



IDDISKULTUREN

Samleik i hermetikkbyen

JOHN GUNNAR JOHNSEN

Scenen er en gruslagt gate, den klare vårsola er i ferd med å tørke opp tre små pytter etter den siste regnskyllen. Plutselig høres frydefulle rop fra en ungflokk på jakt etter hundrevis av fargeklatter som sprer seg i den lette vårvinden. I sentrum for det hele, en gutt i 10 – 12 års alderen på toppen av et skittengrøtt plankegjerde. Gang på gang kaster han nye «bodder» med «iddisar» opp i lufta og høster de andre barnas beundring og engasjerte rop.

Scener som dette kan mange gjenkalle fra sin egen oppvekst. «Sjeining», eller «drøsing», av sardinboksetiketter, «iddisar», var vanlige innslag i barnas lek i «Hermetikkbyen-Stavanger» fram til slutten av 1960-åra. Mangfoldet av iddisar sam-

men med det store omfanget disse aktivitetene hadde, har gjort denne kulturen til noe særegent for Stavanger-distriktet. Samtidig fungerer den også som en døråpner til folks egen oppvekst, byens nære fortid.

I denne artikkelen skal jeg belyse noen sider ved denne kulturen. Hovedvekten blir lagt på iddisane, selve kulturgrunnlaget, men i tillegg vil disse også bli satt inn i en større kulturell ramme.

Hermetikkbyen Stavanger

Vekstperioden for hermetikkindustrien i Stavanger kulminerte ved inngangen til 1920-åra. I 1922 var det registrert 70 hermetikkfabrikker i byen, det høyeste tallet i den hundreårige hermetikkperio-

den. Industriens spede begynnelse var i midten av 1870-åra da en håndverksmessig produksjon kom i gang i de første fabrikkene. Ved århundreskiftet foregikk overgangen fra håndverksmessig til industriell produksjonsmåte. Samtidig vokste også de karakteristiske fabrikkbygningene og pipene opp i områdene nær byens sjølinje. Resultatet ble en by hvor bortimot 50% av arbeidsplassene var i hermetikkindustrien eller dens støttenæringer. Avhengigheten av denne sesongpregede næringen gjorde også byen sårbar for svingninger i markedssituasjonen eller råvaretilgangen. I 1920- og 30-åra opplevde byen flere år med massearbeidsledighet og derpå følgende sosiale problemer.

Den økonomiske veksten stimulerte også til en økning i folketallet, fra 20.000 i 1875 til 30.000 i 1900 og videre til 44.000 i 1920. Tempoet i folkeøkningen sto ikke i forhold til boligreisningen og resultatet var ofte trangboddhet. Et annet særtrekk for Stavanger er sammenblandingen av boliger og industribygg. Dette skapte en helt annen nærhet til foreldrenes arbeidsplass enn vi idag er vant med. Samtidig gjorde dette det også enklere å kombinere arbeid og barnetilsyn i en periode med få barnehageplasser. Lite trafikk gjorde gatene til viktige lekearealer sammen med spredte friarealer.

Denne strukturen varte ved til slutten av 1950-åra da tilbakegangen for hermetikkindustrien begynte. I løpet av 30 år forsvant samtlige fabrikker og dermed også grunnlaget for iddiskulturen.

Iddiskulturen som system

I sitt opphav og utvikling er iddiskulturen spontan, improvisert og variert. Dens ulike former var skapt av barn og tilpasset de ulike lokale forutset-

ningene i den enkelte gate. Likevel er det i ettertid mulig å se mange fellestrekk, et system, i de mange variantene.

