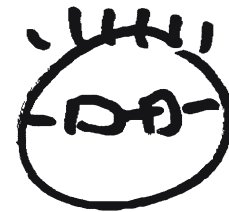


• TRIVIA •



BIERSCHENK

[CITITIME, MARS 1989]

PLING, PLONG. »Plan BC714 till New York med beräknad avgångstid 19.00 är försenat. Ny avgångstid 21.00.«

För barmästaren på en flygplats är ett sådant meddelande likvärdigt med ett telex om plötslig kursändring för en börsmäklare. »Nu jäklar, nu blir det rusning.«

För att behålla lugnet i sådana lägen krävs is i magen, och en verklig expert på området är Margaret Bierschenk, chef för den lilla baren vid gate 13 i Arlandas utrikeshall.

Med tanke på att hon är barmästare har Margaret ett mycket speciellt efternamn, Bierschenk = ölutskänkare. Det är mer än en kund som efter någon timmes hängande vid bardisken, blängt på hennes namnbricka och frågat: »What's your real name? . . . «

– Senast var det faktiskt den före detta Linjeflyg-chefens fru, säger Margaret. Hon kom fram till mig och sa: »Du Margaret, här kallar dom dig alltid för bierschenk. Men vad heter du på riktigt egentligen?«

Men visst heter hon Bierschenk på riktigt.

Margaret föddes och växte upp i Tyskland, och namnet kan spåras till hennes förfäder på 1600-talet, då det var vanligt att man tog efternamn efter sina hantverkaryrken.

Trots denna släktanknytning var det dock inte alls meningen att Margaret Bierschenk så småningom skulle sluta cirkeln och ägna sig åt samma

yrke.

– O nej, säger hon. Att jag blev barmästare är en ren tillfällighet. Som ung gick jag i klosterekola, och det var egentligen meningen att jag skulle bli nunna (!). Till en början var jag därför rätt blyg mot mina gäster, min uppfostran förbjöd mig att vara alltför öppen.

– Men den blygheten försvann rätt snabbt i yrket. Nu för tiden kan jag nog säga vad som helst till vem som helst.

Efter andra världskriget, då Margarets hemstad införlivades med Östtyskland, flydde hon till väst och hamnade så småningom i baren på Bromma flygplats, där hon jobbade till »the bitter end«, som hon själv uttrycker det.

– Jag trivs bra på Arlanda nu, men Bromma var något speciellt. Det var andra tider då. Folk reste på ett annat sätt, flygplatslivet var inte lika uppstressat, och jag fick en mer personlig kontakt med mina gäster.

Och det är inte vilka gäster som helst som Margaret har serverat under åren. En av dem hon minns bäst är Evert Taube.

– Det var -58 eller -59, Evert var inte så känd då, och jag visste faktiskt inte vem det var när jag serverade honom. Han satte sig vid ett bord och beställde en halv flaska rött vin, le Cardinal, och en flaska Porla mineralvatten. Men precis när han gjort beställningen fängade han min blick och ändrade sig. »Kära flicka, du är vacker, men du ser blek ut! Jag beställer därför en hel flaska i stället, och det som blir kvar ska du dricka upp själv. Du behöver lite färg i ansiktet.«

Andra hon minns är Zarah Leander (»Vi hade samma röda hårfärg«), Roger Moore (»mycket charmig«), Perry Mason (»det var så mycket folk som ville ha autografer att vi fick smyga ut honom köksvägen«), Ingrid Bergman (»diskret«) och hela det brasilianska guldlaget från fotbolls-VM 1958.

– De beställde bara wienerbröd och kaffe. Pelé var så blyg, så blyg, det var i stället Didi som märktes mest. Men en god vän tog faktiskt en bild där Pelé och jag håller om varandra. Dessvärre gav jag sedan det fotografiet till min bror och har aldrig fått tillbaka det.

En annan gäst var Alfred Hitchcock.

– Jag kunde inte engelska så bra på den tiden, så det var en tysk journalist

som hjälpte mig att tolka. Jag frågade varför alla kyliga, opålitliga kvinnor i hans filmer nästan alltid är rödhåriga. Hitchcock tittade på mitt röda hår och sa: »Du ser lite för snäll ut för att vara rödhårig. Och tyvärr har jag redan gett den snälla rollen i nästa film till en blond flicka.«

På en flygplats svishar de flesta förbi bara som hastigast, men en som ofta återkom och tog god tid på sig var Jussi Björling.

– Han reste mycket mellan Sverige och Amerika. Jag minns honom särskilt för att han var så elegant klädd, alltid lika prydlig. Och precis innan han skulle gå bad han alltid att få köpa några knippor dill. Jag förmodar att det var svårt att hitta dill i Amerika.

Men det är inte alla gäster som varit lika artiga som Evert Taube och Jussi Björling.

Det hinkas en hel del på flygplatser och blir ett plan flera timmar försenat är det inte ovanligt att gäster blir så tankade att de ramlar av eller att de måste köras bort med rullstol (jo det händer faktiskt).

Alkohol kombinerat med flygrädsla tycks dessutom vara en rätt lättantändlig blandning.

– Nog har man fått ta emot en del skäll genom åren, suckar Margaret. Jag får stå till svars för allt från att planen har motorfel till att drinkarna är för dyra. Många får för sig att taxfree gäller även i baren, och får sedan utbrott när deras dubbla Chivas kostar 84 kronor. Då vill det till att man kan lugna ner dem.

Och som sagt, är det någon som kan lugna ned en människa vid en bar i det här landet så är det Margaret Bierschenk.

Kid Severin skrev en gång en hyllningsartikel med rubiken »Morsan i baren« efter att ha sett Margaret i aktion, och med 30 års erfarenhet i ryggen kan denna bardrottning direkt se om man fått för mycket eller för litet, om man vill vara i fred eller vill ha sällskap (»visst, man måste vara lite psykolog också«) eller om man kanske behöver praktiska råd av något slag.

