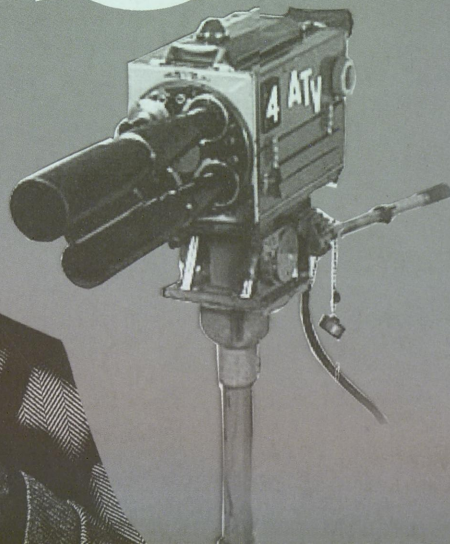


EN HIMMEL FULL AV STJERNER av Knut Nærum

Det er
forbausende lett
å være kjendis.
Helt til man
blir oppdaget.



 Nasjonalbiblioteket
Depotbiblioteket









Pris kr. 40,-

Teatersjef og ansvarlig utgiver: Svein Sturla Hungnes. Redaksjon: Erik Årslund, Hanne Lise Rørstad, Margareta Magnus Myhre. Grafisk formgivning: Solveig Jevanord. Foto: John Hughes. Forsideillustrasjon: Knut Nærnum. Grafisk produksjon: Interface Media as. Oslo Nye Teater tar forbehold om trykkfeil og endringer i programmet.

kjære publikum

I dagens medieverden kan man få inntrykk av at alle har et behov for å bli sett utover den vanlige sfære av familie, venner og kolleger. Det virker som om vi alle har et inderlig ønske om å være kjendis, om enn for et aldri så lite øyeblikk.

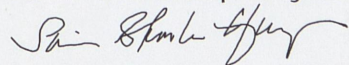
Om dette er et dypereliggende, menneskelig behov for eksponering, eller om det er et overfladisk behov skapt av TVs reality- og talkshowprogrammer, internett, ukeblader og aviser, kan man jo spekulere på. Ved stadig å være vitne til at mer eller mindre tilfeldige mennesker eksponerer seg foran kamera og i glorete billedreportasjer, kan man lett få følelsen av å mangle noe i eget liv. Man bør helst bli filmet, intervjuet og portrettert i sladrepressen mens man bretter ut livene sine for offentligheten og bader i oppmerksomhet. Det er ikke lenger hva du *er* eller hva du *gjør* som er viktig. Det som betyr noe er hvor berømt du er.

Realityshow og talkshow gir oss som seere og publikummere en følelse av at vi blir kjent med mennesker, men i virkeligheten er vi kun passive tilskuere som lar våre egne liv gli forbi mens vi glaner på andres.

Ting som for 10-20 år siden var regnet som private, er nå dagligdags underholdning i TV, og det skaper noen pussige paradokser. Par som har hatt sex i beste sendetid – med millioner av seere – kan senere finne på å gå til sak mot pressen for å ha krenket deres rett til privatliv. Hvor går grensene mellom det private og det offentlige?

Grensene for lek og virkelighet viskes stadig mer ut, og kan være vanskelige å ta tilbake. Enkelte klarer det aldri. Karakterene i kveldens forestilling er et eksempel på det.

Det kan fort bli en lek på liv og død.



Svein Sturla Hungnes,
teatersjef

EN HIMMEL FULL AV STJERNER

av Knut
Nærum



Elsie Faber
Kent Landrø
Kari-Mette Andersen
Heidi Bykle
Erling Moestøl
Heine Stølen
Tor Arne Langeland

MARIKA ENSTAD
KYRRE HAUGEN SYDNESS
HELLE HAUGEN
LENE KONGSVIK JOHANSEN
HANS JACOB SAND
ANDERZ EIDE
CHRISTIAN RUBECK

Regi
Scenografi
Dramaturg
Kostymer
Lys
Lyd
Masker

IVAR TINDBERG
JOHN-KRISTIAN ALSAKER
LINE ROSVOLL
LISA ASPLUND
HARALD HAUGEN
SIMEN SCHARNING
ERIKA BRATHOLE

Pressefolk/ auditiondeltagere/ studiostab/ politi/ diverse:

ALEXANDRA GJERPEN, ERLEND NERVOLD, THOMAS M. PETERSEN, OLE VIDAR SKOGHEIM, VERONICA WÆRNES

Radiostemme Morten Røhrt

Inspisient Roger Fossum

Sufflør Didi Stig

Dialogen er utviklet i samarbeid med skuespillerne

URPREMIERE OSLO NYE CENTRALTEATRET 19. JANUAR 2007

Varighet: ca. 1 1/2 time (uten pause)

Takk til Serviceproffen for hjelp med utstyr.



du kommer til å bli kjendis

av Knut Nærum

Vi trenger alle å bli sett. Når andre mennesker ser oss, får vi bekreftet at vi eksisterer. Dette gjelder bare når vi ser at de ser oss. Det gjelder ikke hvis de lusker på oss; det er bare ekkelt.

En kjendis er en som blir sett mer enn de fleste. En annen definisjon:

En kjendis er en som ser mye teater uten å betale for seg.

Kjendiser er kjendiser fordi andre har blitt enige om det. Paris Hilton har blitt kjendis som følge av en bred sammensvergelse.

Det er skummelt, men sant.

I mange kulturer mener man at for hver gang du blir avbildet, mister du et stykke av sjela di. Det forklarer hvorfor Elvis døde.

Det sier muligens også noe om Paris Hilton.

Vi bryr oss om hvordan kjendisene har det, vi vil vite hva de mener om pels, Irak-krigen og hverandre. Dette er en god ordning som bør utvides. Vi bør lytte til alle mennesker. Vi bør behandle alle som kjendiser.

Be dine venner om autografen. De kommer til å like det. Kanskje de ber deg om din.

Jo flere kanaler, jo flere kjendiser. Vi har allerede kjendiser som de fleste ikke har hørt om. Det naturlige neste trinnet er kjendiser som ingen har hørt om.

Summen av oppmerksomhet er konstant. La oss fordele den etter behov. Dette er god sosialdemokratisk politikk: Omfordeling av kjendisstatus. Alle tjener på det. Folk flest blir sett og hørt, mens de tidligere A-kjendisene får en sjanse til å berge sjela.

I fremtiden kommer alle til å være berømte hele tiden, men ingen kommer til å vite om hverandre.



