



«Skål! Skål! Skål!»

Assassin's Creed Valhalla som spillramme for ludisk vikingidentitet

AV JANE SKJOLDLI

HØGSKULEN PÅ VESTLANDET, BERGEN, OG UNIVERSITETET I STAVANGER

I oktober 2022 ble følgende kunngjort på dataspillserien *Assassin's Creeds* offisielle Twitter-konto: «Over 20 million Vikings have embarked on their epic journey to Valhalla. Standing strong by Eivor's side. From Norway to England. To Mythical Realms of the Gods. Thank you for taking this journey with us. SKAL! #AssassinsCreed» (Twitter-konto @assassinscreed 2022a). Det vikingtematiserte spillet i serien, *Assassin's Creed Valhalla* (ACV), hadde da vært tilgjengelig i nesten to år. Markedsføringskampanjen lovt spillere «den ultimate vikingfantasien» (Phillips 2020) – vel å merke etter å ha forsikret potensielle kunder om at vikingene historisk sett var bedre enn sitt rykte. Spilltraileren inviterte til å «tenke som en viking», «leve som en viking», «slåss som en viking» og «erobre som en viking» (IGN 2020). I den globale spillindustrien er AC en svært populær merkevare og Ubisoft en sentral aktør. Mottakelsen av ACV, som har vært overveldende positiv, har bidratt til å styrke selskapets posisjon også i vikingtematisert populærkultur. Med et omdømme som lover spillere «historisk autentisitet» i virtuelle gjengivelser av særskilte kulturer i spesifikke historiske epoker er AC-serien et interessant studiemateriale. Dette understrekes ytterligere av at serien delvis markedsføres til bruk i skoleundervisning. På samme tid er ACV kun ett i en lang og voksende rekke vikingrelaterte kulturelle produkter. I denne artikkelen spør jeg hva man kan lære dersom man studerer ACVs vikingbilde i et ludisk perspektiv og hvordan det kan bidra til forståelse av vikingers kontemporære popularitet. Ved bruk av begre-

pene *vikingkraft*, *vikingidentitet*, og *vikingspiritualitet* håper jeg å tilby noen verktøy for å forstå det komplekse feltet som gjelder bruk av vikinger og norrøn fortid i vår tid.

INNLEDNING

Dataspillet *Assassin's Creed Valhalla* (Ubisoft 2020; heretter ACV) er fremdeles den siste hovedutgivelsen i spillserien *Assassin's Creed* (Ubisoft 2007–; heretter AC), selv om oppfølgeren *Assassin's Creed Mirage* antakelig vil være like om hjørnet når dette temanummeret blir publisert. Spillet står sentralt i et komplekst og stadig omskiftende diskursivt landskap hvor vikinger konstrueres, produseres, konsumeres, tolkes og forhandles om i stort monn. Forskningslitteratur på resepsjon og fremstilling av historiske epoker i dataspill vokser, men så langt er det hovedsakelig historikere og historiedidaktikere som bidratt til forskning på temaet (Chapman 2016; Houghton red. 2021; Lünen et al. red. 2020; Rollinger red. 2020), blant annet fordi noen lærere tar dataspill i bruk i historieundervisning (Houghton red. 2022; McCall 2023).

I forskningsprosjektet *Back to Blood: Pursuing a Future from the Norse Past*, som er finansiert av Norges Forskningsråd, studerer vi bruk av vikinger og referanser til norrøn fortid som et samtidskulturelt fenomen i primært religionsvitenskapelige, antropologiske og kulturhistoriske perspektiv. Min primære arbeidspakke dreier seg om bruk av norrøninspirerte populærkulturelle produkter blant selvidentifiserende hedninger. Mange vikingtematiserte og norrønassosierte populærkulturelle produkter er tilgjengelig globalt, men det finnes hittil ingen demografiske undersøkelser av vikingentusiasmen. Observasjon av gruppeformasjoner og -kanaler på sosiale medier siden prosjektets oppstart i 2020 indikerer imidlertid at fenomenet er flerkontinentalt og flerspråklig, med blant annet engelsk-, nordisk-, portugisisk-, spansk- og slaviskspråklige sfærer. Et tema som har utkrySTALLISERT seg i prosjektgruppens arbeid, er kulturelt konstruerte vikingidentiteter i global samtidskultur – et fenomen som har vokst eksponensielt de siste ti årene og som foreløpig ser ut til å vedvare. Moderne vikingidentiteter kan knyttes

til praksiser som innebærer selektiv resirkulering og kreativ gjenbruk av elementer som assosieres med vikinger og norrøn kultur (Skjoldli 2019, 30). ACV er en særlig interessant leverandør av slike elementer fordi Ubisoft har lyktes i å konstruere et omdømme for spillserien som lover høy grad av «autentisitet» i sine fremstillinger av historiske kulturer i bestemte epoker. Elementene kan også appellere til de deler av norrønorientert nypaganisme (heretter kalt nyhedendom) hvor søken etter det som anses som «autentisk» norrønt er et religiøst imperativ (Asprem 2008, 57; Nielsen 2022, 329; Roe 2019).¹

Denne artikkelen handler om ACVs variant av det jeg kaller *vikingpakken*² – et skiftende sett av konnotasjoner som knyttes til vikingbegrepet gjennom verbal, audiovisuell, og materiell-performativ diskurs i og rundt kulturelle produkter. *Vikingpakken* er i slekt med Roderick Dales *vikingmerkevare* og bygger videre på den (2019, 214). Dale skriver om bruk av vikinger som «en sterk, selvstendig, men [enda] viktigere, en smibar [*malleable*] identitet» og at denne «speiles i materialet som er sendt inn til the World-Tree Project» (2019, 215).³ Varianter av vikingpakken som opptrer i enkeltprodukter og produktserier kalles *vikingbilder* (jf. Haugmåne og Skjoldli, kommer) og brukes her om

¹ For en kritisk diskusjon av ACV i lys av autentisitetsbegrepet i historiefaglig kontekst, se Enseleit og Schade 2020. Det bør nevnes at Ubisofts omdømme ikke bare er konstruert av selskapets markedsføringsavdeling, men også av spillmagasiner og nyhetsmedier. Da Notre Dame de Paris brant i 2019, uttryktes håp om at en modell av kirken fra *AC Unity*, som foregår i Paris under Den franske revolusjonen, kunne være til hjelp i gjenoppbyggingsprosessen (Jackson 2019). Ubisoft kunngjorde at de ville donere 500.000 euro til restaureringsarbeidet og gjorde *AC Unity* gratis tilgjengelig for nedlasting til PC i en uke etter brannen (Ubisoft 2019). Ifølge Senior Video Producer ved Polygon, Simone de Rochefort, er imidlertid ikke den digitale kopien av katedralen helt tro mot originalen: «Ubisoft måtte gjøre endringer da de bygget Notre-Dame-katedralen for Assassin's Creed Unity [...] katedraler er ikke designet med mord i tankene», bemerket hun (Rochefort 2021). Underforstått stod dette i motsetning til AC-spillene, hvor snikmord er sentralt. Nylig ble det også utgitt et spill i utvikling som handler om å bekjempe brannen i Notre Dame (Ubisoft 2022).

² World-Tree Project er en åpen database som bruker nettdugnad for å dokumentere bruk av begrepet viking i mange forskjellige sammenhenger (World-Tree Project 2023). Dale vektlegger styrke og utholdenhet, utforskning og eventyrlyst, samt fest- og drikkekultur som hovedelementer i vikingmerkevaren (2019, 217–223)

³ Tidlige versjoner av argumentet i denne artikkelen er blitt presentert på ulike stadier ved Arkeologisk Museum – Universitetsmuseet i Stavanger, KUBEN Arendal, og EASR 2022 i Cork, Irland.

fremstillingen av vikinger i ACV. I artikkelen ser jeg nærmere på noen av de mest fremtredende elementene i spilllets vikingbilde – et nøkkel-element i ACVs *spillramme*. I spillforskningen defineres en spillramme oftest som et tidsrom avgrenset av regler som kun gjelder innenfor den. Grensene kan defineres verbalt, sosialt, spasielt, temporalt, materielt og/eller ideelt (jf. Calleja 2012; Goffman, 1986 [1974], 25–26; Huizinga, 1938, 10; Laycock 2015, 14). I ACVs markedsføring stod tilrettelegging for *ludisk vikingidentitet* sentralt, altså en vikingidentitet som tilrettelegges for og begrenses av regler som gjelder innenfor en spillramme, og som man dermed kan gå inn i og ut av. I dette tilfellet er spillrammen tilgjengelig i og mediert gjennom et dataspill. ACVs vikingbilde kroppsliggjøres i spilllets simulerte og animerte sosiale aktører og interaksjoner, fremfor alle hovedprotagonisten og spillavataren Eivor – en fiktiv norsk viking.⁴ Utenfor ACV ligger forholdene til rette for å gjenskape deler av spillrammen – og dermed også vikingidentiteten.

Artikkelen er basert på over 300 timer virtuelt feltarbeid i ACV, inkludert spillutvidelser utenom *Discovery Tour*-modulen.⁵ Artikkelen preges av å inngå i et større forskningsprosjekt, hvor spørreundersøkelser, oppfølgingsintervju, medieanalyse, og observasjon med varierende deltagergrad inngår i et metodeapparat preget av fysisk og digitalt feltarbeid i nå tre år. Målet med artikkelen er todelt: Først ønsker jeg å belyse ACVs vikingbilde som et eksempel på bruk og resepsjon av vikinger og norrøn fortid i vår samtid. I tillegg ønsker jeg å introdusere et analytisk begrepsapparat som er under utvikling og som foreløpig består av følgende termer: *vikingpakken*, *vikingbilder*, *vikingkraft*, *vikingidentitet* og *vikingspiritualitet*. De to første trekker veksler på eksisterende analytiske begreper og brukes for å konseptualisere artikkelens utgangspunkt. De to siste gir form til artikkelens forskningsresultat. Før jeg kan si noe om ACVs vikingbilde er det nødvendig å beskrive spillrammen.

⁴ Tidlig i spillet må spilleren selv velge om hen vil spille Eivor som mannlig eller kvinnelig figur. Selv spiller jeg Eivor som kvinnelig figur og bruker derfor hunkjønnspironomen om figuren.

⁵ *Discovery Tour*-modulene i ACV og de to forgjengerne *Assassin's Creed Origins* og *Assassin's Creed Odyssey* er spilltillegg som er utviklet for undervisning og fortjener en egen artikkel.