«*Kilden*» eller startgrunnlaget for aktivitetene, er iddisane. Disse ble produsert i enorme opplag og i tusenvis av varianter. Dermed eksisterte det en overflod som de fleste barn hadde mulighet til å «spise» gratis av. Noen var frimodige nok til selv å oppsøke hermetikkfabrikkene og be om iddisar. De fleste barn fikk imidlertid nye tilførsler gjennom foreldre eller andre slektninger som arbeidet i hermetikkindustrien eller på trykkeriene. I utgangspunktet hadde dermed alle barn sin egen «start-kapital», men, og det er et viktig men, denne startkapitalen var sjelden lik. På grunn av det store antall fabrikker og ulike iddismotiver, var det alltid sannsynlig at andre hadde noe som en selv ikke hadde. Iddisane fikk dermed verdi, *bytteverdi*. De ble barneverdenens pengesedler. Hva var da mer naturlig enn at de også ble oppbevart som pengesedler, i sirlige «bodder» med 10 i hver, 9 inni og en brettet rundt. Boddene ble deretter lagt i skoer eller plassert under senga, eller gjemt inni et skap.

«Millionær for en time»

Drøsing eller sjeiningen som ble beskrevet innledningsvis, kan betraktes som barnas virkeliggjørelse av drømmen om den store skatten. I en barnevirkelighet med trange kår og nesten ingen penger, er det ikke vanskelig å forstå at slike drømmer kunne ha god grobunn. Forbildene kunne hentes fra mange steder, fra barnebøkernes sjørøverberetninger, via jobbetidens lokale Bør Børsoner til «The American Dream». Denne siste ble for oss som vokste opp i 1950-åra, synliggjort gjennom Donald-bladenes Onkel Skrue.

Med en skoeske full av iddisar kunne vi for en kort stund tre inn i eventyrets verden og legge bak oss trangboddhet og pietistiske sparepåbud. Timens millionær fikk gatas oppmerksomhet rettet mot seg, og boddene av iddisar. Gjennom noen små «prøve»-kast ble forventningene bygget opp og vindforholdene sjekket. Så kom hovedkastet, først et lite «narre»-kast for å spenne forventningene, deretter ble iddisane av full kraft kastet opp i lufta og spredte drømmene blant ivrige barnehender.

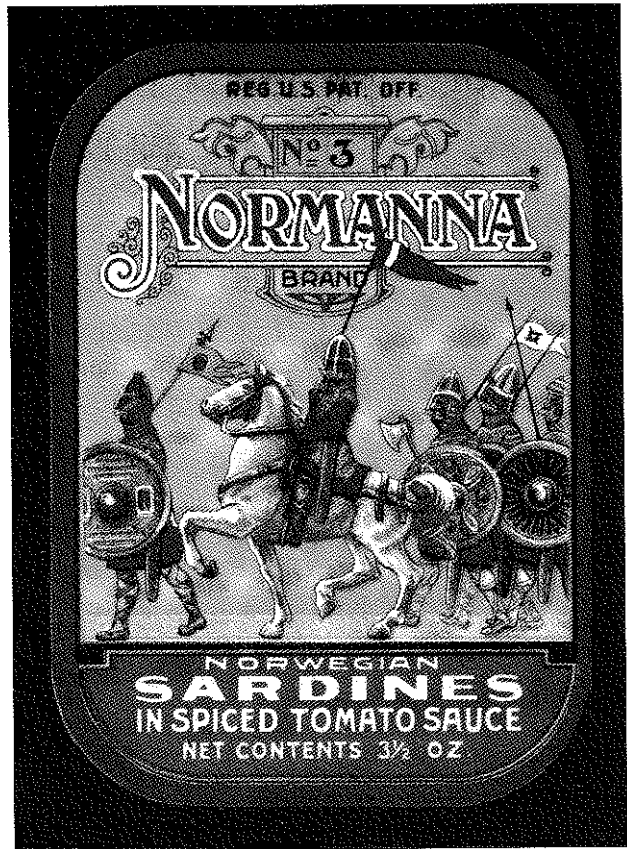
Mablis

Iddisanes funksjon som betalingsmiddel kom tydeligst til syne i kulespillet «mablis» eller «klinking».

