fra veddeløp til jettfly.**

Online Club hadde en spennende forretningsidé som passet godt med økningen av antall internettbrukere i Norge. Online Club fikk medieomtale før selskapets netthandel var oppe og gikk, og tilsvarende ble aksjen omsatt og verdsatt ut ifra de innovative vyene. Første gang Online Club fikk vesentlig medieomtale var konteksten medrivende. Publikum ville bli vitne til et teknologisk og merkantilt race hvor norske TV-kjendiser ble løftet fram som deltakere. Det var Halvard Flatland mot Dan Børge Akerø.

To programledere som følte de hadde gjort det aller meste på sitt felt, og nå var klar for framtidens utfordringer. Det betød internett. Eller tekst-TV.

### Hest på tekst og nett

«Snart slipper du å reise deg fra godstolen for å spille på hest eller fotball. I løpet av året vil en telefon og tekst-tv være alt du trenger. Det er Hallvard Flatland og Dan Børge Akerø som er initiativtakerne bak det nye konseptet. Begge har utviklet sine egne firmaer som vil tilby deg å spille direkte fra din egen stue». Dette skreiv *Rogalands Avis* i februar 1997.

For å presisere, var «det nye konseptet» egentlig to forskjellige konsepter og ikke fra samme firma. De to TV-personlighetene var heller ikke de som utviklet ideene. Men Flatland og Akerø ble med som investorer og markedsføringsfigurer for sine respektive medieselskaper. I mediernes øyne dreide det seg derfor om Flatlands og Akerøs personlige foretak.

Hver av selskapene var altså interesserte i hestespill tidlig i internett-æraen. Flatland var involvert i selskapet Eurospill som ville tilby teknologiske løsninger for «at du ringer et nummer og taster inn dine tips på tekst-tv». Akerø-satsningen Online Club var derimot internettbasert.

Av de to metodene for å kjøpe tjenester, internett og tekst-TV, hadde én av dem framtida foran seg. Om denne framtida var et faktum allerede våren 1997, og om det norske folk var klare for hjemme-betting og nettkjøp av varer, var en annen sak.



## Dårskaper og fallgruver

For så vidt begynte internett virkelig å bli vanlig i Norge, fire-fem år etter innføringen av world wide web. Bedrifter ble oppfordret til å skaffe seg en raff «webpage». Data, eller d@ta som det gjerne ble kalt i avisenes spalter om temaet, var utvilsomt en framtidsteknologi, og de som var først ute med å utnytte det nye landskapet, kunne profitere stort. En underindustri med utdanning, rådgiving og konsultasjon vokste fram. Lærebøker ble gitt ut med navn som *Bedriften på internett: muligheter og fallgruver for norsk næringsliv* (1998).

Boka *Bedriften på internett* skal vi dvele litt ved, og først litt om fallgruvene. Bokas forfatter Lars Aarønæs trakk fram at «menneskelige dårskaper» og «bløffmakere» fikk rikelig med spillerom på nettet.

«Bløffmakernes arena.

Hvorfor skulle det ikke finnes bløffmakere på internettet, når det er så mange av dem i resten av verden? Det er absolutt ingen mangel på råtne egg i dette handlenettet. Det er selvfølgelig naivt å tro at et nytt medium skulle forandre på menneskelige dårskaper. Antakelig danner internettet historiens hittil største forum av luringer og mennesker som lar seg lure. Heldigvis er det mulig å trekke lærdom av andres feil».

Grelle eksempler måtte trekkes fram til lærdom for andre i norsk næringsliv. I kraft av at Dan Børge Akerø var så kjent, var det fristende for Aarønæs å trekke fram det som han holdt på med. Online Club ble nevnt som et av de bedre initiativene. I motsatt ende fant man et annet prosjekt med de samme aktørene, Global Money Games.

### Av skaftet med globale Akerø ☹️

Det skulle egentlig ikke store skepsisen til for å skjønne at for eksempel Global Money Games var et svært spekulativt prosjekt da det ble lansert.

Fra *Bedriften på internett*.

## Internett galt i seg selv?

Både når det gjaldt Online Club og Global Money Games var det egentlig den tidligere restauranteieren Simon Yuen som sto i spissen for å få med Akerø og investorer. Det var ja-mennesket Akerø som ble tatt med på ferden, står det i Akerø-biografien. Mange pengenevner stilte også opp, og de nevnes ikke her. Global Money Games går heller ikke grundig gjennom. Det holder å nevne at forretningsideen var å tilby betting på aksjekurser.

Global Money Games-selskapet hadde også sin *egen* aksjekurs, og den så veldig bra ut, før det viste seg at ikke så mange mennesker ønsket å spille dette aksjespillet. Spillerne er tross alt en faktor man ikke kan ta ut av ligningen, uansett hvor sterke navn som hadde investert og vist tro på konseptet. Etter det første store kursfallet rakk Akerø å selge seg ut av Global Money Games høsten 1997. Salget ble slått opp som en gladnyhet i *Dagbladet*, men om slike salg pleier å være et godt signal om tilstanden i selskaper, er en annen sak. Global Money Games' dager var talte i mai 1998.

Den nevnte læreboka for internettbedrifter hevdet at Global Money Games feilet på grunn av selve mediet. Analysen gikk ut på at de «typiske spillerne som Global Money Games ville trenge, var verken interessert i aksjer eller i internettet» (min utheving). Forfatteren mente at selskapet overdreiv hvor mange kunder som ville koble seg opp. Realiteten var stikk i strid med det selskapet så for seg: «Igjgen hvilte forklaringen på den kommende suksessen på at internettet nærmest var som et beste sendetid-program på en ny, verdensospennende fjernsynskanal å regne». Leserne til Aarønæs «vil vite at dette er en nesten usannsynlig misforståelse».

### **Ingen internett i vårt hus**

Hva så med Online Club og deres hestespill? Ville folk spille mer når de kunne gjøre det fra hjemmet eller jobben, eller var det som Aarønæs hevdet, at målgruppa overhodet ikke var interessert i internettet?

Det siste trodde – eller håpte – en tippekommisjonær som ble intervjuet av *Rogalands Avis*. Kommisjonæren trodde nettbaserte spill «er en media-boble som raskt vil sprekke». Folk burde tippe gjennom hans etablissement, slik at de ikke gikk glipp av tilhørigheten i hestespillmiljøet. Kioskeieren la også til en tankevekkende innsikt om sosiale skranker mot gambling: «Dessuten liker ikke gamblere å bli kontrollert av familien når de spiller». Å få folk ut av huset for å få spilt litt, var til det felles beste for minst to aktører, tippeselskapet og kommisjonæren.

Dan Børge Akerø innrømte selv at han hadde vært skeptisk til internett «i begynnelsen, og sa til datteren min at det ikke ville bli snakk om noe Internett i vårt hus». Dette rapporterte VG høsten 1996. Høsten 1997 supplerte programlederkongen med nye opplysninger. *Dagbladet* siterte Akerø på at han aldri hadde surfet på internett.

Ikke desto mindre klarte hans og Simon Yuens selskap Online Club å vinne gunst på en helt annen måte enn Global Money Games. I 1997 vant selskapet en pris under utdelingen «Den gylne alfa», nemlig for å være «Best på å øke omsetningen av varer og tjenester». Utenforstående kan tenke at selskapet egentlig sto foran utfordringen «å øke fra null», ettersom

1996 ikke hadde noen omsetning i det hele tatt. Ikke desto mindre fikk Online Club ros i den hardtslående læreboka *Bedriften på internett*. Lars Aarønæs roste Online Club for å ligge kvantesprang foran sinkene innen netthandel, som for eksempel St. Olav Bokhandel (!).



*Kapital 9/1997*

### **Handelsopplevelsen i Online Club**

Men hva var det Online Club skulle drive med utenom hestespill? Jo, det var et ordinært supermarked på nett. Online Club fungerte på samme måte som Smart Club: Folk måtte betale medlemsavgift for å ta del i de gode prisene. For 200 kroner i året var man inne.

De som skulle starte netthandel måtte bryte nytt land. Hvordan skulle man for eksempel beskrive følelsen det var å romstere blant virtuelle varer og prislapper? Da var det nok en gang godt å ha Akerø på laget. TV-kongen fikk til tider ordentlig sving på retorikken, som her i *Dagens Næringsliv*: «Tenk deg en sjø av forskjellige enkeltstående siv der du bunter sammen de viktigste til en flåte, sier Dan Børge Akerø om sitt nye 'Kon Tiki': et virtuelt varehus der du og jeg kan gjøre unna shoppingen i sofakroken hjemme, fra PC eller TV».

Om Thor Heyerdahl var betalende medlem i Online Club, forble usagt. Men handlekraften var der, i dobbel forstand. Lovnaden om å ha varehuset klart til julehandelen i 1997, klarte Online Club. De åpnet for sine medlemmer i september samme år. VG hengte med, og lot det nye nettselskapet gjennomgå avisas velkjente pristest.

**Dataspill**

	ONLINE CLUB	SPACE-WORLD	AKERS MIC
Diablo	399,-	449,-	449,-
The Lion King (Gameboy)	399,-	399,-	449,-
MDK – Kamp mot romvesen	399,-	299,-	299,-
Mario Kart 64 (Nintendo 64)	649,-	698,-	698,-
Turok	699,-	598,-	798,-
<b>Sum:</b>	<b>2545,-</b>	<b>2443,-</b>	<b>2693,-</b>

+ porto snitt kr. 22,-

**Video**

	ONLINE CLUB	SPACE-WORLD	AKERS MIC	VIDEO NOVA
Den utrolige reisen	149,-	–	160,-	159,50
Oliver og gjengen	189,-	–	200,-	159,50
Ringeren i Notre Dame	189,-	199,-	200,-	159,50
Things to do in Denver when your dead	149,-	149,-	140,-	99,50
Ransom	139,-	149,-	150,-	149,-
<b>Sum:</b>	<b>815,-</b>	<b>–</b>	<b>850,-</b>	<b>727,-</b>

+ porto snitt kr. 22,-

Ikke summert for Spaceworld, siden de mangler noen av varene

VG 7.10.1997

## Utvalg

Omsetningen var temmelig lav helt i starten, og inn i julehandelsseongen gikk varehuset med et utvalg av kun 800 produkter fordelt på alle kategorier. En nice liten throwback til 1970-tallet, da Stein-Erik Hagen lanserte Rimi 500 med så mange varer som navnet tilsa. Hagen utvidet til Rimi 800 før Odd Reitan forsøkte seg på knockout ved å fronte Rema 1000.

Hundrevis av varer var alltid en start, men der var forbedringspotensial. Før jul i 1997 fortalte for eksempel VG at Online Club solgte bøker, men

bare ti forskjellige. Butikken vant heller ikke avisas pristest. Egentlig hadde folkene bak selskapet påstått at prisene ville ligge lavere i Online Club, fordi selskapet slapp å betale husleie for utsalgslokaler.

Og hvorfor bare ti bøker? *Finansavisen* hadde fortalt i februar 1997 at Online Club «på sikt kan levere alt fra knappenåler til jettfly». (Med andre ord som en åndelig forløper til Warstock Cache and Carry fra *GTA 5*-spillet.) Enn så lenge nøyde Online Club seg med å konkurrere med kjente butikker på pris, og gjerne litt high end-varer. I sine annonser ba selskapet folk om å *prøve* ei skjorte på Ferner Jacobsen, et klesmagasin i Oslo, men *kjøre* den online. Prisen ville da være 349 pluss porto hos Online Club, mot 595 i butikken. Ferner Jacobsen svarte på dette, og tillot seg å tvile på om det var samme klesplagg man sammenliknet priser for. Klokkelig nok valgte Online Club å trekke konkurrentens navn tilbake. Teksten i annonsen ble endret til «Butikk: 595,-»



**Julegavetips!**

Polo skjorte – 3 farger.  
Maks. 2 pr. kunde  
Butikk: 595,-  
online club: **349,-**

Gå inn i butikken på [www.olc.no](http://www.olc.no) – her finner du merkevarer, gaver, klær, musikk, fritidsartikler og mye annet. Prisene er gode, leveringstenk – online club har alltid åpent.

Porto- og oppkravsgebyr på kr 45,- kommer i tillegg. Har du spørsmål, kontakt [kundeservice@olc.no](mailto:kundeservice@olc.no) eller ring grønt nummer 800 82032. Du kan også ringe inn din bestilling på: 22 03 48 65 (9-17). God handel!

online club, Norges første varemagasinet på Internett er åpnet.

Ventesiden er over – gjør det raskest med Tella Internett.

*Bergens Tidende* 29.11.1997

Online Clubs daglige leder Arild Spandow fortalte hvor stor julehandelen 1997 ble: Den nådde en størrelse på 1 500 kjøp. Budsjettet for 1998 innebar en omsetning på 15 millioner – som vil si 42 000 kroner dagen. Resultatet ble nærmere 10 millioner, som da vil si en omsetning på 27 400 kroner dagen – knapt 1000 kroner i timen – i varehuset som aldri holdt stengt.

### Andre bransjer prøver seg

Netthandel ble prøvd i ganske mange bransjer, men det står ikke til å nekte at det var og forble ganske avant-garde i andre halvdel av 90-tallet.

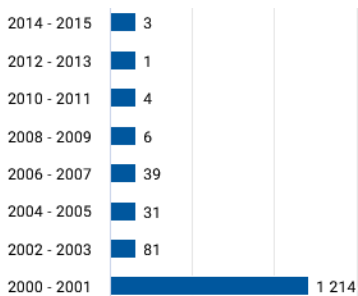
Hjemkjøring av mat var en av satsningene, nå også av flere enn pizzabudene. Matnett opererte i en periode i Oslo, Bergen, Trondheim og Kristiansand. Matvarer ble plukket fra vanlige butikker som Matnett samarbeidet med, og brakt hjem til folk av budbilene til den kjente politikeren Henning Holstad. Sistnevnte gikk også inn som medeier. Rema

kjørte hjem i Oslo og Trondheim, og Rimi (Hakon Gruppen) i Oslo. Bransje-avisa *Dagligvarehandelen* ga positiv PR. Her kunne man lese at «Rema hjem til deg» regnet med å overstige 300 millioner i omsetning i desember 1998. Riktignok så Rema for seg telefon som hovedkanalen. Bare 20 % av bestillingene komme via nettsida, like mye via faksmaskinen (!).

En bedrift å la Foodora var det også noen som prøvde. Roomservice prøvde seg med hjemlevering fra noen Oslo-restauranter.

Dimensjonene over det hele var små. Peppes Pizza klarte ikke å innfri ambisjonene da de lanserte internettbestilling i 1995, så målene ble «senket til 25 bestillinger per dag». Matnett hadde faktisk sjanse til å firedoble sine leveringer da bestillingene nådde et antall på 200 per dag – men da klarte de ikke utkjøringa. Så bestillingene sank til 100. Vanligvis ønsker et selskap organisk vekst, snarere enn organisk svinn. Både Matnett og «Rema hjem til deg» bombet i løpet av 1998, Hakon-leveringa holdt ut marginalt lenger.

Også rundt Online Club ble det ganske stille i løpet av 1998, men samtidig var dotcom-bobla nå et faktum, så investorer betalte gladelig for å kjøre på videre. Mens Spandow, Yuen og Akerø gikk ut av Online Club, kom et nisifret beløp inn gjennom en emisjon før jul i 1999. Like etter årtusenskiftet ble selskapet – som også hadde kjøpt opp flere andre – omprofilert til Yatack. Innen 2001 måtte de fleste innse at realiteten i møtet med kundebasen var mer «Neitack». Yatack.no dreiv en del med nettauksjon og fortsatte å eksistere en stund til, men var blitt «kulturelt irrelevant» som det heter nå.



NB.nos medietreff på Yatack

### Ingen lykkelig julehandel for Yatack

«Grunnet tekniske problemer, er sidene våre ute av drift. Vi beklager dette og håper å være tilbake snart!»

Dette er beskjeden som møter de som vurderer å handle hos Yatack.no. Slik har det vært i ukevis. Yatack har dermed ikke fått med seg den vanligvis lukrative førjulshandelen.

Yatack var under dotcom-hypen, som toppet seg våren 2000, den mest profilerte nettbutikken. Men nå er fremtiden usikker for selskapet. For nettbutikken sliter ikke bare med teknikken.

Med kjendisinvestorer som Jan Haudemann Andersen, Simon Yuen

og tidligere Telenor-topp Stig Herbern i ryggen skulle selskapet bli den ledende butikken på nett.

Men det gikk dårlig. Den siste tiden prøvde selskapet å selge sexprodukter, uten at det fikk fart på inntektene. Etter store tap, blant annet underskudd på 10 millioner kroner i fjor, mistet en av kreditorene tålmodigheten og sendte Yatack til skifteretten. Målet i skifteretten ble imidlertid avlyst. Nye eiere har prøvd å få til en gjeldssaneringsordning. Hvordan det hele ender er uvisst.

Ingen tok telefonen da Aften-<sup>+</sup>posten ringte til nettbutikken.

Aftenposten 2. januar 2004

### E-handel ikke dødsdømt

Boka *Dot-konk. Historien om det kommersielle Internett i Norge* (2001) tar for seg historikken til Yatack ganske kortfattet. Jeg leste mitt eksemplar i papirformat fra et bibliotek. Kall det gjerne et lite statement.

*Dot-konks* forfattere Robert Frostad og Magnus Thomsen så ingen grunn til å stå tilbake for lærebøker om internetts framvekst: Det var om å gjøre å være litt bombastisk. Forfatterne kom derfor med ei rekke spådommer fra sitt 2001-perspektiv: «I motsetning til de fleste av dagens spillere i [internett]bransjen er ikke e-handel som idé dødsdømt. Det er hevet over enhver tvil at det i mange situasjoner og for mange produkter er fornuftig å handle varer over Internett. Men dette vil være i relativt små volumer. At nye postordreselskaper, loppemarkeder og samvirkelag derimot skulle ta over for tradisjonelle former for handel, kommer til å forbli en drøm i all overskuelig framtid». Videre: «Det vil nok alltid være et marked for en rekke ulike typer selskaper som har Internett som sin eneste distribusjonskanal. Derimot kommer disse til å være små nisjeselskaper, og kommer ikke til å utgjøre en trussel mot de store etablerte selskapene. Og verdien av disse selskapene kommer til å bli deretter». Javel!

Mange tok altså feil om tidspunktet da netthandel av varer og tjenester ville slå gjennom. Noen var for tidlig ute, noen trodde feilaktig at svaret var «aldri». I ettertid ser en at netthandel allerede var i ferd å sette seg før 2000. Amazon var godt i gang, grunnlagt i 1994/95, og her hjemme opererte Komplett.no fra 1996. I motsetning til visse aktører gikk ikke Komplett.no så grandios ut fra starten. Det betød minimalt energitap til kjendiser, emisjoner og lovnader om nisifret omsetning. Ingen av dem snakket om jettfly heller. Komplett.no holdt seg til datamaskindeler før de seinere ekspanderte; Amazon var opprinnelig en bokhandel.

vil man gjerne vite at det man kjøper er bra, og at man selvsagt ikke kjøper den berørmelige katta i sekken. Teknologien forandrer seg skremmende fort, og på nettet oppdateres utstyret når det er nødvendig. Og selvsagt er prisen oppgitt. Mange har til og med utviklet en egen handlefunksjon der man plukker ut de delene man ønsker å kjøpe i en handlevogn. På denne måten kan du selv feks. bygge deg den datamaskin du ønsker, og samtidig ha



orden på kostnadene. Summen av det du har i handlevognen er hele tiden synlig, og oppdateres med en gang du handler noe nytt. Husk å sjekke pri-sene opp mot andre drifts- her kan du spare penger. Som stud-ent er bud-sjettet begren-set, men det hender at jeg drømmer meg bort og setter sammen drømmemaskinen. Synd jeg ikke kan trykke på bestillingsknappen...

### URL listen

Her følger en liste av adresser som Goran Ingvaldsen maillet meg. Han hintet samtidig om at psdata pleier å være ganske rimelig. Se selv. Listen inneholder bare norske leverandører, og er skilt av med en: |

psdata.no | vision-computer.no | multicom.no | viking-computer.no | applause.no | pwer-tech.no/eldatech/ | komplett.no | tordivel.no | nets-hop.no | softcity.no | datakompaniet.no | tech.no

### Nyttige pekere

Til slutt skal vi se litt på

noen nyttige pekere. Du har kanskje sett noen av adressene før, men finner sikkert også noen nye og spennende. Det gjorde jeg. Adressen er [internet.no/bruk\\_internet/index.htm](http://internet.no/bruk_internet/index.htm) (sett [www.Foran](http://www.Foran) hvis ikke adressen funker). Her finner du blant annet linker til forskjellige barnesider, musikk, tegneserier, spill, sport, uteliv + mer. Test deg selv med feks TP (Trivial Pursuit).



KIM ANDERS DAHL

Kim.Anders.Dahl@stud.hibo.no

*Nordlands Framtid* 29.7.1997.

Komplett.no gjemte seg her blant diverse aktører på ei liste over norske nettbutikker, som kom på trykk fordi «Goran Ingvaldsen maillet meg» dem. Herlig! Fint er også rådet om å skrive [www.foran](http://www.foran) hvis adressen ikke funker

(men hvorfor ikke <http://> også?). Merk den tidstypiske medieringen av nettnyheter under en fast vignett, med obligatorisk @ i spaltas logo. Selvsagt kom det også med noen mindre vellykkede netthandelssteder på denne lista, deriblant Applause Data som gikk konkurs i 1998.

### **Den skinnende SOL**

Men å avslutte med suksesshistorier som Amazon og Komplett, ville ikke være i dette kapittelets ånd. Vi må derfor innom Sol.no, en mye brukt internettportal på denne tida. Scandinavia Online, som var det fulle navnet, var ikke et nettsamfunn helt slik vi forstår ordet i dag, men likevel noe som brukere kunne registrere seg hos og bli «medlem» av, etter modell av America Online (AOL).

Våren 1998 fant SOL ut at de skulle overgå Online Club, og starte SOL Club. Netthandelen skulle være for medlemmene og inneholde et «rikt utvalg av merkevarer». I *Finansavisen* het det: «På en større del av varene garanterer konseptet laveste pris i markedet. SOL hevder at et tilsvarende prosjekt i USA har vært meget vellykket, og SOL er nå først ute med konseptet i Europa». SOL hadde ledig arbeidskraft etter å ha lagt ned sitt papirbaserte medlemsblad – smak på den, et nettsamfunn med papiravis.

SOL Club kom seg aldri til takeoff, for i selskapet som helhet nærmet underskuddet seg nisifret. Nærmere sommeren 1998 ble ledelsen i SOL kastet. Og mange av deres ideer fulgte med ut døra.

Hva med tekst-TV-vidunderet? Eurospills planlagte foredling av de rå mulighetene i tekst-TV-mediet var banebrytende, ja, selskapet tok ifølge *Aftenposten* ut et verdenspatent. En eksklusiv avtale med Norsk Rikstoto om hestespill via tekst-TV varte i to år fram til 1999, vel å merke hvis staten i det hele tatt tillot en slik spillform. Det endte opp med å bli ganske stille rundt tekst-TV-satsingen til Eurospill, før også det selskapet forsvant litt inn på 2000-tallet.



## Den forlokkende Melissa

I ei tid da ingen var vant til tvilsomme vedlegg i eposter, ble nettopp et slikt vedlegg spredt til millioner. I stedet for å kommunisere at eposten rolig kunne slettes, ble det kommunisert dramatiske stikkord som virus, infeksjon, pornosider, forlokkende kvinnenavn og data-ødeleggelse. Reaksjonen på dette var i tråd med retorikken: Det beste var å kutte all internettbruk så lenge problemet herjet.

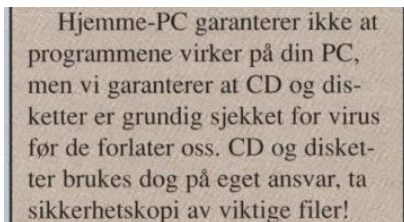
Påsken 1999 ble jeg spurt om å være med på noe jeg egentlig ikke hadde lyst til. Jeg turte ikke si *nei* rett ut, så jeg fant på at jeg måtte hjem etter påskeferien «for å ta meg av problemer med dataviruset Melissa». Viruset lå sannsynligvis og ventet på den stasjonære PC-en, resonnerte jeg, sendt dit av hvem det nå enn var som diffundererte virus. En slik styggedom måtte jeg klekke ut en hittil uant taktikk for å få bukt med. Melissa hadde jeg enten lest om eller sett på *Dagsrevyen*, hvor det ble omtalt som noe alle med en PC måtte «passe seg» for. Dermed hadde jeg Melissa i bakhodet, før jeg gravde i det samme bakhodet etter en unnskyldning.

Unnskyldningen ble vel sånn måtelig akseptert, og da jeg kom hjem fra påskeferien, var det heller ikke noe Melissa der. Ingenting skjedde.

Men noe *kunne* tydeligvis ha skjedd, skal vi tro avisoverskriftene fra påskedagene 1999. «Hydroberedskap mot aggressivt pornovirus», skreiv *Porsgrunns Dagblad* om byens hjørnesteinsbedrift. Pornovirus?

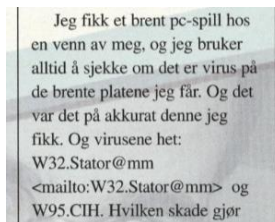
### Det kjappeste viruset

Å kalle Melissa et «pornovirus» var ganske useriøst, men hva var det? Selv om viruset endte opp som litt antiklimaktisk etter de skumle overskriftene som hadde stått, fantes det et potensial der. I ettertid omtales Melissa som det første internett-spredte dataviruset. Derfor omtales datoen da viruset ble konsipert, 26. mars 1999, som et vannskille i historien.



Hjemme-PC garanterer ikke at programmene virker på din PC, men vi garanterer at CD og disketter er grundig sjekket for virus før de forlater oss. CD og disketter brukes dog på eget ansvar, ta sikkerhetskopier av viktige filer!

*Hjemme-PC 4/1997*



Jeg fikk et brent pc-spill hos en venn av meg, og jeg bruker alltid å sjekke om det er virus på de brente platene jeg får. Og det var det på akkurat denne jeg fikk. Og virusene het:  
W32.Stator@mm  
<mailto:W32.Stator@mm> og  
W95.CIH. Hvilken skade gjør

*Hjemme-PC 7/2002*

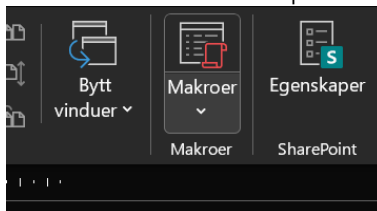
Datavirus fantes lenge før internett. De ble i hovedsak spredt fysisk. Først gjennom disketter, så CD-ROM. Ett eller annet sted plantet noen et virus, som begynte å vandre til andre som bærere og spredere. Spredningen skjedde gjerne ved ukritisk kopiering på stadig nye disketter. Blant annet gikk det rykter om at gratis-CD-ROM-ene som i denne perioden lå ved omtrent alle PC-blader, hadde smekkefullt med virus på seg. Noe PC-bladene iherdig prøvde å avkrefte (se bildet på forrige side).

Internett vokste jevnt og trutt gjennom andre halvdel av 90-tallet. Her kunne selvsagt individuelle nedlastinger være belemet med virus. Men fildeling hadde ikke nødvendigvis slått gjennom (Napster ble grunnlagt 1. juni 1999, noen måneder etter Melissa), så der problemer oppsto, forble de ofte relativt lokale. Med mindre viruset på en eller annen måte klarte å spre seg selv.

Old school-virus spredte seg altså sakte, ikke til tusener og millioner i løpet av timer. Men den sistnevnte typen spredning måtte bli en realitet, og den inntraff nå, i påsken 1999.

### Don't show anyone else 😊

Teknisk sett var Melissa et makrovirus. Det trenger jeg hjelp til å forklare hva er, og Digi.no var på saken: «Et makrovirus til MS Office er egentlig et lite program laget i de interne programmeringsspråket i Office-applikasjonene». Man kunne altså skrive makroer som forenklet prosesser innad i Microsoft Word 97, eller makroer som ga kommandoer til slektingen Microsoft Outlook. (Makroer er ikke noe galt i seg selv; den dag i dag kan man slå opp under «Visning» i Office 365 og meske seg meg makroer.)



Kommandoen som Melissa plantet på PC-en gikk i hovedsak ut på å sende fila med den samme makroen videre til folk på Outlook-adresselista. Fila het «list.doc». Denne lå da som et vedlegg til eposten Melissa kom med, og også ble sendt videre med. Tittelen på eposten var «Important Message From .....» og tekstfeltet besto av «Here is that document you asked for... don't show anyone else. ;-)». I stedet for prikkene sto selvfølgelig avsenders navn til i emnefeltet for å maksimere troverdigheten.

Hva var «list.doc», altså «dokumentet du hadde spurt etter», ei liste over? Dokumentet utga seg for å inneholde brukernavn og passord til diverse dating- og sex-nettsteder. Hvem hadde interesse av dét? Vel, list.doc begynte sin spredning som en opplasting til Usenet-gruppa *alt.sex*.

Dokumentet var «lagt ut» av en bruker der, som i realiteten var blitt hacket av Melissa-kreatøren David L. Smith. På *alt.sex* fant man de interesserte; de åpnet dokumentet, Outlooken deres gikk varm, og resten var historie. Lengre ut i mottakerkjeden var det jo ikke passordene som lokket epostmottakere til å åpne fila. De kunne rett og slett ikke vite om det, ettersom dirty nettsider verken ble nevnt i emnefelt eller tekst. Annet enn at blunkefjeset kanskje indikerte noe litt spenstig, da.

Og kanskje personnavnet. *Adresseavisen* skreiv om «det forlokkende navnet Melissa». Men heller ikke navnet var å se noe sted.

Grunnene til at folk åpna fila, skyldtes automatikk og nysgjerrighet samt at de ikke var vant til tvilsomme eposter. *Det var en annen tid*, som klisjéen lyder.

Bare det å åpne list.doc kicka altså i gang makroen, som fikk Outlook til å sende samme mail videre, bare nå i ditt navn. Det engelskspråklige innholdet og vedlegget endret seg ikke, det bare raste videre til de 50 første Outlook-kontaktene man hadde lagret.

### **Sammenbrudd og ødeleggelse?**

Ut ifra det ovenstående er det klart at masseutsendelsen av viruset ikke gjorde så mye annet enn selve det å sende videre, videre og videre. En av gangene da det forslitte postulatet «the medium is the message» kanskje stemmer.

Her kommer den norske medieomtalen av Melissa inn i bildet. Den kunne egentlig være ganske tåkeleggende om hva viruset gjorde. «Melissa heiter eit datavirus som kan slå ut fleire hundre tusen datamaskiner», skreiv *Hardanger Folkeblad*. Hva betyr å slå ut datamaskiner? Hvor lenge ville de slås ut? Også den større avisa *Aftenposten* fastslo at Melissa kunne «få datamaskinen din til å bryte sammen».

Virus er gjerne kjent som noe som ødelegger innhold på PCen, men Melissa gjorde nesten ingenting. Det eneste destruktive elementet, for å si det slik, var en kode som gjorde at hvis man åpnet «list.doc» på samme klokkeslett som datoen, altså for eksempel kvart over den 15. april eller 15. mai, ville alle brukerens Word-dokumenter få limt inn et sitat fra The Simpsons (!)

Harmen lå stort sett i den eksponentielle spredningen. «Because of Melissa, everyone was unintentionally DDOS-ing each other», som Youtube-kanalen NationSquid formulerer seg. Telenor opplevde nedetid allerede 26. mars, samme dag som viruset begynte sin løpebane. Uten at nedetida varte så lenge.



Dagbladet 29.3.1999

Så var det om å gjøre å få ut budskapet om viruset. De første dagene var det mye usikkerhet rundt hva som egentlig hadde skjedd, fordi Melissa oppsto på fredag før palmesøndag. (Hadde kreatøren hatt sterkere affinitet for «klassisk litteratur», hadde han fått viruset til å oppstå en drøy uke seinere!). På dette tidspunktet var det få som sjekka epost. Jobb-epost var noe de fleste lot ligge i helgene – den gangen. De tradisjonelle mediene kunne gi sine lesere et forsprang, men brukte de dette forspranget godt?

A-pressens telegrambyrå hevdet at Melissa «forstyrrer og ødelegger funksjoner i Microsoft World» (sic). Igjen var det litt vagt, det hele. Aviser som trykte denne meldinga, for eksempel *Fremtiden* i Drammen, advarte mot innholdet som kanskje ventet i epostboksen på mandag. Men så sto advarselen på trykk på tirsdag.

En NTB/Reuters-melding tok med et ytterligere uromoment. Folk burde være oppmerksom på at «list.doc» var diger. Fila inneholdt hele «40K med tekst – det vil si 40.000 bytes». Førte tusen høres jo uoverstigelig mye ut for de som ikke veit helt hvor liten en byte er. Selv Ali Baba nøyde seg med kun førte da han utnevnte sin bande med røvere.

Da var det ikke rart at «E-post-eksperten Eric Allman beskriver Melissa som 'temmelig ille, om ikke det verste viruset jeg har sett'». Slik omtalte han altså et virus som *ikke* ødela filer. Men Allman var fast bestemt i sin mening, for som han illustrerte med sitt fortreffelige billedspråk: «Viruset kan snike seg inn på en harddisk og så å si legge seg til å sove».

Likevel merket altså offentligheten lite i palmehelgen. Så skulle mange på jobb igjen på mandag i påskeuka. Et antall mennesker var nå redde på vegne av kontoristen i gata. De mistrode folks tendens til å trykke ukritisk på hva det skulle være. Men denne gangen overrasket den kollektive e-postbruker positivt. På mandagen konstaterte *Aftenposten*: «Det fryktede dataviruset Melissa skapte i morges ikke det kaoset mange hadde fryktet, og stormen kan nå være avverget».

Fra Lillehammer ble det rapportert at Melissa hadde herjet siden fredagen, men var slått ut av antivirusprogrammer på mandagen. Sagaen endte tilsynelatende godt. «Men de meldingene som hadde vært utsatt for Melissa var ikke vakre», uttalte en mann i fylkeskommunen, noe kryptisk.

### **De herlige lokalvariantene**

I tråd med den litt merkelige Lillehammer-omtalen ble det anledning til mange lokale vrier på Melissa-affæren. «Melissa kom ikke», fastslo *Trønder-Avisa*. Men også der viruset ikke slo til, kunne det ligge i en god historie i hvordan hindringene ble satt opp.

Dataansvarlig i Gran kommune delte ut ark med «Ingen surfer på eller laster ned fra internett» mens situasjonen var som mest heseblesende. «Dersom vi hadde fått viruset inn i vårt anlegg hadde det blitt kjempetrøbbel. Nettverket hadde trolig kollapset helt», sa han. Dataansvarlig kunne puste lettet ut da han fikk brikkene på plass: Det viste seg at Gran kommune aldri hadde tatt seg råd til å oppgradere til Word 97, og var derfor utenfor fare. Lokalavisa *Hadeland* bekymret seg likevel litt for avislesere som hadde den nyeste Word-versjonen – de burde være like forsiktige som kommunearbeideren, ellers «er ulykken ute».

Idet *Sandeffjords Blad* advarte folk i sitt dekningsområde, ble Melissanavnet kommentert: «Bak det innbydende navnet skjuler det seg alt annet enn hyggelig selskap». Heldigvis så Sandefjord kommune og byens bedrifter ut til å ha «gått klar». Måtte det bare forbli slik. Kommunen var ikke så bekymret for framtida, for «det meste av 'mailingen' i kommunen skjer internt. Derfor tror vi ikke viruset blir noe problem». Nok et eksempel på noen som blandet inn helt irrelevante momenter.

I Sør-Trøndelag slo bedriften PC-Partner på Skaun full alarm. Trøndelag var ikke lenger en uskyldig Edens data-hage, de var mer som et Jeriko hvor basunistene sto på geledd utenfor bymurene. Bedriftsjefen advarte spesielt mot et virus som spredte seg gjennom Excel. «Det kan ødelegge både fakturering og regnskap, advarer Husby som snakker av egen erfaring». Særlig understrekes det siste. Å ha gått i baret selv, var utvilsomt en god kvalifikasjon å ha for en som solgte antivirusprogram. PC-Partner

advarte mot at «mange lever i sin egen drømmeverden der risikoen for virusangrep blir bagatellisert og ufarliggjort. [...] Særlig vil jeg advare brukere av skole-PC`er. Disse er ofte livsfarlige med tanke på virusspredning».

Også i Sverige var det folk som for en gangs skyld jublet over små kommunale budsjetter. I Nora satt «kommunens egen datamaestro» – her kunne de det med titler – og konstaterte at kommunen verken hadde Word 97 eller Outlook. Da gikk det jo greit at han heller ikke hadde noen antivirusprogram til å ta hånd om virus hvis et faktisk skulle snike seg inn.

### **Skulle ikke prøvd slik antivirus, da?**

Tirsdag i påsken fant *Dagbladet* en kilde – sjefen i Norman Antivirus – som var villig til å spå om den kommende månedens virus, og koble det hele opp mot Y2K-problematikken: «Det oppdages mellom 30 og 50 nye virus om dagen. Men nærmere årtusenskiftet vil det komme en del store. Det hittil største kommer allerede 26. april, et såkalt CIH-virus, som for mange kan føre til at man må bytte hardware på maskinen. Viruset starter av seg selv i det øyeblikket klokka på maskinen når 00.00.01 den 26. april».