Knut Nærum er forfatter, oversetter, humorist, serietegner og dramatiker, og har skrevet en rekke tekster for teater og revy. Er en profilert, fast deltaker i NRKs underholdningsprogram *Nytt på nytt* gjennom mange år.

å være vanlig i mediene

av Espen Ytreberg, professor i medievitenskap, Universitetet i Oslo

Omfattende, men ikke riktig nytt

Det ser ut til å være en utbredt oppfatning at vi lever i en tid der digitalisering og reality-TV har gjort deltakelse fra vanlige mennesker til et dominerende trekk ved mediene. Det med dominansen er riktig. Alt vi har av forskning tyder på at mediebransjen satser hardt på dette området, på tvers av forskjellige mediesektorer. Deltakelsesbaserte tilbud er omfattende, og blir stadig flere. Våre undersøkelser fra 2005 viser for eksempel at de norsk-språklige TV-kanalene tilbød i snitt over 20 timer program pr. dag med deltakelse fra vanlige folk. Også undersøkelse av den faktiske deltakelsen tyder på at den er utbredt. For eksempel oppgir 38% av den norske befolkningen at de har vært på TV én eller flere ganger i sitt liv, som intervjuobjekter, stastister eller studiopublikummere. Dersom man legger til dem som bidrar via digitale medier, som tekstmeldinger og e-post, blir tallet høyere.

Det at deltakelse fra vanlige folk i mediene skulle være et nytt fenomen, er derimot ikke videre presist å si. De har selvfølgelig hele tiden vært viktige som intervjuobjekter, og som emne for nyheter og reportasjer av alskens slag. I kringkastingsmediene har sjangere som spillprogrammet lenge bygd på deltakelse fra vanlige folk. Også det mediebransjen kaller «brukergenerert innhold» har en lang forhistorie. Avisene har hatt sine leserbrev, radioen

sine innringningsprogrammer. I dag kommer i tillegg chattene, bloggene, diskusjonsgruppene og alle de andre digitale mulighetene for vanlige folk til å være med og selv prege tilbudet. Det er liten tvil om at dagens digitale medier utvider mulighetene for publikumsdeltakelse betydelig. Sammen med reality-TV-trenden er de med på å gjøre fenomenet «vanlige folk i mediene» til noe av et fenomen i samtiden.

Kravlende folkedyp

Mediedeltakelsen er til og med selv blitt en medie-snakkis, den diskuteres hyppig i mediene selv. Dels dreier diskusjonen seg om vilkårene for deltakelsen. Da handler den for eksempel om hvorvidt nettdebattanter bør få være anonyme, eller om påkjenningene reality-TV-deltakere utsettes for, er etisk forsvarlige. Men diskusjonen preges også ofte av en generell motvilje overfor det læreren og forfatteren Inge Eidsvåg i Aftenposten (12/12-06) har kalt «anonyme ytringer som kravler opp fra folkedypet». Motviljen handler til dels om kvaliteten på ytringene, til dels om deltakerne selv og deres motiver. Mange forbinder det å ville være synlig i mediene med noe tomt og overfladisk, dersom deltakeren ikke kan eller står for noe særskilt.





Kirkelig Kulturverksteds daglige leder Erik Hillestad sier det slik (til Aftenposten 7/12-06): «Den som blir kjent på grunn av store bragder fortjener både ære og berømmelse, selvfølgelig. Berømmelse som et mål i seg selv, derimot, er bare et tomt skall.»

Hillestad og andre har rett til sin skepsis, selvfølgelig. I det minste kan det være grunn til å holde mediebransjens egen hyllest av denne utviklingen som uttrykk for et «SMS-demokrati» på en viss avstand. Men en generell motvilje mot mediedeltakelse kan bli vanskelig å opprettholde i et samfunn der slik deltakelse rent faktisk er blitt vanlig. Om vi ikke selv har deltatt, vil de aller fleste av oss kjenne noen som har gjort det. Mediedeltakelsen er blitt hverdagslig, den har lite med bragder eller andre usedvanligheter å gjøre. Den er mer å sammenligne med en fritidsaktivitet, for noen en hobby.

Hva det tomme skallet rommer

Når det gjelder den «tomme» berømmelsen, kan man alltså hevde at andre former for menneskelig utfoldelse er å foretrekke. Men den er neppe tom i betydningen meningsløs eller funksjonsløs, iallfall ikke for dem som deltar. Medieforskningens kunnskap om deltakernes motiver og refleksjoner rundt deltakelse, stammer særlig fra forskning på diskusjonsprogrammer, spillprogrammer og etter hvert realityprogrammer. Her avhenger mye av hva slags programmer det konkret er snakk om. En del former for motivasjon går likevel igjen. Noen sier de vil ut med et spesielt budskap, en mening i en poli-

tisk sak eller et budskap om sitt forhold til andre i samfunnet. Det gjelder blant annet dem som ikke har noen selvsagt tilgang til kategorien «vanlig person». Homofile kan for eksempel melde seg på for å få fram at også de i grunnen er som alle andre.

Andre motiver er mindre «høyverdige», de har med opplevelser heller enn med meninger og holdninger å gjøre. Mange oppgir det å bli sett og det å bli kjent som begrunnelser. Slik sett er det liten tvil om at «møll» finnes blant deltakerne, i betydningen folk som søker berømmelse i medienes lys for berømmelsens egen skyld. Men mange bruker andre ord. For eksempel snakker de om det å søke spenning i livet, eller om det å utfordre seg selv; dette er deltakere som vil teste sine egne grenser og reaksjoner. I forskningsstudien «Sjekking på TV» oppga dessuten flere at de deltok etter initiativ fra venner og familie.

