

(Noe forkortet utgave publisert i tidsskriftet Minerva nr.01 (april) 2005, s.87-93, under titelen "Berømmelsens anatomi")

OGS/- 04.01.05.

## Til topps med et Skrik

- "Det finnes bare fire virkelig berømte bilder i Norge: 'Brudeferden i Hardanger', Christian Skredsvigs 'Idyll', 'Elg i solnedgang' og 'Sigøynerpiken'."

Gallerieier Trond Olsen i Galleri Oddvar Olsen & Co i Drammen i et intervju med Dagens Næringsliv 18. november 2004.

### *Berømmelsens anatomi*

- "Pussig, egentlig", bemerket min danske kollega, - "at Norges mest kjente maleri heter 'Skrik', mens Danmarks mest kjente heter 'Hip, Hip, Hurrah!'"

- " 'Skrik' er ikke bare Norges, men verdens mest berømte maleri", svarte jeg surt.

Å nei, noe slikt sa jeg såvisst ikke. Dette var på slutten av 1970-tallet. Edvard Munchs internasjonale berømmelse var i og for seg et forlengst etablert faktum, men likevel. 'Skrik' var hverken verdens eller Norges mest kjente maleri. Selvsagt ikke! Påstanden om at et så sært, for ikke å si et så *harry* bilde som 'Skrik' skulle være i verdenstoppen blant berømte kunstverker, hadde formodningen mot seg, som juristene sier så vakkert. 'Skrik' var fremdeles – iallfall her hjemme i Norge - et bilde som man knapt nok tok helt alvorlig. I den grad verket i det hele tatt var kjent blant almenheten, var 'Skrik' et kuriosum - et bilde som man fleipet med. ("Selvportrett i absint-rus, he-he!"). Til alt overmål ble det helst omtalt som 'Skriket', - respektløst i bestemt form...

Men tidene forandrer seg. Om vi ikke hadde forstått det før, gikk det opp for oss en augustdag ifjor, da noen kjeltringer tok seg inn på Munch-muséet, hvor de stjal et par av institusjonens mest kjente malerier. Som man vil erindre, - 'Madonna' og – ja nettopp – 'Skrik', hvorav sistnevnte nå glatt ble presentert som hjemmehørende i verdenskunstens absolutte elitedivisjon.

Det inntrufne fremkalte umiddelbart store og sterke ord i media. Så sterke at det kunne være fristende å tale om et unisont mark-skrikerisk rama-skrik... Noen hver kunne undres da Aftenposten (aften) mandag 23. august 2004 i sin lederartikkel ("Et ran som angår alle") betegnet bildene som "kunstskatter av uerstattelig nasjonal verdi" og "noen av verdenskunstens største ikoner". Tok ikke avisen munnen litt for full, mon tro? Men andre aviser og nyhetsorganer fulgte opp i samme spor – ikke bare her hjemme, men verden over. Ledende internasjonale fagfolk ble hanket inn av TV-kanaler som CNN, hvor de opprømt omtalte bildene i de svulstigste vendinger. 'Skrik' fikk uten videre status som et av verdenskunstens tre mest kjente verker, - formodentlig på linje med 'Mona Lisa' og 'Guernica'.

At *tidene forandrer seg*, er en banal klisjé, men berømmelse (likesom popularitet) er like fullt en tidsavhengig og konjunkturømfintlig kvalitet.

Like viktig som tidsdimensjonen er imidlertid *romdimensjonen* – betrakterens ståsted og perspektiv. Det klassiske eksempelet i så måte finner vi i fotballens verden: Mens *Manchester United* er verdens mest populære fotballklubb, er den mest populære klubben i Manchester slett ikke United, men *Manchester City*.

