



80-28-9. Rigg i midnattsol [sic]. Fotograf: ukjent, utgiver: To-foto, ca. 1986. © Beskyttet av opphavsrett.

Fagfelleverdert

Oljeplattform i solnedgang

Postkort fra norsk oljeindustri 1970-2021

Sammendrag: Helt fra begynnelsen av 1900-tallet ble industri og nyteknologi avbildet på postkort for å markedsføre Norge som moderne og framgangsrikt. Mot slutten av århundret forsvinner derimot rykende fabrikkpiper ut av prospektkortet på grunn av en økende miljøbevissthet. Denne artikkelen ser på hvordan én av industriene, norsk petroleumsvirksomhet framstår i postkortfotografiet; når industrien oppstår som motiv, hvilke ulike motivtyper som gjengis, og når industrien blir borte fra postkortmotivet. Ved å se på ulike motivsjangre fra oljeindustrien, viser artikkelen at det norske postkortfotografiet beveger seg på tvers av allerede etablerte kategorier for forskning på fotonhistorie, og derfor trenger sin egen sjanger i forskningen på det kulturhistoriske fotografiet.

Emneord: fotonhistorie, oljeindustri, postkortfotografi, postkorthistorie, prospektkort



Guro Tangvald
Forskningsbibliotekar
Nasjonalbiblioteket
guro.tangvald@nb.no

«Kva tid såg du sist eit postkort med fabrikk på?»¹ Spørsmålet er hentet fra den humoristiske postkortboka *Sjå, Ingebjørg! – før i tida: tekst og postkort i aspik* fra 2009.

Postkortets historie i Norge er nesten like gammel som den industrielle revolusjon, og helt fra begynnelsen av 1900-tallet var bedrifter og fabrikklegg viktige postkortmotiv. Dette ble spesielt synlig etter 2. verdenskrig da Norge skulle gjenoppbygges, velstand og kjøpekraft heves, og ny industri prioriteres. I tillegg til fjorder, snødekte vidder, bunader og gamle tradisjoner ble det viktig å markedsføre Norge som moderne og framgangsrikt. Landet skulle iscenesettes for tilreisende, både fra inn- og utland, og postkortfotografiet var sterkt til stede i det offentlige rom som et viktig element for å konstruere selve *bildet* av landet, og videreutvikle vår nasjonale identitet. I tillegg til fossefall mot blå himmel ble elementer som nye biler, kjøpesentre, og ikke minst fabrikker og andre tegn på teknologisk utvikling, vanlige postkortmotiv.

Men på 1990-tallet skjedde det et skifte. Industrien er fortsatt viktig for norsk økonomi, men den forsvinner fra postkortmotivet. Derav spørsmålet til Ingebjørg.

Denne artikkelen ser nærmere på hvordan én av disse industriene, norsk petroleumsvirksomhet, framstår i norsk postkortfotografi. Oljeindustrien er en viktig næringsvei for Norge, og er brukt i postkort for å promotere landet som et moderne reisemål. Industrien har flere klare, visuelle elementer, for eksempel oljeplattformen, som gjør den enkel å identifisere som motivkrets. For å vise hvordan oljen kom inn som et industrimotiv på 1970-tallet, for så å forbli i postkortet lenger enn mye annen industri inntil den forsvinner på 2000-tallet, trekker jeg også inn postkort fra blant annet Norsk jernverk og gruvedriften på Svalbard.

I denne artikkelen er ordet *postkort* forstått som et kort av kartong, vanligvis rektangulært, med et bilde på den ene siden og plass til en kort tekst, mottakers navn og adresse, samt frimerke og poststempel på den andre. Grunnlagsmaterialet er hentet fra postkortkategorien prospektkort.

I *Bokmålsordboka* defineres *prospektkort* som: «postkort med fotografi, særlig av et landskap, en bygning eller lignende, på den ene siden».² Prospektkortet er vanligvis fra et identifisert, geografisk sted, eller har tilknytning til et slikt via f.eks. bunader e.l.,

men i ytterkanten av denne gruppen kort kan man også finne titler som *Vinterstemning* og *Midnattssol*, hvor det geografiske stedet ikke er angitt. Disse kortene regnes likevel inn under kategorien prospektkort. Kortene jeg har sett på har i hovedsak formatet 10,5 x 15 cm, det såkalte storkortformatet. Grunnen er at dette var standardstørrelsen i perioden artikkelen behandler.