Fråga vad som helst, Margaret vet.

Faktum är att hon till och med kan se på en kund om han eller hon beställer en drink men innerst inne menar en annan.

Margaret är ansedd som en mycket skicklig drinkblandare. Hon har vunnit flera priser i cocktail-tävlingar och är ordförande i föreningen *Skänkmadammerna* [»med Bellmans stavning«], som bildats av kvinnliga bartenders för att de tidigare inte fick vara med i sina manliga kollegers motsvarande förening.

Hon har även hittat på flera drinkar själv. Den mest kända, *Flamingo*, har fått namn efter hennes eget gamla smeknamn.

– Det var en köksmästare på Bromma som började kalla mig för det. Han hade läst om den där gangstern, Siegler, som hade en rödhårig älskarinna som kallades Flamingo. Och därför fick jag också heta det.

Receptet på den rödlätta Flamingon är en del Campari, en del Dubonnet och en del Gin. Man mixar den sedan som en Tom Collins, håller på tonic och garnerar med en skiva citron och ett körsbär.

Margaret Bierschenks egen favoritdrink när hon skall flyga är annars Manhattan.

– Det är whisky i, det gillar jag. Whisky är rejält, äkta vara, och det är nog det bästa man kan dricka innan en flight. Och så är det angostura bitter, vilket är bra för stressmagen.

Och Margaret flyger ofta. Som SAS-anställd utnyttjar hon flitigt de förmånliga rabatterna och hon har flugit till praktiskt taget hela Europa, till Hongkong, Acapulco, Hawaii – bland annat – samt varit på minkfarm i Toronto och på en världsutställning i Osaka.

De drömrese mål som fortfarande hägrar är Sydamerika och framför allt norra Indien.

– Jag vill åka med den gamla brittiska järnvägen i bergen, det verkar så spännande, och så vill jag bo på ett sådant där flytande hotell som finns mitt ute i en del sjöar. Det är en lyx jag verkligen skulle vilja uppleva.

Fast baren vid Gate 13 på Arlanda överger hon inte än på ett tag, och tur är det.

Den dagen Margaret Bierschenk slutar lär det bli svårt att återigen uppskatta en tvåtimmarsföreläsning.

SKIVOMSLAG

[SLITZ, DECEMBER 1989]

OM PÅSTÄENDET ATT själva musiken egentligen är av marginell betydelse i popbranschen har grund någonstans, så är det i England. Här räcker det inte med att bara låta bra. Man måste också klä sig lika bra som man låter – fast helst lite bättre.

Vad hade till exempel The Who varit om inte deras extremt stilfixerade manager Pete Meaden släpat med dem in på den extravaganta *His Clothes* på Carnaby Street [en klädaffär som annars mest frekventerades av homosexuella], och klätt upp dem till Londons hippaste mods?

Och hade verkligen Beatles kunnat piska upp samma hysteri om inte bandets femte medlem, Stu Sutcliffe, haft en imagedevoten flickvän [Astrix] som dels bytte ut deras skinnjackor mot kostymer, dels tvättade ur deras brylcreme och kammade ner deras hår till de klassiska Beatles-luggarna?

Den kanske allra viktigaste delen i ett popbands framtoning är skivomslagen. Rätt förpackning betyder rätt publik, och förhoppningsvis en hit. Fel förpackning betyder misstänksamhet redan i skivaffären, och större chanser till en flopp.

Efter att till en början bara ha varit snygga förpackningar har skivomslagen i vissa fall blivit en förlängd del av ett popbands identitet.

När Joy Division blev världens mest omtalade band i början av åttiotalet var deras musik så intimt förknippad med Peter Savilles banbrytande omslag (som var rent grafiska – utan bilder på bandet), att bandets skivbo-

lag, Factory Records, lyckades skapa intresse för ett halvduzin andra, musikaliskt mindre intressanta band (Section 25, etc) enbart på grund av att de hade snarlika, Peter Saville-designade skivomslag.

Det av dagens band som gått längst (och lyckats bäst) i sin strävan att förena rätt musik med rätt image i rätt förpackning är London-baserade Pet Shop Boys.

Till skillnad från de flesta andra popband avslutar Pet Shop Boys inte arbetet med en ny singel i skivstudio; duon bakom bevakar intensivt varje process i tillverkningsledet ända fram till valet av papperskvalitet på konvolutet.

Sedan genombrottet med *West End Girls* 1985 har Pet Shop Boys samarbetat med formgivaren Mark Farrow.

Det är han som utformat alla gruppens uppmärksammade och prisbelönade omslag [singeln *Suburbia* fick brittiska D&AD:s utmärkelse för *Most outstanding record sleeve* 1987], och när vi träffar honom på hans kontor på Neal Street vid Covent Garden har han just slutfört arbetet med förpackningen till Pet Shop Boys nya videofilm [en konsertupptagning från turnén i somras som ges ut i England inom kort].

– Det kan nog stämma att engelska band är mer stilmedvetna än andra, säger Mark Farrow. Jag vet inte precis om det har att göra med att många engelska musiker har gått på konstskola, men stil och rätt förpackning är liksom tradition här. Jämför med amerikanska band till exempel, de vet oftast varken hur man rör sig eller klär sig . . .

Liksom flera andra av Englands mest kända omslagsmakare, bland andra den nämnde Peter Saville och även Malcolm Garrett (Buzzcocks, Magazine, med flera), kommer Mark Farrow egentligen från Manchester; en stad han i mångt och mycket fortfarande betraktar som sin hemstad.

– Jag skulle nästan vilja påstå att det händer mer i Manchester just nu än i London, säger Mark. Titta bara på independentlistan, där sex av de tio översta platserna upptas av Manchester-band. Och hela dansscenen där uppe är fantastisk. Jag åker upp dit och hälsar på vänner så ofta jag hinner, vilket dock är alltför sällan . . .

