



Prosjektnotat nr. 22-2013

Virginie Amilien, Ane Ohrvik og Torvald Tangeland

Halloween på norsk

En eksplorerende studie av et nytt norsk ritual

SIFO

© SIFO 2013
Prosjektnotat nr. 22 – 2013

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel	Antall sider	Dato
Halloween på norsk	59	30.10.2013
Title	ISBN	ISSN
Forfatter(e)	Prosjektnummer	Faglig ansvarlig sign.
Virginie Amilien, Ane Ohrvik og Torvald Tangeland		
Oppdragsgiver		
<p>Sammendrag</p> <p>Fra midten av 1990-årene har noen nordmenn kvelden før første november hvert år opplevd barn som kler seg ut i skremmende kostymer, ringer på dører og forventer å få godteri. For folk flest oppfattes Halloween mest som en ”amerikansk tradisjon” innført til Norge mens butikkene gleder seg over mulig økt fortjeneste. Men hva slags type fest er Halloween? Er det en fest knyttet til tradisjon, til barnekultur eller til forbrukskultur? Hva er Halloween, og hvor kommer skikken fra?</p> <p>Målet med dette prosjektnotatet har vært å gi en oversikt over forskningen om Halloween samt å gi et eksplorerende bilde av Halloween som et nytt norsk ritual. Rapporten består av to hoveddeler, den ene basert på kvalitative og diskursive data mens den andre bygger på kvantitative analyser av data samlet inn gjennom SIFO-surveyen i 2012 og 2013. Halloween benyttes her både til å beskrive et nytt norsk kulturelt uttrykk som kan oppfattes som et ritual, og som en casestudie for bedre å forstå forbrukspraksiser knyttet til noen nye tradisjoner.</p> <p>Feiringen ble innført i USA på slutten av 1800-tallet, da britiske, og spesielt irske, innvandrere tok opp igjen noen av sine tradisjoner som var knyttet til deres identitet. Denne rapporten kaster lys over kultur- og identitetsspørsmål knyttet til den norske feiringen av Halloween ved å fokusere på opprinnelsen, dagens feiring av Halloween, Halloween i den offentlige debatten i Norge og Halloween som entreprenørskap. Hoveddebatten handler om at Halloween først og fremst er et kommersielt ritual, noe som ofte oppfattes som umoralsk. Men Halloween fremstår som en fest knyttet til både barne- og forbrukskultur. Det virker som om barna synes det er gøy, og foreldrene er med og bidrar.</p> <p>I korte trekk kan vi oppsummere den norske Halloweenfeiringen i 2011 og 2012 med følgende punkter:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Under 1/5 av befolkningen feiret Halloween i 2011 og 2012. ➤ Mer enn 50 % av de som feiret Halloween er familier med hjemmeboende barn - mellom 6-15 år. ➤ Å kjøpe ”knask” er det vanligste, men kun 5 % av de over 60 år gjør det. ➤ Ingen skumle summer - Halloween koster de fleste husstander under 250kr per år. ➤ Feires hovedsakelig av de med høy utdanning og i de øvre inntektsklassene <p>Det forbruksforskningmessige blikket på Halloween åpner mot mange ulike perspektiver. Vår undersøkelse understreker kompleksiteten ved utviklingen av nye tradisjoner med komplementære problemstillinger knyttet til kultur (med tradisjon, ritual, normer og verdier), økonomi (ved marked, kjøpeatferd, husholdningsbudsjett), politikk (ved ritualisering, fest og samfunnsnormer) og samfunnsforskning generelt (forskjell mellom by og land, sosiale klasser og etnisk opprinnelse).</p> <p>Summary</p> <p>On the 31st of October, some Norwegian people have experienced the last 20 years children who dress up in scary costumes, calling on doors and expect to get candy. Halloween is often perceived as an "American tradition» introduced to Norway by a market which wanted to make profit. But what is the Norwegian Halloween? Is there related to the tradition of children's culture or consumer culture? Where does the tradition come from and how do we celebrate?</p> <p>The aim of this report was to provide an overview of previous research on Halloween. It is then an exploratory study of Halloween as a New Norwegian ritual. The report consists of two main parts, one based on qualitative and discursive data while the other is based on quantitative analysis of data collected through SIFO survey in 2012 and 2013. Halloween is used here both to describe a new Norwegian cultural festivity that can be perceived as a ritual , and as a case study, to better understand consumer practices related to new traditions .</p> <p>Halloween was introduced in the U.S. in the late 1800s', when British, and especially Irish, immigrants took up some of their traditions to emphasize their identity. This report sheds light on cultural and identity issues related to the Norwegian celebration of Halloween by focusing on its origin, the current celebration of Halloween, Halloween in the public debate in Norway and Halloween as entrepreneurship. The main debate is primarily about the fact that Halloween is a commercial “ritual”, often perceived as immoral. But Halloween is emerging as a social gathering related to both child- and consumer culture. It seems that the kids think it's fun, and the parents are supporting and helping.</p> <p>We could summarize the Norwegian Halloween celebrations in 2011 and 2012 with the following points:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Less than one fifth of the population celebrated Halloween in 2011 and 2012. 		

<ul style="list-style-type: none"> ➤ More than 50 % of those who celebrated Halloween are families with children at home - between 6-15 years ➤ To buy sweets is the most common way to celebrate, but only 5 % of those over 60 did. ➤ No spooky expenses- Halloween costs most households under NOK 250 per year. ➤ Halloween was mainly celebrated by respondents with high education and in the upper income classes <p>Our approach in term of culture of consumption on Halloween opens to many different perspectives. Our study emphasizes the complexity of the development of new traditions with complementary issues related to culture (with tradition , rituals , norms and values) , economics (the market , buying behavior, household budget) , politics (by ritualisation, gathering and social norms) and social issues in general (difference between town and country , social class and ethnicity).</p>
<p>Stikkord</p> <p>Halloween, tradisjon, ritual, forbrukskultur, identitet</p>
<p>Keywords</p> <p>Halloween, tradition, ritual, culture of consumption, identity</p>

Halloween på norsk

En eksplorerende studie av et nytt norsk ritual

av

Virginie Amilien, Ane Ohrvik og Torvald Tangeland

2013

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo

Forord

I 2004 skrev SIFO-forskerne Virginie Amilien og Mari Rysst kronikken ”Halloween: Den nye barnefesten?” hvor ulike aspekter ved Halloweenfeiringen i Norge ble diskutert (se vedlegg 1). I kjølvannet av kronikken har journalister i oktober hvert år kontaktet Statens Institutt for Forbruksforskning for kommentarer knyttet til Halloween. Problemstillinger knyttet til innføringen av Halloween i Norge har skapt og skaper stadig debatt i mediene, og det er åpenbart et stort behov for mer kunnskap om den norske Halloweenfeiringen. Formålet med dette prosjektnotatet er derfor å rette et første forskningsblikk på emnet ”Halloween i Norge”.

Rapporten bygger ikke på et konkret forskningsprosjekt, men på et flerfaglig og spennende samarbeid mellom tre forskere med ulike perspektiver og faglig bakgrunn. Ane Ohrvik (freelance kulturforsker) og Virginie Amilien (kulturforsker ved SIFO) har hatt en kulturfaglig tilnærming til Halloween og utformet teksten sammen, mens Torvald Tangeland (samfunnsforsker ved SIFO) står for den kvantitative analysen.

Denne eksplorative studien ønsker å se nærmere på Halloween som festkultur i Norge gjennom stikkord som kommersialisering og forbruksmønster, mediefokus og festens historie og betydning. Tradisjoner som jul og påske har vært gjenstand for mange studier, mens nye feiringer som Halloween har fått lite oppmerksomhet. Vi vil fokusere på Halloween som en ny tradisjon og observere på hvilken måte markedet, forbruk, media, globalisering og de som feirer Halloween påvirker tradisjonen og dens utvikling. Målet er å igangsette et forskningsprosjekt om Halloween som en casestudie innenfor forbrukskultur.

Vi vil takke SIFO for støtte og spesielt for å ha gitt oss muligheten til å ha noen spørsmål i SIFO-surveyen. Tusen takk til våre kollegaer Mari Rysst og Ane Christine Engh for god hjelp med korrektur og formatering.

Nydalen. Oktober 2013

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING (SIFO)

Virginie Amilien, Ane Ohrvik og Torvald Tangeland

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
Summary	11
1 Innledning	13
2 Datamateriale og metoder	15
3 Et etymologisk og tradisjonelt blikk på Halloween	19
3.1 En førkristen tradisjon?	19
3.2 Fra Allehelgensdag til Halloween	19
4 Dagens Halloweenfeiring.....	21
5 Halloween i den offentlige debatten	23
5.1 Halloween på den politiske dagsorden.....	23
5.2 Fra politikere til foreldre	24
5.3 En institusjonalisering av Halloween?	29
5.4 Den medierte Halloween.....	30
6 Halloween – entreprenørskap i familie og i samfunnet	37
7 Halloween-feiring – Nye tall fra 2012 og 2013	41
7.1 Å kjøpe godteri til barna, eller mer?	41
7.2 Hvem feirer Halloween?	45
7.3 Ingen skumle summer	48
8 Oppsummerende konklusjon	49
8.1 Høstfest ut av mørket?	50
Litteratur.....	53
Vedlegg 1 - Kronikk VG 2004 <i>Halloween-den nye barnefesten?</i>	55
Vedlegg 2 - Debatt Bergens Tidende onsdag 31. 10. 12 - <i>Knask eller knep?</i>	57
Vedlegg 3 - Halloween spørsmål SIFO-Survey	59

Sammendrag

Målet med denne rapporten har vært å gi en oversikt over forskningen om Halloween samt å gi et eksplorative bilde av Halloween som et nytt norsk ritual. Rapporten består av to hoveddeler, den ene basert på kvalitative og diskursive data mens den andre bygger på to kvantitative undersøkelser. Alle underkapitlene bygger på komplementære samfunnspektiver på Halloween, direkte inspirert av, og knyttet til ofte stilte spørsmål som f.eks: Hvor kommer Halloween fra? Hvordan feirer man Halloween? Hva synes nordmenn om Halloweenfeiringen? Hvem feirer Halloween?

Den første delen av rapporten fokuserer hovedsakelig på hvordan Halloween blir oppfattet og beskrevet i tidligere forskning og i norske medier. Opprinnelsen til Halloween er et tema som har stimulert forskning både i Norge og ellers i Europa. I kapittel 3 ser vi at dette har sammenheng med at Halloween ble introdusert på samme tid i hele Vest-Europa i 1990-årene, mens det ble innført i USA 100 år tidligere, da britiske, og spesielt irske, innvandrere tok opp igjen noen av sine tradisjoner som var knyttet til deres identitet.

Etter å ha kastet et blikk på hva Halloweenfeiringen inneholder i Norge i dag (kapittel 4), fokuserer kapittel 5 på Halloween i den offentlige debatten. Der har vi undersøkt holdninger til feiringen blant politikere og foreldre; hva som sies og skrives i medier. Hoveddebatten handler om at Halloween først og fremst er et kommersielt ritual på grunn av handelsstandens store tilbud av Halloween-produkter, noe som ofte oppfattes som umoralsk. "Å feire eller ikke feire Halloween?" har derfor vært et vanlig spørsmål i debattene. Grovt sett er det to hovedtendenser i denne debatten. Den første omfatter "konservative" kritikere som ikke vil ha Halloween i Norge og den andre de "innovative" tilhengere som synes at Halloween er festlig. Eventuelt ønsker noen at det finnes klarere "rammer og regler" (f.eks. at hvis lysene er slukket, så ringer ingen på døra) for å unngå konflikter. Aftenposten ble brukt som "casestudie" og det viser seg at det har blitt flere og flere artikler om Halloween de siste 15 årene. Artiklene, som først refererte til den amerikanske feiringen, eller Halloween filmer, ble i økende grad mer og mer knyttet til den norske feiringen av Halloween, mens temaene utviklet seg med tiden.

Til slutt har vi åpnet for en annerledes måte å se Halloween på der kulturell identitet, amerikansk påvirkning og entreprenørskap har vært hovedfokus. Det finnes flere entusiaster som har støttet Halloween-feiringen og bidratt til å organisere lokale feiringer. I kapittel 6 presenteres én spesifikk amerikaner bosatt i Østlandsområdet, som ikke bare var en ekspressiv tilhenger av Halloweenfeiringen i Norge, men også bygget opp et businessforetak på bakgrunn av sin Halloween-interesse.

I den andre delen tegner vi et fargerikt bilde av Halloween i dag der de kvantitative dataene er illustrert i ulike tabeller. I korte trekk kan vi oppsummere den norske Halloweenfeiringen slik:

- Under 1/5 av befolkningen feiret Halloween i 2011 og 2012.
Av de over 1000 respondentene som svarte er det 18 % som feiret Halloween i 2011 og 15 % i 2012

- Mer enn 50 % av de som feiret Halloween er familier med hjemmeboende barn - mellom 6-15 år. Husene pyntes, men det sosiale samværet flyttes også ut i gatene; Halvparten av respondentene gikk ”ut” og feiret Halloween (enten foreldre som følger med barna eller folk som går på fest.)
- Å kjøpe ”knask” er det vanligste, men kun 5 % av de over 60 år gjør det. De fleste respondentene feirer Halloween ved å kjøpe ”knask”, oftest godteri og sjokolade(ca. $\frac{3}{4}$ deler). I tillegg viser undersøkelsen at 45 % kjøpte kostymer eller gjenstander. Men man kjøper ikke nødvendigvis nytt hvert år: Svært interessant er gjenbruk av kostymer og gjenstander fordi de fleste familier med barn under 15 år bruker dem om igjen.
- Ingen skumle summer - Halloween koster de fleste husstander under 250kr per år. Av de andre bruker ca. $\frac{1}{4}$ mellom kr 250-499 og kun litt over 1 % bruker mer enn kr. 1000.
- Feires hovedsakelig av de med høy utdannelse og i de øvre inntektsklassene

Hvis man vandrer gjennom Oslos gater og observerer handelsstandens massive Halloweendekor kan 18 % eller 15 % i forhold til dem som har interesse i Halloweenfeiringen virke lavt. Dette kan ikke forklares ut fra en geografisk forskjell fordi det ikke var noen signifikant korrelasjon mellom de som feirer Halloween og urbane eller rurale bosteder. En viktig bakgrunnsvariabel er ”hjemmeboende barn”. Mer enn 50 % av de som feiret Halloween har barn mellom 6-15 år, noe som forklarer hvorfor foreldre er så engasjerte i debattene om Halloween og dens legitimitet. Yngre eller eldre respondenter er mye mindre involvert. Sosial klasse har en betydelig innvirkning på hvor viktig Halloween har blitt i familien.

Likevel er det mange som forbereder seg til feiringen gjennom kjøp av godteri og sjokolade, gulrot eller nøtter. I tillegg har tilbudet på utstyr som kostymer, pynt/dekorasjoner, stearinlys, blomster, kaker, osv. økt betraktelig. Undersøkelsen viser at 45 % kjøpte kostymer eller gjenstander. Men man kjøper ikke nødvendigvis nytt hvert år. Sosialt samvær er også en sentral del av Halloween, og ca. $\frac{1}{3}$ av respondentene bruker tid sammen og lager effekter. Halloween er definitivt en fest knyttet til både barne- og forbrukskultur. Det virker som om barna synes det er gøy, og foreldrene er med og bidrar.

Summary

On the 31st of October, some Norwegian people have experienced the last 20 years children who dress up in scary costumes, calling on doors and expect to get candy. Halloween is often perceived as an "American tradition" introduced to Norway by a market which wanted to make profit. But what is the Norwegian Halloween? Is there related to the tradition of children's culture or consumer culture? Where does the tradition come from and how do we celebrate?

The aim of this report was to provide an overview of previous research on Halloween. It is then an exploratory study of Halloween as a New Norwegian ritual. The report consists of two main parts, one based on qualitative and discursive data while the other is based on quantitative analysis of data collected through SIFO survey in 2012 and 2013. Halloween is used here both to describe a new Norwegian cultural festivity that can be perceived as a ritual, and as a case study, to better understand consumer practices related to new traditions.

Halloween was introduced in the U.S. in the late 1800s', when British, and especially Irish, immigrants took up some of their traditions to emphasize their identity. This report sheds light on cultural and identity issues related to the Norwegian celebration of Halloween by focusing on its origin (chapter 3), the current celebration of Halloween (chapter 4), Halloween in the public debate in Norway (chapter 5) and Halloween as entrepreneurship (chapter 6). The main debate is primarily about the fact that Halloween is a commercial "ritual", often perceived as immoral. We observe there a "traditional" group which does not understand the meaning of an imported tradition based on commercial purpose, and an "innovative" group who think that Halloween is a funny festival for children and who reminds that most traditions are imported. Halloween is emerging as a social gathering related to both child- and consumer culture. It seems that the kids think it's fun, and the parents are supporting and helping.

Referring to our analysis of the 2012 and 2013 SIFO-survey, we could summarize the Norwegian Halloween celebrations in 2011 and 2012 with the following points:

- Less than one fifth of the population celebrated Halloween in 2011 and 2012. Of the over 1,000 respondents who answered the survey, 18% celebrated Halloween in 2011 and 15 % in 2012
- More than 50 % of those who celebrated Halloween are families with children at home - between 6-15 years. Some houses are decorated, but social life also moved into the streets; half of respondents went "out" and celebrated Halloween (either parents accompanying children or people who went to a party).
- To buy sweets is the most common way to celebrate, but only 5 % of those over 60 did. Most respondents are celebrating Halloween by buying "treats", usually sweets and chocolate (about ¾ of our respondents celebrating Halloween did). In addition, the survey shows that 45 % bought costumes or other Halloween related products.