ASSASSIN'S CREED VALHALLA SOM SPILLRAMME

Startskjermen i ACV fortjener en studie i seg selv. Svakt selvlysende turkise runer fra den yngre futharken sirkulerer sakte rundt spilllets matchende logo med øksemotiv i flettemønster.⁶ Teksten er vers 77 fra Edda-diktet *Hávamál* gjengitt på norrønt to ganger. Knitrende lyder høres som fra et bål, mens glør flyr opp fra skjermens nedre kant. «Assassin's Creed Valhalla Main Theme (feat. Einar Selvik)» (Kyd, Schachner og Selvik 2020) spiller i bakgrunnen. Runene, teksten, lydene og musikken utgjør verbale, visuelle og lydmessige *kontaktelementer* mellom en hverdagsramme og en spillramme. Sammen utgjør de en multimodal kontakflate (Skjoldli 2021, 68) og spiller på konnotasjoner til vikinger og norrøn fortid som er blitt særlig utbredte i løpet av de siste ti årene, hjulpet av TV-serier som *Vikings* og *The Last Kingdom* (Skjoldli 2019). Kontaktflaten tilbyr en spillramme for et samtidens bilde av vikingtid formgitt i kontemporære filmer, musikk og dataspill, men også i kampsport, religion, museer og vikingmarkeder (Gregorius 2021; Thykier Makeeff 2023).

Kontaktflaten aktiveres på flere måter, blant annet gjennom narrativisering. Ved spilllets start lyder en eksplosjon. Et blendende lys oppløses i glør og snøflak mot en bakgrunn som ligner en stjernehimmel. Straks lyder en islands kyldende kvinnelig fortellerstemme som kalles *Seer*:

Silence, you children of gods. And heed my tale of time's beginning.
All was dark. There was no sand. There was no sea. No earth nor sky,
no grass nor wind. Til fire met ice in the gasping void. And from this
scream came the giant Ymir, first of all beings. Proud Ymir, cruelly killed.
Yet from whose bones and blood and brains the world was made.
The world you walk and war upon.⁷

⁶ For en studie av bruk av norrøne og norrøninspirerte runer i dataspill, se Bäckvall 2019.

⁷ Lesere som kjenner ordlyden i norrøne skapelsesfortellinger, som dem man finner i *Völuspá* og *Gylvaginnging*, ser at teksten inneholder elementer fra disse, dog med flere omskrivninger: *barn* har erstattet *sønner*; *guder* har erstattet *Heimdall*; den kosmiske kuen Audhumbla er utelatt – hun opptrer kun som en forholdsvis vanlig kuffigur i spilllets versjon av Åsgård. Det er også verd å merke seg at spillere tiltales som «children of gods». Det spiller på det anglofone kristne idiomet *children of God* og snur det på hodet

Mens *Seer* formidler den norrøninspirerte kosmogonien, flyr spilllets kamera langs bakken gjennom en mørk og frossen skog, i retning et langhus hvor man trer inn i et varmt lys gjennom en sprekk i veggen. Inne i varmen møter man ni år gamle Eivor, som spilleren styrer. Eivor har fått i oppgave å gi kong Styrbjorn en armring på vegne av sin far, Varin. Armringen representerer at Eivors og kongens klan forenes og blir til Ravneklanen. De feirer med dans, drikk og musikk idet Varin synger sangen «When horns resound», skrevet av Einar Selvik (f. 1979) – musiker, frontfigur for musikkgruppen Wardruna, og selverklært animist.⁸ Under festen blir den nye klanen plutselig angrepet av Ulveklanen og overmannet. Varin tilbyr å la seg drepe i bytte mot at klanen blir spart. Ulveklanens leder Kjøtve går med på det, men straks Varin er drept, massakrerer Ravneklanen likevel. Krigeren Rosta, Eivors mor, sender datteren avgårde til hest med kongens sønn Sigurd. Under flukten faller Eivor av hesten og blir bitt i nakken av en ulv. Hun besvimer og ser seg selv løpe fra mørket som omgir henne mot en lysende port. To ravner kommer plutselig Eivor til unnsetning og angriper ulven. Ulveklanens angrep på Ravneklanen innleder et ledemotiv hvor kamp mellom ulv og ravn symboliserer spenningsforholdene mellom spilllets protagonister og antagonist.

Her stopper spillet filmsekvensen for å etablere et konspiratistisk *science-fiction*-nivå i spillverdenen. AC-serien knyttes nemlig sammen av en metafortelling hvor hvert spill fremstilles som en nåtidspersons simulerte besøk til fortiden ved bruk av maskiner som danner virtuell virkelighet av DNA-kodede minner. I løpet av metasekvensen må spilleren velge om hen vil spille som manns- eller kvinnefigur. Når kjønn er bestemt (det kan endres senere) returnerer man til Eivor.

Nå forteller spillet at man befinner seg i Rygjafylke (Ryfylke) i Norge og året er 872 e.v.t.⁹ Eivor er nå voksen og fange hos Ulveklanen etter et forsøk på å hevne sin familie. Idet hun blir satt i båt for å selges

ved å pluralisere de adresserte «barnas» guddommelige opphav. Omskrivningene er interessante og aktualiserer Ubisoft som teologisk leverandør.

⁸ For en studie av kontemporære nyhedningers selvbetegnelser, se (Skjoldli, kommer).

⁹ 872 e.v.t. er året det tradisjonelle og populærhistoriske norske nasjonalnarrativet knytter til slaget ved Hafrsfjord. Historisk sett er dateringen av et eventuelt slag i Hafrsfjord usikker (Opedal 2016, 118). Det foregår i skrivende stund et arkeologisk prosjekt med leting etter tegn på slaget i Hafrsfjord (Dale 2022, 1).

som trell, får hun øye på en ravn som flyr over henne. Synet gir henne nye krefter og hun dreper sine fangevoktere – selv om hendene hennes er i lenker. Imens lyder en melankolsk sang av Selvik. Ravnen, viser det seg, er hennes egen og heter Synin.¹⁰ Mens hun legger i vei for å frigjøre mannskapet, som også er fanget, ber hun Synin om å være øynene hennes. I likhet med flere tidligere protagonister i AC-universet kan hun nemlig se gjennom øynene til en fjærkledd følgesvenn. Det er imidlertid første gang fuglen er en ravn og ikke en ørn. Endringen er en tilpasning til vikingpakken, for, som vi skal se, utgjør ravner et nøkkelsymbol (jf. Ortner 1973) blant både vikingentusiaster og nyhedninger.

Det viser seg at mannskapet holdes fanget på Avaldsnes, en kort løpetur unna. Eivor finner sin fars øks, plukker den opp og utbryter: «Far, du skulle ha tviholdt på denne til siste sekund!» Da får hun et syn av en ulv og en skyggeaktig, kappekledd skikkelse som ligner både Odin og Eivor senere i spillet. Bak dem åpnes en lysende port og et stort tre. Mens Eivor følger dem gjennom porten høres Bragi, mannskapets skald, med Selviks stemme: «Er du forhekset? Frigjør oss!» Eivor kommer da til seg selv og frigjør mannskapet. På ferden hjemover viser det seg at andre fra Ravneklanen også fortsatt lever, deriblant kong Styrbjorn og Sigurd.

Sigurd kommer hjem fra vikingtokt og gjenforenes med Eivor. Han forteller henne om Miklagard (Konstantinopel), Roma, Afrika, og England. På reisen har han stiftet kjennskap med en organisasjon han kaller et «skyggebrorskap» (*a brotherhood of shadows*). Det dreier seg om *The Assassin Brotherhood* – den fiktive, hemmelige snikmordorganisasjonen som utgjør AC-spillenes narrative kjerne. Eivor blir ikke medlem i organisasjonen, men får deres gjenkjennelige håndleddsfestede springkniv i gave og bistår dem med å eliminere sitt nemesis – den like hem-

¹⁰ I utgangspunktet later navnet Synin til å være et åpenbart spill på navnene Hugin og Munin, ettersom man i utgangspunktet ikke får noen bakgrunnsfortelling for ravnen. I et spilltillegg blir det fortalt at Balder har gitt Odin (Eivor) Synin (tolket som «innsikt») som erstatning for Munin («minne») med den hensikt at Odin skal orientere seg mot en håpefull fremtid heller enn sørgelig fortid.

melige organisasjonen *Order of the Ancients*, som kjemper for verdensherredømme.¹¹

Eivor og Sigurd blir enige om at tiden er inne for å gjøre ende på Ulveklanen. Med hjelp fra Harald Hårfagres menn går Ravneklanen til angrep. En holmgang mellom Eivor og Kjøtve ender med at Eivor vinner. En ny Odin-visjon aktiveres idet Kjøtve dør, hvor guden stiller seg på Eivors side i tvekampen og samtaler med henne. Det blir starten på en lang rekke Odin-visjoner knyttet til visse personers utvidede liminaltilstand mellom liv og død.

Etter seieren godtar Styrbjorn Harald Hårfagre som konge, til arvingen Sigurds forargelse. Dermed drar Eivor, Sigurd og en gruppe fra Ravneklanen til England, hvor de bosetter seg på et sted de kaller Ravensthorpe. Her blir det spillerens oppgave å utvikle bosetningen fra vikingleir til blomstrende landsby. Nøklene til det ligger i å plyndre bosetninger og klostre langs elvene og å bygge vennskap innad i leiren og allianser med lokale konger og høvdinge. Med seg på ferden har Eivor fått en spådom av volven Valka (*Seer*) om at hun kommer til å svike Sigurd. Det blir opp til spilleren å håndtere muligheter for at spådommen realiseres. Valgene spilleren tar underveis påvirker Eivor/Sigurd-relasjonen ved spillets slutt.

Sent i spillets hovedfortelling befinner Eivor og Sigurd seg i en underjordisk ruin bygget av en høyteknologisk antropomorf-men-førmenneskelig fiktiv art kalt *isu*.¹² Her fanges søsknene i en VR-maskin (ikke ulik metafortellingens DNA-minnebaserte VR-maskiner) som simulerer et etterliv i Valhall for dem. Gjennom en lengre fortellingssekvens med gjentatte spise- og drikkesequenser fulgt av slåssing og død erkjenner Eivor at Valhall-opplevelsen er illusorisk. Hun vil ut av simulasjonen, men blir konfrontert av Odin som vil at hun blir værende i Valhall. Det utvikler seg til tvekamp mellom de to. Eivor vinner, ikke ved å nedkjempe Odin, men ved å legge bort våpnene og løpe fra ham – i retning

¹¹ Metafortellingen er et typisk eksempel på en konspirasjonsteori. For én nylig definisjon av konspirasjonsteorier, se Douglas et al. 2019, 4.

¹² I forgjengeren *AC Odysssey* (2018), knyttes isu-arten til Atlantis. Parallellene mellom AC-seriens metanarrativ og journalisten Graham Hancocks forestilling om en tapt høyteknologisk sivilisasjon som ble utslettet av en komet for 12.000 år siden (Shermer 2017) er til tider slående.

en lysende port. I porten står Eivors foreldre og venner med åpne armer. De vinker henne til seg, men Odin griper skulderen hennes og sier: «Forlater du meg nå er du ingenting. Med meg har du visdom! Ære! Makt! Hva mer trenger du?» Eivor snur seg og svarer: «Alt annet.» Vikingen, viser det seg, har erkjent at familie og vennskap er det viktige i livet – ikke makt og status. Senere viser det seg at Eivor er en slags inkarnasjon av Odin, Sigurd av Tyr, og brorskapsmedlemmet Basim av Loke. Alle er *isuer* fanget i DNA-minnemaskinen som nåtidspersonen Layla Hassan er tilkoblet i en hytte i USA. Når Hassan velger å bli i simulasjonen for alltid for å forhindre en kosmisk katastrofe, kommer Basim/Loke seg ut i spillets nåtidsverden.