CIH-viruset, oppkalt etter initialene til sin taiwanske skaper, ble lansert 26. april 1998, men reaktiverte seg selv på samme dato i 1999, og dette viruset ødela faktisk innhold på PC-ene. Hvor mange som ble rammet vites ikke, men tilsynelatende ble det ingen flodbølge av destruksjon.

Også Happy99, som på overflaten var en nyttårsgratulasjon, hadde spredt seg på epost før Melissa gjorde det, men ble nesten ikke omtalt i norsk presse før høsten 1999. Men da fikk *Gjengangerens* avisredaksjon Happy99 i epostinnboksen. Avsender var Studentersamfunnet på Høgskolen i Vestfold, som ble svar skyldig, og nok ikke forklarte seg helt tilfredsstillende: «Vi har ikke kjørt virusprogram på en stund nå [...] Når det gjelder program bruker vi av de beste på markedet, sier Bjune og forteller at dette er 'ulike gratisprogram' som de henter fra internett».

I Sverige het det en anelse tendensiøst: «Datorviruset CIH kommer från Asien, precis som de flesta influensavirus». En avis fulgte opp medisinterminologien med frisk metaforbruk: «Melissa, det virus som rönt uppmärksamhet den senaste tiden, är som en lätt förkylning i jämförelse med andra datavirus. Vissa program arbetar som cancer – muterar information i dina excelfiler, slår ut vissa program eller dödar din hårdisk». At en PC med kreft er ille, kan alle forestille seg. Skjønt: *Svenska Dagbladet* hevdet at også Melissa kunne stjele informasjon. Takket være infeksjon av normal.dot ville viruset videresende dokumenter som lå lagret under navnet secretplans.doc (!). Dette ville scenariet tok SD fra ZDNet.

**?** **Happy99**  
Jeg har Happy99.exe virus i karantene (Norton antivirus program). Hvordan skal jeg gå fram for å finne hvor viruset «har gjemt» seg? Det står C:\windows\Temp.

**Hilsen Knut**

**!** *Hvis viruset har gjemt seg i C:\windows\Temp, er det ingen fare! Slett hele katalogen. Windows retter opp en ny tempkatalog når den trenger det, og ingen skade er skjedd.*

Hjemme-PC 4/1999

**LAGET VIRUS:**  
Programmereren David L. Smith erkjente seg skyldig, men beklaget i retten at han ikke trodde dataviruset ville forvolde sårlig skade.  
Foto: REUTERS



**J@,**  
**jeg er skyldig**  
Av MORTEN STENSLAND  
– Jeg ante ikke at dataviruset mitt ville gjøre så stor skade. Det sier mannen bak dataviruset Melissa, den amerikanske programmeren David L. Smith (31). Før helgen erklærte han seg skyldig under en rettsakt i New Jersey i første i adresseboken. Selv om ikke Melissa gjorde direkte skade på PC-ene, resulterte den enorme spredningen i at

VG 12.12.1999

Under: *Dagbladet* 12.4.1999

Hvordan ville det gå for utsatte norske databrukere framover? Folk kunne for så vidt be om svar fra en spøerske som også het Melissa, men om hun klarte å se forbi firewalls på folks datamaskiner, vites ikke.

★ **MELISSA** ★  
ser din framtid  
**RÅD OG VEILEDNING**  
**829 95 559**  
Kr. 22,-/ min. Info 900 50 936

Tellef Øgrim skreiv ganske godt i *Dagens Næringsliv* om internettoptimismen som hadde regjert på midten av 90-tallet. Han konstaterte at vi nok måtte lære oss å leve med at internett inneholdt både det beste og verste fra den virkelige verden:

«De siste to ukenes oppmerksomhet omkring nettets taggere, de unge lyse hoder bak virusene, forverrer angsten. Plutselig er det ikke en demokratisk, lønnsom og lettvinnt framtid vi er på vei mot, men et svart hull av data-usikkerhet og påfølgende milliontap. Gjennom dette hullet forsvinner innholdet i pc-en din og alle opplysninger om deg og ditt spres åpent i nettet. Enhver datamaskin som kobles til internett er i praksis tapt rent sikkerhetsmessig, sier de forsiktige».

Øgrim pekte på at folk hadde ment og spådd mye om internett gjennom 90-tallet, hvorav flere mente at internett var verdens store og endelige frigjørere. Tilkobling til denne «information superhighway» ville akselerere utviklingen til et høyere menneskelig stadium og viske vekk desinformasjon og kontroll. Noe sant i dette er det. Men de pessimistiske perspektivene referert av Øgrim går det også an å kjenne seg igjen i.

Enn så lenge fant mediene sine svar hos ekspertkilder de fant fram til. Mange av ekspertene jobbet i antivirusselskaper, og anbefalte at folk skulle skaffe seg visse produkter. Gjett hvilke produkter.

I Sverige ble konspirasjonsteorien luftet om at et antivirusselskap selv sto bak Melissa. Stipendiaten Fredrik Björk gikk ut med sitt funn av en angivelig hemmelig kode. «Genom att spåra dataviruset bakvägen uppger han sig ha funnit sex tecken som tyder på ett samband mellan virusets skapare och ett antivirusföretag».

Ikke lenge etterpå fikk Björk og en skoleelev æren i svenske medier for å ha ledet FBI i retning av virus-kreatøren – eller som TT-telegrambyrået skreiv, «den kanskje hittills farligaste dataterroristen på Internet».

Melissas faktiske opphavsmann David L. Smith ble altså funnet temmelig fort av FBI. Truslene om fengselsstraff var ganske kraftige i starten, men han fikk en mindre fengselsstraff og en mindre bot som ikke sto i forhold til summene som DDOS-ingen angivelig kostet. Lite er kjent om livet hans i ettertid.

Enkelte ser på Smith som en skinnende budbringer, siden han viste fram *hvordan* et virus kan spres verden over. Dessuten forårsaket han lite skade på innhold, og kreasjonen ble distribuert før en ferie, da mange mennesker ikke «satt på datamaskinen» som de pleide ellers. Men Smith ble også en mørkere budbringer i kraft av å inspirere ei lang rekke nye virus, ja, ved å være selve personen som startet virusspredning via masse-epost. De neste variantene kunne være mye mer skadelige enn Melissa, deriblant Love Letter-svindelen fra 2000. Her fikk folk en kjærlighets-epost som så ganske latterlig ut, men som folk likevel valgte å åpne i stort monn. Merkelig, men ikke overraskende.





## Før Red Bull kom til Norge

**Det synes å være opplest og vedtatt at energidrikken med stor E, for ikke å si med stor R og B, er Red Bull. På 90-tallet var drikken forbudt i Norge. Andre merker hadde sjansen til å etablere seg, men det var mer stas å trosse tollerne eller oppsøke hjørner i klesbutikker.**

Tidligere i år var jeg i Salzburg, hjembyen til Red Bull. Det er rart med det: Etter tida som keiserrike og deretter bestanddel i det tredje riket har Østerrike holdt seg mest mulig under radaren. Josef Fritzl var ikke et positivt bidrag til å fornye imaget, ei heller Wolfgang Priklopil. Filmene laget av Michael Haneke er bra, men heller ikke noe som turistkontorene klipper inn i sine produkter. Kanskje Østerrike kunne ha godt av å åpne seg litt. Eneboligene i Salzburg virket preget av tunge fasader – lange takoverbygg, lite vinduer, murer ut mot veien og mørke hager.

Men så er det altså verdenssuksessen Red Bull. Selskapets grunnlegger og mangemilliardær Dietrich Mateschitz, som døde i oktober 2022, kan sies å ha satt Østerrike på kartet igjen. I tillegg til å være en etterspurt drikk, som kan prise seg selv mye høyere enn konkurrentene på markedet og likevel selge bedre, er ikke minst Red Bull kjent for sponsorstrategiene sine. Strategien var krystallklar helt fra begynnelsen. I dag befatter selskapet seg først og fremst med et Formel 1-lag, dernest med flere fotballag, ski og all mulig annen sport og kultur med et ungt og raskt tilsnitt.

På 90-tallet ble Mateschitz blant annet omtalt i Norge for sin sponning av Andreas Goldberger, en østerriksk skihopper og såkalt «urokråke» som kom på kant med skiforbundet i landet sitt. Mateschitz støttet også Goldberger etter at denne i 1997 ble observert med feil type snø.

### Godt markedsført

Første norske pressespor av Red Bull har også med skisport å gjøre, og er fra desember 1994, da *Arbeiderbladet* i forbifarta nevnte «konkurransen Red Bull Flying High Air & Style Contest (!) i Innsbruck».

At Red Bull faktisk var et drikkeprodukt, kom sakte, men sikkert fram. «Turister som reiser sørover i Europa må passe seg for energidrikken Red Bull», sto det i *Vårt Land* i 1995. «Drikken inneholder aminosyrer som kan gi ubalanse i kroppen, forstyrre opptaket av næringsstoffer og gi hjertebank». Større effekt på kroppen enn den alkoholen som også var å finne sørover i Europa, hadde Red Bull neppe. Men at alkohol kunne gi ubalanse og hjertebank, visste jo det norske folk fullt ut, kanskje til og med

enkelte i *Vårt Land*-kretser. Red Bull var tross alt mer uvante saker. Men konklusjonen må bli at Red Bull enn så lenge var verre ansett enn alkohol i Norge, i og med at den østerrikske drikken var totalforbudt å selge.

Samtidig som alkohol er lov å selge, er det forbudt å reklamere for. Reklame for den forbudte Red Bull var derimot lov, og på 90-tallet antok denne reklamen to former i Norge. Den ene formen var selvsagt den nevnte sponsingen. Red Bull-sponsede sportsarrangementer ble sendt på TV, men gjerne ikke på de store kanalene. Den andre formen var reklameannonser i Østfold. Svenske butikker kunne nemlig selge drikken, og annonserte flittig for dette i østfoldbyenes aviser.

Handelsstedene over svenskegrensa var så kjente for østfoldinger at Lågprisbutikken ikke tok seg bryet med å nevne hvilket svensk grensested butikken holdt til i. Bare at butikken lå bredvid en Statoil. I 1997 fikk østfoldinger som var sultne på det lille ekstra, vite at det var gunstig å kjøpe smågodt, «video», Red Bull og ikke minst «det kjempepopulære datadyret». Tre datadyr gikk til prisen for én kasse energidrikk.

**LÅGPRISBUTIKKEN**

**STØRST PÅ TOBAKK, VIDEO OG SMÅGODT**

**SMÅ-GODT 5<sup>90</sup> Pr. hg.**

**RED BULL ENERGI-DRIKK 24 bokser 299,-**

**NÅ HAR VI DET KJEMPEPOPULÆRE DATADYRET TIL KUN 98,-**

**ÅPENT ALLE DAGER 10-18. Åven partiførsjling. Lågprisbutikken (vid Statoil) 0046 526 401 35**

### Interesserte tollere

Koffein-innholdet i Red Bull gjorde enn så lenge at drikkevaren var å regne som et «medikament» i den norske produktfaunaen. Red Bull var likevel ikke ulovlig å ta med til Norge. Instruksjonene til tollvesenet var å stoppe drikken bare hvis kvantaene var så store at det indikerte videresalg.

Alta-politiet var litt ivrigere enn som så. Våren 1998 stoppet de en eller flere postpakker med til sammen 44 bokser Red Bull. Dette var sesongens beslag sammen med 730 piller, 33 gram hasj, 270 bokser øl og 10 radarvarslere. «Kurias liste», skreiv *Altaposten* presist. Tollerne arrangerte et høyst illustrativt tablå for avisfotografen, med piller spredt utover bordet samt to Red Bull som sto pent plassert oppå en brosjyre om å stoppe narkotikaen på grensa. Da Vinci kunne ikke ha komponert bildet bedre.



Men aldri så galt at det ikke var godt for noe. «Å finne narkotiske stoffer som er forsøkt sendt fra utlandet til mottakere i Finnmark, gir oss ekstra motivasjon. Det er krydder i hverdagen», uttalte en toller i Alta.

Andre steder i landet gjorde tollerne jobben sin, og slapp gjennom Red Bull i kvanta for eget forbruk. Dermed spredte Red Bull seg gjennom 1997 og 1998. Et behov for varen ble skapt, mest gjennom den aller beste reklamekanalen, jungeltelegrafene. Drikken var å finne på LAN-party, i utelivet og på masterlesesalen, hvor en jusstudent hevdet at Red Bull «er et koffein-kick som tilsvarer noe sånt som 60 kopper kaffe». (Studenten har i ettertid blitt en såkalt fargerik person, framgår det av en googlerunde.)

I mars 1998 dro en journalist på undercover-opppdrag til Arkaden i Oslo, hvor det gikk rykter om at en klesbutikk solgte Red Bull i et hjørne. Og det var sant. Stilt opp mot veggen fortalte butikksjefen at boksene på ingen måte var til salg. Han bunkret dem bare opp som et frynsegode til ansatte. Og de ansatte var kun troendes til å selge hvis ekspeditøren ønsket å være ekstra snill, som var aldri, for boksene var ikke til salg, bortsett fra de gangene de var det.

Butikksjefen var enda en fargerik person. Innstillingen han hadde til forretningslivet var frisk, ja litt unorsk. På spørsmål om ikke Red Bull var ulovlig å selge, enten ekspeditøren var snill eller ei, gikk han on the record: «Det hadde sikkert vært larest hvis jeg hadde svart nei på det spørsmålet». På spørsmål om hvordan boksene havnet i butikken hans, svarte han: «Vi kjøper av folk som kommer innom og som spør om vi vil kjøpe».

Folk som kommer innom og som spør om butikken vil kjøpe!

Bryggeriene skjønte nå at det bare var én ting å gjøre: kaste seg på med sine egne energidrikker. Battery kom til Norge som en import fra Finland på våren 1998. Tilsynelatende var det også Battery som sto bak den første norske energidrikk-sponsordealen utenom ekstremsport, noe som ble gjort med Vålerenga Ishockey. Ringnes, som på denne tida delte kahytt med Pripps, valgte å distribuere svenske Magic tidlig i 1999. Denne drikken hadde en professor i Huddinge vært med på å lage, het det. Dark Dog var det tredje merket som var framme i tida – og Ølcompagniet fikk importert den fra selveste Salzburg. Dark Dog med sin gule boks ble markedsført overfor tenåringer, «alle som jobber mye» og partyfolk, fordi «Mange har funnet ut at Dark Dog i stedet for den siste drinken kan gi mer positive opplevelser både resten av kvelden og dagen derpå».

Som de tre første legale energidrikkene måtte selvsagt Battery, Magic og Dark Dog produkttestes av programlederen i Topp 20, akkurat som smartdrinks hadde blitt fire år tidligere (beskrevet i boka *Forsøk på utkast til skisse av 90-tallet*). Battery vant. Magic og Dark Dog andre forsvant.

Offisielt ble Magic «markedsført som en energidrikk», men uoffisielt var Magic knyttet til alkohol. Produktansvarlig Anna Sitterstad i Ringnes ville «ikke stikke under en stol at det er som bakrusmiddel og blandevann at produktet er kjent og brukt. Men som stor bedrift må vi i Ringnes være forsiktig med hva vi sier». Enda en som visste å uttale seg. Da *Dagbladet* trakk fram at Dark Dog hadde et «bråkete» design, mens Magic var mer sleek, uttalte Sitterstad at designet spilte «mye på mystikk, det er nærmest noe religiøst ved drikken». For ei sitatmaskin!

Man skal ikke glemme at drikke på boks hadde vært relativt uvanlig i Norge. Det var fram til mai 1999, da det ble introdusert pant på bokser. Da flommet det på med brus, iste og øl i nye design. Hansa prøvde seg på sin side med en energidrikk på vanlig plastflaske. Antakelig er det ganske få som husker navnet på denne, men den het Jungle og skulle markedsføres «på kino og på ungdomsarrangementer av forskjellige typer» våren 1998. Etter lansering på «Tidenes mega-party» i Bergen ble det dørgende stille.

Koffein var det forresten også i suksessdrikken som ble introdusert i juni 1999. Tine Iskaffe traff uvanlig godt med både smak og image. Folk hadde ikke noe imot å bli sett med en kartong iskaffe, og særlig espresso-varianten fikk rykte på seg som energisk. Iskaffe startet som sommerdrikk, men Tine fant raskt ut at de kunne produsere den hele året.

Legale energidrikker til tross: Folk higet fortsatt etter Red Bull. Kanskje gikk det sport i å buksere drikken forbi de allestedsnærværende tollerne. De fleste lyktes. I Bergen var bare 24 bokser med Red Bull konfiskert fra januar til oktober 1999. En toller poserte for fotografen med 24-pakningen

på et langbord. Oppå den sto en flakong med et annet beslaglagt produkt, en flakong med poppers. Igjen et fotomotiv av det helt utsøkte slaget.



Gjennom 1999 tyder annonseringen på at Red Bull ble vanligere også for grensehandlere i Trøndelag og Nord-Norge. Red Bull ble valgt som edgy navn på en russebus i Tromsø. Alt sammen god markedsføring, og god tilrettelegging så Red Bull raskt kunne jafse i seg markedsandelene når produktet ble legalisert på et seinere tidspunkt.

Flere aktører i Norge tok sjansen på å selge Red Bull ulovlig – og åpenlyst. Når enkelte selgere ble nevnt i avisa, kan man selvfølgelig ta fram gangetabellen for å finne antallet Red Bull-detaljister som opererte *utenom* spaltene. Blant annet trakk forskjellig lokalpresse fram selgere i Modum og Bodø. At den sistnevnte selgeren ble navngitt i Bodø-pressen, fungerte som fantastisk gratisreklame. «Hadde vi trodd at det var skadelig ville vi ikke solgt det», sa Bodø-kjøpmannen med en frisk selvtillit.

Hvorfor kunne ikke Erektus vært energidrikken som vant kampen om markedet? Her fra VG i 1999, som helt øverst opplyser om tre merker man bare fikk i Sverige; Red Bull, Bullit og Erektus.

Oksen bare galopperte på. Autoritetsfigurer hadde tydeligvis ikke advart nok mot Red Bull. Det måtte de nå, for bruken av produktet som ikke kunne selges, tiltok bare i Norge.

Sommeren 2001 sto Idrettsforbundets president Kjell O. Kran fram som kritiker. Koffein sto tross alt på dopinglista, og Olympiatoppen omtalte visstnok Red Bull som et «kosttilskudd med høy risiko». Så var det ikke så farlig som dopingmiddel likevel, for koffein ble tatt helt av dopinglista bare tre år senere.

Det måtte sterkere lut til for å stoppe oksen. Det var da *Sunnmørsposten* fant fram til gulloverskriften: «Red Bull inneholder kattemat».

# Red Bull inneholder kattemat

ner for ekstrem sport skal selge den energidrikk Red Bull. Tre unge danske uventet etter å ha blandet drinken i Idrettspresident Kjell O. Kran raffig.

## ker sen

tilstilt ettersom kaffen som er produsert i kattefabrikken er blitt i konkurranse med koffein som er aktiv ingrediens i mange sportsnarkotika. Red Bull er blitt et stort satsningsobjekt for de to unge danskere som har startet opp driften. Det gjelder den danske utøveren Red Bull, som er aktiv i mange sporter, og som har blitt et stort satsningsobjekt for de to unge danskere som har startet opp driften. Det gjelder den danske utøveren Red Bull, som er aktiv i mange sporter, og som har blitt et stort satsningsobjekt for de to unge danskere som har startet opp driften.

## Lovlig i Sverige

Svenske statsminister Åke Ohlsson, som med seg Red Bull har blitt i konkurranse med koffein som er aktiv ingrediens i mange sportsnarkotika. Red Bull er blitt et stort satsningsobjekt for de to unge danskere som har startet opp driften. Det gjelder den danske utøveren Red Bull, som er aktiv i mange sporter, og som har blitt et stort satsningsobjekt for de to unge danskere som har startet opp driften.

## På dopinglisten

Idrettspresident Kjell O.



Energidrikk Red Bull er blottet ut som skal kviske opp og ikke prestasjonsmiddel. Producenten markedsfører drinken i miljøene for ekstrem sport. Koffein er det mest utbredte og er aktiv ingrediens i mange sporter.

### Bonusavsnitt: Cyber

Det er verdt å ta et sidesprang til en energidrikk med alkohol som dukket opp i 1997. Ikke minst siden også den var produsert i Østerrike, og også den førte til førstesider og advarsler.

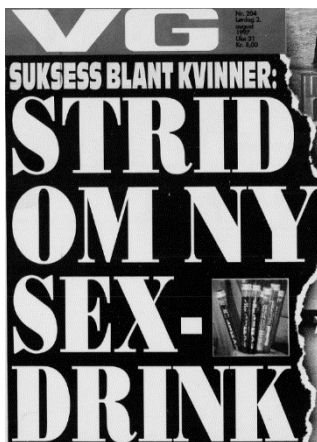
Med et navn som var stilisert *cyBer* dukket produktet opp i Norge på forsommeren 1997. Den ble servert i noe å la reagensrør, hadde fargestoff som brus og var tilsatt forskjellige kjente godterismaker. Det mest definerende ved drikken var vel dens alkoholprosent på 16–21, men i motsetning til rusbrus som også var relativt nytt på markedet, var det guarana i Cyber.

Hva var nå dette for noe skummelt, da. «Siden guarana selges på houseparteis i form av piller har det vært debattert om ikke det har en narkotisk virkning», skreiv *Drammens Tidende*. Avholdsorganisasjonen IOGT meldte overfor *Porsgrunns Dagblad* – i en annen by hvor Cyber solgte godt – at salg av guarana var «snikliberalisering av folks holdning til narkotika». IOGT-representanten slo selvsikkert fast «at unge mennesker som trenger en slik oppkvikker heller bør gå til psykolog». Varaordføreren fra KrF lot seg også intervju. Han stilte opp på et arrangert bilde hvor han var så sint at han måtte rive i stykker avisa der Cyber var omtalt.

*Porsgrunns Dagblad* måtte ut på utforsknings-tokt. Selvfølgelig kontaktet de lokale biokjemikere og apotekere, men ville også teste informasjons-motorveien. «At mange har fattet interesse for guaranas virkninger, er Internett et bevis på. Et søk på guarana ga oss over 3500 treff».

Importøren påsto at guarana var «kjent som et middel til å få opp sexlysten». Om dette var en aktiv markedsføringsstrategi alle steder, skal være usagt, men på noen steder var det definitivt slik, og sexpraten gikk på ryktebørsen. Resultatet var at kvinner over 40 ble den viktigste kjøpegruppa.

I hvert fall i Elverum, ikke så langt unna den tradisjonsrike bedriften Løiten hvor *Hamar Arbeiderblad* oppdaget trenden. Avisen omtalte drinken som «sex-lyst» på reagensglass», og Norsk Telegrambyrå sendte det glade budskapet videre utover landet. Folk ble inspirert på ulike måter. I





nabobyen Kongsvinger valgte noen å stjele Cyber fra et utested. 250 reagensrør fikk de med seg. Etter dette prøvde pubeieren noe nytt han ikke hadde prøvd før: han skaffet seg alarm.

VG fikk selvfølgelig i stand en forbrukertest av «sexrørene». *Rogalands Avis* også, gitt at Stavanger var et av stedene som fikk nytte godt av Cyber først. Testdeltakerne i noen-og-20-årsalderen avfeide effekten.

Ei rekke pubeiere var også negative til drikken. Hamars driver av irsk pub syntes ikke at Cyber var noe for ham: «Jeg har sett og smakt 'cyBer' under et bransjetreff på Danskebåten. Etter min mening er dette et produkt som passer best på 'hoa-hei og kom-igjen'-steder for ungdom».

Vinmonopolet var også ganske avventende til å selge Cyber i sine butikker. Ifølge *Dagbladet* valgte Arcus rett og slett å «stoppe distribusjonen» samtidig som sexsnakket begynte å stå på trykk. Samtidig hevdet Arcus i VG at drinken var godkjent av Statens næringsmiddeltilsyn, men sistnevnte nektet for det, og da ville tilsynet «høst sannsynlig forby sex-driksen».



La Det Coste i Elverum. Literpris på 1 360 kroner.

Faksimile fra *Hamar Arbeiderblad* 1.8.1997. Forrige side: VG 2.8.1997

Drikken ser ikke ut til å ha beholdt særlig mye av utbredelsen i 1998. Det hindret ikke drikkens erklærte fiender i å skape mer PR for Cyber, med opptil flere førstesideoppslag. Hva var det egentlig de tenkte på?

«De» var organisasjonen Alkokutt og «avholdskjendisen Kaare Lindboe». Rett skal være rett, det var for det meste rusbrus som Alkokutt og kjendisen var negative til, en oppfinnelse de mente ga «grunnlag for flere kvinnelige alkoholikere i framtiden». Men det var altså «sex-driksen

for jenter» som fikk overskriftene. Det er kanskje ikke slik man får *færre* ungdommer til å prøve et produkt.

**AlkoKutt advarer mot ny alkohol-trend:**

# Frykter at ny SEX- DRIKK blir mote i Bergen



Det lille rusbrusnet «Cyber» inneholder guarana, et oppvåkende stoff som indiansere i Latin-Amerika skal ha brukt som sex-stimulerende middel i umånelige tider. Designerdriken har fått rykte på seg for å kåte opp ungdommer. Nå frykter Dag Rekke i AlkoKutt at sexdrik-moten kommer til Bergen. **SIDE 8 OG 9**

*Bergensavisen* 21.1.1998

**Avholdskjendisen Kaare Lindboe frykter ny alkoholtrend:**

# ADVARER UNGDOM MOT SEX- DRIKK



■ **Kaare Lindboe frykter at den nye sexdriken «Cyber» kan få for stort fotfeste blant ungdom i Stavanger.** – At driken virker inn på søslysten er dessuten noe vrøvl, sier Lindboe i Avholdsfolkets fellestvalg. **■ SIDE 5**

Lanseringen for narsysstet **hømsvinnskivhet** overlangryntet.

**Norsk Syntkrurari AS**

Langat erfaring i Norge

The Danish company: **Starf. Dvane** A/S

VI ER TRYKKEPÅRBEJDERE I BERGEN OG STAVANGER

*Rogalands Avis* 24.1.1998

## Del 3: Musikk og kropp

Fra et produkt som tollerne tidvis ville  
beslaglegge går ferden videre til ei  
musikkgruppe som promoterte et annet  
rødt flagg for tollere.  
Andre promoterte kropp.

## And don't criticize it?

**At rapgruppa Cypress Hill hadde en politisk kampsak, var umulig å ikke få med seg. En stund var de tidenes mestselgende «hardcore rap»-gruppe til tross for en forholdsvis mørk sound på skiva *Black Sunday*. For å finne noen som ville nekte dem å framføre musikken og budskapet, måtte man til Sverige.**

Da jeg var barn, lagde jeg mine egne Topp 20-lister ukentlig. På lista kom en blanding av sanger fra den virkelige Topp 20 og låter fra andre kilder. Disse trengte ikke å være de nyeste, bare jeg hadde hørt dem nylig. Ei heller trengte sangene å være oppfattet riktig. Det var slik «When the Ship Goes Down» av Cypress Hill kom seg inn på lista. Det var jo en banger – på linje med «I Wanna Get Haim», minst.

Om dette var litt gale oppfattelser av visse tekstpassasjer, var det kanskje ikke alt ved Cypress Hill man *trengte* å skjønne for å begynne å høre på det. Gruppen hadde nemlig slående mange forskjellige innganger for folk som begynne å høre på dem:

For noen ville høydepunktet være beat-makeriet og samplingen. Noen tok det som inspirasjon, andre kopierte rett av. Som vi skal se, appellerte også musikken til rockere i større grad enn det mange samtidige rap-grupper klarte (eller ønsket).

Tekstmessig ville enkelte sette høy pris på budskapet. I tillegg hadde mange utbytte av å høre på Cypress Hill på grunn av deres spanskspråklige innslag. Ingen rapgrupper hadde blitt populære gjennom «the latin lingo» før Cypress Hill slo gjennom.

Så var det den meget spesielle vokalstilen. B-Real sin rapping har vært kalt for mye forskjellig kreativt. Stilen hans er mer nasal enn Janice i *Venner for livet* og kommer med en kablende, mekanisk delivery. En gammeldags skrivemaskin minner det kanskje om: klakk, klakk, klakk. Sagt på en annen måte er B-Real så langt unna Snoop Dogg sin ultrasmoother flow som det går an å komme. Sen-Dog rapper også i Cypress Hill, men hovedrollen hans i starten var utvilsomt som hypeman. Og i den rollen valgte han nærmest uforklarlig å forandre stemmen til noe som presses ut fra de aller øverste delene av stemmebåndene. Men folk likte det. Hvert refreng hvor Sen-Dog la til eller gjentok noe som B-Real sa, var dermed en kandidat til klassikerstatus. Eksempel: «Insane in the membrane... insane in the brain!»

Det er greiest å identifisere Cypress Hill-medlemmene med artistnavn her; B-Real, Sen-Dog og Muggs (jeg dropper altså DJ foran Muggs).



Lollapalooza flere ganger samt 1994-utgaven av Woodstock. Grunnen var ganske enkelt at musikken appellerte til dette publikummet.

Rock-tilknytningen, som Cypress Hill seinere kjørte fullt ut på albumene *Skull and Bones* og *Stoned Raiders*, var for så vidt naturlig med de oppvekstforholdene som var i sør delen av Los Angeles. Senen Reyes gikk i klasse med Dave Lombardo på high school, og den første konserten Reyes så, var derfor med bandet Slayer i lunsjfriminuttet. Lombardo spilte som kjent trommer der. I 1984 prøvde Lombardo (Dave, ikke Attilio) seg i et punkband sammen med en Rocky George, men fikk vennlige råd om å prioritere Slayer. I stedet for å dekke over det oppløste punkbandet, ble George med i Suicidal Tendencies. Et band som spilte på hispanic- og gjengestetikk. «Suicidal Tendencies were from across town in Venice, and they had that punk rocker cholo thing goin'. I was drawn in, like, 'Yeah, that's my shit». Sitat fra Sen-Dog sjøl. (Det er mer å si om dette, men det får bli ved en annen anledning. Det føles likevel riktig å nevne at Necrobutcher spilte Cypress Hill hjemme da jobben med boka *Dødsarkiv* begynte.)

For så vidt i likhet med Slayer og Suicidal Tendencies, kunne Cypress Hill skape atskillig skepsis hos de sarte. Kontraster i kulturen ble beskrevet av *Rogalands Avis*. Journalisten overvar en slags hobbymesse i 1993: «Mens unge modeller viste rogalandsproduserte klær til urbane rytmer fra de 'slemme' rapartistene i Cypress Hill, demonstrerte Irene Holmedal sin rosemalings-teknikk for de mange hundre fremmøtte».

### **Husband for NORMAL**

Ekte hiphop ble spredt i Norge av et barn. Han kalte seg Tommy Tee. Nærradioen som ga Tee sitt eget show, tilhørte Folkeaksjonen Mot Hasj. En slik folkeaksjon var ikke Cypress Hill en del av.

Det var også noe å bli kjent, og beryktet, for. *Avisa Askøyværingen* tok rett og slett sats og kalte Cypress Hill for «de tre marihuana-negerne».

På litt mer saklig hold mente ungdomsforskere i Norge å dokumentere at akkurat denne rapgruppa bidro til å endre holdningene til cannabis i norsk hiphop-kultur. I snowboard-kulturen også. Som nevnt var hiphop-subkulturen klart anti-hasj fram til 1990. Men ikke etterpå.

Ifølge de samme forskerne appellerte cannabis mest til barn av akademikere og minst til de av bondefamilie.<sup>1</sup> Samtidig viste Cypress Hill

---

<sup>1</sup> Bruken blant ungdom var ikke noe majoritetsfenomen. De samme forskerne beregnet at 9–10 % brukte cannabis i løpet av et år, mot 1–2 % for andre illegale stoffer (og da i 1994). Oslo trakk opp snittet, særlig vestkanten sammen med Asker og Bærum. Apropos byen hvor Cypress Hill valgte å ha sin norgeskonsert i 1995,

et engasjement for landbrukets vilkår. Beklageligvis, mente de, var hamp lagt dødt som råvare. (Også norske produsjonsbedrifter som Christiania Seildugsfabrik hadde brukt hamp i sin tid, jamfør sitatet fra bedriftens historiebok, men tekstilfabrikkene var jo borte.) Nå måtte hampen snarest finne veien inn i sekundærnæringene igjen, messet rapgruppa med et nærmest religiøst forhold til planten. Der bookleten til *Cypress Hill*-albumet er liten og tynn, kom neste skive *Black Sunday* i 1993 med en stor utbredt. Sammen med kunstneriske fotografier lå et bandmanifest med fokus på det botaniske. «Cannabis and hemp are the same», begynner teksten. Den fortsetter med at hamp gir bra papir, tøy og tau; cannabis er medisin og ikke farlig. Alkohol er farlig. (Hvis Cypress Hill skulle argumentere ut ifra fare, hvordan var det nå egentlig med Glock og AK?) Som medisin kunne cannabis blant annet «alleviate symptoms» av aids. En rund formulering hvor gruppa klokkelig holdt seg unna lovnader om å kurere sykdommen.

---

Hamp er i grunnen et nokså hardt ord [...] Hvor ganske anderledes bløtt, nesten innsmigrende, er Cannabis Sativa, plantens latinske navn. Det fører tanken hen på fjerne og eksotiske land, India f.eks., og derfra skal planten også stamme. [...] Den er av god familie, nær beslektet med vårt viktigste ølkrydder, humlen. (1956)

### En femmer

Som sagt var ikke hiphop et breddefenomen i 1993. Derfor var *Black Sunday* relativt fremmed for et norsk musikkpublikum, men ble godt mottatt. Kritikere trillet femmere i publikasjoner med relativt grei kontroll på det som rørte seg, som *Arbeiderbladet*, *Dagbladet*, *Natt og Dag*, *Beat* og *Puls*.

Preben Jordal, en student og musikkannmelder som tilsynelatende var veldig positiv eller veldig negativ, var det siste i dette tilfellet. Han anmeldte *Black Sunday* i *Bergens Tidende*. Jordal noterte seg at DJ Muggs siden sist hadde skåret bort det funky, det latinske og blåserne. Gruppa var dessuten blitt «snillere» med tekstene. «Cypress Hill har tapt seg, og de har kanskje også solgt seg. For til tross for stadige cannabis-reklamer, er dette rimelig festorienterte, harmløse greier. Det var det ikke før».

---

noterte forskerne seg at: «Trondheim kan vise til spesielt lave tall. I første rekke er det hjemmebrent som er det spesielle og forbudte rusmiddelet for ungdom i denne landsdelen».

De fleste andre mente at *Black Sunday* var ganske kompromissløst, og at Cypress Hill hadde gjort det motsatte av å appellere bevisst til massene. «En skulle kanskje tro en slik kommersiell suksess bygger på melodiske eller i det minste drivende spor, men Black Sunday inneholder ikke stort av noen av delene», het det i musikkavisa *Puls*. «Deres to første album har slått til i et omfang vi ikke trodde var mulig for musikk med så rå kompromissløs tyngde», skreiv Geir Raakvaag i *Arbeiderbladet*. Thomas Strzelecki i *Beat* var nesten over the top, der han skreiv om «en av de mest fryktingytende rapplatene på lenge» som var «Enda et bevis på hvor mye mer spennende og farligere rap er i forhold til rock». Strzelecki ville ha det farlig, han!

Sett opp mot massenes smak var nok *Black Sunday* litt mindre *rart* enn *Cypress Hill*, men også mørkere, noe som pleier å bety «mer utilgjengelig». Kanskje traff gruppa en tidsånd med nedadgående framtidsprognoser for amerikanske «urbane» miljøer – hvor folk faktisk ville ha det litt dystert. (Jmfør filmens verden, hvor en del voldelige titler (*Reservoir Dogs*, *Pulp Fiction* (Cypress Hill sampler en viss tale herfra), *Natural Born Killers* og *Seven* samt bøker som *American Psycho*) fikk stor oppmerksomhet, og forsvarerne mente de var sanne avspeilinger av en kaotisk og risikofylt virkelighet.)<sup>2</sup> Men i tillegg fikk Cypress Hill, og snart også hiphopen generelt, masse middelklasse-fans som syntes det var spennende med innblikk i denne verdenen fra en betryggende avstand.

De fleste norske anmeldere tok sangene for det de var – rapporter fra noen som levde sine liv i sitt område. Noen, kanskje overraskende få, syntes det var direkte negativt å få tilsendt slike budskap til Norge per plastdisk. Svein-Erik Hole i *Tønsbergs Blad* kritiserte imidlertid gruppas «lavpannede tekster», og at gruppa ble så godt mottatt av «et ukritisk MTV-slukende publikum». Cypress Hills typiske tema var bare sorgen: «Titlene på dette albumet taler for seg, hør bare på 'I wanna get high', 'Legalize it' og 'Insane in the brain'. Rap-kulturen har mange sider, men Cypress Hill tilhører definitivt den delen vi fint kunne ha klart oss uten – demoraliserende, uintelligent og lite nyskapende er sentrale stikkord».