But people do not necessarily buy every year: most families with children under 15 use them again.

- No spooky expenses- Halloween costs most households under NOK 250 per year. About ¼ used between NOK. 250-499 and only a 1 % spend more than NOK. 1000.
- Halloween was mainly celebrated by respondents with high education and in the upper income classes

Our approach in term of culture of consumption on Halloween opens to many different perspectives. Our study emphasizes the complexity of the development of new traditions with complementary issues related to culture (with tradition , rituals , norms and values) , economics (the market , buying behavior, household budget) , politics (by ritualization, gathering and social norms) and social issues in general (difference between town and country , social class and ethnicity).

1 Innledning

Fra midten av 1990-årene har noen nordmenn kvelden før første november hvert år opplevd barn som kler seg ut i skremmende kostymer, ringer på dører og forventer å få godteri. For folk flest oppfattes Halloween mest som en ”amerikansk tradisjon” innført til Norge mens butikkene gleder seg over mulig økt fortjeneste. Men hva slags type fest er Halloween? Er det en fest knyttet til tradisjon, til barnekultur eller til forbrukskultur? Hva er Halloween, og hvor kommer skikken fra?

Denne rapporten kan beskrives som en eksplorerende rapport. Målet med arbeidet er å gi en oversikt over forskningen om Halloween i dag for å kunne utvikle et nytt forskningsprosjekt om Halloween i Norge og tegne et eksplorerende bilde av Halloween som et nytt norsk ritual. Halloween benyttes her både til å beskrive et nytt norsk kulturelt uttrykk som kan oppfattes som et ritual, og som en casestudie for bedre å forstå forbrukspraksiser knyttet til noen nye tradisjoner.

Rapporten baserer seg på kvalitative data innsamlet fra slutten av 1990-årene vedrørende Halloween i Norge samt kvantitative data samlet inn gjennom SIFO-surveyen i 2012 og 2013.

Det forbruksforskningmessige blikket på Halloween åpner mot mange ulike perspektiver. Vår undersøkelse understreker kompleksiteten ved utviklingen av nye tradisjoner med komplementære problemstillinger knyttet til kultur (med tradisjon, ritual, normer og verdier), økonomi (ved marked, kjøpeatferd, husholdningsbudsjett), politikk (ved ritualisering, fest og samfunnsnormer) og samfunnsforskning generelt (forskjell mellom by og land, sosiale klasser og etnisk opprinnelse).

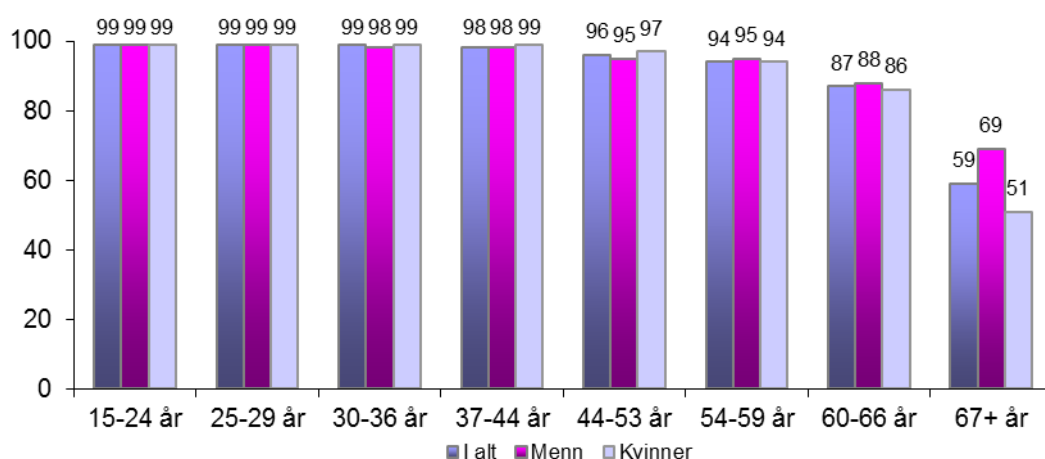
2 Datamateriale og metoder

Den kvalitative tilnærmingen bygger på en *desk-studie* av tilgjengelig materiale om Halloween i ulike medier (aviser, TV) og vitenskapelige publikasjoner i Norge og utlandet. I tillegg bruker vi egne intervjuer med barn, foreldre eller skoleverket (blant annet telefonintervju med 3 skoler i 2004).

Spørreundersøkelsene ble utarbeidet av SIFO og TNS Gallup som gjennomførte datainn-samlingen i løpet av perioden mars-april 2012 og mars-april 2013. Utvalgsrammen var TNS Gallups aksesspanel.¹ Gallup-panelet er et forhåndsrekruttert tilfeldig utvalg av personer over 15 år som er villig til å delta i undersøkelser. Panelet består av ca. 50 000 personer. Deltagerne er rekruttert tilfeldig gjennom andre telefon- (fast- og mobil) og postale undersøkelser, og utgjør et aktivt panel.

Paneldeltakernes bakgrunn er allerede kartlagt og brukes til å rette undersøkelsen direkte mot målgruppen. Panelutvalg kan dermed tilrettelegges med større grad av presisjon enn hva som vanligvis er mulig gjennom andre metoder, ettersom paneldeltakernes bakgrunn er kjent på utsendingstidspunktet. Utvalget er forhåndsstratifisert etter alder, kjønn, bosted og utdanningsnivå.

Målgruppen for SIFO-surveyen var personer i alderen 18 – 80 år. Undersøkelsen er gjennomført over internett. I 2012 hadde 91 % av husholdningene i Norge tilgang på internett.² I aldersgruppen 15 – 80 år hadde 93 % tilgang. Internetttilgangen faller fra fylte 60 år, se figur 2-1.



Figur 2-1: Internetttilgangen i den norske befolkningen etter kjønn og alder. Prosent. (TNS Gallup 2012)

¹ <http://www.galluppanelet.no> [Lesedato: 20.08.2012]

² <http://www.ssb.no/ikthus/tab-2011-07-01-01.html> [Lesedato: 20.08.2012]

Før datainnsamlingen startet ble det definert at ønsket utvalgsstørrelse var på 1000 respondenter i både 2012 og 2013. Undersøkelsen ble sendt ut til 2140 respondenter i 2012 og 2225 respondenter i 2013. Det ble oppnådd kontakt med 1124 respondenter i 2012 og 1124 i 2013. Det ble returnert henholdsvis 1019 og 1012 besvarte undersøkelser i 2012 og 2013. Det gir en svar prosent på henholdsvis 91 prosent og 90 prosent blant dem man oppnådde kontakt med. Etersom undersøkelsen stenges når ønsket antall respondenter er oppnådd, har de sist ankomne informantene ikke hatt anledning til å delta, og responsen underestimeres i så fall eventuelt i forhold til totalt antall utsendte skjemaer.

Før analysen ble gjennomført ble dataene vektet med hensyn til alder, kjønn, bosted og utdanningsnivå for å korrigere for avvik mellom utvalget og den norske befolkningen over 18 år. Tabell 1 viser utvalgsprofilene etter vektning. De to utvalgene skiller seg kun med hensyn til utdanningsnivå. Det var signifikant flere som hadde grunnskole som sin høyeste fullførte utdanning i 2012-utvalget (13,2 %) enn i 2013-utvalget (6,6 %). Det var ingen signifikante forskjeller i andelen som hadde videregående som høyeste fullførte utdanning. For høyere utdanning var det signifikante forskjeller, men i motsatt retning enn hva som ble observert for grunnskole. Det var en større andel i 2012 utvalget som hadde tatt høyere utdanning enn i 2013-utvalget. Kort oppsummert kan vi si at det var større spredning i utdanningsnivået i 2012-undersøkelsen enn i 2013-undersøkelsen.

Alle analysene er gjort i SPSS 21 og signifikansnivået var $\alpha = 0,05$.

Tabell 2-1: Utvalgsprofiler, vektet (2012: N = 1019 og 2013: N = 1012)

	2012	2013
Kjønn		
Mann	50,6 %	50,0 %
Kvinne	49,4 %	50,0 %
Alder		
18 – 29	21,3 %	24,2 %
30 – 44	28,6 %	25,4 %
45 – 59	26,7 %	24,3 %
60+	23,3 %	26,1 %
Boligsituasjon		
Jeg bor sammen med ektefelle / samboer	36,5 %	39,8 %
Jeg bor sammen med ektefelle / samboer og barn	30,4 %	26,2 %
Jeg bor sammen med mine barn	5,0 %	4,2 %
Jeg bor sammen med mine foreldre	6,6 %	4,9 %
Jeg bor alene	17,6 %	17,6 %
Jeg deler bolig med andre voksne	3,9 %	7,3 %
Barn i husstand under 15 år		
Ja	29,8 %	26,1 %
Nei	70,2 %	73,9 %
Utdanningsnivå		
Grunnskole	13,3 %	6,5 %
Videregående/yrkesfag	60,5 %	64,7 %
Lavere grad universitet/høyskole	12,0 %	22,2 %
Høyere grad universitet/høyskole	14,1 %	6,6 %
Bruttohusholdningsinntekt (kr)		
Under 200 000	4,0 %	7,9 %
200 000 – 399 999	19,7 %	12,0 %
400 000 – 599 999	22,7 %	21,2 %
600 000 – 799 999	24,1 %	24,8 %
800 000 – 999 999	16,4 %	17,8 %
Mer enn 1 000 000	13,0 %	16,3 %
Inntektskilde		
Arbeid heltid / Selvstendig næringsdrivende	63,2 %	62,3 %
Alderspensjonist	13,5 %	14,5 %
Sosiale stønadsordninger	12,3 %	10,4 %
Student / Elev	11,1 %	12,8 %

3 Et etymologisk og tradisjonelt blick på Halloween

3.1 En førkristen tradisjon?

Den historiske bakgrunnen til Halloween blir ofte koblet til førkristne festtradisjoner blant kelterne under den såkalte folkevandringstiden i Europas tidlige middelalder. Kelternes høstfest Samhain omkring natten til 1. november var én av fire viktige årshøytider blant denne folkegruppen, og fra 700-tallet av finnes det rikholdige kilder som beskriver denne høstfesten på irsk område. Festlighetene rommet ritualer knyttet til å spå i fremtiden, utførelsen av magiske beskyttelsesritualer og inntak av visse typer festmat (Gillis 2007, s. 121-122). Denne høytiden var også koblet til forestillinger om at de døde samt overnaturlige vesener var spesielt virksomme denne kvelden, og at mennesker derfor var ekstra sårbare i denne perioden. En måte å beskytte seg på innbar derfor å tenne store bål i utkanten av der folk bodde, kle seg ut i skremmende kostymer og lokke eller skremme de potensielt farlige åndene vekk fra menneskene. I dag kan man i Irland observere feiringer som søker å skape direkte koblinger mellom den førkristne keltiske feiringen og dagens Halloween-feiring. På den irske øyen Inismór i Galway feires *Oíche Shamhna* den 31. oktober hvert år og ingrediensene i feiringen har klare fellestrekk med den eldre feiringen (Lysaght 2001, s. 197-198).

De keltiske festskikkene knyttet til Samhain var en av flere førkristne feiringer som ble gjenstand for den kristne kirkes disiplineringsprosjekt. Gjennom forsøk på å omvende hedninger til kristendommen og fortrenge hedenske markeringer innførte kirken kristne festdager i tilknytning til de hedenske feiringene. På 700-tallet flyttet således pave Gregor III feiringen av martyrenes dag fra den 13. mai til 1. november og kalte dagen Allehelgensdag. Markeringen av kirkens hellige menn og kvinner skulle erstatte hedningenes markering av sine døde (Gillis 2007, s. 123-124; Lilja 1998, s. 44). Herfra stammer også betegnelsen Halloween, eller All Hallows Eve som Allehelgensdag ble kalt. Senere ble også Alle sjelers dag innført den 2. november. Denne dagen ble viet til minnemarkeringen av alle mennesker som hadde gått bort.

3.2 Fra Allehelgensdag til Halloween

På tross av de koblingene som ofte gjøres både til den førkristne keltiske feiringen av Samhain og de katolske høytidsdagene Allehelgensdag og Alle sjelers dag, er det på ingen måte mulig å trekke direkte forbindelseslinjer mellom de gamle feiringene og dagens Halloween-feiring. Den Halloweenfeiring vi ser forme seg i dagens Norge er først og fremst inspirert av den Halloweenfeiringen som vokste frem på østkysten av Amerika på slutten av 1800-tallet, og som knytter seg til sammenblandingen av ulike høstfeiringer blant forskjellige etniske immigrantgrupper. Blant disse etniske gruppene finner vi også keltiske innvandrere.

I hans artikkel om Halloween og ritualer som sosiale utfordringer, skriver Adrien Lherm om den britiske Halloween som frem til 1800-tallet var en kollektiv sesongfest hvor ritualer og symboler understreket landbrukssykluser og synliggjorde dugnad på gården og slutten av dyrkesesongen. Halloween bygget her både på en kollektiv ramme preget av karneval og fel-

les måltid, og var kjennetegnet av variasjon og eksperimentering fra sted til sted eller år til år (Lherm 1997, s. 24-25). Med industrialiseringen og færre folk i de rurale områdene forsvinner denne feiringen etter hvert i Storbritannia i løpet av 1800-tallet. Den gjenfødtes imidlertid senere i USA, hvor britiske, og spesielt irske, innvandrerne gjenopprettet noen av deres tradisjoner som var knyttet til deres identitet. I følge Lherm er det få amerikanske kilder som nevner Halloweenfeiringen før 1870. De første feiringene var preget av en karnevalstemning (hvor hverdagsrollene i samfunnet var snudd på hodet). I tillegg ble nye ingredienser - blant annet gresskar som hovedsakelig kom fra lokale indianere - blandet inn i Halloweenfeiringen. At nettopp rekvisitter, gjenstander og symboler har fått en mer dominerende plass i Halloweenfeiringen til fordel for potensielle religiøse eller historiske koblinger fremheves også av den amerikanske folkloristen Jack Santino (Santino 1992, s. 409). Av rekvisitter og symboler han nevner som viktige var jack-o lanterner og sesongmat som gresskar, nøtter og epler, og eplepai bakt med en liten mynt i der den som fant mynten etter tradisjonen ville gifte seg i løpet av året.

Den videre utviklingen av Halloween i USA på 1900-tallet ble også i bunn og grunn en sekulær markering. Dette må også kunne sies å kjennetegne dagens Halloweenfeiring i Norge. Således finnes det ingen klare koblinger mellom den katolske kirkes markering av Allehelgensdag og Alle sjelers dag – og Halloween den 31. oktober.

4 Dagens Halloweenfeiring

Dagens norske Halloweenfeiring består i korthet ut på at barn kler seg ut i mer eller mindre skremmende kostymer, ringer på dører og sier ”knask eller knep”. Forventningen er da at de får godteri (knask), dess mer dess bedre, og får de ikke det, eller folk ikke åpner døren, er det etter sigene lov å kaste råtnede egg på huset eller utføre annen type hevneri (knep). Den gaveøkonomiske utvekslingen som skjer er knyttet til sammenhengen mellom utkledding og krav om godteri. Det som utveksles til tilskuerne er fra barnas side dramatiseringen som skapes gjennom utkleddingen, og gjenytelsen for dette er ”knask”. Innfris ikke kravet risikerer den som besøkes ”knep”. På denne måten er det vi kan betegne som gaveøkonomi i denne delen av Halloweenfeiringen til forveksling lik prinsippene knyttet til det å for eksempel gå julebuk eller ”å gå med stjerna”, to utkleddingsskikker som tradisjonelt har vært knyttet til julefeiring i Norge (se f.eks. Eike 2007, s. 56-77; Ohrvik 2007, s. 583-602).

Halloweenmarkeringen i Norge mobiliserer også familien. Foreldre stiller i stand Halloweenfester for barna og markerer dagen med lysende oransje gresskar i høstmørket. Ungdom arrangerer private Halloweenfester, og deler av utelivsbransjen arrangerer i sin tur fester med Halloween tema. Slik kan man si at mangfoldigheten i den norske Halloweenfeiringen trekker klare vekslere på den amerikanske, slik Jack Santino blant annet har beskrevet den:

Across America, we do not celebrate Halloween in any one way. What one does on or around Halloween varies, depending on such factors as age, place of residence (rural, urban or suburban) region of the country, ethnicity and even associational groups [...] The customs of Halloween vary according to age. From shy begging, to nasty tricks, to drunken parties to parental nurturing, we all do different things at different ages (Santino 1992, s. 409, 411).

På samme måte som Halloween blir feiret på ulike måter avhengig av alder, sted, etnisitet og sosial gruppering i USA, har innføringen av Halloween også fått forskjellige uttrykk i Norge. Samtidig ser vi klare tendenser til at feiringen de siste ti år har vært gjenstand for prøving og eksperimentering som kan sees som et uttrykk for et forsøk på å implementere og tilpasse en importert skikk til norske forhold (se f.eks., Ohrvik 2001 og 2006).

Innføring av Halloweenfeiringen skjedde mer eller mindre samtidig over store deler av Europa på slutten av 1990-tallet og begynnelsen av 2000-tallet, og de samme tendensene til å utprøve og fylle skikken med innhold og mening kan spores her (Korff 2001, s. 177-189). Det finnes imidlertid også eksempler på at feiringen ikke har fått det fotfestet i noen europeiske land som den kan sies å ha fått i Norge. De sveitsiske prestene Michel Salamolard og José Davin begrunner dette i manglende grunnverdier knyttet til Halloween (Salamolard & Davin 2005). Sosiologen Martine Segalen kommer stort sett til samme konklusjon i sin studie av nåtidens ritualer, hvor hun hevder at Halloween er den nye feiringen som ikke klarte å bli integrert i den franske kulturen (i motsetning til for eksempel utdrikningslag som ble importert til Frankrike for ca. 15-10 år siden og ble trendsettende)(Segalen 2009).