Direkt efter att Mark Farrow gått ut college i Manchester [där han pluggade ekonomi, inte typografi], fick han jobb på en reklambyrå, och då han umgicks mycket i musikerkreter [Mark är bland annat mycket god vän med Bernard Sumner i New Order] började han precis som Peter Saville med att göra skivomslag åt stadens ledande skivbolag, Factory Records.

– Ett av mina första omslag var ett för Stockholm Monsters [som inte har något med Sverige att göra], där jag i stället för en bild på bandet valde en bild på Montgomery Clift. Morrissey har senare berättat att det faktiskt var från det omslaget han fick idén till filmstjärnorna på Smiths-omslagen.

För fem år sedan flyttade Mark Farrow till London där han började jobba på den numera nedlagda »konceptbyrån« XL Design. Byrån drevs av Tom Watkins [som fram till en månad sedan var Pet Shop Boys manager; bandet har nu startat eget managementbolag], och det var Tom Watkins som introducerade honom för Neil Tennant och Chris Lowe.

– Vi kom bra överens direkt, säger Mark Farrow. Att jobba med skivomslag kan egentligen vara ganska påfrestande, man måste ofta kompromissa med både artisten och skivbolaget, som alltid har en massa dumma idéer, men med Neil och Chris är det inga sådana problem, de har fullständig koll på vad de vill göra.

Pet Shop Boys har förhandlat sig fram till en unik position med skivbolaget EMI. Som nästan enda band har de verkligen »Complete control« över hela processen (just det som Clash en gång krävde), och skivbolaget har ingenting att säga till om vad det gäller omslagen.

Detta är mycket ovanligt i England. Mark berättar att följderna av att ett fackförbund nyligen drev igenom en lag på att engelska formgivare äger copyrighten på sin design, bara blev att skivbolagen nu alltid skickar ut ett formulär tillsammans med varje nytt uppdrag, där formgivaren tvingas avskriva sig just den rätten . . .

– Det är helt sjukt, säger Mark. Jag trodde att alla skulle vägra skriva under, men vad jag förstått är jag nästan den ende som vägrat göra det. Och för mig är det inte bara en principsak. Jag ryser vid tanken på att låta någon annan fumla med det jag har gjort . . .

När Mark Farrow och Pet Shop Boys gör ett nytt omslag börjar de alltid med ett möte där de bollar idéer.

– Ibland kommer grundidén från dem, ibland från mig. Vi jobbar nästan alltid med fotografen Eric Watson [en vän till Neil Tennant, som man skulle kunna kalla Pet Shop Boys fjärde medlem], som har mycket stor del i det vi gör. När vi gjorde *Suburbia* var det till exempel Neil och Chris ursprungliga idé att Eric's porträtt av dem bara skulle vara på baksidan av singeln, men när jag fick se bilderna höll jag på att gå i taket. Jag sa »Herregud, det här är de bästa porträtt jag sett, de här måste vi dra på«, och till slut blev det ett omslag med bara de bilderna, utan någon text alls . . .

Många är nog ändå skeptiska till om ett skivomslag egentligen är så viktigt. Är inte den nuvarande fixeringen vid omslagets betydelse lite överdriven?

– Nej, jag tror faktiskt inte det, säger Mark Farrow. Ju större utbudet på skivmarknaden blir, och just nu är ju utbudet närmast ofantligt, desto viktigare blir det att synas. Och det är ju inte bara ett LP-omslag som en omslagsmakare gör. Det är kassett, CD, affisch, skyltmaterial, turnéprogram, etc; det är ett helt paket som måste fungera.

– Man måste till och med tänka på när en skiva kommer ut. Jag minns till exempel när *Introspective* kom ut, den släpptes samma dag som U2:s *Rattle & Hum*, och alla var livrädda för att den bara skulle drunkna i affären. Men när jag såg resultatet i skivaffärerna dagen efter gick jag bara runt och log. *Introspective*, med sina starka färger, fullständigt lyste mellan de svartmurriga U2-omslagen . . .

Det är också viktigt att det finns en linje i skivomslagen, att de kan kopplas ihop som i en kedja. Julian Cope sade en gång i en intervju att bland det bästa han visste var att lägga ut alla Doors LP-omslag på golvet och saligt stirra på dem, bara för att de såg så bra ut liggande på en enda lång rad.

Samma effekt har till exempel Malcolm Garretts konvolut till de klassiska Buzzcocks-singlarna 1978–1980, Caryn Goughs alla Smiths-omslag (som hon gjorde tillsammans med Morrissey), Peter Savilles Joy Division/New Order-svit, och nu även Mark Farrows Pet Shop Boys-omslag. Även om inte ens gruppnamnet står på omslaget kan man alltid på tio meters håll se när en

ny Pet Shop Boys-singel anlänt.

– Tack, säger Mark. Jag har också alltid tänkt så. Just Buzzcocks-omslagen, det är verkligen något visst med dem . . . Och jag tror faktiskt att även bandet drar nytta av att köparna känner att det finns en tanke bakom. Kontinuiteten lägger liksom till en extra dimension.

Hur blir det med skivomslagen nu när CD tar över? Kan man verkligen göra bra omslag i det lilla formatet?

– Jag var orolig först, men nu tycker jag faktiskt CD-formatet är helt OK. Med LP-skivor jobbar man i huvudsak med en framsida och en baksida, men CD-omslagen har utvecklas till små foldrar som faktiskt är rätt roliga att jobba med. DAT, däremot . . . Om det formatet slår igenom får man nog överväga att byta bransch.

Mark Farrow jobbar inte bara med Pet Shop Boys. Han gör även omslag till Bros och Electribe 101 [vilka båda har Tom Watkins som manager], samt en rad andra formgivaruppdrag; annonser till det japanska Sapporo Beer, skyltar till program på Channel 4, samt diverse inredningsuppdrag [klädaffären *Aspecto* i Manchester är hans mest kända inredningsjobb hittills].