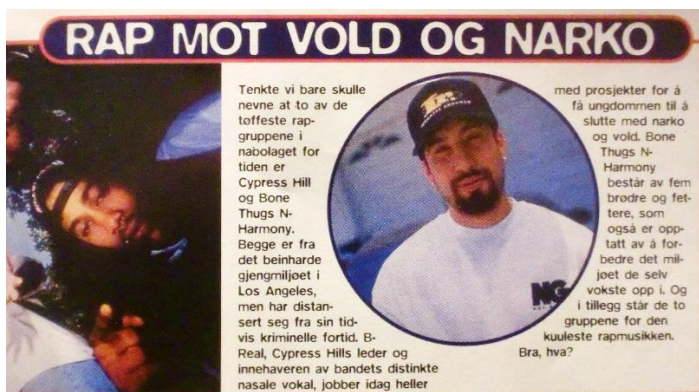
En landsens musikkanmelder i *Aura Avis* formulerte seg ganske morsomt i samme ånd som Hole. På grunn av de «ubestridte kvalitetene ved denne skiva» ble det et terningkast 4, men «det blir etterhvert for mye dunk-dunk-bla-bla-dunk-dunk. Det mens de hele tiden ligger tar (sic) til orde for en legalisering og en forherligelse av alt annet enn norske legeurter. Slikt blir rett og slett for dumt i denne sammenhengen».

---

<sup>2</sup> Innsmettet kunne stått i en fotnote, men da hadde jeg ikke fått til en parentes inni parentes inni parentes! Så da ble det en fotnote om innsmettet i stedet!



I lydbildet fikk bassen mest oppmerksomhet. Den «er tung som en divisjon elefanter», skreiv *Telemark Arbeiderblads* kritiker. Instrumentet ga assosiasjoner til reggae og dub, og var spilt akustisk – og i tråd med dette fikk Cypress Hill en perkusjonist som fast medlem kort tid etter. Enn så lenge brukte Muggs «knallharde trommer, sampling og andre moderne lydilder, slik at helheten blir et nyansert spennende og tøft lydbilde som skapt for 90-årene». Dette skreiv Norsk Telegrambyrå i en femmer-anmeldelse som sto på trykk i flere aviser.



*Topp 1/1996*. Noen faktafeil hører med i et blad med et litt lavere ambisjonsnivå, som at Bone Thugs-n-Harmony var fra Cleveland og ikke LA, men det vi merker oss her er skryt for å markere seg imot *andre* illegale stoffer.

### Bestselger og influering av unge

Martin Bjørnensen skreiv i *Natt og Dag* at *Black Sunday* solgte i 5000 det året skiva kom ut. På denne tida betød dét status som årets mestselgende hiphop-utgivelse her til lands. Innen høsten 1995 skal salgstallet ha nådd 12–13 000. Det var mye til sjangeren å være – igjen understreker jeg: på denne tida. Men for å sammenligne verdens mestselgende hiphop-album i 1993 med en seinere utgivelse i Norge, solgte Tungtvann omtrent like mye av sin *Nord og ned* i 2000. Hiphop var i en viss vekst.

Salgstallet inneholdt uansett et par ekstra nuller i USA, hvor *Black Sunday* gikk direkte inn som nummer én på Billboard. «De er det første hardcore ræpp-bandet noensinne som har klart denne bragden», skreiv *Dagbladet*. En ekstra bonus, alt ettersom man ser det, var at U2 var bandet de detroniserte. «Sunday, Bloody Sunday» ut og *Black Sunday* inn, kan man si i overført betydning.

Nå var de fleste som fulgte med, blitt oppmerksomme på rapgruppa. Også utenfor musikkens verden. Moteansvarlig i *KK* meldte seg på, og analyserte gruppa fra sitt ståsted: «Bruce Springsteen og Cypress Hill er musikkartister som bruker flipp-skjegg. Det influerer unge. PS: Bartene kommer». Dette er setninger tettepakket med mening. Utrolig hva en kan få sagt med få ord.

### **Live and direct**

Cypress Hill var nok på sitt største fra 1993 og i tida fram mot det tredje albumet. Der førsteskiva ble oppdaget av relativt få, fikk *Black Sunday* satt gruppa på kartet, så det var mange som satt klare og ventet på *Temples of Boom* i 1995. Så innfridde ikke den mer enn sånn passe. Et par hits fikk Cypress Hill også fra denne skiva, men ikke like store og klassiske som «Insane in the Brain». Og i fortsettelsen ble det enda litt tynnere. I tillegg brukte de altfor lang tid på det hele. Neste album kom i 1998, som da betød fire album på sju år. Så er det lett å dra vitser om hvorfor det ble slik.

Men her må ikke begivenhetenes gang foregripes. Vi skal selvfølgelig se nærmere på *Temples of Boom*, men når man skriver om Cypress Hill sin periode på toppen hører også livespilling med. Egentlig skulle den første spillejobben i Norge være på Sentrum Scene i Oslo 2. juli 1993, noen måneder før slippet av *Black Sunday*, men de avlyste. Som grunn ble det nevnt at en av oppvarmingsartistene var redd for å ikke slippe inn i USA igjen hvis han først dro ut av landet. Da Cypress Hill norgesdebuterte høsten 1995, var det faktisk i Trondheim.

Uka 95 bød på Norges største virtual reality-show, med en superkraftig datamaskin på 1 gigabyte RAM (til sammenlikning er dette skrevet på en halvbra laptop med 8 gigabyte RAM – dedicated RAM, får vi håpe). Mer tradisjonelt var sirkusteltet som Cypress Hill skulle spille i. Det ble sagt at billettsalget kunne vært høyere, hadde det ikke vært for et rykte i byen. Angivelig gikk det et rykte om teltets sterke kandidatur til å blåse vekk. Men tatt av vinden ble det altså ikke.

Rapportene fra den timelange opptredenen var delte. De fleste var enige om at Cypress Hill bød på litt ensidig stage-banter med en variasjonsbredde på et par-tre banneord som dominerte, men lydnivået var bra og rapperne virket motiverte. Ikke Sen-Dog, for han var ikke med til Norge. Men det var det flere av anmelderne som ikke la merke til.

Mode Steinkjer i *Dagbladet* ga terningkast 5, og musikkavisa *Puls* la seg på samme frekvens: «Konserten fortsatte med et utrolig hardtslående komp og tekster som vekket de mest sløve til gangs. Rapperen B-Real fascinerte med sin utrolige energi». Anmelderen «synes synd på de som ikke var på konserten».

Bernt Erik Pedersen fra *Adresseavisen* hadde litt både-og-meninger, men «hadde en slags følelse av å ha opplevd noe historisk. For et band av Cypress Hills kaliber kommer neppe tilbake». Nettopp det var kanskje VG-redaksjonen like glade for, med sitt terningkast 3 til seansen.

## Buddha-rap



**PLATE**  
TITTEL: Temples of boom  
ARTIST: Cypress Hill

Den amerikanske rap-gruppa Cypress Hill er her med sitt tredje album. Det gir lytteren 75 minutter med blytunge rytmer på boks, virile mannlige negerrøster parett med opptak fra buddhistiske seremonier. Cypress Hill har solgt millioner av album på den andre siden av atlanten og har opptrådt sammen med band som Pearl Jam og Sonic Youth.

Som vanlig på et rap-album, er

melodien ikke i høysetet. Gutta snakker og skriker i takt med mer eller mindre kreativt programmerte «loops». Noen liker det, jeg får angst.

Tekstene er voldelige, for dette er gutter som lever på byens skyggeside, til tross for alle millionene på bankkontoen.

Det meste interessante er den noenlunde intelligente bruken av eksotiske lyder som er klippet inn i musikken. Dermed unngår lytteren et fullstendig nervesammenbrudd.

Liker du rap, er dette sikkert en ålreit plate.

**DAN HAGEN**

«Virile mannlige...» Altså, hvorfor måtte de? *Telemarksavisa* 10.11.1995

### Styr i Sverige

En treer forbindes gjerne med likegyldighet til produktet. Cypress Hill dro videre til Stockholm dagen etter, og der var de alt annet enn likegyldige til besøket. Som en omvendt *Life of Brian*-situasjon fikk svenskene oppmerksomhet fordi Cypress Hill sitt eget plateselskap tok avstand fra gruppa og konserten. Något sådär skulle ikke markedsføres, forstås.

Den pussige stillingtagen fra Sony Sverige hadde et forspill, selvsagt i form av at svenskene ble oppmerksomme på Cypress Hills budskap i tråd med gruppas økende popularitet. Antakelig i kombinasjon med sjokk etter Kurt Cobains død ble fokus rettet mot rus i musikken. I mai 1995 kom boka *Den idiotiska klubben*. Boka var skrevet av tolleren Göran Bohlin, en mann med en spesiell samlerhobby: Han samlet på artister som hadde snakket pent om illegale stoffer. Etter å ha begynt med de 40 navnene han kunne på stående fot, hadde Bohlin jobbet flittig og samlet 500 nye.

Da han publiserte boka hørte det med en anbefaling om handling: «De som öppet tar ställning för droger anser jag att vi ska hindra från att komma hit», sa Bohlin. Spesielt gjaldt det hans topp 10 verdeliste med rappere og rockere, hvor Cypress Hill selvfølgelig lå helt øverst. «De hiphopare vi har i Sverige med Latin Kings, Just D och Infinite Mass är ju som bambi i

jämförelse», sa han vidare. Men hadde ikke Latin Kings nylig vist seg fram med et visst grønt blad? Uvesenet spredte seg. Bohllins løsning var «att minska drogexponeringen» i mediene, og for å eksponere det mindre, ga han altså ut bok om temaet. Sveriges rikspolitistjef meldte seg på i debatten. Han ville riktignok ikke innføre et forbud, men tok til orde for å angripe rapperne verbalt (på rim, da vel?) og avsløre dem. Det ville få «skivbolagen att forstå att de gör ett kommersiellt misstag som ger ut sånt här skröp».

Sony, labelen som ga ut *Cypress Hill III: Temples of Boom*, sa seg enige. Den svenske avdelinga av selskapet takket nei til å markedsføre eller støtte konserten i Sverige. For å blidgjøre anti-rus-aktivistene ytterligere, trakk Sony tilbake albumet *Legalize* av Subzero, et tysk dance-prosjekt de hadde i stallen (og som de neppe tapte mye penger på å lempe over bord). Labelen hevdet også at det var blitt diskutert å droppe Cypress Hill. Med penger som en sikkert-ikke-helt-ubetydelig bakgrunnsfaktor falt selskapet ned på for at «Vi kan inte sitta på ett skivbolag och vara moralväktare». Bare litt, for Sony tok jo aktivt avstand fra gruppa: «Vi har gjort ett ställnings-tagande med det här bandet, för att vi inte tror på deras texter».

Samme Sony-representant ble spurt hvordan det hadde seg med Oasis. Engelskmennene røyka masse sist gang var i Sverige, var det kanskje slik at labelen stilte opp med varene? «Jag har ingen aning. Jag vill helst inte veta. De kanske ställer sig på Plattan». Ja, selvsagt er det dét de gjør, utenlandske musikere og mangemillionærer. Stiller seg i kø på Plata som alle andre. Noe annet sømmer seg ikke i folkhemmet!

Cypress Hill hadde i hvert fall ikke «noe på seg», verken på vei inn i Norge eller Sverige. Hundepatruljen utgjorde velkomstkomitéen. «Det vore ett tjänstefel annars», uttalte tollsjefen på Arlanda.

Pseudo-boikotten fra eget plateselskap la selvsagt ikke lokk på Cypress Hills besøk, men *økte* snakket om gruppa, som fikk misjonere enda litt mer for industrihampen i svensk presse. Nå var det hamp-drevne biler B-Real drømte om. Amerikansk industri skulle revitaliseres og «Vi skulle inte behöva köpa en massa skit från Hongkong».

Flere aviser sendte konsertanmeldere til Solnahallen, der litt over 2000 møtte opp på konserten som forresten var all ages (!). *Expressen* ga terningkast 1, mens *Aftonbladets* konsertanmelder skrøt av det meste. Kritikeren hadde «en smått omvälvande konsertupplevelse, där basen dunkar ut små jordskalv som får det att kittla under fotsulorna, där ett smårutigt lapptäcke av smakfulla jazz- funk-, rock- och soulsamplingar väver ihop en manisk, monoton och oerhört suggestiv groove och där B-Real sätter en mycket personlig prägel på anrättningen med sin karakteristiska gnällrap». Det trakk dessverre ned at tekstene var

«korkade». Dagen etter konserten måtte *Aftonbladet* lette sin samvittighet. Redaksjonen hadde tydeligvis sjelekvaler etter å ha gitt mye PR til Cypress Hill, men rensset seg ved å outhandle alle artister de hadde sett eller hørt drive med illegale stoffer de siste to årene.

Midt oppe i alt sammen slapp tross alt Cypress Hill også sitt nye album. Sony Sverige hadde løsningen klar også for dette. Selskapet satte på klistremerket «Varning! Innehåller texter som kan verka stötande».

### **Firere til treeren**

La det være sagt med en gang: Tredjealbumet til Cypress Hill led tydeligvis litt under høye forventninger. I Norge fikk skiva stort sett firere og en del treere. I hiphop-landskapet ble Cypress Hills tittel som rapkonger, hvis de i det hele tatt hadde hatt tittelen før, veldig vanskelig å holde på nå. Kanskje ikke overraskende reagerte Cypress Hill på det ved å begynne å skape beeper i rapmiljøet. De fikk det som de ville, Ice Cube responderte på utfordringen, og beefen ble holdt gående i ei tid. Cypress Hill sa forresten også mye om Ice Cube under konsertene i Norge og Sverige.

Tredjeskivas fulle navn er *Cypress Hill III: Temples of Boom*. Estetikken spilte på forrige utgivelse. Denne gangen kunne albumcoveret like godt ha tilhørt et black metal-band. Med ordet «tempel» og visse partier med sitar-klang førte også Muggs inn noe østlig i musikken, som igjen knytter an til rocken på seint 60-tall. Og når musikken er laidback på *Temples of Boom*, er den ekstra laidback. Flere anmeldere



her til lands brukte ordet «depressiv». *Spirit* supplerte med metaforer om «håpløshetens bunnløse dyp», tåke, henge fast i myra og «enda mer gjørme i støvleskaftene enn på forrige skive». Det var ikke måte på.

Anmelderen i *Vestnytt* frasa seg kvalifikasjoner innen rap-sjangeren, men fikk fram at det var vanskelig å holde ut «15 låter med en vokalist som klukker som en rusa høne». *Ringsaker Blad* kåret *Temples of Boom* til årets verste album. Helt klart også en utmerkelse å sette på CV.

For Øyvind Holen hadde medlemmene begynt å sprike i ulike retninger: «Det er platas rolige og mer gåtefulle musikk som fascinerer, med sine disharmoniske pianoanslag og spøkefulle stemninger. Det er flere ganger

du ønsker B-Reals dophistorier langt pokker i vold så du kan lytte til musikken. DJ Muggs' spøkefulle musikk passer ikke lenger sammen med rappersnes doppelreik og egenskryt». Jeg tror Holen mente spøkelsesaktige og ikke spøkefulle, men man skjønner tegninga.

*Morgenbladet* meldte seg på. Kritikerer der roste i hovedsak Muggs for å lage mye «uforglemmelig fengende og intrikat musikk». Muggs hadde «en utpreget teft for skikkelig låtsnekring og vet hvordan lyden skal flettes sammen. *Temples of Boom* oser skikkelig 70-talls pornofunk», konkluderte *Morgenbladet*. De var blant skivas forsvarere, sammen med *Ny Tid*, som kalte produktet «en mesterlig forenelse av teknokratisk repetisjon, akustisk messing og svevende velvære».

<h2>Overraskende kjedelig</h2> <p>Inntyllet i røyk fra egne, ulovlige sigaretter, har B-Real og de andre gutta i Cypress Hill spilt inn det tradisjonelt vanskelige tredjealbumet. Forventningene etter fantastiske «Black Sunday» var store. De blir ikke innfridd. Det stamper rent musikalsk. To tredeler av plata rusler avgårde i samme små-funky og monotome stil, og det blir skuffende kjedelig i lengden. Rapen er fortsatt særegen i sound, men ei i ord. Her kommer «shit», «fuck», «dick» og «nigga» like ofte som Hansen og Olsen i en hvilken som helst telefonkatalog.</p> <p>Tidvis får de opp tempen, men mesteparten av sinnet og aggressiviteten må ha forsvunnet i takt med antall solgte plater. Petre-hiten «Throw your set in the air», «Killa hill niggas», «Boom biddy bye bye» og et par låter til er godkjent vare fra Cypress Hill. De øvrige låtene minner mer om en sørgelig stor overdose valium.</p>		<p>Cypress Hill: III (Temples of boom) Sony Music Omtalt av OBS</p> 	<h2>Fortsatt vitale</h2>  <p>Cypress Hill er 100 prosent tøffe.</p> <p>Cypress Hill virker ikke særlig intelligente, noe de benytter hvert eneste intervju til å understreke. Vel, hva kan man egentlig vente av folk som har legalisering av hasj som viktigste mål i livet? Like fullt lager de noe av det aller ypperste innen rap per i dag.</p>
--	---	---	---

Godt sagt om Hansen og Olsen. Fjernbedømmelse av intelligens hører kanskje med i musikkgamet. *Hamar Arbeiderblad* 3.11.1995, *Tidens Krav* 17.11.1995

### «Akkurat som ...»

Kapitlet ender her – produsenten drar ned faderen – før Sen-Dog slutta i Cypress Hill, kom tilbake til gruppa, og *Cypress Hill IV* ble gitt ut høsten 1998. Sideprosjektene til Muggs blir ikke omtalt, ei heller blir det skrevet mye om at han tok opp hobbyen ridning.

Men ett sitat fra bunken av anmeldelser for *Cypress Hill IV*, fra bunnen av bunken kan man si, tvinger seg inn i teksten. Det er fra Elverum og avisa *Østlendingen*, hvor Per Kristian Hansen mente å vite at Cypress Hill var «hip-hopens svar på Snekkersve-kara». I denne formuleringen lå det at Cypress Hill hadde ganske bra musikk, men kontroversielle tekster. «En konklusjon kunne kanskje vært at Cypress Hill er dyktige underholdere, men ganske håpløse forbilder – akkurat som Snekkersve-kara».

### **Dette kapitlet handler altså ikke om Bone Thugs-n-Harmony**

Det er likevel altfor fristende å *nevne* rapgruppa fra Cleveland, som ga ut sitt første album i 1995. Dette gikk helt til topps på amerikanske Billboard. Året før ga gruppa for så vidt ut EP-en *Creepin' On Ah Come Up*, som også gjorde det skarpt i USA, men fikk null mainstream-oppmerksomhet i Norge.

Tematikken kunne være slående lik Cypress Hills tekster; mye lyrikk om en plante, vold som var dratt enda lenger ut i det brutale, samt et mørke og mystikk som var dratt lenger ut i det okkulte og religiøse. Forskjeller var blant annet at Bone Thugs-n-Harmony ikke hadde latino-elementer, la seg tettere opp til G-funk og RnB-sang (uten autotune!) enn rock, sang flerstemt og rippet mye, mye raskere. I en artig tekst i *Eno* kalte Nam Phuong Nguyen gruppa for «verdens farligste tensinggruppe».

Norske mainstreammedier ga ganske blandede anmeldelser til *E. 1999 Eternal*. «Manisk depressivt» var begrunnelsen for *Tromsø* sin 2-er-terning. Tidligere nevnte Preben Jordal var derimot positiv.

Formuleringsevnen var som vanlig på topp rundt forbi. *Aftenposten* mente at Bone Thugs-medlemmene avløste hverandre med vokalpartier på «Ole, Dole og Doffen-vis». Bernt Erik Pedersen var nok en gang på ballen i *Adresseavisen*, og denne gang veldig på ballen:

#### **Bone: E.1999 Eternal (Sony)**

USAs i øyeblikket mestselgende rappere er Bone Thugs N'Harmony - pøbler & harmoni, betyr altså det. Forsåvidt dekkende, tekstlig er dette den vanlige røyk-pang-hallol-«poppin' niggas»-lekse, bortimot latterlig i all sin gravalvorlige voldsromantisering. Men musikalsk et fascinerende nytt ark i gangsta-boka (eller skal vi si tegneserien?). Med avmålte virkemidler skaper Bone en både bedagelig og eksplosiv atmosfære: Seige, sløve beats; rappere som smyer seg elegant rundt taktslagene; en Jamaicansk aksent over ekkoene, fraseringene og melodilinjene. Eazy E (ex-NWA) overså produksjonen, og det var vel det siste musikalske han rakk å gjøre før han døde av AIDS tidligere i år. Han var en Harry, ekkel fyr, og denne plata er nesten et bedre ettermæle enn han forbepe.



*Adresseavisen* 16.8.1995

Men som det er nevnt tidligere i kapitlet, slo det norske tenåringsbladet *Topp* fast at Cypress Hill og Bone Thugs-n-Harmony var «de to gruppene» som sto «for den kuuleste rapmusikken». Så da var vel ikke det noe mer å lure på.

## Kultur eller kult?

**Kelly Family sine sanger etset seg fast i bakhodet til alle som hørte den medlemsrike gruppa. Pop-oppskriften var enkel og fungerte, men var det egentlig noe umiskjennelig sekt-aktig over gjengen?**

I fjerde klasse hadde vi en lærer fra Vestlandet. Sikkert vanlig mange steder, ikke minst på Vestlandet, men ikke like vanlig der jeg vokste opp, og heller ikke det faktum at hennes forrige stillingstittel var misjonær. Det bar altså direkte fra misjonsmarken til den apefylte jungelen som kalles klasserommet. Jeg kan ramse opp et par ting som det viste seg at denne læreren *ikke* likte, men husker bare én ting hun *likte*, som var Kelly Family.

Ja, i denne verdenen med sine mange prøvelser og nedturer – og regelmessig steingrunn for flere av lærerens teser – var Kelly Family fine saker. Unge mennesker som nærmet seg produktene til denne sanggruppa, kunne gjerne hatt dette i bakhodet. Men i 1996–97 slo sangene deres an som bare det. Innen alle aldersgrupper fantes det fans av musikken, budskapet og helhetspakka til Manson Fami... sorry, Kelly Family.

### Living the Kel-Life

Kelly-familien var amerikanere av irsk herkomst som reiste rundt i Europa fra midten av 1970-tallet, hovedsakelig med base i Spania og Tyskland. Dan Kelly fikk tolv barn med to koner før kone nummer to døde i 1982. Han slo seg etter hvert sammen med de ni yngste barna til et band. Bohemene ble bofaste i Tyskland, men ikke mer enn at det var en husbåt som ga dem tak over hodet. Selvfølgelig måtte alle Family-medlemmene bo i denne båten.

Gruppa besøkte så vidt Norge som gatemusikanter. I 1991 var de i hvert fall innom Drammen, hvor de spilte for hatten og solgte kassetter. Seinere, mens Kelly Family oppgraderte til stadioner, holdt en eldre bror som ikke var med i gruppa, fortsatt på med solospilling på gata. Tenk en ekstra gang over det scenariet: Et kjempestort band med familiemedlemmer tjener millioner, mens en bror som driver på med akkurat det samme, trasker rundt med hatt og gitar, i stedet for kumbaya på husbåten.

Kelly Family var en stund på major label, Polydor, før Dan Kelly bestemte seg for å ta også den økonomiske siden av bandet i egne hender. Musikken som familiebandet ga ut på 90-tallet var i utgangspunktet egenuttgitt på selskapet Kel-Life, styrt av faren som ikke stilte opp på albumcovere og sjelden var å se på scenen. Da gruppa vokste seg virkelig store brukte de imidlertid EMI til distribusjon og markedsføring.



Og EMI var et selskap av typen som helgarderte. Samme dag som Kelly Family sitt album *Over the Hump* ble utgitt i Norge, lastet distributøren også E-Rotic sin *Sex Affairs* på pallene. Tysk eurodance-act med konseptalbum om sex. Noe for enhver smak på EMI. For ikke å si: noe for enhver smak fra Tyskland.

**From Ireland via Germany**  
**The Kelly Family phenomenon comes to the UK**



**The Kelly Family**  
**An Angel**

UK debut single available on  
CD Single · Cassette Single  
& 7" Single



"One of the best rock acts I've  
seen for ages"  
Steve Tyler, Aerosmith

"...probably the best band you've  
never heard of"  
Tobyn Arctreas, Daily Express,  
August 1995

**OUT NOW**

**Kelly** PRODUCTION Distributed by **EMI**

**Taken from the album OVER THE HUMP**  
the fastest selling album ever in Germany - already 2.3 million copies sold  
since September 1994 release

*Daily Mirror* 13.10.1995



Fra bookleten til *Almost Heaven*. Fargerikheten fra 70-tallet var bevart.

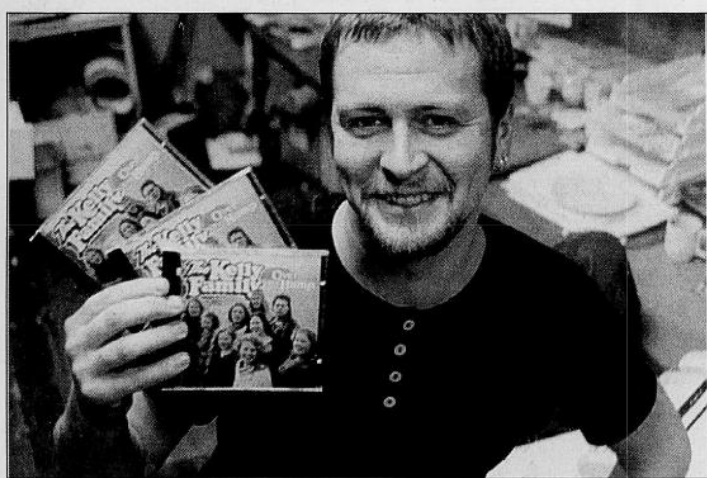
## Hyllesten

Albumet *Over the Hump* fra 1995 – for et navn, forresten – ble ganske populært. I den forbindelse er det lett å tenke at Kelly Family ble elsket av folket, og avfeid av segmentet som mer eller mindre fortjent hadde havnet i posisjon som musikkritikere. Dårlig omtale ble det også noe av, men slett ikke bare dårlig omtale.

Et godt musikalsk fort fikk Kelly Family i Rogaland. Dalane var et av distriktene med flest fans. På Bryne fikk ikke Kelly Family-plakaten henge i fred i musikkbutikken. (Ukjente tyver kom seg ubemerket unna med den, før de skyldige, som viste seg å være noen jenter, angret seg og leverte den tilbake. Kanskje hadde de fått tak i sine egne Kelly Family-plakater på lovlig vis fra diverse blader, og det var også et rubrikkmarked for slike plakater i *Norsk barneblad*.) Avisa *Gjesdalsbuen* føyde seg inn blant hyllestmakerne med et terningkast 6 til *Over the Hump*. Anmelderen var egentlig skeptisk på grunn av hele innpakningen, alt fra coveret som var «udugelig dårlig» til de religiøse assosiasjonene ved familiens image. Så viste det seg at albumet kunne by på alt fra «røff rock» til «svingende dansemusikk». Familien hadde rett og slett klart å fostre mange spesielle talenter.

Den sterke stillingen i Rogaland holdt seg. Antallet forhåndsbestillinger av gruppas kommende album ble så høyt at «dersom noe kan kalles

musikk-hysteri på Jæren, så må det være det som skjer i disse dager». (Den som skreiv dette, skulle bare visst at Kaizers Orchestra ventet rundt neste hjørne. Da gikk Jæren fra hysteri til pandemonium.)



**ENORMT POPULÆR:** Jone Ditlefsen i Time Musikk selger gruppa «The Kelly family» som varm hvetebrød til jærbuer. (Foto: Dagfinn Hauge)

## Musikk-hysteri på Jæren?

**DAGFINN  
HAUGE**

Dersom noe kan kalles musikk-hysteri på Jæren, så må det være det som skjer i disse dager på Time Musikk. Jærbuene har falt fullstendig for «The Kelly Family» og musikkforretningen opplever et bestillings-rush de ikke har sett maken til før.

Jone Ditlefsen og Egon Skjæveland bak platedisken i Time Musikk er bare forundret over den enorme responsen de har fått på platene til den syngende familien.

— Interessen for gruppa har tatt av i utlandet, og den nye singelen er trykt opp i det største opplaget EMI-Tyskland

noen gang har gjort. I Norge ble gruppa først lansert på Vestlandet. Her har den slått kjempegodt an, og etter suksessen her vil den også bli lansert i hele landet, forteller Ditlefsen.

— I butikken her har vi aldri opplevd en slik respons for noen plate. Normalt har vi cirka 15 forhåndsbestillinger. På «The Kelly Family»s nye plate har vi allerede fått over 100 forhåndsbestillinger. Og noen har bestilt flere plater som de skal gi bort til venner.

— Hva er det som gjør at jærbuene faller for denne gruppa?

— Jeg tror det er på grunn av at musikken er veldig variert og folkelig. Den appellerer til alle, både barn og voksne. Etter at vi sendte en video med

gruppa over lokal-fjernsynet på Nærbø og i Stavanger har responsen vært enorm. Rykte om gruppa har spredd seg.

Ditlefsen opplevde at en gjeng jenter stjål plakaten som de hadde av gruppa i butikken. Etter en uke fikk de imidlertid plakaten tilbake. Jentene hadde fått dårlig samvittighet og skrev et brev til butikken og ba om unnskyldning.

The Kelly family består av ni søsken. Familien har bodd i flere land. For tiden bor de i Tyskland. De begynte med å synge sammen med foreldrene i fødselsdager, bryllup og på gata. Populariteten økte og i dag kan den musikalske fylle en hel stadion uten problem.

Jærbladet 23.10.1996

### Variert kritikk

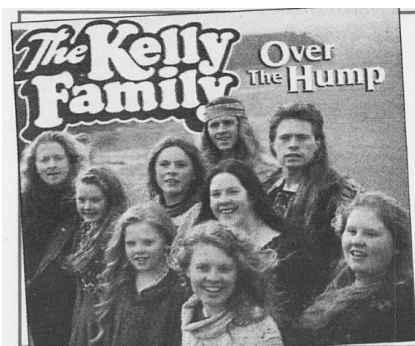
Også mange andre steder rundt om i Norge satt det personer som for øyeblikket hadde som livsoppgave å skrive om musikk, og derunder skreiv positivt om Kelly Familys produkt. *Troms Folkeblad* ga terningkast 5 til *Over the Hump*. Honnrørdene var ikke få. «Låtene sitter uforskammet godt allerede ved første lytt», albumet var «velklingende og melodiyøst», hadde «intensitet og friskhet» og «en oase av herlige røster å by på». *Glåmdalen* i Kongsvinger skreiv at leserne burde unne seg skiva; *Fremtiden* i Drammen også, for «Kelly Family er noe helt spesielt! Glad, morsomme og med et varmt hjerte!»

I nabobyen Kongsberg satt Anne Slemmelid i *Laagendalsposten* og syntes den melodiyøse musikken var «Et hyggelig avbrekk fra dagens digitallyder». Her ble det terningkast 4. Hun sa også at et «salgstall på to millioner i Tyskland taler egentlig for seg selv». Enkelte ville si seg enig, men da i den forstand at salgstallet talte for seg selv på en negativ måte.

*Vårt Land* var faktisk blant dem. Det høye salgstallet «er først og fremst egna til å styrke alle de fordommene vi allerede måtte ha (og de er ikke få!) mot alt som smaker tysk». Samme tendens holdt *Porsgrunns Dagblad*, som sammenliknet albumet med «dårlig tysk Grand Prix-musikk, og vurderte hvorvidt salgstallet hadde «samme forklaring som Sputnik-fenomenet i Norge. Ikke det at musikken er lik, men (unnskyld Sputnik) musikken oser ikke akkurat av kvalitet». Akkurat hvilken forklaring som lå til grunn for Sputnik-fenomenet, skreiv ikke journalisten. Det er nærliggende å tro at artistenes framtoning hadde noe komisk ved seg som fikk folk til å senke garden, og salgstallene til å øke.

*Hamar Arbeiderblad* ga Kelly Family terningkast 2 fordi sangene var lette å glemme. Det samme gjorde *Nordlys*, som også ga trekk for syntetisk sound, at familien smurte for tjukt på med vibrato og lignende musikalske virkemidler. *Demokraten* ga samme karakter i form av to D-er. Musikken og framtoningen kunne gjort seg på 1970-tallet, het det i begrunnelsen, men i mindre grad på 1990-tallet.

*Moss Avis* fastslo at det var lagt ned mer godt arbeid på faksmaskinen hos EMI enn med sang og musikk. Kelly Family burde holdt seg til musikk for intern bruk på husbåten, var budskapet. At sangene slo an i Tyskland, sa mer om tyskerne enn om noe annet, og coveret minte om «en samling med Klaus Wunderlich tyske versjoner av 70-tallets minst interessante låter». Samtidig som Kelly Family ga visse Eurovision-assosiasjoner, kunne gruppa i beste fall deltatt på «Melodi Grand Prix i Tyrkia».



## Klart best på faxen

### The Kelly Family Over the Hump EMI

Plateselskapet har brukt adskillige meter med fax-papir for å fortelle om de fantastiske Kellyene. En drøss med brødre og søstre som lever sitt live i fred og ro i en husbåt på Rhinen sammen med sin far.

Coverbildet kunne vært hentet fra en sangling med Klaus Wunderlich tyske versjoner av 70-tallets minst interessante låter. Slik låter

delever av platen også. Men de synger på engelsk.

2 millioner plater har selsknene solgt på 9 måneder i Tyskland, pop-musikkens høyborg. Det sier mest om tyskerenes musikksmak. «Over the hump» er plate med middelmådig pop-musikk, som kunns

stilt opp i «Melodi Grand Prix» i Tyrkia. Når de ikke synger og spiller til livets opphold, nyter de livet i fred og ro på husbåten på Rhi-

nene. The Kelly Family har det sikkert hyggelig når de samles til sang og spill på dekket. Det er ikke så hyggelig å få dem gjennom høytalere i stua. The Kelly Family er best på de endeløse faxene som forteller at de er rockens fremtid.

M.B.

Moss Avis 8.9.1995

### Et forurenset rykte?

Enkelte ville ha dem vekk også fra husbåten. Ved Köln, der Kellys husbåt som regel lå ankret opp, hadde «elvepolitiet» – det spørres om det ble regnet som en forfremmelse å bli plassert der – angivelig tatt familiemedlemmer i å forurense Rhinen med avfall. Dette sto i så fall i kontrast til det rene imaget som ble spredd i mediene. *Manchester Evening News* fortalte for eksempel om Patricia Kelly som var «into natural medicine, books and looking after the flowers on deck». Mens «emptying the waste overboard from the deck» ikke var et av hennes erklærte ansvarsområder.

Skatteunndragelse var et annet punkt for etterforskning, muligens supplert med underslag fra et aids-fond som gruppa samlet inn penger til. Dette skreiv VG. Møtte gruppa veggen nå med sin ukonvensjonelle livsstil? *Die Zeit* for 3. mai 1996 brukte overskriften «Nichts als Ärger für die Kelly-Sekte», som vil si «intet annet enn ergrelser for Kelly-sekten». Ifølge *The Irish Times* skyldte familiefar på at de rett og slett ikke hadde hatt tid til å gi aids-pengene videre, og så lenge han skyndte seg å gjøre det nå, gikk det bra. Forurensningsanklagene hørte ingen særlig mer til.

### Could you help yourself?

I stedet kom Kelly Family tilbake med enda et album, bedre mottatt enn noen gang. Denne gangen hadde de i tillegg en topphit av en singel, «I Can't Help Myself». Teksten har banale rim og budskap om kjærlighet, men er allsangvennlig. Singelen solgte godt nok til 1. plass på Topp 20 i slutten av oktober. Resten av året var sangen tapetsert fast på toppen, med 7 uker på førsteplass og 2 uker på andreplass. Albumet var oppe på andreplass. Tidlig i 1997 var platina-trofeet (50 000 solgte i Norge) et faktum.

Spørsmålet til de som leser om sangen her, blir derfor: Kan *du* motstå trangten til å nynne på refrenget «I love you, I want you, I wanna talk to you, I wanna be with you»?

Hit-singelen hørte hjemme på albumet *Almost Heaven*. Kritikerne begynte å bli mistenksomme, men skiva fikk et par firere. *Fremtiden* i Drammen framhevet gruppa som «noe så sjeldent som en ekte glad ungdommelig gjeng mellom 14 og 33 år. Og de lager frisk og fengende popmusikk for både gammel og ung!» Tilsvarende greie kritikk sto i *Bergens Tidende* og *Østlendingen*.



Det er jo noe med coveret som gjør at fallhøyden ikke blir så ubetydelig. Riktignok er ikke Kelly Family framme i himmelen helt ennå, bare nesten, men særlig det mindre brukte coveret (se bildet) gir religiøse assosiasjoner.

Stein Østbø i VG spurte seg: «Ved første øyekast på The Kelly Family er det nærmest uunngåelig å spørre; Hvilken sekt kommer disse fra?» Så var de ikke egentlig en sekt, skreiv Østbø, men de hadde likhetstrekk med slike grupper i form av sitt «kall» og at de framførte sangene sine «med en skremmende sterk overbevisning». Melodier, refrenger og sangteknikk var bra i Østbøs ører, men budskapet var altfor glatt. Tekstene var «den største ansamling av knuste sjeler, hjerter og desslike floskler som jeg noen gang har hørt på én eneste plate. Klisjeene bygger åleglatte gelévegger av ren og skjær tomhet, og forsterker inntrykket av The Kelly Family som prektighetens apostler». Det ble treer her, og det samme i *Tønsbergs Blad* og *Romsdals Budstikke*.