På tross av at innføringen av Halloween i Norge på begynnelsen av 2000-tallet møtte motstand fra flere hold (se nedenfor) ser feiringen likevel ut til å ha fått et visst fotfeste i den norske kulturen. Det er få i dag som ikke vet hva Halloween er – eller hva feiringen enkelt

sagt innebærer – selv om dette på ingen måte betyr at flertallet av nordmenn markerer 31. oktober. Likevel bidrar en slik kjennskap til feiringen til at Halloween som fremmedgjørende element blekner sakte, men sikkert. Når uthulte gresskar plassert i inngangspartiene til privat- hus lyser i det norske høstmørket er det dermed ikke fruktens ernæringsmessige verdi folk først og fremst tenker på – men assosiasjonene denne frukten gir som artefakt spesifikt knyttet til Halloween.

5 Halloween i den offentlige debatten

5.1 Halloween på den politiske dagsorden

Selv om en beskrivelse av Halloweenfeiringen som ikke-fungerende, slik Martine Segalen konkluderer med for Frankrikes del, ikke nødvendigvis passer for Norge, har innføringen av Halloween på ingen måte skjedd uten debatt. Gjennom det siste tiåret har både skepsis og kritikk, men også forsvar for feiringen blitt presentert i mediene fra ulike hold. Debattantene kan grovt sett deles inn i tre grupper: offentlige personer fra stat eller organisasjonsliv, foreldre og andre privatpersoner.

Ett av hovedankepunktene mot innføringen av Halloween har vært feiringens kommersielle tilsnitt (se bl.a. Ohrvik 2006). Allerede i 2000 kritiserte den daværende barne- og familieminister Karita Bekkemellem Orheim innføringen av det hun kalte et ”amerikansk kjøpesirkus” i et debattinnlegg i Aftenposten:

Som barne- og familieminister er jeg forundret over at så få stiller seg kritiske til den norske innføringen av denne keltiske skikken som nå stort sett kan betegnes som et amerikansk kjøpesirkus. Selv reagerer jeg både på innføringen av nok en ”kjøpefest” og på de groteske og skremmende effektene som tilbys barna. [...] Trenger vi virkelig denne ”djevlesk gøyale” kjøpefesten i Norge?³

Orheim legger spesielt vekt på å minske den kommersielle påvirkningen på barn og unge, og bruker reklamen som produseres for Halloween-produkter som eksempel på noe som skaper et usunt forbrukspress blant barn. Skepsisen mot feiringens kommersielle tilsnitt ga seg to år etter uttrykk i en organisert foreldreaksjon i Bergen mot Halloween som ”et grusomt kommersielt trick”. I en underskriftskampanje etterlyste foreldrene et etisk ansvar hos leketøyskjedene som reklamerte for blodige rekvisitter til feiringen.

Mer grunnleggende spørsmål om kulturimport og hva som kan kalles norsk tradisjon har også blitt fremsatt i forlengelsen av debatten om Halloweens kommersielle sider. I Dagbladet den 31. oktober 2001 kommenterte journalisten Eva Bratholm følgende sitat fra Åge Haavik i Kirkerådet:

Kommersielle krefter forsøker å innføre en helt ny kultur og tradisjon i det norske samfunnet bare for å tjene penger på det, sier Åge Haavik i Kirkerådet, i en kommentar til den spirende halloweenfeiringen i Norge. Til Aftenposten sier han at feiringen inneholder elementer vi ikke har bruk for og at den gir aksept for flere former for «lausliv».

Til dette svarer Bratholm med et forsvar for Halloween der hun forsøker å nyansere hvilken kulturell påvirkning feiringen er et resultat av samt peke på at Halloween ikke er den eneste tradisjonen med kommersielt tilsnitt:

³http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/Regjeringen-Stoltenberg-I/bfd/Taler-og-artikler-arkivert-individuelt/2000/djevlesk_goy_i_norske_hjem.html?id=264041#

Det er nesten søtt. Noen ganger stiller deler av Kirken opp med nøyaktig de meningene vi fordomsfullt forventer. Kom ikke her med nye tradisjoner og i hvert fall ikke om de har et kommersielt potensial. Hvis det er sistnevnte kraft som skal bekjempes, er faktisk jula en betydelig større utfordring. Ja visst er Halloween en importert skikk, akkurat som julefeiringen i sin tid var det. Bakgrunnen for innførselen er ikke bare kommersiell, trolig er den også et utslag av kulturimport gjennom TV, magasiner, filmer etc. Hvem husker ikke onkel Donald og guttenes flotte utskårne gresskar? Forskjellen er at nå er de innen rekkevidde, og hvorfor skulle vi ikke ta til oss det som er morsomt i andre kulturer?⁴

Feiringens verdimeslige grunnlag har også blitt tatt opp til debatt. I et lengre leserinnlegg i Nordlys 27. oktober 2003 ble feiringens form og innhold satt under lupen:

Formidler denne skikken positive eller negative verdier for barna? Slik tradisjonen blir presentert her i landet er det et sterkt fokus på død og frykt. I en verden med uroligheter, krig og terror, er det ikke da mye viktigere å gi barna trygghet? [...] Et annet moment er den rollen barna får lov til å spille denne kvelden. Da er det nemlig lov til å skremme andre og true til seg godteri, gjennom "trick or treat" (godteri eller knep). Jeg har selv fått kastet egg på min ytterdør. Mange mener disse rampestrekene er misforstått feiring, men de forekommer likevel. Vi må stille følgende spørsmål: Er Halloween med på å forherlige voldssymboler? De fleste ønsker å bygge ned volden i samfunnet, men skrekkeeffektene i Halloween er etter min mening sterke symboler på nettopp vold og destruksjon (her sitert etter Ohrvik 2006, s. 154).

5.2 Fra politikere til foreldre

Mens en synlig del av den offentlige debatten i aviser var styrt av politikere og ulike "stakeholders", ser det ut som om foreldrene også hadde mye å si om Halloween, med debatter hjemme, blant venner og familier og på nettet. Der foreldre fremstår som debattanter varierer fokuset mellom deres syn på kultur og deres ansvar for barn. I følge den østerrikske antropologen Alison J. Clarke er forbruk knyttet til barnefester en viktig del av "det å være mor" i dagens samfunn (Clarke 2007). Hun viser hvor viktig barnefester er og hvor involvert mødrene er i organiseringen. Gaver og gjenstander kjøpt i butikker brukes til å uttrykke gjestfrihet som hun sammenligner med "potlatches"⁵ (Clarke 2007, s. 277).

Det er lite overraskende at de fleste nettdebattene om Halloween er registrert under rubrikker "foreldre og barn" de siste 10 årene. Ut fra en enkel analyse finner vi to hovedtendenser, her illustrert med noen utvalgte, representative sitater hentet fra ulike nettdebatter fra perioden 2002 til 2012.

På den ene siden kan vi observere en konservativ tendens, ledet av de som ikke vil ha Halloween i Norge. Hovedargumentene deres er: 1- at Halloween ikke er en norsk tradisjon, men kommer fra USA, 2- at barn ikke skal vende seg til å tigge, og eller ikke til å hevne seg med å kaste råtnede egg eller tomater når de ikke får det de vil 3- at handelsstanden er den opprinnelige pådriveren bak Halloweenfeiringen og som skaper stort kjøpepress, og 4- at barna har skumle kostymer.

På den andre siden kan vi notere en innovativ tendens med foreldre som synes at Halloween er morsomt. De minner gjerne om at 1- de fleste tradisjoner kommer utenfra og at dette er greit (vi er glade i både juletre og påskeharen) 2- at barna har det gøy og at Halloween er en sosial og morsom fest som alle bør sette pris på, 3- at det er fint med litt annerledes pynt i butikkene, og at man ikke trenger å ha et høyt forbruk (det er for eksempel fint med hjemmelaget kostymer) og 4- at de aldri har sett hærverk og kan nesten ikke tro at dette er sant. Even-

⁴ Kilde: Dagbladet, 31. oktober 2001 «Hellig aften» av Eva Bratholm
<http://www.dagbladet.no/tekstarkiv/artikkel.php?id=5001010059802>

⁵ En tradisjonell fest blant grupper av amerikanske indianer, som antropologene ofte assosierer med gaveøkonomien.

tuelt ønsker noen av dem klarere " rammer og regler" for å unngå konflikter (det vil si mer informasjon om når og hvordan Halloween feires, f.eks. noen tips om at hvis lyset ikke er på så betyr det at man ikke ønsker besøk). Til slutt kan vi legge merke til at den første konservative gruppen beklager at julebukken forsvant til fordel for Halloween, mens flere i den andre og mer innovative gruppen har bodd i USA eller kjenner til og setter pris på den amerikanske tradisjonen.

I 2002 arrangerte NRK P1 en debatt om Halloween med deltagelse av Stig Ryland i Barnevakten og sosiolog Trond Blindheim som uttrykte ulike synspunkter. Flertallet av innringerne til programmet mente at effektene brukt i Halloweenfeiringen var blitt for voldsomme. Blindheim mente at feiringen var like harmløs og morsom som det å gå julebukk, og presiserte at: «Det kommersielle presset mot barn er mye større rundt julefeiringen enn Halloweenfeiringen.» Ryland var på sin side opptatt av at Halloween-maskene blir stadig mer groteske.⁶

Foreldre ringte for å si sin mening, og Medier og Nett kunne melde at "72 prosent av innringerne var negative til Halloween-feiringen, mens 28 prosent var positive."⁷

La oss se nærmere på noen av argumentene som foreldrene har presentert i media. Vi har valgt ut noen få debattinnlegg, som representerer ulike foreldre perspektiver. Dette er gjort for å illustrere de diverse tendenser i debatten, som har foregått i flere år.

Det første eksemplet, presentert i den røde rammen under er fra oktober 2012 og vitner om en viss uforståelighet mot en feiring som ikke har noen røtter i den norske tradisjonen. Følgende innlegg, fra foreldrene som er bekymret for en "ikke norsk" tradisjon, begynner med ELJucan (en kvinne på 40 år) som skrev sitt innlegg i fjor på VGnett's debattsider.⁸

⁶ <http://www.idag.no/aktuelt-oppslag.php3?ID=2230>

⁷ Ibid.

⁸ Fra VGnettdebatt, under tema foreldre og barn

ELJucan 30.10.12 20:55

... Ja, nå er den tiden på året her igjen, hvor ungene skal feire den erkeamerikanske tradisjonen Halloween, og man kommer til å få besøk av en haug med barn på dørra, som skriker "Trick or Treat" i "skumle" kostymer. Hvorfor i all verden har vi tatt til oss denne tradisjonen?

Jeg jobber på en skole, og det eneste ungene snakket om i dag var Halloween. De skulle ha Halloween-fester og tjo og hei. Virket som om de synes det var like stort som julaften...

Lurer på hvorfor foreldre oppfordrer ungene til dette idiotopplegget. Når var det vi begynte å feire Halloween i Norge? Kan ikke være mange år siden, for da jeg vokste opp på 90-tallet, var det ingen som drev med dette. Er det riktig at vi skal lage masse fuzz rundt en tradisjon som aldri har hatt noe rot her i Norge?

Flere svarte til hennes innlegg ved å si at de ikke helt forstod hvorfor hun ikke likte Halloween. Så svarte ELJucan igjen:

Poenget er at mens jul, inkludert juletre er noe vi har feiret her i Norge i århundrer, er Halloween en amerikansk skikk som handelsstanden har tatt inn til Norge for å loppe unger for penger, og irritere voksne, og som er blitt innført det siste tiåret. Var ingen som snakket om Halloween da jeg var barn på 90-tallet

josh_6 24.10.07 14:41

Jeg har også to stk, 12 og 14 år. Mulig jeg har vært altfor streng, men jeg har nedlagt forbud mot halloween-bukk. Fullstendig unødvendig å gå rundt å tigge hos naboer. På den annen side er jeg heller ikke så begeistret for julebukk som det fremstår i dag. Det er bare tigging.

Dyrefrelst 24.10.07 15:38jeg har ikke unger selv enda, men er utrolig motstander av halloween! Hvorfor i all verden skal vi ta til oss en tradisjon fra USA?

Jeg er heller for julebukk, så sant det er julesanger som synges=) Alltid koselig!

_Husker jeg gikk julebukk når jeg var liten, og syntes det var kjempe gøy! Ikke minst spredde det julestemning og gleder.

Halloween er tigging om godteri (som i bunn og grunn dagens unge egentlig ikke burde ha) og fryktligheter som eggkasting, dopapir osv.

Få bort halloween og inn med god gammeldags julebukk=)

Kilder:

<http://vgd.no/samfunn/barn-og-foreldre/tema/1292913/tittel/halloween>

og

<http://vgd.no/samfunn/barn-og-foreldre/tema/1740041/tittel/halloween>

Mens flere klager over et nytt ritual som ikke tilhører den norske kulturen, er mange "bare" skeptiske og i tvil. Hannenord minner litt om ELJucan og referer også til eksisterende norske tradisjoner for å vurdere Halloween, men hun ber om opplysninger og råd. Svarene varierer, men USA både virker som et positivt og negativt argument i vurderingene, som vi ser følgende eksempler på (innlegg fra 2007 presentert i den grønne rammen under):

Hannenord 24.10.07 14:21

Jeg vil gjerne høre med andre foreldre der ute i Norges land, om hva de synes om denne nye skikken vi har fått..

Jeg er mor til to stk, som på død og liv skal kle seg ut å gå Halloween. Jeg er sterkt i mot dette, da dette ikke er en norsk skikk i det hele tatt. I fjor fikk eldste jenta gå, men kun til foreldre av de hun gikk sammen med.

Jeg prøver å forklare hvorfor jeg ikke liker dette, og sier at de heller kan gå julebukk, som ER en norsk tradisjon og som ingen med vettet i behold misliker ringer på døra di, vil jeg tro. Kan ikke på mine bare knær tenke meg at noen av den eldre garde liker at tenåringer står i døra, utkledd som lik og hekser, og tigger godteri...

Maxg 25.10.07 15:45

Hannenord skrev: *"Jeg vil gjerne høre med andre foreldre der ute i Norges land, om hva de synes om denne nye skikken vi har fått.."*

Jeg var tilfeldigvis i California under Halloween i fjor sammen med kona og små barn. Der borte er halloween en stor fest hvor familien er samlet, sminker barna, spiser mat osv. Hekser og pirater var mest pop i fjor. Deretter går barna i samlet flokk rundt i nabolaget og får godteri. Stemningen var litt som på nyttårsaften etter fyrverkeriet hvor alle naboene er ute, og folk har det hyggelig sammen.

[...] Veldig sosialt faktisk. Hvis man tar bort det sosiale og fokuserer på at denne festen fordi barna skal få mere godteri så skjønner jeg skepsisen men barna hadde det kjempemoro og det var mange morsomme "utsmykninger" og kostymer å se. Folk så virkelig frem til og gledet seg til Halloween.

Irene_3 25.10.07 18:41

men dette er jo i USA, der dette har vært tradisjon siden 1800 tallet! Kan ikke sammenlignes med Norge på noen måte da som fikk den i år 2000 faktisk! 200 år etter. Det er ikke VÅR tradisjon, men noe handels-standen har "adoptert" for å få folk til å kjøpe, samme som Valentindagen! Profitt fra ende til annen.

Kilde:

<http://vgd.no/samfunn/barn-og-foreldre/tema/1740041/tittel/halloween>

Til slutt et tredje eksempel, under i den blå rammen, som understreker at noen ”vet”, mens andre ”ikke vet” og som antar at kunnskapsmangelen hos barn og foreldre er et stort problem i forhold til selve feiringen (fra en annen debatt i VG , mellom 2007 og 2012). Her finner vi igjen debattanten ”irene_3” som definitivt savner en norsk kulturell betydning i Halloween-feiringen.

sl500 den 10.11.12 01:28

Kanskje dere bør ta en prat med ungene om skikk og bruk.

Det begynner å bli allmenn kjent der jeg bor at personer som ikke ønsker besøk skrur av utelampene og da drar ikke ungene ditt.

I år var jeg på en annen kant av landet der man ikke hadde fått med seg at dette var en del av skikken kunne det virke som da lokal avisen var full av stakkare som hadde fått uønsket besøk.

Lærer folk seg dette så roer det hele seg ned.

Da kan de som synes det er ok få ta del mens de som ikke liker det kan slippe å være med

Irene_3 25.10.07 10:52

Om foreldrene og barna hadde visst HVILKEN dag de skulle gå på så hadde det jo vært greit! Men når foreldrene sender ut barna sine på alle andre dager enn akkurat Halloween som er 31. OKTOBER så blir det litt for teit mener jeg!

Barna vet heller ikke hvorfor de feirer dette, og trenger nok en innføring om man skal adoptere tradisjonen. Jeg var så heldig å få oppleve Halloween i Irland ifjor der tradisjonen har vart lengre enn i USA, og det var morsomt å se helheten i feiring.

Syntes de som sender barna ut for å trick and treat bør fortelle dem betydningen av dagen! De bør også akseptere at i mange religioner så er dette en dag for å huske de som har gått bort (dette blir iallefall gjort i Mexico, Østeuropa osv) så dette er en dag som blir brukt til sørging. Man bør også fortelle barna at dette er en tradisjon som ikke har vært feiret i Norge før 2000 og at det er en del som derfor ikke tar seg brye med å feire den i det hele tatt og bør derfor kun gå på hus der det er pyntet til Halloween!