Var får han inspiration? Tidningar? Designtidningar?

– Absolut inte designtidningar, säger Mark. Tidningar som Creative Review och Direction [mer påkostade förebilder till svenska Resumé] är det tråkigaste jag vet. Det är ingen som vågar göra något nytt i reklambranschen, idéerna kommer alltid utifrån.

– När jag nyligen bläddrade i någon av de där tidningarna såg jag till exempel några vinetiketter som såg ut exakt som Peter Savilles gamla Joy Division-omslag . . . Det säger en del. Jag menar, omslaget till *Unknown Pleasures* var en revolution när det kom, det slog undan fötterna på en, men vad är det för vits med att göra sänt i dag?

– Om det är något jag inspireras av är det snarare riktiga tidningar, som Arena, och allt möjligt man ser i sin omgivning. Jag är exempelvis barnsligt förtjust i japanska annonser. Där finns det alltid en viss charm. Det är inte så himla uträknat.

STRUMPOR

[CAFÉ, SEPTEMBER 1990]

EN SCEN UR verkligheten: 07:30 i ett hem någonstans i Sverige. En nyduschat yngling står framför spegeln och gör de sista justeringarna innan det är dags för ruschen till morgonbussen. Kavajen åker på, väldigt blå och väldigt dyr, många vokaler på märkeslappen. Skjortan är nyinköpt och nystruken, full poäng där också. Och 501:orna som slitits till ovärderlighet, sitter som de ska. Allt är, till synes, perfekt.

Men när ynglingen sedan böjer sig ner för att rätta till skorna (bländande i alla bemärkelser), då spricker allting. I glipan mellan skolädet och byxkanten blottar sig nämligen något basketvitt (läs svettgrått) och något fasansfullt, västerlandets fasa – *tubsockor*.

Det är märkligt. Samma människor som är beredda att offra nästintill obegränsad mängd tid (och pengar) på att se bra ut, kan också gå omkring i knöliga oestetiska svettbestar. För det är precis det tubsockor är, ingenting positivt finns att säga om dessa avarter av strumpor.

Popmusikern Thomas »Orup« Eriksson, som är en av de få som verkligen bryr sig om vad han trär på kroppens mest flitigt använda kroppsdelar, är en kraftig motståndare till tubsockor.

– Jag hatar tubsockor, säger Orup. Verkligen avskyr dem. Jag menar, det finns nästan inte ord för hur fula de är. Och egentligen spelar det ingen roll om de syns eller inte. Jag kan till exempel inte ens tänka mig att bära tubsockor när jag har höga boots på mig, vilket jag har ofta. Bara tanken på att

någon teoretiskt skulle kunna få reda på vad jag har där under skulle göra mig nervös . . .

Strumpor är över huvud taget ett mycket undanskuffat klädesplagg. Alla är vi beroende av strumpor, alltså borde vi bry oss mer. Som det gamla talesättet lyder: »Det är strumporna som gör mannen« (ungefär så i alla fall).

När trendgurun och popgeniet Malcolm McLaren, mannen bakom Sex Pistols och Deep In Vogue, var på snabbvisit i Stockholm i fjol gick han omkring i beiga ullstrumpor som han rullat utanpå byxorna ända upp till knäveckan. Strumpornas betydelse hade sannerligen inte undgått honom.

MALCOLM MCLAREN: Nej, du har helt rätt i att strumporna är vår tids mest underskattade klädesplagg. För min egen del är det aldrig tillfälligheter som styr vilka strumpor jag har på mig. Jag bär alltid bomulls- eller ullstrumpor och färgen är vanligtvis blå eller vit. Det är de bästa strumpfärgerna. Röda strumpor är till exempel helt mot mina principer.

Åsikten att »strumpor är vår tids mest underskattade klädesplagg« delas också av textilbranschen. Mats Lindberg, VD för Wolsey i Sverige, menar att strumpor är en »lågintresseprodukt«.

– Det är den termen vi brukar använda, säger Mats. Underkläder i allmänhet, strumpor och kalsonger, tycks märkligt nog ha väldigt låg prioritetsgrad hos män i Sverige. Titta i omklädningsrummet i till exempel en squashhall. Folk knäpper ihop tusenkronorsbyxor och snörar åttahundra kronorsskor, men det som finns därunder är ofta rena disktrasorna . . . Helhetskänslan lyser med sin frånvaro.

Wolsey är det äldsta och kanske även mest kända strumpmärket i Sverige. Företaget startades 1755 av kardinal Wolsey i Leicester, England, där tillverkningen fortfarande har sin bas. Fabriken i Leicester spottar ut 500.000 dussin par i veckan (alltså cirka 6.000.000 par) och färgerna är alla tänkbara. Av de sammanlagt en miljon Wolseystrumpor som säljs i Sverige varje år är de flesta blå.

— Svensken är tveklöst en blå person, säger Mats Lindberg. Marinblått och även svart har alltid varit starka färger här, faktiskt mer så än i övriga

världen. Om man jämför försäljningen i Sverige med den i till exempel Tyskland och Grekland märker man en klar skillnad i färgval. I de länderna är det mer brokiga färger som går hem, ofta med ganska vågade mönster.

Färgvalet vad det gäller strumpor är, naturligtvis, högst personligt. Många satsar på säkra kort: enfärgade strumpor i svart, blått eller vitt. Diskreta, knappt synliga mönster är också populära [Wolseys VD:s personliga favoritstrumpor: vinröda varianter med försiktiga rutmönster]. De som vågar använda djävare mönster och färgkombinationer är mer sällsynta. Journalisten Andres Lokko är en av dem.