Mediedeltakelse i et mediesamfunn

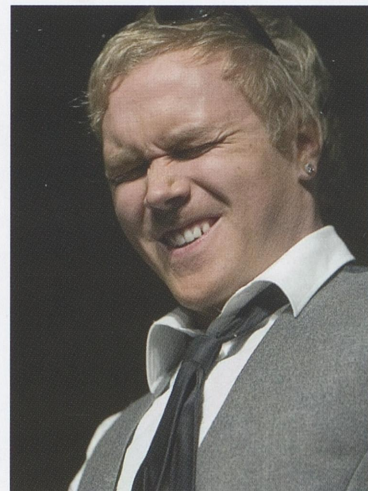
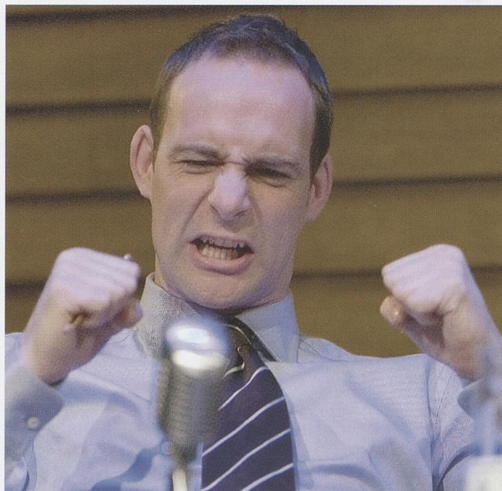
I tillegg til å kartlegge deltakelsens omfang og konkrete former, har forskere også jobbet med mer overordnede forklaringer på hvorfor mediedeltakelse griper om seg. Én mulig måte å angripe saken på, er via den særegne statusen vanlighet har i moderne samfunn. Selve uttrykket «vanlige folk» kan gi noen et visst ubehag, hvis de er opptatt av at alle individer i prinsippet er forskjellige. Samtidig er det uheldig slik at det siste drøye hundreåret i stor grad har handlet om en framvekst av felles rettigheter og allmenn verdig-

het for det vanlige mennesket, den «jevne mann og kvinne». I moderne velferdsdemokratier er det etablert som prinsipp at vi alle har rett til å gjøre oss gjeldende på offentlige arenaer. Samtidig ser vi en stigende grad av individualisering, der enkeltpersoner i større grad møter utfordringer om å selv aktivt skape sin identitet. Det ser ut til å føre med seg et utbredt ønske om å markere overfor andre at man er noe særskilt, at man «skiller seg ut fra massen».

Denne individuelle markeringstrangen ser ut til å kreve et større publikum enn hva familien og vennekretsen kan gi. Derfor spres den ut i offentligheten, og det skjer gjennom mediene. De fleste ser ut til å være enige om

at dagens samfunn er et mediasamfunn, og det betyr blant annet at medieformidling dominerer de offentlige arenaene. Hvis mediene er blitt et slikt sentrum i samfunnet, er det kanskje ikke så rart at folk trekkes mot dem. Det er der både makta og moroa finnes, så hvor ellers skulle vanlige folk ønske å gå for å vise hvem de er, om det så bare skulle dreie seg om Andy Warhols berømte «fifteen minutes of fame»?

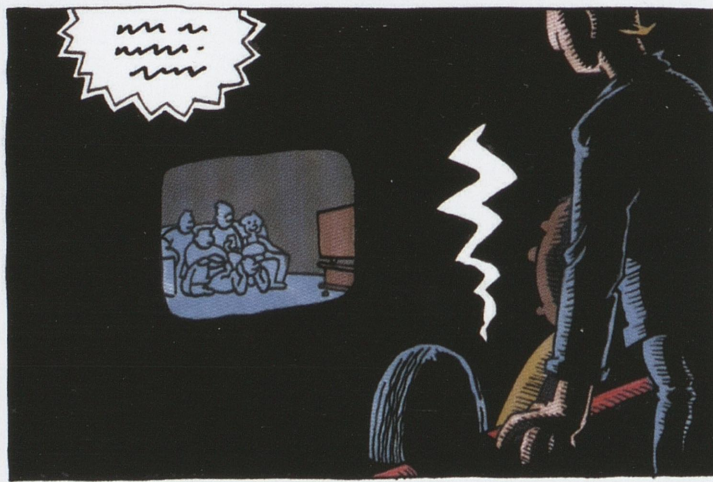
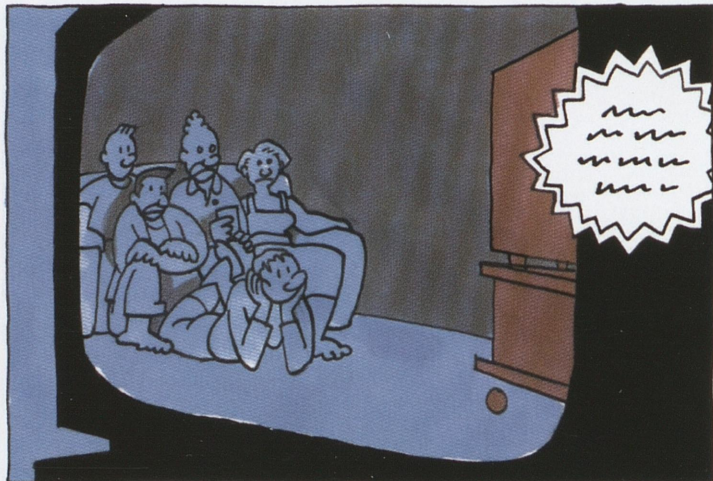
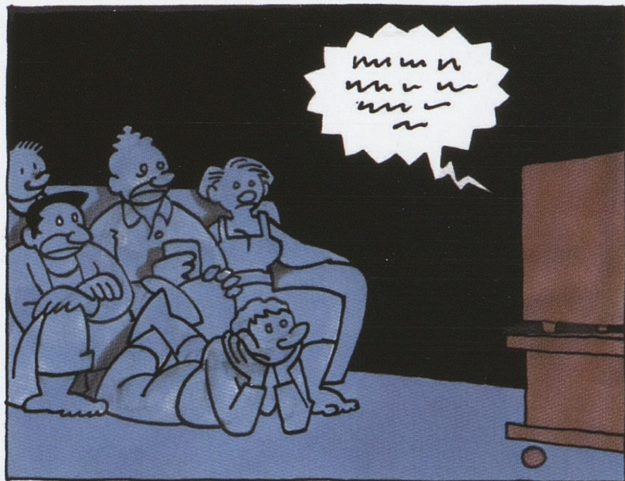
Videre lesning: Eva Bakøy og Trine Syvertsen (red.) *Sjekking på TV*. Oslo 2001. Espen Ytreberg: «Folkevandringen inn i mediene». *Dagbladet* 10/10 2006. Espen Ytreberg: «Det ekspanderende selvet. Om deltakelse i reality-TV.» <http://www.vinduet.no/tekst.asp?id=351>

