

'BARENTS' ELLER 'KID INTERIØR': OM LANDSKAP, STEDSKONSTRUKSJONER OG GJENSKAPING – KIRKENES

Halldis Valestrand, IPL/ UiTø

I. INNLEDNING: INVITASJONER

I denne artikkelen vil jeg ta opp noen mulige måter å nærme seg og fortolke noe av det som skjer når steder som er blitt utsatt for omfattende strukturelle endringer prøver å *gjenskape* seg selv. Et slikt sted er *Kirkenes* i Sør Varanger kommune som i løpet av 10-15 år på mange måter må kunne sies å være snudd på hodet, stikkordsmessig er de vesentligste hendelsene nedlegging av hjørnesteinsbedriften AS Sydvaranger, mange bidrag til omstillingsprosjekter, og ikke minst; 'åpningen' av den norsk-russiske grensen i 1991. Disse dramatiske hendelsene har i sin tur ført til ulike og sammensatte *stedlige endringsprosesser* som både har fellestrekk med lignende omstillinger over det meste av den vestlige verden, men også har sine helt spesielle lokale særtrekk. Slike endringer gir som konkrete resultater at innbyggerne på stedene ofte synes å befinne seg i en slags undring over at det som var tilsynelatende *stabilt* blir snudd opp ned og mer eller mindre plutselig presenterer utfordringer på mange og ukjente områder. For mange oppleves dette som skremmende, mens andre ser utfordringer og nye muligheter. Det er ikke noe nytt at steder på jordens overflate er ganske kontinuerlig i endring over et lengre tidsperspektiv, det som karakteriserer vår tid er ikke bare at ting skjer så mye, mye raskere, men også at slike endringsprosesser blir gjenstand for nye studier og teoriutviklinger og inviterer derved til stadig nye og andre fortolkninger av det som skjer. Noen av disse skal jeg ta i bruk her.

Med faglig utgangspunkt i det som ofte refereres til som (ny) kulturgeografi skal jeg i denne artikkelen, gjennom noen eksempler, prøve å vise hvordan jeg tenker og jobber når jeg nå er i ferd med å nærme meg 'stedet' *Kirkenes*. Jeg er blitt veldig nysgjerrig- både på stedet og kanskje ennå mer på hvordan det fremstilles, av fagfolk og innbyggere, besøkende og presse¹. Det er ganske mange ulike 'bilder' som presenteres, og det noen av disse 'bildene' jeg etter hvert har tenkt å utforske og det

¹ Min interesse for og inngang til *stedet* *Kirkenes* startet ikke med stedet i seg selv, men som en fordyping og forlenging av min deltakelse i forskningsprosjektet 'Kvinner krysser grenser' (KKG). Mitt bidrag til dette prosjektet blir å se nærmere på det jeg vil formulere som 'hvordan tilstedeværelsen av ganske mange russiske kvinner' påvirker ulike sider av hverdagslivet på stedet *Kirkenes*. Se Valestrand 2003. Dette prosjektet er finansiert av NFR programmet 'Kjønn i endring' og utføres av Anne Britt Flemmen, Ann Theres Lotherington, Marit Hopland Engebretsen, Kjersti Fjørtoft og undertegnede.

noen av de analytiske inngangene for å gjøre det jeg her vil invitere til.² De følgende betraktningene er basert på flere kortere feltarbeid i Kirkenes og i denne artikkelen vil jeg spesielt ta utgangspunkt i noen observasjoner og hendelser gjort da jeg i august i år dro til Kirkenes med Hurtigruten, og bruke disse til å diskutere vegen videre.

II. ANKOMST:

Eller- å overveie tesen om 'fra produksjonslandskap til konsumlandskap.'