Når postkort og prospektkort heretter brukes om hverandre i teksten, mener jeg kort som faller innenfor disse kriteriene.

Behovet for forskning på nyere postkortfotografi

Det er skrevet mye om det norske postkortet og dets historie, men litteraturen omhandler i hovedsak den såkalte gullalderen, ca. 1900-1920-tallet. I 1988 kom boka *Vennlig hilsen: postkortets historie i Norge*³ og i 2005 kom *Norske postkort: kulturhistorie og samleobjekter*.⁴ Disse er begge viktige oversiktsverk, men omhandler bare så vidt tiden etter 1940. Det er også publisert mye lokalhistorisk litteratur med oversikt over eldre postkort. Typiske eksempler er «Hilsen fra ...»-bøkene: *Helsing frå Suldal*,⁵ *Hilsen fra Frelsesarmeen*⁶ m. fl. Kjennetegnende for disse utgivelsene er at de ikke omtaler postkort som selvstendige dokument, men bruker dem som illustrasjoner for å beskrive et annet tema.

Også i den internasjonale litteraturen er det postkortets gullalder som er best dokumentert,⁷ men det har vært tilløp til behandling av nyere postkorthistorie. Det er for eksempel utgitt flere bøker med bildene til den britiske postkortfotografen John Hinde⁸ som virket fra midten av 1950-tallet fram til 1972.

Innenfor fothistoriefeltet har heller ikke nyere postkortfotografi fått plass. Postkortets gullalder er nevnt hos Reiakvam⁹ og Erlandsen,¹⁰ men i boka *Norsk fothistorie: frå daguerreotypi til digitalisering*¹¹ blir postkortfotografiet ikke behandlet, ei heller i verket *80 millioner bilder: norsk kulturhistorisk fotografi 1855-2005*.¹² Dette kan skyldes at postkortfotografiet har mange paralleller til tidlige landskapsfotografer som Knud Knudsen, Axel Lindahl m. fl. Disse utviklet og tilpasset landskapsbildet for et turistmarked, hvor også prospektkortet befinner seg. Postkortet lener

seg tungt på det tradisjonelle landskapsfotografiet, men jeg mener dette er en for snever kategori å plassere det i.

Postkortfeltet er stort og mangefasettert. Ved å kartlegge hvilke motivtyper som finnes fra norsk oljeindustri og bruke disse som eksempel, vil jeg vise at postkortet beveger seg innenfor flere sjangre for kulturhistorisk fotografi, uten egentlig å passe helt inn i noen av dem. Denne bevegelsen tydeliggjør postkortfotografiets unike struktur og behovet for en helt egen sjanger. Feltet er lite undersøkt, og denne artikkelen er et ledd i å kartlegge området, og øke kunnskap om og forståelse av nyere, norsk postkortfotografi.

Oljeindustri i Nasjonalbibliotekets postkortsamling

Ifølge *Pliktavleveringslova* med forskrifter avleveres to eksemplarer av alle postkort produsert i Norge til Nasjonalbiblioteket.¹³ Dette gjelder alle kort produsert for salg eller annen offentliggjøring utenfor en privat krets. Pliktavlevering ble lovfestet allerede i 1815, og skulle tilsi at Nasjonalbibliotekets samlinger inneholder hele den norske postkortproduksjonen. Ved stikkprøver av enkelte kommuner viser det seg at samlingen er til dels svært mangelfull. Det er flere produsenter, også blant de store forlagene, som ikke har avlevert sin produksjon. For å fylle ut er det anskaffet et betydelig antall prospektkort via innkjøp og donasjoner. I tillegg har Nasjonalbiblioteket produksjonsmateriale (negativ, dias, prøvetrykk osv.) fra flere større postkortforlag. Samlingen er likevel ikke komplett. Til artikkelen er det derfor benyttet noe tilleggsmateriale fra samlinger i andre institusjoner og hos private.

