
Tromsøbrua, kunsten og steders identitet

FORSIDEBILDET



Leger samles til landsstyremøte i Tromsø i 2002. Forsidebildet er fra Tromsø, det ser vi alle.

Ingen tvil.

Hvorfor er det ingen tvil? Fordi vi ser et bilde som identifiserer Tromsø. La oss drøfte nettopp dette:

De tilreisende kollegene – hva var deres første tanke da de hørte at møtet denne gang skulle være i Tromsø? Hva så de for seg i et glimt? Kanskje nettopp det motivet som Tidsskriftets forside viser. Byen, broen, Ishavskatedralen, Tromsdalstind. Med broen i sentrum. Motivet finnes på postkort, i brosjyrer, i leksikon og i de tusener av turistens fotoalbum.

Tidsskriftets versjon er et tresnitt fra 1966, utført av Marit Bockelie (1933 –), en kunstner som er kjent for en lang rekke arbeider i forskjellige teknikker og for mange offentlige utsmykninger.

Når vi tenker på et sted vi kjenner til, farer gjerne umiddelbart et slikt motiv, et bilde gjennom hodet, et kjennetegn som er karakteristisk og som har gitt stedet identitet i vår bevissthet. For stedet selv er slike bilder viktige. Hvis de er gode og klare, gir de assosiasjoner som bidrar til fellesskap innad og identifikasjon utad. De konsentrerer og poengterer og trekker oppmerksomheten i entydig retning av stedet det gjelder. På tysk er Wahrzeichen et godt og selvforklarende ord om denne type kjennetegn som er vanskelig å oversette direkte.

Kjennetegn kan ha sammenheng med stedets natur (eksempel: Cape Town og Table Mountain), de kan være arkitektoniske severdigheter (eksempel: Paris og Eiffeltårnet), eller de kan være abstrakte, hvilket straks blir vanskeligere, men likevel virksomt (eksempel: Skien, Ibsens fødeby).

Bildene og metaforene kan mer eller mindre ha kommet av seg selv, men de kan også være utvalgt eller skapt nettopp for å gjøre sin virkning – f.eks. å tiltrekke turister. Vi har tidligere diskutert i denne spalte (1) hvordan en typisk turists besøk på et sted vil bestå i å gjenkjenne attraksjoner, der forventningene til opplevelsen vanligvis er tent gjennom markører. Den vellykkede visitt blir en bekreftelse på at nå har også jeg sett og opplevd det som skal sees og oppleves her, eventuelt det man her på stedet ønsker at jeg skal se og oppleve. Og beviset som kan bringes hjem, er fotografiet av seg selv foran attraksjonen.

Attraksjoner er ofte kunstverk. Bilder av Den lille havfrue gir oss straks assosiasjonen København. Selv om statuen egentlig både er ganske uanseelig og ligger godt unna turistløypa, gjør bildene på brosjyrene sin misjon for byen. I motsetning til f.eks. et skilt på stedet er bildene fjernmarkører (off-site markers), slik de kalles på samfunnsgeografenes fagspråk.

Det samme gjelder for Manneken Pis. Brussel, tenker alle umiddelbart ved synet av et postkort av gutten med strålen. Skulpturen representerer Brussel selv om den verken er stor, prangende eller typisk. Man skal ikke ha fått mange øl på Grand Place før man simpelthen roter seg bort på letingen etter gatehjørnet der gutten står i sin fontene. Han er en attraksjon som er blitt et kjennetegn for byen, kjent overalt gjennom bilder, dvs. fjernmarkører. I dette spillet har skulpturen i seg selv egentlig mindre betydning.

Forsidebildet fra Tromsø er en fjernmarkør. Det viser til attraksjoner – altså Ishavskatedralen, Tromsdalstind, Tromsøbrua. Som markør gir bildet representative assosiasjoner, byen, havnen, sjøen, naturen. En syntese av karakteristika, lett gjenkjennelig og man blander ikke stedet med noe annet – det er bare i Tromsø det ser slik ut.

Men det ser jo ikke egentlig slik ut.

Ta med deg bildet og gå en tur i byen og prøv å gjenfinne motivet. Du finner det bare nesten. For her kommer kunstnerens hånd inn: Linjene fra fjellet gjenfinnes i broen og går igjen i bildet også andre steder. En melodi er understreket som nok er der i virkeligheten, men langt fra så tydelig. Men det ser vi ikke, for det kunstneren har tilført, gjør at effekten som markør bare forsterkes. Den som har Tidsskriftet med tresnittet i hånden, har en off-site

marker som virkningsfullt ønsker velkommen til Tromsø og forteller om hva som skal sees, hva byen er og hva den står for. Kunstverket er ikke ”sant” i forhold til virkeligheten, men det er ”sant” med henblikk på budskapet.

Bildet er altså fra 1960-årene. I ettertid kan man spekulere på hvilken betydning både de attraksjonene vi ser på bildet og de markørene som viser til dem, har hatt gjennom de siste fire årtier som del av de kreftene som har bidratt til byens utvikling – for å profilere den og gjøre den kjent. Et provokatorisk spørsmål: Var det egentlig noe klart og entydig bilde av Tromsø før 1960-årene? Hadde vi gode og entydige attraksjoner og markører da?

1960- og 70-årene var en periode med kraftig vekst. I 1964 ble Tromsø slått sammen med Tromsøysund, Hillesøy og Ullsfjord til en storkommune. Broen over sundet ble åpnet i 1960. Tromsdalen kirke, Ishavskatedralen, tegnet av Jan Inge Hovig (1920 – 77) er fra 1965. Og fra 1964 har ruteflyene landet på Langnes. Universitetet i Tromsø ble vedtatt opprettet i 1968, og satte i gang en positiv prosess i årene som fulgte. Det skjedde mye på en gang.

Men identiteten, bildet som umiddelbart flimrer over besøkende og beboeres netthinner, er det markørene som bestemmer.

ØivindLarsen

LITTERATUR

1. Larsen Ø. Turisten. Tidsskr Nor Lægeforen. 1998; 118: 2603 – 4.
-

Publisert: 30. mai 2002. Tidsskr Nor Legeforen.

© Tidsskrift for Den norske legeforening 2025. Lastet ned fra tidsskriftet.no 22. desember 2025.