Tross beskrivelsens lengde gir den kun et tynt omriss av ACVs narrativ og spillramme, fra norrøninspirert kosmogoni til guders og menneskers sammensmeltning i et spillunivers med én fot i en forestilt vikingtid, én i nytolket norrøn mytologi, og en tredje i en fiktiv nåtidsverden preget av *science-fiction*, konspirasjonsteorier og kaos/orden-dualisme. I løpet av innledningssekvensen i ACV-Norge blir spillets regler innlært, en primær fiktiv verden konstruert og en emosjonelt ladet fortelling satt i gang. Dermed er spillrammen etablert. Det er lagt til rette for innlevelse gjennom den generelle kontaktflaten mellom hverdagsramme og spillramme som alle dataspill har felles: skjerm, høyttalere/hodetelefoner, og kontrollere eller mus og tastatur, men også gjennom den sekundære, spillspesifikke, som inkluderer tastekart og spillavatar. Flere studier av spiller/avatar-relasjoner har vist at opplevd innlevelseshetsgrad i dataspill er knyttet til spilleres opplevelse av spillinterne faktorer (Banks et al. 2019; Christy og Fox 2016, 285), og spillleksterne faktorer (Green et al. 2021; You et al. 2017). Her fokuserer jeg på en faktor som ikke entydig kan plasseres utenfor eller innenfor, nemlig en spillspesifikk, ludisk vikingidentitet som er tilgjengelig i og gjennom spillavataren, men som nødvendigvis aktualiseres gjennom spillet og består av interaksjoner på kryss av og via kontaktflaten. Under går jeg gjennom seks elementer som er særlig fremtredende i ACVs vikingbilde – og typiske for vår tids vikingpakke.

FØRSTE ELEMENT: GEOMYTISK BOREALISME

Det første elementet handler om ACVs temporale og geografiske forankring av vikinger, primært kroppsliggjort i Eivor og Ravnklanen. ACV plasserer dem i et vinterlandskap som omtales som Rygjafylke i Norge på 800-tallet. Dermed plasseres spillrammen historisk, geografisk og kulturelt. Omgivelsene er imidlertid også innsprøytet med mytiske elementer: ACVs Rygjafylke bades i nordlys hver natt og omgis av spisse fjell som ligner dem Lofoten mer enn Rogaland. Midtvinters vokser store muldebær på busker i lavlandet. Bærene kan attpåtil lege Eivors skader. Rød fluesopp finnes også, og konsumpsjon av den starter oppgaver basert på forestillingen om at fluesoppen virker psykotropisk.¹³

Det permanente nordlyset, de magiske bærene og soppene kan sammen sies å prege ACV-Norge med *geomytisk borealisme*, en fortrylling av nordlige mennesker som eksotifiseres med utgangspunkt i nordlige klima – en forestilling som kan spores til Aristoteles (Larrington 2023, 19).¹⁴ Geomytiske boreale landskap medieres i vikingtematisert populærkultur, men utpreges i varierende grad. I ACV gjøres dette blant annet ved bruk av adjektivet *norrøn* (*Norse*), som knytter Eivor og Ravnklanen til et fortryllet «nord». Geomytiske konstruksjoner av Norge og norrøne mennesker har paralleller til nasjonalromantisk norsk selvforståelse på 1800-tallet. Det har også mye til felles med det nyroman-

¹³ Norrønfilolog Roderick Dale, som sammen med norrønfilolog Maja Bäckvall oversatte dialogen i ACV fra engelsk til norrønt, har forsket på berserkere og skrevet en overbevisende kritikk av myten om at krigerne som kalles berserkere brukte fluesopp for å oppnå kamptransen de ofte assosieres med (Dale 2022, 77). Han har også kritisert Karsten Faturs hypotese om at soppen *Hyoscyamus niger* L. er en mer sannsynlig kandidat (Dale 2022, 77–78). Ifølge Dale finnes det ikke bevismateriell som støtter noen av de eksisterende utbredte forestillingene om hva som mentes med *berserkr* eller *berserks-gangr* (Dale 2022, 90–92).

¹⁴ Borealisme brukes her som en variant av Edward Saids *orientalisme* (1979), men gjelder nordlige områder. Sanna Lehtonen har brukt begrepet i en studie av engelskspråklige barnebøker om samer (Lehtonen 2019). Hun anser *borealisme* som et nyttig begrep for å skille ut diskurser om Norden, særlig i postkoloniale diskusjoner hvor regionen ofte sammenføres med Vesten. *Borealisme* er også et høyaktuelt konsept i møte med populærkulturelle fremstillinger av vikinger. Selv om den kan sies å få noe annerledes uttrykk overfor samer enn overfor norrøne, er det langt flere likhetstrekk enn forskjeller. Kristinn H. M. Schrams ph.d.-avhandling (2011) er en lengre folkloristisk analyse av eksotifisering av Norden, særlig Island, og dets plass i islendingers nasjonalidentitet. Deler av dette er overførbart til ACV-Norge.

tiske Norge som ble markedsført i forbindelse med OL på Lillehammer i 1994, også da med nordlys – og to barnevikinger som maskoter.¹⁵ Borealismens fortryllede «norrøne» mennesker tilskrives uvanlig kraft, styrke og utholdenhet. Geomytisk borealisme er et typisk element i vikingpakken, og tiltar i styrke jo lengre nord det aktuelle landskapet ligger. I History Channels TV-serie *Vikings* fortrylles eksempelvis norske og svenske landskap forholdsvis lite. Islandske landskap fremstilles imidlertid som svært mytisk pregnante. Det viser seg i Flokis syn av mystiske skikkelser som oppløses i ravnflokker og bisvermer, samt hans beskrivelser av Island som «gudenes land» (*Vikings*, sesong 5, episode 3). Geomytisk borealisme er derfor første element i ACVs vikingbilde.

ANDRE ELEMENT: KONKURRANSE OG SOSIAL STATUS

Dersom man tenker med psykolog Robert A. Hinde at sosiale relasjoner består av sosiale interaksjoner over tid (1976, 3), slik Håkon Tandberg har gjort (2019, 26), og anerkjenner animerte, stemmegitte dataspillfigurer som sosiale aktører, slik flere antropologer og religionsforskere har gjort med statiske objekter som skulpturer og malerier siden den materielle vendingen (Freedberg 1989, 245; Gell 1998, 22; Meyer 2012, 16; Morgan 2021, 6–7), kan man også argumentere for at spilleres interaksjoner med spillfigurer er en variant av parasosial interaksjon og dermed også parasosiale relasjoner (Skjoldli 2019, 57). ACV inneholder mange animerte figurer spillere kan interagere med og som utgjør sosiale aktører innenfor spillrammen. Dette reiser en rekke spørsmål.

Ett spørsmål gjelder hvordan ACVs forhåndsdefinerte sosiale interaksjoner behandler og forhandler om kjønn, seksualitet og likestilling. Et nøkkelord her er konkurranse. Konkurranse (*agôn* i Roger Caillois' spilltypologi, 2001, 14) er en fremtredende og mangfoldig spillform. Et eksempel på det i ACV er *Orlog* – et terningspill som ble oppfunnet

¹⁵ OL-maskotene Kristin og Håkon utgjorde en sentral del av OL 1994s markedsføring rettet mot barn og ble materialisert i tegneseriehefter, spill, plysjudukker, kostymer, kaffekopper, pins og en rekke andre parafernalier. Markedsføringen iscenesatte norske vinteridrettsstrømper og inkluderte geomytifisering av nordmenn som «født med ski på beina».

for anledningen, og som blander *agôn*-elementer og *alea*-elementer (*alea* er tilfeldighetsspill i Caillois' typologi; 2001, 17). Senere ble *Orlog* utskilt som et frittstående brettspill (Boardgamegeek.com 2023). *Flyting* er en konkurranse som handler om å fornærme motparten til rim og rytme. Fornærmelser er generelt utbredt i spilldialogen, hvor språket ofte er mer seksualisert og skatologisk enn i *flyting*-konkurransene. Fornærmelsene gjelder ofte intelligens og sosial status, og er til tider kjønnede og/eller seksualiserte. Sosial dominans tilskrives nesten konsekvent figurer som fremstilles som norrøne, samt enkelte angelsaksiske personer blant Eivors allierte. Gjennom spillerens interaksjoner med norrøne og angelsaksiske figurer blir norrøn og angelsaksisk kultur konstruert som forholdsvis homogene størrelser. Norrøne personer fremstilles oftest som frilynte, direkte, uredde, selvsikre og vulgære, mens angelsaksiske personer – særlig kristne – ofte fremstilles som relativt redde, feige, løgnaktige, usikre, pripne og tåpelige. Et negativt kristendomssyn er kompatibelt med de deler av nyhedendom hvor antagonisme mot kristne og kristendom har status som normativt, skjønt synet på kristne også varierer blant nyhedninger (Gregorius 2008, 138–141; Schnurbein 2016, 147). I det hele tatt fremstår det norrøne og hedenske som kulturelt overlegent, mens det angelsaksiske og kristne fremstår som kulturelt underlegent. Det kan ses som et eksempel på «den edle hedning» (Dubois 1999, 40).

Uttrykk for antagonisme mot kristendom er også vanlig i vikingentusiastgrupper på sosiale medier. Ett eksempel, som også fås kjøpt i form av t-skjorter, er et internett-*meme* med teksten: «Better to be a wolf of Odin than a lamb of God» tilsynelatende ubevisst om at det kristne idiomet *Guds lam* er et av Jesu epiteter og ikke et uttrykk kristne vanligvis bruker om seg selv. Et annet eksempel er et *meme* med sitat fra den danske skuespilleren Mads Mikkelsen, som spiller hovedrollen i filmen *Valhalla Rising* (2010): «If you believe in Odin and Thor, people laugh themselves to death. While it's okay to believe in a man who turned water into wine and walked on water». Implikasjonen er tydelig: Åsatro er ikke dummere enn kristen tro, men hedninger er tøffere enn kristne. Religiøs antagonisme spiller også en rolle i ACVs vikingbilde,

og kan anses som et forsøk på å høyne hedendommens kulturelle status, i både gammel og ny fasong.