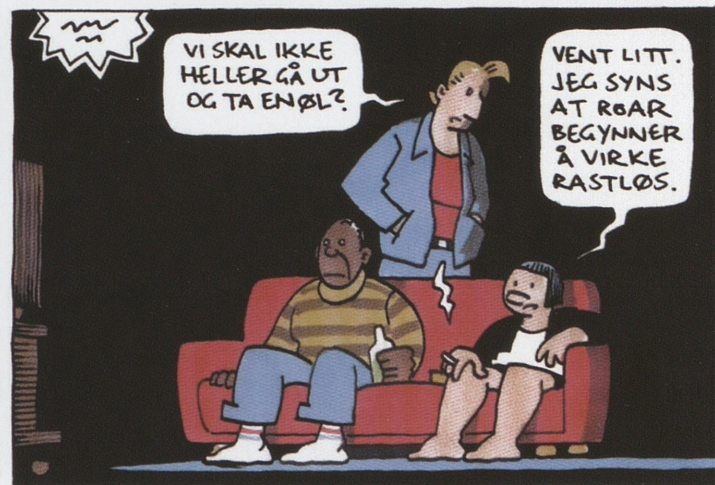
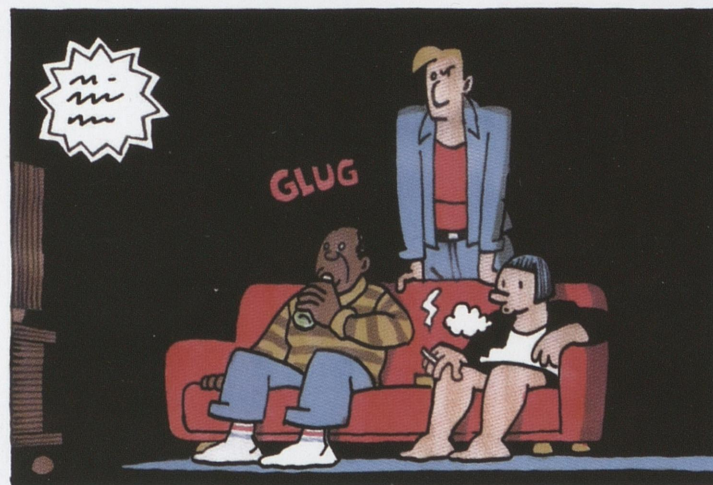
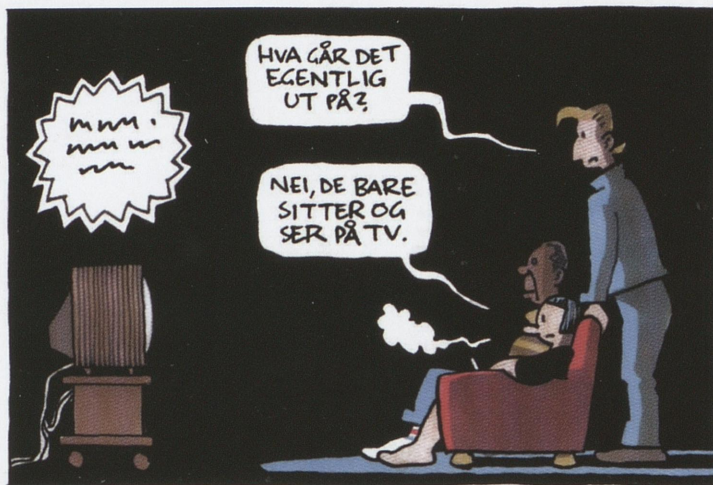




BLOID

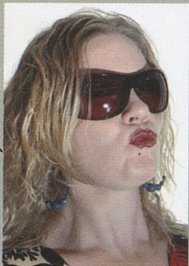
AV KNUT
NÆRUM





5 om berømmelse

Marika E., Oslo 4



bare det. Og realitydeltakerne har det vel kanskje heller ikke så greit, sånn til hverdags.

3) For langt, dessverre. « Det är synd om människorna »

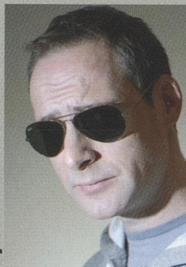
4) Ja, så absolutt. Den utmattende gleden det er ved å bestige en fjelltopp eller fryse vettet av seg på en pol må da være den optimale lykke. Tror nok Roald Amundsen også var temmelig glad i 1911 som den første til sydpolen.

5) Nei, ikke med det tendensiøse lavmål vi ser nå. Men hadde jeg funnet opp et middel som gjorde ondskan til kärlek så ville jeg blitt litt snurt hvis ingen fikk det med seg. Men for å sitere Ibsen: Alt er jo funnet opp allerede.

1) Nei, tror mange er fornøyd med den de er.

2) Synes ikke Guinness er lettvin i det hele tatt. Det er ikke alle og enhver som utsetter seg for å svømme under et isflak i 57,5 meter. Eller han med 13,2 cm langt ørehår stikkende ut fra hodet. Ikke bare

Kyrre H. S., Oslo 1



eller strikke et to kilometer langt skjerv eller spise et fly....respekt!

3) Langt....tydeligvis.

4) Ja, for meg handler de eksemplene om naturopplevelser. Det er ikke viktig for meg at andre vet hvor jeg går på tur, utenom nærmeste familie og redningstjenesten om jeg skulle gå meg bort.

5) Jeg er ganske privat som person, så det hadde blitt veldig rart om alle skulle kjent meg igjen på gaten... er kun forlover for mine beste venner, for å si det sånn.

1) Alle? Nei, tror derimot at mange ønsker anerkjennelse på en eller annen måte.

2) Har du lest alle de syke tingene folk gjør for å komme i Guinness rekordbok? Lettvint er det i hvert fall ikke. Prøv å klappe sammenhengende i fire uker

- 1) Bærer vi alle på en hemmelig drøm om berømmelse?
- 2) Er realityshow og Guinness rekordbok ikke-kjendisenes «lettvinte» måte å bli kjent på?
- 3) Hvor langt tror du folk er villige til å gå for å bli berømte?
- 4) Er det noen vits i å gjøre noe ekstremt - krysse Sydpolen eller bestige Mount Everest - hvis ingen får vite om det?
- 5) Savner *du* berømmelse?

Helle H., Oslo 3



1) Nei, (og dette vet jeg), jeg kjenner mange som ville syntes det var grusomt.

- 2) Det er da ikke lettvint å komme i Guinness.....
- 3) Så langt som helst
- 4) Nei!
- 5) Bare når det gjelder å få fersk fisk. (Det sies at kjendiser får de beste fiskestykkene).

Ivar T., Oslo 4



1) Tror nok det. Fra vi er små drømmer vi om å få applaus, og at folk skal snakke om hvor flinke og

flotte vi er.

- 2) Jo, men det er to litt forskjellige ting. Har mest sans for Guinness rekordbok, det er litt mer nerdete der.
- 3) Thomas Quick gikk jo rimelig langt.
- 4) Kan jo være deilig å komme seg litt bort.
- 5) Nei, jeg er ganske berømt.