Kilde:

<http://vgd.no/samfunn/barn-og-foreldre/tema/1292913/tittel/halloween>

De konservative eller ”tradisjonelle” er tydelig uenige med de ”innovative”. Motstand mot det man oppfatter som kommersialisering av kulturen og diskusjoner om hvilke verdier vi ønsker å fremheve overfor nye generasjoner, handler i bunn og grunn om hva vi som mennesker ønsker og opplever vi kan identifisere oss med. Slik sett har det vi kan kalle ritualiseringen av Halloween i Norge vært «en test» på nettopp dette og er kanskje fremdeles det. Den franske forskeren Adrien Lherm peker på at slike identitetsspørsmål også kjennetegnet etableringen av Halloween i USA på slutten av 1800-tallet.

Det er interessant å sammenligne norske reaksjoner på innføringen av Halloween med innføringen av skikken i USA. Da Halloween ble innført i USA på slutten av 1800-tallet, ble Halloween kritisert i amerikanske aviser, og det var særlig de borgerlige som følte seg truet av en ny type ”karnevalesk” feiring som de ikke forstod reglene på. I de rurale områdene kunne

man se yngre svarte folk og arbeidere fra fattige kår utkledd i provoserende kostymer som kastet mel på forbigående folk i gatene eller ødela vitrineskapene med såpe mens studenter drev med tilsvarende hærverk i byene (Ibid. s. 26) Halloween ble da oppfattet som et ritual som uttrykte samfunnskritikk blant visse sosiale grupper. I følge Lherm tok det en stund før ”domestiseringen” av Halloween begynte hvor feiringen ble «fjernet fra gatene» og tatt inn i hjemmet for lettere å kontrollere den. Skolevesen, kommuner og flere institusjoner bidro til en regulering av Halloween som etter hvert hovedsakelig ble betraktet som en barnefest. I Lherms studie av den amerikanske Halloweenfeiringen knytter han feiringen til identitet, individualitet og kollektivitet. Ifølge ham har hovedideen vært «å uttrykke noe» gjennom måten Halloween feires (Lherm, 1997 s. 30). Flere av debattinnleggene vi leste beskrev også slike identitetsskapende aspekter ved Halloween.

5.3 En institusjonalisering av Halloween?

Mens Halloweens kommersielle og forbruksmessige sider og manglende kulturelle norske røtter har skapt debatt i mediene og synliggjort nordmenns skepsis til feiringen, er dette aspekter som feiringens mest sentrale aktører – nemlig barna – ikke forholder seg til på samme måte. Utkledning, utsikter til store mengder godteri og lek med andre barn gjør Halloween svært attraktiv for denne gruppen. Men hvordan har barnas feiring av Halloween blitt formet, og hvem er egentlig premissleverandører for denne utformingen? Hvor får barna vite om Halloween?

Til spørsmålet om hvor barna får kjennskap til Halloween mener noen at skole og barnehager har hatt en sentral rolle for feiringen. I et intervju til *Fædrelandsvennen* peker religionshistoriker Asbjørn Dyrendal på barnehagenes behov for høstaktiviteter som en av årsakene til at Halloween har blitt så stor i Norge. Tidspunktet passer perfekt for en markering tilpasset barna:

Jeg tror kanskje Halloween har slått gjennom i Norge mye på grunn av ritualiseringen av barnehageåret. Det er et stort tomrom på høsten hvor det ikke skjer noe, og i barnehagene har de behov for aktiviteter de kan gjøre sammen med barna.⁹

Foreløpig har vi lite dokumentasjon på hvor stor rolle skole og barnehage spiller, og dette er spørsmål vi ønsker å utdype i et nytt prosjekt. Men i 2004 kontaktet vi tre skoler: En på Oslo øst og to på Oslo vest. Alle hadde tatt fatt i feiringen, men to skoler ville ikke bli blandet inn i forberedelse. Østkantskolen hadde erfaring med at det ble så mye ”tull”. Hevnaksjonene når noen ikke ga noe, eller ikke lukket opp, var på grensen til hærverk. Dessuten kostet det altfor mye å delta for mange allerede økonomisk pressede hushold. På den ene vestkantskolen begrunnet man manglende feiring med at det ble så mye søppel og rot, og at de heller ville konsentrere seg om norske tradisjoner. På den andre vestkantskolen bestemte man seg for å informere barna og foreldrene om Halloween, samt å få kontroll over begivenheten gjennom for eksempel klassefester. Foreldreutvalget ble en aktiv del av reguleringen av feiringen.

Ut fra det avisene skriver har foreldrene både uttrykt ansvar og sterke meninger om Halloween. I 2008 uttrykte foreldrene i Tromsø misnøye med hva den norske Halloween var blitt med for mye fokus på vold og for lite fokus på kos. En løsning ble lansert for fem år siden da en barnepastor i pinsemenigheten Filadelfia i Hamar lanserte HalloVenn med hyggelige kostymer og sunne godterier.¹⁰ HalloVenn har nå egen webside med link til både arrangementer og butikker. Websiden kan informere om at for 2011 feiret litt over 40 steder et HalloVenn-party. Deres visjon er at «Sammen gjør vi Norge til et bedre sted å leve!» og konseptet beskrives på følgende måte:

⁹ <http://www.abcnyheter.no/penger/okonomi/2010/10/31/gir-barnehagene-skylda-halloween>

¹⁰ <http://www.vl.no/troogkirke/-snill-halloween-stadig-mer-populert/>

HalloVenn-konseptet startet på Hamar i 2007 som et positivt alternativ til Halloweenfeiringen 31.oktober. Halloween ble dessverre mange steder i Norge en negativ feiring med fokus på hekser, djevler, dødningskaller, tiggning på dørene og hærverk hvis de ikke fikk noe godteri. Vi opplevde at det var mange foreldre som ønsket at de hadde hatt et alternativ for sine barn.

Vi tok utfordringen og prøvde å lage et positivt alternativ med fokus på å ha det gøy med venner i trygge omgivelser. Målgruppen var i første omgang barn i alderen 3-13 år og deres foreldre. Ut av dette kom HalloVenn-Party. Dette ble så bra at vi ønsket å dele det med andre som også vil være med å dekke et behov og gjøre noe positivt for stedet de bor på.¹¹

HalloVenn ser ut til å bli tatt imot på en positiv måte, til tross for at styringen fra pinsevennerne er blitt kritisert. I 2012 var det flere innlegg i bloggen til Foreldre og Barn som viser både positive og negative innstillinger, men med vekt på at barna skal ha det koselig.¹²

Forsøk på folkeopplysning gjennom skolen, barnehage, klubber og organisasjoner eller media er forsøk som har prøvd å gjøre Halloween til en mer regulert og ”moralsk akseptert” aktivitet. Da skapes den ofte innenfor en amerikansk ramme (med konkrete eksempler på det som skal og kan gjøres) eller med et innhold som stort sett knyttes til norske grunnverdier. For 10 år siden, da debattene handlet om Halloweenens legitimitet i Norge, ble ikke Halloween forbundet med nasjonal identitet verken økonomisk, politisk eller kulturelt. Men har det vært noen endringer i dette, og hvordan er det i dag? Tradisjon skapes kontinuerlig og i dag er ikke Halloween ”ny” lenger. Men er det en tradisjon? Dette er interessante spørsmål vi ønsker å forfølge i videre studier.

5.4 Den medierte Halloween

Som vist i forrige del er Halloween et utbredt tema i norske aviser i slutten av oktober hvert år. Fra 2000 har interessen eksplodert. Et raskt blikk på Bergens Tidende, Aftenposten og Dagbladet fra perioden 1996 til 2000 illustrerer dette. I 1996 ble det til sammen publisert 1 artikkel om temaet, i 1997 2 artikler, i 1998 til sammen 4 artikler mens antallene steg med henholdsvis 10 og 18 artikler i 1999 og 2000 (Ohrvik 2001, s. 236). Samtidig med økningen i antall artikler utviklet også innholdet seg fra korte summariske beskrivelser til at de ble mer omfattende og informative. Ser man på totalantallet Halloweenartikler i 2003 og 2004 fra Adresseavisen, Aftenposten, Bergens Tidende, Dagsavisen, Dagbladet, Klassekampen og Nordlys publiserte disse i alt 77 artikler om temaet, og da er ikke artikler publisert kun for nettutgavene tatt med (Ohrvik 2006, s. 142). I takt med den allmenne interessen for Halloween har avisene skrevet stadig mer om feiringen. Samtidig har avisene selv bidratt til å gi feiringen oppmerksomhet, og fungert som en tilbyder av informasjon der Halloween er blitt beskrevet, forklart og satt inn i en global kulturell kontekst. I 2008 illustrerte Aftenposten sin bevissthet rundt nettopp den rollen avisene har spilt i medieringen av Halloween i Norge. Det uhøytidelige «Halloweendiagrammet» viser med all tydelighet hvilken interesse norske papiraviser har hatt for Halloween mellom 1997 og 2008.

¹¹ <http://www.hallovenn.no/about.php?p=2>

¹² <http://www.klikk.no/forum/barnimagen/index.php/topic/143983155-dere-som-skal-pa-hallovenn-arrangement/>



Figur 5-1: Fra Aftenposten¹³ : ”At norske medier skriver stadig mer om Halloween, tyder på at feiringen er i ferd med å få skikkelig fotfeste her til lands. Grafikken viser hvor ofte Halloween er blitt nevnt i avisene. Kilde: Atekst. Illustrasjon: Jon Tufto”

Som et konkret eksempel skal vi i det følgende se nærmere på utviklingen av Halloweenstoff i Aftenposten. Antall artikler og temaene er oppsummert i tabellen under (tabell 5-1) og viser at Halloweenfeiringen i Norge ikke ble et ordentlig tema før omkring 9 år siden. Feiringen i USA, Halloweenfilmer og gresskarkonkurranser var hovedtemaene frem til 2004. Da begynte selve feiringen av Halloween i Norge, eller rettere sagt i Oslo og Bærum, å være aktuelle temaer.

Tabell 5-1: Antall artikler om Halloween i Aften posten mellom 2001 og 2013, og ca. prosent artikler som er relatert Halloweenfeiringen i Norge

År	Antall artikler i Aftenposten	Ca% om Halloween feiringen i Norge
2001	1	0
2002	7	0
2003	8	0
2004	23	30 %
2005	16	50 %
2006	21	30 %
2007	23	35 %
2008	32	30 %
2009	21	20 %
2010	18	50 %
2011	20	20 %
2012	23	50 %

Artiklene ble progressivt mer og mer knyttet til den norske feiringen av Halloween, men s temaene utviklet seg med tiden som vi ser illustrert under i tabell 5-2:

¹³ <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Halloween-klorer-seg-fast-5588573.html#.UjLZBMZGKSo>

Tabell 5-2: Temaer i artikler om Halloween i Aftenposten mellom 2001 og 2013

År	Temaer
2001	Om to jenter i Rio / kostymer som protest mot våpenindustrien.
2002	Om Halloween i USA - Halloweenfilmer / kino
2003	Om gresskar - Halloweenfilmer / kino
2004	Hærverk i Oslo/politi/Råtne egg - Kosetur i Bærum/skole/ godteri - Butikker
2005	Trick or treat - barn - Voksne
2006	Diskusjon om feiringen Norge/ USA - Oslo - Andre fylker
2007	Gresskar - debatt - feiring i Norge
2008	Feil fokus, feil feiring i Norge, penger/økonomi, party, kino
2009	Feiring i Norge, feil fokus, svinevirus i godteri, kino
2010	Feiring i Norge, HalloVenn, feil fokus, hærverk, kino
2011	Kostymer, politiaksjon, blotter
2012	Kostymer, politi/hærverk, party

Tar vi en nærmere titt på innholdet i artiklene får vi en bedre forståelse for utviklingen i denne mediedekningen. Først etter noen år blir den norske feiringen av Halloween omtalt. Noen artikler fokuserte på barn og ungdommers feiring av Halloween på en ganske negativ måte gjennom beskrivelser som ”Omtrent 100 barn og ungdommer mellom 8 og 18 år var søndag kveld involvert i bråk på Furuset i Oslo.”¹⁴ Hærverk og politi er to stikkord som går igjen i flere artikler 31. oktober 2004.

I en annen artikkel fra samme dag får vi innblikk i Halloweenfeiringen for 12-åringer fra Bærum. Begrepet ”knask eller knep” er ennå ikke nevnt, men karameller og kjærlighet på pinne kombineres med rare kostymer: ”Triks eller godteri. I Elgfaret på Hosle i Bærum var det ekstra mange skumle typer, takket være klasse 7B på Eikeli barneskole, som på forhånd hadde troppet opp hos Carl Henrik Sohlman i klassen for å kle seg om.”¹⁵

I 2005 fokuserte enda flere artikler på selve feiringen. De fleste kan leses som en bruksanvisning, eller en innledning som beskriver og forklarer et nytt ritual. Det nevnes også at Halloween kan være ”for de voksne” med referanser til voksefester.

Innleggene i Si:D viser at også ungdommer har ulike syn på Halloween. I 2005 drøfter en ungdom hva som er spennende med Halloween og skriver om behovet for det skumle:

Halloween. Nå er den her. Dagen vi alle har ventet på. Dagen full av skrik, grøssing, og barn i kostymer som krever godteri. Joda, det er gøy! Men hva er det som gjør Halloween så gøy? Skrik? Grøssing? Barn i kostymer? Eller rett og slett bare feelingen? Følelsen av Halloween, spenning, og at det ligger noe mystisk i luften. Eller er vi mennesker på en merkelig måte skapt, slik at vi liker alt som er mystisk? Sannsynligheten er liten. Da er det mer sannsynlig at det er en sjef i en leketøysbutikk som har sendt ut små menn som skal bore seg inn i hjernen vår og få oss til å kjøpe kostymer. Og det er ikke særlig sannsynlig det heller. Men hva er det da? Kan det være filmregissørene som vil lage skrekkfilmer? TV-kanalene som vil sende dem? Barn som vil ha godteri? Mennesker som vil pynte opp huset? Hekser som skal til Bloksberg. Nei. Jeg tror ikke det er noen av delene. Jeg tror rett og slett at mennesket bare trenger noen dager som er litt skumlere enn andre (Si:D , 31.10.2005).¹⁶

¹⁴ http://www.osloby.no/osloby_nyheter/article6540984.ece

¹⁵ http://www.osloby.no/osloby_nyheter/article6540982.ece

¹⁶ <http://www.aftenposten.no/meninger/sid/vi-trenger-skumle-dager-6601375.html#.UjyD9YZGKSo>

Året etter uttrykker en annen ungdom skepsis til Halloweenfeiringen og mener det er en negativ tradisjon:

Det ringer på døra. "Knask eller knep!" To utkledder unger (eller ungdommer) står og skriker etter godteri. Nå bør du ha kjøpt godteri dagen før, hvis ikke er det verst for deg. For et mas! Jeg synes det burde vært ulovlig å feire Halloween på denne måten. I Sør-Amerika feires det for de dødes skyld. Jeg skal vedde på at nesten ingen i Norge tenker på det slik. Det verste er om du ikke har godteri. Jeg har hørt om flere som har fått kastet egg eller råttne tomater på huset sitt, noen av dem var ikke engang hjemme! Dere ungdommer som gidder å gå Halloween: Kjøp deres eget godteri, og finn på noe annet. Ikke er det sunt heller. Dessuten er det skole dagen etter. Halloween er en uhyggelig og negativ tradisjon. Julebukk er bedre. Da går barn rundt og synger julesanger og sprer glede. De gjør noe for å fortjene godteriet, og det er sjarmerende. Det setter kanskje ingen stopper for kjøpepresset, men det er mye hyggeligere (Si:D , 31.10.2006).

Dette året er selve ordet *Halloween* diskutert i en artikkel der rådgiver Marit Hovdenak i Språkrådet er intervjuet. Journalisten skriver: «Hvert år raser debatten om den amerikanske skikken Halloween. Kanskje noen blir mildere stemt hvis vi kaller fenomenet godteskrømt i stedet?»¹⁷ Kommentaren peker mot mulige strategier for å ”fornorske” en skikk som oppfattes som fremmed. I de videre artiklene begynner Halloweenfeiringen å beskrives som en nasjonal utbredt skikk samtidig som den forbindes med ubehageligheter. Oslo er ikke lenger hovedstedet for feiringen, men andre byer og fylker er involvert. I tillegg legger artiklene vekt på negative sider ved feiringen med titler av typen ”Halloween-pøbler”, som for eksempel i følgende artikkel:

De siste årene har markeringen av allehelgensdag fått et stadig mer rampete preg. Politiet forsøker i det lengste å ta imot klagene og sørge for en ekstra runde med patruljebilen, men noen steder har det i år vært verre enn tidligere.

Stein og egg

– Det er farlig når noen kaster egg og stein på biler i fart og det er ikke morsomt å få vindusrutene i huset ditt knust, sier operasjonsleder Tommy Antonsen i Østfold politidistrikt til NTB. Han sier det er meldt om episoder fra hele fylket, men verst har det vært i Moss.¹⁸

I 2008 begynner flere foreldre å ta avstand fra Halloweenfeiringen og dens utvikling i Norge. I følge Aftenposten er flere amerikanerne i Norge oppgitte over hærverk:

Dere har misforstått Halloween

- Feiringen av Halloween i Norge er så misforstått. Det handler mer og mer om det skremmende og mindre om det søte og rare, sier amerikanske Diane Daviknes.

Feil fokus. -Vi amerikanere som er bosatt her, snakker mye om det, og vi er litt oppgitte over at det blir så feil fokus på Halloween. Tradisjonen med "trick or treat", at man går rundt på dørene og "truer" med rampestreker hvis man ikke får godteri, er egentlig søt og sjarmerende. Det har ingenting med å gjøre folk vettskremte og å drive hærverk, sier Diane Daviknes. Hun er fra Ohio i USA, men har bodd 11 år i Norge. Daviknes har tre barn på ett, fem og syv år.¹⁹

[...]