Mjøddrikkning i ACV presenteres primært som en utbredt konkurranseform som innebærer å dyppe et drikkehorn i en bøtte med mjød og tømme det flere ganger ved å trykke en tast med en viss økende rytme og samtidig sørge for at Eivor ikke mister balansen. Når konkurransen starter, samles innbyggere rundt konkurrentene for å heie, mens de roper «Skål! Skål! Skål!» eller «Drink! Drink! Drink!» avhengig av om bosetningen er norrønt- eller engelsktalende.¹⁶ Etterpå er Eivor full, bildet på skjermen utydelig, og kontrollen over spillfiguren er nedsatt. Her er ikke mjøddrikkning særlig knyttet til høytider, men en hverdagsdrikk som inntas ved ganske mundane anledninger. Offisielle ACV-«mjødkrus» med spilllets logo er å få kjøpt i forskjellige nettbutikker.

Mjød og mjøddrikkning er en viktig del av ACVs vikingbilde, og man kan argumentere for at det i seg selv utgjør et element. Kommersiell mjødproduksjon og -salg er mangfoldiggjort det siste tiåret. Utviklingen kommer i etterkant av en eldre trend blant vikingentusiaster og hedninger som brygger selv. Mjøddrikkning må imidlertid ses i sammenheng med andre praksiser. En studie har vist at selv om antiautoritarianisme og motkultur er verdier som settes høyt i vikingentusiastenes bryggekultur, finnes det også mekanismer som styrker elementer i hegemoniske trekk, herunder praksiser som kjønner drikkekulturen som maskulin

¹⁶ Ordet *skål* indikerer ofte starten på et sosialt mikroritual i flere nordiskspråklige kulturer som innebærer (primært alkoholholdig) drikkekonsum. Det er også blitt plukket opp av vikingentusiaster og nyhedninger med andre primærspåk. Internasjonalisering har medført minst to endringer: en semantisk og en morfologisk. Den semantiske endringen innebærer at ordet har gått fra primært å være et verbalt initiativ til å løfte glass unisont, gjenta ordet selv og så drikke – eventuelt med en lykkeønskning eller til heder for den/dem det skåles for – til også å være en slags inngruppehilsen vikingentusiaster og ikke-nordiskspråklige nyhedninger imellom. Slik sett kan den sammenlignes med den jødiske hilsenen *šālôm*, den muslimske hilsenen *assalaamu alaikum*, eller den polsk-katolske *szczęść Boże* («Guds lykke»). Den morfologiske endringen finnes i samme kontekst som den semantiske: I bruk av skriftspråk som ikke inneholder bokstaven *å* erstattes den med *a*, *á*, eller *o*. (Det er svært sjelden *å* erstattes med *aa*.) Deltakere med kunnskap om ordets bruk i kontemporære nordiske språk forsøker ofte å korrigere bruken, tilsynelatende til liten nytte. Internasjonaliseringen av *skål* bør sees i sammenheng både med bruk i populærkulturelle produkter og med nyhedningers rituelle bruk av ordet under blottseremonier.

(Phillips 2019, 108). Kjønnskontruksjoner og -konsepter som *feminitet* og *maskulinitet* knyttes også til konkurranse og hierarkisering i ACV. Når konkurransementalitet gjennomgående tilskrives norrøne figurer i spillet, blir det et element i spillets vikingbilde, noe som er representativt for vikingpakken på flere plan.

TREDJE ELEMENT: KJØNN, SEKSUALITET OG LIKESTILLING

Spillerens første møte med kjønn og seksualitet i ACV skjer før man kommer til startskjermen, i en tekst Ubisoft konsekvent viser snart etter selskapets logo i alle AC-spill. Her erklæres det at spillutviklerteamet består av personer med forskjellige forestillinger (*beliefs*), kjønnsidentiteter og seksuelle orienteringer. Dette kompliseres av spillverdenen. På den ene siden behandles kvinnelige krigere som et ukontroversielt faktum, og spillet behandler den kvinnelige og den mannlige versjonen av Eivor likt på alle områder utenom ett: Fordi skuespilleren som gir stemme til mannlige Eivor er den samme som gir stemme til Odin og ansiktsmodellen også er den samme, er koblingen mellom de to figurene mer åpenbar om man spiller den mannlige versjonen enn om man spiller den kvinnelige.

På den andre siden formes kvinnelige krigere etter et maskulinitetsideal som preges av selvishet, seksualisert og brutalisert ordbruk, og selvhevdelser på bekostning av samtale- og samarbeidspartnere. Sosial samhandling utvikler seg ofte til verbale eller fysiske dueller. Angelsaksiske kvinnefigurer blir tidvis fremstilt på måter spillserien tidligere ikke har gjort, med vitser som kan tolkes som sexistiske. I motsetning til norrøne kvinnefigurer stemmegis angelsaksiske kvinnefigurer ofte på måter som fremstår som karikerte, med overdrevne tonefall og skjærende stemmeleier. Et eksempel på det er sekvensen «The White Lady of Tamworth», som er tilgjengelig tidlig i spillet. Et annet eksempel er kallenavnet på den første kvinnelige *Order of the Ancients*-krigeren man møter: *The Scabbard* («skjeden», «sliren»). Muligens kan grepene forstås som forsøk på å referere til komiker-brigaden *Monty Pythons* kvinnefigurer, men dette fremgår ikke av spillet.

Kjønn og skatologisk språk brukes også til å karikere kristne. Et eksempel er en episode hvor Eivor møter en musikkgruppe ledet av figuren Keith – en mann med håret frisert i en todelt hanekam. Han klager over at en mann som kalles «Bishop of the Ruins» plager publikum ved å påstå at musikken er «djevelens fjert» og skadelig. Når Eivor spør biskopen om han har sitt embete fra kongen, svarer han: «It is God-given! He spoke to me as I stood one night pissing against the stones. I am his instrument to stamp out the Devil's tune.» Biskopen og Eivor begynner å slåss. Imens høres rop fra figurer som er samlet rundt dem: «Punch the priest!» «Clout that cleric!» «Smack my bishop!» Episoden er en referanse til 1990-tallsbandet The Prodigy og låten «Smack My Bitch Up» fra 1997 og ett av flere eksempler i spillet på negative karakteristikk av kristne.¹⁷ Også dette er forholdsvis representativt for vikingpakken, skjønt enkelte populærkulturelle produkter, som *Vikings*-serien, kan sies å ha en mer nyansert fremstilling av kristne.

Både heterofile og homofile par er representert i spillet, men seksuell legning er ikke gjenstand for diskusjon eller forhandling. ACV har imidlertid mange verbale referanser til sex, og Eivor mottar en rekke tilbud om sex fra andre spillfigurer, uavhengig av kjønn. Tidvis knyttes sex til inngåelse av et seriøst forhold, mens det i andre tilfeller forblir flyktig. Likekjønnede forhold fremstilles som ukontroversielle og problematiseres ikke i forhold til den historiske termen *ergi* som var knyttet til seksuelt passive menn i sex med andre menn og forbundet med skam (Price 2008, 245). Ekteskap i ACV kan være uttrykk for allianser (som Sigurds og Randvis) eller romantisk kjærlighet. Graviditet finnes i spillet, men blir ikke aktualisert i forbindelse med Eivors seksualliv, hverken som mannlig eller kvinnelig figur. Når det gjelder sosioøkonomiske forhold, er norrøn kultur fremstilt forholdsvis egalitært. Treller er ingensteds, utenom verbale referanser i trusler og fornærmelser.

Samlet sett er ACVs forhold til konkurranse og sosial status knyttet til kjønn, seksualitet, skatologi og religion. Norrøne mennesker fremstilles som både mentalt og fysisk overlegne angelsaksere (særlig

¹⁷ Et kritisk perspektiv på kjønn i ACV og AC-serien generelt kan ses i sammenheng med anklager om sexismen og seksuell trakassering av kvinnelige ansatte i Ubisoft (Parlock 2020).

kristne), fornærmelser er ofte kjønnede og seksualiserte, og enkelte kamphandlinger kan også tolkes som seksualiserte. Krigeridealet er maskulinisert, men også tilgjengelig for kvinner. Det foreligger med andre ord en hierarkisering av norrøn og angelsaksisk kultur, norrøn og kristen religion, hvor det norrøne og hedenske er overlegent det angelsaksiske og kristne. Det konstruerte hierarkiet uttrykkes på flere måter, herunder gjennom idealisering av trekk – både mentale og visuelle – som norrøne mannlige krigere har best forutsetninger for å oppnå.

FJERDE ELEMENT: VISUELL KULTUR

Spilleren kan utsmykke Eivor med en rekke forskjellige hårfrisyrer og skjeggstiler, samt tatoveringer i ansikt, på armer, rygg, bryst og mage. Underveis i spillet finner man drakter og rustninger med forskjellige motiver og funksjoner. Eivors skip og skipets mannskap kan også utsmykkes med mer eller mindre fantastiske tema. Senere spilltillegg har innlemmet elementer fra andre spillserier, men til å begynne med kunne det store flertallet av klær og rustninger komfortabelt plasseres innenfor en noe elastisk vikingestetikk som er konstruert i populærkulturen de siste ti årene: muskuløse kropper utsmykkes med dyrestilaktige tatoveringer og frisyrer innebærer en kombinasjon av barbering og fletting. Dyremotiver er ofte ravner, ulver, bjørner og hjortebukker. Klær er jordfargede og laget av lær og pels (ull hører man sjelden om). Materialer i bruk er helst av tre og stein, stål, gevir og bein. Samlet sett markedsføres det hele som bokstavelig talt jordnært og tett på naturen.

Den visuelle kulturen er preget av runer og runelignende tegn.¹⁸ ACV bruker riktignok den yngre futharken, men det er vanligere blant både vikingentusiaster, nyhedninger og i populærkulturen å benytte den eldre futharken. I likhet med flere andre religioner inneholder nyhedensk visuell kultur både figurativ og afigurativ kunst og symbolikk. På den afigurative siden finner man runer – både enkeltvis og i kombinasjoner – samt tegn som kalles *vegvisir*, *ægishjelm*, *valknute*. Her fortjener *vegvisir* særlig oppmerksomhet fordi det forekommer relativt hyppig. *Veg-*

¹⁸ For en analyse av bruk av norrøne runer i dataspill, se Bäckvall 2019.

visir kan beskrives som et åttearmet kors med forskjellige tegn på hver arm. Det finnes ulike varianter og tegnets opphav er uvisst, men den eldste eksisterende historiske kilde til tegnet i nordisk kontekst er det islandske *Huld*-manuskriptet fra 1860-tallet (Taylor 2022, 145), skjønt et lignende tegn er kjent som «Saturns tredje pentakkel» i moderne esoterisme. *Vegvisir* finnes i ACV og andre populære norrøninspirerte dataspill, herunder *God of War* (Sony Interactive 2018), *God of War: Ragnarök* (Sony Interactive 2022), *Hellblade: Senua's Sacrifice* (Ninja Theory 2017) og *Valheim* (Iron Gate Studio 2021). I ACV finnes tegnet flere steder, blant annet på et rødt belte som er en del av Eivors standardrustning.