Og som om ikke *tid* og *rom* skulle gi berømmelses- og popularitetsbegrepene tilstrekkelig elastisitet, må vi heller ikke underslå den *sosiologiske* dimensjon: De oppfatninger som forfektes av kunst- og kulturkritikerne og andre forståelsepåere, deles ikke nødvendigvis av det bredere publikum. Det kan gjelde i synet på hva som er "bra" eller "dårlig" kunst (en diskusjon som definitivt ikke skal tas her), men gjelder kan hende i vel så høy grad med hensyn til godtfolks oppfatninger om hva som er "berømt" kunst. Målbarheten kan diskuteres, men "høy gjenkjennelsesverdi" kan vanskelig hevdes å være et meningsløst kriterium.

Også i så måte kan gallerieier Trond Olsens foransiterte utsagn tjene som et nyttig memento.

### ***På sporet av den tapte tid***

Tilbake til Munch og hans 'Skrik', - betraktet under *tidsdimensjonens* synsvinkel. 'Skrik' som evolusjonært fenomen. Skrikets vei til berømmelse. Den ultimate berømmelse som

i norske og internasjonale media nå kan synes å overstråle og overdøve selv den mest standhaftige elg i solnedgang. Edvard Munchs ubestridte hovedverk.

Så kan det synes idag. Kan hende er det også riktig, - nå.

Det var ikke alltid slik. Joda, vi vet at han kom tidlig ut i verden. Skapte seg et navn i Tyskland, etter en kontroversiell utstilling i Berlin i 1892. At nazistene på 1930-tallet stemplet enkelte av Munchs arbeider som ”Entartet Kunst”, betydde også at han var en kunstner som ble lagt merke til. Den virkelige verdensberømmelse skulle imidlertid la vente på seg, enn så lenge. Går vi videre frem i tid, til f.eks. for et halvt hundre år siden, var Edvard Munchs navn vel etablert i øvre halvdel av de internasjonale kunstkjennerkretsers annendivisjon, fortrinnsvis rubrisert som grafiker av den tysk-ekspresjonistiske skole. Å ja, man visste vel saktens at han også hadde *malt* noen bilder, uten at det ble særlig påaktet. Blant det brede internasjonale publikum – den mer eller mindre opplyste almenhet – var Munchs navn nærmest ukjent.

Her hjemme var situasjonen annerledes – Munch hadde allerede i levende live forlenget vunnet anerkjennelse som den fremste blant norske malerkunstnere. Men hvilket verk ville folk flest først og fremst forbinde med kunstneren?

Om man for femti år siden hadde foretatt en spørreundersøkelse blant det brede publikum om hvilket bilde som var Munchs mest kjente, ville neppe ’Skrik’ figurert blant de 4-5 første. Ei heller ’Madonna’. Ni av ti ville trolig ha nevnt *’Pikene på broen’*, én av ti ville sagt *’Syk pike’*...<sup>1</sup> (Og dersom spørsmålet ikke hadde vært om Munchs, men om *Norges* mest berømte maleri, ville de fleste utvilsomt ha svart *’Brudeferden i Hardanger’*).

Postverket markerte i 1963 hundreårsdagen for kunstnerens fødsel ved å utgi en serie på fire frimerker med Munch-motiver. Gode, trygge motiver med høy gjenkjennelsesfaktor: *’Selvportrett’*, *’Fruktbarhet’*, *’De ensomme’* og *’Pikene på broen’*, - alt sammen *Mainstream Munch*.

Men ingen *’Madonna’* og definitivt intet *’Skrik’*.

Høsten 1974 ble Kongeriket hjemsoekt av en navngjeten britisk filmskaper. Peter Watkins het han, og smigret sitt norske publikum trill rundt ved å lage en fjernsynsfilm om Edvard

---

<sup>1</sup> Som et apropos - om vi går enda lenger tilbake – skal nevnes at Munch-kjenneren Rolf Stenersen i sin biografi *Edvard Munch – Nærbilde av et geni* (Oslo 1945, side 153) kunne fastslå kategorisk at *”Det mest kjente bilde Edvard Munch har malt, heter ’Syk pike’.*”

Munch. Nesten alle var enige om at Watkins maktet å ta Munch på kornet: Her var dyster barndom med brekninger, blodstyrtninger og masse Syk Pike. Her var Kristiania-bohemer som slo om seg med tidsriktig AKP-ml-sjargong, her var seksualangst og fremmedgjøring, her var enda mer dyster barndom med flere brekninger, enda flere blodstyrtninger og masse, massevis av Syk Pike. Men fint lite 'Skrik'.