¹⁷ <http://www.aftenposten.no/kultur/Godteskromt-og-saltknas-6442362.html#.UjyFLoZGKSo>

¹⁸ <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Halloween-pobler-landet-rundt-6492146.html#.UjyI54ZGKSo>

¹⁹ <http://www.osloby.no/sprek/-Dere-har-misforstatt-Halloween-6922513.html#.UkAZJIZGKSo>

Diane Daviknes og de andre medlemmene i American Women's Club mener at Halloween-feiringen i Norge er i ferd med å bli veldig annerledes enn i USA. Det virker som om maskene her er mest myntet på ungdommer og ikke på små barn. Halloween-utkleddingen skal være mer morsom og kreativ enn skremmende. "Trick or treat" er for små barn og ikke for ungdommer. I USA har ungdommen egne Halloween-fester hvor barn ikke har adgang, sier Daviknes. Hun mener nordmenn trenger mer kunnskap om reglene for Halloween-feiringen. Så her er amerikanernes egne Halloween-regler, ifølge Diane Daviknes: De som er med og feirer og gjerne tar i mot barn, har tent utelampen. De som ikke vil ha noen på døren, slukker utelampen. Da vet barna hvor de skal gå.

Man skiller mellom den amerikanske kulturen, her representert av American Women's Club i Norge, og den norske feiringen. Begreper som mangel på kunnskap og regler understreker hvor feilaktig de oppfatter den norske Halloweenfeiringen å være. I den ene kulturen er Halloween rettferdiggjort gjennom å ha status som tradisjon og være en eldre skikk, som implisitt innebærer konkrete og klare regler (til tross for at Santino beskriver Halloween som ganske "åpent" finnes det noen grenser). I den andre er Halloween en innovasjon som ennå ikke har klare grenser og hvor skikken er gjenstand for eksperimentering og utprøving. Den type diskurs der den norske Halloween på ulike måter oppfattes som "feil" har vært en hovedproblemstilling for journalister de siste årene. De leter etter opprinnelsen og vil prøve å forstå hvorfor det er "feil".

Et annet emne som ofte kommer tilbake er "prisen" på Halloween, og rollen som handelsstanden spiller i forhold til dette. Halloween assosieres da med alle "nye" tradisjoner, det vil si begivenheter som ikke er relatert til religiøse- eller historisk-kulturelle forhold. Disse «nye» tradisjonene kan med andre ord være dyre:

Nye tradisjoner

Halloween. Valentine's Day. Morsdag og farsdag. Nye tradisjoner gjør store innhugg i lommebøkene våre. Og vi blir opp hundrelapp på hundrelapp, mens handelsstanden fryder seg.

[...]

-Mamma, har du 300 kroner til ny Halloween-drakt? Dessuten har jeg sett en helt rå maske jeg bare må ha til Halloween-partyet lørdag."Presset på lommeboken blir stadig større. Hver eneste måned byr på nye merkedager og tradisjoner som krever sine 100-lapper av en allerede hårdt prøvet lommebok. Aftenposten Aften har trålet kalenderen.²⁰

Kostymer og godterier kjøpes gjerne, noe butikkeierne får erfare:

En mørkt undrende henvendelse går derfor til Erik Buemann, Oslos fremste ekspert på denne dødingenes egen fest. I tillegg er han innehaver av spas- og moromagasinet Standard.- Så å si dystre tider nå, Buemann?- Halloween er en meget stor sesong for oss. De tre siste ukene av oktober er alltid travle. Slik har det vært siden 1998.- Selve skrekk-moten i år: Noen tips?- Hva folk foretrekker, er veldig forskjellig, altså. Noen velger Dracula med sort kappe eller andre skumle ting. Andre kler seg ut som sykepleier.- Verre og verre. Skifter dette dystre motebildet mye?- Tidligere så vi at folk gjerne valgte en standard A4-Dracula. Nå komponerer man gjerne drakten slik man selv vil. Folk er blitt flinkere til å bruke utstyret fra i fjor sammen med nye ting. På den måten kan man skape en enda skumlere mann. Eller drakten sin. Oppgaven kan da også være krevende: Vi har 8000 artikler å velge blant.²¹

Til tross for at fokuset på at "nordmenn feirer feil" fremdeles er sentralt, markerer 2010 et skille for Aftenpostens del som for første gang informerer om Hallo-Venn, et spennende tiltak satt i gang noen år tidligere (se delen om institusjonalisering). At man skal snu det som er beskrevet som dårlige Halloween-vaner og være f.eks. "snill med hverandre" fremstår som en sentral verdi i artikkelen.

²⁰ <http://www.osloby.no/sprek/Nye-tradisjoner-6922499.html>

²¹ <http://www.osloby.no/sprek/Hostmoten-er-dodsnifs-6925195.html#UkBnXYZGKSo>

Derfra ser det ut som om vi finner flere støttespillere for Halloween som en fin og hyggelig feiring. I 2011 beskriver Eli Kristine Økland Hausken ved Universitetet i Bergen Halloween som: "...den kjekkeste dagen (hun) vet om". Hun sier til journalisten at "det er jo bare kjempegøy. Hvem synes ikke det er kjekt å kle seg ut i de mest grusomme kostymer, med blod og gørr, og få gå rundt for å møte andre. [...] Jeg tror folk trenger én dag i året hvor det er lov å være skumle og ekle, som en slags motreaksjon mot hverdagen. Akkurat som det er lov å tulle med hverandre på 1. april²².

Likevel handler artikkelen mest om tvil i forhold til hvor godt integrert og forstått Halloween er i Norge: "De siste årene har diskusjonen gått høylydt om Halloween har noe i norsk kultur å gjøre, mens andre opplever at husene deres er blitt nedgriset etter å ha takket nei til å gi de besøkende monstrene sukkertøy.²⁴" At nordmenn gjør feil oppfattes som den store saken og blir understreket av flere artikler dette året om en væpnet politiaksjon mot en bar der politiet hadde misforstått at det egentlig var en Halloween-fest!

I 2012 settes "ordentlige" norske tradisjoner opp mot nyere tradisjoner der Aftenposten mener at "Halloween tar knekken på julebukkene". Denne gangen ble en trendanalytiker intervjuet som mener at:

Tradisjonen som beskrives i Prøysens «Romjulsdrøm» er på vikende front, forteller trendanalytiker Ståle Økland til Vårt Land.

Han tror det er langt flere barnebarn og nabounger som ringer på døren på senhøsten i håp om en godbit. Lusekofter, mariusgenser og nisselue er erstattet med alskens skumle kostymer, og i stedet for å «kvinke julebukkmål 'Godkvell, godkvell'» hilses den som åpner med den dulgte trusselen «knask eller knep?».

- Mange barn synes nok utvilsomt at skikken med Halloween er kulere enn julebukktadisjonen, forklarer Økland og får støtte av folklorist Velle Espeland.²³

Det gjenstår å se hva journalistene skriver i Aftenposten i 2013, og hvordan Halloween utvikler seg. I et barneperspektiv kan Halloween fremstå som drømmefesten når omgivelsene legger opp til at den skal være det. En kombinasjon av karneval, godteri og turer med venner i det kalde mørket oppleves gjerne som magiske: "*Halloween er gøy, mamma, det er den nye barnefesten*". Spørsmålet er om voksne vil at den skal bli det?

²² <http://www.aftenposten.no/nyheter/l-helgen-kommer-monstre--6682731.html#.Uk7cioZGKSo>

²³ <http://www.aftenposten.no/kultur/Halloween-tar-knekken-pa-julebukkene-7080529.html#.Uk7bcoZGKSo>

6 Halloween – entreprenørskap i familie og i samfunnet

Dagens norske Halloween-feiring ble innført for litt mer enn 15 år siden til Norge. Det er en ny skikk importert fra USA der det kommersielle i den norske feiringen synes å ha kommet før den kulturelle begrunnelsen. Avisartiklene peker på feiringen som en amerikansk import der handelsstanden oppfattes som premissleverandører for feiringens form og innhold, mens andre søker et dypere meningsinnhold som kan begrunne festen. Men det finnes også flere entusiaster, ofte med hyggelig erfaring fra USA, som har støttet Halloween-feiringen og bidratt til å organisere lokale feiringer.

Som et nytt ritual, hvor forbruksgjenstander som kostymer, godteri eller gresskar er sentrale, er Halloween en utmerket anledning for entusiaster som ønsker å utvikle nye virksomheter, enten de er ideelle eller forretningsorienterte. Flere avisartikler viser at amerikanske innvandrere i Norge spilte en betydelig rolle i selve feiringen og nedenfor vil vi se nærmere på identitet og kultur blandet med entreprenørskap i forhold til Halloween i Norge.

Det finnes mange eksempler på amerikanere/norsk-amerikanere som bor i Norge og som i avisene fremstår som veivisere. Myklebust, som er oppvokst i Miami, USA, og har hatt som tradisjon å feire Halloween hvert år, ble intervjuet i Aftenposten og minnet oss på at:

Egentlig er denne dagen bare en grunn for å ha det gøy, sier Myklebust. - Mange sier at de vil ikke feire fordi det er ikke en norsk tradisjon, men det er jo egentlig bare en dag der både barn og voksne kan kose seg, mener Myklebust.

I Norge er mange skeptiske til dagen fordi de tenker på rampestrekene som ungene nærmest blir oppfordret til å gjøre. Det er strengt forbudt å kaste egg – det gjør en ikke i USA. Myklebust har hengt opp lapper rundt omkring i nabolaget sitt, der han oppfordrer både barn og voksne til å feire Halloween, men på en fornuftig måte.

- I USA er foreldrene ute i gatene og passer på ungene. En kler seg ut, men ikke nødvendigvis som noe skummelt, og barna ringer på dørene og sier «Trick or treat!» og får godteri. De som ikke vil ha besøk skrur av lyset og da går ikke barna dit.²⁴

Myklebust er åpenbart en entusiast i forhold til feiringen og bruker mye tid på den. Hver Halloween har han «åpen garasje» der naboene kan komme og bli skremt.

Noen tradisjonsentreprenører går imidlertid atskillig lenger enn å pynte garasjen til Halloween for sine nærmeste naboer. En studie fra 2006 som diskuterer entreprenørskap tilknyttet Halloween i Norge viser hvordan én spesifikk amerikaner bosatt i Østlandsområdet ikke

²⁴ <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/--Dere-forstar-ikke-Halloween-5350736.html>

bare var en entusiastisk og ekspressiv tilhenger av Halloweenfeiringen i Norge, men også bygget opp et businessforetak på bakgrunn av sin Halloween-interesse (se Ohrvik 2006).

Som amerikansk arbeidsinnvandrер holdt han fast ved tradisjoner og feiringer fra sin oppvekst i California, og blant hans favoritter var Halloween. Da oktober nærmet seg i Norge inviterte han derfor i 1996 sine nye norske venner til en privat Halloweenfeiring. Det han imidlertid ikke var forberedt på, var den store pågangen blant de inviterte som lurte på alt mulig i tilknytning til feiringen: hva skulle man ha på seg? Hva ville festen innebære? Hva var egentlig Halloween og hvor kom den fra? De mange spørsmålene resulterte i den første uhøytidelige informasjonskampanjen vedrørende Halloween. Fordi han var mye på reisefot og ikke alltid var tilgjengelig ved telefonen spilte han inn en kortfattet telefonbeskjed med fakta om Halloween generelt og informasjon om festen spesielt. Telefonbeskjeden skulle bli starten på en storstilt informasjonskampanje om Halloween. Det første han gjorde var å opprette nettstedet halloween.no.

På nettstedet ønsket han å drive «education, coaching and guiding» som han selv beskrev (Ibid., s. 149). Nettstedet tilbød alt fra et historisk riss om bakgrunnen for feiringen, hvordan man kunne kle seg til feiringen, detaljerte lister over aktuelle Halloween-arrangementer, lenker til internasjonale nettsteder om Halloween samt tips og råd til hvor man kunne kjøpe fine Halloween-effekter. I tillegg besvarte han de mange e-postene med spørsmål om Halloween som tikket inn via nettsiden.

Med sans for forretningsvirksomhet skjønte han også raskt at den økende interessen for Halloween i Norge også kunne gi økonomiske fordeler. Derfor opprettet han et kommersielt markedsførings- og arrangementsselskap som han kalte *Halloween Productions*, og som i tillegg til å drive informasjonsvirksomhet skulle tilby skreddersydde Halloween-arrangementer for potensielle kunder.

Rundt 2000 opplevde han at interessen for Halloween hadde økt betraktelig og at stadig flere tok del i feiringen, og gjennom sin egenlagde markedsundersøkelse over utesteder som skulle arrangere Halloweenfester fant han ut at flere tusen nordmenn ville delta i feiringen. Samtidig opplevde han at det var et akutt behov for rekvisitter og gjenstander som kunne bidra til å skape den rette Halloweenfeiringen. Dette resulterte i at han selv tok kontakt med en rekke utstyersforretninger og oppfordret dem til å ta inn Halloweenprodukter for salg. Markedet måtte dekke behovet, mente han. Den første motstanden han møtte hos handelsstanden kom overraskende på ham, men han fikk likevel napp hos en forhandler i Oslo som tok inn ulike produkter. Hans spådommer om behovet for produkter til Halloweenfeiringen slo til, og på dagen for Halloween i 2000 hadde den aktuelle forhandler, som hadde trodd på behovet, den nest beste omsetningen i butikkens historie.

For den innflyttende amerikaneren var likevel ikke inntektene han fikk fra Halloween Productions hovedmotivasjonens hans for å engasjere seg i feiringen og bidra til økt blest om markeringen i Norge. Timene han nedla i arbeidet med å spre budskapet om Halloween sto på ingen måte i forhold til inntektene han hadde i firmaet sitt. Det var heller ikke kulturelt motivert fra hans side ut fra et ønske om å «amerikanisere» den norske kulturen. Han hadde rett og slett svært gode minner fra sin egen Halloweenfeiring som barn og ungdom, og ønsket genuint at andre skulle få muligheten til å oppleve det samme. Han så på Halloween som en feiring for alle aldersgrupper der utkledding, sosialt samvær, og muligheten til å være eller spille ut en annen rolle enn sin vanlige ga et kjærkomment avbrekk i hverdagen. Som innflytter til Norge hadde han også selv kjent på kroppen hvor vanskelig det kunne være å opprette vennskap og nettverk, og Halloween var for han en gylden anledning for folk flest til å stifte nye bekjentskaper – som en «social icebreaker» (Ibid. s. 157). Dette, mente han, burde være hovedfokuset i feiringen, og han hadde liten forståelse for kritikken som etter hvert begynte å komme i media mot innføringen av Halloween. Ifølge ham var den til dels lite informativ, til dels misforsto folk hva Halloween innebar, til dels mente han de kjørte vrangsidene opp når

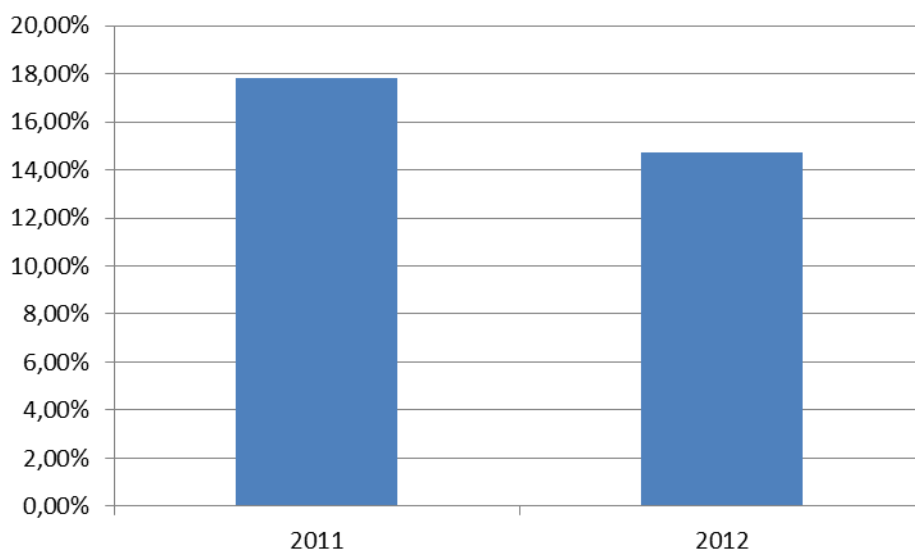
fokuset hos noen utelukkende lå på det negative ved skumle, makabre masker og andre effekter.

Dette eksempelet peker på flere interessante aspekter ved ritualiseringen av Halloween i Norge og på entreprenørskap. Skikker som Halloween oppstår ikke av intet, men blir ofte spredt på grunn av og/ eller ved hjelp av spesifikke initiativ fra konkrete aktører. Amerikaneren eksplisert overfor er intet unntak i så måte. Hans stadig mer detaljstyrte informasjonskampanje på nett bidro til å gi nysgjerrige nordmenn svar på spørsmålene sine. På tross av skepsis fra handelsstanden fikk han likevel overbevist en leverandør om hvilket behov for produkter det fantes blant forbrukerne og som i sin tur resulterte i salgsrekorder. Og som svar på kritikken mot Halloween jobbet han utrettelig med informasjonsspredning om hva han mente Halloween kunne inneholde. Denne jobben ble, som han selv betegnet den, «my own personal crusade».

7 Halloween-feiring – Nye tall fra 2012 og 2013

I dette avsnittet vil vi se nærmere på deltagelsen i Halloweenfeiringen. Med svar fra SIFO survey 2011 og 2012 skal vi se nærmere på to hovedspørsmål: (1) Hvem feirer halloween? (2) Har det vært en utvikling fra 2011- til 2012-feiringen? (til orientering, finnes spørsmål fra undersøkelser i anneks 1).