– Det finns många snygga färgstarka och rätt vågade strumpor, säger Andres. Men för att kunna bära dem med trovärdighet krävs naturligtvis diskret klädsel i övrigt. Prickig skjorta och rutiga strumpor är till exempel helt otänkbara. Är man däremot klädd i diskreta basfärger får gärna strumporna vara rejält mönstrade. Det kan till och med vara isbjörnar på dem. I Colin MacInnes omtalade och härom året filmatiserade femtiotalroman *Absolute Beginners*, en av de mest klädfixerade böcker som skrivits, finns flera exempel på vilken effekt oväntade strumpfärger kan ha. Vid ett tillfälle klär sig huvudpersonen i »den fullständigaste tonårsutstyrelsen«. Det är »blå åtsittande Cambridgejeans, en vertikalrandig skjorta i glada färger, italiensk skuren kort kavaj, grå spetsiga snörningslösa skor i alligatorskinn, och neonskära ankelsockor i crepenylon«.

– Fast skära strumpor är snudd på över gränsen, menar Andres. Själv håller jag hårt i de mycket brittiska strumporna inspirerade av TV-serien *Brideshead Revisited* [*En förlorad värld*] som H&M lanserade i sin *Department 41*-serie för några år sedan. De mönsterformationerna är snudd på ööverträffade.

– Men de snyggaste strumpor jag någonsin sett är min pappas. De är över 40 år gamla, så slitna att de inte längre går att använda, men jag brukar plocka fram och titta på dem varje gång jag besöker mina föräldrar. Strumporna är mossgröna med vinrött sicksackmönster som liksom löper parallellt med ett beiget huggormsmönster. Så fruktansvärt snygga. Längden på strumporna kan också diskuteras. Andres Lokko, och många med honom,

menar att det »ser klart tveksamt ut« när folk av manligt kön går omkring i strumpor som är uppdragna ända till knäveckan. Ändå anses den typen av knästrumpor vara kutym vid vissa tillfällen.

Lennart Götrich, en av föreståndarna för den exklusiva herrklädesaffären Götrich i Stockholm, förklarar:

– Det där är naturligtvis en smaksak, men enligt gängse etikettsregler heter det att i den glipa som uppstår mellan sko och byxa när man sätter sig ned, så ska man aldrig se hud; strumpan ska täcka hela vägen upp. Detta gäller dock främst när man har frack eller smoking. Har man vanlig kostym tycker jag att vanliga strumpor fungerar bäst. Den dyraste strumpa Götrich har till försäljning är en brittisk Pantharella i kashmir. Pris: 290 kronor paret.

– Men det är självklart ingen strumpa för vardagsbruk, säger Lennart Götrich. Personligen använder jag visserligen alltid just Pantharella men den billigare bomullsvarianten. De kostar 70 kronor paret och fungerar både på sommaren och vintern.

De vanligaste strumpmaterialen är bomull och ull. Tumregeln brukar vara ull på hösten, bomull på våren (det är så de stora strumpföretagen som Topeco, Burlington, Niche och Wolsey brukar arbeta), men många använder samma sorts strumpor året om.

Orup använder till exempel bara bomullsstrumpor, detta oavsett väderlek.

– Jag tycker helt enkelt bomull är skönast, säger han. Men det skall vara bomullsstrumpor i »helformat«. Jag tycker inte om såna med skarvar där framme, tärna tenderar att fastna i dem hela tiden.

Strumpornas material har också en viss påverkan på hur mycket man svettas. Ull har till exempel den fördelen att den lätt suger åt sig svett, nackdelen är att chansen till ofördelaktig odör därmed ökar.

Orup säger:

– Jag är närmast paranoid vad det gäller fotsvett och byter strumpor ständigt, alltid flera gånger om dagen. När jag är hemma brukar jag bära mina strumpor i tretimmarsintervaller. När jag haft ett par i tre timmar lägger jag dem på ett element för luftning, och tar på mig ett nytt par. När det

paret sedan är »använt«, tar jag på mig det luftade igen. Och så vidare. Men jag använder bara varje par i två »perioder«. Sen åker de i tvättkorgen.

Och det är då det märkliga händer. Det händer varje dag, varje minut, världen över. Forskare och snillen har lyckats klura ut det mesta, från The Big Bang till minsta lilla dvärgbakterie, men ingen har hittills lyckats förklara vad som händer med ens strumpor när de hamnar i tvättkorgen.

För vem tar egentligen de udda strumporna? Vart tar alla ens försvunna strumpor vägen?

Malcolm McLaren är en av många som ideligen drabbas av detta:

– Det skulle inte förvåna mig om jag köper nästan 150 par strumpor om året: dels för att jag reser mycket och inte alltid kan fixa tvätt, men också för att udda strumpor försvinner hela tiden. Puts väck, och de är borta! Jag begriper det bara inte . . .

– Var det förresten inte Jack Nicholson som i en intervju presenterade en teori om det? Han menade att det måste finnas någon någonstans som samlar på udda strumpor, någon som på flit tar alla de udda strumpor man ständigt saknar. En okänd strumpsamlare.

Om nu denna teori stämmer så torde det vara en rätt stor samling som denne okände strumpsamlare är i besittning av. I Sverige säljs det varje år sexton miljoner par strumpor. Någon statistisk tillförlitlig siffra för hela världen finns inte, men om alla nationaliteter köper lika mycket strumpor som vi svenskar skulle detta betyda att det säljs drygt åtta miljarder strumpor.

Varje år. Och alla hamnar förr eller senare i tvättkorgen. Tanken svindlar.

FRIMÄRKEN

[MÅNADSJOURNALEN, OKTOBER 1991]

CZESLAW SLANIA, snart 70, sitter vid sitt arbetsbord i en lägenhet vid Gärdet i Stockholm. Han sitter alldeles intill ett stort svart fönster.

»Dagsljus är överlägset bättre än elljus« förklarar han.

Det klara solljuset faller in via en uppspänd, transparent pappersduk, som dämpar strålarna en aning, och blänker sedan till i en liten, liten skiva av stål som han koncentrerat bearbetar med sin gravstickel: en kniv så vass att den kan skära i stål.