Noe av det første en får øye på når en kommer til Kirkenes fra sjøsiden- med Hurtigruten- er et stort nytt forretningsbygg ute på det store flate området som er fylt opp mellom Prestøya og fastlandet med skiltet 'SPARELAND', med litt mindre undertittel på russisk. Byen, stedet, Kirkenes, ser en ikke mye av, den er godt gjemt / skjult bak en høyde, men en ser ennå profilen opp mot sørhimmelen av de store anleggene til AS/ Sydvaranger. Det som utgjør sentrum av byen åpner seg *ikke* mot sjøen slik de aller fleste kystbyene i Norge gjør. Hva er det disse første synsinntrykkene kan fortelle om stedet Kirkenes og de tanker, arbeid og ideologier som fysisk har utformet det? Hvordan skal man 'lese', fortolke, fortelle og analysere et slikt landskap som for meg umiddelbart formidler noe om at relasjonene mellom 'produksjon' og 'konsum' er i endring.

Dagen etter; i frokostsalen på hotellet sitter jeg og overhører et reiseselskap fra Australia som gjør seg klar til å ta Hurtigruten sørover, de har tydeligvis ankommet kvelden før med fly. De uttrykker skuffelse over førsteinntrykket: "This is just like any mining town in Tasmania, what's so spectacular about this place?" De lurte på hvor den spektakulære naturen er, fjorder og sånt. De har nok ankommet byen med buss fra flyplassen- og de var derved noen av de første (det visste jo ikke de) som var blitt ønsket '*Velkommen til Kirkenes*' via et stort skilt satt opp av frivillige entusiaster bare dager før, ved det såkalte 'Førstevannet' og som altså er like før man via innkjørsels vegen skal 'dukke ned' bakken til selve byen.

Begge disse observasjonene, registrert fra hhv dekket på Hurtigruten og fra flybussens seter, dreier seg altså om *perspektiv*; dvs hvordan landskapet blir visuelt observert. Men vi ankom ikke bare utenfra fra ulike sider, vi ankom definitivt med helt forskjellige fortellinger om Kirkenes, Nordkalotten og Arktis, for å nevne noe, og ville følgelig se, fortolke og gjenfortelle møtet med dette landskapet på ulike måter. Og dersom jeg hadde sittet på flybussen og ankommet Kirkenes den vegen, og altså skulle ha det samme perspektivet, hadde jeg 'sett' det samme?

² Det nye prosjektets arbeidstitel er *Sted og stedskonstruksjoner i endring: Kirkenes*

Den ene inngangen jeg har valgt meg i arbeidet med Kirkenes er altså *landskap*³ - et begrep som i kulturgeografi har hatt sin tradisjonelle referanse i et 'fysisk areal som ses fra en spesiell vinkel' (altså 'perspektiv') - men som i økende grad blir forstått som ideologiske og sosiale prosesser, levde liv, sosiale relasjoner og sosiale identiteter. Videre, at såkalte representasjoner; (landskaps) maleri, film, reklame og uendelig mange andre varianter er viktige å se nærmere på for å kunne forstå de prosessene som gjensidig konstituerer sosiale praksiser og landskaper.⁴ Landskapsbegrepet- og metaforen- inviterer altså til flere måter å tenke om steder på. Et sentralt spørsmål kan altså bli hvordan det (samme fysiske) landskapet de australske turistene og forskeren (jeg) observerte, og begynner å sette ord på, er blitt konstruert. Det som springer forskeren i øyet (fra sjøsiden) er at en kan stille spørsmål om Kirkenes er i ferd med å endre seg fra et produksjonslandskap til et konsumlandskap, og derved fokusere på hvordan det foregår, mens australierne bare ser gruvebyen og *mangelen* på de forventede fjordene. Dessuten ser de jo ikke 'Spareland' før de forlater Kirkenes med båten, og jeg tror rett og slett ikke de ser seg så mye tilbake.

III. TIL STEDE:

"Barents? Nei det er bare de der store gutta-, ja det sitter nå noen av dem bortpå det der kontoret der. Men vet du nå er det optimisme her, det skjer så mye, og snart kommer 'Kid Interiør' til Kirkenes- her skjer det virkelig mye." (Informant på gaten i Kirkenes august 2005)

I 1993 ble den såkalte Barentstraktaten⁵ underskrevet og åpnet opp for utvidet samarbeid på tvers av grensene på Nordkalotten, det var spesielt Nordvestrussland som var målet for dette arbeidet. Administrasjonen av den nye, konstruerte *Barentsregionen* ble lagt til Kirkenes, det såkalte *Barentssekretariatet* og som derved satte stedet på både kartet – og på den politiske dagsorden, i alle fall på papiret.