Vegvisir kalles noen ganger «vikingkompasset» og inkluderes ofte i vikingentusiastenes og nyhedningers tatoveringer. Populariseringen av tegnet eksemplifiserer et krysningspunkt mellom religion og populærkultur, for det er populært til tross for at mange er klare over at det ikke er observert i historisk norrøn ikonografi. I nyhedningers og vikingentusiastenes diskusjonsgrupper på sosiale medier dukker det daglig opp bilder av *vegvisir*. Trådstartere høster ofte blandet respons: Noen svarer med kritikk for å bruke og/eller spre tegnet, men positive reaksjoner ses også. For noen er kildens plassering i kristen tid nok til å gjøre tegnet uaktuelt, mens andre holder fast ved muligheten for førkristen bruk likevel. Andre igjen ser ikke ut til å vektlegge tegnets historie, men er mer opptatte av hva det betyr for dem selv i samtiden. Her også er grensesetting mellom kristen og førkristen kultur en nøkkel til å forstå forhandlinger om legitim og illegitim nyhedensk praksis.

På den figurative siden står ravner sentralt og dukker opp flere steder. Ravnene Synin er Eivors følgesvenn. Eivor er med i Ravneklanen. Ravnene redder Eivor fra en ulv. Sniking og overraskelsesmomenter symboliseres ved en ravn. I spillutvidelsen *Dawn of Ragnarök* kan Eivor, som Odin, forvandle seg til en hvit ravn, som igjen kan kobles på et tolkningskompleks knyttet til hvite ravner i nyhedensk ikonografi. I dette tolkningskomplekset inngår blant annet Wardrunas sang *Kvittravn* på platen med samme navn, samt Einar Selviks gamle artistnavn *Kvittrafn*. I nyhedendom tolkes ravner ofte som Odins budbringere og som tegn

på hans oppmerksomhet, aksept eller ledelse. Både *vegvisir* og ravner er sentrale symboler som dukker opp i mange sammenhenger, som det knyttes mening til og som hverken vikingentusiaster eller nyhedninger ser ut til å forholde seg nøytrale til. Slik sett er det god anledning for å tolke både *vegvisir* og ravner (både svarte og hvite) som nøkkelsymboler i vikingpakken (jf. Ortner 1973, 1339). Dette er bare noen eksempler på visuelle symboler som i nyhedendom kan fungere som kontaktelelementer. Resultatet er at ACVs visuelle kultur delvis overlapper med nyhedensk visuell kultur. I den grad ACVs virtuelle verden oppfattes som en legitim gjengivelse av en historisk epoke, låner også spillet legitimitet til nyhedenske religiøse premisser. Det strekker seg også til spillets lydkultur.

FEMTE ELEMENT: LYDKULTUR

Norrønt språk kommer delvis til uttrykk i ACVs musikk, men primært i dialogen mellom NPC-er i spillets landsbyer, som er oversatt fra engelsk til norrønt av filologene Maja Bäckvall og Roderick Dale. Rekonstruert norrøn tale høres også i sangen «Ragnarok – Twilight of the Gods (feat. Einar Selvik)» (Schachner og Selvik 2020). Sangen spilles automatisk når Eivor har beseiret *Order of the Ancients*, som er ett av spillets narrative høydepunkt. Selvik er en sentral aktør i formasjonen av ACVs lydkultur. Musikken han laget til spillet høres på startskjermen og i spillets mange kampscener, eksempelvis når man plyndrer klostre. Selvik har også gitt stemme til skaldefiguren Bragi, som er oppkalt etter skaldeguden med samme navn. Bragi synger hver gang Eivor går ombord i skipet, noe spillet krever ofte. Alternativt kan man lytte til at Bragi forteller vitser og historier. Dersom man ønsker en stille seilas, må man skru av funksjonen manuelt hver gang Eivor setter seg i båten.

Selvik er sangtekstforfatter, komponist, vokalist og musiker i flere musikkgrupper. Av disse er Wardruna best kjent. Selv kaller Selvik seg animist og har uttalt at dersom musikken hans «har et budskap, ville jeg sagt det i høyeste grad er å promotere ideen om at det ville vært bra for oss alle om vi hadde et mer animistisk verdenssyn» (CVLT Nation

2021).¹⁹ Gjennom Wardruna, *Vikings*, ACV, og en rekke foredrag har Selvik og musikken hans en bred kontaktflate med verden generelt og nyhedninger spesielt. Noen nyhedninger identifiserer eksempelvis Selvik med den norrøne skaldeguden Brage, som en inkarnasjon av ham. På nettbutikkportalen Etsy.com kan man kjøpe treskulpturer av Brage hvor gudens ansikt er modellert på Selviks. Ser man ACV-Eivors tidligere nevnte hamskifte til en hvit ravn og Selviks stemmeskuespill som Brage i ACV i lys av dette, kan det tolkes som referanser til Selvik og Wardruna. Det gir grunnlag for å se den kontemporære fremveksten av nyanimisme blant nyhedninger (se Gregorius' artikkel i dette nummeret) i sammenheng med blant annet Selviks posisjon og popularitet.

Koblingen mellom musikk, vikingrelaterte populærkulturelle produkter og nyhedendom er ikke begrenset til Selvik, Wardruna, *Vikings* og ACV. Den internasjonale musikkgruppen Heilung lager musikk til det kommende spillet *Senua's Saga: Hellblade II*.²⁰ Den færøyske artisten Eivør har laget musikk til både *God of War* (2018) og *God of War: Ragnarök* (2022). Både artistene og musikken fra samme norrøninspirerte musikkmiljø er svært populær blant selvidentifiserende hedninger over hele verden. I 2023 reiste to rituelle spesialister fra en norsk nyhedensk organisasjon til Bangkok for å holde en blotsseremoni med thailandske nyhedninger i etterkant av en Heilung-konsert. Tilfellet forteller noe om samarbeid og sammenheng mellom nyhedninger og norrøninspirerte musikere, for ikke å snakke om sammenhengen mellom musikk og ritualisering i nyhedensk praksis – en sammenheng jeg utforsker videre i pågående forskning.

Norrønorientert musikk er altså et fellestrekk mellom de lydmessige vikingbildene man finner i vikingrelatert populærkultur og i nyhedendom, og er produsert av artister som lar seg plassere innenfor nyheden-

¹⁹ For en medievitenskapelig studie av Wardrunas tekster som også benytter enkelte religionsvitenskapelige perspektiver, se Nielsen 2022.

²⁰ Heilung kaller sin kunstneriske aktivitet «Amplified History» og krever å ikke bli tolket som «noen form for moderne politisk eller religiøs ytring» (YouTube-kanal: Heilung, 2022). Like fullt omtaler de konsertene sine for ritualer, vektlegger offer og sjamanisme i sine kreative prosesser (Leivers 2021), tilbyr kurs i sjamanistisk praksis i samarbeid med andre aktører (Firkanttunet 2022), og hevder at alle mennesker kommer fra Det ene store vesenet (YouTube-kanal: Heilung, 2017).

dom eller nypaganisme mer generelt. ACV og andre norrøninspirerte dataspill tilbyr dermed både visuelle og lydmesseige elementer som i nyreligiøse sammenhenger brukes i rituelle kontaktflater. Dermed legger ACV til rette for å knytte transmediale bånd mellom gaming, musikk og nyhedendom på måter som gjør spillutviklere og musikere til potensielle religiøse leverandører i et stort og voksende religiøst konsumlandskap. Slik sett bidrar deler av ACVs musikk til spilllets tilrettelegging for dannelse av og innlevelse i ludisk vikingidentitet i spillet, men også en kobling til vikingspiritualitet og nyhedendom *utenfor* spillrammen. Med andre ord er det et kontaktelement i to separate men delvis overlappende kontaktfletter – ACVs kontaktflette til en virtuelt postulert semifiktiv vikingtematisert spillverden og nyhedningers kontaktflette til en kulturelt postulert religiøs verden. Det leder oss til det siste elementet i ACVs vikingbilde: nysjamanisme.

SJETTE ELEMENT: NYSJAMANISME

Ritualisering, magiske evner og interaksjon med gudfigurer utgjør sentrale deler av Eivors handlingsrom. Hun har «Odins syn» (*Odin's sight*) som i tidligere spill kaltes ørnesyn (*Eagle Vision*), og hun kan som nevnt se gjennom øynene til raven Synin for å orientere seg, samt se etter skatter og andre ting av interesse. Som tidligere nevnt foretar hun også hamskifte, blant annet til en hvit ravn.

Spredt utover spillverdenen finner man steinstøtter og altre hvor Eivor kan ofre lærstykke, gevir, fisk, metall, mynter, eller samleobjekter. Offeranimasjonene viser Eivor som setter seg på kne foran alteret, legger ned offeret, lukker øynene, løfter hodet, åpner øynene igjen og reiser seg. Hele sekvensen aktiveres med ett enkelt tastetrykk som responderer på forslag som «Make the offering: 5 x Brown Trout (small)» – vel å merke om man allerede har fisket ørret i elven og dermed besitter den påkrevde offergaven. Foruten ofringer av fisk er ofringene ublodige, men forberedelser til ofring kan bety jakt på dyrefigurer. Belønningen for å utføre slike ofringer er poeng man kan investere i Eivors kampferdigheter. Dermed kobler spillmekanismen offerhandlinger direkte til

umiddelbar belønning, samtidig som den innlemmer spesifikke kroppslige bevegelser i en fremstilling av offerpraksis.

I Sigurds fravær forretter Eivor både en vielse og en bålkremsjon som rituell leder. I personlige religiøse spørsmål konsulterer hun volven Valka, som spår at Eivors svik overfor Sigurd er uunngåelig. Valka drar også til Ravensthorpe, hvor hun tilbyr Eivor psykotropiske drikker som gjør henne søvnig. I drømme drar hun til Åsgård, Jotunheim, Svartalfheim og Niflheim, hvor hun har rollen som Havi, en kjenning for Odin, og interagerer med mytiske figurer, herunder Tor og Frøya, Fenrisulven, jotner og dverger. I enkelte spilltillegg, som *Dawn of Ragnarök*, foregår hele spillfortellingen i en mytisk verden. Volvens psykotropiske drikker er imidlertid ikke den eneste veien til andre verdener innenfor spillrammen. ACV har nemlig flere mekanismer som kalles *meditasjon* hvor en av dem overlapper med dette.

Den første og mest fremtredende meditasjonspraksisen er en handling i hurtigmenyen som heter *Meditate*. Hurtigmenyen kan også brukes til å hente frem en fakkel, tilkalle ridedyr eller krigere, eller til å forkle seg. Når *Meditate* aktiveres, vises en animasjon hvor Eivor setter seg på kne, legger hendene i fanget, bøyer hodet og lukker øynene. Spillet spoler da frem et halvt døgn. Funksjonen med å spole tiden fremover er veletablert i AC-serien, men i tidligere spill har animasjonen hovedsakelig vist endringer i form av lys og himmellegemers bevegelse over himmelen uten tilknytning til noen rituell praksis. I kontrast til tidligere AC-protagonister fremstår Eivor som en viderekommen *yoga*-utøver som kan «meditere» sammenhengende i et halvt døgn. Dette kan tolkes som et uttrykk for forestillingen om kombinert fysisk og mental vikingstyrke som Eivor kroppsliggjør.