Vår hovgravör, även kallad världens främste frimärksgravör, tycker bättre om att arbeta än att prata. På den årliga pressvisningen av årets frimärken i våras, då Czeslaw Slania bemöttes med större ovationer än både Lena Philipsson, Jerry Williams och Per Gessle – vilka faktiskt var där i egenskap av nyblivna frimärksmotiv – så bestod hans tacktal av cirka tre ord, varav ett av dem var just »tack«.

Nu, ett drygt halvår senare, ger han först inget svar alls på frågan hur mycket han egentligen arbetar. Med sina pigga händer, nävar stadigare än skruvstäd, rotar han i stället fram ett papper som han räcker över. »12, 13, 12, 14, 16, 12, 14.« Allt som står där är en massa siffror markerade under olika veckodagar.

»Jag jobbar mycket just nu«, förklarar han efter en stund. »Det där pappret visar därför hur många timmar jag jobbat varje dag den senaste veckan. Och jag skriver alltid upp exakt för att komma ihåg.«

Czeslaw Slania föddes 1921 i närheten av Katowice i Polen. Efter att ha ägnat sig åt måleri, etsning och kopparstick så gott som dagligen under hela sin uppväxt, flyttade han till Sverige 1956.

Trots fina meriter från det polska postverket, där han graverade sitt allra första frimärke 1951, fick han till en början försörja sig som diskare, en invandrare är som bekant alltid en invandrare. Men mot slutet av femtiotal-et fick han i uppdrag av Posten att gravera ett märke med Gustav Fröding efter ett porträtt av Stig Åsberg.

Och sedan dess har uppdragen till Czeslaw Slania strömmat in – om nu uttrycket tillåts – som brev på posten. Större delen av sitt arbete har han gjort i Sverige, för Postverket, men han har även gjort frimärken (och sedlar) till länder som Frankrike, Israel och Brasilien, för att nämna några av kosmopoliten Slanias arbetsplatser. Han är sedan länge bosatt i Monaco, ett land vars frimärken han också graverar.

Det första man lägger märke till i Czeslaw Slanias arbetslägenhet är för övrigt också ett uppförstorat och mycket vackert frimärke av Grace Kelly: ett ansikte som bara en mästare kan göra rättvisa med så kalla redskap som en gravstickel och två centimeter platt stål.

Att han fyller 70 år i dagarna påverkar inte hans arbetstakt.

»Jag har nu gjort ungefär 830 frimärken under mitt liv«, säger Czeslaw samtidigt som han sitter kraftigt framåtböjd med sina trötta men koncentrerade ögon ungefär tio centimeter från sin stålbit. »Drömmen vore naturligtvis att hinna göra 1.000 frimärken innan jag slutar. Fast då vill det nog till att jag jobbar på ännu mer.«

SKIVNÅLAR

[EXPRESSEN, MARS 1992]

EN SKIVAFFÄR I centrala Stockholm. Redan fem på morgonen börjar de första kunderna köa utanför entrén. När nu portarna strax ska öppnas, på slaget tio, ringlar sig kön runt halva kvarteret. Snön är nedtrampad av fötter som försökt stampa sig varma. Det otåliga sorlet stiger för varje minut som går.

Alla vet dock förutsättningarna. Vis av misstagen från förra sändningen, den som dök upp i samband med utgrävningen av restlagret i Taiwan för drygt två år sedan, har ägaren tejpats upp stora anslag på skyltfönstret. »Max två [2] skivnålar per kund.« Det ryktas också att det funnits tre, kanske fyra, skivspelare till salu, men de gick som vanligt svartabörsvägen.

Sen hörs plötsligt pipen från hundratals timerinställda digitalklockor. Affärsinnehavaren går fram för att lossa reglarna. Kampen för överlevnad har börjat . . .

Ytterligare en mardröm.

Det har blivit allt otäckare de senaste åren.

Efter en lugnande kopp kaffe, och en behagligt knastrande vinylskiva i bakgrunden, känns det nödvändigt att ta reda på fakta.

Hur illa ställt är det egentligen? Hur länge kommer det att vara möjligt att hitta den utrustning som krävs för att kunna spela sina gamla vinylskivor?

Jag ringer upp Sony, en av de största tillverkarna av skivspelare.

– I dagsläget fortsätter vi att tillverka skivspelare, säger Per Hägnefors.

Men vår produktutveckling för att få fram nya skivspelare är helt nedlagd. Det kommer alltså inte att tas fram nyare modeller än de som redan finns, vilket säger en del. Dessutom kan ju utvecklingen gå oerhört snabbt. Vem vet, om något år kanske det kommer en ny teknik som slår ut CD-spelaren . . .

Jag ringer därefter upp Branschkansliet, som kan visa upp konkreta siffror på hur många skivspelare det sålts i Sverige de senaste åren.

1988 130.000
 1989 110.000
 1990 110.000
 1991 100.000
 1992 80.000 [prognos]

Branschkansliet har ytterligare salt att strö i såren.

– Försäljningen visar entydigt på en sakta fallande kurva, säger Stig Jacobsson. Under hela åttiotalet låg försäljningen konstant runt ungefär 110.000 sålda skivspelare per år, men nu sjunker försäljningen kraftigt varje år. Jag tror dock att det kommer att dröja länge innan tillverkningen upphör helt. Det finns så mycket vinylskivor ute på marknaden att det borde räcka till en ständig efterfrågan ett bra tag framöver.

Kallsvetten kommer tillbaka.

Hur länge är egentligen »ett bra tag framöver«? Är det ett halvt sekel? Eller är det kanske bara tre år?

Och var köper man då en ny skivnål? Blir det ransonering och långa köer redan på nittiotalet?

En som redan lever under dessa villkor är Lars-Göran Frisk [han med radioprogrammet *Skivor från Vetlanda*].

Vad han upplever i dag är exakt vad vinylsamlaren kommer att uppleva inom »ett bra tag framöver« . . .