Nei, var vel dét likt seg?

### ***Høyere opp og lengre frem***

Munchs internasjonale ry har gjennom det siste halvsekel steget gradvis, dvs. dels jevnt, dels sakte, dels i rykk og napp. Og hvor urettferdig det enn måtte synes: Dette har vært en utvikling som fremfor alt må tilskrives den stigende berømmelse som i samme periode er blitt 'Skrik' til del. Med all respekt for kunstnerens øvrige geniale produksjon: Uten 'Skrik' ville Munch ikke ha kunnet gå til topps i verdenskunstens førstedivisjon.

Veien til topps gikk gjennom brenning og brott, i søkk og kav, over knudret stokk og kneisende knaus. Et forvarsel om hva som var i emning, skulle komme så tidlig som 31. mars 1961, da 'Skrik' prydet forsiden av nyhetsmagasinet Time.<sup>2</sup> Bildet (som her ble kalt 'The Cry' og ikke, som vanlig er i våre dager, 'The Scream'), ble for anledningen benyttet som illustrasjon til bladets hovedartikkel om temaet "Skyld og angst".

Men en slik iøynefallende anerkjennelse var et unntak. Den oppmerksomhet som ellers ble Munch og hans 'Skrik' til del på den internasjonale arena, var gjennomgående av sporadisk og tilfeldig karakter. Fra tid til annen kunne man se 'Skrik'-motivet gjengitt i ulike sammenhenger, helst som illustrasjon, stundom som ren dekor, oftest uten noen referanse til kunstnerens identitet. Et typisk eksempel var forsiden på marsnummeret 1974 av det sydafrikanske tidsskriftet Pro Veritate, - en meget seriøs publikasjon utgitt av det sterkt regimekritiske Christian Institute (som senere ble "bannlyst" av apartheid-myndighetene): På bladets vertikaldelte forside (jfr. vedlagte kopi) kunne man til venstre se bildet av en streng dommer mot en bakgrunn som fremstilte skyggen av en politimann. Og til høyre, en sort-hvitt gjengivelse av 'Skrik'. På innsiden kunne man lese om frontomslaget at bildet til venstre var en tegning av den kjente (?) kunstneren Dave Gaskill. Om 'Skrik' var bladet taust. Den tanke at motivet var skapt av en

<sup>2</sup> Er å finne på nettstedet <http://www.time.com/time/magazine/archive/covers/0,16641,31-03-1961,00.html>

kunstner, og at denne kunstneren hadde et navn, var åpenbart like fjern for bladets utgivere som for folk flest forøvrig.

I løpet av 1970-tallet kunne man imidlertid fornemme at Munch var i ferd med å bli oppdaget av et bredere publikum. Kunstboken *100 Famous Paintings*, utgitt i London i 1979, tok for seg verdenskunsten kronologisk fra det 13. århundre og frem til vår egen tid – så å si en billedkunsthistoriens *kanon* med tidenes ett hundre presumptivt mest berømte malere representert ved ett bilde hver. Som den eneste nordiske kunstner var også Munch med i dette eksklusive selskapet, faktisk med 'Skrik', som her ble opplyst å være "one of the most disturbing and famous paintings of modern times". Dermed var Munch og hans 'Skrik' plassert på verdenskartet, riktignok bare som én blant de hundre, men dog ...