Ordet mablis kommer av engelsk «marbles» som betyr marmorkuler. Slike marmorkuler ble bl.a. brukt av litografene til å slipe de litografiske steinene med. Etter en tids bruk ble kulene slitt og måtte skiftes ut. Dermed var det lett for barn og unge å skaffe seg disse til vårens mange konkurranser. Slike spill med kuler er imidlertid ikke noe spesielt Stavanger-fenomen, andre steder i landet er det imidlertid andre navn for den samme aktiviteten, bl.a. kiksing og klinking. I England kalles spillet «marbles» og vårt ord kan derfor være en direkte tilpasning av dette.

Spillestedene var enten gruslagte veier, gårdsplasser eller allerhelst en hardtråkket mark. Med skohælen laget en det nødvendige hullet, deretter ble småstein og rusk fjernet slik at kulene kunne trille uhindret. Reglene for spillet kunne være in-fløkte og ofte med lokale variasjoner. Hovedinnholdet var imidlertid følgende:

Fra en strek noen meter fra hullet trillet en sin kule mot hullet. Den som kom nærmest fikk først



forsøke å treffe, knagge, de andre. Når en traff gjaldt det å sende motstanderne ned i hullet. På forhånd var det avtalt hvor mange iddisar en skulle få ved knagg, treff i hullet osv.

Det ble også spilt en variant med strek istedenfor hull. Førsteretten fikk den som kom nærmest streken. Belønningen ved knagg i denne varianten var avhengig av hvor nær motstanderens kule en

ble liggende etter treff. Måleredskaperen var hånda, og avstanden ble målt i fingerbredder og grep.

Denne varianten av mablis har viktige likhets-trekk med en annen barneaktivitet, «*doning*». Alderen til deltakerne var da normalt høyere og kule-ene ble erstattet med femøringer.

Mablisspillet har ikke forsvunnet helt, men de fleste steder er iddisane som betalingsmiddel borte, istedet har det blitt vanlig å spille om kuler. Reglene for spillet har dermed også blitt forenklet.

Pillefygertar

Som en del av iddiskulturen utviklet det seg en variert brettekunst. De fargerike og lakkerte iddisane var svært godt egnet til bretteing av ulike modeller.

Fly var det spesielt mange og avanserte typer av, men iddisane ble og brukt til å brette bl.a. båter. Disse kunne brukes til seilas på «pyttar» i nabolaget.

Størst omfang hadde aktivitetene med fly, eller «pillefygertar», som er den lokale betegnelsen på papirflya. Disse ble framstilt i mange varianter og av en eller flere iddisar. En viss inspirasjon i dette arbeidet kan de nok ha hentet fra motivene på iddisane, fordi fly alt i 1909 ble brukt som illustrasjon på disse.

Blant barn og unge var det også et konkurranse-moment i forbindelse med pillefygertane. Konkurransen gikk både på hvem som kunne brette de mest kompliserte og de mest flyvedyktige modellene. Langt opp i 1960-åra foregikk det flykonkurranser i skolegårdene i Stavanger-distriktet. Premi-ene i slike konkurranser kunne bl.a. være sjeldne iddisar.

Fargeklatter i barneleken

Overfloden av iddisar utvidet i perioder bruksom-rådene. Nokså vanlig var bruken som dekorasjon og hale på papirdragene. Dermed kunne en gi sin egen drage særpreg og dessuten også finpusse flyvedyktigheten.

Uvanlig var heller ikke bruken som dekorasjon på skolebøkene. Det ensformige Sparekasseoms-laget kunne dermed med enkle midler bli tilført både farger og motivspenning.

Uvanlig var derimot bruken som tapet på barne-rom. Det skulle rike kilder og stor tålmodighet til for å gå i gang med en slik dekorasjonsoppgave. Resultatet ble ihvertfall originalt.