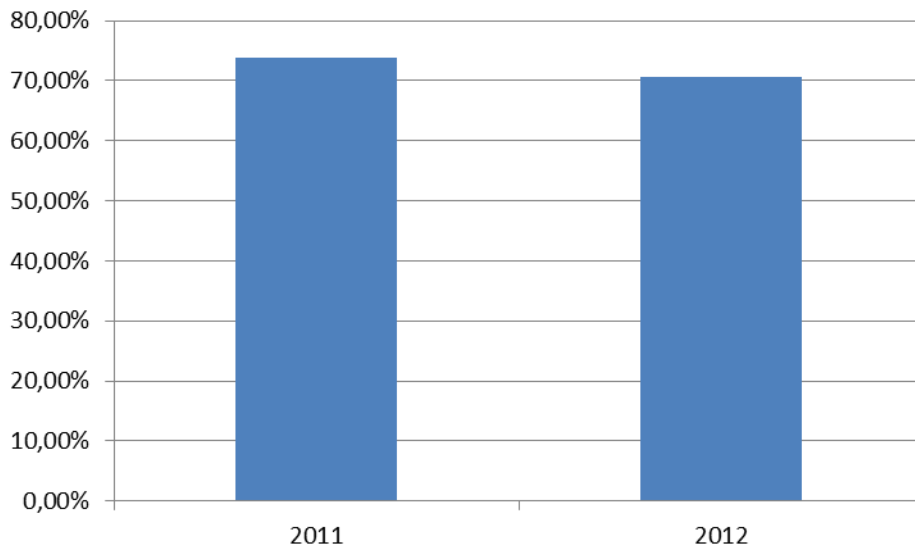
Utbredelsen av Halloweenfeiringen var begrenset i 2011 og 2012. Det var henholdsvis 17,8 prosent i 2011 og 14,7 prosent i 2012 som hadde feiret dagen. Det var altså en liten ikke signifikant nedgang i andelen som feiret Halloween fra 2011 til 2012 jfr. figur 7-1.



Figur 7-1: Andel som feiret Halloween i 2011 og 2012 (N= 1008 og N = 995)

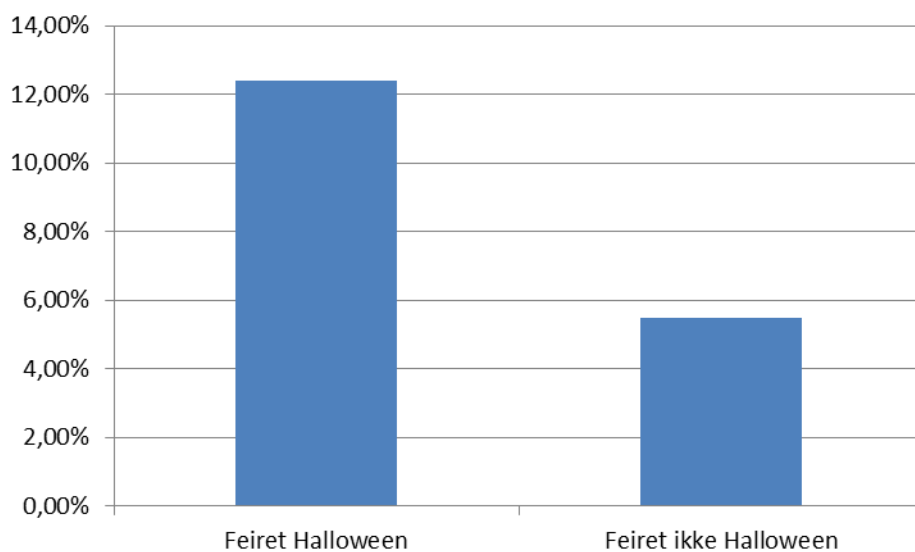
7.1 Å kjøpe godteri til barna, eller mer?

Blant dem som feiret Halloween i 2011 og 2012 kjøpte henholdsvis 73,8 og 70,7 prosent godterier til barna som ringte på dører jfr. figur 7-2. I 2013 surveyen ble dette spørsmålet også stilt til dem som ikke feiret Halloween. I denne gruppen var andelen som kjøpte inn godter på 30,3 prosent.



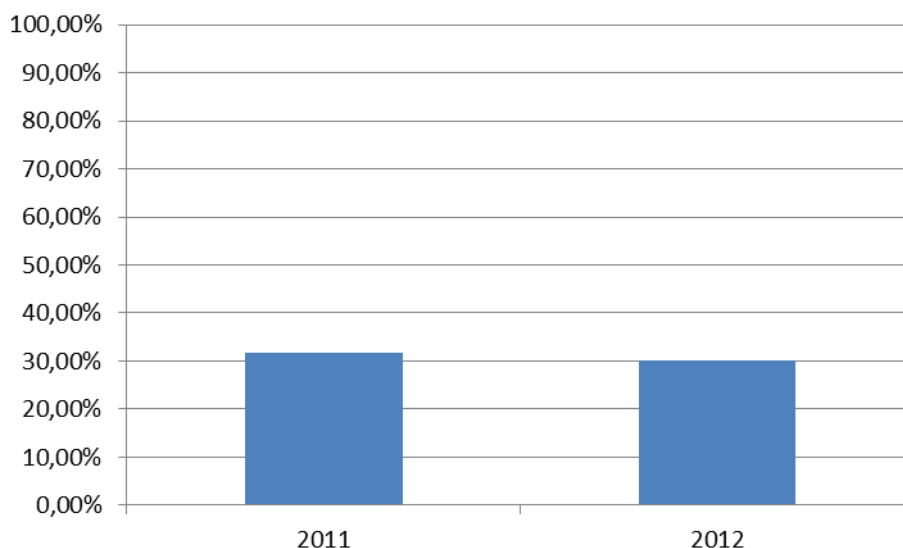
Figur 7-2: Andel blant dem som feiret Halloween som kjøpte godter til barna som ringte på i 2011 og 2012 (N= 178 og N = 146)

Noen valgte også å dele ut andre ting enn godter til barna. Andelen som delte ut gulrøtter, nøtter og boller var på 6,5 prosent. Dette var vanligere blant dem som feiret Halloween (12,4 %) enn blant dem som ikke feiret (5,5 %) jfr. figur 7-3.



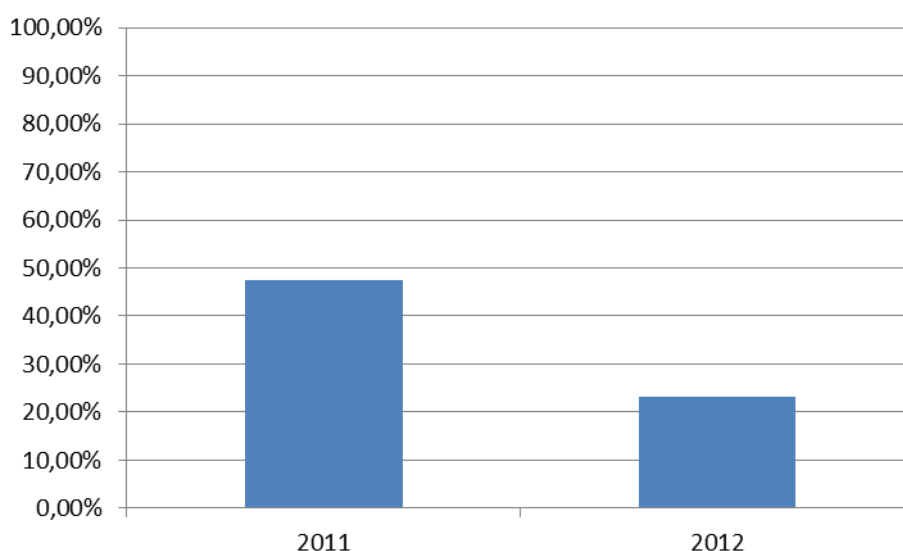
Figur 7-3: Andelen som ga barna noe annet enn godteri (eks. gulrøtter, nøtter, boller, e.l) blant dem som feiret og de som ikke feiret Halloween i 2012 (N = 145)

Om lag en tredjedel av dem som feiret Halloween laget kostymer og gjenstander til feiringen selv både i 2011 (31,8 %) og i 2012 (30,1 %) jfr. figur 7-4.



Figur 7-4: Andel som laget kostymer og gjenstander til Halloweenfeiringen i 2011 og 2012 (N = 174 og N = 143)

Det var en signifikant nedgang i antallet som oppga at de gikk ut for å feire fra 2011 (47,5 %) til 2012 (23,3 %) ($p < 0,000$) jfr. figur 7-5. En mulig forklaring på nedgangen kan være at i 2013-surveyen ble det presisert at dette gjaldt restaurant, venner og lignende.



Figur 7-5: Andel blant dem som feiret Halloween som gikk ut for å feire i 2011 og 2012 (N = 176 og N = 145)

Blant dem som feiret Halloween i 2012 laget eller kjøpte 20 prosent spesiell mat i forbindelse med feiringen. I tabell 7-1 er det en oversikt over hvilke typer mat de kjøpte eller laget. Hovedinntrykket er at det ikke er noen spesielle mattyper som skiller seg ut som mer vanlig enn andre i forbindelse med Halloweenfeiringen, bortsett fra at noen spiser gresskarpai eller scones etc. Et gjennomgangstema er at man modifierer annen mat med «skumle» effekter som konditorfarge. Av de 33 respondenter som spesifiserte noe om "Halloween-mat" er det 6 som ikke gjorde noe spesielt, 10 som hadde vanlig mat, men med spesielle farger eller former, 10 som spiste vanlig "kose-mat" og 7 som laget noe med gresskar.

Tabell 7-1: Halloweenmat i følge våre respondenter

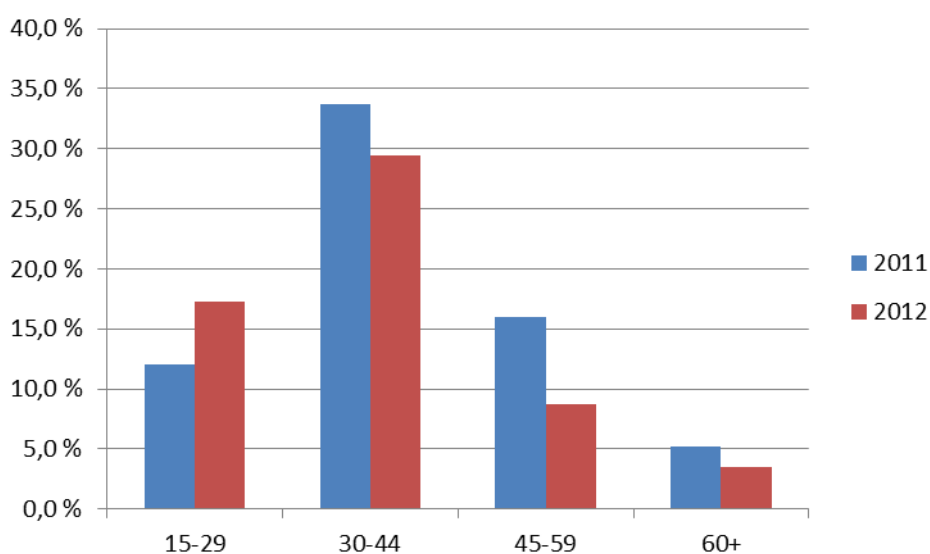
Middag	<ul style="list-style-type: none"> • Spagetti vi farget grønn med konditorfarge • Taco • Pizza • Skjæret ut gresskar, lagde en liten rett for ett felles tapas bord • Pølser bakt i brød (skumle fingre) • Kjøttboller og spagetti med rød saus • Gresskarsuppe • Gresskarpai, ristede gresskarnøtter • Gresskarpai og gresskarscones • Gresskar • Farget Potetmos, pølser med plastikk fingre • Brus og pølser • Baby brain brownies, bat wings, rotten flesh • Bare vanelig god mat, jeg tror vi hadde biff. Jeg er Paganist så Halloween er en religiøst høytid for meg. • Blodpudding gresskar • Middag som vanlig • Husker ikke helt, men vet at barna laget noe. •
Kaker	<ul style="list-style-type: none"> • Muffins og gele med blodsprenge øyne av vingummi i • Snop • Skremmende bakerverer og snop • Ostekake og smågodt • Muffins, punch, snaks • Lilla brus, "skummelt" godteri • Edderkopp muffins og kiste kake, hjemmelaga! • Det var fest, så jeg laget Halloween-shots • Halloweengodteri :) • Kjøpte og spiste muffins.
Pynt	<ul style="list-style-type: none"> • Lys og halloween effekter som gjorde det skummelt i hjemmet spilte halloween musikk • Dagen ble feiret i annet land, vi fulgte landets tradisjoner. Pyntet leiligheten. Det ble kjøpt inn kostymer til barna og dekorasjoner til leiligheten. • Kjøpte en lysestake formet som et gresskar som jeg syntes var pen

Ikke alle er like begeistret for besøk av barn i forbindelse med Halloween og velger aktivt å unngå det ved å gå ut. Totalt var det 6,2 prosent som oppga at de gikk ut for å slippe besøk i 2012. Blant dem som ikke feiret var andelen høyere (6,7 %) enn blant dem som feiret (3,4 %).

7.2 Hvem feirer Halloween?

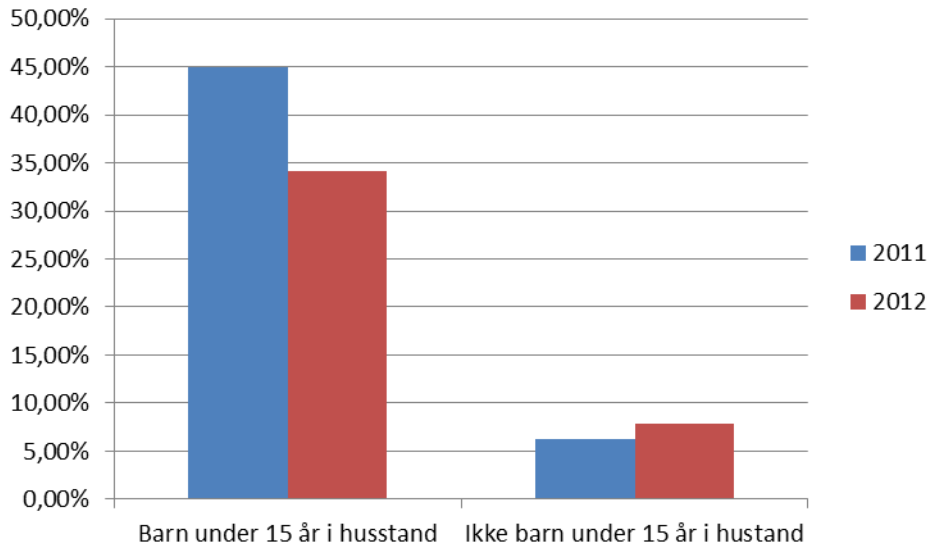
Deltagelse i ulike aktiviteter er ofte påvirket av flere sosio-demografiske variabler. I denne rapporten har vi undersøkt hvordan alder, husholdningstype, barns alder, utdanning, inntekt og bosted varierer med deltagelsen i feiringen av Halloween.

Halloween feiringen var mest utbredt blant respondentene i aldersgruppen 30-40 år både i 2011 og 2012 jfr. figur 7-6. Det var en signifikant nedgang i gjennomsnittsalderen til de som feiret Halloween ($p < 0,000$). I 2011 var gjennomsnittsalderen 41 år, mens den var 37 år i 2012. I de tre eldste aldersgruppene falt deltagelsen i feiringen fra 2011 til 2012. I den yngste gruppen økte andelen fra 2011 til 2012.



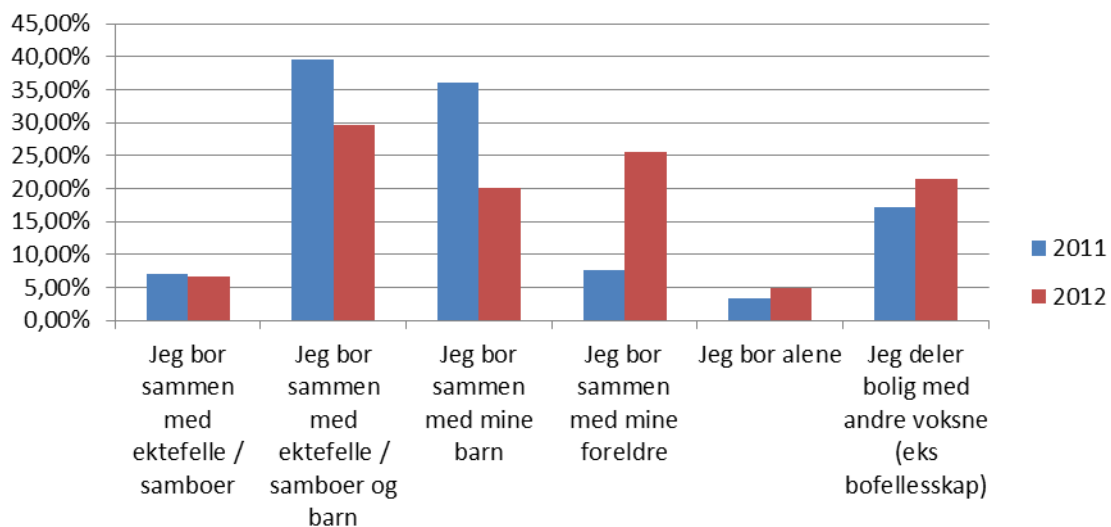
Figur 7-6: Andel som feirer Halloween fordelt etter alder i 2011 og 2012

Det var mer utbredt å feire Halloween i husstander med barn under 15 år enn i husstander uten barn under 15 år jfr. figur 7-7. Det var en nedgang fra 2011 (44,9 %) til 2012 (34,1 %) for husstander med barn under 15 år. I husstander uten barn under 15 år var det en oppgang fra 6,3 % til 7,9 %.