Prospektkortsamlingen ved Nasjonalbiblioteket er ordnet på fylke og kommune.¹⁴ For å finne motiv fra oljeindustrien, har jeg gjennomgått postkort fra kommuner hvor industrien har vært framtreddende ved for eksempel konstruksjon og verftsdrift, uttaingspunkter osv. Kommunene jeg har sett på er Hammerfest (Finnmark), Harstad (Troms), Stavanger (Rogaland) og Tromsø (Troms). Jeg har også sett på kort fra Sandefjord (Vestfold) hvor Framnæs Mekaniske Værksted har bygget og reparert oljeinnretning-

ger. Gjennom arbeidet med innkjøp til samlingen, fant jeg også ett motiv fra Åndalsnes (Rauma, Møre og Romsdal) hvor Norwegian Contractors bygget plattformer til Frigg-feltet på midten av 1970-tallet. Dette kortet er også innlemmet i det empiriske materialet. Av de 107 feltene som har produsert olje og gass på norsk kontinentalsokkel, ligger brorparten i Nordsjøen.¹⁵ Disse hører geografisk sett ikke til noen kommune, og er i Nasjonalbibliotekets samling plassert under emneordet «olje». Disse kortene er også med i mitt materiale.

Norsk oljeindustri var ikke ny på 1970-tallet, heller ikke på postkort. Som eksempel kan man på Digitalt-Museum (Sør-Troms museum) finne svart/hvitt-postkort fra Vestlandske Petroleumscompagnis anlegg i Samasjøen, Harstad. VPC importerte og solgte petroleumsprodukter fra 1891. Jeg har valgt å avgrense mitt materiale til den perioden Norge selv hentet opp olje. Motiv med tankanlegg for oppbevaring av importerte produkter er derfor ikke med i mine tall. Jeg har heller ikke undersøkt om det finnes postkort fra oljeselskapenes kontorbygg e.l. på land, da jeg ønsket å konsentrere meg om elementene som skiller motivkretsen fra andre postkortmotiv.

Postkortfotografi skapt med fargefilm ble utbredt i Norge mot slutten av 1950-tallet. Fra begynnelsen av 1960-tallet hadde fargene helt skjøvet ut svart-/hvitt-motivene, så artikkelens materiale er kun fargekort. Svart-/hvitt-opptak kunne bli brukt som et estetisk valg også i nyere kort, men dette har jeg ikke funnet.

Til sammen har jeg funnet 28 ulike fotografiske motiv knyttet til norsk oljeindustri i Nasjonalbibliotekets samling. I dette tallet har jeg ikke telt med ulike varianter av samme kort, for eksempel samme motiv ugitt med rett og bølgete kant. Med to unntak som behandles senere i teksten, har materialet jeg har funnet ved søk i eksterne samlinger samme motivtyper som kortene hos Nasjonalbiblioteket. Dette gjør meg trygg på at det jeg har funnet er representativt, selv om Nasjonalbibliotekets samling ikke er komplett.

Industri i det norske postkortmotiv

Postkort med industrimotiv ble produsert fra begynnelsen av 1900-tallet. Fra Norsk Hydros oppstart i 1905 er for eksempel hvert aspekt av virksomheten

rundt Rjukan og Notodden svært godt dokumentert i postkort. Monumentale betongbygg og røyk fra fabrikkpiper viste velstand og modernitet. Etter 2. verdenskrig ble denne typen motiv svært viktige for å demonstrere for tilreisende, men også for lokalbefolkningen, hvor fort Norge hadde reist seg. I souvenirbutikken sto kort med industrielle motiv side om side i postkortstativet med de nasjonalromantiske kortene.

På slutten av 1950-tallet og begynnelsen av 60-tallet var jernverket på Mo et symbol på teknologisk nyvinning. Norsk Jernverk ble vedtatt bygget i 1946, men produksjonen startet ikke før i 1955. Jernverket representerte utnyttning av norske råvareressurser og nyskaping.¹⁶ For alle som etter hvert fikk arbeid ved verket, betydde det også faste arbeidsplasser og materiell velstand. Jernverket var del av prosessen for å utvikle Norge til en moderne industrinasjon. Folketallet på Mo og i Nord-Rana steg, og den harde industriarkitekturen var noe man stolt viste fram. Kort 1 er bygget opp som et helt tradisjonelt landskapsfotografi. I forgrunnen til høyre er et furutre som skaper dybde i motivet, omtrent midt i bildet vannet som med sin skarpe farge skaper et skille mellom den grønne forgrunnen og den blå bakgrunnen, og de hvite fjelltoppene som gir et inntrykk av en evig fjellheim. Til høyre i forgrunnen er det plassert et vanlig postkortelement: en figur i rød genser som skaper blikkfang og kontrast. Og langs hele midten av motivet er det et stort industriområde med fabrikkpiper og røyk.