Iddisane som samleobjekt

Alle betalingssystem har betalingsmidler med ulik verdi, slik også med iddisane. De som ble brukt til mablis eller til ulike brettekunst, var «*duzin*vare» som fantes i store antall. Andre, ofte med fargerike motiv, ble tatt godt vare på i telefonkataloger eller limt inn i egne album. Disse ble bare byttet enkeltvis eller mot flere andre.

I denne bruken av iddisane har de fått egenverdi, det er iddisen selv som er det sentrale, ikke hva den kan brukes til. Et spørsmål som raskt dukker opp er hvorfor barn, unge og voksne begynte å samle på iddisar. Dessverre finnes det få samtidige svar, derfor blir vi i stor grad overlatt til vårt eget resonnement og nåtidige vurdering av iddisane.

Et synspunkt av eldre dato skal imidlertid tas med, det kommer fra den datidige formannen i Norsk Frimerke Club, Bertr. C. Middelthoen. I 1909 skrev han et innlegg i avisa Vestlandet hvor han på vegne av klubben etterlyste gamle «Herme-

tiketiketter». Hensikten var å «faa istandbragt en saavidt mulig komplet samling af disse Etiketter».

Dette er det eldste kjente utsagnet som bekrefter en samlerinteresse for iddisane. Foreløpig er det ikke kjent hva resultatet av dette initiativet ble, men det er funnet flere store innlimte samlinger som skriver seg fra dette tidspunktet. Systematikken og grundigheten i disse samlingene minner sterkt om den en finner hos frimerkesamlere. Det er derfor ikke urimelig å anta at den første «iddisklubb» ble startet rundt 1910 som en utløper av Norsk Frimerke Club.

Middelthon var imidlertid ikke villig til å tilskrive iddisane noen samlerverdi.

«.. vor Interesse for disse Etiketter som Samlerobjekt indskrænker sig til Kuriositetsinteresse, idet vi selvfølgelig anser selve Samlingen af Etiketterne uden Evne til at byde andre end Børn nogensomhelst Glæde eller Fornøjelse.»

Mange barn, i alle aldre, fant imidlertid både «Glæde» og «Fornøjelse» ved å samle på iddisar, det er derfor god grunn til å stille spørsmålet, hvorfor?

Hvorfor samlet du på iddisar?

Samlerpsykologi er et vanskelig emne å gi seg inn på, det er heller ikke nødvendig i denne sammenheng med noen dybdeboring. Begynnelsen på et svar kan imidlertid være deres store antall, deres lette tilgjengelighet og det faktum at de normalt ikke kostet noe. Dette er tørre og nøkterne konstateringer, men den viktigste forklaringen ligger i deres utseende.

I en verden preget av billedknapphet prentet iddisane seg til netthinnen både med sin fargerik-