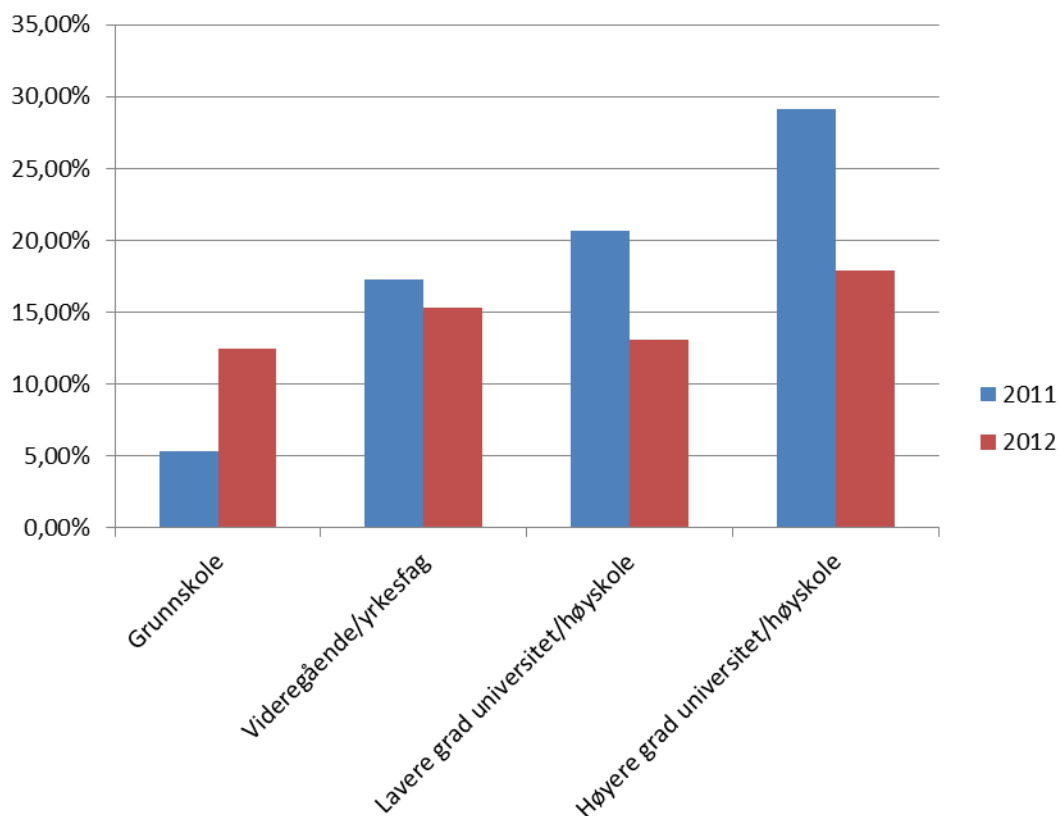
Figur 7-7: Andel som feiret Halloween blant dem som hadde barn under 15 år i husstand og husstader uten barn under 15 år i 2011 og 2012

Både i 2011 og 2012 var det mest utbredt å feire Halloween i husstader med hjemmeboende barn jfr. figur 7-8.



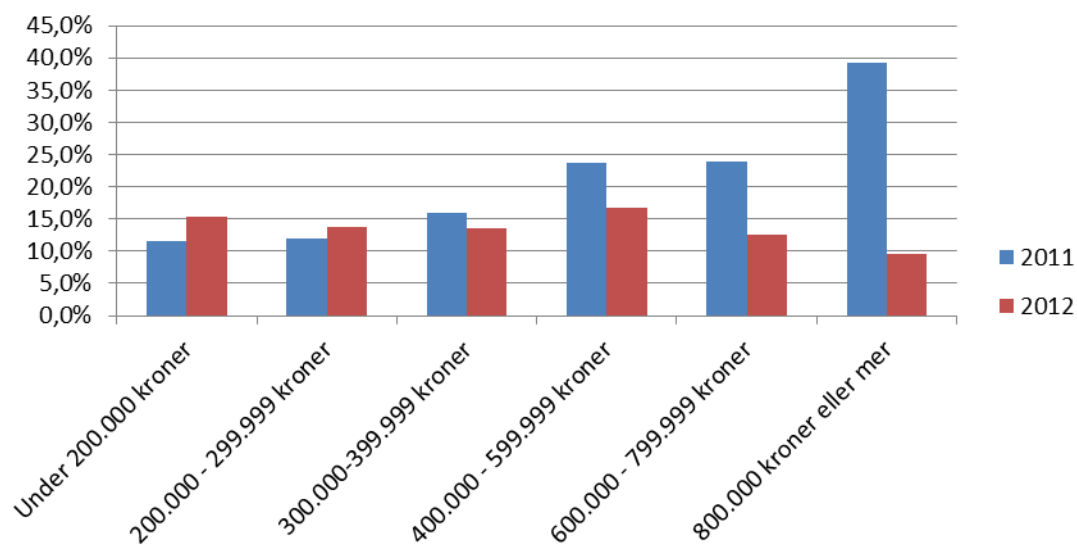
Figur 7-8: Andel som feiret Halloween fordelt etter bosituasjon i 2011 og 2012

Deltagelsen i feiringen av Halloween varierte med utdannelsesnivå i 2011 og 2012 jfr. figur 7-9. I 2011 var deltagelsen økende med økt utdannelsesnivå, mens for 2012-feiringen var ikke denne sammenhengen tilstedet.



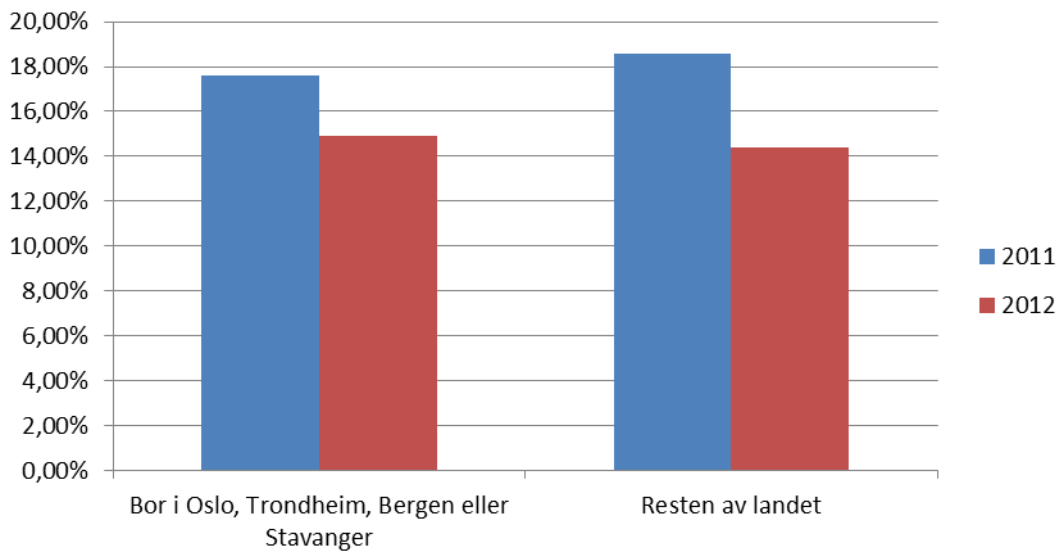
Figur 7-9: Andel som feiret Halloween etter utdanningsnivå i 2011 og 2012

Det var klare forskjeller i inntektsprofilene til dem som feiret Halloween i 2011 og 2012 jfr. figur 7-10. I 2011 var andelen som feiret høyere i de øvre inntektsklassene. I 2012 var andelen som deltok på feiringen mindre påvirket av inntektsnivået. I 2011 hadde de som feiret Halloween signifikant høyere brutto husholdningsinntekt (696000,-) enn de som ikke feiret (52800,-). Funnene fra 2011 tyder på at økt inntekt har en positiv effekt på deltagelse i Halloweenfeiringen. Det var ingen signifikante forskjeller mellom de som feiret og de som ikke feiret i 2012.



Figur 7-10: Andel som feiret Halloween fordelt etter inntektsnivå i 2011 og 2012

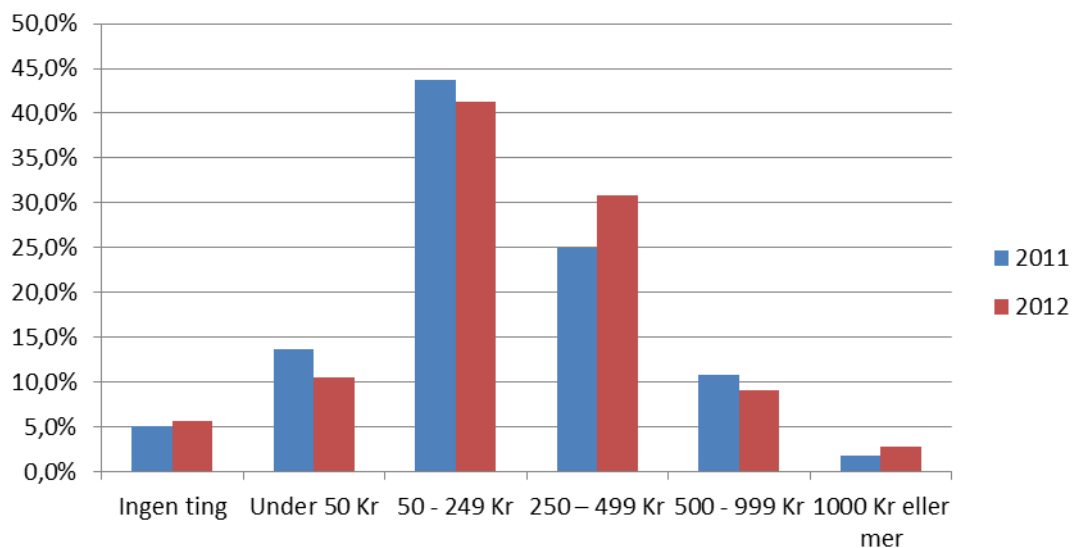
Det var ingen signifikante forskjeller mellom de som bodde i de fire store byene og resten av landet i deltagelsen i feiringen av Halloween i 2011 og 2012 jfr. figur 7-11.



Figur 7-11: Andelen som feirer Halloween i de fire stor byene (Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger) og resten av landet i 2011 og 2012

7.3 Ingen skumle summer

Det var ingen signifikante ulikheter mellom 2011- og 2012-feiringen med hensyn på hvor store utgifter informantene hadde hatt jfr. figur 7-12. Gjennomsnittlig brukte folk 328 kr på feiringen i 2011 og 2012.



Figur 7-12: Utgifter i forbindelse med Halloweenfeiringen i 2011 og 2012

8 Oppsummerende konklusjon

Målet med denne rapporten har vært å gi en oversikt over forskningen om Halloween samt å gi et eksplorerende bilde av Halloween som et nytt norsk ritual. Rapporten består av to hoveddeler, den ene basert på kvalitative og diskursive data mens den andre bygger på to kvantitative undersøkelser. Alle underdelene bygger på komplementære samfunnsperspektiver på Halloween som er direkte inspirert av, og knyttet til "ofte-stilt" spørsmål som f.eks: Hvor kommer Halloween fra? Hvordan feirer man Halloween? Hva synes nordmenn om Halloween-feiringen? Eller hvem feirer Halloween?

Den første delen av rapporten fokuserer hovedsakelig på hvordan Halloween er oppfattet og beskrevet i tidligere forskning og i norske medier. Opprinnelsen til Halloween er et emne som har stimulert forskning både i Norge og ellers i Europa. Dette har sammenheng med at Halloween ble introdusert på samme tid i hele Vest-Europa i 1990-årene. Etter å ha sett på hva Halloweenfeiringen inneholder i Norge i dag, har vi fokusert på Halloween i den offentlige debatten der vi har undersøkt holdninger til feiringen blant både politikere og foreldre. Debatten om "å feire eller ikke å feire" har vært i gang i mer enn 10 år. Grovt sett er det to hovedtendenser i denne debatten: På den ene siden finnes det "konservative" kritikere som ikke vil ha Halloween i Norge, blant annet fordi det ikke er en norsk tradisjon og fordi barn ikke skal venne seg til å tigge, eller hevne seg om de ikke får det de vil. På den andre siden finnes det noen "innovative" tilhengere med foreldre som synes at Halloween er festlig. De minner gjerne om at de fleste tradisjoner kommer utenfra, at barna har det gøy og at Halloween er en sosial og morsom fest. Noen ønsker at det fantes klarere "rammer og regler" (f.eks. at hvis lysene er slukket, så ringer ingen på døra) for å unngå konflikter. Til slutt har vi åpnet for en annerledes måte å se Halloween på der kulturell identitet, amerikansk påvirkning og entreprenørskap har vært hovedfokus.

I den andre delen tegner vi et fargerikt bilde av Halloween i dag der de kvantitative dataene er illustrert i ulike tabeller. I korte trekk kan vi oppsummere den norske Halloweenfeiringen slik:

- Under 1/5 av befolkningen feirer Halloween
- Det mest populære er å kjøpe "knask", men kun 5 % av de over 60 år gjør det
- Halloween er stort sett feiret av familier med hjemmeboende barn og de fleste bruker mellom 50 og 250kr.
- Halloween feires hovedsakelig av de med høy utdanning og i de øvre inntektsklassene

Hvis man vandrer gjennom Oslos gater og observerer handelsstandens massive Halloweendekor kan 15 % i forhold til dem som har interesse i Halloweenfeiringen virke lavt. Dette kan ikke forklares ut fra en geografisk forskjell fordi det ikke var noen signifikant korrelasjon mellom de som feirer Halloween og urbane eller rurale bosteder. En viktig bakgrunnsvariabel er "hjemmeboende barn". Mer enn 50 % av de som feiret Halloween har barn mellom 6-15 år, noe som forklarer hvorfor foreldre er så engasjerte i debattene om Halloween og dens legitimitet. Yngre eller eldre respondenter er mye mindre involvert (ca. 12 % av de mellom 18

og 29 og kun 5 % over 60 år). Sosial klasse har en betydelig innvirkning på hvor viktig Halloween er blitt i familier.

Likevel er det mange som forbereder seg til feiringen gjennom kjøp av godteri og sjokolade, gulrot eller nøtter. I tillegg har tilbudet på utstyr som kostymer, pynt/dekorasjoner, stearinlys, blomster, kaker, osv. økt betraktelig. Undersøkelsen viser at 45 % kjøpte kostymer eller gjenstander. Men man kjøper ikke nødvendigvis nytt hvert år: Svært interessant er gjenbruk av kostymer og gjenstander fordi $\frac{3}{4}$ deler av familier med barn under 15 år bruker dem om igjen. Sosialt samvær er også en sentral del av Halloween, noen bruker tid sammen og lager effekter (dette gjelder ca. $\frac{1}{3}$ av informantene). Det sosiale samværet flyttes også ut i gatene; halvparten av respondentene gikk ”ut” og feiret Halloween, enten foreldre og barn som går sammen eller ungdom og voksne folk som går på fest.

Ser man på køen utenfor lekebutikkene i Oslo eller ”guide til Halloween” på websiden ”aktiv i Oslo” får man inntrykk av at forbrukerne investerer en del penger i Halloween. Undersøkelsen viser imidlertid at de fleste bruker mellom 50-249 kr inkludert godteri, kostymer og gjenstander, fest, kafe/restaurant (dette gjelder 42,6 % av de som feiret Halloween i utvalget vårt). Av de andre bruker ca. $\frac{1}{4}$ mellom 250-499 kr og kun litt over 1 % bruker mer enn 1000 kr, mens ca. 10 % bruker også mindre enn 50 kr.

Halloween er definitivt en fest knyttet til både barne- og forbrukskultur. Det virker som om barna synes det er gøy. Foreldrene er med og bidrar. At eldre forbrukere ikke er så kjent med festen er forståelig siden Halloween kom ”ut av mørket” rundt år 2000. Selv om den kommersielle interessen har vært ganske synlig, viser vår undersøkelse at under en femte del av våre respondenter feiret Halloween i fjor. Med tanke på den ganske massive reklameringsen for Halloweenprodukter fra handelsstandens side, som gir inntrykk av stor Halloween utbredelse, er det noe overraskende at en såpass liten andel av befolkningen ser ut til faktisk å markere dagen.

8.1 Høstfest ut av mørket?

De orangerfargede omgivelsene våre i slutten av oktober (alt fra den lokale matbutikken som selger gresskar til restauranter eller fester) viser at Halloween åpenbart er sterkt påvirket av kommersielle drivkrefter. Det gjør ikke nødvendigvis Halloween mindre fengslende: alt fra kollektiv planlegging, sosialt samvær, nytt ritual hvor barna er sentrale aktører og gaveutvekslingen er ekstremt spennende. Sosialt samvær er en viktig del av Halloween og folk bruker tid sammen og lager Halloweeneffekter (dette gjelder ca. $\frac{1}{3}$ av respondentene og da er ikke institusjoner som skoler og barnehager med). I tillegg gjør problemstillinger knyttet til etiske verdier rundt forbruk, og ikke minst det store mediefokuset, Halloween til et spenningsfylt studiefelt for bedre å forstå den norske forbrukskulturen.