Med etableringen av Barentsregionen, og –samarbeidet kom det, riktignok fra 'oven' et nytt element inn i forhandlingene om hva stedet Kirkenes skulle være. Det er imidlertid noe uklart hvordan dette forstås og fortolkes av ulike mennesker. Mange politiske og praktiske handlinger ble tenkt, og noen satt ut i livet, og ikke minst begrepet- og retorikken rundt (metaforen) '*Barents*' har øyensynlig vært forsøkt brukt til det den er verdt, også blant aktører i Kirkenes. Stedet blir i enkelte sammenhenger

³ 'Landskap' er blitt et stort studiefelt i ny kulturgeografi, se, Cosgrove 1984, Mitchell 2005, Groth and Bressi 1997, Nash 1999, og mange andre.

⁴ Morin, 2003

⁵ Detaljer kan bl.a finnes på sekretariatets hjemmeside: www.barents.no

omtalt som sentrum, eller hovedstaden i Barentsregionen og Kirkenes Næringshage markedsfører det blant annet som 'Barentsregionens handelssenter'.⁶

En besøkende som kanskje ikke har fulgt med på norsk offentlig debatt, vil antagelig ikke umiddelbart tenke i de baner. På gaten i Kirkenes traff jeg et ektepar fra Spania som var på biltur og som lurte på om ikke det var noen statue av byens grunnlegger, denne Barents, på stedet? De visste om at det eksisterte et *Barentshav* og at der var der 'bacalao' hadde sitt opphav- og i nærmere samtale med disse- fremkom det at de derved antok at denne Barents også hadde grunnlagt Kirkenes. De hadde da sett både skilt for 'Barents Frokosthotell' og vært på elvebåttur med 'Barents Safari'. Når jeg fortalte dem at Barentsburg var en russisk gruveby på Svalbard så de ut som levende spørsmålstegn. Den nederlandske sjøkapteinen og ekspedisjonsleder Willem Barents som skal ha 'oppdaget' både Svalbard, Bjørnøya, Novaja Zemlja og mye mer sent på 1500 tallet, var det altså få eller ingen spor av i 'Barentshovedstaden' Kirkenes. Om en leter godt finner en kanskje et noe beskjedent skilt med 'Barentssekretariatet' ved en nøytral trappeoppgang i en av de sentrale gatene i Kirkenes.

'Barents' er blitt forsøkt gitt et nytt innhold, og er blitt på mange måter en metafor for litt av hvert. Det signaliseres slett ingen direkte sammenheng mellom den gamle sjøkapteinen og stedet, men det spilles på navnet i politiske og økonomiske diskurser, og ikke minst i turistøyemed- når stedet skal selges.⁷ Foreløpig er der verken statue av mannen eller noen gate oppkalt etter ham- eller det han eventuelt symboliserer- men det vil kanskje tvinge seg fram?⁸ De minnesmerker som finnes i Kirkenes referer seg mest til de dramatiske hendelsene på stedet under den 2.verdenskrig og som det er lite uenighet om. Det er derimot blitt mye offentlig oppmerksomhet om gateskilter i sentrum som er skiltet på norsk og russisk. På et sted i byen står det nå faktisk fire skilt under hverandre- på norsk, samisk, russisk og finsk- for å synliggjøre det flerkulturelle- spørsmålet er hvor mange flere språk som etter hvert må opp?