Knut N., Oslo 5



1) Drømmen er ikke alltid hemmelig. Bortsett fra det er svaret nei. Vi må respektere dem som svarer nei. Selv om de juger.

- 2) Lettvint meg her. Det er antakelig lettere å bli kjent på den vanlige måten, Se og Hør-måten, enn å komme i Guinness' rekordbok.
- 3) Noen: Så langt som nødvendig.
- 4) Det er en kjempeidé: Å bli førstemann til topps på Everest uten å ta bilder.
- 5) Egentlig ikke. Men det hadde vært hyggelig å være kjent for noe nyttig, som for eksempel å ha gjort fisjonsenergi tilgjengelig som en trygg og ren kraftkilde.

et nett av stjerner

av Hanne Lise Rørstad

Alle kan ikke bli TV-stjerner. Da er det godt vi har internett. Det eneste som setter en stopper for selvdyrkelsen på nettet – eller selvpinselen for den saks skyld – er sensur.

Og vi snakker her definitivt *ikke* om selvsensur. Den er så godt som ikke-eksisterende fra det øyeblikk man logger seg på for å legge ut den siste rapporten om seg selv, sin baby, hund, skilsmisse, sykdom, livmor, svigermor, favorittpolitiker eller hva det nå måtte være.

De som tidligere ble omtalt som folk som kunne trenge beskyttelse mot seg selv, lever nå i beste velgående på nettet i fri utfoldelse. Og det later til at de er mange.

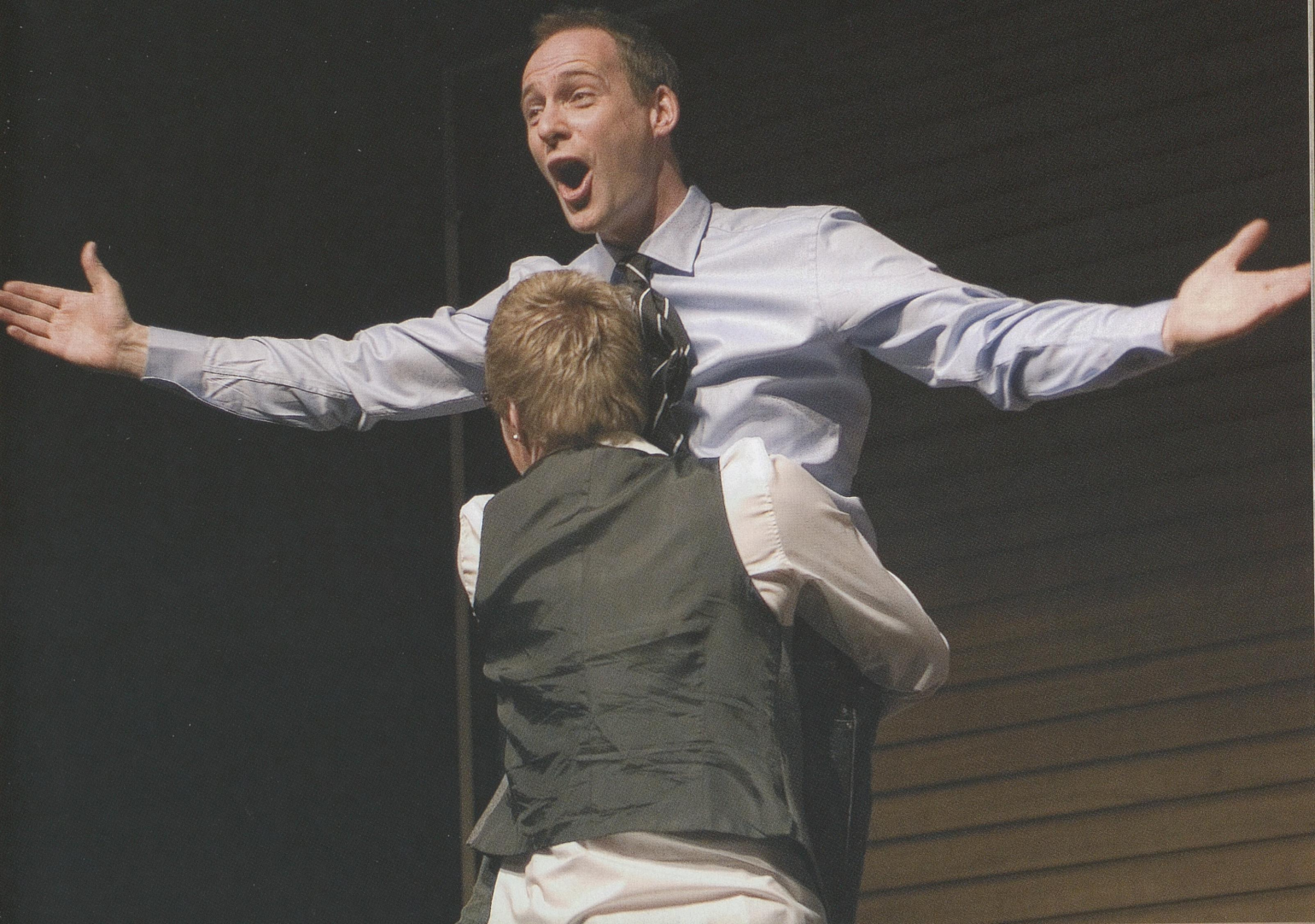
Via nettet har vi alle blitt kikkere, og kan gå nærmere inn på realitystjerner, politikere, naboen, glamourmodeller, idrettsutøvere, pornoavhengige og anorektikere. Der vi tidligere måtte ty til forskningsrapporter eller midtside-reportasjer kan vi nå lese menneskers innerste tanker bare ved å gå online. Alle kjente personer med respekt for seg selv har egen hjemmeside. Det har også stat, kommune, bedrifter, skoler, barnehager og idrettslag. Men i tillegg har det også blitt vanlig for folk flest å opprette egne sider, med informasjon og bilder av hele familien. At personalia kan misbrukes, later det til at folk glemmer, for detaljert informasjon man aldri ville oppgitt til fremmede

legges nå ut på private hjemmesider.

Hvem som leser disse sidene er en gåte. For hvem andre enn familien kan ha interesse av å lese at: «Jeg er gift med Torunn, som jobber i et firma som heter ABC. Det er hovedgrunnen til at jeg har endt opp her i Buskerud, selv om vi trives godt begge to. Torunn har sin egen site [her](#)». Eller dette: «Her er mine tantebarn... De heter fra venstre henholdvis David, Per og Julie og er min søster sine barn. Jenta til venstre heter Maren og er min bror sin datters venninne.»