Toer-terningkast var det litt flere av, i *Nordlandsposten*, *Brønnøysunds Avis*, *Sarpsborg Arbeiderblad* og *Bergensavisen*. Anmelderen i sistnevnte spurte seg hvorfor gruppa måtte være så rar, med medlemmer som ikke «behersker engelsk uttale» og sær blanding av mange musikkstiler. Blant annet hadde gruppa gjort det motsatte av underverker (altså oververker?) med en engelsk barnesang: «Platens desidert verste er den forferdelig synthpregede låten 'Hey Diddle Diddle'. Lenge siden jeg har hørt noe så grufullt. Det finnes noen brukbare låter også, men de blir liksom slått ihjel av de som absolutt ikke fungerer».

Bare en norsk avis som jeg kan finne, ga ut karakteren 1, og det var *Stavanger Aftenblad*. For sikkerhets skyld fikk *Almost Heaven* 1 av 10, både for musikk og stil. Men utenlands ventet det flere enere.

### Mislikt i Nord-Amerika

Enerne kom som en følge av at labelen Virgin prøvde å bringe Kelly Family til Nord-Amerika. Kontinentet som far i huset tross alt kom fra. Bandet snakket mer om Irland-røttene, men de lå flere generasjoner tilbake.

Virgin tenkte som så at de hadde hatt stor suksess med å lansere Spice Girls i Nord-Amerika. Når fem rare venner fra England fikk suksess, måtte vel en storselgende familie også bli et godt objekt på markedet. Ifølge *LA Times* hadde Kelly Family foreslått dealen som også innebar at gruppa selv styrte markedsføringen. Planen bygde på å gjøre amerikanerne kjent med den sentimentale familie-historikken, opplyste *LA Times*. Infomercials sto høyt på den metaforiske flipoveren, men også internettmarkedsføring.

Da *LA Times* skulle ta stilling til det musikalske produktet, nøyde avisas anmelder seg med 1 stjerne av 4. «Even the most sugary warblings of the 'Sound of Music' clan are infinitely preferable to this painfully earned prog-folk-pop», innledet Natalie Nichols. Hun var slett ikke overbevist av europeisk popularitet. Kelly Familys «bombastic anthems and ballads will sound amateurish to mainstream U.S. pop fans accustomed to more refined sentimentalists like Celine Dion».

Eneren i *Indianapolis Star* kom med hovedbegrunnelsen «bland and boring». Å få enda færre poeng var faktisk mulig. Jill Wilson i *Winnipeg Sun* ga *Almost Heaven* 1/2 poeng:

«This singing sibling outfit is apparently huge in Europe. God only knows why – their twee pop material (in several languages, no less) ranges from cutesy to strident and the entire family looks like a cross between the Hanson boys, cult members and the creatures from the *Dark Crystal*. It would all be hilarious if it weren't so dreadfully disturbing».

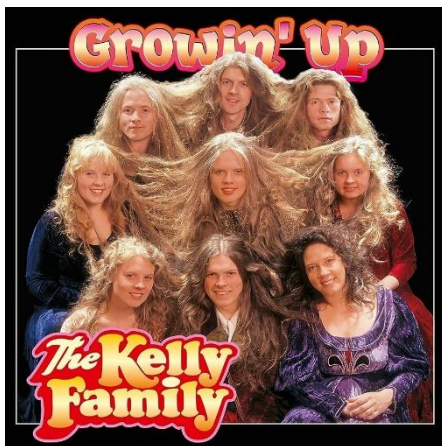
Unikt for Nord-Amerika, i hvert fall sammenliknet med Norge, var leserbrevene hvor fans tok til motmæle. I *Winnipeg* samlet en del fans seg bak en felles talsperson. Dessuten valgte en amerikaner å tilsende *Winnipeg Sun* et leserbrev over riksgrensa. Hun antydet hvordan fansen også på sett og vis var innlemmet i en familie:

«We fans will not stand by quietly while you insult these people whom you know absolutely nothing about and therefore do not understand their music at all. Kelly fans are extremely loyal and we will fight for their right to be heard objectively. I hope the Kellys do not see your review, for it would hurt them deeply».

Nei, Kelly Family slo ikke helt gjennom i Nord-Amerika. Som fastslått av *Irish Times* har gruppa heller aldri «achieved wider recognition in Ireland».

### Fall i popularitet

I november 1997 kom *Growin' Up* som tredje album på tre år. Norske anmeldere gikk lei. Det ble klare enere i flere aviser. Etter hva journalisten i *Samhold-Velgeren* kunne høre, var albumet et makkverk: «13 ganske like låter i kategorien incestøs (sic) pop blir ikke fett, det blir en syl tynn suppe med uinteressant smak. Familien Kelly har fryktelig mye hår og fryktelig dårlige tekstforfattere». (Og som man ser av coveret: denne gangen hadde familien satset mer på hår enn noen gang tidligere.) *Stavanger Aftenblad* spurte hvorfor «ei elendig gruppe som spiller elendige låter og synger elendige tekster» solgte godt. Svaret måtte ligge i fraværet av motstand i musikken. Låtene gled forbi med sangnumre «like monotone som en gammel støvsuger».



Flere hadde kontroll på metaforer og ordmalende vendinger. «Kelly Family er latterlige. Når de synger 'Rock'n roll stole my soul' faller de ni familiemedlemmene sammen i dyng. Ingen av dem vet nemlig hva rock'n roll er. Men de henter de verste klisjeene fra musikkformen. De platteste lyriske meldingene, og de mest forutsigbare melodilinjene», skreiv Rune Slyngstad mesterlig i *Nordlandsposten*. Kjell Nordeng hos avisnaboen *Nordlands Framtid* var helt oppe på en toer, men fastslo: «Tekstene er lite mer enn banale, [...] heller syltynne og 'preikete'. Melodistoffet er ikke særlig bedre. Her bugner det av småsvulstige banaliteter og kommersielle lettvintheter, og komponistene unnsner seg aldri for å la låtene ende opp i de mest tynnblodige og skvipete allsangrefrenger. Om de rene popforsøkene er triste greier, så er deres tilnærminger til mer rocka låter et bortimot håpløst klisjeoppkok».

Flere toere sto i *Tønsbergs Blad*, *Østlendingen*, *Romsdals Budstikke* og *Agderposten*, mens *Bergensavisen* og *VG* var helt oppe på treere. Ikke overraskende ga avisa fra Kelly Familys heartland i Norge, *Gjesdalbuen*, en



femmer. Kritikerer kunne bare trekke for «litt svake» tekster. *Growin' Up* skal ha solgt 50 % mer enn *Over the Hump*, med 15 000 mot 10 000, men var langt unna *Almost Heaven* som gikk i rundt 65 000.

I tillegg til voksne som fylte yrkeslivet sitt med å skrive, gikk det lange debatter i *Norsk barneblad*. Mest om Spice Girls var bra eller «noko herk», men også med tilsvarende vinklinger på Backstreet Boys og Kelly Family. Enkelte av dagens profilerte nynorskforfattere deltok i dette ordskiftet da de selv var barn (heldigvis anonymt). Argumentasjonen var ofte av det sparsomme slaget. Det som var om å gjøre i *Norsk barneblads* debatter var å presse inn flest mulig statements på kortest mulig plass, som her:

«Nei til EU, Carl I. Hagen, dyretesting, tyrefekting, dyr som drep sauer, atomprøvesprenging, bomber og The Kelly Family, sjølv om songen 'I can't help myself' er bra.

Ja til Coca Cola, P3, merkeklede, kjærleik, sauer og spagetti».

Det virker litt rart, når man først skal velge én musikkgruppe å ta avstand fra, å velge ei gruppe som man faktisk liker en av sangene til. Men slik var det nå.

For å holde oss litt til i ungdomssegmentet, var *Topp* et blad som kontinuerlig feiret det nye innen TV, film og musikk. Redaksjonen tok stort sett imot det meste uten altfor dyptgående analyse, med noen unntak. Gallagher-brødrene i Oasis fikk regelmessig kritikk for utseendet sitt, og så var det singlene til Kelly Family. «I Can't Help Myself» var «ganske forferdelig musikk», skreiv *Topp*. Den fikk et nådig terningkast 2 fordi «vi føler at vi må». Dette ble senket til 1 for neste singel, «Every Baby», som var «pinlig platt og så dårlig at vi nesten ikke vet hvordan vi skal få sagt det». Terningkast 1 ble det også til «Fell in Love With an Alien»:

«The Kelly Family er jammen meg en dårlig, gammel, irsk gruppe. Hvem andre kan finne på å lage en drittdårlig sang om å bli forelsket i en alien? Dette er Grand Prix på sitt aller verste, bare mye verre».

### **Ikke ironi**

Kelly Family er et (av kanskje mange, mistenker jeg) bevis på at man må stille spørsmål ved betegnelsen «ironigenerasjonen» på generasjon X, de som var mellom 15 og 35 år i 1996. Kelly Family la så absolutt opp til å bli ironisert med, men presenterte ei pakke av musikk, tekst og budskap som inviterte de som likte bandet, til å bli følelsesmessig investert i dem. Fansen ble invitert til å gi seg over i de tre kvarterene eller så som albumet varte.

Da Kelly Family spilte til stor jubel i Kongeparken i 1997 (Rogaland var som sagt høyborgen) inneholdt publikum riktignok en overvekt av yngre publikummere, men ellers hadde Kelly Family rykte på seg som bandet som klarte å forene generasjonene, å virkelig tilby noe til de fleste mellom 6 og 66 år. Kort sagt: å appellere til *familiene*. Familiene hvor generasjon X-folkene befant seg midt i smørøyet som eldre ungdommer og unge voksne. Ikke minst var medlemmene i Kelly Family spredt utover nøyaktig denne generasjonen.

Det ble derfor også noe krampaktig over det da generasjon X sitt trendmenighetsblad *Natt og Dag* meldte sin interesse for Kelly Family. For musikkannmelderen Audun Vinger var ikke Kelly Family og albumet *Growin' Up* et hvilket som helst terningkast 1-objekt. Et ritualmord måtte til. På en ganske oppskriftsmessig måte for *Natt og Dag* anno 1997, var angrepet på gruppa injurierende, litt hatefullt og vel også fantasifullt. I Vingers beskrivelse var Kelly Family et arnested for barnemishandling og incest. «Deres suksess har vokst opp fra et pandemonium av forvridd seksualitet og følelsmessig nedfallsfrukt. Deres storfamilie står for en forråtnelse av samfunns-strukturen som faktisk har fått oss dit vi er i dag».

*Die Zeit* gikk også noe langt i sin nedrakking. I motsetning til Charles Manson, hadde Dan Kelly «så langt» bare bedt sin familie om å synge og betle, het det.

### **Evig eies kun et dårlig rykte**

Den dag i dag gir Kelly Family umiddelbare assosiasjoner til de som rakk å få med seg bandet – det kan være positivt og det kan være negativt.

Med dagens tilgang til informasjon kan det hende bandnavnet aldri hadde vært valgt. Wikipedia avslører nemlig at Kelly Family også var navnet på seriemordere i Oklahoma på 1880-tallet. Disse eide en taverna hvor de plasserte stolen til rike gjester på en fall-lem og slapp dem ned. Helt Tom og Jerry-stil. Men Kelly Family har neppe gjort noe direkte vondt mot noen, selv om elvepolitiet på Rhinen hadde sine anklager. I musikkens verden viste det seg til slutt at R. Kelly var den store skurken med nettopp dette etternavnet.

Ikke desto mindre har Kelly Family et litt frynsete rykte. Det får enkelte til å ty til de store ordene. Da Angelo Kelly gikk solo, føyde musikkannmelder Martin Bergesen seg inn i en tradisjon som altså var veletablert, med et høystemt angrep på gruppa:

«Enhver generasjon har sine demoner, tragedier og graverende hendelser som for alltid etser seg inn i sinnet. 11. september, tsunamier,

kriger i øst og vest, The Kelly Family, etc. Nå ripper Angelo Kelly, et av medlemmene fra sistnevnte tyske naturkatastrofe, opp i de såre minnene ved å utgi et soloalbum. [...] Helt ok, veldig tysk».

Andre norske personer har også vaktet seg for å gå den samme veien som familiebandet. «Da jeg hørte om deg og den musikalske familien Aspesæter ble dere beskrevet som en lokal Kelly-Family uten sektfølelsen», skreiv *Aust-Agder Blad* i 2015. Ylvis-brødrene er en annen populær act som har måttet tenke over familiemessige fallgruber, her i intervju med *Dagbladet*:

- «– Er dere en sånn 'Sound of Music'-familie?  
Bård kikker skrekkslagent opp fra burgen.  
– Gud forby.  
– Som 'The Kelly Family'. Spik spenna gjerne».

For det finnes flere familieband, men ingen *helt* som Kelly Family. Selv om Jackson Five ble ganske strikt kontrollert av pater familias Joe, ser ingen på bilder av dem og tenker «ja, her har vi en sekt». I så måte var det så mangt som talte mot Kelly Family: den aparte bosituasjonen, de utdaterte klærne, at alle har lik hårstil, at de er så mange, og sist men ikke minst de religiøse overtonene i tekster, musikkjanger og presentasjon.

For å avslutte kapitlet med noe mer muntert, blir det en fun fact om at familiemedlem Joey Kelly stilte opp og vant *Skal vi stupe* på tysk TV i 2007. Seiershoppet hans innebar å stå på hendene på stupebrettanten i omtrent atten sekunder. Prøv sjøl! Feiringa på toppen av seierspallen ble tonesatt av Irlands nasjonalsang. Om noe kunne toppe Kelly Family-suksessen, måtte det jo være dette.



Endstand Einzel		
1	 JOEY KELLY	97.65
2	 BRITTA KAMRAU	85.50
3	 MICHAEL MEZIANI	77.70
4	 DANIEL AMINATI	61.50
5	 STEFAN RAAB	57.75

Skjermdump fra TV total Classics, Youtube

## Quart og Lilletun sviktet de 30 % hørselsskade

Festival er ikke bare greit. Særlig var ikke Quartfestivalen så tipp topp for en god del av de som bodde i regionen, altså sørlendinger. Mange religiøse ga god gratisreklame til festivalen med sine bønnemøter mot at Marilyn Manson og liknende artister skulle spille. Men det fantes også de som klagde på andre aspekter ved Quartfestivalen, som for eksempel lydnivået.

Hørselsskader er et hovedstikkord. Vi tenker oss nå 30 år tilbake, til det som skulle bli den nye folkesykdommen på grunn av den lumske oppfinnelsen walkman. Norges unge slekt skulle falle om som fluer med sønderrevne trommehinner, stigbøyler og annet intrakranielt inventar.

Fenomenet *hørselsskade-frykt* er vel verdt et studium, på samme måte som jeg prøvde å gå gjennom frykten for «musearm» i boka *Forsøk på utkast til skisse av 90-tallet*. Hørselsskadene skulle visstnok særlig sveipe over befolkningen født etter 1970. Når jeg vil uttrykke en smule skepsis til spådommer om økte hørselsproblemer, er det på ingen måte meningen å si at slike skader ikke finnes. Det må heller ikke forstås som en påstand om at hørselsskade er en bagatell for de som har det. Samtidig er det kanskje enkelte som har en tendens til å opp-dimensjonere problemet hvis de finner statistikk som kan legge grunnlag for ord som mangedobling.

**- Vi gir blaffen i hørselen**

AV SVEN GJ. GJERULDBEN

Ungdommen gir blaffen i sin egen hørsel, og foretrekker å spille musikk på full styrke, selv om undersøkelser viser at stadig flere 18-åringar får hørselsskader på grunn av uvettig musikkbruk.

- Det er klart man blir litt sikret når man hører at hver tredje 18-åring har fått varige hørselsskader på grunn av høy musikkbruk. Likevel kommer de ikke over til å redusere volumene

**LYDSJOKK MED WALKMAN**

Hver tredje 18-åring har fått nedsatt hørsel som følge av uvettig bruk av walkman og annen høy musikk. De fleste lommekassettpillere som selges i Norge gir lydfefter som går langt over sikkerhetsreglene i arbeidslivet.

- Vi er alle høyt musikkløse på våre lommekassettpillere. Vi gir blaffen i som det går ut over hørselen, sier fra vestre Torje Breivik, Berens Studentens og Mortus Berg.

(Foto: Ole Chr. H. Thomassen)

Dagbladet 5.1.1990

### Walkmansjokk

Walkman-frykten fikk bokstavelig talt innlede 1990-tallet. Forskeren Hans M. Borchgrevink utførte hørselsundersøkelser for Forsvaret. I januar 1990 påsto han at andelen med hørselsskade blant 18-årige menn hadde nådd nærmest astronomiske 36,6 %. Borchgrevink kunne umiddelbart slå fast at walkman sto bak destruksjonen. Noen unge som *Dagbladet* møtte på gata,

elsket sine walkman og svarte umiskjennelig 90-talls: «Vi gir blaffen i hørselen!». Dette bekreftet selvfølgelig at faren var enorm.

Gisle Djupesland ved Ullevål nærte nesten en konsekvent mistro til Forsvarets hørselstester. Testene var preget «av mye bakgrunnsstøy og ukonsentrert personale». Oto-rhino-laryngologen mente at de «gjør veldig mange målinger om dagen og kan lett bli sløve». *Avisa Nordlys* fikk tak i Einar Laukli ved Universitetet i Tromsø, som hadde gjort en mindre undersøkelse der 6–7 % viste «tendens til noe som med godvilje kan ligne en støyskade». Laukli tenkte seg et scenario der en ungdom hadde skarpt og høyt lydnivå på sin walkman. Han resonnererte at høy lyd som gjør vondt, gjør at folk skrur ned lyden. Men ungdom ga jo blaffen, sa de selv, så...

Inntrykket folk satt igjen med, var at Norge var ille ute. *GLT* skreiv for eksempel om at «snart halve befolkningen har pådratt seg hørselsskader».

### En aktivist for hørsel

I foreløpig mangel av kvantitative studier om hørselsskade-frykt i Norge, kan kvalitativ metode være en god erstatning: å finlese kronikken «Nedsatt høreevne etter Quart Festivalen» fra *Fædrelandsvennen* 1. desember 1994.

Underskriveren, som vi kaller Kronikøren, var en kulturell mangesysler på Sørlandet. Han ble hørselsskadd som ung, riktignok ikke på grunn av lydnivåer, men på grunn av en fallskade. Uansett ble det en livslang interesse for Kronikøren å advare andre mot å pådra seg samme lidelse. I tillegg til å skrive hørespill (!) om temaet, reiste han rundt på norske industriarbeidsplasser og oljeplattformer for å holde «motivasjonsmøte». Arbeiderne måtte ikke være så macho at de droppet hørselsvernet.

**Nedsatt høreevne etter Quart Festivalen**

**DEBATT**

Til kulturpolitikere i Kristiansand.

ringer og spalter ovenfor strupen, noe som gir luftstrømmen høyfrekvent lyd. Det er disse høyfrekvente (og stemmeløse) konso-

Fokuset på festivaler, og neglisjering av walkman, hadde også et bakteppe. Kronikøren hadde en viktig samarbeidspartner i audiofysikeren Gordon Flottorp. For eksempel hadde Flottorp «nøye gjennomgått» Kronikørens pedagogiske hørespill. Flottorp og Kronikøren ønsket begge å gjøre det kriminelt å spille for høyt på utesteder (et ønske vi kommer tilbake til). Men hva med walkman? I 1991 publiserte Flottorp med samarbeidspartnere en artikkel i tidsskriftet *Scandinavian Audiology* – redaktør var nevnte Einar Laukli – der de konkluderte slik om PCPs, personal cassette players:

«most of the time, users will reduce the gain in order to improve the sound quality. It seems clear that the great majority of PCP listeners use sound levels that are lower than existing noise limits. [...] A slight hearing loss from extreme use of PCP is possible for a few listeners, but user habit research has shown that the great majority listen only a few hours a week and with reasonably low levels, i.e. without danger of acquiring hearing loss».

Uten at feltet er studert systematisk, var det grunn for hørselsaktivistene til å holde seg ved sin lest: å få bukt med arbeidsplass-støy, trafikkstøy og eventuelt konsertstøy. Til dette formålet ville Kronikøren nå samle allierte.

## «KRIMINALISER HØY DISKO-LYD»

Siden 1952 har audiofysikeren Gordon Flottorp jobbet med støyskadeforebygging. Nå vil han kriminalisere diskoteker som kjører for høy lyd. Det siste tiåret har utviklingen skremt eksperten ved Rikshospitalet i Oslo. Et raskt voksende antall unge er støyskadet.

Av BJØRNAR SOLHEIM

– Det er diskotekene og bruk av walkman som er årsaken, mener Flottorp.

– Dagens unge blir en generasjon 40 åringer med alvorlige hørevansker. Dette vil koste samfunnet dyrt. Det verste er likevel at mange mennesker må leve med et alvorlig handikap, sier Flottorp.

**ALVORLIG**

– Utviklingen jeg har vært vitne til i de senere år er svært alvorlig. Unge mennesker ødelegger sin høreservert ved blant annet



VIL ØRDNE OPP: Audiofysiker Gordon Flottorp vil kriminalisere diskoteker som idretter gressen for fargig lyd. – Berget er ikke nok grønn, diskoteker og høye stemmer spiller inn for høyt, sier han. (Foto: Vidar Hagen)

*Bergensavisen* 8.3.1992. Fotoet er av ovennevnte Borchgrevink, ikke Flottorp.

Gordon Flottorp var stadig vekk i nyhetene om hørsels-tema. I 1996 hadde andelen unge med ødelagt hørsel sunket til «bare» 25 %, men Flottorp så like mørkt på framtida. Ting fikk skure og gå, med rock som ble spilt uten lydgrenser. Samfunnet ville da «bli påført kjempeutgifter til høreapparater om ca 30 år» (det er omtrent nå, det). *Dagbladet* skreiv dette i artikkelen «Hver fjerde ungdom blir tunghørt av rockemusikk». Hva som mentes med «tunghørt» ble spesifisert som følger: «Hver fjerde norske rekrutt har pådratt seg et hørselstap på over 20 desibel. Dette avskjærer dem blant annet fra å høre tikkelydene fra en klokke».

Dette kunne gjøre tikkende bomber til en stor framtidssrussel. Bombene kunne plasseres rundt omkring uten at noen hørte dem før det var for seint.

### **Det som var ille med Quartfestivalen**

Det er på tide å gå grundig inn i Kronikørens budskap. Quartfestivalen har altså funnet sted tidligere det året, på sommeren, og det må bli et etterspill. Må det ikke det? For man kan vel ikke fortsette å maltraktere ørene mer enn det som allerede er gjort? KrF-politiker Jon Lilletun inviteres av Kronikøren til å forme en hellig allianse.

Samme invitasjon hadde tidligere gått til «det medisinske/audiologiske miljøet i Kristiansand». Men de sviktet kapittalt. Kronikøren reagerte på den altomfattende unnfalldenheten: «Hvilken grunn legene ved VAS og fylkets audiopedagoger kan vise til når de unnlater å vifte en harmdirrende knyttneve under nesene på byens kulturpolitikere, samt ansatte i kulturadministrasjonen, vet jeg ikke». Slik var det likevel blitt, «selv om man på faglig hold positivt vet at Quart Festivalens galskaps-støy» hadde «resultert i nedsatt høreevne til mange unge mennesker!»

Rett skal være rett, alle som vanker på konserter vet at høy lyd merkes godt. Av mange sikkerhetstiltak som det ikke alltid var like farlig med på 1990-tallet, var vel ørepropper ett av dem. Går man på en hvilken som helst konsert uten noen form for ørepropper, *kjenner* man det etterpå. For ikke å snakke om de som jobber fast i bransjen.

Kronikøren varslert særlig om hørselsskadebølgen fordi Quart-teltet på Tresse angivelig definerte den vanlige rockekonsertlyden på 115 desibel som festivalens *minimumsnivå*. Quart opererte generelt med 120 desibel, lød beskyldningen. I «dette forargelsens telt» kunne lyden sågar hoppe opp til hele 129 desibel. Med slike utskeielser på toppen av annen støy var det ikke rart at antallet hørselsskade på sesjon hadde gått fra 10 prosent til «over 30 prosent» de siste 20 årene.

En tredel av alle i ungdomskullene var som sagt noe å slå i bordet med. Men hvor ble de egentlig av, hordene av unge med høreapparat?

Stikkprøver på konserter i dag tyder på at lydnivået fortsatt er ganske høyt. Videre har støyen økt i de fleste byer, fra trafikk og bygging. Likevel virker tall på 25 og 33 % intuitivt veldig høye. Overdrevne, til og med. Seinere kom rapporter som Forsvarets «Helse for stridsevne». Denne forteller om året 2008 at 1 % av de som møtte til førstegangs-tjeneste ble diagnostisert med «sykdom i ører eller redusert hørsel». Nærmere bestemt blir antallet rundt 75 personer. Det er jo også et tall.

Men denne rapporten eksisterte selvsagt ikke i 1994, så den gang ble det lagt en snedig plan: Jon Lilletun skulle ta seg ned til Sørlandet for å ta del i et slags kickoff for politisk handling mot desibelene.

### **«Mildt sagt hysteriske premisser»**

En kan male et bilde av at KrF-politikeren Jon Lilletun satt og holdt hoff hos «konditor Arne Birkenes i Torridalsveien». Som en lokal don tok politikeren imot personer med sine hjertesaker etter tur. I hvert fall ble Kronikøren «innkalt» av Lilletun til nettopp dette etablissementet for å legge ut sin sak. Selve møtet endte godt, men tida etterpå bød på selsomme opplevelser, skal vi tro skribenten som ville vise Lilletun hvor landet lå. I kronikken henvendte Kronikøren seg til politikeren i tiltaleform:

«Jeg 'briefet' deg skikkelig med de opplysninger som er kommet til uttrykk i dette innlegget og spurte deg: – Har du det nå? Du svarte ja – hvorpå du en knapp tid senere står i Quart Festivalens telt i Tresse, og – av alt på jord – ønsker det unge publikum velkommen! Hvorfor gjør du slikt? Jeg er klar over at en rikspolitiker må markere seg, men var ikke dette en markering på mildt sagt 'hysteriske premisser'? Gå heller inn for å kriminalisere støy over 90 dB på rockefestivaler og diskotek, så gjør du manns gjerning».

Det gryende opprøret mot desibel på Quartfestivalen måtte altså løpe sammen med et splitter nytt oppgjør, og denne gang mot Jon Lilletun. Under kampanjens fane håpet man antakelig å samle de omtrent 70 % av norske ungdommer som fortsatt hadde hørsel.

Resten hørte jo ikke etter.



## Den ekte Barbie girl og hennes verden

**Noen saker og ting kom og gikk på 1990-tallet, andre eksisterte lenge både før og etter. Det klarer bare de tingene som kan fylles med ny mening ettersom tiårene går. Barbie er et godt eksempel på det. I Norge var en sentral del av markedsføringen på 90-tallet å ansette en nasjonal Barbie-modell. Det lyktes å selge masse Barbie-dokker og et halvveis beryktet samlealbum, men kunne framstøtene også feile?**

Barbie-figuren som kulturikon, på både godt og vondt, er det skrevet mer enn nok av fra før. Mye er tenkt og ment – noe interessant, noe uinteressant og trøttende. For Mattel, eieren av merkenavnet Barbie, var det ikke nok at «alle» hadde hørt om Barbie og at produktene var allemannseie, de måtte kontinuerlig lansere nye figurer og nye markedsføringsmetoder. En dag på 90-tallet sto de to ordene «levende Barbie» triumferende igjen på en flipover etter idemyldring, sikkert i skarp tevling med andre ideer. Mattel stilte med tyllkjole, hårspenner og tiara – ei heldig dame måtte stille med blondt hår og bredt smil. Margot Robbie var dessverre en del av målgruppa på dette tidspunktet, så andre måtte steppe inn i Barbie-rollen. Norge skulle få sin første levende Barbie, så fikk tida vise hva slags produkter hun skulle reise land og strand rundt med.

### **Rortunet-Barbieren ble ikke offisiell**

*Asker og Bærums Budstikke* hevdet at den første Barbie-modell i Norge var en femtenåring fra Bærum i 1992. Men hun hadde ikke det ettertraktete stempelet fra Mattel. Hun var bare «valgt som 'Barbie'-modell» av Rortunet, et lokalt kjøpesenter i Slemmestad.

Høsten 1993 ble det tatt affære på offisielt hold, da Maria Svendsberget ble hyret inn for å jobbe som Barbie under julesalget. Barna fikk sitte på fanget, ta et bilde og en riktig så koselig førjulsgave: «hver sin varekatalog med hilsen fra Barbie på». Det foregikk altså på kjøpesentre. En type virksomhet som stadig vokste i Norge. Lørenskog kommune hadde til og med to senterer, deriblant Norges eneste senter oppkalt etter mafiaen i Hong Kong (Triaden). Men det var på det andre senteret med bowlinghallen (Metro-senteret) at folk kunne «se en levende Barbie (!) Ja, du leste riktig». «For første gang i Norge», lokket annonsene med.

Barbie-figuren feiret 35 år i 1994, og i Norge ble det markert i samarbeid med Tusenfryd. Fornøylesparken snekret opp *Barbie™ Huset* hvor det sto en utstilling «med Barbie-dukker i alle tenkelige posisjoner og

kreasjoner». *Østlandets Blad* mente det «blir garantert et mareritt for foreldre med kjøpelystne unger». Dokkene var riktignok ikke til salgs, for de var lånt ut fra samlingen til Norges største Barbie-samler Sidsel Grue. Kvinnen som hang rundt huset som sesongens Barbie-modell het Lena Nilsen, men skulle visstnok «bare være der ved spesielle anledninger». Etter dette fant Mattel ut at de trengte en Barbie på heltid, ikke bare i visse sesonger.

### **Det ble Christel Morch**

Jobben som Barbie på heltid gikk til Christel Morch.

Innledningsvis var det faktisk håret som var kvalifikasjonen for å spille rollen. «Jeg jobbet jo med noe helt annet den gangen, eksport av laks i et fiskefirma», forteller hun i dag. På 90-tallet fortalte Morch hvordan en ansatt i Mattel «husket at jeg hadde langt lyst hår». Hun hadde ikke sin egen Barbie-kolleksjon som liten, fortalte Morch den gangen, men hun var til gjengjeld «skikkelig jålete som liten, og så ut som en dukke, med kjempelangt hår, silkesløyfer og stadig nye kjoler». Heldigvis husket altså klassekameraten dette. Nordstrands-kvinnen ble bedt om å søke på jobben, som hun fikk. Det var i 1994, og i motsetning til de forrige modellene beholdt hun jobben resten av tiåret.



VG 27.12.1997

Reglene for rollene var flere. Blant annet måtte Morch holde hardnakket på at hun *var* Barbie og ikke en skuespiller, og videre at denne Barbie ikke hadde et forhold til Ken. Barbie-figuren som sådan har heller ingen alder, selv om hun opptrer som yrkeskvinne i mange sammenhenger. Snarere er kjennetegnet på Barbie-universet en utvisking av skillet mellom barn og voksen. I *Barbie*-bladet i 1998 sto en morsom historie om at Barbies søster Skipper går på college og tar muntlig eksamen i filosofi. (På et sted behørig markert med skiltet «eksamenslokale filosofi».) Få barn har noe særlig forhold til en muntlig eksamen eller hva college er. Men på feiringen av den vellykkede eksamenseansen dukker sensoren opp. Hun har lyst til å være med på pysj-party. I andre utgaver av bladet ble Barbie framstilt som redaktør, tannlege eller forskningsassistent for en venn som fant ruinene av Atlantis. Det mest tilbakevendende temaet i *Barbie*-bladet var å arrangere feiringer; vertinnerollen.



Morch gjennomgikk en rigorøs opplæring for å lære seg Barbies «ekte» signatur – hele to timers øving, fortalte hun til *Aftenposten*. I tillegg skulle hun spre girl power-aktige budskap om at jentene som satt på fanget kunne bli hva de ville. Hvem vet, kanskje har en av dagens bedriftsledere eller stortingsrepresentanter sittet på Barbie-fanget?

For mange var det ganske stort å få besøk av en «levende Barbie». Noen byer var tidligere ute enn andre. «For første gang i Grimstad skal barn få oppleve en levende Barbie-dukke», sto det for eksempel i 1995. Det hendte at barna skvatt da den dokkeliknende skapningen snakket eller rørte på seg. Enkelte voksne fans fikk seg også et foto, og selv samfunnstoppene kjente sin besøkelsestid. «Alle» stilte opp, det var køer, røde løpere og ordførere som tok imot deg. Folk



Bilde til høyre: Bildet av den originale dukken, midt: den levende Barbie opp på Lakerbjørntunet i Gledde for mange år siden. Foto: KARI LARSEN/NTNU

## En levende Barbie!

av JEANETTE VARPEN GRØNHEIM

Hvert en tusen år skal det bli en slik skildring av den levende Barbie inn i historien. Et eventyrlig omgjørte ser opp på barna med store og begeistringseye i lekeplassen forvenning.

Den levende Barbie deler ut smykker, hold og ansigter med et bredt smil som manen. All er rosa, og en etter en trekker småjente seg frem til et av leke. Med store øyne og freid, litt beklagende, små stier de selv frem ansigter og smykke til foreldre.

Den levende Barbie har vært i eksistens 50 år. Den er skapt i Norge under navnet begravet Barbie 1951. Hverken er å skape akkurat i lekeplassen og prosjektet kom som følge av initiativ fra firmaet Mattel som produserte de verdenskjente dukkene.

stimla til. Jeg tror det var oppe på Lillestrøm at folk nesten begynte å besvime», forteller Morch i dag.



Kjole, åpen bil, rød løper, pikkolo og Grand. Fra privat album.  
Forrige side: *Barbie* 1/1998, *Romsdals Budstikke* 16.11.1996



Signering og møte med fans. Fra privat album.

Det største eventet – i kulturell forstand – må ha vært på Smart Club Alnabru i 1997. Butikken holdt på med aktiviteter hele dagen, og på ettermiddagen var et makeløst stjernelag til stede samtidig, bestående av Barbie, *Mot i Brøstet*-trioen, Tande-P og Martin Schanche. Situasjonskomediens skuespillere signerte sine nyeste VHS-er mens Schanche viste fram fjernstyrte biler på en Nikko-bilbane.

Litt kritikk kom det selvfølgelig. Morch forteller at hun ble oppringt privat av blant annet Kvinnegruppa Ottar. En innringer i *Altaposten* skulle også ha seg frabedt å få en levende Barbie opp til det høye nord, det var «rett og slett forferdelig». Hun fortsatte: «Jeg synes det grenser til galskap når man hyrer en 'ekte Barbie' til å komme i lekebutikken. Ikke nok med at denne mønsterdukken bidrar til å skape et forferdelig kvinneideal. Nå skal man at på til menneskeliggjøre det også».

Som en betydelig utvidelse av den tidligere praksisen med sommer- og julesesong for «levende Barbie»-opptredener, gjennomførte Morch sine kjøpesenterturneer på heltid i periodene august–desember og mars–mai. Kontinuerlig ville Mattel ha promotert nye figurer, tilbehør og spinoff-produkter. I 1999 fikk markedsføringen en boost av Barbie-merkets 40-årsfeiring. Men de mest spennende tingene i Barbie-sfæren foregikk i 1998. Den ene rund og den andre oval.

## Barbie-egg

Her kan sitatet fra tidligere i teksten tas fram igjen: «Ja, du leste riktig». Barbie-egg ble lansert i 1998. Og ikke bare det, men lanseringen pisket i gang «egge-krigen».

Det ble ikke noe mer enn et nisje-begrep, dette. Men egge-krigen ble erklært å være en realitet av avisa *Dagligvarehandelen*. Den rettet seg mot eiere av matbutikker med forhåndsomtaler av nye dagligvarer. Produkter ble snikvist her for å gi butikkeierne tid til å bestille mest mulig av det. I annonsene var det ikke måte på hvor godt produsenten mente at markedet ville ta imot de forskjellige nyvinningene. Som oftest endte det i realiteten med skam og produkter som ble tatt av markedet etter ½-1 år. Men ikke Barbie-egg, nei, de kom til å passe perfekt inn i sin nisje. Britiske Cadbury lagde dem, og Mattel hadde angivelig omfavnet dem som årets beste Barbie-lisensprodukt.



Barbie 5/1998

Våren 1998 mente firmaet J. Galleberg at det norske eggemarkedet var overmodent for et raid. Firmaets pressemelding om Barbie-eggene sparket i gang eggekrigen. Leviatan sjøl, Kinder, var en kjempe på leirføtter, håpte de. Riktignok hadde Cadbury kopiert egenskapene til Kinderegg og skrevet Barbie-navnet utenpå.

Men også Barbie-egg spilte på produktets overraskelsesmoment. (Det offisielle navnet på konkurrenten er tross alt Kinder-overraskelse og ikke Kinderegg.) Dette husker jeg at jeg som barn synes var ganske meningsløst. Retorikken rundt Kinderegg gikk på at der var tre overraskelser i én: nummer en var sjokoladen, nummer to var leken inni, og nummer tre var spenningen med å pakke opp det hele. Hvis man syntes *det* var spennende, hadde man ganske lite å finne på, tenkte jeg som barn. At egget inneholdt sjokolade var knapt noen overraskelse lenger, for de som hadde prøvd Kinderegg en til to ganger.

For så vidt inneholdt Barbie-sjokoladen en overraskelse, men hvor gledelig den var, er et annet spørsmål: Cadbury hadde kutta ut innholdet av hvit sjokolade, som er et annet av Kinders kjennetegn.