Sånne som meg (forskere og andre nordiske tilreisende) har sannsynligvis den eller det- nye, rekonstituerte 'Barents' i bagasjen når vi kommer til Kirkenes- og grenseområdene. Noen av oss har også deltatt i ulike arrangementer i Barentssekretariatets regi, lest noen av deres rapporter, kanskje fått økonomisk tilskudd til grenseoverskridende aktiviteter. Men det er altså få direkte tegn eller referanser til 'Barents' på selve stedet. Å prøve å forstå steder handler også mye om

⁶ www.kirkenes.no. Dette er et fenomen som kalles for 'branding places' og som innebærer: 'branding involves a narrowing of meanings down to a set of stereotypes' (Leslie 2005:404)

⁷ See for eksempel Kearns and Philo eds. (1993) *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*. Se også Lash and Urry (1994).

⁸ Dette er måter å lese landskaper på, ofte referert til som 'Iconography' se Cosgrove (1984)

det sosiale liv som utspilles på stedet- og et betimelig spørsmål ville da være om og hva 'Barents' i så fall betød for stedets innbyggere.

Var 'Barents' sentral i innbyggernes forståelse av stedet Kirkenes? Jeg spurte noen på gaten i Kirkenes om 'Barents' - i mer hverdagslige samtaler- for å prøve å finne litt mer ut om hva folk forbandt med ordet 'Barents'. Generelt sett var det ikke det ordet eller begrepet de brukte- skulle de snakke om konkrete virkninger av dette politiske prosjektet så ble det heller uttrykt som 'russen'- (flere russiske kunder, russemarkedet, russiske innflyttere, russiske arbeidstakere, eller skoleklasser på besøk, osv), eller om mulige nye arbeidsplasser i en videreføring av AS Sydvaranger eller andre bedrifter.

Da snakker jeg ikke om ansatte i mer offentlige eller kulturelle virksomheter- de var tilsynelatende alle 'politisk korrekt' i sine henvisninger til nytolkninger av 'Barents'; som flerkulturelt samarbeid, enten det nå var felles kunstutstillinger eller arbeidet med å knytte seg til jernbanen i Nikel på andre siden av Pasvikelven- og derved om økonomiske muligheter hvis nå Stockmann feltet (gass) blir en realitet, osv.

Blant 'vanlige folk på gaten' virket det som om det var få som synes å være opptatt av 'Barents',⁹ ("det var de der borte på det kontoret") men de samme uttrykte også at nå gikk det bedre med Kirkenes, nå var det mer optimisme osv. Det var faktisk et tema som gikk igjen, og det var nyetableringer av butikker og muligheten til større utvalg når man skulle handle selv. Jeg fikk raskt vite av flere informanter at nå skulle 'Kid Interiør' etablere seg i Kirkenes og at det var noe de tok som et tegn på at stedet var på veg fremover. Mens det omtalte 'Spareland' i stor grad ble sett på som et sted russere kom over grensen for å handle, var det at en ny butikk som solgte innredningsartikler vesentlig i hva flere var opptatt av og altså hva Kirkenes skulle være. Innredningsbutikker selger livsstil¹⁰. Jeg tolker det som at det var dette som var viktig å formidle.

Hva kan denne typen observasjoner fortelle om konstruksjoner av 'stedet' Kirkenes og de endringene som finner sted? Er de bare å forstå som en internasjonal trend i globaliseringen der 'produksjon' (les: ensidig industristed) erstattes med 'konsum'

⁹ Jeg har ikke foretatt noen slags systematisk undersøkelse- dette er basert på små samtaler i det offentlige rom- der jeg spurte om hvordan de så på situasjonen for Kirkenes nå, og åstedet var også de såkalte 'Kirkenesdagene' på dette tidspunkt med mye folk på gatene. I tillegg trekker jeg på tidligere besøk og opptegnelser fra besøk i Kirkenes de siste 2-3 årene.

¹⁰ Se for eksempel Shields, R. ed (1992) *Lifestyle Shopping*. Kid Interiør er Norges største kjede i interiørartikler- kanskje mest kjent for reklamekampanjen med 'Hildegunn og 'steikje fine gardina'. Opprinnelig familiefirma fra Drammen som stadig ekspanderer. Hvorvidt de faktisk skal komme til Kirkenes vet jeg ikke sikkert, jeg går ut fra at det har stått i avisene. Det er imidlertid verdt å merke seg at på Kid Interiørs hjemmesider er det et kart der alle deres ca 90 butikker er avmerket, og den eneste eksisterende i Finnmark er i Alta, mens på kartet er den vitterlig plassert ca. i Vadsø! (www.kid.no)

(les: post-industrialisering/ post-modernitet),- eller 'fortid' som avløser 'fremtid'- eller er det ikke mer komplekst enn som så?