Den andre praksisen er vardebygging på toppen av fjell og klipper. Slike puslespill er spredt utover spillverdenen. Når varden er bygget, belønnes spilleren med et ferdighetspoeng som kan brukes for å utvikle Eivors ferdigheter. Vardebygging kalles ikke eksplisitt meditativt, men i en dialog mellom Rosta og Eivor som barn, sies det: «Tenk på dette som en test av [ditt] sinn og kløkt. Stable vardesteinene høyt og bredt, i hva slags form du vil.» «Hvordan vinner jeg?» spør Eivor. Rosta sva-

rer: «Du vinner ved å spille, og et stille sinn er belønningen din. La luften og naturens skjønnhet roe [*soothe*] deg.» Dialogen tillegger dermed vardebyggingen tydelige *mindfulness*-innslag.

Et siste eksempel er *Mastery Challenges*, kampoppgaver som utspilles i Eivors sinn mens hun mediterer ved en valkyriestatue. Det er denne meditasjonsformen som overlapper med de psykotropiske drikkene. Funksjonen blir tilgjengelig når Eivor møter valkyrien Hildiran som en eldre kvinne. Hun dukker opp like utenfor Ravensthorpe samtidig med et meteorittnedslag. Hildiran utfordrer Eivor til å mestre ulike kampstiler og dermed gjøre seg fortjent til premier i spillets hovedverden. Ved språkhandling og en felles animasjon knyttes dermed vikinger til meditasjons- og *mindfulness*-praksis, en felles animasjon som knyttes til alle praksisene.

Koblingen mellom religiøse forestillinger og handlinger som er ludisk tilgjengelige i ACV innebærer aktiviteter som multimodalt fremstilles som religiøs interaksjon, herunder ved meditasjon, offerritualer, overgangsritualer, reiser til mytiske verdener (forklart med bruk av psykotropiske midler), interaksjoner med «norrøne» gudefigurer (Skjoldli 2019), og identifisering av spillfigurer med norrøne guder. Religiøse forestillinger og handlinger i spillet har fellestrekk med nyhedendom og overlapper med nysjamanisme, men har også trekk som ligner på Mannheim-samfundets gøtisme, som inkorporerte både nyhedenske og kristne elementer (Gregorius 2022, 184).

Sent i spillet, etter å ha kommet seg fri fra den teknologisk induserte Valhall-illusjonen, leder Eivor en bålkremasjon av falne krigere. I en samtale på tomannshånd med en annen spillfigur kommer det frem at hun ikke tror på noe etterliv lenger. Når hennes venn erklærer at de falne kommer til Valhall, motsier hun ham: «Nothing awaits them.» Her avviker Eivors eskatologiske forestillinger fra de hun har gitt uttrykk for tidligere. Med andre ord har man en spillavatar som opplever religiøs endring på individnivå. Eivor går fra en blanding mellom gammel norrøn og kontemporær nyhedendom til ateisme, muligens via kristendom, noe som kan ses i sammenheng med AC-seriens sekularisme (Bosman 2016, 22–23). Scenen får imidlertid ikke nevneverdige konsekvenser,

da Eivor fortsetter å utføre «sjelereiser» til mytiske verdener ved å drikke psykotropiske miksturer i ACVs senere utvidelser. I samtlige av de mytiske verdenene fortsetter hun også å bli identifisert med Odin. Med elementer som meditasjon, mental mestring, Odin-visjoner, psykotropiske sjelereiser og åndelige veiledere er det nærliggende å se Eivors religiøse praksiser og episodiske ateisme som plukket fra nysjamanisme og nyhedendom snarere enn gammel norrøn religion.

PROTEUS-EFFEKTEN:

VIKINGKRAFT, VIKINGIDENTITET OG VIKINGSPIRITUALITET

Alle de seks elementene nevnt over er viktige i ACVs vikingbilde og dyrkes i dels overlappende kulturelle sfærer. Eksempelvis har Tao Thykier Makeeff observert et teofanisk Odin-sitat fra Starz-serien *American Gods*-serien (ordlyden i Neil Gaimans bok med samme navn er noe annerledes) i sin beskrivelse av en «rashguard med et motiv af Odin fra firmaet Viking Gear MMA» (Thykier Makeeff 2023, 70). Sitatet og plasseringen av det spiller både på Odin-dyrkelse og identifisering av Odin med en krigeridentitet på bakgrunn av en populærkulturell Odinfigur. Sett i lys av denne artikkelens tolkningsramme blir poenget med Odin-invokasjonen å gi adgang til en forestilt *vikingkraft*. *Vikingkraft* er en term jeg bruker for å betegne en forestilt tilstand, substans, evne, eller egenskap som eksplisitt eller implisitt hevdes å tilgjengeliggjøre økt mental og/eller fysisk styrke. Forestillingen om vikingkraft konstrueres kulturelt og fremstilles som oppnåelig på ulike måter – mange av dem materielle. Musikk, treningsregimer og kostholdsprodukter, tilstedeværelse i fortryllet «natur», religiøse og populærkulturelle verdener med referanser til vikinger og norrøn fortid er eksempler på dette. Forestillingen om vikingkraft – og tilgang til den – selges i en rekke innpakninger og utgjør en viktig del av vikingpakkens appell, også på det religiøse markedet. I deler av nyhedendom idealiseres også vikingkraften, men nyhedendom kan ikke reduseres til dette alene og forestillingen om vikingkraft finnes også utenfor.²¹

²¹ En fersk studie av resepsjon av vikingtematiserte og norrøninspirerte populærkulturelle produkter blant kontemporære selvidentifiserende hedninger viser at kun 8 % av de

Forestillinger om og tilgang til vikingkraft gjennom plastiske vikingidentiteter i ludisk eller spirituell modus er en del av vikingpakken. Vikingkraft selges nemlig som tilgjengelig enten den innlemmes i en religiøs identitet eller ikke. Vikingpakken og vikingkraften kan for eksempel gjenkjennes i Fredrik Gregorius' forskning på Manhem-förbundet i Sverige på 1800-tallet (Gregorius 2022) og hans påpeking av kjønnet verdidualisme hos Guido List (Gregorius 2021, 75). Den kan også gjenkjennes i Thykier Makeeffs forskning på moderne vikingidentiteter knyttet til krigermentalitet (se Thykier Makeeffs artikkel i dette nummeret).

Flere eksempler kan legges til, men her er det to *modi* som er særskilt interessante: *ludisk vikingidentitet* og *spirituell vikingidentitet*. *Ludisk vikingidentitet* betegner innlevelse i en vikingidentitet *innenfor* en spillramme, mens *spirituell vikingidentitet* betegner innlevelse i en vikingidentitet *utenfor* den opprinnelige spillrammen. Ifølge en spillvitenskapelig teori kalt *Proteus-effekten* kan innlevelse i en spillidentitet fortsette etter at spillet er slutt (Stavropoulos et al. 2021, 823). Ved overføring til innlevelse i ludisk vikingidentitet kan det åpnes for kognitive og emosjonelle identitetsmessige sammenhenger mellom vikingidentiteter som utøves innenfor og utenfor en gitt spillramme. Dersom man i tillegg åpner for at spirituell vikingidentitet kan være kumulativ, aner man hvordan slike identiteter kan bygges over tid med elementer fra ulike spillrammer – inkludert spillrammer som konvensjonelt heller kalles religiøse. I begge tilfeller kan forestillingen om en oppnåelig vikingkraft bli et viktig mål, et salgbart produkt, og en personlig motivasjonsfaktor.

Det finnes ulike oppfatninger om hvem vikingkraft og -identitet kan og bør være tilgjengelig for. Mens en ludisk vikingidentitet er tilgjengelig for enhver med tilgang til relevante underholdningsprodukter, betinges tilgang til sosial aksept for spirituell vikingidentitet av kulturell,

407 respondentene (enten de foretrekker å kalle seg hedninger, åsatruere, norrøne paganister, forn-sedere eller noe annet) var komfortable med å kalle seg vikinger, og en overlapp med respondenter som var komfortable med å kalle seg odinist kan tyde på en korrelasjon, men utvalget var for lite til å trekke sterke konklusjoner (Skjoldli, kommer).

politisk og religiøs kontekst. Enkelte utøvere uttrykker tvil om egen legitimitet som nyhedning eller vikingentusiast på sosiale medier og søker bekreftelse blant mennesker de oppfatter (og som kanskje oppfatter seg selv) som vikingidentitetens og/eller nyhedendommens rette forvaltere. Her er det, som Gregorius er inne på i dette nummeret, ofte et spørsmål om hvorvidt mennesker som ikke betraktes som «hvite» og «nordlige» har adgang til vikingespiritualitet og nyhedendom. For eksempel stilte en mørkhudet afrikansk person et spørsmål i en stor og ellers lite organisert Facebook-gruppe for nyhedninger om det var tillatt for ham å dyrke norrøne guder. Responsen var for det meste positiv, men på ulike måter. Noen foreslo at han kanskje hadde «viking-DNA» og kunne foreta en DNA-test, noe som legger legitimeringsmakt i hendene på kommersielle DNA-testselskaper som konstruerer kategorier etter det man må anta først og fremst er markedsføringshensyn.²² Andre antydte at trådstarter kanskje hadde vært viking i et tidligere liv, noe som legger legitimeringsmakt til trådstarterens forestillingsevne og -vilje. Andre igjen skrev at etnisitet ikke betyr noe og uttrykte at nyhedendom er tilgjengelig for alle. Kun et fåtall svar var fullstendig avvisende.