Syns du dette er kjedelig lesning, kan du jo gå inn på «Andrines» hjemmeside og – mot betaling – sjekke ut bilder med titler som «Jeg stripper mus og rumpe i vannet», «Jeg onanerer med vibrator ute», «Jeg poserer utfordrende på en skinnfell», eller du kan gå inn på [slankere.com](#), som har linker og artikler som: «8 tips mot ribbefettet», «Spis deg til bedre sex» og «KirurgiRejser.dk».

Vil du ha ny partner en gang i mellom kan du gå til swingers-sider og lese at «swinging er noe fler og fler oppdager.»





De som virkelig ivrer har egen blogg (iflg. Wikipedia: «...en betegnelse på en oppdatert nettside hvor én eller flere forfattere ytrer synspunkter og forteller om verden om det som skjer...»). Det finnes videoblogger og bildeblogger, strikkeblogger, forfatterblogger, realityblogger, matblogger, babyblogger, hobbyblogger, jussblogger og politiske blogger. I USA oppsto sjangeren warblogs etter 11. september.

Noen fører reiseblogger fra alle verdenshjørner, med fotoer av venner og kjæresten, andre skriver om yndlingsdyr, farge på musematta, favorittpotetgull m.m. En lærer i videregående skole startet en klasseblogg, og fremhever i en artikkel bloggens betydning i forhold til å motivere elevene til å lese, skrive og lære å uttrykke seg. Nyttig informasjon kan man også få, som her: «Svømmerens logg ~ Tips og artikler for konkurransesvømmeren, treneren og andre svømmeinteresserte.»

Et raskt nettsøk avdekker også blogger av utenkelige kategorier: «Pornoavhengighet, tanker og tester: Et nettsted hvor du kan dele tanker med andre pornoavhengige, og hvor du kan teste din grad av pornoavhengighet... Som en som til tider føler at jeg ikke har kontroll på min pornoavhengighet så starter jeg en blogg for at vi kan dele, og finne hjelp rundt dette temaet. Dette er et område med mye fordømmelse, tabu og mye ekkelt. Internettet har skylden i at porno er tilgjengelig i utømmelige mengder... men jeg har skjønnet at det er mye bedre å være opplagt til å gå ut og nyte livet istedet for å sitte hjemme og surfe porno i 2-8 timer.»

«PUPPEBLOGG: Vi er sexologistudenten ved HIA. Vi blogger til eksamen.»

Her finner man alt fra fakta om brystenes oppbygning og funksjon (melkeproduksjon - hvis noen skulle være i tvil) til brystoperasjoner, puppefiksering, brystenes erotiske betydning, brystholderens historie m.m.

Det er ikke bare mennesker som blir kjendiser i våre dager. Også dyr har egne reality-show. Hør bare: «Takket være TV-kanalen Animal Planet kommer 10 katte til at tilbringe de kommende 10 dager i den vildeste luksus i et butiksvindu i New York. De bliver stjerner i en realityserie, hvor præmierne er gode nye hjem. De 10 vordende kæledyr skal konkurrere om, hvem der er bedst til at sove, fange legetøjsmus, spinde og lignende... Kulisserne er et luksuriøst kattehus, der er bygget op i en forretning på Manhattans reklamebureau på Madison Avenue... Slaget kan følges på Animal Planet og på hjemmesiden www.MeowMixHouse.com, hvor seerne også skal stemme én kat ud hver dag...»

Å bli reality-stjerne eller legge ut festbilder på nettet kan være skjebnesvangert. For hvordan kan du angre? Aftenposten skriver 10. april 2006 at «Stadig flere ønsker å slette gamle synder på nettet...» og viser til Studentavisa Under Dusken som har fått en rekke henvendelser fra folk som vil ha fjernet uttalelser fra avisens arkiv på Internett. «Ikke alt er like heldig når man for eksempel skal søke ny jobb, og den nye sjefen tråler nettet for å finne ut alt om søkeren, skriver NTB.» - Vi lar det selvsagt stå, sier redaktør Ellen Synnøve Viseth til NRK. - Det skal være helt spesielle tilfeller før vi sletter det.





«VG Netts ansvarlige redaktør Torry Pedersen har samme holdning. – Folk ønsker ofte å få fjernet opplysninger etter å ha søkt på sitt eget navn på nettet, blant annet realitystjerner som har funnet ut at det kanskje ikke var så lurt å være realitystjerner når de senere skal søke jobb. Men vi har generell en restriktiv policy på å fjerne det som på en måte er en del av vår kollektive historie, sier Pedersen.»

Det kan altså koste deg dyrt å være en navlebeskuende narsissist av en realitystjerne; den mest selvoptatte kjendisrasen i følge en ny amerikansk undersøkelse.

På eBay selges alt mellom himmel og jord; selv brukte bryster: En svensk Big Brother-vinner har nylig kunngjort at hun vil legge seg under kniven for å få fjernet silikonimplantatene sine i størrelse dobbel-D som har skjenket henne «mycket glädje genom åren», og auksjonere dem bort til inntekt for krigsoffere. Gled dere, alle Big Brother-fans!

Drømmer du selv om et liv i rampelyset, kan du alltid følge oppfordringen under:

«Nå på ... kan dere nå melde dere inn og bli en nettkjendis... det er og anbefale altså...nettkjendisen blir lagt ut på andre hjemmesider og selvsagt i nettavisen :) den som blir nettkjendisen er den som har mest populær hjemmeside :) så nå er det bare og melde seg på da :) hehe...»





Marika Enstad *Elsie Faber*

gikk ut av Statens Teaterhøgskole i 1994. Har arbeidet ved Teater Ibsen, Trøndelag Teater, Rogaland Teater (bl.a. Natasja i *Tre søstre*, Yvonne i *Yvonne-Prinsesse av Burgund*, soloforestillingen *Peer Gyntinnen*, Hedda i *Hedda Gabler*, Irene i *Når vi døde våkner*, Gina i *Vildanden*), Riksteatret (SVK), Det Norske Teatret og Nationalteatret. Har medvirket i div. egne produksjoner og i film og TV: bl.a. *Kvittebjørn Kong Valemon*, *Lekkestue*, *Slangebæreren*, *Drømmefangeren*, *Den unge Ibsen* og sist i *Sønner*. Gjester oss nå for første gang.