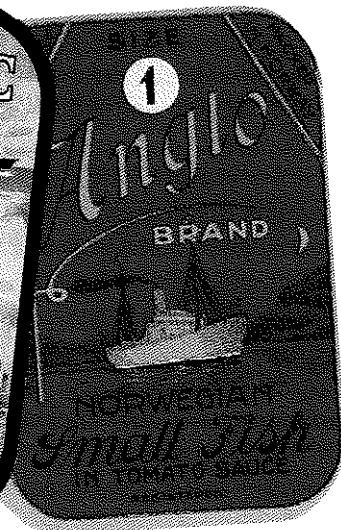
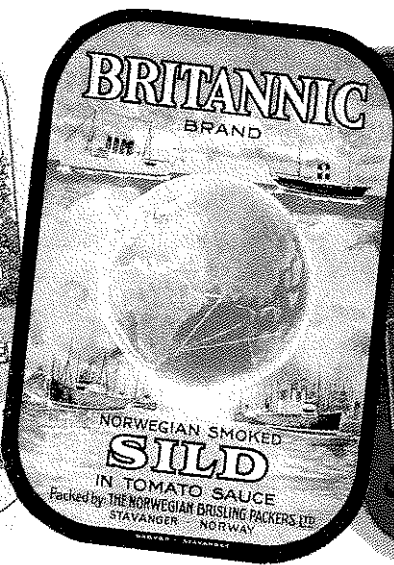
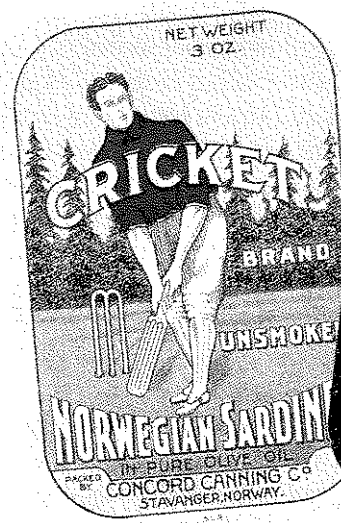
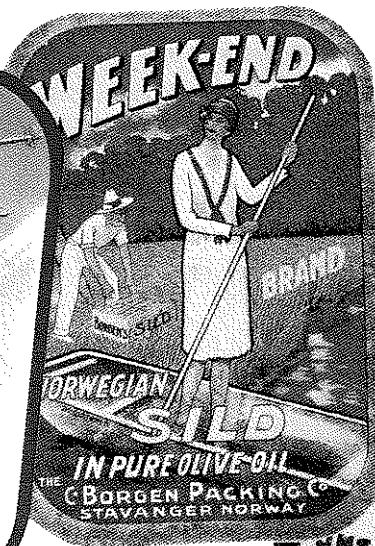
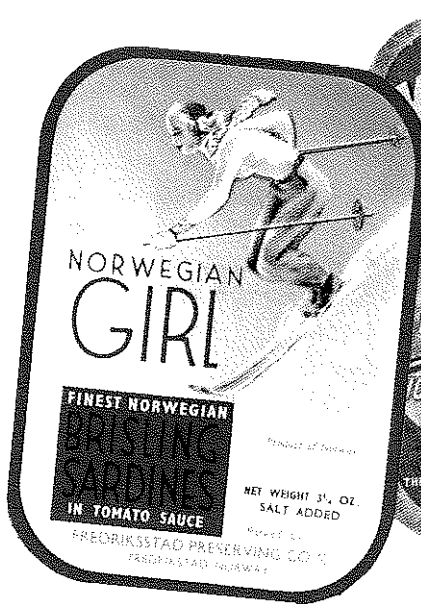
dom, glans og motivmangfold. Historiens og samtidens helter og heltinner ble synliggjort på en måte som hverken aviser eller lærebøker kunne måle seg med. På samme måte brakte de også eksotiske himmelstrøk og dyr inn på barnerommet i fire farger og flere varianter. I vår svart-hvitt verden var de med på å gi drømmer og kunnskaper farger og nye dybder. Ved å bevare dem, og utvide samlingen, kunne også fantasiene beholdes, tas fram igjen og brukes på nytt.

Som forklaringsbrikke kan en heller ikke se bort fra konkurransemomentet også i denne barneleken; det ga status å ha den største samlingen i gata. Iddisanes fortrinn i denne sammenheng var at de gjorde det mulig å kåre mange vinnere. Du kunne ha flest dyremotiv, skipsmotiv, konger osv. Eller det kunne være flest fra en fabrikk eller et trykkeri. «Vinner»-følelsen kan således også være en del av forklaringen på iddisanes verdi som samleobjekt.

Et gløtt inn i iddisanes verden.

Før vi forlater selve iddisen kan det være av interesse å gi en liten presentasjon av de viktigste motivgruppene.

Etiketter ble brukt på fiskehermetikken fra begynnelsen av 1880-åra, men ikke i den form de seinere fikk. De første en kjenner er smale band langs siden, sarien, på boksene. Lokketikettene fulgte raskt etter, men disse var ofte lite forseggjorte og trykte på vanlig uglanset papir. Ifølge E. Grønnestad skal gamle boktrykker Dreyer ha uttalt «at utstyr var noget fabrikkene ikke skulde bry sig en døit om; var bare indholdet godt, saa var avisapapir og almindelige avistyper mere end godt nok.»