IV. GJENSKAPINGER: EN INNLEDENDE DISKUSJON

I denne artikkelen har jeg valgt å trekke ut noen få eksempler på hendelser og observasjoner – blant mange- som kan gi noen ledetråder til videre empirisk feltarbeid (data) og fruktbare analytiske tilnærminger til stedskonstruksjoner i, og om Kirkenes og hvordan stedet nå gjenskapes på ulike måter¹¹.

Kirkenes og Sør Varanger kommune har altså ”opplevd to store jordskjelv samtidig”, som en informant formulerte det til meg; nedleggelsen av AS/ Sydvaranger, hjørnesteinsbedriften som hadde vært i drift siden 1906 med å utvinne og utskipe jernmalm, og den såkalte 'åpningen' av den norsk-russiske grensen etter at Sovjetunionen opphørte å eksistere og Russland (igjen) ble naboland i øst. Dette er i seg selv to store fortellinger som mange er opptatt av og mye er skrevet om, og som jeg ikke skal gå nærmere inn på her og nå¹². Det er heller ikke første gang Kirkenes må gjenskapes, stedet lå bokstavelig talt i ruiner i 1945 noe som også er blitt godt og grundig dokumentert.

Kirkenes har altså i nesten et århundre vært preget av tungindustri. I mange velkjente industribyer og områder med såkalte solnedgangsindustrier; eksempelvis Sheffield, Manchester, Johnstown (USA), skipsverkstedsbyer (Glasgow), og dokker (Liverpool, London) prøver man å komme på fote med ulike løsninger for å skaffe nye aktiviteter for overlevelse, svært ofte ved å satse på såkalte kulturindustrier og turisme. Mange av disse prøver å bygge på og konstruere ulike versjoner av stedets historie; det være seg bevaring av bygninger eller gjenskape noe av det gamle (såkalte 'heritage industries'), festivaler og opplevelser¹³. Dette har ført til prosesser som har skapt både suksesser og protester. Hvordan forstår og forholder en seg til denne typen aktiviteter i Kirkenes? Hva tenker folk om det som skjer? Hvordan gjenskaper Kirkenes seg selv? Hvilke forhandlinger om hva stedet Kirkenes skal være er i gang?

¹¹ Jeg går ikke her inn på hva som menes med 'sted' ettersom det er en større debatt som jeg vil komme tilbake til, bare henvise foreløpig til en vanlig oppdeling i kulturgeografi der sted ofte forstås som a) lokalisering, b) lokalitet (omgivelser) og c) 'sense of place' som bl.a. er opptatt av identitetskonstruksjoner (Agnew 1989, i Agnew and Duncan 1989). Se også Cresswell 2004 for en grei oversikt. Selv er jeg også inspirert av John Law's begrep 'place enactments' (2004), se også Savage et al (2005) for inspirerende perspektiver på lokal tilhørighet og globalisering.

¹² Det finnes en hel del skriftlig materiale både om det som kan med et felles ord kalles grensediskurser og som har handlet om området som grenseområde i mange århundrer, om storpolitikk og om statlige politikker, samt i mindre grad om etnisiteter, osv. Videre er det mange utredninger om nedleggelsen av hjørnesteinsbedriften.