Kyrre Haugen Sydness *Kent Landrø*

er utdannet ved Statens Teaterhøgskole. Har arbeidet ved Rogaland Teater (Peer i *Peer Gynt*, Astrov i *Onkel Vanja*, monologen *Voluspå*, *Kong Ubu*), Den Nationale Scene (Hjalmar Brandt i *1900*, Autolycus i *Et vintereventyr*) og National-/Torshovteatret (Johan i *Det kalde barnet*, Prinsen i *Askepott*). Spilte Christian Michelsen i *Christian Michelsen og 1905*. Film og TV inkluderer bl.a. *Kvinnen i mitt liv* (Fredrik), *Mongoland* (Kyrre), *Drømmefangeren* (Roger Høybakk), *Slangebæreren*, *Torpedo* og *Størst av alt*. Spilte i fjor Claudius i *Hamlet* her på Centralteatret.



Helle Haugen *Kari-Mette Andersen*

er utdannet ved Statens Teaterhøgskole. Ble ansatt ved Oslo Nye Teater i 1989. Har medvirket i bl.a. *Pal Joey*, *Nattherberget*, *En umulig gutt*, *Juleoratoriet*, *Vildanden* (Hedvig), *Tatt av kvinnen* (Marianne), *Bernarda Albas hus*, *Jul i Blåfjell* og kabareten *Det minner meg om Oslo*. Har vært engasjert ved Riksteatret (*Nesegrevet*, tittelrollen i *Rita*), og medvirket i diverse oppsetninger for ungdom. Film og TV inkluderer bl.a. spillefilmen *Maja Steinansikt* og NRKs *Jul i Blåfjell*.



Lene Kongsvik Johansen *Heidi Bykle*

er utdannet ved UiO. Har livnært seg som skuespiller/artist/tekstforfatter siden 2003. Utgjør halvparten av kabaretduoen Asbjørnsen & Joh., som hun også har skrevet tekst og musikk for. Duoen står bak oppsetninger som bl.a. *Noraprisen*, *Nye eventyr*, *Sommercocktail*, *I tykt og tynt* og *Snusk, snadder og gruff* (2006), og har levert faste innslag til NRKs *Myter* og *Nitimen*. Er medlem av kabaretgruppen Sjel & Showtime. Har medvirket i reklamefilmer og er nå med i Barne TVs *Jubalorg*. Er flere ganger nominert til Komiprisen. Gjester oss nå for første gang.



Hans Jacob Sand *Erling Moestøl*

har vært skuespiller og medlem av Norsk skuespillerforbund siden 1982. Har vært tilknyttet Nationalteatret, Teatret Vårt, Trøndelag Teater, Riksteatret, Rogaland Teater og Det Norske Teatret, og har turnert med soloforestillingene *Njåls saga* og *Kjempen Frik*. Har medvirket i flere film og TV-produksjoner og i radioteater. Siden 1993 har han drevet Poesiorkestret ved siden av teaterarbeidet. Har tidligere gjestet oss i bl.a. *Olsenbanden jr. på Circus* og *Jul i Blåfjell*.



Anderz Eide *Heine Stølen*

er utdannet ved Bergen Teaterskole (1996-98). Har arbeidet ved bl.a. Det Norske teatret (*Svart mjølk*, *Bikubesong*, *Trollprinsen*, *Den kaukasiske kringlingen*), Riksteatret (Mercutio i *Romeo & Julie*), Trøndelag Teater (bl.a. *Mor Courage*), Den Nationale Scene (bl.a. *Keiser og galilæer*) og Agder Teater/Hordaland Teater (Laertes i *Hamlet*). Film- og TV-produksjoner inkluderer bl.a. *Drømmefangeren*, *Brigaden*, *Izzat*, *Seks som oss* og *Reprise*. Har også medvirket i radioteater. Gjester oss nå for første gang.



Christian Rubeck *Tor Arne Langeland*

er utdannet ved Drama Centre London under Reuven Adiv/ Christopher Fettes/ Yat Malmgren. Arbeider i London. Norgesdebuterte i Joachim Triers *Reprise* (Lars). Tidligere film- og TV-produksjoner inkluderer Danny Boyles *Millions*, *Miss Marple - A Murder is announced* (LWT), *Hawking* (BBC), *E=MC2* (Darlow Smithson), *A girl in a café* (HBO), *Hotel Babylon* (BBC), *The battle of Britain* (BBC), *The North West Passage* (ITN), *Dream Team* (Sky) og *Wild West* (BBC). Er aktuell i kommende minikrim på NRK. Gjester oss nå for første gang.



Ivar Tindberg regi

er utdannet ved Universitetet i Oslo og fra Statens Teaterhøgskole. Fikk sitt gjennombrudd som regissør på Det Norske Teatret med revyen *Tusen år og like blid*. Har hatt regioppdrag ved bl.a. Den Nationale Scene, Trøndelag Teater og Riksteatret, samt regissert bl.a. *Klassisk Hærverk* (Komiprisen 2004) og *Den fjerde nattevakt* (Den Norske Opera), som han også skrev librettoen til. Har skrevet for scene, radio (bl.a. prisbelønte *BOKKEN LASSON-Sensibel Suksess*) og TV og arbeidet som dramaturg. Gjestet oss i 2005 som regissør for *Olsenbanden jr. på Cirkus*.