Nyhedendom og vikingentusiasme behøver imidlertid ikke å gå hånd i hånd. I sin forskning på krigeridentiteter blant vikingentusiaster har Thykier Makeeff observert at det jeg kaller vikingespiritualitet i noen tilfeller overlapper med nyhedendom, men ikke alltid (Thykier Makeeff 2023, 67). Den foreløpig eneste studien som adresserer spørsmål om

²² På internasjonalt plan er DNA-tester populære blant vikingentusiaster. En studie av slektsgranskende vikingentusiaster som oppsøkte DNA-tester for å finne ut om de var nedstammet fra skandinavere viste at respondentene allerede hadde dannet seg en forventning om dette før de tok DNA-testen (Scully et al. 2016, 170). DNA-testen ble tolket som et slags endelig bevis på en unektelig tilhørighet, uten særlig kritisk refleksjon over at de kommersielle selskapene som selger DNA-tester tilpasser sine «etniske» kategorier til identitetsmerkevarer de kan selge. DNA-testen fungerte som et «godkjent»-stempel som gav tilgang til en identitet knyttet til et kulturelt reservoir som ble oppfattet som attraktivt. Også det kan anses som et forsøk på å skape et kontaktelement til en forestilt vikingtid hvor kontaktelementet er ens eget DNA, og adgang til vikingidentitet og -spiritualitet bestemmes av oppfatninger av og om etnisitet. DNA-testing blir da en måte å knytte seg selv til opprinnelsesmyter vikingespiritualister kan gi videre til sine barn (Scully et al. 2013, 933). Slik sett kan DNA-testeres (til tider uproporsjonale) vektlegging av skandinavere blant sine forforeldre sammenlignes med norrøn herskerideologi, hvor makt delvis ble legitimert med påstander om avstamning fra guder som Odin og Frøy (Steinsland 2000, 51).

hvorvidt nyhedninger som forbruker vikingtematisert og norrøninspirert populærkultur også er komfortable med å kalle seg vikinger fant at flertallet av respondenter *ikke* gjør det (Skjoldli, kommer). Dog tyder observasjoner av Facebook-grupper på at vikingspirituelle ofte opplever en tilhørighet til det de betrakter som «norrønt», men kanskje ikke alltid til nyhedendom eller nypaganisme. Man ser for eksempel tilfeller av kristne som også kan kalles vikingspirituelle. Man ser også at nyhedninger ofte skiller mellom religiøse fellesskap og reenactment-fellesskap. Til tider betrakter etablerte nyhedninger vikingentusiaster som uvitende nybegynnere. Observasjonene kan indikere at det er grunnlag for å betrakte *vikingspiritualitet* som en underkategori av den bredere kategorien *kontemporær norrønorientert religion*, hvor nyhedendom er én mangfoldig retning og vikingspiritualitet er en annen. Uansett kan funnene så langt tolkes i retning av at vi har å gjøre med en ny og kommersielt skapt spiritualitet som er beslektet med nyhedendom og noen ganger fungerer som en inngangsport til den.

Når mennesker møter og bruker vikingrelaterte og norrøninspirerte produkter og i tillegg emulerer ett eller flere elementer de selv anser som attråverdige kan det, innenfor Caillois' firedelte lek-/spilltypologi, tolkes som et eksempel på *mimesis* – etterligning (2001, 12, 19). En annen mulig tolkning er imidlertid knyttet til *Proteus*-effekten (Stavropoulos et al. 2021, 823), som innebærer at endringer i livsstil og identitet knyttet til vikingtematisert og norrøninspirert populærkultur handler om å transportere innlevelsen i en vikingidentitet fra innenfra spillrammen til livet utenfor. Da er geomytisk forankring, kjønnet og religiøs konkurranse, visuelle og lydmessige virkemidler, samt nysjamanistiske praksiser emulerbare elementer som gjør det mulig.

KONKLUSJON

ACV er et kommersielt produkt som er sentralt plassert i kontemporær kulturell produksjon av vikinger og norrøn fortid i nåtid. Her er ullkapper og hjelmer med horn for lengst *passé*. I stedet har jeg vektlagt seks elementer i ACVs vikingbilde: (1) geomytisk borealisme; (2) konkur-

ranse og sosial status knyttet til (3) kjønn og seksualitet knyttet til kamp, vold og brutalitet; (4) en egen visuell kultur og (5) lydkultur; og elementer fra (6) nysjamanisme og nyhedendom som knytter det hele sammen i en ny form for vikingspiritualitet. Elementene gjør det mulig å plassere ACV i en større kontekst, og å trekke linjer til relaterte produkter og kulturelle praksiser som lar seg beskrive med termer som *vikingidentitet*, *vikingkraft*, og *vikingspiritualitet*.

ACV er både selv et eksempel på og en anledning til å se nærmere på hvordan spillverdener kan tilby mennesker elementer de kan bruke til å bygge sine «forhold til forestillingsunivers som kjennetegnes av kommunikasjon om og med hypotetiske guder og makter» (Gilhus og Mikaelsson 2001, 29). I likhet med TV-serien *Vikings* inneholder også ACV likhetstrekk med nyhedendom (Skjoldli 2019, 57). Vikingkraft, vikingidentitet og vikingspiritualitet er imidlertid komplekse konstruksjoner som favner langt bredere.

Jeg har diskutert vikingidentitet i henhold til to modi – en *ludisk vikingidentitet* man kan leve seg inn i når en vikingrelatert spillramme er aktiv, og en *spirituell vikingidentitet* som kan tas med utenfor spillrammen og formes etter en ludisk vikingidentitets forbilde. Her foreslår jeg å kalle utøvelsen av slik mimetisk identitetskonstruksjon for vikingspiritualitet. Den er materielt forankret i en rekke elementer som lar seg produsere, pakke og selge av kommersielle aktører, og henter inspirasjon fra og konformerer til vår tids *vikingpakke*.

Vikingpakken har en egen estetikk, et eget narrativt korpus, er tilgjengelig over store deler av verden, inneholder religiøse produkter til sine brukere, og omsettes i organisatorisk løse men komplekse sosiale strukturer. Sammen med et økende antall produkter innen musikk, film og TV-serier, utgjør dataspill et sentralt medium i formidlingen av vikingpakken – og salget av den.

Hvert av de seks elementene nevnt over markerer et temaområdet hvor det pågår forskning, men forestillingen om vikingkraft står i en særstilling blant dem fordi den knytter sammen de andre og konseptualiserer både mål og mening med vikingidentiteter og vikingspiritualitet. Ved å emulere elementer av vikingpakken visuelt, lydmessig, kroppslig

og performativt, kan vikingidentiteter skapes utenfor spillrammer og vikingkraften søkes «her og nå».

Vikingkraften er ludisk tilgjengelig i ACV og andre populærkulturelle produkter og kan hentes ut av spillrammen og inn i hverdagsrammen. Forestillinger om vikingkraft tilbyr et ideal, et mål, og midler for å oppnå dette i kontemporær *vikingspiritualitet*. I likhet med tilhengergrupper til andre former for nyspiritualitet er vikingspirituelle en hittil amorf gruppe nyreligiøse som det er vanskelig å kvantifisere. På sosiale medier ser man ofte nyhedninger og andre som betrakter seg som vikingconnaisseurs, komme i konflikt med og gjøre narr av vikingspirituelle. Jeg foreslår at man kan forstå dette bedre ved å nærme seg vikingspiritualitet som en ny retning som bare delvis overlapper med nyhedendom.

Redskaper for å gjenskape vikingpakkens visuelle og lydmessige elementer er lett tilgjengelige via sosiale medier, nettbutikker, strømmetjenester, vikingmarkeder, museumsbutikker, tatoveringsstudio, for å nevne noen kontaktpunkter. Også vikingpakkens nysjamanistiske elementer kan kobles til eksisterende religiøse praksiser innenfor kontemporær nyhedendom, noe som kan bidra til at vikingtematiserte og norrøninspirerte populærkulturelle produkter som formidler vikingpakken også kan studeres som potensielt rekrutterende. Her er det imidlertid viktig å være klar over at vikingentusiasme, vikingspiritualitet og nyhedendom ikke er synonyme og at deltakere som lar seg plassere i én av disse ikke nødvendigvis kan plasseres i de to andre.

Videre forskning på vikingspiritualitet bør se nærmere på Proteuseffekten blant vikingentusiaster og nyhedninger. Det vil kunne fortelle mer om hvordan religion og populærkultur henger sammen når det gjelder produkter som påberoper seg vikingematikk og bruk av eller inspirasjon fra norrøn kultur. Med denne artikkelen håper jeg ikke bare å bidra med en innsikt i ACVs vikingbilde og dermed en variant av den dominerende vikingpakken i vår tid, men også å gi leseren et argument for å se dataspill som multimodalt konstruerte transmediale verdener som kan inngå i spilleres identitetskonstruksjon på forskjellige måter – også når det gjelder religion.

REFERANSELISTE

- Asprem, Egil. 2008. «Heathens Up North: Politics, Polemics, and Contemporary Norse Paganism in Norway.» *The Pomegranate*, 10 (1): 41–69.
- Bäckvall, Maja. 2019. «“Pick up Rune”: The Use of Runes in Digital Games.» I: *The Vikings Reimagined: Reception, Recovery, Engagement*, redigert av Tom Birkett og Roderick Dale, 201–213. Boston: De Gruyter.
- Banks, Jaime; Nicholas David Bowman; Jih-Hsuan Tammy Lin; Daniel Pietschmann; Jow A. Wasserman. 2019. «The common player-avatar interaction scale (cPax): Expansion and cross-language validation.» *International Journal of Human-Computer Studies* 129: 64–73.
- Bosman, Frank G. 2016. «Nothing is true, everything is permitted.» *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 10, 6–26.
- Chapman, Adam. 2016. *Digital Games as History: How Videogames Represent the Past and Offer Access to Historical Practice*. New York: Routledge.
- Christy, Katheryn R. og Jesse Fox. 2016. «Transportability and Presence as Predictors of Avatar Identification Within Narrative Video Games.» *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19 (4): 283–288.
- CVLT Nation. 2021. «Seeking Songs With WARDRUNA: An Interview with Einar Selvik.» *CVLT Nation*. 28. januar 2021. <https://cvltnation.com/seeking-songs-with-warduna-an-interview-with-einar-selvik/> [1. februar 2023]
- Dale, Roderick. 2019. «From Barbarian to Brand: The Vikings as a Marketing Tool.» I: *The Vikings Reimagined: Reception, Recovery, Engagement*, redigert av Tom Birkett og Roderick Dale, 214–231. Boston: De Gruyter.
- Dale, Roderick. 2022. *The Myths and Realities of the Viking berserkr*. London: Routledge.
- Douglas, Karen M.; Joseph E. Uscinski; Robbie M. Sutton; Aleksandra Cichocka; Turkay Nefes; Chee Siang Ang; Farzin Deravi. 2019. «Understanding Conspiracy Theories.» *Political Psychology* 40 (1): 3–35.