Leker inni egget skulle det derimot ikke stå på. Barbie-serien inneholdt intet mindre enn 32 forskjellige biter. Tarvelige ensfargede plastbiter. Eller som *Finansavisen* skreiv: «der hvor Kinder Egg har unyttige små plastleker, har Barbie Egg stygge små ting – som hårstrikker med hjerteformede, lilla kuler». Hver tredje måned skulle alle 32 plastsjøppelbitene fornyes. Tanken var å appellere til en samlemani som ofte faller naturlig for barn. Norge var moden for en gotta catch'em all-feber, ett år før Pokemon sugde opp momentumet og lanserte sine Gameboy-spill her. I reklamen for plasttilbehøret sto det riktignok ikke om samling, men om aksept i et lukket forum: «Hemmelig melding til alle Barbievenner: Bli like fin som Barbie!».

Selv om importøren framholdt at «Barbie egg foretrekkes fremfor andre overraskelses-egg blant 87% av målgruppen», holdt det ikke bare å sende dem ut i butikkene. J. Galleberg lovte også å pumpe opp etterspørselen med annonsekampanjer i publikasjonene *Barbie Magasin* og *Barbie Journal*. (Et nesten utiligvelig nerdete poeng er at Kinderegg annonserte i *Barbie* 1/98. For en episk backstabbing av annonsøren.) «Magasinet» het bare *Barbie* og finnes fortsatt, mens journalen var ei skoledagbok. Hele to uker med reklame på TV 3 tok Skalleberg seg også råd til.

Importørens ultimate glansnummer var aktiviteter i butikk. Christel Morch ble kalt ut til «utvalgte sentra». *Dagligvarehandelen* anerkjente opplegget og skreiv at «Veldreide Barbie har i levende live vært å skue i atskillige sentre». For ordens skyld: oppslaget var fra 1998 og ikke 1928.

Så er det et spørsmål som sniker seg innpå, med tanke på at Kinderegg fortsatt finnes – er det noen som har hørt om eller husker Barbie-egg? For mottakelsen var angivelig stormende. J. Galleberg påsto at selskapet hadde solgt 1 900 000 Barbie-egg på de første fire månedene. Målgruppa var over seg. Hver eneste norske jente mellom 4 og 12 år hadde kjøpt 8 egg i snitt.

En viss andel av eggene ble gitt bort gratis av Christel Morch med Barbies navnetrekk. Det ble ingen langvarig promoteringsturné. «Her solgte de kanskje bra et år eller to, og så ble det borte», forteller hun i dag.

Galleberg forsøkte å ri flere hester, og ville importere noe de kunne annonsere i *Donald Duck*. Det ble Nestlé Chocoball. Samme sjokolade, men med figurer fra Disneys spillefilmer. Dette produktet fikk antakelig et enda kortere liv på hylla enn Barbie-egg. Ingen har festet sine tanker om Chocoball til papir.

USA er kanskje kjent som spinoffproduktenes hjemland framfor noen. Men i USA var Kinderegg og lignende produkter med småting inni forbudt helt siden 1970-tallet. Kvelningsfaren var for stor, mente FDA. Kinderegg ble legalisert (uten at Cypress Hill sang om det) på slutten av 2010-tallet.

### **Barbie Hits blir til**

EGGE-KRIGEN ble av ganske liten interesse for offentligheten, men det ble desto mer snakk og skriverier da Arcade ga ut samleskiva *Barbie Hits* i 1998. Dette foregikk parallelt med at samme plateselskap jobbet med den mer kjente serien *Smurfehits*, og produktene var skåret over samme lest: Mer eller mindre aktuelle popsanger fikk ny, norsk tekst for barn. Foreldre var kanskje ikke overbegeistrede, men kjøpte skivene likevel – på tvers av anbefalingene fra musikk anmeldere, som var mer enn klare.

Hvordan ble *Barbie Hits* til? I flere intervjuer fortalte Christel Morch at det var hun som hadde ideen til albumet. *Aftenposten* fortalte at hun fikk «gode prosenter av inntektene til platen» som selve «hjernen bak suksessen». Strengt tatt var det en annen som ga henne ideen igjen: «Jeg fikk ideen fra en liten jente, som spurte hvorfor Barbie ikke synger».

Plateselskapet Arcade skal ha blitt kontaktet tidlig i 1996. Dermed ble Geir Olav Bøkestad og Per Kristian Indrehus påkoblet, tidligere kjent fra gruppene Drama og Creation, men nå som låtskrivere og plateprodusenter, nesten tusenkunstnere i norsk popbransje. Barbie-albumet var klart høsten 1998. Mye av tida fram til det gikk med til klarering hos merkenavnets eier. Mattel måtte godkjenne alle detaljene i prosjektet, og artister som skulle få sin musikk brukt, hadde også anledning til å reservere seg.

Arcade var antakelig også påpasselig med å ikke havne i disputt igjen.



Det hadde nemlig skjedd med en av sangene på *Smurfehits 1*, signert av Geir Olav Bøkestad. Opprinnelig skreiv han en melodi på oppdrag fra et reklamebyrå – spilt inn av Torgeir og Kjendisene under navnet «Biltur» til bruk i reklame for Statoils og Televerkets Ferieguiden. Det var bandets gjestemusiker på fela, Gjermund Kolltveit, som gjenoppdaget sitt eget spill på *Smurfehits*. Bøkestad hadde da skrevet en tekst om «Felesmurfen» til «Biltur»-sangen. Snart dukket også «Spelmanssmurfen» opp på svenske *Smurfhits*. Kolltveit følte seg «misbrukt på det groveste», tordnet bandmanager Steinar Fjeld. Bandet og Fjeld lå allerede i en annen disputt om «Biltur».<sup>1</sup> Det ble snakket om rettssaker, men i en Instagram-DM skriver Torgeir Hansen: «Det ble forlik og begge parter ble happy :)»

Mens hele låtskrivingsprosessen pågikk, kom jo dessuten Aqua med sin «Barbie Girl» i 1997. Sangen gjorde Mattel passe forbanna. Selv om lite kunne befeste Barbie som kulturikon bedre enn denne internasjonale kjempehitten, valgte Mattel å saksøke Aquas amerikanske plateselskap for både copyrightbrudd og nedgradering av merkevaren. Dette er det skrevet side opp og side ned om, ikke minst i forbindelse med 2023-filmen *Barbie*. Nå har nemlig Mattel snudd, og betalte Aqua for å sample «Barbie Girl» til bruk i sangen «Barbie World» på et nytt *Barbie*-album.

I skrivende stund skal det også lages en film om Barbenheimer-fenomenet. Men la oss ikke fortape oss i 2023. For 25 år siden skulle altså *Barbie Hits* produseres. I et intervju med *Dagens Næringsliv* ble Christel Morch sitert på at «hun selv skal synges på platen». Hun brukte ordet «vi» om de som satt og jobbet med sangene. VG understreket at hun hadde «ingenting med 'Barbie Hits' å gjøre». Det er ikke helt presist, da Morch var den som skulle turnere med sangene når albumet skulle slippes.

Vokalen på albumet ble rett og slett sunget inn av «Barbie». Hvem det var, er kanskje ikke hemmelig nå lenger, men glemt av de fleste. Mest

---

<sup>1</sup> I 1995 beskyldte de Statoil for å gi ut sangen uten avtale, da «Biltur» ble lagt inn på en umerket kassett i Statoils forundringspakke «Barnas tenkeboks». Det var et stort problem at det i esken også lå bokstavgjeks. Torgeir Hansen sa på vegne av bandet «at gutta er lite fornøyd med å bli dyttet ned sammen med bokstavgjeks i en billigpakke for barn». En advokat mente «at Torgeir & Kjendisene som utøvende kunstnere er lite tjent med å bli sammenlignet med bokstavgjeks og fargestifter». Steinar Fjeld følte seg spolert i arbeidet for «å kjøre en høypris-profil på bandet». Torgeir og Kjendisenes skiver skulle koste «like mye som Stones' skiver» i butikken.

*Moss Dagblad* foretrakk betegnelsen «jallarockere», mens VG bemerket om Torgeir og Kjendisene: «Har image som 'harry' rockeband fra Moss». «Labert CD-salg hittil, men stort potensial på det folkelige CD-markedet». Det ble dog umulig å utgi «Biltur» som singel etter at Statoil hadde kuppet sangen. Men som sagt: forlik til slutt.

sannsynlig var det Christine Meyer, en flittig Arcade-sanger. (Meyer støtter denne antakelsen.) I Sverige skal sangeren selv ha bedt pent om å slippe å få navnet sitt klistret på det svenske *Barbie Hits*-produktet. «Barbies röst på 'Barbie hits' är en ung tjej som själv snart ska ge ut en skiva. Hon är vill helst inte förknippas med Barbie och har valt att vara anonym».

*Barbie Hits* ble nemlig utgitt i flere europeiske versjoner. I hvert fall kom det skiver i Sverige, Danmark, Belgia, Nederland og Spania.

Europeerne var som regel et steg foran. VGs Stein Østbø hevdet at Arcade-sjef Ole Vidar Lien, «er den første i verden som gir ut en Barbie-CD». Med tilgang på internett faller den påstanden i bakken. Blant annet kom det et album som også het *Barbie Hits* i Nederland noen år i forveien. Barbie som artist hadde vært et konsept i flere tiår før det, med mange forskjellige Barbie-album på blant annet engelsk, tysk, fransk og spansk. Under aerobic-bølgen på 1980-tallet var det trenings-sanger som Barbie presenterte for verden.

Marit Vollen jobbet i Arcade med alt innen promotering: reklame, produktutsending, presseinformasjon og artistbiografier. Utenom jobben skreiv hun tekster for *Barbie Hits* og tidvis også *Smurfehits*. Vollen mener at det var hovedselskapet Arcade i Nederland som tok avgjørelsen om *Barbie Hits*: «Det kom at nå skal dere lage Barbie-greier på alle språk». Indrehus finner også den forklaringa mest sannsynlig, ikke minst siden nederlandske Arcade allerede hadde skaffet lisens for Smurfene og ga ut *Smurfehits* på mange europeiske språk – det samme som skjedde med Barbie.

### **Barbie-tekstene**

Marit Vollen hadde lang teksterfaring. Siden 1970-tallet hadde hun skrevet sangtekster og omarbeidet engelske sanger for norske artister. På 80-tallet skreiv Vollen sanger som endte opp på 3. og 2. plass i Melodi Grand Prix (i henholdsvis 1988 og 1989). I tillegg hadde Vollen tekstbidrag på Rune Rudbergs mest kjente album, *Ut mot havet* (1987) og *Vinger over Europa* (1989), og fortsatte å skrive for Rudberg og Scandinavia utover 90-tallet.

Nå gikk det altså i tekster for barn. Utkastene måtte godkjennes av Mattel. «Hvis de sa at noe var upassende, var det ikke noe diskusjon. Vi må ikke sitte her i Norge og tro at vi veit hva som funker her i Norge. Det er de som kan det, og hadde gjort det i førti år», sier Vollen.

Derfor ble for eksempel sex-sangen «Vill ha dig» til «Dragefestival». Her digger Barbie å fly drage, noe som selvfølgelig gjør det naturlig å oppsøke en festival for likesinnede drageflygere. Hvorfor? Jo, originalen inneholder teksten «jag lättar, jag flyger, jag svävar fram», og det kan en drage også gjøre. Slike assosiasjoner ut ifra de originale tekstbitene kunne skape de

norske tekstene, selv om det noen ganger kunne være vanskelig å se at det var noen lenke.

Barbie-teksten måtte nemlig ikke ta utgangspunkt i noe som sto i originalen. Det var åpning for å lage et helt nytt tema. Barbie kunne for eksempel få et yrke som het noe som passet til rytmen, og som var «et flott yrke for Barbie å ha». Albumet måtte nemlig ikke ha for mange sanger om samme aktivitet, forteller Vollen.

Mest minneverdig av sangene var utvilsomt Paradisios «Bailando» som ble til «Ken kan spille banjo». Det litt søkte temaet «kan ha dukket opp i hodet mitt av at den het Bailando», forteller Vollen. Bailando betyr dansing på spansk, men ordet ligner jo mer på banjo. Så blir åpningsordene «Si señor» til «Kjære venn», og så er det bare å fylle inn derfra.

En tur på Tiktok eller i kommentarfeltet på Youtube, der *Barbie Hits* er postet (albumet var tidligere på Spotify også, men er tatt ned), viser noe av den nostalgien som finnes for albumet. Sangen som er nærmest å ha en viss kultstatus, er selvfølgelig «Ken kan spille banjo»:

Du gjør hele landet en samfunnstjeneste her nå! TAKK!

OMG, NOSTALGI PÅ DET HØGESTE NO [...] TUSEN HJERTELIG TAKK 🥰🥰



Tusen takk, trengte dette hjemme i foreldrepermisjon

Såååå bra musik älskar att jag lyssnade på detta när jag var liten och nu har jag hittat låten igen 🥰🥰🥰🥰🥰🥰 Ken kan spille banjo

KEN KAN SPILLE BANJO ❤️❤️❤️

Ken kan spille banjo 🤩🕶️👉👉🌈🌈

Någon som kan lägga upp denna på Spotify??? Ken kan spille banjo 🎸

«Spil nu Ken» åpner den danske Barbie-skiva – som ble laget i Norge med innleid dansk sanger. Albumet var mer eller mindre en omarbeiding av det norske. Svenskene la litt mer inn i det, og gikk blant annet for et litt mindre spesielt teksttema til «Bailando»-instrumentalen, i form av «Barbie fest». Desto større kreativitet ble vist med sangen «When I Think of You» som ble «Min luftballong» – mens den norske teksten til samme sang handlet om hestehold. Galas populære fotballsang «Freed From Desire» ble på norsk til «I dyreparken» og på svensk til «Foto safari». I Belgia var teksten derimot en hyllest til drømme-øya, «Barbie haar droomeiland». Belgierne fikk også

høre om luftballong, men deres «Barbie en Teresa in een luchtballon» var laget oppå «Ain't That Just the Way». Nederlenderne skulle på sin side ikke ha noen av disse sangene. Kanskje Arcade hadde en lur baktanke om at nederlandskspråklige skulle kjøpe begge utgivelser.

Kanskje sangen som utfordret Mattel sine moralgrenser mest var «Nos vamos a Ibiza», som kom på den spanske *Barbie Hits* i 1999. Den var modellert på sangen til nederlandske Vengaboys, «We're Going to Ibiza», som igjen var tatt etter en britisk pop-reggae sang «Barbados» fra 1975. Men *hva* skulle Barbie og Ken gjøre på Ibiza, om jeg tør spørre?

### Kritikernes kritiske kritikk

Det trenger ikke å holdes skjult: Musikk anmelderne likte ikke *Barbie Hits*. Verken konseptet eller utførelsen.

Ganske tidlig sto det riktignok en ganske nøytral anmeldelse i *Moss Dagblad*, hvor Pia M. Isaksen mente at *Barbie Hits* var «en fin julegave» til jenter mellom to og fjorten år. Utenom hennes vurdering – som nok var riktig – var det tydelig at selv ikke banjo kunne redde inntrykket.

«Plata er full av kalkuner, og den absolutt største er Barbies versjon av syden-hit'en 'Bailando'. Den heter nå 'Ken kan spille banjo'». Dette hjertesukket sto i *Østlendingen*. Ifølge kritikeren der var musikken tvilsom i seg selv, og hadde i tillegg blitt utstyrt med tekster som «virkelig tar kaka». «Sjøl om en skal huske på at plata er myntet på dem som kjøper Barbie, nemlig småjenter, holder ikke dette mål. Sjøl vesla bør stusse når hun hører dette». Anmelderen trodde at lyttinga til albumet kanskje ville gi henne sperrer mot å finne fram de gamle barbiedokkene igjen.

<b>Småjentenes mareritt</b> <b>Barbie: Barbie Hits</b> <b>Arcade</b>	<b>Barbie-fjas</b> Opp gjennom årene har jeg anmeldt et par tusen plater. Noen av platene har vært fryktelig dårlige, men jeg tror «Barbie Hits» må være noe av det aller verste. I
--	--

Det var tidlig klart at «Ken kan spille banjo» var anti-favoritten for de fleste kritikere. I stedet for å angi hva som den beste sangen på skiva, trakk anmelderen i *Romsdals Budstikke* fram «Bailando»-varianten som «den aller verste». Og det var da snakk om bunnen av bunnen: «Opp gjennom årene har jeg anmeldt et par tusen plater. Noen av platene har vært fryktelig dårlige, men jeg tror Barbie Hits må være noe av det aller verste.

For anmelderen i *Nordlys* var albumet «det største våset jeg har hørt siden den norske popgruppa Drama var i vinden på 80-tallet». Selv *Smurfehits* var en kulturperle i forhold til dette, fordi: «Med smurfene var det morsomt, dette blir pinlig». Som antydnet tidligere kan det ha ligget en mening bak sammenlikningene, nemlig at medlemmer av Drama var involvert i både *Barbie Hits* og *Smurfehits*.

Søsterprosjektet *Smurfehits* ble trukket fram av flere, og da gjerne i disfavør av *Barbie Hits*. «Dette er det verste makkverket jeg noen gang har vært borti. Smurfe-hits er ille, men det blir bare barnematen i forhold», skreiv en mann med langt hår i *Fædrelandsvennen*. «Det vil si at musikken er maltraktert på det grusomste og at hver låt har fått en motbydelig, norsk tekst full av nødrim og språklige hjelpeløsheter. Jeg vil oppfordre alle som har så mye som et lite snev av musikkinteresse til å sky denne plata som pesten – den er en hån mot alt seriøst musikkarbeid, og bør behandles deretter. Et platebål nærmere jul hadde vært fint».

«Dette burde vært forbudt», la Erling Brøndmo i *Sarpsborg Arbeiderblad* til. «Du verden som det går an å ødelegge låter». Tekstene var ikke heldige og «låtene er mekanisk framført». Per Asbjørn Risnes i *Bergens Tidende* var enig, i det han mente at «sangstemmen til Barbie er like syntetisk og fri for personlighet som den anorektiske dukken er». Han anså sangene som «manisk-optimistiske», men at tekstene bar preg av at forfatter «Marit Vollen er ikke noe poetisk forbilde akkurat».

I Sverige ble nabofolkets versjon av *Barbie Hits* kåret til den verste av 15 barneplater før jul. Det ble gjort av *Aftonbladet*. «Smurfhits kan jag ta, det är i alla fall lite roligt att lyssna på, men det här? Trista arrangemang på gamla hits framförda med ny text av en anonym, docksöt röst. För kommersiellt till och med för kidsen». Og dette var en anmelder som ikke krevde Dylan-nivå for å komme opp på middels karakter, for Dr. Bombay var helt oppe på en treer og Bananer i pyjamas en firer. Den eneste barneplata som matchet eneren som *Barbie Hits* fikk, var en nyttigivelse av søndagsskolemusikk fra 1972.



## Liveshowet

Effekten av anmeldelsene var selvfølgelig minimal i Norge. Albumet solgte ganske fort til gull, som den gangen ville si 25 000. Tallet bykset oppover med noen tusen i slengen; 27 000, 29 000 midt i desember. Støttet med TV-reklame – noe som den gangen var viktig for å selge samlealbum – ble satt inn over nyttår.<sup>2</sup> Da ble også en turné med live-opptreden interessant å få i gang, ikke minst siden 1999 var året for feiring av 40 år med Barbie.

Det ble ikke skrevet så mye om turneen, men det var antakeligvis mange barn som fikk med seg at Barbie kom og framførte sangene fra CD-en. Dansere var vekselvis Teresa, Skipper og Midge, altså Barbies venner. Det ble lovet «et forrykende show». Simen Sand gjorde koreografien, og Kåre Jonny Enderud hjalp også til med kostymene. «Jeg hadde på meg alt fra ballkjoler til fritidsklær til badedrakt til shortser, og tiaraer på hodet. Så jeg skifta til hver sang», forteller Christel Morch. «Danserne hadde selvfølgelig antrekk, og vi hadde spesiallagde sko som hun satt og limte på én og én paljett på. Det var skikkelige platåsko, og vi hadde ordentlige platåjoggesko».

«Jentene gjorde sitte (sic) beste for å se glade ut mens de gjennomførte sine dansetrinn og kostymeskift. I løpet av en kjapp halvtime var showet over», skreiv *Haugesunds Avis*.

*Barbie Hits 2* ble også lansert. Det skjedde på slutten av vinteren i 2000, men til mye mindre oppmerksomhet. Morch sluttet også som omreisende Barbie, og fikk nok av fargen rosa for en meget lang stund.

Per Kristian Indrehus produserte smurfesanger til og med 2002 da *Smurfehits 10* rundet av rekka. Både på *Smurfehits* og på en gjenoppliving av Creation-prosjektet brukte de rapperen Shortcut. Geir Olav Bøkestad fortsatte dessuten med Barbie – han jobbet med zambisk-irske Samantha Mumba som sang «Wish Upon a Star» i 2002-filmen *Barbie as Rapunzel*. Deretter var Bøkestad eksekutivprodusent for Bratz-albumet *Rock Angelz*.

---

<sup>2</sup> Så stor rolle spilte TV-reklame for musikketerspørsel at sanger som ble brukt i diverse reklamer, ble samlet på *Reklameklassikere* og utgitt av Polygram. Årsaken var rett og slett utallige personer som kontaktet bransjen og spurte hva den og den låta het. I tråd med dette fikk produktet god avsetning. Våren 1999 nærmet salgstallet seg gull, som NTB skreiv: «Utrolige 21.000 stykker har faktisk kjøpt samleplaten».

Produktet var i tråd med internasjonale trender. I 1998 kom for eksempel *Reklame Hits* ut i Danmark, *Reklamklassiker 2* i Sverige og *Bekend van TV!* i Nederland.

Her i Norge fulgte Universal opp med *Reklamefavoritter* i 2001, og som ikke det var nok, *Reklamefavoritter 2*.

## Hypen

**Norge hadde så vidt vendt EU ryggen da annerledeslandet begynte jobben med sjølforsyning innen eurodance-musikk. Hype var en av gruppene som bød fram sitt produkt. De tre første anmeldelsene i aviser ga terningkast 2. Deretter gikk det nedover. Hadde musikk-kritikerne rett, eller var det mer en slags vendetta mot frontfiguren?**

I begynnelsen var ordet, heter det, og Linda Johansens popkarriere begynte nettopp der hvor ordet er å finne. I trykte blader. Først amerikanske, så norske. Lesere i titusener skaffet seg trykksakene hvor redaktørene knadde sine setninger og formuleringer til perfektjon, vernet om den borgerlige offentlighetens ukrenkelige idealer, overgikk hverandre i sin kamp for sannhetssøken og integriteten til det skrevne ord. Noen av de nevnte ordene var i form av «sier mer enn tusen», altså bilder. På tidlig 90-tall fikk Linda Johansen ansvaret for å øke planetens beholdning av bilder som appellerer til visse sanser. Redaktørjobben i *Lek* ble hennes, seinere også *Cocktail*. At redaktøren i disse bladene jobbet bak, men også foran kamera, forsterket medieoppmerksomheten som Johansen hadde hatt siden hun gjorde sine amerikanske oppdrag. «Lek-Linda» ble et innarbeiddt kallenavn.

I mars 1994 ble det kjent at Norges største plateselskaper ble kontaktet om å utgi en singel med nettopp Lek-Linda. «Tilfeldigvis» ble nyheten lekket samme måned som *Cocktail* ble relansert. Men hva sa bransjen?

**Linda Johansen får platekontrakt?**  
**— Høy Beavies & Butthead-faktor!**

KÅT OG GLAD AV SAMME BLAD

**NYE** No. 3-94 MARS  
Kr. 44,-

**Lek**  
NOR. EROTISKE MAGASIN

Idet PULS går i trykken på selveste kvinnedagen 8. mars, viser det seg at norsk platebransje nærmest står i kø for å sikre seg en "artist" som gjerne trekkes fram både når det er snakk om kvinnekamp og moraldebatt — og da nødvendigvis ikke som den hejublede part i saken. PULS kan avsløre at det forhandles om å utgi plate med Nye Lek-redaktør og pornomodell Linda Johansen, og blant de som ønsker å tøy begrepet puppe-pop i aller videste forstand, ryktes det at tre av de store har meldt sin interesse; Polygram, EMI og Sony Music.

*Puls* 10/1994

Ole Evenrud hadde nylig begynt som norgessjef i Polygram, og var blant dem som vurderte å signere Linda Johansen. Bransjemannen var på leting etter gimmick-artister og novelty acts. På spørsmål fra musikkavisa *Puls* om hvorfor Johansen var interessant som en slik gimmick-figur, svarte Evenrud: «Høy Beavis & Butthead-faktor! Musikk for unge menn!».

I tilfelle noen har glemt Beavis og Butthead, var de tegnefilmkarakterer som lo en høhøhø-latter av idiotiske ting mens de vurderte musikkvideoer ut ifra de enkle parameterne «this sucks» og «this ruuuules». Linda Johansen var kjent som pornostjerne, selv om hun passet på å nevne at hun aldri hadde spilt i en pornofilm. Hun var altså en mediefigur som hadde sjansen til å rule hos unge menn. Det mente folk i plate-bransjen.

Johansens selvbiografi forteller hvordan hun fikk ideen om popartist fra folk i bransjen, men når det kom til å realisere prosjektet, ble det litt om og men. Hun fant en samarbeidspartner, som vi kommer tilbake til, men tok selv opp et banklån for å starte Hype Records. Gruppen skulle hete Hype, og de skulle gi ut musikk i samarbeid med plateselskapet Arcade.

I april 1995 var det klart for å la det norske folk lure på hva som traff dem: Singelen «Hands Up» ble utgitt, en coverversjon av ei discolåt opprinnelig framført av franske Ottawan. Musikalsk sett var sangen oppdatert fra disco til eurodance, en sjanger som fortsatt tok mye plass våren 1995, uten at så mange norske artister hadde prøvd seg ennå. Svensk dance hadde slått gjennom internasjonalt for flere år siden, mens i Norge hadde Stella Getz trukket seg litt tilbake etter å ha holdt på en stund. La Verdi hadde utgitt hitklassikeren «Vinger» uten å kapitalisere helt på det, mens Devotion og Trancylvania så vidt hadde begynt å røre på seg.

### **En nådig start**

Målet med Hype var å være kommersielle, og «Hands Up» ble på ingen måte en undergrunns-utgivelse. Musikkritikerne ilte til tastaturet, også i blader som ikke er kjent for sin musikkdekning.

*Dagbladet*, *Tidens Krav* og *Tromsø* var de første som meldte seg på, og som nevnt i ingressen, viste trioene nåde ved å trille toere. «Masete vers og dumt refreng», skreiv Erik Valebrokk i *Dagbladet*. På den ene side var musikken «helt ordinær, straight tekno», men Valebrokk likte ikke dance, så terningkastet ble lavt. Også bladet *Tromsøs* anmelder ekstraherte «nokså ordinære og intetsigende tekster og musikk» fra denne lytteropplevelsen.

Singelcoveret inneholdt det man skulle vente. Valebrokk syntes at coveret var det «som er morsomst» med «Hands Up». At et menneske har to hender, var ikke det anmelderen i *Helgeland Arbeiderblad* tenkte på da han skreiv at han ga «Hands Up» karakteren 2: «En for hver...»



Om avis-anmelderne likte dance, virket det nesten som flere valgte å fortrenge det – for å trekke i karakter for en tacky innpakning. *Haugesunds Avis* skreiv i hvert fall om «heftige dance-rytmer, kvasse gitarriff og samples i fleng», noe som jo høres positivt ut. Men så begynte han å skrive at vokalen var «akkurat så lidenskapelig stemt som pornomodeller pleier å være det». For hovedsaken var at «Det er ikke musikken som primært skal selge Hype». Anmelderen syntes det ble for dumt at singelcoveret besto av Linda Johansen som holdt på å få kåpen dratt til side av to menn som flankerte henne. Da fikk musikken være så heftig og kvass den bare ville.

### En musikalsk ener?

Etter de tre toerne innledningsvis, ble det bare enere i terningkast. I avisa *Nordlys* innrømte riktignok anmelder Stig Nilssen at «'Hands Up' er grei å danse til, en eller to ganger». Men når dansen stilnet, klarnet tankene, og det gikk opp for Nilssen at kvaliteten nærmest objektivt sett var for lav. Så «noe mer enn silikon-pop» kunne man ikke kalle Hype-produktet.

En hel del anmeldere trakk inn hjemmesnekrede vurderinger av frontfigurens utseende. Premisset var som regel at utseendet var pent, men at dette dessverre ikke kunne gi uttelling i en musikalsk vurdering. Om kropp ble vurdert og kommentert i ironisk øyemed, oppriktig, eller litt av begge deler, er ikke alltid godt å vite. Det eneste som er sikkert, er at det var mange slike kommentarer.

«Linda Johansen – bedre å se på enn å høre på», sto det for eksempel i bladet til lastebileiernes forbund (som selvsagt skulle ha en mening om Hype sin musikk).

Singelen «er noe av det aller verste vi noen gang har hørt», skreiv bladet.



*Finnmark Dagblad* ga Johansen ros for «fine pupper», uten at det reddet musikken. «Puppene til tross får hun ikke min terning til å vise mer enn bunnkarakter», het det i *Avisa Trondheim*. Verdensmusikk-eksperten Arne Berg likte heller ikke det visuelle uttrykket. «Ikke viser hun puppene på coveret og gutta ligner på Millie Vanillie. Låta er en fæl dance-versjon av en forferdelig discolåt fra min ungdom», skreiv Berg i *Puls*.

Det var med andre ord nok å avfeie musikken med én setning, ja strengt tatt ett ord – fæl. Også andre som tross alt fant det verdt å nevne musikken oppe i det hele, gjorde det ganske overflatisk. «Kraftwerk (!) gjorde det Hype prøver på rent musikalsk for 10–15 år siden», het det i *Sarpsborg Arbeiderblad*. Kritiker Erling Brøndmo fortsatte: «Lite spennende musikk med tåpelig tekst. [...] Jeg skjønner rett og slett ikke vitsen med dette». *Drammens Tidende* kritiserte gjenbruken av «Ottawan's grensesprengende teite discoschlåger» som hadde resultert i «dette herostratiske makkverket! Blir dette en landeplage, så blir det virkelig en landeplage!»

Noen få mente at den gamle discolåta hadde sine sterke punkter, men at Hype sin versjon måtte få terningkast 1, siden «Linda & co er blottet for evnen til å skjønne melodiens sjell!». Samtidig bød discoæraen også på det prosjektet som det var mest nærliggende for anmelderen i *Fremtiden* å sammenligne Hype med, nemlig Baccara.

Vårt *Land*-redaksjonen var til daglig ikke heiagjeng for dem som syslet med mykpornografi, men anmelderen tok visstnok ikke moralske hensyn. Det var «det musikalske søppelet» han reagerte på. Det var til stede hos Hype akkurat som det hadde vært hos 1980-tallets forgjengere «som Samantha, Sabrina og Sinitta». Ja, den kristne avisa insisterte på at det var selve sangen «Hands Up» som var dårlig, «en ganske så elendig utgave av Ottawans gamle dustediscolåt».

## Se, hun synger!

*Norges egen porno-dronning har gjort det! Linda Johansen har kneppet sammen det sparsommelige skjørtet, draitt det minimale forhenget foran puppene, og hentet fram mikrofonen. Og det har selvfølgelig ikke noe med sex å gjøre!*

av **Johnny Andreassen**

HYPE «Hands-up»

Hun har prydet mangt et «gutterom» og innersiden av garderobe-skap. Linda Johansen, Norges porno-dronning, er imidlertid sulten på mer. Hun har funnet seg to svenske gutter, hvorav den ene som lyder navnet Christian Svensson faktisk hadde den største hiten i Sverige i fjor



forskjellige mikser, og du føler det som du kommer rett inn i demonstrasjons-rommet til en musikkinstrument-forhandler. Låta, en gammel hit fra diskotekene våren 1980 med den svarte mann/kvinne-duoen Ottaway, blir heller ikke levert med særlig god følelse. Linda & co er blottet for evnen til å skjønne melodiens sjell. To svensker nedsyler i tatoveringer og en norsk diva fra porno-bransjen høves ut som den dårligste ideen siden Baccara gikk i

### Tøv uten sidestykke

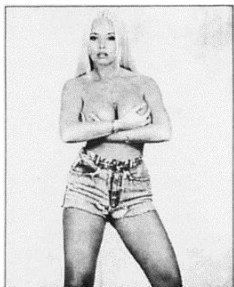
■ ■ Årene 1985 til 1988 var kronår for det som ble kalt «puppe-popen»: Middelmådige kvinnelige artister med navn som **Samantha**,

**Sabrina** og **Sinitta** og som lot bar eller halvbar overkropp selge det musikalske søppelet sitt.



Og se – midtveis i 90-årene – går den norske porno-blad-redaktøren **Linda Johansen** og de to andre i studio og Hype i gruppen og spiller deretter på samme slags salgstriks som Samantha & co. At låten hun og Hype presenterer er en ganske så elendig utgave av Ottawans gamle dustediscolåt «Hands Up» plasserer henne umiddelbart i kategorien tøv.

Den mest originale kommentaren falt imidlertid fra Ivar Orvedal i *Klassekampen*: «Hype brukar sin utkropenskap til å syge seg sjølv i ræva». Her er det flere ting jeg lurer på. Hva «utkropenskap» betyr, er en av dem.



Hype m/Linda Johansen - Hands Up (Arcade) (\*)

## Latterlig!

Må bare le av Linda Johansens forsøk på å bli popstjerne. Forsøket er like latterlig som når Sabrina, Samantha og alle de andre prøvde på det samme. Det at du har fine pupper gjør deg ikke automatisk til popstjerne. Vanvittig dårlig denne singelen. Hun kunne gjort noe annet enn å vise puppene sine på cover av platen, for å solgt noen eksemplarer. Men stygg er hun ihvertfall ikke....

*Finnmark Dagblad* 2.6.1995

### Helt ok dance?

Utrolig nok, kan man si, var det også noen aviser som rangerte «Hands Up» midt på treet. *Bergensavisen* ga karakteren 4 med kortfattet begrunnelse. I avisa *Samhold/Velgeren* på Gjøvik skreiv Gustav Nilsen om singelen som inneholdt «fire lugubre remixer av låta», hvor radioversjonen «strekker seg til et ok – for passelig bra arrangement». Musikken var verken spesielt bra eller spesielt dårlig til sjangeren å være. Samtidig gjorde markedsføringspakka at produktet endte opp som relativt verdiløst, ifølge Nilsen. At pressen falt for fristelsen å skrive om dette, skreiv han en liten avhandling om, som sluttet slik:

«En erfaring fra midten av 80-tallet forteller meg at cover med overdrevet selveksponerende kvinner sjelden bærer bud om de mest sensasjonelle musikalske og kunstneriske prestasjoner. Og den regelen avkrefter heller ikke Linda. Hvis noe er fascinerende med dette er det neppe noe annet enn hvor rånete og lite intelligente enkelte markedsføringstriks er – og ikke minst at undertegnede i det hele tatt gir det oppmerksomhet. For det var vel kanskje det verste».

### Mennene som tross alt også var med

Mennene i Hype fikk mindre oppmerksomhet, men noe ble skrevet om dem også. At Arne Berg mente mennene lignet på Milli Vanilli er allerede nevnt.

Det skulle forstås som et kraftig drawback. Heller ikke *Fremtiden* hadde tro på «To svensker nedsyltet i tatoveringer». Det er sant at mennene hadde en litt spesiell framtoning på singel-coveret, langt hår og vest. Jeg har tidligere skrevet at de så ut som sidekicks for skurker i *Miami Vice* eller *Pacific Blue*, som fikk nok av det livet og heller tok en roligere jobb med å stå ved siden av en kvinnelig modell (dette står i boka *Forsøk på utkast til skisse av 90-tallet*). Og ser ingen grunn til å endre på den beskrivelsen. Men hvem var disse mennene?

Produsent Christian Svensson jobbet egentlig med et annet norsk prosjekt, Diva. (Som *Helgeland Arbeiderblad* formulerte det: «I tillegg har han vært produsent for Diva, uten at det automatisk borger for kvalitet».) Svensson hadde lyst til å starte et prosjekt til, og falt ned på Linda Johansen som samarbeidspartner. Svensson kalte seg for Le Cream for anledningen. For å lage «Hands Up» fikk han med en annen svenske som også het Svensson, og trioen Hype var et faktum.

Christian Svensson utbroderte hva han gjerne gikk for i sine prosjekter: «Jeg så noen bilder og tok en telefon». Ved lansering utdypet Svensson rollen til frontfiguren: «Innenfor denne type musikk trenger man ikke kunne synge, teknikken ordner det, men man bør se bra ut».

Hvor godt Linda Johansen kunne synge var egentlig et ubesvart spørsmål. Live-jobbene ble gjort med playback, fordi Hype ikke hadde som jobb å spille konserter, men å framføre show, som svensken forklarte.

Et lite lag samlet seg rundt albumet *Provocative*. Utgivelsen var høsten 1995, og mottakelsen kommer vi tilbake til. Det første man legger merke til er andre menn på albumcoveret enn på singelen. Hype brukte litt forskjellige svenske rappere som Christian Svensson hentet inn. Den ene var Jovan Radomir, mest kjent som programleder på TV. De to andre ga seinere ut musikk under navnet Navigators. «Navigatøren» Andrés Avellán er på *Provocative*-coveret, det andre Navigators-medlemmet David Jassy bidro med låtskriving og på ulike spillejobber. Av de kvinnelige danserne ble Silya Nymoen seinere en kjent artist på egenhånd.

Trude Barstad er kreditert som backingvokalist på «Hands Up». Alt helt andre personer sang i studio enn de som var frontfigurer, var det vanlige i eurodansen. Selv om Linda Johansen skal ha tatt sangtimer, pleier ikke plateselskapene å gi uøvd vokalist tid til mange ekstra takes i studio. Som Svensson var inne på, fantes det teknologi for å tune stemmer, men langt fra alle mulighetene som man har i dag.