John-Kristian Alsaker scenografi

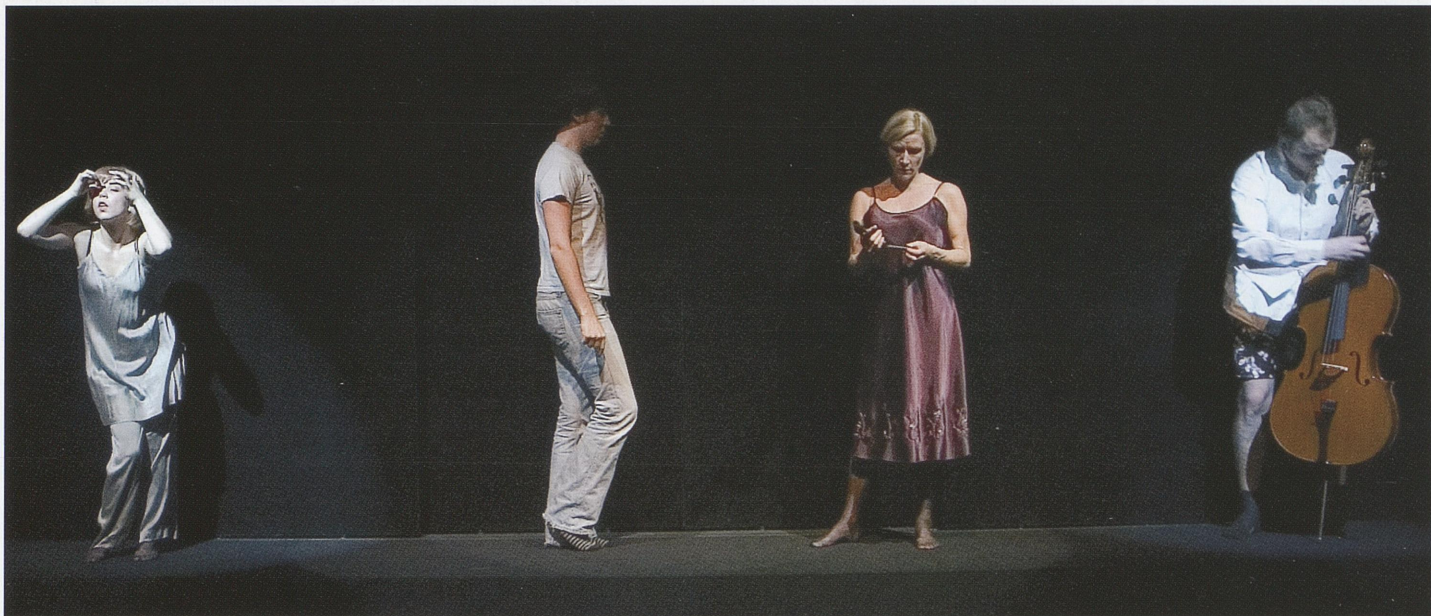
er utdannet i England. Var i flere år fast scenograf ved Royal National Theatre og Old Vic. Har vært sjefscenograf ved Los Angeles Theatre Centre. Fikk Emmy for TV-produksjonen *Phantom of the Opera* og har mottatt flere amerikanske kritikerpriser. Har i en årrekke laget scenografi for opera, ballett, film og TV (bl.a. åpning-/avslutning av Lillehammer-OL). Har gjestet oss en rekke ganger (bl.a. *Juleoratoriet*, *Tater!*, *My Fair Lady*, *La Cage aux Folles*, *Olsenbanden jr. på Cirkus*). Fikk Hedda-prisen 2002 for Beste scenografi (*Antons villfaring*).



Lisa Asplund, kostymer

var sanger og turnerte med band i Europa og USA (gjorde en hit med *Bikinis* i Sverige, fikk platekontrakt med Warner brothers og ble «popstjerne» før hun begynte som kostymedesigner. Har siden 1998 hatt kostymedesign og/eller scenografi for teater, show (bl.a. *Fisk og helt vilt*, *For fulle mugger med Ruth* og *Vigdis*, *Hilde med Brede i bånd*), musikaler (bl.a. *Fame Chat Noir*), Rikskonsertene, festivaler, danseproduksjoner, TV (bl.a. *Hilde og Brede-show*), musikkvideo, reklamefilm m.m. Har undervist i vidg. skole. Gjester oss nå for første gang.





TEATRETS VENNEFORENING

Venner av Oslo Nye Teaters formål er å stimulere interessen for, og støtte virksomheten ved teatret. Vi bidrar også til å ta vare på teatrets tradisjoner og arkitektoniske kvaliteter, med spesiell fokus på Oslo Nye Centralteatret. Dette er byens eldste teater i drift. Venneforeningen tar gjerne imot flere medlemmer. Som medlem vil du få tilbud om medlemsforestillinger på teatrets scener, med billetter til sterkt redusert pris, og møte teatrets skuespillere og/eller regissører over et glass vin.

Er du interessert, så kontakt styreleder Tycho D. Castberg på tlf. 917 05 023 eller send en e-post til venner.oslonye@c2i.net. Velkommen som medlem i

V E N N E R A V
OSLO NYE TEATER

**ØYET
SOM SER**
LARS SAABYE CHRISTENSEN

URPREMIERE 23. MARS

OSLO NYE CENTRALTEATRET

Akersgt. 38 Bill: 22 34 86 80, 815 33 133, www.oslonye.no

22:32 23. MARS. 07



Sulten?
Sulten på teater?
Sulten før teater?
Sulten etter teater?

Om vi ikke kan love deg scenekunst, kan vi hjelpe deg både før og etter!

Eksempler på noen av våre klassikere:

- Varm, fransk gratinert løksuppe
- Salat med grillet Chèvre og ovnsbakt tomat
- Helstekt smørtunge, champignons, kapers og tomat
- Sprøstekt andelår "confit"
- Vår store dessertvogn!

Med vår sentrale beliggenhet ved Egertorget, er vi et naturlig møtested over små og store retter. Høy brasseriestemning og lav terskel i Oslos mest franske restauranthus fram til vårt kjøkken stenger kl. 23.00. Åpent alle hverdager. Egne rom for grupper.

BRASSERIE FRANCE

Øvre Slottsgate 16, 0157 Oslo. Tel: 23 10 01 65. Fax: 23 10 01 61. E-post: bord@brasseriefrance.no www.brasseriefrance.no



Teaterkjeller'n - perfekt start og avslutning av teaterbesøket



TEATERKJELLER'N er sentralt plassert i Centralteatret og er et ypperlig sted både å starte og avslutte teaterbesøket. Bestill gjerne bord på forhånd. Vi tar imot reserverasjoner for større og mindre selskaper og ulike arrangementer. Vi har en lekker og variert meny, og en hyggelig bar hvor man kan ta seg et glass før og etter forestilling, og ikke minst i pausen.

Kunstnerliv i Teaterkjeller'n

Søndagens Kulturbuffet står klar også til våren. Et stjernespekket lag av kunstnere gir deg innblikk i liv og karrierer: bl.a. Lasse Kolstad, Helge Reiss, Marianne Krogness og Anders Rogg. Noen av kunstnerne fra høstens program gjentar suksessen i vår, bl.a. Elsa Lystad og Dag Frøland.

Bestill Kulturbuffet på tlf. 22 20 18 48

For bordbestilling og nærmere informasjon: www.teaterkjellern.no



07-05504

Trollmannen fra Oz



URPREMIERE 2. FEBRUAR

OSLO NYE TRIKKESTÅLEN

Torshovgt. 33. **Bill:** 22 34 86 80, 815 33 133, www.oslonye.no

MUSIKALEN

Spellemann

på taket

MED DENNIS STORHØI

PREMIERE 31. JANUAR

OSLO NYE HOVEDSCENEN

Rosenkrantzgt. 10. Bill: 22 34 86 80, 815 33 133, www.oslonye.no



For hotellpakke:
Tlf: 23 08 02 00
show@thonhotels.no



Depotbiblioteket



07sd 03 504

OSLO NYE CENTRALTEATRET

Akersgt. 38. **Bill:** 22 34 86 80, 815 33 133, www.oslonye.no