- DuBois, Thomas A. 1999. *Nordic Religions in the Viking Age*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Elnan, Cathrine. 2016. «Norsk ‘runemusikk’ topper Billboard-liste.» *NRK*, 1. november 2016. https://www.nrk.no/kultur/norsk-_runemusikk_topper-billboard-liste-1.13205815 [19. januar 2023]
- Enseleit, Tobias og Tobias Schade. 2020. «Das Mittelalter im Videospiel: ›Assassin’s Creed: Valhalla‹.» *Mittelalter Digital* 1 (2): 174–211.
- Firkanttunet, 2022. «Workshop in Shamanism.» Firkanttunet. <https://www.firkanttunet.com/home/2022/3/27/workshop-in-shamanism> [1. februar 2023]
- Freedberg, David. 1989. *The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gell, Alfred. 1998. *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press.
- Gilhus, Ingvild og Lisbeth Mikaelsson. 2001. *Nytt blikk på religion*. Oslo: Pax forlag.
- Green, Raquel; Paul H. Delfabbro; Daniel L. King. 2021. «Avatar identification and problematic gaming: The role of self-concept clarity.» *Addictive Behaviors* 113: 1–7.
- Gregorius, Fredrik. 2008. *Modern Asatro: Att konstruera etnisk och kulturell identitet*. Ph.d.-avhandling, Lunds Universitet.
- Gregorius, Fredrik. 2021. «Runyoga: Från arisk blodmystik til nyandlig självutveckling.» *AURA: Tidsskrift for akademiske studier av nyreligiositet* 12: 69–89.
- Gregorius, Fredrik. 2022. «Children of Baldur: Understanding the Construction of Masculinity within Göthicism and the Manhem Society.» *Correspondences* 10 (1): 167–198.
- Haugmåne, Kine og Jane Skjoldli. [kommer]. «Norges evige kriminelle konge? Olav den Hellige i *Beforeigners* og i forkant av «Nasjonaljubileet – Norge i tusen år.» *CHAOS – skandinavisk tidsskrift for religionshistoriske studier*.
- Houghton, Robert (red.), 2021. *Playing the Crusades: Engaging the Crusades, Volume Five*. New York: Routledge.
- Houghton, Robert (red.), 2022. *Teaching the Middle Ages Through Mo-*

- dern Games. Using, Modding and Creating Games for Education and Impact*. Berlin: De Gruyter.
- IGN. 2020. «Assassin's Creed Valhalla – Official Trailer.» YouTube, 30. april 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=ssrNcwXALS4> [10. januar 2021]
- Jackson, Lara. 2019. «Assassin's Creed: Unity will be used to help rebuild Notre Dame.» *Gamebyte*. 16. april 2019. <https://www.gamebyte.com/assassins-creed-unity-will-be-used-to-help-rebuild-notre-dame/> [15. august 2023]
- Kyd, Jesper; Sarah Schachner og Einar Selvik. 2020. *Assassin's Creed Valhalla (Original Game Soundtrack)*. Ubisoft Music. <https://open.spotify.com/album/14p9JmhV36K6jzhyqrXmUl?si=WCGmIgr5S9mzI3KJiikbTw> [22. februar 2023]
- Larrington, Carolyne. 2023. *The Norse Myths that Shape the Way We Think*. London: Thames & Hudson.
- Lehtonen, Sanna. 2019. «Touring the magical North – Borealism and the indigenous Sámi in contemporary English-language children's fantasy literature.» *European Journal of Culture Studies* 22(3), 327–344.
- Leivers, Dannii. 2021. «'The drum needed a blood sacrifice': the rise of dark Nordic folk.» <https://www.theguardian.com/music/2021/feb/16/blood-sacrifice-the-rise-of-dark-nordic-folk-heilung-wardruna> [1. oktober 2021]
- Lünen, Alexander von; Katherine J. Lewis; Benjamin Litherland; Pat Cullum, (red.). 2020. *Historia Ludens: The Playing Historian*. New York: Routledge.
- McCall, Jeremiah. 2023. *Gaming the Past: Using Video Games to Teach Secondary History*. New York: Routledge.
- Meyer, Birgit. 2012. «Mediation and the Genesis of Presence: Towards a Material Approach to Religion.» Forelesning, 19. oktober 2012. Universiteit Utrecht.
- Morgan, David. 2021. *The Thing about Religion: An Introduction to the Material Study of Religions*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

- Nielsen, Nina Urholt. 2022. «From Black Metal to Norse Revival? Mourning, Memories, and Meanings of Wardruna's Rune Music.» I: *Musikk og religion: Tekster om musikk i religion og religion i musikk*, redigert av Henrik Holm og Øivind Varkøy, 317–344. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Opedal, Arnfrid. 2016. «Hafsfjord og kampen om vikingtidens flåte-baser.» *VIKING - Norsk arkeologisk årbok, Bind LXXIX - 2016*: 117–140.
- Ortner, Sherry B. 1973. «On Key Symbols.» *American Anthropologist* 75(5), 1338–1346.
- Parlock, John. 2020. «New report claims Assassin's Creed developers were pressured into minimising female protagonists.» <https://www.pcgamer.com/new-report-claims-assassins-creed-developers-were-pressured-into-minimising-female-protagonists/> [31. januar 2023]
- Phillips, Noëlle. 2019. *Craft Beer Culture and Modern Medievalism: Brewing Dissent*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Phillips, Tom. 2020. «Assassin's Creed Valhalla reshapes the series' RPG storytelling by giving you a Viking settlement.» *EuroGamer*, 30. april 2020. <https://www.eurogamer.net/assassins-creed-valhalla-reshapes-the-series-rpg-storytelling-by-giving-you-a-viking-settlement> [16. februar 2023]
- Price, Neil. 2008. «Sorcery and circumpolar traditions in Old Norse belief.» I: *The Viking World*, redigert av Stefan Brink og Neil Price, 244–248. London: Routledge.
- Rochefort, Simone de. 2021. «Assassin's Creed Unity can't help rebuild Notre Dame, and that's OK.» *Polygon*. 24. november 2021. <https://www.polygon.com/features/22790314/assassins-creed-unity-notre-dame-restoration-accuracy> [15. august 2023]
- Roe, Sophie. 2019. «Against the Modern World: NeoFolk and the Authentic Ritual Experience.» *Literature & Aesthetics* 29 (2): 15–31.
- Rollinger, Christian, (red.). 2020. *Classical Antiquity in Video Games: Playing with the Ancient World*. London: Bloomsbury Academic.
- Said, Edward W. 1979. *Orientalism*. New York: Vintage Books.

- Schram, Kristinn H. M. 2011. *Borealism: Folkloristic Perspectives on Transnational Performances and the Exoticism of the North*. Ph.d.-avhandling, University of Edinburgh.
- Scully, Marc; Steven D. Brown og Turi King. 2015. «Becoming a Viking: DNA testing, genetic ancestry and placeholder identity.» *Ethnic and Racial Studies* 39 (2): 162–180.
- Shermer, Michael. 2017. «No, There Wasn't an Advanced Civilization 12,000 Years Ago.» *Scientific American*, 1. juni 2017. <https://www.scientificamerican.com/article/no-there-wasnt-an-advanced-civilization-12-000-years-ago/> [17. februar 2023]
- Skjoldli, Jane. 2019. «Guder til salgs (støvete, men pent brukt): Hva formidler Thor, Vikings og American Gods om norrøne guder?» *Chaos: Skandinavisk tidsskrift for religionshistoriske studier* 71 (1): 29–64.
- Skjoldli, Jane. 2021. *World Youth Day: Religious Interaction at a Catholic Festival*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Skjoldli, Jane. [kommer]. «Heathens of Many Names: Multiplicity in Religious Self-Descriptors among Contemporary Norse-Oriented Pagans.» *Journal of Contemporary Religion*. [Akseptert for publikasjon 1. februar 2023.]
- Steinsland, Gro. 2000. *Den hellige kongen: Om religion og herskermakt fra vikingtid til middelalder*. Oslo: Pax.
- Taylor, A. Arwen. 2022. «Tattoos, “Tattoos,” Vikings, “Vikings,” and Vikings.» I: *Tattooed Bodies: Theorizing Body Inscription Across Disciplines and Cultures*, redigert av James Martell og Erik Larsen, 145–162. New York: Palgrave MacMillan.
- Ubisoft. 2019. «Supporting Notre Dame de Paris.» <https://news.ubisoft.com/en-us/article/2Hh4JLkJ1GJIMEg0lk3Lfy/supporting-notre-dame-de-paris> [15. august 2023]
- Ubisoft. 2022. «Save Notre-Dame on Fire.» *Ubisoft*. <https://www.ubisoft.com/en-gb/entertainment/parks-experiences/escape-games/save-notre-dame-on-fire> [15. august 2023]
- Thykie Makeeff, Tao. 2023. «Iskolde krigere: Religion, Kamp og Vikingeidentitet.» *Religion: Tidsskrift for religionslærerforeningen for*

Gymnasiet og HF 4 (2): 66–79.

Twitter-konto: @assassinscreed, 2022a. «Over 20 million Vikings have embarked on their epic journey to Valhalla.» Twitter, 27. oktober 2022. <https://twitter.com/assassinscreed/status/1585663823406682112> [17. januar 2023]

World-Tree Project. 2023. <http://www.worldtreeproject.org/> [15. august 2023]

YouTube-kanal: Heilung. 2017. «Heilung | LIFA – Opening Ceremony.» *YouTube*. 1. november 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=I4CgDB5cPUo> [15. august 2023]

YouTube-kanal: Heilung. 2022. «Heilung | Anoana [Official Video].» *YouTube*. 22. juni 2022. https://www.youtube.com/watch?v=SVbc_Fwbt50 [15. august 2023]

FINANSIERING

Forskningen som presenteres i denne artikkelen er finansiert av Norges Forskningsråd. Prosjekttittel: *Back to Blood: Pursuing a Future from the Norse Past*. Prosjektnummer: 301273.

ENGLISH ABSTRACT

In October 2022, Ubisoft's official Twitter account for their highly popular digital game series *Assassin's Creed* (Ubisoft 2007–; hereafter AC) proclaimed triumphantly that «[o]ver 20 million Vikings have embarked on their epic journey to Valhalla. Standing strong by Eivor's side. From Norway to England. To Mythical Realms of the Gods. Thank you for taking this journey with us. SKAL! #AssassinsCreed» (Twitter-konto @assassinscreed 2022a). At the time, the Viking-themed installation in the series, *Assassin's Creed Valhalla* (Ubisoft 2020; hereafter ACV), had been available for almost two years. Ubisoft's pre-release marketing campaign had promised players «the ultimate Viking fantasy» (Phillips 2020), after assuring potential customers that the Vikings historically speaking were better than their reputation. The game

trailer invited players to «think like a Viking», «live like a Viking», «fight like a Viking», and «conquer like a Viking» (IGN 2020). In the global games industry, AC is a highly popular brand and Ubisoft a central supplier. The reception of ACV, which has been overwhelmingly positive, has strengthened the company's position in Viking-themed popular culture. With a reputation for offering "historical authenticity" by means of virtual reconstructions of specific cultures in specific historical eras, the AC series is an interesting object of study. This is all the more underscored by the fact that the series is partly marketed for use in education. At the same time, ACV is only one of a long and growing list of Viking-related cultural products. In this article, I ask what we can learn by studying ACV's Viking image in a ludic perspective, and how that approach may contribute to our understanding of the contemporary popularity of Vikings. Employing the terms *Viking power*, *Viking identity*, and *Viking spirituality*, I hope to offer tools for understanding the complex field that is the use of Vikings and the Norse past today.

Keywords: Assassin's Creed Valhalla, religion og digital games, Vikings, power, identity