¹³ Se for eksempel McCann (2002)

Jeg ønsker å rette søkelyset mot hvordan en kan utforske *gjenskapingen* av Kirkenes, enten det er ved hjelp av 'Barents' eller 'Kid Interiør', eller helt andre aktiviteter og forståelser som på noen måter er gjenkjennbare og kan uttrykkes gjennom internasjonale vokabularer under overskrifter som 'selling places', eller 'inventing places', og som altså er tett knyttet til etablering av nye utkommer i turist- og kunnskaps 'industrien'. Blant forskere i dag er nettopp kulturindustri og forståelser av hvordan den 'kreative klasse' ('The Creative Class') tenker og handler og foretrekker å bo, sentrale tema for stedsutvikling og politikk.¹⁴ Men det er også andre innganger til dette feltet, og ulike måter å gjøre og forstå det på.

Samtalene og refleksjonene rundt begrepsparet '*Barents eller Kid Interiør*' har jeg uttrykt som en spissformulering og som en motsetning, men det behøver ikke å være det, og akkurat dette fortjener å bli utforsket. Blant annet ved å peke på at ved nærmere ettertanke mener jeg å kunne hevde at viktigheten av at (metaforen) 'Kid Interiør' ikke ble fortolket av dem jeg snakket med som ennå en etablering som primært skulle betjene det store russiske markedet (selv om det garantert ligger til grunn for alle nyetableringer i handelssektoren i Kirkenes), men som noe annet, og som handler mer om identitet, og noe som for dem peker utover det å være 'gruvesamfunn i tilbakegang', som har preget mye av selvforståelsen til så vel innbyggere i Kirkenes som andres perspektiv det siste tiåret. Mens 'Spareland' lå der midt i bakveien / sjøveien til stedet og var et materielt og synlig symbol på den nye serviceøkonomien, var det ikke det, men den fremtidige ankomsten av 'Kid Interiør' (som ennå ikke materielt eksisterte) flere trakk frem som eksempel på stedets fremgang og muligheter, det ble også et symbol- men altså foreløpig som et *forestilt* sådant.

Det vil bli viktig å finne mer ut om hvordan folk vil utvikle nye tilhørigheter til stedet¹⁵, og da vil det blant annet bli viktig også å se på betydningen av nyetableringer av konsum- og kulturnæringer. Med utgangspunkt i næringer så kan en slå fast at det de senere årene har vært en analytisk / teoretisk bevegelse fra å studere næringene i seg selv; 'retailing', dvs handel/ service som et spørsmål om optimale lokaliseringer og kunders adgang etc, til å se på aktiviteten 'shopping' (på godt norsk også) som noe

¹⁴ En av de mest kjente er Richard Florida: *The Rise of the Creative Class* (2002) der han basert på trender i USA peker på at steder som vokser og utvikler seg er de som foretrekkes av de voksende såkalte 'creative classes' (kunstnere, IT folk, kreative innovative sjeler etc) og som karakteriseres bl.a gjennom de tre T-ordene; 'Technology, Talent and Tolerance', og hvor han peker på at 'tolerance' det å være åpen for alle kanskje er det viktigste.

¹⁵ Se Savage et al (2005) for interessante perspektiver på 'local belongings' og globalisering.

identitetskonstituerende og om konsumets sentrale betydning i sosialt liv,¹⁶ og følgelig som måter i å konstruere og presentere seg selv. Dette er problemstillinger jeg ser det som viktig å gå videre med- og hvordan slike forståelser vil samvarierte med økt grensekryssing, dvs mer sammensatte perspektiver som *møtes* på stedet- konkret som såkalte 'kulturmøter' og mer figurlig i representasjonene av disse møtene.¹⁷

Utsagnene fra folk i Kirkenes kan også fortolkes inn i en *annen* side av den typen omstruktureringer en har opplevd i Sør Varanger, nemlig en hvor et typisk mannsbasert næringsliv, der maskulinitet tett knyttet til kroppsarbeid blir erstattet av en konsum-, kultur- og servicebasert økonomi, der det kreves mer formell utdanning og kvinner (oppleves) å overta jobber, og der maskuliniteter – og feminiteter – må reforhandles¹⁸. Dette spørsmålet vil jeg jobbe med i forlengelsen av dette prosjektet