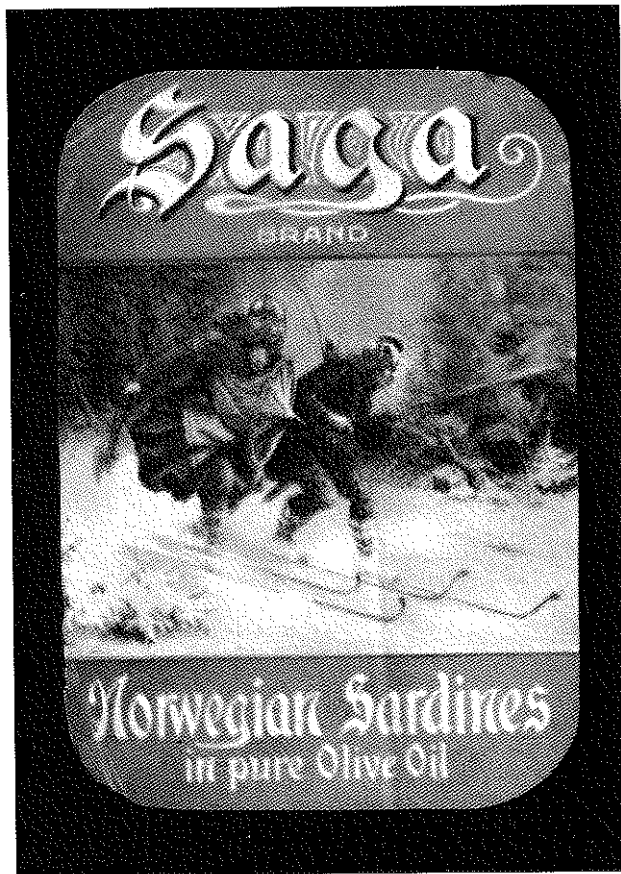
Ved århundreskiftet ble de fargerike og forseggjorte iddisane vanlige, og antall motiv økte raskt sammen med økningen i tallet på fabrikker.

Et av de eldste registrerte varemerkene er «Nansen paa Nordpolen» som Chr. Bjelland & Co. registrerte i 1896. Dette er et godt eksempel på hvordan hermetikkindustrien brukte kjendiser og aktuelle hendinger i markedsføringen av produktene. Polferdene til Nansen og Amundsen var i sentrum for folks oppmerksomhet i flere tiår og det ble laget en rekke iddisar med illustrasjoner inspirert av dem, og natur og dyreliv i polområdene.

Kongelige var en annen gruppe kjentfolk som ble brukt i stort omfang på iddisane. Vårt eget kongehus kan vi følge fra 1905. Første gang en møter kronprins Olav er i 1909, da et portrett av den 6–7 år gamle tronarvingen brukes på tre ulike iddisar. Ved hjelp av iddisane kan en så følge hans livsløp helt fram til 1970-åra.

Når en bruker kongelige i markedsføringen, er det fordi dette oppfattes som et uttrykk for kvalitet, samtidig er deres blikkfangsverdi også god. Litt av dette er også tilfelle med konger fra norrøn tid, men her spiller en også på spenning, fantasi og historisk interesse. Iddisar med slike motiv var svært populære og sto høyt i kurs hos samlerne.