– Det kan vara mycket problematiskt att få tag i en fungerande gramfon, säger Lars-Göran. Självt hade jag länge en gammal Lenco. Ljudet var bra men hastigheten var mycket opålitlig, den gick långsammare för varje år som gick. Men sedan, för ungefär ett år sedan, hade jag fruktansvärd tur. En

lyssnare i Upplands Väsby ringde upp och skänkte mig en Lenco i fantastiskt gott skick. Den var så gott som oanvänd, låg till och med i originalkartongen.

Och skivnålar? Är det möjligt att få tag på såna?

– Det är tyvärr lika svårt att få tag på skivnålar som att hitta skivspelare, säger Lars-Göran. Jag har haft osedvanlig tur även med detta. En Expertbutik här i Vetlanda lyckades komma över ett stort parti, begagnat från sextiotalet. Där köpte jag så många skivnålar jag trodde att jag kommer att behöva. Allt är nog slutsålt vid det här laget.

»Max två [2] skivnålar per kund.«

Mardrömmen igen.

Det enda botemedlet är kanske att vakna upp på allvar och inse vilket decennium vi faktiskt lever i.

RAYMOND CARVER

[CAFÉ, DECEMBER 1993]

EN MAMMA BESTÄLLER en tårta till sin sons födelsedag. Konditorn får i uppdrag att göra en tårta dekorerad med ett flygplan i marsipan. På födelsedagens morgon blir sonen överkörd. Konditorn, som inte känner till olyckan, börjar sedan trakassera föräldrarna för att de inte hämtar den dyra tårtan . . .

Intrigen är typisk Raymond Carver. De noveller han författade under sin alldeles för korta stund på jorden är knivskarpa, gastkramande vardagsberättelser i dagsljusmiljöer skrivna på kött & potatis-språk. Gåsleverformuleringar var inget för hårdkokte Carver. I hans litterära rum delar Elmore Leonard bord med Anton Tjechov, och novellerna är spetsade med repliker som tigger om att filmas.

En som insett det är regissören Robert Altman. Fem år efter att Raymond Carver dog i lungcancer är det nu premiär för Robert Altmans *Short Cuts*, en film som bygger på Carvers noveller. *Short Cuts*, som delade förstapriset på Venedigfestivalen, flätar samman nio olika noveller av Carver samt en av hans dikter till en drygt tre timmar lång långfilm. Ett par dussin Hollywood-stjärnor figurerar i rollbesättningen, bland dem Jack Lemmon, Mathew Modine, Tim Robbins och Andie MacDowell, som spelar mamman i den ovan beskrivna berättelsen, hämtad från Carvers novellsamling *Cathedral* från 1984.

Den som ännu inte läst sin första Carver har många omtumlande upplev-

elser att vänta. Att läsa Raymond Carvers noveller är som att skaffa sig skarp-are glasögon. Varje liten vardagsdetalj, från diskbankens kant till whiskyglasets rand, får nya, ofta obehagligt skarpa konturer. Efter att ha slukat, och smält, en eller ett par Carver är inte den vanliga vardagen så vanlig längre. Jag intervjuade Lloyd Cole inför hans första soloalbum 1990 och råkade nämna att texterna till ett par låtar på skivan påminde om Raymond Carvers noveller. Lloyd sken upp. Carver visade sig vara även hans favoritförfattare. Intervjun spårade sedan ur till en hyllningsdiskussion och Lloyd talade lyriskt främst om den allra sista novell Carver skrev, *Arrend*, som handlar om när Tjechov dog. Året efter, när Cole släppte sitt andra soloalbum, fortsatte han att hylla Carver. Titeln på skivan, *Don't Get Weird on Me Babe*, var en fras Raymond Carver brukade säga till sin livskamrat Tess Gallagher.

Raymond Carver föddes 1938 men fick sin första bok, novellsamlingen *Will You Please Be Quiet, Please?*, publicerad först när han var 38 år. Han hade gift sig ung, slet för sin familjs brödföda och hade inte råd att skriva på heltid. Efter ett alkoholiserat liv, som kraschade hans äktenskap, slutade han supa 1977 och träffade i samma veva Tess Gallagher, som han sedan levde med de sista elva åren av sitt liv.

Raymond Carver hann aldrig skriva någon roman, det finns ett kort utkast till en roman i den postuma boken *No Heroics, Please*, men han skrev mängder av noveller och dikter. Allt som finns på svenska är samlingsvolymerna *Vad vi talar om när vi talar om kärlek* [AWE / GEBERS, 1985] och *Grannar* [NORSTEDTS, 1991], men Carver är värd att läsas på originalspråket. Precis som det är svårt att försvenska känslan i ett uttryck som »Don't get weird on me babe« är det svårt att översätta kött & potatis-prosan i Carvers noveller. Titlarna på hans fyra novellsamlingar understryker detta; *Will You Please Be Quiet, Please?* [1976], *What We Talk About When We Talk About Love* [1982], *Cathedral* [1984] och *Elephant* [1988].

En lämplig introduktion för nybörjaren är den engelska samlingsvolymen *The Stories of Raymond Carver* [PICADOR] eller den amerikanska titon *Where I'm Calling From* [VINTAGE], som även inkluderar hans sista novell *Arrend*. I samband med filmen *Short Cuts*, som får svensk premiär

efter årsskiftet, kommer det också att dyka upp en samlingsvolym med samma namn. Ljudspåret till filmen är för övrigt blues framförd av sångerskan Annie Ross, med specialskrivna låtar av bland andra Elvis Costello; en annan Carver-fan.