I boka *Photography and Landscape* fra 2012 ser forsker på miljøhumaniora, Rod Giblett, på historien til landskapsfotografiet med et blikk sterkt farget av miljøvern.¹⁷ Boka ender i en argumentasjon for at det må skapes en egen retning innen kunsthistorie som fokuserer på bærekraftig utvikling. Før han kommer til konklusjonen ser han på landskapsfotografiet med et blikk som også kan benyttes på postkortmotiv. Giblett definerer landskapsfotografi som «the creative, photographic inscription of the visual appreciation for the surfaces of the land».¹⁸ Landskapsfotografiet trenger altså ikke å avbilde uberørt natur, bare gjengi landskapets overflate. John Brinckerhoff Jackson, foregangsperson innen forskning på kulturlandskap, går enda lenger og sier at *landskap* er et: «system of space superimposed on the



Kort 1. 2049/28. Mo i Rana. Fotograf: ukjent, utgiver: Mittet & Co, ca. 1965.

face of the land [...] to serve a community».¹⁹ Jackson sier dermed at det ikke defineres som et *landskap* før det har spor av mennesker. I disse definisjonene av landskapsfotografi passer motivet fra Mo i Rana godt inn. Giblett skriver om smelteverksmotivene til den amerikanske landskapsfotografen Carleton Watkins, som virket i siste halvdel av 1800-tallet, at: «nature and industry were shown in these photographs to be organically harmonious».²⁰ I motivet fra Mo i Rana inngår industrien som en integrert del av landskapet. Dette er måten industrilandskapet framstår i norske postkort fram mot 1980-tallet: i harmoni med skog, fjell og fjord. På 1980-90-tallet skjer det derimot en endring, og industrien er ikke lenger attraktiv som postkortmotiv.

I boka *Kunsten å lese bilder* påpeker medieforsker og fotohistoriker Peter Larsen hvor viktig den voksende miljøbevisstheten var for endringer i det norske postkortmotiv. Med utgangspunkt i et

postkort fra Ålvik, Hardanger, skriver han (kort 2):

[...] en vel så viktig årsak [til at industrimotiver forsvant fra postkortene på 1980-tallet] er selvsagt at det i løpet av 1970-tallet skjedde noe med folks holdning til den kraftintensive industrien og dens konsekvenser for miljøet. I 1968 kunne man selge postkort fra Hardanger der severdigheten var et dampende, forurensende smelteverk. Ti år senere var det umulig.²¹

Ved gjennomgang av postkortproduksjon fra for eksempel Mo i Rana og Ålvik, ser jeg at industri og særlig rykende fabrikkpiper og andre industrielle inngrep i naturen i stor grad forsvinner fra motivene i tiårene etter at kortet fra Ålvik ble utgitt. Å promotere Norge som et moderne land handlet ikke lenger om store fabrikkanlegg, men om natur og aktiviteter som var i tråd med miljøsaken.



Kort 2. O-51-71. Norway: Ålvik, Hardanger. Fotograf: ukjent, utgiver: Normanns Kunstforlag, ca. 1968/69.

Ut fra mitt materiale finner jeg at det tar noe lengre tid enn det Peter Larsen antyder, og som jeg skal vise videre i teksten, var det to typer industri som holdt stand i postkortstativet lenge etter at fabrikkrøyken forsvant.

Det norske oljeeventyret

På baksiden av et postkort fra California utgitt i 1947 finner man følgende informasjon: «93% of all Crude Oil produced in the state comes from Southern California, some fields being so closely drilled that from a distance they resemble forests.»²² Kortet er fra en tid hvor framtidsoptimisme og troen på rikdom og velstand gjennom olje var stor, og en kan i dag kanskje trekke litt på smilebåndet av beskrivelsen. Men selv om oljeindustrien kom mye senere i Norge enn i USA, var den ikke mindre viktig i promoteringen av landet som en moderne industrinasjon og som et aspekt man ønsket å framheve for tilreisende. Den

ble heller ikke framstilt på en mindre idyllisk måte i postkortet.