Det skjedde noe på hjemmebane også. Da noen arkitektstudenter på 80-tallet fikk for seg at Blitz-huset ikke burde rives, klinte de sin versjon av 'Skrik' over hele gavlveggen, som en visuell protestaksjon. Munchs anvendbarhet – endog som politisk kampverktøy - ble anskueliggjort, og 'Skrik' ble *det* billedmotivet som stadig flere først og fremst forbandt med kunstneren.

### ***Forbrytelsens bonus – "15 Minutes of Fame"***

Men den hendelsen som fikk Munchs berømmelse til virkelig å ta av internasjonalt, var innbruddskuppet i Nasjonalgalleriet for snart elleve år siden. Bildene av stigen under vinduet gikk verden rundt, men det gjorde også avbildningene av selve tyvegodset. Det spektakulært frekke brekket førte til at 'Skrik' ble et kultbilde, som siden er blitt gjengitt i popularisert, vulgarisert eller humoristisk utførelse på ballonger, kaffekrus, slips, T-skjorter og allehånde forbruks- eller pyntegjenstander<sup>3</sup> – som et sinnbilde på globaliseringens uransakelige veier.

Noe hadde skjedd. En konkret og dramatisk tildragelse som enkelt og fattbart forsynte kunstverket med en *fortelling*, - fortellingen om en forbrytelse. En fortelling som skapt for å gjenfortelles visuelt, som skapt for å formidles av vår tids sterkeste medium fjernsynet. Som daglig leder Ingeborg Astrup hos *Sotheby's Norge* nøkternt uttalte til

---

<sup>3</sup> Som en ekstrem, men samtidig representativ illustrasjon på slik motivbruk vedlegges gjengivelsen av 'Skrik' "som motiv på en av Dame Ednas favorittkjoler", hentet fra artikkelen "Siste skrik i Århus", *Verdens Gang* 23. november 2004.

Dagens Næringsliv 25. august 2004: - ”Da ’Skrik’ ble stjålet forrige gang, ble verden mer oppmerksom på Edvard Munchs bilder”.

Det skulle en kjeltringstrek – et tyveri - til for å bringe den internasjonale anerkjennelse av Munch og hans ’Skrik’ opp i den absolutte verdenstopp.

Og så skjedde det altså igjen, den 22. august 2004, denne gang utført som et grovt og brutalt *ran*. Stygt og slemt, forsmedelig og flaut, men bedre Munch-reklame (hvilket også betydde reklame for Norge som kunst- og kulturnasjon) kunne man knapt ønske seg. Aldri så galt at det ikke er godt for noe!

Forfatteren av disse linjer var selvsagt ikke alene om se lyset. Blant dem som raskt fattet poenget, finner vi Dagblad-journalisten Stein Aabø, som i en middels snusfornuftig og passe frekk artikkel med tittelen ”En røverhistorie” 3. september kunne gi avisens lesere følgende betimelige formaning:

*”ETTER AT forferdelsen over tapet av nasjonalskattene ’Skrik’ og ’Madonna’ har gått over til stille savn, bør vi kunne koste på oss en aldri så liten cost-benefit-analyse. Slike sjokkopplevelser vil alltid ledsages av oppmerksomhet. Og selv om oppmerksomhet aldri kan oppveie tapet av det eller den kjære, må vi erkjenne at den lindrer effektivt, som et effektivt plaster på såret”.*

Norske myndigheter bruker år om annet millioner på å profilere norsk kunst og kultur i utlandet, med vanskelig målbare resultater. Det internasjonale støynivået er høyt, og i det store selskap blant mange geskjeftige operatører er det ikke alltid så lett å vinne gehør for budskapet ”vi ere en (kultur-)nasjon, vi med”. Men plutselig var vi på selveste verdenskartet! Et kart hvor vår egen Munch og hans velsignede Skrik var det hotteste hotte!