I mange typer reklame er kvinner det en oftest har brukt som blikkfangseffekt. Samme tendens finner en også for brislinghermetikken. Når en blar gjennom samlinger med eldre iddisar, blir en slått både av antallet kvinnemotiv og den store variasjonen. Dollar-prinsesser, nonner, pakkersker, tjenestejenter, havfruer, omsorgsfulle mødre og forføreriske danserinner, er noen av de kvinnetypene en møter. Det er også interessant å se at iddiskvinnene var aktive både på ski, skøyter og i



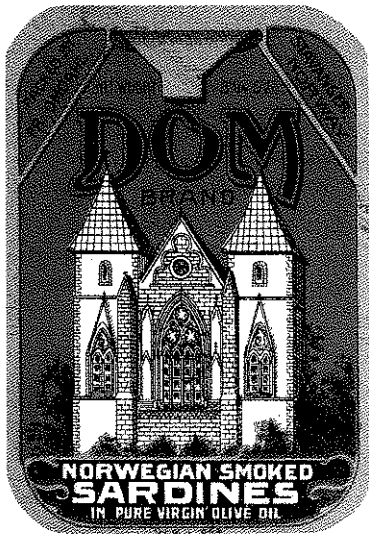
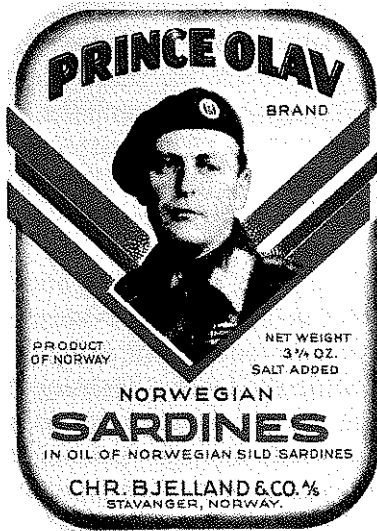
forretninglivet før 1920. Portrettingen av dem synes derfor å fange opp også denne siden ved kvinnerollen.

Motiveksempelene som er brukt til nå, viser at produktinformasjonen ofte kunne være minimal, men selvsagt finnes det også mange iddisar som er knyttet til fisk og sjø. Disse ga dermed ikke-



lesende kunder litt mer informasjon om hva slags produkt som fantes i boksen. Fram til 1930 var imidlertid fiskeavbildingen lite å stole på. I Danmark ble brislingen bl.a. markedsført som «lax-røged» og «imiteret lax». Enkelte illustrasjoner viser også bunadskledde kvinner som stolt viser fram en laks. Interessante er også de surrealistiske motivene med flyvende, spaserende og smokingkledde fisker. Selv om vareinformasjonen dermed var begrenset, så var likevel slike iddisar humorfylte og artige fargeklatter.

Sjømotivene inneholder naturlig nok også mange fartøyer, dels som deler av en større illustrasjon og dels som hovedmotiv. Blant de siste finner en både vikingskip, fullriggere og moderne sivile og militære skip. Mayflower, Lusitania, Fram, Gjøa og Stavangerfjord er bare noen av de mange kjente skip som er avbildet. Motiver som dette var ettertraktet blant barn og unge, de ga et gløtt ut til den store verden og stimulerte ens egne drømmer om spenning og dåd i fjerne farvann. For en ung gutt var sjømannsyirket et realistisk alternativ i 1920-



åra, og iddisanes store Atlanterhavskryssere kunne derfor bli ens egen arbeidsplass om få år.

Iddismotivene nørte også opp under en annen drøm, å bli rik, og dermed få adgang til «Club des Millionaires», «Club des Billionaires» eller kanskje endog «Club des Trillionaires». I iddisanes verden finnes de alle, og dessuten bilder av mange spennende reisemål og reisemåter. Her møter en de første velstående turister, enten på fottur i norske fjell, eller ombord på cruise-skip i norske fjorder. Lokale turistattraksjoner som Domkirken og Lysefjorden fikk også sine egne iddisar. Ved å kjøpe denne brislinghermetikken kunne folk flest få en liten smak av denne overflodsverden, samtidig som en fikk iddisen og drømmene.

Iddisar – et av mange samleobjekt.