Halloween feiringen reiser derfor mange relevante spørsmål om forbruk²⁵: Hvem planlegger? Foregår planleggingen individuelt eller kollektivt? Innenfor familie eller institusjon? Er de etiske dimensjoner, knyttet til miljø, bærekraftighet, fairtrade, osv. tatt i betraktning? Hvem gir hva, av fremføring eller godteri, av knask eller knep? Hva med sunnheitsdimensjonen og godteri? Hva med søppel etter feiringen? Halloween er en ny fest som oppfattes som en tradisjonell feiring og de kollektive reglene er foreløpig vage: Hvordan vil Halloween utvikle seg? Hvilke aktører vil prege utviklingen? Spørsmålene er uendelige og svarene vil hjelpe til å få en bedre forståelse av vår kultur og samfunnsutvikling.

²⁵ Forbruk, som gjerne defineres ut fra (minst) fire faser: 1) planlegging, 2) kjøp, 3) bruk og 4) avhending er høyst relevant i alle fire fasene når det gjelder Halloween

Når det gjelder forbrukskultur er dermed Halloween spesielt interessant fordi det er et nytt ritual med forbrukspraksiser som tilpasses hele tiden, fordi påvirkningen fra USA er tydelig og påvirker entreprenørskap, fordi handelsstanden åpenbart spiller en viktig rolle i hvor synlig Halloween er, fordi dens utvikling er knyttet til nordmenns identitet og verdier, og fordi den skaper debatter både innenfor offentlige og private rammer (i aviser og på TV, i familier og på skolen). Halloween skaper samfunnsengasjement og kan brukes som en inngangsdør til en kulturell studie av dagens Norge. Kan den norske feiringen av Halloween skape det samme samspillet mellom individualitet og kollektivitet som Lherm påpeker kjennetegner den amerikanske feiringen, og kan Halloween bli noe nordmenn flest kan identifisere seg med? Uansett i hvilken retning Halloweenfeiringen går trenger vi mer forskning på den.

Litteratur

Clarke Alison J., 2007: "Consuming children and making mothers: birthday parties, gifts and the pursuit of sameness", *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, jul./dez. 2007, s. 263-287,

Eike, Christine, 2007: "Masks and Mumming Traditions in Norway. A Survey." I: Gunnell, från *etnologiska avdelingen*. Uppsala Universitet. *Halloween – två nya festseder i Sverige*. Språk- och folkminnesinstitutet. Uppsala.

Gillis, Herlitz, 2007: Mors dag och Halloween. Festseder i förändring. *Etnolore 31: Skrifter från etnologiska avdelingen*. Uppsala Universitet.

Korff, Gottfried, 2001: "Halloween in Europa. Stichworte ze einer Umfrage", I: *Zeitschrift für Volkskunde*, 97. Jahrgang 2001, s. 177-189.

Lherm, Adrien, 1997 : "Les enjeux sociaux du rite: l'exemple de la fête d'Halloween", *Hypothèses*, 1997/1, Publications de l Sorbonne, Paris, s. 23-30.

Lilja, Agneta, 1998: *Sockrade hjärtan och godissugna spöken. Alle Hjärtans Dag och Halloween – två nya festseder i Sverige*. Språk- och folkminnesinstitutet. Uppsala.

Lysaght, Patricia, 2001: "Hallowe'en in Ireland: Continuity and Change." I: *Zeitschrift für Ohrvik*, Ane 2001: «Halloween in Norway». I: *Zeitschrift für Volkskunde*, 97. Jahrgang 2001, s. 233-240.

Ohrvik, Ane, 2001: «Halloween in Norway». I: *Zeitschrift für Volkskunde*, 97. Jahrgang 2001, s. 233-240.

Ohrvik, Ane, 2006: "Hallowiiiiin! Ritualisering som entreprenørskap", i: Amundsen, Arne Bugge; Hodne, Bjarne og Ohrvik, Ane (red.): *Ritualer – kulturhistoriske studier*. Universitetsforlaget: Oslo, s. 139-159.

Ohrvik, Ane, 2007: "'May the Star Come in?' The Process of Tradition in Grimstad, Norway." I: Gunnell, Terry (red.): *Masks and Mumming in the Nordic Area. Acta Academiae Regiae Gustavi Adolphi* 98, s. 583-602.

Salamolard Michel og Davin José, 2005 : « Halloween ou la Toussaint » , *Que penser-de ?* , n. 64, Editions Fidelité, Namur, 48 sider.

Santino, Jack, 1992: "Halloween: Rite of Season, Rite of Passage." I: Nachbar J. and Lause K. (red.): *Popular Culture – An introductory text*, University of Wisconsin Press, Madison, s. 403-412.

Segalen, Martine, 2009 : *Rites et rituels contemporains: Domaines et approches*, Armand Colin , Paris, 128 sider.

Vedlegg 1 - Kronikk VG 2004 Halloween-den nye barnefesten?

Debatt
debatt@vg.no

Skriv til VG, Debatt-redaksjonen, Postboks 1185 Sentrum, 0107 Oslo.

Faks 22 00 08 10

Redaksjon: YNGVE KVISTAD

■ ■ I helgen vil mange norske barn feire en amerikansk tradisjon som handelsstanden har innført. Men hvor ille er nå egentlig det? undrer artikkelforfatterne.

Halloween – den nye barnefesten?

VG innlegg

Av Virginie Amlien og Mari Rysst

Halloween er en forholdsvis ny begivenhet i Norge (mindre enn ti år), som flere familier stifter bekjentskap med 31. oktober hvert år. Da opplever man at barn kler seg ut i skremmende kostymer, ringer på dører og forventer å få godteri.

For folk flest oppfattes halloween mest som en amerikansk tradisjon innført til Norge, og butikkene gleder seg over mulig økt fortjeneste. Men hva slags type fest er halloween? Er det en fest knyttet til tradisjon, til barnekultur eller til forbrukskultur? Hva er halloween, og hvor kommer sikkiken fra?

Ordet halloween har sine røtter fra den katolske kirke, fra all hallows eve – kvelden før første november, all hallows day, som er en katolsk dag som hyller alle helgener. (I Den norske kirke er allehelgensdag første søndag i november). Samtidig rommet denne dagen en eidgeammel keltisk tradisjon hvor det gjaldt å drive bort døde sjeler som ønsket å ta bolig i levende mennesker.

Søkende sjeler

I keltisk Irland f.Kr. begynte det nye året første november, og kelterne trodde at alle mennesker som hadde dødd det siste året, på denne dag prøvde å besette levende mennesker. Dette fordi besettelse av levende var en betingelse for å få et liv etter døden. Men de levende ønsket ikke å bli besatt, derfor kludde folk seg ut i fryktingygende kostymer og lagde mye støy for å skremme søkende sjeler bort. Romerne tok så opp disse keltiske sikkiken noen hundre år før Kristus.

Sikkiken med «strick» eller «treat» – «knask eller knep», som det er blitt heitende på norsk, stammer sannsynligvis ikke fra kelterne, men fra en europeisk sikkik fra det 8. århundre kalt «sjelings». Den andre november, alle sjelers dag, pleide de kristne å gå fra landsby til landsby og be om sjelkaker. Disse var firkanterde skiver brød med solbær. Jo flere sjelkaker tiggerne fikk, jo flere bønner lovet de å be for gifvemannens døde slektninger.

Knask eller knep

De trodde at de dodes sjeler eksisterte i ingemennsland en tid etter døden, og at barn ville sike sjelene for at de slapp inn i himmelen. «Knask eller knep» var slik en gaveutveksling av «bønn for de dodes sjeler» mot kakker.

Forfatterne: Virginie Amlien og Mari Rysst er forskere ved SIFO/ULO, Sissens Institutt for Forbruksforskning.

Halloween handlet altså om forholdet mellom levende og døde, og hvordan de levende kunne hjelpe de døde med å komme til himmelen.

Det var irske utvandrere som tok med seg halloween-feiringen til Amerika midt i forrige århundre. Dagens halloween stammer slik fra en kombinasjon av sikkiker fra kelterne, tidlig kristendom, den romerske kirke, amerikansk kultur og kommersialisme.

Dagens norske halloween-feiring – som er en etterligning av den amerikanske vi i årevis har sett på film og TV – består i korthet av at barn kler seg ut i mer eller mindre skremmende kostymer, og ringer på dører og sier «knask eller knep». Forventningen er da at de får godteri (knask) – jo mer jo bedre. Får de ikke det, eller folk ikke åpner døren, er det «lov» å kaste råttne egg på huset, eller utføre annen type hevsn (knep).

Gaveutveksling

Det som mangler i den moderne utgaven, synes å være en form for likeverdig gjensidighet i gaveutvekslingen: De som ringer på, skal ikke sies noe for å få godteri, de får t.o.m. lov å hevne seg hvis de ikke får noe. Det som byttes, er skremmende utkledding mot godteri. Det vil si det er nærmest et krav, for ellers risikerer gi-veren «knep». Med andre ord har innholdet i bytterelasjonen forandret seg, fra gjensidighet basert på en form for likeverd, til gjensidighet basert på en form for tvang. Eller mild utpressing,

om man vil. Det vil si at bare deler av det gamle innholdet spores i den folkefeste, forbruksfest mange vestlige land feirer i morgen.

Den norske halloween-feiringen er en ny tradisjon tuftet på gamle røtter, der det kommersielle har kommet for den kulturelle begrunnelsen. Derfor søker mange foreldre et sterkere innhold enn bare å «sle seg ut for å få godteri» som begrunnelse for festen. Men kombinasjonen av forestillt gammel tradisjon, høyt forbruk, gaver og barn som sentrale aktører gjør det vanskelig å stå imot. Hvordan skal foreldre eventuelt ståse presset, når de vet at det kommer til å såre barna?

Her mener vi barnehage og skole har et ansvar. For hvor får barna vite om halloween? Sjelden er hjemmet premisseleverandør. Tre Oslo-skoler vi kontaktet, en på Oslo øst og to på Oslo vest, hadde alle tatt fatt i feiringen. To avviste den. Østkantens hadde erfaring med at det ble så mye tull. Hevnaksjonene når noen ikke ga noe, eller ikke lukket opp døren, var på grensen til hærverk. Dessuten kostet det for mye å delta for mange allerede økonomisk pressede husholdninger.

Søppel og rot

Den ene vestkantens «be-grunnet» manglende feiring med at det ble så mye søppel og rot, og at de heller ville konsentrere seg om nor-

ske tradisjoner. Ved den andre vestkantens bestemte man seg for å informere barna og foreldrene om halloween, samt få kontroll over begivenheten gjennom for eksempel klassefester.

Forsk på folkeopplysning gjennom skolen, barnehage og media er forsøk som kunne gjøre halloween til en mer moralsk aktivitet. Men da må feiringen gis mer innhold gjennom utveksling av en tydeligere gjensidighet i utvekslingen «knask eller knep». Er det mulig, eller, rettere, ønskelig?

I dag har halloween ikke med nasjonal identitet å gjøre, hverken økonomisk, politisk eller kulturelt, men over tid vil den få det. Tradisjon skapes kontinuerlig, og om ti år er halloween ikke ny lenger. Kanskje blir halloween et vellykket eksempel på en «forbrukstradisjon»?

I et barneperspektiv er visstnok halloween drømmefesten, hvis omgivelsene legger opp til at den skal være det: «Halloween er gøy, mamma, det er den nye barnefesten». Spørsmålet er om vi voksne vil at den skal bli det.



KNASK ELLER KNEP? – Den norske halloween-feiringen er en ny tradisjon tuftet på gamle røtter, der det kommersielle har kommet for den kulturelle begrunnelsen, skriver Virginie Amlien og Mari Rysst.

Foto: CAMERA PRESS

Den norske halloween-feiringen er en ny tradisjon tuftet på gamle røtter, der det kommersielle har kommet for den kulturelle begrunnelsen.

Vedlegg 2 - Debatt Bergens Tidende onsdag 31. 10. 12 - Knask eller knep?

BERGENS TIDENDE ONSDAG 31. OKTOBER 2012

debatt 29

Følg med på leserdebatt og kommentarer på bt.no

Knask eller knep?



FORBRUKSKULTUR: – Halloweenfeiringen åpner for etiske, økonomiske og miljømessige betraktninger, sier Virginie Amilien, forbruksforsker (SIFO).

I dag strømmer spøkelser og zombier ut i gatene. Har handelsstanden tvunget på oss halloween?



PÅVIRKET AV TV: I dag har vi en langt bredere amerikansk kulturpåvirkning enn før, sier Tone Sandven, senterleder, Lagunen.

VIRGINIE AMILIEN

Halloween er ganske nytt, i den forstand at feiringen er 10–15 år gammel i Norge. Det er sikkert mange grunner til at noen feirer halloween, men det ser ut som om de fleste gjør det fordi det er gøy. Spesielt i denne mørke tiden av året er halloween både en varm hilsen til nakne trær og kulde, og en grunn til å ha det gøy med andre.

Ser man på forbrukskultur som et flersidig felt hvor forbrukerne uttrykker holdninger, verdier eller væner og som skapes av forbrukspolitiske, av svarene på, begge deler. Halloween slik den feires nå, har røtter i eldre keltisk tro, kristen skikk og amerikansk tradisjon og kom tilbake til Europa rett før det nye århundret, med synlige impulser fra markedet.

Jeg tror at det viktigste er at halloween er en fest, det betyr en tid da vi er sammen, enten det er med familien, med venner, folk i området du bor, på skolen, i barnehage, ved studenthuset og mer. Det handler mye om sosialt samvær i en årstid hvor klimaet gjør at vi lett kunne holde oss inne.

Mange er fremdeles usikre på mye ved dagen. Det vanligste halloween-relaterte spørsmålet på nettet er hvilken dato halloween faller på. Når reglene ikke er så klare, har institusjoner som skoler og barnehager anledning til å spille en vesentlig rolle.

Problemet er ikke at vi bruker penger, men hvordan vi bruker pengene. Feiringen introduserer flere spennende problemstillinger knyttet til forbruk. Både etiske, økonomiske og miljømessige betraktninger er viktig når halloween skal planlegges: Skal vi kjøpe eller lage selv? Blir det godteri, hjemmelagde baller eller gulptrøtter? Skal vi bruke kostymene neste år, eller kaste dem?

Hvorfor feirer vi halloween?

Er halloweenfeiringen et resultat av nye kulturelle impulser utenfra, eller ren forbrukskultur?

Hva signaliserer vi ved å delta i halloweenfeiringen?

Bør barnehager og skoler markere halloween?

Er det problematisk å foreldre må bruke penger på halloween?

Jeg tror grunnen til at konseptet halloween de siste årene har inntruffet Norge for fullt – er fascinasjonen av spennende impulser utenfra. Den yngre generasjonen er uten tvil blitt inspirert fra amerikanske filmer og TV-serier. Karsvalstradisjonen i Norge er ikke særlig sterk – halloween kommer derfor inn som et mer konkret konsept hvor man ivaretar fascinasjonen om å kle seg ut for en kveld, gjerne som små vampyrer, hekser og monstre snikende rundt husveggen.

Jeg er overbevist om at den viktigste årsaken er økt mediemangfold. I dag har vi en langt bredere amerikansk kulturpåvirkning enn da folk flest bare hadde tilgang til et par TV-kanaler. Det er derfor helt naturlig at handelsstanden nåstket fanget opp en slik trend hvor salgspotensialet uten tvil er stort. Sånn sett får tradisjonen og større fotfeste av det kommersielle presset!

Først og fremst signaliserer en innlemming av feiringen at verden er kommet tettere på oss, og at vi mer enn noen gang er åpne for nye tradisjoner og kulturer. Vi reiser som aldri før, og har i en årrekke adoptert ulike elementer vi har hentet impulser fra utenfor landets grenser, det være seg alt fra kulinariske retter, til mer konseptuelle andre elementer fra verden for givig – og det amerikanske i særdeleshet.

Personlig hadde jeg foretrukket om halloween ikke ble innlemmet i skoler og barnehager. Jeg synes ikke man skal bli påtvunget dette, men heller la det være opp til hver enkelt å ta stilling til deltakelse. Uavhengig av omfang kommer vi nok ikke utenom at halloween er kommet for å bli.

Jeg ser at det kan være krevende om barna ønsker kostbare kostymer, men jeg håper og tror at de fleste foreldre klarer å styre dette på en fornuftig måte. Velger man å la barna få være med på feiringen, så har man tatt et standpunkt – og er da mest sannsynlig villig til å bruke litt penger. Slik jeg ser det er det ikke nødvendig å bruke særlig mye for å få til et komplett antrekk. Man kommer langt med litt kreativitet.

PROBLEMET ER IKKE AT VI BRUKER PENGER, MEN HVORDAN VI BRUKER PENGENE

HALLOWEEN HAR INNTATT NORGE FOR FULLT

Vedlegg 3 - Halloween spørsmål SIFO-Survey

HALLOWEEN – Spørsmål til SIFO survey 2013

1- Gjorde du, eller dine barn, noe av følgende i tilknytning til siste Halloween-feiring?

	Ja (1)	Nei (2)	Vet ikke (3)
Feiret Halloween (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kjøpte godteri til barn som ringte/banket på (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ga barna noe annet enn godteri (gulrøtter, nøtter, boller, e.l) (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kjøpte kostymer og gjenstander (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brukte om igjen kostymer og gjenstander fra tidligere feiring (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laget kostymer og gjenstander (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gikk ut for å feire (restaurant, venner, o.l.) (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gikk ut, for å slippe besøk (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laget eller kjøpte spesiell mat i forbindelse med Halloween (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2- Hva slags mat ble laget eller kjøpt spesielt for Halloween?

Vennligst skriv kort tekst

3- Omlag hvor mye penger brukte husholdningen din, samlet sett, på den siste Halloween-feiringen?

- Ingen ting (1)
- Under 50 Kr (2)
- 50 - 249 Kr (3)
- 250 – 499 Kr (4)
- 500 - 999 Kr (5)
- 1000 Kr eller mer (6)
- Vet ikke (7)