Raymond Carver dog i lungcancer 1988. Den sista dikten i hans sista bok, diktsamlingen *A New Path to the Waterfall*, lyder:

*And did you get what
you wanted from this life, even so?
I did.
And what did you want?
To call myself beloved, to feel myself
beloved on earth.*

När Robert Altmans filmatisering av *Short Cuts* hade premiär i USA blev den barnförbjuden. Inte för att det förekommer våld, utan för att det i två scener blottas intima kroppsdelar. Julianne Moore visar att hon är rödhårig på fler ställen än där hon kammar sig. Rocksångaren Huey Lewis gör sin filmdebut med att ogenerat stå och pissa. Den som hör ett bullrande hest skratt bakom sig i biosalongen när detta visas bör vända sig om. Raymond Carver själv hade precis den sortens humor.

EN KICK FÖR FOTBOLLSFÅNAR

[CAFÉ, FEBRUARI 1994]

DET GÅR INTE att sluta läsa. Med boken i ett krampaktigt grepp åker man bergochdalbana mellan eufori och melankoli. Prosan griper tag i en på ett sätt som gör att man blir närmast autistisk inför omgivningen. Middag? Nej, tack. Svara i telefon? Hinner inte.

Testet på om ens förhållande verkligen håller kommer sedan när man måste förklara vad det egentligen är för någon oerhört viktig litteratur som uppehållit en hela kvällen. »Jaa . . . Det är en bok om fotboll. Inför VM? Nej, just detta kapitel handlade om Raith Rovers ovanligt dramatiska säsong 1992/93. De spelar i skotska division 2.«

Det är en sak att känna ett närmast fysiskt behov av att se på fotboll. Det är en annan sak att även falla i trans över någon annans extremt subjektiva minnesanteckningar av taffliga skenbensmål och felaktiga offsideavblåsningar.

My Favourite Year [WITHERBY, 1993] är en samlingsvolym där ett dusin olika engelska författare och journalister skriver om sina favoritlags mest minnesvärda säsonger. Ämnesvalen gör att få lär klassa boken som viktig litteratur, knappast ens som viktig fotbollslitteratur. Norwich City 1992/93, Swansea City 1978/79, Watford 1974/75, St. Albans City 1971/72, Middlesbrough 1990/91 – vem brinner inte av längtan av att ta del av dessa öden?

Den irländske författaren Roddy Doyle, som inleder boken, är den ende som inte skriver om ett brittiskt klubbtag. Överskriften på DoYLES kapitel är

i stället *Republic of Ireland 1990* och består av hans minnen från det irländska landslagets insats i VM i Italien, skildrat ur ett privatpsykologiskt Guinnessperspektiv.

Roddy Doyle framstår alltmer som en av de bästa yngre, samtida författarna. Doyles senaste roman *Paddy Clarke Ha Ha Ha* fick det prestigefyllda Booker-priset i fjol. Hans två första romaner, *The Commitments* och *The Snapper*, har många svenskar tagit del av på bio. Den charmigt ruffiga Dublinatmosfären och den vassa dialogen är dock inget verk av regissörerna Alan Parker eller Stephen Frears – hela stämningen, komplett med doften av rök och utspild Guinness, finns redan där på de vita boksidorna; Doyle fångar ljud och stämning i Dublin bättre än både filmkameror och bandspelare.

När Roddy Doyle, född 1958, skriver om fotboll i Italien är han kvar på Dublins pubar. Han sitter där med sina vänner, ett tusental irländare, och hejar så det hörs ända ner till Genua och Palermo. När Irland länge legat under med 0–1 mot England blir Doyle den som frivilligt offerar sig och går på toaletten.

Det är ett gammalt trick. Varje gång man själv behöver tömma blåsan blir det mål; det vet alla som sett fotboll eller hockey på tv. Doyle lutar sig mot pissoaren – och hör ett våldsamt jubel tränga igenom toalettdörren. Kevin Sheedy har kvitterat, 1–1. Doyle rusar ut med gylfen halvöppen, alla hans vänner gratulerar honom till målet.

Det finns många sådana ögonblick samlade i *My Favourite Year*. Ögonblicksbilder som känns passionerade, dramatiska, trovärdiga. När författare ska skriva om fotboll, eller om idrott över huvud taget, blir resultatet annars ofta att de tar bort bollen från leran och gräset och placerar den på en piedestal inne på Stadsbiblioteket.

En passning genom mittförsvaret påminner om något Dante skrivit, nickskarven i mål blir en symbol för postmodernismen, och till slut får man som läsare, och fotbollsfan, lust att resa sig upp och skandera: »Till och med Stafan Tapper var en bättre straffläggare än James Joyce!«

De journalister och författare som skriver i *My Favourite Year*, samtliga

utmärkta stilister, har dock en så stor kunskap om fotboll att de inte behöver ta till onödiga mittfältspassningar genom finkultur för att göra sina berättelser allmängiltiga och tidlösa. Initiativtagaren till boken, Nick Hornby, har också tidigare skrivit den prisbelönade *Fever Pitch* [VICTOR GOLLANZ, 1992], den kanske bästa bok om fotboll som skrivits.

Fever Pitch har vunnit flera priser, bland annat som bästa sportbok 1992. Det bästa och mest träffsäkra berömmet till Nick Hornby, som även överösts med beröm för sin sammanställning av *My Favourite Year*, kommer från Michael Palin, ex-Monty Python, som numera kan titulera sig journalist snarare än komiker. Palin skriver om boken: »Bra böcker om fotboll kan räknas på tänderna i Nobby Stiles överkäke, men *Fever Pitch* är en mindre klassiker.«

Nobby Stiles? Titta på den klassiska vinnarbilderna på England från VM 1966. Ni vet den där bilden där det engelska vinnarlaget är iklädda sin röda reservdress (de hade ju spelat mot Västtyskland som också har vita tröjor) och där Bobby Moore håller i bucklan. Nobby Stiles syns någonstans i kanten på bilden. Han flinar brett – och hålen från hans halvt tandlösa överkäke lyser av segerglädje.

Min egen favoritpassage från *My Favourite Year* är för övrigt en diskussion som bygger på annat värdelöst vetande. Vem var egentligen mest flint? Bobby Charlton eller Uwe Seeler?