Iddiskulturen er på mange vis særegen, men samtidig er det grunn til å understreke at det samtidig eksisterte en utbredt interesse for å samle også på andre typer hverdagsgrafikk eller bruksgrafikk. Bakgrunnen for denne samleinteressen var i stor grad bruken av nye trykkt teknikker og maskiner i siste halvdel av 1800-tallet. Disse muliggjorde masseproduksjon av firefargers trykksaker til lave priser.

Fargerike etiketter ble brukt i markedsføringen av mange vareslag. Størst likhet med hermetikketikettene har fyrstikketikettene, som både i motivvalg og mangfold minner sterkt om iddisane. Interessant i denne sammenheng er også det faktum at det i Sverige, nærmere bestemt i Jönköping, både finnes et fyrstikk-museum og en klubb som kan sammenliknes med vårt eget Hermetikkmuseum og Iddisklubben.

I kampen om det britiske sigarettmarkedet brukte de store tobakkprodusenter bl.a. billedkort, eller samlekort, som et middel i markedsføringen. Disse ble snart ettertraktet som samleobjekt og forbilde også for markedsføringen av andre vareslag. De første samlemerkene i Norge ble tatt i bruk omlag 1910 og var vedlegg til en rekke produkter fra sjokolade via sigaretter til forsikring.

Glansbildene skiller seg litt fra de andre eksemplene, delvis pga. motivvalget, men særlig fordi disse ble produsert for å selges. De første glansbildene ble produsert i Tyskland på midten av 1800-tallet. Opprinnelig kjøpte en glansbildene for å komponere sine egne personlige postkort, menuer eller invitasjoner. Relativt snart ble de imidlertid samleobjekt i seg selv og fikk dermed egenverdi.

Andre eksempler enn disse kan også reknes opp, f.eks. servietter, appelsinpapir, idrettsbilder, filmstjerner, postkort osv. Alle disse vitner om en oppfatthet av bilder i en tid hvor dette var mindre selvfølgelig enn i dag. Iddisane skiller seg likevel fra de andre på noen punkter. For det første var de ikke salgsobjekter eller samlevedlegg, men en del av emballasjen. Dessuten hadde de også et langt videre bruksfelt innen barnekulturen enn de andre samlebildene. I vårt distrikt kom de derfor til å stå i en særstilling.

Iddiskulturen i dag.

De siste årene har det vært en fornyet interesse for iddisane og kulturen omkring dem. Dette er gledelig av flere grunner.

I sin egenart er iddisane små reklameplakater. De uttrykker hva folk, reklameskapere, firma osv.

gjennom et hundreår har oppfattet som positive salgsfremmende verdier. Iddissamlingene visualiserer dermed hvilke holdninger og normer som dominerte til ulike tider.

Iddisane dokumenterer også utviklingen innen det grafiske håndverket fra steintrykk til dagens edb-styrte trykkerier. Samtidig blir det viktig å ta vare på kunnskapene om både produksjonsmåter og menneskene som var med på å skape det mangfoldet.

Sist, men ikke minst, fungerer iddisane som «historiske blikkfang» som får eldre og yngre til å stanse opp og bli nysgjerrige på ulike sider ved vår

egen nære fortid. Svarene på de mange spørsmål som dukker opp, kan i stor grad gis av foreldre og besteforeldre-generasjonene. Dermed stimulerer iddisane til en muntlig og aktiviserende kulturoverlevering, vel verd å bevare i vår mediarevolusjonære tid.

Litteraturliste:

- Rolf Danielsen: Stavanger mellom sild og olje, Stavanger 1988
John G. Johnsen: Iddisar, Oslo 1988
Kulturen 1987, Stockholm 1987
Thor G. Norås: Jeg + kulturen min, Stavanger 1980
Maurice Richards: Collecting Printed Ephemera, London 1988
Rogaland i nær fortid, Oslo 1983

John Gunnar Johnsen

Studieinspektør ved Ledaal videregående skole, p.t. fungerende avd.leiar Hermetikkmuseet, Stavanger Museum.