Trude Barstad svarer historikeren slik: «Ja, det var mest meg og Christine Meyer som sang. Hører min stemme veldig godt på 'All of Your Dreams'». Meyer deltok blant annet på ulike Arcade-prosjekter, og var også dubber.

Linda Johansen forklarer at hun var tiltrukket av å være popartist. Hun var med på å utforme konseptet, skreiv tekster og satte det hele i gang med turen i banken. «Det er litt den gründerånden som jeg er. Og så hadde vi vokalist, og vi hadde musikere med oss til å gjøre det. For meg handlet det vel så mye om å få gjøre artist-delen i det», sier hun.

### **Det kommersielle samspillet med *Lek***

Gjennom våren 1995 fikk Johansen mange intervju spørsmål om hva dette her var for slags prosjekt, og svarte egentlig ganske godt for seg. Hun intenderte ikke å bli noen ny Sissel Kyrkjebø, men kom heller ikke til å dra det så langt at liveshow med Hype inneholdt noen slags avkledning. De minimale klærne hun stilte opp i, var det som publikum fikk nøye seg med. (I tillegg hadde hun litt til overs for trofaste og nye lesere av *Lek*. En alternativ versjon av singelcoveret der Johansen var helt naken bak de to mennene, sto på trykk i bladet «til ære for Leks lesere».)

Litt kulturkritikk hadde hun også plass til. «Nordmenn er veldig kritiske og henger igjen i dette at alt skal være som på Club 7 i gamle dager», sa hun. Prosjektet hennes ville ikke føye seg inn i visetradisjonen fra 70-tallet, utbroderte hun til VG: «Jeg har ikke prøvd å finne meg sjæl, her er ingen dypere mening. Musikken er sikkert heller ikke noe for dem på Neil Young-stadiet». Det hun fikk fram var at det var litt unorsk å akseptere et så kommersielt uttrykk som eurodancen hadde. Vel hadde sjangeren hatt sine hits i Norge siden 1992–93, med artister som Haddaway, Culture Beat, Snap og 2 Unlimited, til dels med et preg av one-hit-wonders. Men det var ikke på grunn av gode anmeldelser i pressen, og det at norske artister endelig meldte seg på i sjangeren, tente heller ingen nasjonalistisk glød.

Selv kunne Johansen gjerne låne øre til gamlis-musikk som Dr. Hook og Arve Tellefsen, men for tida hadde hun på Scooter i bilen. Utover det ble ikke publikum noe særlig mer kjent med Linda Johansen som person. Hun spilte en rolle som kunne gi henne noen musikalske opplevelser og en del penger i salg og honorarer. Tanken har også slått flere at musikkkarrieren kunne øke publisiteten rundt bladene hun var redaktør for.

I selvbioografien skriver Johansen: «Bladet *Lek* tjente nok på det også, pressedeckningen var enorm og kjendisstatusen min fikk ny næring». I dag vektlegger hun at *Lek* ikke understøttet Hype-prosjektet, og at bladets utgiver ikke var med på – bokstavelig talt – notene: «Min sjef den gangen syntes at jeg skulle holde meg til det jeg drev med, så det var ikke utelukkende positivt. Mens for meg syntes jeg det var veldig gøy, og det var det jeg ville gjøre. Så de to hadde ingenting med hverandre å gjøre».

Mediene kom mye inn på Johansens «bakgrunn» som nakenmodell, men det var ikke bare en bakgrunn, det var noe hun holdt på med samtidig. Da «Hands Up» ble gitt ut, forklarte hun at det ikke kunne være mismatch mellom musikkarrieren og modell-profilen. Hun hevdet at hun «ville fått kritikk dersom jeg denne gangen skulle hatt klær på», så det måtte være Lek-Linda som frontet gruppa. Selvfølgelig påsto Johansen også at det var *mediene* «som fokuserer på dette med nakenhet».

Bladet gjorde sitt forsøk på å utnytte oppmerksomheten, og da med spenstige intertekstuelle referanser. «Hands up!», het det i annonsen som *Lek* rykket inn i *Dagbladet*. «Spennende nakenbilder», lokket den markskrikeriske appellen; «I månedens LEK-utgave kan du se de nye, deilige nakenbildene av Linda Johansen. Mer enn noe annet er disse formuleringene rørende. Det er rørende at innsalget liksom skulle være så koselig, og skape forventninger som ligner de barn har når de åpner julepakkene.

Som sagt hadde musikkannmeldere vært klare på at de fant lite ved dette som var spesielt spennende. Men de brukte unektelig andre ord på det enn den nye gruppa av protestanter som lot høre fra seg i juni 1995.

### Video med omstridt munk

At Hype ga ut singel var en sak for seg. Likeså at singelcover og nisjeblader inneholdt diverse bilder. Men når NRK ble dratt inn i det hele, ja da var det på tide at «someone, please think of the children».

Spennende nakenbilder

# SE FORDELENE TIL LINDA

Hands up!  
I månedens LEK-utgave kan du se de nye, deilige nakenbildene av Linda Johansen. Og du kan selv bedømme hennes (skatte)fordeler. Møt dessuten Ellen (31) som har laget et helt spesielt fotoalbum til sin kjære. Se også de lekre bildene av Linda (18) fra Finnmark +++

Nr. 6-95 (JUNI)  
Kri. 47,50

STOR SOMMER-KONKURRANSE  
MAL KROPP  
VINN PENGER

**Lek**

KAT OG GLAD:  
1001 NATT I  
NORD-NORGE

DAVET I  
PARLEN  
NORSK KVINNE  
SE MITT FREKKE  
SEX-ALBUM

VILL OG NAKEN PÅ MOTORSYKKEL

NYE OG DEILIGE  
BILDER AV LINDA

KONTAKT-SPECIAL  
EROTISK  
SOMMER  
TIL DEG

NYTT  
SPENNENDE  
NUMMER I  
KIOSKEN NA

FÅ LEK I DIN POSTKASSE!  
NYDEL! Vi har forandret distribusjonen, noe som gjør at det kommer til abonnentene før det er i salg!

NRK hadde tradisjonelt vist kuraterte musikkvideoprogrammer. De relativt få videoene som ble vist, ble valgt ut av redaksjoner med skiftende prioriteringer. Noen ville styre unna «forutsigelige» videoer, andre ville andre ting. Poenget var at NRK var portvoktere for musikkvideoer, med en smak som antakelig var mer eller mindre på linje med de fleste musikk anmeldere i norske aviser. Det endret seg da *Topp 20* kom på lufta våren 1995. Mandatet til programmets lille redaksjon var å presentere det som faktisk var den aktuelle musikken, målt ut ifra kommersiell suksess. «Hands Up» solgte altså godt nok til å komme inn på *Topp 20*. Folk hadde ikke tenkt på lage en musikkvideo, så nå måtte de kaste seg rundt. Heldigvis fikk Hype tak i Espen Sandberg og Joachim Rønning for en billig penge, kroner som ble bittesmå byggesteiner på veien til å regissere *Max Manus*.

Så var det slik at *Topp 20* varte i en halvtime, og kunne ikke spille av videoene til alle de tjue sangene på lista. Et aktivt utvalg måtte gjøres der også. I likhet med at alle avisene omtalte singelen selv om anmelderne ikke likte den, måtte *Topp 20* vise videoen på grunn av nyhetens interesse.

Som det sto i klagen som ble sendt inn på videoen, falt sendeskjemaet slik at «Hands Up»-videoen ble vist «på nasjonaldagen» av alle ting. Da tok lærer Karstein Fjellheim i Sandnessjøen affære. Videoen var et lovbrudd, riktignok ikke på en norsk lov, men på FNs barnekonvensjon, artikkel 17. Grunnen til at Fjellheim og andre tente på den sinte måten, handlet om mer enn porno-referansene fra Johansens side. En mann i en slags munkekappe var minst like problematisk. Hype beveget seg da fra det mykpornografiske til det okkulte. Videoen «hyllet det dyriske» for et ungt publikum:

«Vi fikk se en musikkvideo med såkalt house-musikk. Videoen var bygget opp rundt en satantilbeder i munkekappe. Flere ganger ble et okkult symbol kjørt opp som en lysende sol. Vi fikk videre se en pornostjerne i ulike positurer og dette var helt klart mykporno. Folk i videoen virket omtåket. Hele videoen var en hyllest til det dyriske, pornografiske og okkulte».

Fjellheim sendte også et leserbrev hvor han spilte på gamle toner om at det flyter en skitten strøm utover samfunnet: «Barn overleses av tegneserier, dataspill, usensurerte databaser, videoer, herunder også musikkvideoer, musikkmagasiner, reklame og TV programmer som mange ganger i stor grad fokuserer på kombinasjonen vold, spekulativ sex og det okkulte». (At det var mye annet å klage over, understrekes av et annet leserbrev samme dag. Det handlet om hvor ille det var med *Reisesjekken* med Helge Hammelow-Berg på TV Norge – eller «den nysgjerrige utgaven av Barte-Sam» som Hammelow-Berg ble kalt for anledningen.) Rett skal være rett; forskjellen var at *Topp 20* gikk rett før barne-TV på statskanalen.

# Anmelder NRK for spekulativ sex



– NRK har blitt en formidler vold, spekulativ sex og okkultisme midt i beste sendetid for barn. Dette går ikke lenger. Derfor går jeg til anmeldelse. sier lærer Karstein Fjellheim ved Bjarnefjønna skole i Sandnessjøen og får støtte fra kolleger. (Foto: Leonid Rødsten)

*Helgeland Arbeiderblad 7.6.1995*

*Helgeland Arbeiderblad* kostet også på seg en lederartikkel med en original konklusjon. «De færreste lar seg i dag provosere av Lindas pupper og lår. Men inntrykket blir et ganske annet når man sammenstiller en satantilbeder i munkekappe og ei pornostjerne i ulike positurer». Hvorfor kunne ikke NRK lagd sin egen video og vist den i stedet? Lederartikkelen foreslo i hvert fall å spille sangen «uten videoen, eller ledsaget av andre bilder». Iblant viste jo NRK montasjer av naturbilder; iskrystaller, rev og orrfugl. Kanskje disse skulle vært vist i stedet.

Protestantene konfronterte også *Topp 20*-programleder Anne-Karine Dybdahl. I 17. mai-sendingen hadde hun snakket «om drikking, sex og fyll, som om det skulle være en naturlig del av tenåringeres hverdag og identitet». Det var det ikke, mente høygaffeljengen. Slike budskap var «gift



i konsentrert form». Enda verre var sticket med AK før Hype-videoen, da hun sa flåsete: «sett dere godt til rette, gutter, for nå får dere se jura til Linda». Seinere harselerte hun med politi-anmeldelsen, ved å si inn i kamera at programmet var blitt anmeldt, før hun ble ført vekk av to menn i kostyme, tydeligvis en slags kapteinslue. Kristelig Kringkastingslag reagerte på at «en tenåringsjente i fjernsynsprogrammet Topp 20» dreiv med slik satire. «Det går ikke an å drive gjøn med at folk anmelder et program», het det.

Ingenting skjedde rettslig. Men det skjønne du kanskje ut ifra innholdet i anmeldelsen.



Fra Topp 20 7.6.1995

### **Ute på veien**

Da blesten endelig hadde lagt seg litt rundt «Hands Up», sto det i *Leks* juni-utgave: «Musikkanmelderne har stort sett vært positive til Lindas debut som syngedame». Vel, kanskje hadde ikke musikken slått så *veldig* godt an blant «disse halvgamle menn», innrømmet *Lek*-medarbeideren, men «Vi som jobber sammen med Linda gir henne en sexer».

Om ikke «Hands Up» nådde helt opp på toppen av hitlista, er det ingen tvil om at sangen ble en norsk sommerhit. Oppmerksomhet var ikke mangelvare, så plateselskapet ga grønt lys til et helt album. Da startet en

prosess i og rundt Hype med å skrive sanger, som man jo trenger opptil flere av for å gi ut album. Midt oppe i dette ble Hype dratt ut på turné. Hype kom seg ut på veien i mai og juni 1995, og da med 5–6 sanger å vise fram. De klarte å strekke showet til litt under en halvtime.

Glamorøs er kanskje ikke et ord som burde brukes om turneen. Reisene gikk mest til mellomstore byer som Notodden, Kristiansund, Åndalsnes, Levanger, Namsos, Moss, Askim, Farsund og Stord.

16. mai var det tid for å headline Grenlands største party noensinne. På plakaten sto også M-Path-Y og undergrunnens stolthet Tommy Tee. Arrangørene lette etter rave-følelsen. «Et multimediashow skal pryde hallveggene med mer eller mindre psykedeliske farger og mønstre», lovt *Telemark Arbeiderblad*.

Nadderud stadion fikk også besøk, på den tida Stabæk kjørte musikk før kampene og i pausen. Stabæk holdt seg ikke med noe definert kvalitetsbegrep, og satset mest mulig «aktuelt». Invitert ble en miks av artister som Hype, Solfaktor X (et forsøk på å lage et norsk Rednex) og Jan Werner. De fleste av disse konsertene fikk lite oppmerksomhet, bortsett fra Jan Werner. For da hadde platesjefen kjøpt opp album for å dele ut på Nadderud, noe som ble tolket som en manipulasjon av VG-lista.

Trøndelag fristet ikke til nytt besøk etter at Hype hadde gjort et par gigger der. I Namsos ble Johansen befølt. Lokalavisen kalte det «Et mislykket sjekketriks, spør du oss» – det var noen år før Me Too, dette. Som om ikke sextrakassering var nok, ble Johansens jakke stjålet samme kveld. En ung mann gikk rundt med den i Namsos sentrum.

I Levanger klarte Johansen å unngå selve overgrepet, men det var «too close for comfort». Scenen ble forsøkt stormet av menn som hadde sett seg ut sitt mål: «Levangsbyggen gikk berserk, gelenderet på dansegulvet ble revet ned sammen med diverse annet inventar, og overivrige tilskuere presset seg frem i håp om å få ta på pupper og lår», skreiv *Levanger-Avisa*. *Aftenposten* rapporterte at «De syv vaktene på scenen hadde ingen muligheter for å stoppe hærskaeren av menn som brøt ned sperringene og trengte seg på». Egentlig skulle fansen få ta selfier med Johansen etter showet. Programposten ble klokkelig avlyst.

Hun kunne sjelden slappe helt av. Plutselig dukket det wannabe-overgripere opp av ingenting. Mens *Farsunds Avis* for eksempel holdt en samtale med sangeren, så journalisten plutselig en ung mann komme inn i sidesynet, målbevisst i blikket for å «få tatt på Linda». Et annet problem var creeps som satset på slibrige telefonsamtaler med *andre* damer ved navn Linda Johansen, altså de som hadde åpent nummer. En anmodning om å slutte, trykket på lederplass i *Lek*, nådde kanskje ut til noen av dem.

En ukjent mengde mennesker trodde de hadde carte blanche til det meste av tilnærminger når noen hadde «vist seg fram». Den nevnte *Farsunds Avis* trakk derfor fram at det var for lite å se på Hype-showet: «Til og med de som tropet opp på Det Murede Pakkhus i går kveld for å se Lek-Linda og hennes to silikonfylte, ble skuffet. De som ventet seg en opplevelse for øret, fikk hørselen nesten ødelagt av altfor høytspillende techno-musikk på boks. Å kalle denslags musikk for skikkelig 'makkverk' er ikke å ta for hardt i».

Linda Johansen trekker ikke fram slike episoder i dag, men understreker «at hele den turneen var kjempegøy». Det var desto verre å motta innhold til kontaktsidene i *Lek* og *Cocktail*, står det i selvbiografien. Men det beste var selvfølgelig stadionkonserter i Finland, Tyskland og Nederland.

**Silikon & søppel** 

Linda Johansen har store fordeler, men det hjelper dårlig på musikaliteten. Hun kan betegne plata si med fagre ord som «dance», «hype» eller «techno» – men maken til trash skal du lete lenge etter.

**HYPE:**  
«Provocative»  
(Arcade)

Som våre oppgående lesere forstår, har jeg hatt den tvilsomme glede å lytte på Linda Johansens album «Provocative». En plate der det er lagt mer flid i bildene på coveret enn i musikken.

Lek-redaktøren utgjør sammen med Le Cream (Christian Svansson) og Andrés Avellan trion «Hype» som på denne CD'en presterer noe av det dårligste jeg har hørt på lange tider.

Provokativt er det bare på den måten at det er irriterende dårlig.

**Gammeldance**

Ikke bare at dette er fantasiløst og gudsammelig kjedelig, det er i tillegg ganske gammeldags å gjøre dance-låter som dette. Hadde noen sagt at denne plata var laget for ti år siden, ville jeg ikke tvilt på det. Det er nærliggende å introdusere en ny kategori: Gammeldance.

Traurige greier er det i allfall. Med et iskaldt synth-lydbilde og en rytmeboks som sår og dunker i bunnen, forredrar trion den ene monotone låta

etter den andre. En del av låtmaterialet er selvsagt. Tragisk dårlige tekster som nesten ikke sier noen ting. I den grad de sier noe, er det av typen: «Tell me what is right for you» og et retfreg i gata «Dong bing bong a dong a ding-ding». Trettende.

Som annen musikk i denne kategorien er også melodilinjene svært begrenset. Det er mest repetisjon på repetisjon på repetisjon. En hvilken som helst fingerenem datatrick kan produsere slikt på PC'en på gutterommet.

**Styr unna!**

Coverstoff er det også å høre. Blant annet discolåta «Hands Up», som i sin tid var en harmlos landeplage, er forsøkt gjenopplivet i ny og maltraktert form.

Styr unna denne plata. Det får ikke hjelpe at du får gratis fanclubb-medlemskap på kjøpet om du bestiller en Linda-T-shirt på kuponen som følger med CD'en.

Are Kvistad

Tror du denne dama synger bra, eller? Ikke la deg lure.

Trønder-Avisa 19.10.1995

## Provoserende?

Hype rakk å slippe et par singler til, «You Don't Know What I Want» og «Ding a Bong», før albumet *Provocative* ble sluppet løs på en allmennhet som skulle å provoseres. Musikk anmelderne hevdet som regel at det ikke var særlig provoserende innhold, men ikke desto mindre reagerte de som om de var provoserte. Indignerte, ja rett og slett fornærmet på vegne av kultur- og musikkliv. Den mest gitte karakteren ble nok en gang 1.

*Dagbladet* repeterte riktignok toeren de hadde gitt til singelen. Begrunnelsen til Anders Grønneberg var at «Provocative er alt annet enn provoserende, det er en ultrakommersiell danceutgivelse som oser av alt sjangeren kan oppvise av kalkulert innhold». Utenom det sto ikke albumet noe «tilbake for hva tilsvarende utenlandske artister kan skilte med».

Helle Høiness i *Spirit* syntes derimot at Hype sto tilbake for kontinentets artister, så hun trakk ned karakteren til 1: «Har du likevel tenkt å skaffe deg et album innen euro-plastikk-muskelflekse-trash-dance-sjangeren, så finnes det et uendelige mengder fra Tyskland og Italia som fremstår som høy-kultur i forhold til denne søppelen».

Men det var noen flere terningkast 2. «Det mest provoserende ved denne utgivelsen, vil kanskje være at denne anmelder gir mer enn én prikk på terningen», het det i *Østlands-Posten*. Når det ble en toer, var det fordi «flere av låtene egner seg godt» og «passer utmerket på et dansegulv». (Så kanskje burde det blitt en treer, til og med?) Det ble forsøkt briljert med musikkunnskaper da anmelderen skulle beskrive lyden litt utdypende: «I 'All of Your Dreams' høres vokalisten ut som en kloning av Flava To Da Bone, LL Cool James og Timmy T».

Også Rune Pedersen i *Helgeland Arbeiderblad* trakk fram som «et pluss [at] det går godt an å danse vilt og heftig til» *Provocative*. Et album som heller ikke han syntes var provoserende. Her ble karakter gitt i CD-er i steder for terning-øyne: «Du får to CD'er, Linda, – en for hver».

### **Karakter til kropp**

Disse «to hver» gikk ofte igjen, både i omtalen av singelen og albumet. Anmelderne ga seg nok en gang ut på å vurdere kroppen i seg selv, og ikke bare dens innlemming i det kunstneriske (?) helhetsproduktet.

Morten Ståle Nilsen i *Beat* skreiv heller om andre ting enn musikken, som han ikke «gidder» å si noe om. Han falt ned på, sikkert med en slags ironi som kom av uvilje til å ta produktet seriøst, at CD-coveret var for smått til å gi utbytte. Bilde størrelsen i coveret gjenga ikke «størrelsen på redaktør Linda Johansens pupper – som er upåklagelig» i et stort nok format.

Kjell Nordeng i *Bodø* leverte en merkelig variant: «På coveret poserer Linda med dårlig tildekkede pupper. Hadde de vært like slappe som musikken hadde du stått med ryggen til, Linda». Et annet språklig krydder var drysset utover sidene til *Vestnytt*: «de menn som med hånden på hjertet kan si at de ikke lar blikket dvele et sekund eller to ekstra ved denne platen, de har min dypeste medfølelse». Men musikken var «til de grader dårlig».

Premisset var som sist at bildene inni coveret inneholdt «mye tilsynelatende ytre skjønnhet», «Johansen i all sin sminkede og silikon-

billedlige skjønnhet». Ut ifra støtteerklæringene til utseendet, viser det at Johansen traff ganske godt med et skjønnhetsideal som var rådende i 1995, selv om *Nordlandsposten* skreiv at «Du får tre Linda Johansen-blader for prisen på denne CD'en. Styr unna begge deler».

*Nordlandsposten* var blant de som knyttet flest negative epiteter til musikken: «en usedvanlig tynn suppe kokt på det nederste og mest flåsete sjiktet innenfor dance/disco», «en dårlig 95-utgave av Boney M», «en uendelig rekke uspenninge låter i en gjennomsiktig og banal discobag», «innholdsløst vis-vas». *Adresseavisen* ga ikke terningkast, men kritiserte tekstene, produksjonen og at «Johansen er belemret med to idiotharry svensker som er opphengt på utdatert eurodance». Anmelderen Bernt Erik Pedersen likte heller ikke vokalen, og noen ville mene han var befriende uparlamentarisk i uttrykket: «Som Wayne & Garth kanskje ville sagt: 'She really sucks'». En *Wayne's World*-referanse, men kanskje unødig krass?

Andre enere inkluderte *Vårt Land*, *Trønder-Avisa*, *Natt og Dag*, *Porsgrunns Dagblad*, *Troms Folkeblad*, *Østlendingen*. Det har ingen hensikt å gjengi hva alle sammen skreiv, ikke minst fordi anmelderne på det mest sparsomme nøyde seg med bare to setninger.

I dag har Linda Johansen en omtrent like kortfattet oppsummering av Hype: «Jeg synes det var fantastisk moro, og jeg synes fortsatt at eurodance er veldig, veldig bra musikk; det var sjukt bra driv i det, og vi fikk ufortjent mye kritikk».

### **Helt opp på firer?**

Fantes det noen som ga *Provocative* en bedre karakter enn 1 og 2? Ikke mange. Men *Bergensavisen* som hadde gitt firer til singelen, falt ned på en treer for albumet. «Det er ingenting i veien med produksjonen som er ganske proff og unorsk». Det samme sto det i *Romsdals Budstikke*. «All politisk korrekthet tilsier at Linda Johansen skal slaktes så det svir. Men bandet Hype og plata *Provocative* er faktisk ikke så ille!» Som dance holdt «dette jevnt OK standard», syntes skribenten. *Stavanger Aftenblad* ga ikke terningkast, men var av samme mening. «Musikken er helt streit dancepop, hverken spesielt god eller spesielt dårlig», og Johansen «synger brukbart». (Et kompliment å ta med seg for de innleide studio-sangerne.)

*Drammens Tidende* hadde mye å trekke for – blant annet mente anmelderen at Johansen sang bra på noen av sporene, men ikke alle – og ikke minst var det dumt med «den flate, fantasiløse, fordummende spekulative, maskinmessige masturberingen på hvert taktslag». Men det fantes også «kvaliteter i Le Creams produksjon» og «endel fengende melodisk stoff».

Nok en gang var det i Gjøvik at ordene strømmet på – ikke i *Samhold* denne gangen, men hos Øyvin Søraa i *Oppland Arbeiderblad*. Her skjønte Søraa at han ville være provoserende når han erklærte at Hype hadde utgitt «en sabla bra» skive. Halvparten av sangene gjorde «veldig, veldig godt» for sjela og var verdt å trekke fram. «Her er det masse melodi under bankende Syden-rytmer, søte stemninger og 'gammeldags' synth». Albumet føyde seg godt inn i en europeisk dance-tradisjon og ville være fint å «ha dunkende rundt oss neste gang vi bryter gjennom 200 på Autobahn».

I ettertid er ulike stilarter, samt ulike vokaler, noe som trekker inntrykket av *Provocative* litt ned. Eurodance-eventyret gikk da også mot slutten. Stig Nilssen i *Nordlys* fikk dermed rett i sin ener-anmeldelse av *Provocative*: «Hadde innholdet på Hype vært ferskvare i matlig forstand, ville Nærings-middeltilsynet vært koplet inn». Holdbarheten var dårlig, i den forstand at markedet for sjangeren var på vei til å forvitte. Dette skreiv også Didrik Søderlind om i *Morgenbladet*. Han forutså korrekt at *Provocative* på langt nær ville generere like mye inntekter som blant annet Whigfields danske frontfigur hadde fått fingrene i. «Som produkt har *Provocative* en følelse av å være passé», skreiv Søderlind. Musikalske moter varer ikke for evig, og Hype (i likhet med de fleste andre norske eurodance-acts) dukket opp da den generelle hypen var på vei ned. Eurodansen var på kraftig tilbakegang og tonet ut i 1996. Selv om man kanskje skal ha ganske fininnstilte ører for å skjønn forskjell på eurodance og Aquas bubblegum dance som tok over høytalerne på dansestedene.

*Provocative* solgte nok ikke så godt som man kunne håpe ut ifra første-singelen. Da *VG* forsøkte å innhente årets salgstall for norske artister i november 1995, fikk avisa bare oppgitt at lagerbeholdningen var på 2000. I 1999 hadde samme avis et oppslag om «Sexy fiasko»; *VG* måtte jo få brukt to av sine favorittord i samme setning. I dette oppslaget ble det fastslått at *Provocative* solgte i om lag 2000. Artister av Hype sin type klarte ikke å få troverdighet i Norge, hadde Ole Evenrud nå lært.

Men med medietrender og musikalske trender som skiftet over tid, kunne likevel noen treffe med samme oppskrift i Norge. «Troverdighet» var ikke det Christer Falck først og fremst siktet etter da han lanserte Lene Alexandra Øien som artist i 2007. Det han ble siktet etter, var høy publisitet, noe som ble oppnådd, med matchende salgstall som rett og slett finansierte andre og smalere utgivelser på Falcks label. Pressens interesse for Lene Alexandra var rødglødende. Christer Falck må ha vært flinkere enn platedistributørene til Hype, og det kan synes lettere for Falck å bygge opp et nytt navn, og servere pressen alkens tall-ales, enn det var å bygge opp Johansen som allerede var en aktør i medieverdenen.

## Ikke så woke turné

**Wet T-shirt er utpreget pubunderholdning. Bør det forbli der i mørke kroker, eller løftes fram av lokalaviser som et artig kulturarrangement, eller bør wet T-shirt elimineres fra jordas overflate? Og hvor mange ville i det hele tatt stille opp i slike konkurranser hvis de ble spurt?**

I juli 1998 ble det arrangert rockefestival i Horten. Bookingansvarlig skaffet både lokale og noen nasjonale band til det rusfrie arrangementet. Rusfrie, ja, altså med ungdom som målgruppe. I så måte var det interessant hva arrangøren ønsket seg til å toppe det hele: «For å lage litt ekstra show, prøver arrangørene å få i stand en 'Miss Wet T-shirt'-konkurranse. Meningen er at frivillige blant publikum skal konkurrere om en førstepremie på fem hundre kroner». Det var virkelig en sum å slå i bordet med.

Om wet T-shirt-fenomenet klarer leserne fint å trekke sine egne moralske konklusjoner, mens fra historiker-hold er målet å framstille fortida tettest opp til slik det var. Horten-oppslaget blir i så måte en invitt til å utforske fenomenet «Miss Wet T-shirt i 1998» videre. Var det for eksempel en nasjonal turné med slike konkurranser? Ja, det var det.



*Cocktail 12/1998*

Wet T-shirt-konkurranser var ikke helt nytt i 1998. *Cocktail* forklarte at slike turnéer var arrangert i Norge siden 1991. Hovedmannen var Rudi Rørstad i Go Go Booking. Som firmanavnet angir, gikk det hovedsakelig i booking av strippere, Også mannlige. Men vanninga involverte bare kvinner.

Rørstad kunne fortelle så mangt om livet anno 1998. Det ble «stadig vanligere» med strippeshow hos helt vanlige firma, hevdet han, hvor kvinnelige eller mannlige strippere kunne leies inn «som en opp-piffer under kampanjestarter» for «å 'vekke opp' deltagerne». Rørstad hadde prøvd å diversifisere litt slik at ikke alle prosjektene skulle bli protestert i senk av feminister og venstreside, men til gjengjeld kunne det skapes atter nye gnisinger med for eksempel «NM i dvergkasting». Go Go Booking kunne også kontaktes for leie av «tryllekunstnere, sjonglører, mimere og diskjockeys». Eventuelt en hittil uant kombinasjon av disse.

Noe av det *Cocktail* skulle bidra med som medarrangør av wet T-shirt-show, var å løfte fram konkurransevinnerne som modeller. Jentene som kjørte «freskt show i Cocktails T-skjorte under dusjen» og lagde høyest desibelnivå i salen, kunne få sjansen i en nasjonal finale. Vinneren av den kunne ende opp i USA foran «noen av verdens beste pikefotografer».

Det er vel litt usikkert om folk som lot seg overtale til en dusj i fylla, egentlig ønsket seg en karriere der hvor disse fotografene ferdes. Men skulle de få tilbud om oppdrag under Rudi Rørstads emblem, passet han på å legge «vekt på at alle stripperne er selvstendig næringsdrivende».

Rørstad hadde tidligere vært med på å arrangere Miss Norway, men ønsket nå å appellere til det mer instinktive, uten ekstra innpakning: «dette er en ærligere skjønn-hetskonkurranse. Her er det ikke pålagt å si 'jeg elsker barn' – og 'jeg har som mål å drive u-hjelp i Afrika». På T-skjortekåringene «blir ikke kandidatene stilt uintelligente, platte spørsmål som: 'Hva slags hobbyer har du?' 'Hva synes du om u-hjelp?' Dette er spørsmål som ikke har noe med en modellkonkurranse å gjøre». U-hjelp-spørsmål var rett og slett «forkastelig», hevdet Rørstad i VG.

*Cocktail* så for seg at Rørstad «sikkert vil få harrystempel i den 'seriøse pressen'». Det er en litt morsom bruk av anførselstegn. Gikk redaksjonens selvforståelse ut på at wet T-shirt og det andre som *Cocktail* dreiv med burde få en litt mer elevert status? Redaktør Tanya Hansen skreiv i hvert fall en lederartikkel om wet T-shirt-turnéen. Under vignetten «Leder'n» fortalte hun at bladet selvfølgelig ikke hadde drevet med wet T-shirt hvis de ikke sto inne for at det hele var ganske sexy. Samtidig appellerte Hansen til å ta konkurransen «humoristisk».

Syntes folk rundt omkring i Norge at konkurransen var humoristisk?

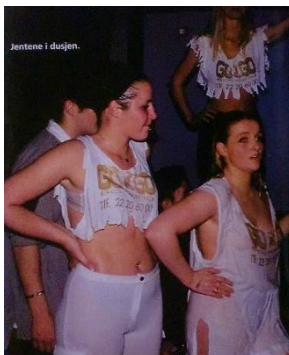
### **Episenter i Ski**

Den landsdekkende turneen begynte i Ski. Som lokal arrangør syntes driveren av East Point at «Opplegget virker meget profesjonelt». Det hele begynte med at Go Go Booking og *Cocktail* viste fram noen modeller som



de hadde med. Dette til generell inspirasjon. Så viste det seg at det satt litt lenger inne å delta i T-skjorte-konkurransen. Av de 880 frammøtte var ikke akkurat et flertall aktuelle som deltakere i en missekonkurranse.

Seansen gikk ut på at deltakeren fikk på seg konkurranse-drakta, ei hvit T-skjorte med *Cocktail*-logo. På dansegulvet ble det plassert en dusj-anretning, hvor klientellet selvsagt skulle trå inn og la H<sub>2</sub>O strøkke. Rett skal være rett: Den hvite T-skjorta kom i varierende størrelser, for eksempel hel eller avrevet ved magen. Ikke minst var det valgfritt for deltakerne hvor mye tøy de hadde under, så BH var helt lov. Men det fantes vel et «mildt press» om å droppe dét, i hvert fall for de som hadde som mål å vinne denne konkurransen.



*Ulik påkledning (Cocktail 12/1998)*

*Cocktails* fyldige reportasje fra Ski viser at det som noen framhever som objektivisering, kunne gå litt begge veier. Bladet fortalte nemlig: «En blond, yppig sak oppfordres av venner til å melde seg på T-skjorte-konkurransen, men fyren hennes sier nei. Han vil slett ikke dele godsakene med 900 sambygdinger... Hun blir furten – han er fornøyd».

Fasiten i Ski ble at skarve tre deltakere stilte opp. «Jeg ble påmeldt av noen gutter, og da måtte jeg bare stille», sa Margrethe på 18 år mens hun nøt seiers-æren. Også lokalavisa dekket arrangementet fyldig og var ikke i beit for poenger: «Tanya Hansen, tidligere bosatt på Flateby, satt i juryen».

## *Sexy show med våte jenter*

*Helgeland Arbeiderblad 6.2.1998*

### **Nordover**

Turnéen tok fatt på den lange veien nordover. De involverte snakket om suksess. Fotballandslaget, go home – ifølge *Cocktail* var «det knapt noe arrangement som interesserer folk i større horder enn nettopp dusjeshow med T-skjorten på». Det ble snakket om diverse publikumsrekorder på ute-steder, med åpenbare brudd på brannvernreglene om antall personer i lokalene. Kanskje det ble akseptert siden arrangørene sto for vanning?

Hva kunne så skje oppe på Helgeland? Lokalavisa i Brønnøysund viste velvilje og spilte på arrangørens premisser med overskrifter som «Sexy show med våte jenter». Artikkelen lovte et show for «alle aldre» (jaså?), ledsaget av «3 lekre internasjonale modeller». Konklusjonen var klar: «Her bør folk 'gå mann av huse' for å få med seg et show de skal lete lenge etter for å finne maken til». Hvem trenger journalistikk når presseskrivet kan skli rett inn som en ordinær avissak.

Nabobyen Sandnessjøen fikk også besøk, mens i Mosjøen ville ingen ta imot det turnerende skuet. De gikk ikke glipp av mye, mente anmelderen (!) av showet i *Brønnøysunds Avis*. «For årets Miss Wet-T-shirt 98` var sørgelig greier og en får jammen håpe at en må lete lenge etter et lignende show». Anmelderen hevdet at mange i Brønnøysund hadde et «svært blandet og negativt» inntrykk av showet, «men noen var det visst nok som likte det». Anmelderen hadde likevel «inntrykk av at dette var et show for spesielt interesserte og ikke for alle og enhver slik presseskrivet lovte».

Man skal være forsiktig med hva man lover, heter det, men kanskje også med hvilke lovnader man tror på.



**Vått og kjedelig**

*Et forrykende og engasjerende show som man skal lete lenge etter å finne maken til, lovte presseskrivet. Tar man bort forrykende og engasjerende show, nærmer man seg sannheten.*

g.  
ck og det kan hende vi  
behovet er der, fortset-

me igang med mat-  
vle dager.  
på skikkelig  
ske råvarer  
ig pris.  
tu-

Brønnøysunds Avis 9.2.1998

Nord-Norge fikk mer bomull og vann i ukene som fulgte, men ikke nødvendigvis i byene. «I Tromsø er det ikke en gang vits i å spørre», sa en representant for Go Go Booking. Ferden gikk derfor til Bodø og puben IV

Gang. Utestedet ble ikke snudd helt opp ned. Bare én dame sa ja til å bli vannet. Men noen menn rev ned en plakat, og Rød Valgallianse klaget på showet i bystyret. Driveren av utestedet følte «seg forfulgt av klager og påstander som skal skade IV Gang». Konkurs fulgte noen måneder seinere.

Men det bekymret ikke *Cocktail* og Go Go Booking seg for. De hadde planer om å feie over Kautokeino, Setermoen, Andselv, Andenes og Ramsund på seks dager. Ei ganske lang turnéroute på en ganske kald årstid, som mars er nord for Polarsirkelen. Vannelskerne hvilte likevel ikke, men fortsatte sørover til Narvik, Lødingen og Rognan. I den krigshistoriske nordlandsbyen var det mye å velge i for den som ville være sosial. Wet T-shirt fikk forhåndstale sammen med kulturtilbud som «cowboy kveld», «møljekalas» og forestilling med Heismann Hå. Tankene bringes hen på hittil uante kombinasjoner.

I Harstad lofte annonsen forrykende show, stor stemning og den FOMO-appellerende punchlinen: «Tør du sitte hjemme?»