Begge disse analytiske tilnærmingene handler om stedlig identitetsarbeid. En tredje viktig vinkling handler om 'røtter,' altså med henvisning til *fortid*, til stedets historie og den kan fortelles på mange måter, bl.a. gjennom teater, revy, museum, eller altså for å 'selge' stedet. I Kirkenes og Sør Varanger er en på flere områder kommet svært langt, både profesjonelt (Samovarteateret, Pikene på Broen) og blant amatører, det har vært utført mye og godt 'minnearbeid' i regi av Historielaget¹⁹, og andre fagfolk, der spesielt status som grenseområde, etnisiteter, bedriftshistorie, idrett og krigserfaringer har blitt vektlagt. Det at en ennå ikke har tatt i bruk 'Barentsnavnet' for eksempel i gater, eller minnesmerker er nevnt. Mer interessant er det at en i bare svært beskjeden grad synes å spille på gruvesamfunnets historie; hvorfor kalte man det nye shoppingssenteret 'Kirkenes Senter' og ikke noe som hadde med områdets nære historie å gjøre (Som eks. vis 'Busen' kafe i Longyearbyen) synes jeg reiser interessante spørsmål jeg vil forfølge. 'Grense' metaforen imidlertid er tatt i bruk, bla. gjennom det såkalte 'Grenselandsmuseet'. Det er altså viktig å se på hvilke grupper som representeres i det offentlige rommet og hvordan denne identitets prosessen foregår²⁰. Det interessante nå blir hvordan man vil konstruere stedet Kirkenes og se nærmere på de 'kulturelle kamper' – åpne eller mer skjulte- om hva Kirkenes skal

¹⁶ Se Williams et al (2001) for en presentasjon av 'the social geographies of shopping'. Dette handler om perspektiver på identitetsutforming der individer kan forme seg selv gjennom 'performativitet' og valg. Se også Crewe L (2000) og Crewe and Beaverstock (1998). Se også Allen and Pryke (1994)

¹⁷ Dette er et av hovedperspektivene i KKG prosjektet, og der såkalt 'intersectionality' også vil være et sentralt perspektiv. Interseksjonalitet er et kulturteoretisk begrep og brukes i anglo amerikansk kjønns-, etnisitets- og seksualitetsforskning for å beskrive en analyse som innebærer samvirke mellom ulike maktasymmetrier, for eksempel Lykke (2003).

¹⁸ Dette er prosesser som er blitt observert mange steder- og som har tvunget frem mye nytenking i forhold til analytiske perspektiver på oppdelingen mellom 'økonomi' og 'kultur', se bl.a McDowell L (2000) og Jackson (2000)

¹⁹ Et imponerende fembindsverk om Sør Varanger er nå ferdigstilt.

²⁰ For et interessant norsk eksempel, om Tyssedal, se Fossåskaret, E (2003)

være, eller for hvem²¹. Dette er 'kamper' som jeg her har prøvd å gi noen eksempler på, og som er et perspektiv som jeg altså planlegger å jobbe videre med og som må utfordre de mer hegemoniske fortellinger om storpolitikk, krigshistorie og statlig styring og næringsvirksomhet.

Jeg beskrev ankomsten til Kirkenes med å peke på at jeg mener 'landskap' ville være en aktuell analytisk tilnærming- og skal også avslutte med det. Et slikt utgangspunkt kan være å tenke gjennom hva en endring fra et 'produksjonslandskap' til et 'konsumlandskap' vil kunne innebære? For det første vil det kreve at jeg går nærmere inn i hva 'produksjonslandskap' kan bety. Don Mitchell, bl.a. er opptatt av at man må være veldig klar på hva han kaller 'the works of landscapes'- altså det menneskelige arbeidet som ligger bak det resultatet som fremstår som et fysisk landskap²². Det fysiske landskapet i og rundt Kirkenes leses allerede på slike flertydige nivå, med mest vekt på de åpne gruvene – som også er veldig synlige i terrenget om en kommer over mot Bjørnevatn. Det er imidlertid stadig flere 'lesinger' av etnisitet, og det innrømmes i dag at 'samiskhet' har vært en undertrykt identitet i Sør Varanger, mens kvensk og nå i stigende grad russiskhet har kommet mer med, og hva med alle de andre? Hvordan skal enf.eks. lese ulike etniske landskaper? For egen del så mener jeg det er de kjønnede produksjonslandskapene og konsumlandskapene som nå står for tur.