En hendelse som medfører at en norsk kunstner og hans verker omtales i verdensnyhetene, hvor de utropes til å være selve toppen av verdenskunsten, blir lagt merke til. Munch-muséets egen informasjons- og markedsjef Jorunn Christoffersen var således inne på noe vesentlig når hun (ifølge Dagbladet 14. september) kunne konstatere at:

*”All omtalen har ført til økt interesse rundt Munch, ikke minst i Norge. Jeg tror mange nordmenn er overrasket over å se hvor stor Munch er i utlandet”.*

At en spennende eller pikant *fortelling* – for eksempel fortellingen om et frekt tyveri – kan gi et kunstverks berømmelse et mektig løft, er ikke noe nytt. Kroneksempelen i så måte er fortsatt tyveriet av Leonardo da Vincis *'Mona Lisa'* fra Louvre-muséet i Paris i 1911. Innen tyven ble fakkert og bildet etter 27 måneder kom på plass igjen, hadde jakten på maleriet skapt hysteri og enorm oppmerksomhet.

Parallellen til *'Mona Lisa'* – ikke minst med hensyn til forbrytelsens bonus-side – ble særlig sterkt fremhevet av den amerikanske kunstsikkerhetseksperten Wilbur C. Faulk i et intervju med Verdens Gang 25. august 2004.<sup>4</sup> I sin kommentar til Munch-tyveriene uttalte Faulk blant annet at:

*"Nå tar jeg begivenhetene på forskudd, men jeg tror dette kan snus til noe veldig positivt. Med den voldsomme publisiteten maleriet nå har fått, vil det bli gjenstand for enorm nysgjerrighet fra alt fra kunstekspertene til rene amatører ...*

*- Nøyaktig det samme skjedde med 'Mona Lisa'. Nå har 'Skrik' blitt stjålet to ganger. Det kommer til å bli skapt en sterk myte og aura av mystikk rundt dette maleriet i fremtiden ...*

*- Kommer 'Skrik' til rette, vil det skape en helt unik mulighet for Norge og nordmenn til å markedsføre seg ute i verden ..."*

Det nye ved fortellingen om 'Skrik' (sammenlignet med 'Mona Lisa'-tyveriet i 1911), er den dramatiske økning i styrken, hurtigheten og dekningsgraden av den globale nyhetsformidlingen. Kjapt og intenst ble fortellingen førsteoppslag i mediene i hver eneste krik og krok på kloden.

### ***"Bandwagon"-effekten og berømmelsens selvforsterkende egendynamikk***

Selvsagt er det tale om en effekt med enkelte flyktige komponenter, - Andy Warhols forterpede "15 minutter". Dét også, men ikke bare. For de toneangivende internasjonale nyhetsmedia vil en så dramatisk og pirrende tildragelse som et frekt kunstran først og fremst være en "story" som må utnyttes for hva den er verdt. Det gjøres blant annet ved at man kaller kunstverdenens fremste forståelsegjåere og opinionsdannere ut på banen, for å avgi slike kommentarer som kan underbygge dramaet, - godtgjøre og forsterke budskapet om begivenhetens viktighet. Man kan knapt fortenke ekspertene i at de begjærlig griper en slik gylden anledning til å få utgyde seg overfor et verdenspublikum med oppstemte ord, med eksalterte utsagn som deres faglige status nødvendigvis forlener med stor autoritet. Foreliggende anledning tilsa at en samlet ekspertise – internasjonalt

såvel som hjemlig – med stor suffisance kunne hausse opp hendelsens betydning og derigjennom også sin egen autoritet ved å fortelle at Munchs 'Skrik' rangerer som et av verdens absolutt aller, aller fremste kunstverker.

Slikt har konsekvenser.

At et kunstverk er genialt – eller at du eller jeg synes at et kunstverk er genialt – er ingen garanti for at det blir alment anerkjent som sådant. Men hvis tilstrekkelig mange opinionsdannere tilstrekkelig høylydt og i tilstrekkelig pompøse ordelag forteller andre og hverandre at det er så, ja da er almen anerkjennelse det uunngåelige resultat.