Showet i Stokmarknes foregikk uten forstyrrelser, mens i Nordkjosbotn ble det litt mer ruckus. «10-20 soldater gikk berserk og utøvde skadeverk». Bare en ble arrestert, og for lokalavisa var det sikkert et poeng i en lokal strid at den arresterte soldaten hadde «tilknytning til Balsfjord».

I mars 1998 spredte showet vann og varme til våre aller nordligste landsmenn i Alta, Lakselv, Skjervøy og Hammerfest. Med andre ord holdt showet seg på de glatte veiene i Nord-Norge i hele to måneder. Om det fantes noen protester mot showet, utover et spørsmål i Bodø bystyre, ble det i hvert fall ikke rapportert om. Men da ensemblet plutselig gjorde et langt hopp sørover, til Sandnes, meldte anti-porno-aktivistene seg på.

### **Ottar kommer**

Kvinnegruppa Ottar stilte endelig opp. Lokalbefolkningen måtte helst ikke vannes «bare iført en liten hvit t-skjorte», som det ble sagt litt misvisende. *Cocktail* skulle heller ikke få «dominere utelivet i Sandnes». Gruppa ønsket derfor å annullere arrangørpubens skjenkebevilling, eller med andre ord: å legge ned puben. Argumentasjonen gikk på det filosofiske plan: «Dette er ikke snakk om en uskyldig konkurranse eller et show. Ved å være med overtrer du en grense. Du blir vurdert som en vare eller en ting, et objekt. Du skal bli sett på og likt av menn, og det angår flere enn deg selv». Dette antakeligvis i motsetning til de øvrige 51 helgene i året, da det ikke foregikk sjekking som innebar å bli vurdert og likt av menn eller kvinner.

Protesten tiltrakk seg politiske partier, enten representantene var sikre på at «kvinnen blir en salgsvare» eller bare hadde «en generell idè om hva som foregår der inne». De protesterende hadde løpesedler og bannet så

høyt de kunne, mens pubgjestene ble oppildnet av adrenalin og annet – og lagde en spontan motprotest. «Etter å ha ropt skjellsord og forsøkt å ødelegge plakater og banner, ble noen av gjesten[e] voldelige. Utestedets egne vakter viste liten interesse for å rydde opp», hevdet avisa *Klassekampen*. *Stavanger Aftenblad* hevdet det motsatte, nemlig at alt gikk «fredelig for seg» og at det bare var «et par gjester» som «ble en smule nærgående». Avisen sensurerte til og med slagordet ved å fjerne de to første ordene fra «Ikke faen, nok er nok». Så hvem har rett av disse reporterne? Et leserinnlegg i *Stavanger Aftenblad* satte tingene på plass. Showet var ille, mente skribenten, men «enda mer sjokkert ble jeg av møtet med publikumet. Maken til røpete, grisete, sjåvinistisk og direkte pøbelaktig oppførsel har jeg aldri sett! Halvfulle skjelte de oss ut, angrep oss og brølte for å overdøve appellene vi holdt». Men flertallet oppførte seg neppe helt på denne måten.

## Kald protest mot hett show

Ottar-jentene holdt seg utenfor, og jentene som ville dra ut offentlig i hvite T-skjorter holdt seg innenfor dørene på Hollywood Nightclub. Dermed gikk det hele fredelig for seg.

Av Siv Helga Kvabakk og  
Knut S. Vindefallet (foto)

**SANDNES:** Hvor lenge skal vi finne oss i å være en vare med salgsvord?  
Medlemmene i Kvinnegruppen Ottar har aldri funnet seg i det. Heller ikke i lokene, da de sammen med Sandnes Sosialistisk Ungdom og Sandnes Råd Ungdoms protesterte høytlyt utenfor nattklubben Hollywood i Sandnes. Bakgrunnen var at utestedet lørdag kveld arrangerte et lokalt Miss Wet T-shirt-show, i regi av Høsten Cocktail.

Å tillate pornoaktet Cocktail å dominere staselivet i Sandnes, er en skandaløse. Hollywood fremstår å legge seg opp i restaurantilivet ved hjelp av kvinnemotak og flatterier. Vi ser igjen det samme mønstret som vi har sett mange ganger før, utbrusningen har igjen blemmer når kassen er tom. Og... det dreier seg om



De 20-talls demonstrantene fikk stort sett stå i fred utenfor Hollywood Nightclub i Sandnes, da de lørdag kveld sa sin mening om Miss Wet T-shirt showet.

*Stavanger Aftenblad* 6.4.1998

Eieren av puben sto fram i VG og fortalte om sin motstander i Ottar: «De representerer en innskrenkning av demokratiet». «Det er nesten diktatur».

Avisen *Sandnesposten* ga demonstrantene full støtte i en lederartikkel: «Miss Wet T-shirt show synes vi kort og godt er helt på trynet». Redaksjonen ville ikke at lokale gutter skulle stå og vurdere lokale jenter «som [et] annet slakt». (De fra Stavanger vil glede seg over at bonde- og fesjå-metaforene var flittig i bruk i den mindre nabobyen.) Samtidig gjorde *Sandnesposten* en tabbe som ble lagt merke til. I reportasjen deres sto et

bilde av ei dame med bildeteksten: «Gjester og underholdere måtte av og til titte ut for å se hva demonstrantene foretok seg». Avisa måtte rykke ut og dementere at kvinnen på bildet var gjest, eller enda verre: underholder.

### «Tegn til oppstyr» på Østlandet

Sandnes ble midtpunktet på den sørlige kyststrekningen, hvor det var få show ellers, bortsett fra Kristiansand og kanskje noen til. Av en eller annen grunn var det også lite å høre fra Trøndelag. Et turnéstopp i Stjørdal nevnes, men der var antallet lokale deltakere nede i null. På Støren skulle pubeieren «være til stede og vil passe på at showet ikke får anledning til å utarte».

Noen dusjkvelder ble avholdt i nordvest. En rapport fra Averøy fortalte at «Kvinnegruppa Ottar eller andre protestgrupper var ikke å se på Bruhagen denne kvelden. Og det var kanskje like greit, for det var visst en og annen slåsskamp utenfor likevel...» Rikelig med væske fløt også utenfor dusjen, som førte lokalavisa inn i et filosofisk hjørne: «Hva som får unge jenter til å vise seg fram på denne måten? Vel, for noens del – utvilsomt alkoholen. Burde ikke arrangørene ha avvist deltakere som var nærmest overstadig beruset?».

Nei, dette var bra saker, mente lokalavisa i Førde. *Firda* satte T-skjortevinneren på forsida som en av fylkets «modige jenter», på lik linje med den ferske vinneren av «fylkesmeisterskapen i presisjonskøyring».



FULLT HUS: Det var fullt hus under lordagens Miss Wet T-shirt kåring på Palaco. Vinner ble

fra Kongsvinger (i midten).

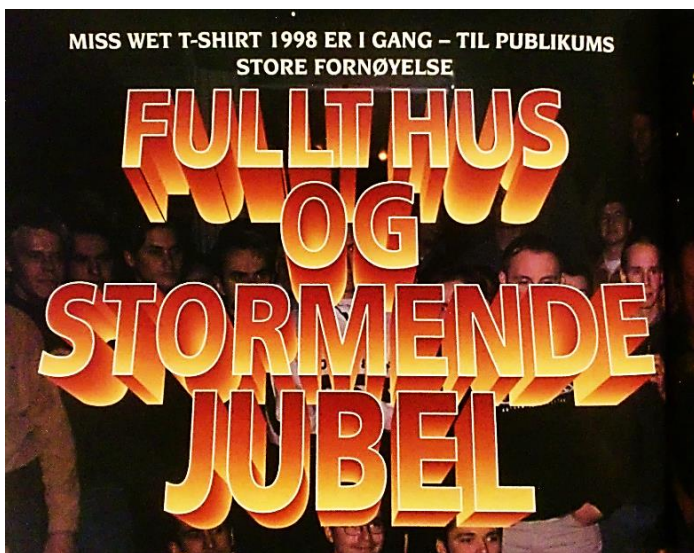
FOTO: JAN MAGNUS WEBBERG-ALFRODAL

# Vått – og helt fullt

Glåmdalen 20.4.1998

Etter påske var det stort sett Østlandet som gjaldt. De fleste showene førte ikke til noen presseoppslag. I Kongsvinger sendte lokalpressen ut en slags anmelder som lagde referat. Det var ikke måte på hvor positivt det hele hadde vært, med «spretne kvinnekropper og sterk sex-appeal», «vilt danseshow», «publikums store glede» og rett og slett «tegn til oppstyr». Det store bildet som er gjengitt ovenfor står som et eksempel på barokt fotografi, og reflekterer det som ble skrevet, at «det ble en veldig mølge». Men nok en gang var antallet damer som stilte opp litt sparsomt, bare 3.

Otta, Tynset, Eidsvoll, Moelv, Gjøvik og Hamar fikk sitt, og East Point i Ski tryglet om en runde til. I Eidsvoll gjorde showet at «menn i absolutt alle aldre» forlot «bryggedansen i Sundet». På høsten rullet opptoget videre til steder som Førde, Nordfjordeid, Vestfossen, Mjøndalen, Askim, Jessheim og Sørumsand. I Moss refererte *Cocktail* at det bare var 3 deltakere, som igjen bekrefter at wet T-shirt var mer en tilskuer- enn en deltakersport. Men fenomenet levde sitt eget liv. Flere pubeiere fikk mersmak og kjørte repriser av arrangementet uten *Cocktail* og eventbyrå på slep. Noen utesteder hoppet mer eller mindre febrilsk på bølgen: «Som HA [Hamar Arbeiderblad] skrev lørdag var ikke konserten med det legendariske Smokie forrige torsdag noe som lokket uteløvene i Elverum. I kveld prøver de seg med 'Miss Wet t-shirt' konkurranse i stedet!»



*Cocktail* 3/1998

### **Wet T-shirt for de velsituerte?**

Den største sjøsprøyten var over. Hva skulle skje med wet T-shirt videre? Burde alle pubene som hadde arrangert noe slikt legges ned, slik Ottar ville? Eller burde fenomenet innlemmes som et bredt innslag i kulturen, slik karaoke fant veien fra obskur pubunderholdning til noe som alle har et forhold til?

Veien videre ble foreslått av arkitekten Finn Sandmæl. Sandmæl hadde tegna hytte for Kjell Inge Røkke i Oppdal, og hadde sine meninger om kulturnivået i den høytliggende sørtrønderske bygda. Utelivet var under enhver kritikk, da han mente det tiltrakk seg hARRY-segmentet. Sandmæl skjelte ut «EPA-turistene», med navn etter en nedlagt billigbutikkjede. Framtidsvisjonen var at hyttelivet i Oppdal ville gi impulser utenfra som medførte en klar kulturheving. Ikke minst behøvdes et visst arrangement for å heve kulturen ytterligere:

«Røkke drar med seg toppsjiktet. Mange av disse menneskene er usedvanlig ålreite typer, sier han.

Arkitekten mener at Oppdal må gjøre noe med sine utesteder for å trekke til seg 'de velsituerte'. Om dagens utesteder sier han: 'Makan til hARRY kultur, med kasting av øl og greier – det nytter ikke. Det skremmer skikkelig ungdom. Man bør ha oppvisninger, wet t-shirt, swing-oppvisning. Ikke bare drikking».

Kjell Inge Røkke har alltid vært en meget god strateg, og benyttet nå sine evner av den art til å ta avstand fra arkitekten:

«Det Sandmæl sier, er så langt ut på viddene at jeg er sjokkert. Jeg ønsker ikke å bli assosiert med dem. [...] De helt uforståelige uttalelsene Sandmæl kommer med, har ingenting med meg og min familie å gjøre. Og det vil være det beste for både ham og Oppdal at Sandmæl for framtida holder seg unna trykksverte».

## Del 4: De utskjelte

Fra et show som ble utskjelt for sin bruk av klesplagg, går ferden videre til en utskjelt mote. Andre ble utdefinert på andre måter.



## Buffalo soldiers

**Hvem ville trodd at Tyskland kunne ha så mye å by på innen trender? Landet kom fram med den ene millionsegeren etter den andre på midten av 90-tallet. Felles for mange av dem er at trendene har fått et heller frynsete rykte i ettertid, enten vi snakker om Scooter, Kelly Family – eller skomerket Buffalo.**

### That 70s shoe

En av motens mange tendenser er tjuetårssykluser. 1990-tallet kom tilbake i motebildet på midten av 2010-tallet. Tilsvarende var 90-tallstrenden med platåsko noe som ble tatt rett ut av 1970-tallet.

Det tyske foretaket Buffalo GmbH klarte ved hjelp av dyktighet og litt flaks å gjøre sitt merkenavn til *selve platåsko*. Nesten et generisk merkevareravn. For andre platåskomerker var det fort gjort å få status som «fake Buffalo» i skolegården. Dette kom i tillegg til Buffalo-skoene som rett og slett var piratkopier fra Syden.

## Buffalo-krig

– Ekte Buffalo? Eller bare en fake? 12 år gamle Anette [redacted] er i tvil om de to utgavene som begge koster 1290 kroner. Nå slåss produsenter, agenter og designeren om rettighetene til det populære sko-merket.

Side 3



Demokraten 13.3.2000

Buffalo ble stiftet i 1979. Skomerket kom muligens til Norge på 80-tallet, uten å bli et trendelement. På første halvdel av 90-tallet var skoene å få i England, hvor de ble adoptert som en del av den artige og outrerte housemoten. (Denne moten hadde til dels litt romskip-estetikk, og den italienske moon booten kom da også på moten igjen på tidlig 2000-tall.) Herfra tok enkelte med seg Buffalo-skoene over Nordsjøen. En journalist som undersøkte saken, mente at den første butikken i Norge som importerte merket var Strawberry Loonies i 1993. En klesbutikk som het Den Siste Planeten spilte også en hovedrolle i å spre merket. Men alt i alt var Buffalo en fotnote fram til Spice Girls begynte å bruke det.

Spice Girls hadde litt av sjarmen sin fra at medlemmene ikke lignet på hverandre. De var som de fleste barndomsvenninner: helt forskjellig høyde og utseende. Spice Girls' bruk av platåsko skyldtes noe så enkelt som at Geri Halliwell var den minste i gruppa, med sine 5 fot 1, omtrent 1,55 meter. Mens den høyeste i gruppa ikke overraskende var hun med flate sportssko, Melanie Chisholm på 5 fot 6, altså 1,67 meter. Et så enkelt faktum ble til en storm av en trend. Aqua og N-Sync slang seg på, fulgt av tusener.

Merk at i Norge må man skille mellom «trenden» og «bruken» av disse skoene. Bruken av Buffalo varte i flere år etter at den egentlige trenden var over. Så må man også si at Buffalo ble verdsatt høyst forskjellig i ulike miljøer, noe vi kommer tilbake til.



Foto fra Wikimedia Commons. Jeg er ikke sikker på om dette er ekte Buffalo, da sømmen virker litt slurvete, spesielt ved merkelappen på den fremre sko.

### **Sukk fra de voksnes verden**

Først må vi gjennom litaniene fra voksne, som så obligatorisk dukket opp rundt de fleste påfunn som ungdom slo til på. Hva behager, visste ungdom *fortsatt* ikke at det var mest fornuftig å kle seg slik 40-åringene gjorde?

*Sunnmørsposten* må hylles for å fylle sin rolle som traust norsk avis (se også Red Bull-kapitlet), ved å intervjuer en fysioterapeut «ved Svømmehallen Fysioterapi på Moa i Ålesund». Alltid lar det seg gjøre å finne en ekspert til å kommentere de skiftende trender og fortelle hvorfor hver av trendene er negative for folk. Budskapet oppsummeres kort: platåsko var usunt å gå med. For å fylle på med flere autoriteter, fikk *Sunnmørsposten* en liknende uttalelse fra en informasjonskonsulent i Skorådet. I dette supperådet satt man og var «redd mange av de unge jentene trår rundt på platå hele dagen». Skorådets utvalgte medlemmer følte kanskje at kampen mot Buffalo til en viss grad var som mot vindmøller, men én undergruppe av Buffalo-brukere skulle de klare å redde, nemlig de friluftsglade: «Ute i marka er faren for å trekke over ekstra stor», minnet skokonsulenten om.

Flere medier fulgte opp. «Mishandler kroppen med monstersko», satte bladet *Tromsø* opp som stor overskrift. *Sarpsborg Arbeiderblad* ville også bidra i koret, og stilte opp med fysioterapeut og skjelett. Underbevisst skulle folk kanskje tenke at hvis man misbrukte dette fottøyet, endte man opp som skjelett på kirkegården. Det som ble sagt i *Sarpsborg Arbeiderblad* var at platåsko kunne ha både langvarige og kortvarige følger. Gangen ble heller ikke «sexy», het det. Folk som leste artikkelen ble oppfordret til å ta umiddelbar affære: «Går du med dårlig skotøy: Få det av så fort som mulig». Bedre å gå barbeint hjem fra skolen eller håndballkampen.

VG fortalte fra helsevesenets verden: «Platåsko er registrert som egen ulykkesårsak, på linje med rulleskøyter, skateboard og mer spektakulære idrettsgrener». Ullevål sykehus hadde ikke «registrert spesielt mange ulykker som følge av platåsko», måtte de innrømme. Men den første Darwin Award for dødsfall etter platåsko-fall ble faktisk tildelt i 1999.

**:frost - byens eneste [klær sko vinyl parabol]**  
**åpner torsdag 11. sept. kl. 10.00**  
**Kuleste jakkeutvalg i verden - fra Carhartt**  
**Nyheter ankommet fra Miss Sixty**  
**1/2 pris på Buffalo Boots str. 38-41**

Carhartt: Dickies: DunderDon: MissSixty: FilippaK  
Combo: Pose: Buffalo: Nose: Dosse: Vinyl: EasternHeroes

grønnegata 118-bak veita  
776 19405-frost@salgsnett.no

**frost**  
gatelang

mirk! DJ Strangefruit på SubSirkus i kveld - 18 år - 30 kr.

Merke-nostalgi fra nord (*Tromsø* 11.9.1997). Noen merker kom sterkt tilbake under 90-tallsretroen fra midten av 2010-tallet, men ikke alle.

# Platåsko = stabbete gange

Platåsko - en mote som verken er ufarlig eller gir noe særlig sexy gange. Bruker du platåsko går du stabbete, og har dessuten lettere for å trække over.

gen blir jo helt feil med de skoene du, sier fysioterapeut Erik Strøm i Fysioløse Institut. De har hatt flere jenter som har skadet seg av platåsko, som er så spesielt med platåskoene store, stive sålene. Når vi går, hælen i bakken først, og ruller stortoa. Det klærer du ikke med i stedet blir gangen helt sliv og du tramper rett ned i bakken, du får av å treffe bakken sprengte til kneer, hofte og rygg, såverer peuten. Langvarig belastning til leddproblemer senere i livet.

## r over

ørste faren med platåsko er at det fort gjort å trække over. Og jo loko du trækker over med, desto r det. Det tar lenge tid for beinet en, og resultatet kan bli alvorlige bånd. I verste fall bruddskader, m.

ten: - Har du først trakkert over er det fort gjort å gjøre det igjen, er du sener og bånd i beinet, er de Da må du eventuelt trenge opp turen til å ta over oppgavene i

iv all er det når jenter singlar av platåsko på by'n. Kombinasjo- hol og denne typen sko er abso- å anbefale.

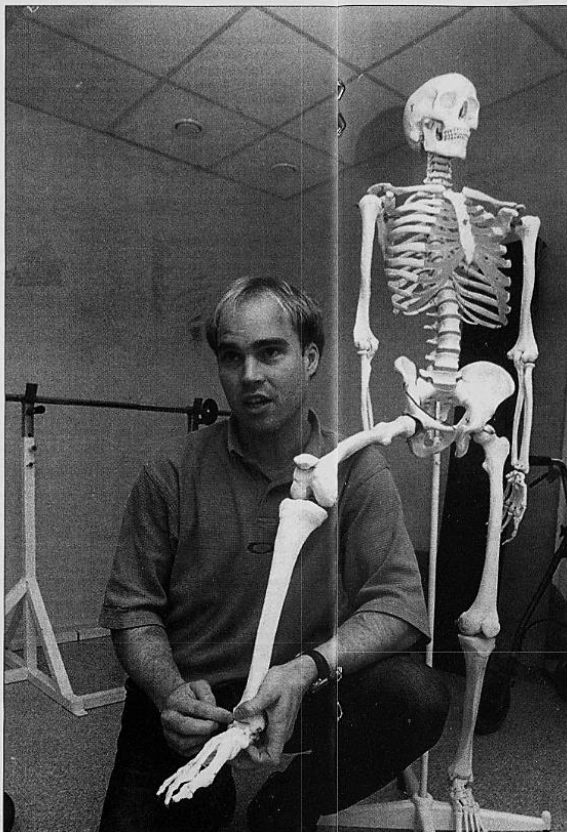
## ompe

id magen, svel i ryggen og ut med loko med høye stiletthæler er hel- xa. Du blir liggende litt framover , og får lva fysioterapeutene kal- rompe. xoa representerer et balanseseor- is foten er ustabil blir stortoa støt, og påvirker dermed resten en.

at fotene dine, og dermed også skal fingere som støttemere for kroppen. Skoene skal være be- å ha på seg. Hvis de ikke er det, dem av deg så fort som mulig.

igdom er ikke de verste skobru- nglig eldre mennesker har også bruke ufornuftige sko. De pyn- er med trange sko med stiletthæ- skal til legen.

E PETERSEN (tekst)  
ANDERSEN (foto)



Sarpsborg Arbeiderblad 11.9.1998

## Hvem brukte Buffalo?

Å definere målgrupper for Buffalo er en litt flyktig materie. Til tider satset produsenten på eksklusivitet, begrensede varepartier og å holde merket unna kjeder som Eurosko. Avisoverskrifter som «Hysteri i Breigata» er i tråd med dette, hvor nyheten om et vareparti på 100 par i Stavanger hadde spredd seg som et rykte, akkurat den markedsføringen trendmerker ønsker seg. Jentene på stedet måtte stå i kø i noen timer, men slapp å stå i dager.

Slike tilstander varte ikke inn i evigheten, for Buffalo ble faktisk til salgs på Eurosko. Det ble sagt. Men det kan fint ha vært sko som lignet nok til at folk mente det var Buffalo-sko de hadde kjøpt. Gamle *Topp*-blader viser at skokjedene annonserte flittig for Buffalo-ripoffs i 1998. (Mens Buffalo *ikke* annonserte der.) Eurosko kjørte fram merket Roots, Zett Cult var å finne hos Skoringen mens Din Sko holdt seg med Attitude. Felles for dem var at skoene var priset mellom 500 og 600 kroner, altså halvparten av Buffalo. Man kan lett tenke seg hva dét hadde å si for «eksklusiviteten» i visse skolegårder. Det burde sikkert ikke vært slik, men det var slik, og trøsten kan være at ettertid har alle merkene endt med samme anseelse.



*Topp* 9/1998

En slags eksklusivitet festet seg altså ved Buffalo. «Hadde jeg hatt muligheten og fått Buffalo-sko gratis, ville jeg ha gått i det som søren», sa en 14-åring fra et sted i Indre Østfold. «Men platåskoene kan ikke kjøpes i Rakkestad, og koster flekk i Oslo».

Mot slutten av 90-tallet ble Buffalo gjerne en smakspreferanse for litt yngre ungdom. De samme som mistet nattesøvnen over «klespress» og «motepress», to ord som så definitivt var i tida.

Mange informanter understreket at det var jenter som hadde mest å hente ved bruk av Buffalo. Tross alt er skotypen en ekstrapolering av høyhælte sko – man blir rett og slett høyere av å bruke det. «Det er som et

Kinderegg. Fyller tre ønsker på en gang. Man blir høyere, ser flott ut og er gode å gå i», uttalte en frisør fra Tromsø. (Men hva med «overraskelsen?»)

På noen steder og til noen tider var Buffalo derimot et guttemerke. Skillet mellom by og land ble betydelig nærmere 2000, og gikk også på klasse og etnisitet innad i byer: Buffalo ble tilbehør til gullkjedet.

Standardutstyret ditt er gullenker, Buffalo-sko og et hode fylt av drømmer om fete biler. Jeg vil gjerne takke deg, lille gjeng-aspirant. Takk for at du gir meg noe å le av.



Tar etter. A- og B-gjengen er blitt forbilder for unge pakistansk-norske gutter. Men man kan bare håpe og tro at de snart tenker over hvor de talentløse forbildene deres faktisk befinner seg. I rikets fengsler. FOTO: INGAR STORFJELL

# Latterlige helter

Mala Naveen i *Aftenposten Aften* 19.11.2002

## Gangster og techno

Hvor enn det var tendenser til *sosial stratifikasjon i smak*, flokket det seg raskt en del samfunnsforskere. Sosialantropolog Inger-Lise Lien gjorde et feltarbeid i Oslo og konstaterte at Buffalo-sko var noe «som elevene betraktet som gangstersko». Sosiolog Cathrine Arnesen fattet også interesse, og brakte skomerket inn på museum allerede i 2000. Arnesen forsket på stil-pakker blant norske ungdom og stilte ut sine funn på Norsk Folkemuseum. Her sto to oppklede modeller side om side i montrene, en «innvandregutt» og en «sossegutt», og hvordan skilte man dem fra hverandre? «En sossegutt ville jo *aldri* gått med sånne Buffalo-sko», sa Arnesen.

Når det kom til «gangsterstil» hos gutter, var det også skiller innad. Buffalo hørte ikke til den New York- og basket-inspirerte gatestilen. Platåskoene gikk ikke i hop med saggebukser fra for eksempel Fubu, Paco og Wu Wear, selv om de kan ha likhetstrekk med basketsko i den litt «overdrevne» størrelsen. Snarere ble brukerne av Buffalo beskrevet slik av Cathrine Arnesen: «Volla'ene var som regel innvandrerungdom og virket svært velkledd eller oppdresset. De gikk i svarte eller hvite Levisbukser, Buffalosko og for øvrig dyre merkeklær. Håret var kort eller halvlangt og svært striglet. Mange gikk med store gullfargete smykker». Ut ifra beskrivelser som dette, kan det virke som det rett og slett var den høye prisen på Buffalo som lokket. I tillegg var det et poeng med et lite diskret utseende. Med det ble det tidligere Spice Girls-merket adoptert av et macho-segment.

Buffalo fikk sine uttalte motstandere, og blant dem kan vi sitere en sint innsender i *Romerikes Blad*. Han likte ikke NRK sin nye radiokanal mP3. «Denne radiostasjonen kommer til å spille 24 timer i døgnet med Techno og trance! Den slags musikk er for folk med lav IQ og Buffalo sko! Jeg holder meg heller til kreative tekster og inspirerende musikk, som Kent for eksempel!» Foreløpig hadde ikke Kent nådd inn i en slik grad at han klarte å forme argumenter utover skjellsord-stadiet, men det var vel fortsatt håp.

Massene ventet sikkert spent på at Østfold Bygdeungdomslag tok stilling i skodebatten, og til slutt rykket de ut. Alle trenger vi våre rettesnorer i livet. Foreningen var opptatt av «en positiv festkultur», et begrep som ikke var forenlig med Buffalo. «Etter en lengre periode med lave medlemstall» var det nye satsningsområdet å lage fester med litt mer stil: «Vi utelukker olabukser, miss sixthy og Buffalo sko! Vi vil på ingen måte stenge ute våre medlemmer eller andre festdeltagere fra festene vi arrangerer, men vi mener at desto mer pyntet man er på fest, jo penere oppfører man seg!»

Bygdeungdommens åndelige slektninger, de som dreiv ordskiftet fram i *Norsk barneblad*, holdt Miss Sixty-debatten og Buffalo-debatten gående sammen med G-streng-debatten. Meldingene kunne være ganske krasse.<sup>1</sup> Blant annet fikk en som hadde forsvart G-streng, høre det: «Skjerp deg! Du er nødt til å være helt fullstendig korka! Blir kvalm av å høre på sånne som deg! Skal vedde på at du ikke har et pent utseende i det hele tatt, og at ingen liker deg. Jeg hater berter, men jeg går i berte-merker selv».

---

<sup>1</sup> Det sto enda verre diatriber på trykk også: «Noe som er virkelig sykt, er 12–13-åringene som sprader rundt i korte toppe og en meter tjukt lag med sminke! Da kan man heller gå rundt med et skilt: 'Kom og voldta meg!'». Det var jo også en tone å ta i en debatt barn imellom. I tillegg var det jo en tone å slippe gjennom nåløyet fra redaktørens side.

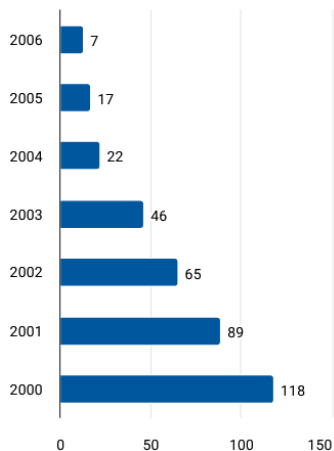
De fleste ungdom var like på dette punktet: De var gode til å definere ulike stil-grupper. De kunne plassere jevnaldrende i disse gruppene, bortsett fra seg selv, fordi de selvfølgelig kjørte «sin egen stil».

### Buffalos nedgang

Da europeerne kom til Nord-Amerika, møtte de store sletter fulle av bison, som de kalte buffalo. Etter ei tid var kontinentet ikke lenger like fullt som det hadde vært. Undergangen for skomerket Buffalo i mainstreamen var også uunngåelig.

Selv levde jeg i den tro at «the only certain things in life are death and taxes». Men ikke alle sier seg enige i det. «Det eneste som er sikkert er at Buffalo-sko er ut», sa en koselger i Stavanger i 2002, fordi: «Han har vært i Oslo, og kan fortelle at de høye skoene som har vært en del av tenåringsuniformen de siste årene, knapt nok sees der borte». En frisør fra Bergen som hadde slått seg ned i samme by, hadde «gjort seg opp kraftige meninger om Stavanger». Blant annet hadde han «fått med seg at noen ennå tror Buffalo-sko er in». Det talte ikke til Stavangers fordel. For disse skoene var ikke in lenger – og har ikke blitt det etterpå heller.

Buffalo var ut i Fredrikstad, og ut i Haugesund. Skoene ble nedgradert til subkultur. Presset til siste skanse, kan man si.



Søkestatistikk fra NB.no.<sup>2</sup>

### Påfallende ofte brukt i signalemerter

«Han hadde på seg en mørk treningsoverdel med striper, og lyse, semskede støvletter, såkalte buffalo-sko».

«Han er ca. 175 cm høy, har en stor og litt bølgete nese, brukte sorte Buffalo-sko».

<sup>2</sup> NB.no er Nasjonalbibliotekets avisdatabase. På grunn av mange feiltreff er det ikke søkt på bare Buffalo, men på sammensetninger som Buffalo-sko, Buffalo-støvler, Buffalo boots og lignende. Søket er ingen vitenskapelig metode, men gir unektelig en fiffig illustrasjon.



«Raner nummer én hadde mørkt, kort hår, mørke klær og sorte sko av merket Buffalo (med høye såler). Raner nummer to var tynn, hadde blondt, kort hår, noenlunde de samme klærne som sin rans-makker og blå/hvite Buffalo-sko».

«Hvite, lange Diesel-bukser og Buffalo-sko, da har du en mann du ikke vil møte, sier Pål. Når han sier 'dem', mener han innvandrerdøm. Han er ikke rasist. Han vil bare være i fred».

«På diskoteket var han iført hvit T-skjorte, mørke bukser, sorte Buffalo-sko. Rundt halsen hadde han et massivt grått kjede».

«Han er mulatt (!), rundt 1,70 centimeter høy, har kortklippet glatt hår, slank, men muskuløs. Mannen har en liten gullring i det ene øret og hadde på seg en mørk, lang jakke, svart saggebukse og Buffalo-sko. Han snakker stavangerdialekt».

«Utover at de var mørkhudede, hadde glatt hår og minst to av dem hadde såkalte Buffalo-sko, kunne ikke 20-åringen beskrive gjerningsmennene».

Ovenfor ser vi altså en siste sjanger av medietekster der Buffalo ble omtalt flittig – tekster med signalementer av mistenkte kriminelle. Ranere og det som verre var.

Her er det lett å trekke konklusjoner. Men det er tross alt slik at Buffalo var et populært merke, en periode helt mainstream, så statistisk sett var det ikke rart at også noen av de kriminelle hadde disse skoene på seg. At merket stadig vekk ble nevnt i denne sammenhengen, har også med å gjøre at skoene var mer gjenkjennbare enn nærmest alle andre skotyper. I et gjengs signalement ville det kanskje bare stått «lyse sko» eller «mørke sko», eller ikke noe om skoene. Men dette merket stakk seg virkelig ut.

Det var det også tusener av Buffalo-brukere som fant ut etter å ha gått med skoene en håndfull ganger.

## Sommer'n med Morten

Jeg heter tilfeldigvis Morten og fylte 37 år i år. Det har jeg til felles med en annen som gjorde akkurat det samme i 1996. Mens jeg blant annet gir ut denne boka, fikk han seg litt av et sommereventyr på TV.

Morten Faldaas skulle sitte i et kott og presentere Youtube-klipp, 10 år før Youtube eksisterte. Her skulle også være en sidekick, samt gjester som skulle behandles litt sjarmerende rufsete. Hva kunne gå galt?

### «Litt rart»

TV 2 gikk inn i sommeren 1996 uten rettigheter til EM i fotball eller OL, og hadde ikke helt kastet seg på *Sommeråpent*-formatet heller. Men en sommersatsing trengte kanalen, da det kun var en gitt mengde episoder de kunne sende av *Pacific Blue*, som heller ikke var et familieshow. Mer passende i så måte var et klipp-show, presentert av en original karakter.

Morten Faldaas hadde vært med i både filmer, miniserier på tv og teateroppsetninger. *Aftenposten* mente han måtte «kunne kalles Askeladden i norsk teater». Mest kjent hos et bredt publikum ble han for å spille sidekarakterer for Otto Jespersen på midten av 90-tallet, nærmere bestemt «Den ensomme rytter» og assistenten til kriminalsjef Wirrum. Det var ikke rart at *Aftenposten* brukte overskriften «TV2 har kapret Faldaas».

Rubicon, som hadde sett seg ut den 37-årige Faldaas som «et kjempetalent», produserte showet. Arbeidstitelen *Sommer'n med Guggen* endte også opp som den offisielle tittelen. Guggen var altså Faldaas' karakter, og han satt heller ikke aleine med oppgaven om å lage TV i kottet. Petter Næss, i dag kjent som filmregissør, bidro på manussida og var sidekicken i det lille studioet.

# TV2 har kapret Faldaas

Guggen og soussjef Jacobsen har ikke noe valg. De må lage TV. Arbeidstitel er «Sommer'n med Guggen», og dermed har Morten Faldaas gått fra NRK til TV 2.


CECILIE KLEM  
JAN TOMAS ESPEDAL (foto)  
Morten Faldaas og Petter Næss skal lage TV-show sammen. Til hjelp har de fått fire bønder - og et nee.



*Aftenposten* 21.3.1996

# Lang sommernatt på TV 2

Et fyldig nyhetstilbud, sommerlette underholdningsprogrammer og sendinger som strekker seg til 02-tiden om natten. Det er basisen i TV 2s sendeskjema når sommerseongen starter 17. juni.



1. Morten Faldaas i «Sommeren med Guggen» 2. Anders Mondal og Tore

Status 2 høsten 1996

Mange måneder før sommeren fikk altså mediene vite om TV 2s planer om kott-TV. Det som parhestene Faldaas og Næss ikke nevnte i denne forhåndsdeknningen, var at *Sommer'n med Guggen* hovedsakelig var et klipp-show. En billig form for TV som kanskje passet sommerperioden. De var mer opptatte av å få fram samspillet som karakterene skulle ha seg imellom, og at de inviterte gjester for å «snakke om samtidsfenomener». Petter Næss lovt «en blanding av drama og lett underholdning» som «skal bli underholdende, morsomt og litt rart».

### Nøye oppfølging

Det er mye som er nostalgisk ved deknningen av *Sommer'n med Guggen*:

(1) Et billig og enkelt sommershow fikk helsides omtaler i de største aviser, flere måneder før sending.

(2) Seertallene ble minutiøst fulgt opp uke for uke.

(3) Kjappe kritikker av programmet sto nesten like ofte, skrevet av TV-anmelderne. Av de ulike anmelderne var det nettopp TV-kritikerne som hadde det laveste kravet til presis fagkunnskap, og briljerte desto mer i synsing og fargerike karakteristikk. Litt som TV-mediet selv.

Nedenfor kommer selvfølgelig alle høydepunktene fra anmeldernes mottakelse av programmet, men et stort apropos i den forbindelse er at TV 2 ikke tilbyr *Sommer'n med Guggen* i noen form for tilgjengelig arkiv. Det er heller ikke så rart ettersom programmet var innkjøpt. Derfor er det besværlig å evaluere både programmet og kritikken av det, hva som eventuelt var rimelig og urimelig.

Et hint som skaper forventninger til tekstene, ligger likevel i det faktum at norsk Wikipedia skriver: «Serien ble meget dårlig mottatt av TV-

anmelderne». Kilden for påstanden er to tekster fra VG. Dette skal altså representere hva anmelderne, i flertall, mente om showet. Wikipedia har en viss vei å gå, så det er godt den norske stat utdanner historikere til å skrive mer utfyllende om *Sommer'n med Guggen*.