Referanser

Agnew, John and James S. Duncan, eds (1989) *The Power of Place: Bringing together geographical and sociological imaginations* London: Unwin

Allen, John and Pryke, Michael (1994) 'The Production of Service space' in *Environment and Planning D* Vol 12, pp 453-475

Cosgrove, Denis A. (1984/ 1998) *Social Formation and Symbolic Landscape* Madison: U. of Wisconsin Press

Cresswell, Tim (2004) *Place: a short introduction* Oxford: Blackwell

Crewe, Louise and Jonathan Beaverstock (1998) 'Fashioning the City: Cultures of Consumption in Contemporary Urban Spaces', *Geoforum* Vol. 29. no 3, pp 287- 308

Crewe, Louise (2000) 'Geographies of retailing and consumption' *Progress of Human Geography* Vol.24, pp 275- 290

Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class* New York: Basic Books

²¹ Don Mitchell (2000) mener at det er nyttig å ha slike kulturelle kamper i fokus når en skal analysere territorielle endringer.

²² Don Mitchell (2000) *Cultural geography*, Se også Dolores Hayden (1995) som har gode eksempler på dette.

- Fossåskaret, Erik (2003) 'Industristedets alliansar og konflikter i konstruksjon av sjølvforståing' i Thuen, Trond red. *Sted og tilhørighet* Kulturstudier nr. 27. Oslo: Høyskoleforlaget
- Groth, Paul and Todd W. Bressi (eds) (1997) *Understanding Ordinary Landscapes* New Haven: Yale U. Press
- Hayden, Dolores (1995) *The Power of Place: urban landscapes as public history* Cambridge Mass: MIT Press
- Kearns, Gerry and Chris Philo (eds) (1993) *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present* Oxford: Pergamon Press
- Lash, Scott and John Urry (1994) *Economies of Signs & Space* London: Sage
- Law, John (2004) *After Method: Mess in Social Science* London: Routledge
- Leslie, Deborah (2005) 'Creative Cities?' Editorial, *Geoforum* Vol 36, pp 403-405
- Lykke, Nina (2003) 'Intersectionalitet- ett användbart begrepp för genusforskningen' *Kvinnovetenskaplig Tidskrift* Vol. 24, no. 1 pp 47-56
- McCann, Eugene (2002) 'The cultural politics of local development: meaning-making, place-making, and the urban policy process' *Geoforum* vol 33 pp 385- 398
- McDowell, Linda (2000) 'Acts of memory and millennial hopes and anxieties: the awkward relationship between the economic and the cultural' in *Social and Cultural Geography* Vol 1, no. pp 16- 24
- Mitchell, Don (2000) *Cultural Geography: A Critical Introduction* Blackwell
- Mitchell, Don (2005) 'Landscape' in *Cultural Geography: A Critical Dictionary of Key Concepts* London: I.B.Tauris
- Morin, Karen M. (2003) 'Landscape and Environment: Representing and Interpreting the World' I: Holloway et al eds: *Key Concepts in Geography*. London: Sage. Pp. 319-334, 15s
- Nash, Catherine (1999/ 2003) 'Understanding Landscapes' in *Introducing Human Geographies*, Cloke et al, eds pp 217- 225 London: Arnold
- Savage, Mike, Gaynor Bagnall and Brian Longhurst (2005) *Globalization and Belonging* London: Sage
- Shields, K.ed (1992) *Lifestyle Shopping* London: Routledge
- Valestrand, Halldis (2003) 'Kjønnede relasjoner- russisk kvinneinnvandring i Nordnorge' *Plan* no.6
- Williams, Peter, Phil Hubbard, David Clark and Nigel Berkeley (2001) 'Consumption, exclusion and emotion: the social geographies of shopping' in *Social and Cultural Geography* Vol 2, no.2 pp.203- 218