All publisitet er ikke nødvendigvis god publisitet. Men det står fast at "Nothing succeeds like success". I amerikansk politikk taler man om den såkalte "*bandwagon*"-effekten som oppstår når alle får det travelt med å hoppe ombord på den vognen som synes å ha størst fart. På norsk uttrykker ordet "sneball-effekt" noe lignende. 'Skrik's vei til berømmelsens tinder er et illustrerende kasus i så måte: Her har vi kunnet bivåne en suksess som bare har ballet på seg.

### ***Tilværelsen på toppen***

Som en illustrasjon – nærmest *post festum* - på den posisjon Munchs 'Skrik' har inntatt i våre dagers globale landsby vedlegges en karikaturtegning, sakset fra ledersiden i den toneangivende sydafrikanske avisen Sunday Times (Cape Town) 7. november 2004.

Som det fremgår, tilsikter tegningen å målbære en ikke altfor munter kommentar til det nettopp gjennomførte amerikanske presidentvalget. Her kommer en ape-lignende utgave av George W. Bush oss i møte med hoverende geberder og grimaser, mens 'Skrik'-motivets hode illuderer en lamslått og sorgtung jordklode. Tegningen utmerker seg på ingen måte ved sin originalitet. Tvertimot fremstår såvel det politiske budskap (anti-Bush) som tegningens formspråk (bruken av 'Skrik'-motivet med den bedrøvelige skikkelsens hode som jordkloden) som forterpet, platt og forutsigbart. Den manglende originalitet er imidlertid samtidig uttrykk for en desto mer utpreget *representativitet*:

Dette er en tegning som fremfor alt avspeiler en felles verdenskultur med felles symbolkoder og et felles kommunikativt forståelsesgrunnlag, basert på *gjenkjennelse*. En gjenkjennelse som forutsetter og som springer ut av det forhold at vi her har å gjøre med

---

<sup>4</sup> Gjengitt på nettstedet <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=241225>



et kunstverk som er så til de grader alment kjent at gjenkjennelsen er *umiddelbar*, og ikke betinger noen nærmere forklaring eller veiledning.

Det er dette som er essensen i 'Skrik's ikon-status.

Om ikke i Norge, så dog ute i verden, har bildet oppnådd en gjenkjennelses-score som overgår 'Brudeferden i Hardanger' og 'Idyll', såvel som 'Elg i solnedgang' og 'Sigøynerpiken'.

Takket være august-ranet rangerer vår landsmann og hans kunst nå høyere på den globale berømmelses-skala enn noensinne. Slik har Edvard Munch kunnet gå helt til topps med et Skrik.

### ***Epilog: Tyveriene, tapet og forsmedelsen – et tilbakeleent perspektiv***

Selvsagt var det ille at 'Skrik' (og 'Madonna') ble stjålet. Likeledes også både rett og rimelig at en slik forbrytersk handling måtte utløse en sunn og ekte forargelse. Dette var da også den umiddelbare reaksjon fra publikum – høy som lav – en reaksjon som i høy grad kom til å dominere mediadekningen i etterkant av ranet.<sup>5</sup>

Men når så er sagt, bør det også være rom for å bevilge seg noen mer ettertenksomme og nyanserte – for ikke å si kjetterske – refleksjoner over det inntrufne. Med øyeblikkets opphisselse på avstand, burde tiden være inne for å betrakte tapet av 'Skrik' og 'Madonna' under en nøkternt tilbakeleent synsvinkel.