### Festlig premiere?

Først på premieredagen gikk det fram at programmet altså var et klipp-show. Ikke desto mindre hadde de tatt seg bryet med å skrive en bakhistorie for hvorfor *Sommer'n med Guggen* kom i gang. Guggen-karakteren disponerte et bøttekott i TV 2, men byttet dørskilter mellom dette og kontoret til TV 2s underholdningssjef Trygve Rønningen. Derfor banket det på døra ukentlig, med kjente folk som trodde de skulle falby sine tjenester til sjefen. TV-tabbene dukket da opp som noe Guggen viste gjestene for å være snill, i tillegg til å servere dem Jolly Cola (er dette merket over eller under RC Cola i anseelse?). Sekundært skulle de ha samtaler «om tabber de har gjort, og om meningen med livet». (Hadde Egil Svartdahl også sittet i manusgruppa?)

Da *Dagbladet* dagen etter slo opp overskriften «Fra topp til bønn i TV 2», kan leseren gjette hva som var bønn. Kritikken var signert av Markus Markusson, og fortsatte: «Dette lover virkelig ikke godt for sommeren i TV 2. Programmet er tredjerangs underholdning og viser at mens TV 2-folket er profesjonelle på nyheter, har det en uendelig lang vei å gå når det gjelder underholdning». Samme avis hadde kommentatoren Hans Rossiné, som også ville ha et ord med i laget. Rossiné syntes premieren floppet og at dette var symptomatisk for kanalen: «Like god som TV 2 er på serier, like dårlig er kanalen på underholdning. Den fikser rett og slett ikke å få stablet noen gode underholdningsprogrammer på beina, uansett hvor hardt og ofte kanalen prøver».

VG doblet også. Det vil si at både Jan Ovind og Jørn Pettersen slapp til med hver sin omtale. Sistnevnte måtte «ærlig innrømme at jeg ble skuffet», mens Ovind smurte tjukkere på:



«Sommer'n med Guggen på TV 2 mandag kveld er uten skygge av tvil det aller dårligste forsøket på å lage TV-moro jeg hittil har opplevd.

Her setter man seg foran skjermen med forventninger [...] Tretti minutter senere føler man seg fullstendig utslått av den rendyrkede udugeligheten som har vært slengt rett i fleisen på en. Helledussen!

Selv med støvsuger var det ikke mulig å fange opp ett eneste lite fnugg av poeng hos Guggen.

Det begynner å nærme seg et bedrag. For dette var nemlig ikke underholdning, hverken sommer-, høst-, vinter- eller vår-underholdning».

## Blek kopi av vaktmester'n

**Morten «Guggen» Faldås er oppatt av meningen med livet i sin nye sommerserie. Det kan i hvert fall ikke være å se på «Sommer'n med Guggen» på TV 2.**

Det beste jeg kan si om denne programserien, som er først ut i TV 2s store sommermatning, er at replikkene, som gjennomgående var ganske platte, ga meg et par gode poenger. Som for et stempelet på TV 2s underholdningsjef Trygve Rønning.

slett ikke har noen grunn til å føle seg utrygget etter dette første programmet. Ellers, at «TV 2, det er ikke TV, det». For ikke å glemme hammen til slutt fra skarp Jacobsen i manusforfatter Petter Næss' skikkelser om å «kru på neste gang, vær så snill». Det var i hvert fall på sin plass. Og i rettidighetens navn har en kanskje gjort det. For store forhåndsmentale å denne skal det jo være et noe annet, program. Kanskje blir det bedre også. For i går var det, ikke umiddelbart, lett å skjønne sammenhengen hele tiden.

Men hvorfor i all verden ventet med å lage et godt program?

☺☺ Jeg hadde visse forventninger, ikke minst på grunn av Morten Faldås, han har jo vært så morsom på TV tidligere. Men i går hadde han ikke mye å spille på.☹☹

Hvorfor kunne man ikke gjort det med en eneste gang? Men, det er kanskje en ny måte å beholde serien på? Bare vent de to, neste gang blir det bedre. Det er lov å håpe, for jeg må ærlig innrømme at jeg ble skuffet. Jeg hadde visse forventninger, ikke minst på grunn av

Morten Faldås, han har jo vært så morsom på TV tidligere. Men i går hadde han ikke mye å spille på. Guggen minnet meg nesten om en blek kopi av vaktmester'n til Trond Viggo Torgersen. Opplegget, med at han skulle sitte svoger og underholdningsjef Trygve Rønning.



Morten Faldås  
Jan Pettersen



I Bergen, der TV 2 tross alt hadde sitt hovedkvarter, var ikke *Bergens Tidende* lokalpatriotisk i sin bedømmelse: «Premieren på 'Sommer'n med Guggen' i forgårs ble et lavmål. [...] TV 2s underholdningskonsept står så langt til strykkarakter». «'Sommer'n med Guggen' vil vi i anstendighetens navn ikke si noe som helst om», het det i *Bergensavisen*.

### Håpet at det var slutt

Som sagt var TV-kritikken rask og slående. Formen som anmeldelsene tok, var gjerne som punktvisse meninger om hele TV-kvelden. Et program som journalisten ikke likte, ble gjerne utropt til fiasko. Dessuten tok de det gjerne som en personlig fornærmelse at kanalene hadde sendt et program som ikke falt i smak. Men uka etter satt de der igjen. Var det aktuelt, skulle det dekkes. Her hadde man tastaturfingern på TV-verdenens hjerteslag.

Markus Markusson satt derfor foran andre *Sommer'n med Guggen* og skreiv en rein fortsettelse av tiraden fra første program: «Det var like lite vellykket som forrige gang. Dette er så dårlig at det kanskje går som med så mange andre fiaskoer i TV 2 – at det av ren vanvare blir en suksess? Det ville i så fall likne TV 2s underholdningsjef Trygve Rønningen».

En tendens i VG ble å trekke fram fysiske reaksjoner på showet: «Jeg vet ikke engang om jeg vil kalle det underholdning», skreiv Jørn Pettersen. «Guggen-figuren i den vanligvis så morsomme Morten Faldås' skikkelse begynner å irritere meg ganske kraftig. Jeg får nesten vondt i magen av hele figuren. Det er rett og slett for dumt». De samme reaksjonene fikk Jan Ovind, som heller ikke ville glemme Petter Næss' «knuskjørre» bidrag både foran og bak kamera. «Når jeg sitter trygt hjemme i sofaen og rødmer av skam på dine vegne, Petter – da er noe alvorlig galt».

Da sommeren 1996 var over, var den bare nesten over. Komishowet gikk i ti uker, og således litt inn i TV-høsten. «Snart er også 'Sommeren med Guggen' over. Det er jeg i hvert fall ikke lei meg for. Jeg skal ærlig innrømme at jeg hadde håpet at det var slutt denne uken», lød det fra VG rundt skolestart. Også i *Bergensavisen* var redaksjonen «glad» for at programmet snart var over.

VG brakte til og med Guggen-stoff i leserbrevs form. En innsender fra Gran fant ut at det å zappe gjennom TV 2 i fellesferien var en ekte følelescocktail: «De såkalte sommerseriene på TV 2 er noe av det desidert dårligste våset jeg til dags dato har vært vitne til. 'Sommer'n med Guggen'. Forferdelig. Tannløst i bokstavelig forstand. En fiasko uten sidestykke i norsk underholdning er også 'På tangenten'». Neste Guggen-synser mente at «dette må være noe av det dårligste som er servert oss i sommer». Han fant mye av forklaringen lå i skuespillernes innlevelse i sine roller, eventuelt mangel på sådan. Morten Faldaas' innsats var åpenbart langt mer lemfeldig enn Jack Nicholsons innsats som Jokeren, ikke minst timene som ble lagt ned i sminkestolen. Hvorfor kunne ikke Faldaas gjort mer som Nicholson, eller latt seg inspirere mer av Sylvester Stallones egen boksetrening før han spilte inn Rocky-filmene? Method acting i klipp-show – hvorfor ikke!

Noen positive leserinnlegg om *Sommer'n med Guggen* var ikke å finne.

### **Tross alt gode seertall**

Showet var likevel blant de ti mest sette på TV 2. Et par sportsprogram lå høyere, sammen med repriser på kjente komiserier som *Mot i brystet*, *Hotell i særklasse* og Benny Hill. TV 2s andre sommershow, det musikalske *På tangenten*, lå også noe høyere, mens *TV 2-Nyhetene* bare var foran med noen tusen personer, slik seerne ble talt opp i VG.

Jan Ovind leverte et siste eselspark på tirsdagen etter den aller siste *Sommer'n med Guggen*-episoden. Han fastholdt fortsatt at skuespillet mellom klippene hadde en «forflatende» effekt på klippene. Forflating av fail-videoer!

Men kanskje et klipp-show tross alt kunne ha livets rett? Ovind resonerte:

«Jeg er klar over at Guggen har hatt en forholdsvis solid seerskare. Tør det være tillatt å anta at det kan skyldes: A. Enkelte menneskers hang til selvpinsel, eller B. Det faktum at videoklippene som har vært vist innimellom – og som manusforfatter Petter Ness ikke har hatt fingrene sine borti – tidvis har vært latterbare».

Også *Bergensavisen* tok til orde for å beholde klippene og droppe mellompratet: «hvis Faldaas skal bevare sin gryende stjernestatus, må han slutte med sånt tull som Sommeren med Guggen. Det som kan fremkalle smilet i denne norske komiserien, er de utenlandske flausene som vises i korte klipp». Videre het det at «De innkjøpte innslagene er til tider svært morsomme. Men at det Guggen & co maser om skal være morsomt, skjønner jeg ikke».

*Stavanger Aftenblad* kritiserte at *Sommer'n med Guggen* var TV som handlet om å ha sommerjobb i TV med TV-fjes som gjester. Det hadde holdt med klippene. «Sviskene er velsmakende nok, men her pakkes de inn på et vis som hverken lukter eller smaker godt. Redigert ned til åtte minutters kjappkjapphumor uten Guggen, ville dette vært greit. Nå er det nok et bomskudd fra TV2s underholdningsavdeling».

### **Svarte kritikerne**

Næss og Faldaas ser ut til å ha utviklet seriens manus for å respondere på kritikken. Siste episode besto i at underholdningssjef Trygve Rønningen kom innom og klagde på Guggen. Så endte serien like godt med at karakteren ble drept.

Hva mente Morten Faldaas selv? At det var «rørende» med engasjementet. Folk kunne skru av hvis de ikke likte det. Det var tross alt sommer og mye annet å finne på. Vi må gi ham rett der. Faldaas ordla seg også som det var *meningen* at Guggen-TV skulle være dårlig: «En kjempekalkun».

Morten Faldaas brukte høsten 1996 på teaterscenen. I regissørstolen satt Petter Næss. I den forbindelse uttalte Faldaas også at han identifiserte seg mer med Guggen, som ble allment nedsablet, enn sin tidligere karakter Den ensomme rytter, som ble hyllet. «Heller taperen enn vinneren. For det er taperen, ikke vinneren, vi mennesker har felles».

Siste program var ukas tredje mest sette på TV 2 med 447 000 seere. Kanskje programmet for så vidt var like dumt som kritikerne skulle ha det til, men at det ikke fratok programmet livets rett.

Satsingen på *Sommer'n med Guggen* må også ses i sammenheng med crazy-stilen som TV 2 ønsket å tilby i en viss porsjon. Det var meningen at TV 2 skulle være en motvekt til tung og seriøs kultur i NRK, og det var dermed meningen med en del programmer med lave kulturambisjoner. Folk ville gjerne ha raritets-varieté; det vises av seertall på Youtube i dag. Faldaas' humorkabinett var tross alt sommeravløser for et program som het *Err'u gæærn*. Programmet som tok over for *Sommer'n med Guggen* besto av akkurat det samme, så TV 2 var åpenbart fornøyd med sjangeren.

## JonGlen Show

Høstens erstatning het *JonGlen Show*. Nye programledere kom inn med sine karakterer. Jonas Rønning spilte den litt dumme sidekicken (eller med Rønnings egne ord: «Nerd, sedat og ikke helt kjapp») mens en ungdom tok rollen som straight man. Men ellers var konseptet det samme: lett prat rundt Youtube-aktige klipp. Som før kom det gjester i studio for å fortelle om tabber. For eksempel hadde Shortcut gjort en tabbe mens han jobbet for politiet, trolig ikke den vanligste arbeidsgiveren blant norske rappere. Til og med studioet var gjenbruk fra *Sommer'n med Guggen*.



*JonGlen Show* fikk på ingen måte den samme oppmerksomheten som *Sommer'n med Guggen*, kanskje fordi kritikerne ikke tok i like hardt når der var en mindreårig på skjermen. En annen grunn var at programmet heller ikke nådde opp blant de ti mest sette på TV 2 og dermed var mindre i fokus. Programmet fikk bare sporadisk kritikk – men som man kanskje kan gjette seg til: Da kritikken først kom, var den ikke så positiv. *Bergens Tidende* fyrte av i det som nå hadde blitt en kjent intern-bergensk stil:

Tabber skulle være gjennomgangstema sammen med pussige reklameinnslag. Vi falt av lasset etter 15 minutter, men spørsmålet ble hengende igjen: Hva er målgruppen og hva er formålet med denne type program? Hvorfor må morsom situasjonskomikk fra andre tv-land ødelegges av de to studiovertene? [...]

*Sommer'n med Guggen* ble etter få programmer en sammenhengende regntung prøvelse. Kjære TV 2, ikke mer av samme slaget, nå som høstmørket siger på.



TV-skribenten avsluttet med å si at *JonGlen Show* selv burde selges til et tilsvarende utenlandsk program som en norsk TV-tabbe. Mark Berger i *Bergensavisen* hadde heller ikke glemt at *Sommer'n med Guggen* «ble slaktet stort sett over hele linjen», og *JonGlen Show* var «ikke særlig festligere». Programmet skulle i beste fall vært sendt når aldersgruppa 11–16 så på TV. «Men klokken 1930 er det tid for mor og far – og andre som har begynt å barbere seg – å sette seg ned for å se på fjernsyn».

Etter hvert ble det stille fra Jon og Glen. *Programbladet* fikk spørsmål fra en TV-fan om hvor showet ble av. Svaret har bestandig vært legendarisk for undertegnede, i all sin korthet og usentimentalitet:

«JonGlen Show er ikke mer. Og kommer ikke tilbake».

## Uteliggeren på Jar skole

I 1997–98 spilte jeg det nye *Championship Manager*-spillet, og gikk innimellom også på skole. Sjette klasse. To kull under oss hadde de begynt med både A, B og C-klasse, og siden dette ble en fast ordning manglet skolen nå rom. Bærum kommune tok da ikke i bruk staller med krybber, selv om enkelte foreldre kanskje rangerte barna sine såpass høyt at en slik setting hadde vært naturlig. Skolen måtte ombygges, og hvorfor ikke i samme slengen rive SFO-bygget som knapt var en håndfull år gammelt. I påvente av byggeprosjektet ble det satt opp brakker i skolegården. Noen riktig så gule saker. I den ene holdt 6A og 6B til, i den andre 7A og 7B.

En helt urelatert person fikk en kjempegod idé. En uangrikelig og ufeilbarlig idé. Kanskje? «Vi får se», tenkte vel personen, som rett og slett bosatte seg i mellomrommet mellom de to brakkene.

Det gikk bra en stund. Helt til, og det tok personen kanskje også med i beregninga, noen fikk øye på domisilet.

Brakka hadde nemlig vinduer ut til alle sider. I utgangspunktet førte vinduene bare rett inn i veggen på den andre brakka, så nytten kunne synes begrenset, men slik var nå bare brakkemodellen. Det var dessuten greit nok å kunne åpne vinduet på gløtt for å luften. Få eller ingen tenkte på å se ned i mellomrommet, helt til noen altså gjorde det.

Det eneste jeg kan si sikkert 25 år seinere, er at boplassen til den ukjente personen hadde bøker liggende. Der foregikk lesning. Så var det en eller annen form for madrass. Klær eller tepper også? – se, det blir spekulasjon. («Objection, your honor! Speculation! Conjecture!») Pakninger fra mat lå der antakeligvis også. Gulostpakke, demrer det. Men på dette tidspunktet var ingen hjemme i sitt midlertidige hjem.

Læreren, som fort ble koplet inn i saken av en elev, lovt å feie vekk «problemet», og så ble gjort. Tilværelsen fortsatte helt upåvirket for nesten alle involverte. En dag i 2022, da jeg fikk øye den lokale uteliggeren på Bekkestua, og tingene han sparte på i en handlevogn lånt på ubestemt tid, kom jeg imidlertid til å tenke på datidas uteligger. Ble det handlet riktig den gangen? Måtte virkelig vedkommende vekk?

Personen hadde jo påviselig en høflig og påpasselig framferd, i og med at hen ikke hadde gitt noen lyd eller tegn fra seg, og ikke engang var hjemme da barnehodene stakk ut av vinduet. OK, så hadde hen tatt seg litte grann til rette på kommunal grunn. Men skolen er for undervisning,

pluss eventuelle aktiviteter som spinner ut fra dette (jeg kan garantere at det ble *gitt* undervisning, men om prosessen «læring» foregikk *samtidig* som undervisningen, er et åpent spørsmål). Når ingen av disse aktivitetene ble forstyrret, var skolen like mye skole som før hen tok seg til rette.

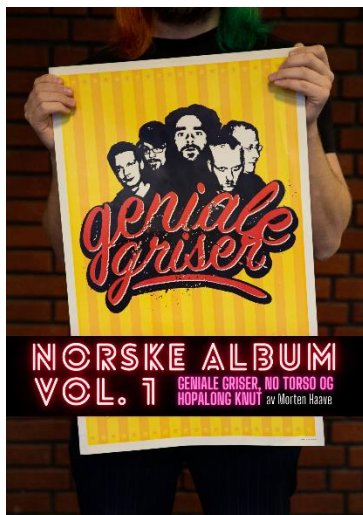
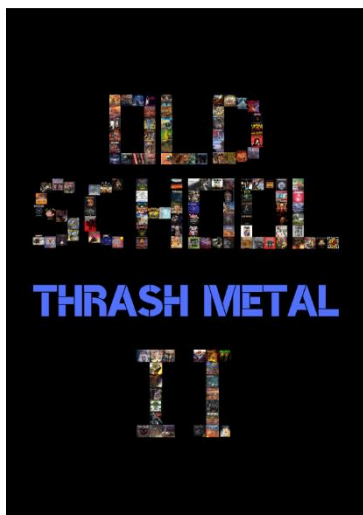
Ja, når sant skal sies kan man kalle uteliggeren et slags forbilde: Bøkene på madrassen er nevnt. Personen fordreiv åpenbart tida med lesing. Hva annet kan man kalle det enn en hån mot skolens pågående leseaksjoner da autoritetene usentimentalt rensket vekk boplassen? Vel, antakelig mente de voksne på skolen at en hjemløs person falt utenfor det som skolebarn burde få av input. Men denne aktive leseren kan kanskje kalles et *delvis* forbilde, *ensaks*-forbilde, eller et *betinget* forbilde. Forresten kjenner vi også munnhellet «gjør som jeg sier og ikke som jeg gjør». Her kunne vi gjort en lettere kosmetisk endring til «gjør som jeg gjør, og ikke som jeg *også* gjør», og brukt inspirasjonen til å styrke barnas vilje til lesing, en av de grunnleggende ferdighetene i skoleverket.

Jeg håper i det minste at personen som eliminerte boplassen, så gjesten inn i øynene. At ikke det skjedde mens gjesten var ute på andre gjøremål, og ryddesjauerne bare la igjen en lapp: «Vi har rydda vekk alt. Du er nå enda mer hjemløs enn du var i dag morges. Hilsen Bærum kommune». Hvis de faktisk løste kommunikasjonen per lapp, håper jeg i det minste at skolen plasserte de få eiendelene i en banankasse ved skoleporten. Kanskje kunne nevnte lapp vært sirlig satt inn som et bokmerke der uteliggeren så ut til å være i boka som så mest ut som den som for øyeblikket holdt på å bli lest.

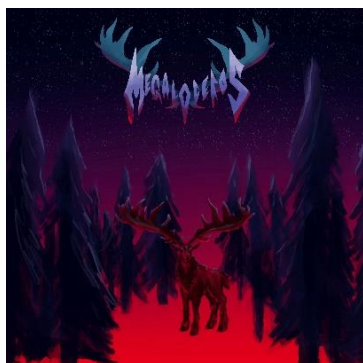


Litt til venstre ses mellomrommet mellom brakkene.

## Også fra PIY Records



PIY Records utgir musikk og bøker om musikk. Her er noen av de nylige bøkene samt et av albumene PIY har utgitt i 2022. Klikk deg rett inn.



## Kilder

Kilder er å finne på [haavehistorier.com/piy-records/innfall](http://haavehistorier.com/piy-records/innfall). Klikk deg inn.

## Bildelisenser

Bilder med fri lisens har dette oppgitt. Utklipp og/eller stillbilder fra aviser, magasiner, nettsider, TV-program og spill samt albumcover trykkes under fair use som tillater gjengivelser i litt mindre størrelse for kommentatoriske formål. Ta kontakt hvis det er noen spørsmål rundt dette.

## Spesiell takk til

Flere intervjuobjekter har stilt opp, men spesielt må Christel Morch framheves, som også lånte ut fotoalbum og introduserte meg videre til andre. Inspirasjonen til boka kom etter diverse samtaler våren 2023, særlig med *A-magasinet*s Per Magnus Riseng og Bærums største Slint-fan.

## Navneregister

Tall med strek under angir kapittelnummer i stedet for sidetall.

### Personer

Akerø, Dan Børge	56-59, 62	Bergwall, Sture	27
Algar, Garth (fiktiv)	141	Bing, Jon	34
Allman, Eric	68	Birkenes, Arne	112
Aminati, Daniel	107	Bjune, Eivind	70
Andreassen, Johnny	130	Björk, Fredrik	72
Andresen, Trond	26	Bjørnersen, Martin	89
Arnesen, Cathrine	158-159	Bobo, Eric	89
Askeladden (fiktiv)	162	Bohlin, Göran	91-92
Aspesæter, familien	107	Borchgrevink, Hans	108, 110
Augedal, Knut	26	Borgersrud, Aslak	17
Avellán, Andrés	132	Brandslet, Steinar	24
Baba, Ali (fiktiv)	68	B-Real	se Freese
Bakke, Asbjørn	85	Breistein, Jan Arild	32
Balboa, Rocky (fiktiv)	166	Broadus, Calvin	84
Bambi (fiktiv)	91	Brunvoll, Atle	33-34
Barbie (fiktiv)	<u>12</u>	Brøndmo, Erling	125, 130
Barstad, Trude	132	Butthead (fiktiv)	127-128
Barte-Sam (fiktiv)	135	Bøkestad, Geir Olav	120-121, 126
Beavis (fiktiv)	127-128	Campb., Wayne (fiktiv)	141
Berg, Arne	130-131	Carlson, Sannie	142
Berg, Henning	35	Castaway, J. (fiktiv)	<u>5</u>
Berger, Mark S.	169	Chen Ing-hau	70
Bergesen, Martin	106	Chisholm, Melanie	3, 154

Clinton, Bill	33	Hansen, Torgeir	121
Cobain, Kurt	91	Hasselhoff, David	15
Dahl, Kim Anders	63	Haudemann-A, Jan	62
Danielsen, Jan W.	138	Hays, Will H.	26
Da Vinci, Leonardo	75	Herbern, Stig	62
Dion, Caline	103	Heyerdahl, Thor	60
Ditlefsen, Jone	99	Hill, Benny	166
Dybdahl, Anne K.	136-137	Hiorthøy, Kim	10
Dylan, Bob	125	Hoffart, Håkon	10
Dåvøy, Laila	28	Hole, Svein-Erik	88
Eazy-E	se Wright	Holen, Øyvind	93-94
Ekern, Yngve	34-35	Holm, Gunilla	41
Enderud, Kåre Jonny	126	Holmedal, Irene	86
Evenrud, Ole	128, 142	Holstad, Henning	61
Falck, Christer	142	Husby, Johan	69
Faldaas, Morten	<u>16</u>	Høiness, Helle	140
Falsk, Herodes	se Hansen	Hå, Heismann (fiktiv)	147
Five, Kaci K.	33	Ice Cube	se Jackson
Fjeld, Steinar	121	Indrehus, Per Kristian	120, 122, 126
Fjellheim, Karstein	136-137	Ingvaldsen, Gøran	63
Flatland, Hallvard	56	Isaksen, Pia M.	124
Flottorp, Gordon	110-111	Jackson, Joe	107
Flåten, Tommy	86, 138	Jackson, O'Shea	93
Fox, Samantha	130-131	Jassy, David	132
Freese, Louis	<u>10</u>	Jeremy	22-23
Fritzl, Josef	74	Jerry mus (fiktiv)	7, 106
Frostad, Robert	63	Jespersen, Otto	162
Gala	se Rizzatto	Johansen, Linda	<u>14</u>
Gallagher, brødrene	105	Jokeren (fiktiv)	166
Gates, Bill	33	Jordal, Preben	87, 95
George, Rocky	86	Kane (fiktiv)	se Kucan
Goldberger, Andreas	74	Kahlbom, Helene	46-48, 51
Grue, Sidsel	114	Kamrau, Britta	107
Grønneberg, Anders	140	Kelly, Angelo	106-107
Guggen (fiktiv)	<u>16</u>	Kelly, Dan	96, 106
Hagen, Dan	91	Kelly, Joey	107
Hagen, Carl I.	105	Kelly, Patricia	101
Hagen, Stein-Erik	60	Ken (fiktiv)	115, 123-124
Halliwell, Geri	154	Kirkholt, Thor Inge	38
Hammari, Linda	76	Kolltveit, Gjermund	121
Ham.low-Berg, Helge	135	Kolstad, Kim	41
Haneke, Michael	74	Kran, Kjell O.	79
Hansen, Kim Bård	35	Kristiansen, Sonja	49-51
Hansen, Per Kristian	94	Kucan, Joe	14
Hansen, Tanya	144-145	Kvarme, Ingrid	43

Kyrkjebø, Sissel	133	Nome, Magnus	11, 24
Laukli, Einar	109, 110	Nordeng, Kjell	104, 140
La Verdi, Merethe	128	Nymoen, Silya	132
Le Cream	se Svensson	Næss, Petter	<u>16</u>
Lek-Linda	se Johansen	Olsen, Vegard	126, 168
Leviatan (fiktiv)	119	Orvedal, Ivar	131
Lie, Leiv G.	22	Osbourne, Ozzy	35
Lien, Inger-Lise	158	Osvold, Leif	34
Lien, Ole Vidar	122	Ovind, Jan	164-166
Lille Martin	se Sørensen	Pedersen, Bernt E.	91, 95, 141
Lilletun, Jon	108, 111-112	Pedersen, Lise Å.	45-46
Lind, Espen	35	Pedersen, Rune	140
Lindboe, Kaare	81-82	Pedersen, Svenn Y.	48
Litman, Janice (fiktiv)	84	Pettersen, Jørn	164-165
LL Cool J	se Smith	Priklopil, Wolfgang	74
Lombardo, Attilio	86	Quick, Thomas	se Bergwall
Lombardo, Dave	86	Raab, Stefan	107
Lumley, Joanna	8	Radomir, Jovan	132
Luther, Martin	7	Reitan, Odd	60
Lynne, Bjørn	7, 12-13	Reyes, Senen	<u>10</u>
Malone, Sinitta	130	Riseng, Per Magnus	173
Manson, Charles	106	Rizzatto, Gala	123
Manus, Max	135	Robbie, Margot	113
Markusson, Markus	164-165	Rossiné, Hans	164
Mateschitz, Dietrich	74	Rudberg, Rune	122
Melissa, spåerske	71	Rugaas, Bendik	38
Meziani, Michael	107	Røkke, Kjell Inge	151
Meyer, Christine	122, 132	Rønning, Joachim	135
Midge (fiktiv)	126	Rønning, Jonas	168
Minerva (gudinne)	37	Rønningen, Trygve	164-167
Morch, Christel	<u>12</u>	Rørstad, Rudi	143-144
Mordstein, Benedikt	54	Sabrina	se Salerno
Muggerud, Larry	<u>10</u>	Salerno, Sabrina	130-131
Mumba, Samantha	126	Samantha	se Fox
Naveen, Mala	158	Sand, Simen	126
Necrobotcher	se Stubberud	Sandberg, Espen	135
Ness, Frode	50, 52	Sandmæl, Finn	151
Nguyen, Nam P.	95	Satan (fiktiv)	135-136
Nichols, Natalie	103	Schanche, Martin	117
Nicholson, Jack	166	Sen-Dog	se Reyes
Nilsen, Gustav	131	Shortcut	se Olsen
Nilsen, Helle	52	Singstad, Jo	26
Nilsen, Lena	114	Sinitta	se Malone
Nilsen, Morten Ståle	140	Sitterstad, Anja	77
Nilssen, Stig	129, 142	Skipper (fiktiv)	115, 126

Skjæveland, Egon	99	Tande-Petersen, Alf	117
Slack, Rhon	18	Tarantino, Quentin	26
Slemmelid, Anne	100	Tellefsen, Arve	133
Slyngstad, Rune	4, 104	Teresa (fiktiv)	124, 126
Smith, David L.	67, 71, 72	Thomsen, Magnus	63
Smith, James T.	140	Timmy T	se Torres
Snoop Dogg	se Broadus	Torres, Timmy	140
Solvang, Einar	28	Tom katt (fiktiv)	7, 106
Sonstad, Klaus	24	Tommy Tee	se Flåten
Spandow, Arild	61, 62	Trusler, James	45-48
Sputnik	se Storbukås	Tyler, Steven	97
Springsteen, Bruce	90	Uteligger, NN	<u>17</u>
Stallone, Sylvester	166	Valebrokk, Erik	128
Steen, Håkon Ursin	17	Vinger, Audun	106
Steinkjer, Mode	90	Vollen, Marit	122-123
Storbukås, Knut	100	Wilson, Jill	103
Strand, Christian	41	Wirrum (fiktiv)	162
Strzelecki, Thomas	88	Wright, Eric	95
Strømøy, Tore	46-48	Wrona, Sean	53-54
Stubberud, Jørn	86	Wunderlich, Klaus	100-101
Svartdahl, Egil	164	Zakariassen, Kåre	<u>11</u>
Svendsberget, Maria	113	Yeo, Kimberley	48
Svensson, Christian	132, 141	Young, Neil	133
Svensson, My	52	Yuen, Simon	57-59, 62
Svensson, Thomas	132	Øgrim, Tellef	71-72
Sway	se Lind	Øien, L. Alexandra	142
Søderlind, Didrik	142	Østbø, Stein	102, 122
Sørensen, Martin	46	Aarønæs, Lars	57-59
Søraa, Øyvin	142		

## Grupper

2 Unlimited	133	Drama	120, 125
Aerosmith	97	Dr. Bombay	125
Aqua	121, 142, 154	Dr. Hook	133
Baccara	130	East 17	7
Backstreet Boys	105	E-Rotic	97
Bone T.-n-Harmony	89, 95	Flava to Da Bone	140
Boney M	141	Hanson	103
Creation	120, 126	Haddaway	133
Crusaders	13	Hype	<u>14</u>
Culture Beat	133	Infinite Mass	91
Cypress Hill	<u>10</u>	Infinity	41
Devotion	128	Jackson Five	107
Diva	132	Jefferson Airplane	33



Just D	91	Rolling Stones	121
Kaizers Orchestra	99	Scooter	133, 153
Kelly Family	4, <u>11</u> , 153	Slayer	86
Kent	159	Slint	173
Klovner i kamp	41	Smokie	150
Korn	85	Snap	133
Kraftwerk	130	Snekkersve-kara	94
Latin Kings	91	Solfaktor X	138
La Verdi	128	Sonic Youth	85, 91
Marilyn Manson	108	Spice Girls	103, 105, 153-
Milli Vanilli	130, 131		154, 159
M-Path-Y	138	Subzero	92
Navigators	132	Suicidal Tendencies	86
N-Sync	154	Torgeir og Kjendisene	121
NWA	95	Trancylvania	128
Oasis	92, 105	Tungtvann	89
Ottawan	128, 130	U2	89
Paradisio	123	Vengaboys	124
Pearl Jam	85, 91	Whigfield	142
Rednex	138	Ylvis	107

## Bedrifter, organisasjoner, merker

Akers Mic	60	Cadbury	118-119
Alkokutt	81-82	Carhartt	155
Amiga	7, 13	Chr.ania Seildugsfabrik	87
Amazon	63-64	Club 7	133
Angelfire	3	Coca-Cola Comp.	105
AOL	64	Cocktail	127, 139, <u>14</u>
Applause Data	63-64	Cyber	80-82
A-pressen	68	Danskebåten	81
Arcade Records	120, 122, 124, 128, 132	Dark Dog	77
Arcus	81	Darwin Awards	155
Arkaden	76	Dickies	155
Attitude (sko)	157	Diesel (klær)	161
Bananer i pysjamas	125	Din Sko	157
Battery	41, 77	Disney	21, 25
Beam Software	<u>2</u>	Dixon (butikk)	33
Bit.ly	39	DMA Design	<u>4</u>
BLNO	41	Donald Duck & Co	120
BouncingDVDlogo	40	Dosse	155
Bratz	126	Dunderdon	155
Buffalo GmbH	<u>16</u>	East Point	144, 150
Bullit	78	Elvepolitiet, Rhinen	101, 106
		EMI	96-97, 100

EPA	151	Lek	127, 133-134,
Erektus (drikke)	78		139
EU	105, 127	Levi's	159
Eurosko	156-157	LG	54
Eurospill	56, 64	Lollapalooza	86
Eurovision Song C.	100	Lucas Arts	34
FBI	72	Løiten	80
FDA	120	Lågprisbutikken	75
Ferner Jacobsen	61	Mafiaen, den svenske	27
Filippa K	155	Magic (drikke)	77
Folkeaksj. Mot Hasj	86	Manson Family	96
Foodora	62	Matnett	61-62
Fornyingsdep.mtet	54	Mattel	113-114, 117- 118, 120-124
Fremskrittspartiet	11	Melodi Grand Prix	100-101, 105, 122
Frost, butikk	155		113
Fubu	159	Metro-senteret	113
Galleberg, J.	119-120	Microsoft	33, 66, 68
Global Mon. Games	57-58	Miss Norway	144
Glock	87	Miss Sixty	155, 159
Go Go Booking	143-144, 146- 147	Miss Wet T-shirt	14
Google	76	Mogul Media	37
Grand Hotel	116	Napster	66
Guinness	36, 41, 44-45, 49, 54-55	Nasjonalgalleriet	34
Hakon Gruppen	62	NationSquid	67
Hare Krishna	23	Nestlé	120
Hells Angels	27	Nintendo	7
Hype Records	128	NLF	129
Høgskolen i Vestfold	70	Nokia	51
Idrettsforbundet	79	Nord VPN	73
Instagram	121	NORMAL	86
IOGT	80	Norman Antivirus	70
IV Gang	146-147	Norsk barneblad	98, 105, 159
Jolly Cola	164	Norsk Hydro	65
Kel-Life Prod.	96-98	Norsk Rikstoto	64
Kelly-fam. (1880-tall)	106	Nostalgia Nerd	40
Kinder	119-120, 158	NRK mP3	159
Komplett.no	63-64	NRK TV	46, 134-136, 162
Kristelig Folkeparti	28, 80, 111- 112	NRK P3	105
Kristelig Kringk.lag	137	NTB	45, 80, 89, 68, 126
Kvinnegruppa Ottar	117, 147-149, 151	Online Club	Z
La Coste	81	Onlyfans	52
		Ottar	se Kvinnegrup.

Paco (klær)	159	Statens næringsm.tilsyn	81, 142
Parlino	53	Statistisk Sentralbyrå	29
PC-Klubben	35	Statoil	75, 121
PC-Partner	69	St. Olav bokhandel	59
PEGI	29	Strawberry Loonies	153
Peppes Pizza	62	Stud.samf. i Vestfold	70
Playstation	7, 41	Team 17	1
Pointcast Inc.	37	Telekiosken	41-42, 44, 49-50
Pokemon	119	Telehuset	44-45
Politiet	23-24, 26-27, 44-45, 48, 75, 92, 168	Telenor	67
Polydor Records	96	Tele 2	53
Polygram	126, 128	Televerket	121
Pripps	77	Telia	52-53
ProMac	32	Tiktok	52, 123
RC Cola	164	Time Musikk	99
Red Bull	9	Tollvesenet	75-77
Rema 1000	60-62	Topp 20	77, 84, 101, 134-137
Reuters	68	Triaden (Hong Kong)	113
Rimi	60, 62	Triaden (Lørenskog)	113
Ringnes	77	TT	72
Rockstar North	se DMA	Tusenfryd	113
Roomservice	62	TV 2	16
Roots (sko)	157	Universal	126
Rortunet	113	Uni. of Edinburgh	37
Rubicon TV	162	Usenet	66
Rød Valgallianse	147	Videonova	60
Screensaversplanet	39	Virgin Records	103
Sega	7	Vålerenga Ishockey	77
Senterpartiet	28	Warstock C&C (fiktiv)	61
Sierra	33	Wikimedia	154
Siste Planeten, den	153	Woodstock '94	86
Skoringen	157	Wu Wear	159
Skorådet	155	Zett Cult	157
Smart Club	59, 117	Yatack	56, 62-63
SOL	64	Youtube	14, 15, 40, 50, 51, 55, 67, 107, 123, 162, 167-168
Sony	91-93, 94	Ølcompagniet	77
Sound of Music	107		
Spaceworld	20, 29, 60		
Spotify	123		
Språkrådet	43		
Stabæk Fotball	138		



*Innfall fra 90-tallet*  
**Morten Haave**  
ISBN 978-82-691452-6-7