La oss ikke miste av syne det faktum at de stjalne kunstverkene er døde gjenstander: Materielt sett kun et par lerretsbiter med noen malingrester på. Bildenes fysiske uttrykk kan uten vanskelighet gjenskapes og mangfoldiggjøres. Det er da også forlengst blitt gjort – i et utall av kunstbøker, billige farvetrykk og mer forseggjorte reproduksjoner. Den verdi maleriene har som *åndsverker*, er ikke av materiell karakter – den ligger helt og holdent på det transcendentale plan. Det er en verdi som følger av vår – almenhetens, markedets, publikums, min og din – opplevelse av og innlevelse i disse bildene, basert på de gjengivelser som vi har sett (og fortsatt vil kunne se) og de kunnskaper som vi måtte

---

<sup>5</sup> Se f.eks. *Verdens Gang*-oppslagene "Erling Lae: Reagerer med raseri" og "Sonja og Mette-Marit sjokkert og opprørt", hhv. 22. og 25. august 2004 (gjengitt på nettstedene <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=240689> og <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=241220>).

ha ervervet om kunstneren og hans uttrykk, hans formspråk samt det eller de budskap som vi måtte ane at han ønsket å formidle.

Dét er en verdi som ikke er gått tapt, - snarere tvertimot.

Å trøste seg med at ”evig eies kun det tapte”, er muligens litt for billig. Men den sørgelige tildragelse gir heller ingen grunn til helt å gå fra konseptene i vår kollektive indignasjon. Hva er egentlig det verste, at bildene er gått tapt, eller *forsmedelsen* over tapet? Hvilket tap er det egentlig vi har lidd, vi borgere av Oslo kommune? Materielt, på det fysiske plan – dvs. i økonomisk forstand, målt i kroner og øre – eller på det metafysiske plan?

Noen vil kanskje avvise denne problemstillingen med den fnysende kommentar at man må da forstå at det går ikke an å tenke slik – dette er verker som er *uvurderlige*! Og dét er nettopp saken. Som åndsverker betraktet, har de ingen prislapp. Heller ikke som materielle gjenstander er de å anse som kommersielle objekter: Vi taler her om gjenstander som ikke er ment å omsettes i noe marked, men som Oslo kommune ved Munch-muséet er gitt i oppgave å forvalte dvs. i første rekke ta pent vare på, på fellesskapets vegne. (For en nærmere drøftelse av disse sider ved tapet av Munch-bildene skal vises til undertegnedes artikkel ”Sikring beste forsikring” i Verdens Gang 21. desember 2004).

Å gremme seg over tapet – det være seg ut ifra materielle eller metafysiske betraktninger – er en ørkesløs øvelse. Forarget furting er forståelig, men lite konstruktivt. Som kunstverkenes rettmessige eiere kan vi Oslo-borgere saktens håpe på at tyvegodset kommer til rette igjen uten altfor store kostnader. I mellomtiden kan vi fornøyd konstatere at saken tross alt har bidratt til å skape positiv blest om vår landsmann og hans kunst – og derigjennom også øke Norges internasjonale omdømme som kunstnasjon en smule.

Men sikringstiltakene kunne gjerne ha vært litt bedre.

\*                    \*                    \*

**VEDLEGG: *Illustrasjoner***

- ”Munch’s The Cry”, forsideillustrasjon på tidsskriftet **TIME Magazine**, 31. mars 1961 (hentet fra nettstedet <http://www.time/magazine/archive/covers/0,16641,31-03-1961,00.html>)
- Forsideillustrasjon på tidsskriftet **PRO VERITATE**, Johannesburg (Syd-Afrika), mars 1974
- Utdrag fra ”Årsrevy – februar 1994” i Aftenpostens oppslagsbok **HVEM HVA HVOR 1995**, Oslo 1994, side 44
- ””Skrik” på plass i Australia”, illustrasjon til artikkel i **Verdens Gang** 12. oktober 2004 (hentet fra nettstedet <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=249545> )
- Karikaturtegning med påtegning ’After ”The Scream” by Edvard Munch’, under spalten ”Insight & Analysis” på ledersiden i avisen **Sunday Times**, Cape Town (Syd-Afrika), 7. november 2004
- ”Siste skrik i Århus”, illustrasjon til artikkel i **Verdens Gang** 23. november 2004 (hentet fra nettstedet <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=101421> hvor bildet omtales som ”motiv på en av Dame Ednas favorittkjoler”)