I 1969 fant Phillips Ekofisk, et av de største oljefeltene noen gang funnet til havs.²³ Produksjonen fra feltet startet 15. juni 1971, og det norske oljeeventyret var i gang. Oljen ga et nytt løft til den norske økonomien, og postkortprodusentene fanget raskt opp potensialet for nytt innhold i prospektkortene. Oljeeventyret ble innlemmet i motivmangfoldet, og som smelteverket i Ålvik og Jernverket på Mo ble oljeplattformer gjengitt i postkort på lik linje med andre attraksjoner. I et prospektkort fra Harstad, utgitt av To-foto ca. 1989 er oljeplattformen gjengitt som en av byens severdigheter i et flerbildekort med tre små fotografier plassert i øvre halvdel av kortet, og ett stort bilde som utgjør hovedbilde.²⁴ Plattformen er gjengitt i midten av de små bildene, og omkranses til venstre av Adolffkanonen fra 2. verdenskrig som står på Trondenes fort, og til høyre av Trondenes kirke



Kort 3. L-F-60. Norge: Oljeboreplattform ved Stavanger. Fotograf: ukjent, utgiver: Normanns Kunstforlag, 1977. © Beskyttet av opphavsrett.

fra 1400-tallet. Hovedbildet i flerbildekortet er et kveldsprospekt med et nordlyslignende grønnskjær.

I kort 3 er plattformen plassert sammen med sommerlige elementer som båtliv og barn i badetøy. Motivet er stramt komponert med rette linjer som går igjen i barn og plattform. Etnolog Susan Barr skriver i boka *Hilsen fra Svalbard* fra 2011 om hvordan det å bruke personer som staffasje i bildene er en måte å illustrere «kontrasten mellom det lille mennesket og den mektige naturen». ²⁵ I postkortet fra Stavanger er det ikke bare det lille menneske mot den mektige naturen, men det myke og sårbare barnet mot det harde og industrielle uttrykket i betongplattformen. Samtidig fungerer plattformens gule topp som en slags erstatning for sommersola for å skape det perfekte sommerbildet.

I 1981 ga Norsk fly og flyfoto AS ut et postkort fra uttaingen av Statfjord B (kort 4). Kortet er et flerbildekort med tre ulike fotografier av plattformen.

Bildene innrammes i en skarpt rød, grafisk ramme av samme typen som var vanlig å bruke i flerbildekort med fosser, fjell og nasjonalromantikk. Til sammenligning utga for eksempel Normanns kunstforlag fra 1970-tallet og oppover flere kort med storslått natur fra Geiranger med tilsvarende røde ramme (kort 5).

Portrett, dokumentar og reportasje

En oljeplattform er ikke et levende individ, men hver rigg er unik og kan tildeles menneskelige attributter. I Nasjonalbibliotekets samling finnes det 9 plattformportretter, dvs. hvor oljeinstallasjonen framstår som hovedmotiv og vises på en måte som går utover ren dokumentasjon.

På lik linje med et godt portrett framhever postkortene plattformens karakter og naturlige miljø. Osebergfeltet gjengis for eksempel i røff sjø og mørk himmel for å understreke at det barske miljøet ikke er for hvem som helst. Statfjord B ²⁶ og Ekofisk



STATFJORD B

Kort 4. 20. Statfjord B Tow Out. Fotograf og utgiver: Norsk Fly og Flyfoto A/S, ca. 1981. © Beskyttet av opphavsrett.

Center²⁷ er fotografert mot blå himmel og blikkstilte hav for å tydeliggjøre installasjonenes skarpe farger og tilgjengelighet. Som fotografiene stolte foreldre får laget av sine barn hos portrettfotografen, framstår oljeportrettene som forseggjorte skrytebilder, og beveger seg dermed også inn mot reklamefotografiet. Dette får også støtte i baksidetekst. Postkortet fra Statfjord B, opplyser at dette er: «Verdens største flytende konstruksjon, verdens største slep, verdens dyreste plattform, verdens største forsikring, verdens største lagerenhet for olje, verdens mest komplette plattform ved uttauing, verdens største dekkvekt ved uttauing og høyde 271 m.»

Sju av postkortene i samlingen viser oljeplattformene under konstruksjon og uttauing. Enkelte av motivene tar i bruk klare fotografiske virkemidler som linjer, lys og kontrastfarger, mens andre er mer nøkterne og rett fram i sin gjengivelse av de uferdige riggene. Motivene befinner seg i grenselandet

mot dokumentar- og reportasjefotografi, men med sine postkortblå himler, skarpe kontraster, sommerkledd barn og grafiske elementer beveger de seg også utenfor grensene til disse sjangrene.

Framskritt og tradisjon

I promoteringen av Norge som et verdensledende land innenfor oljeleting og -teknologi kunne oljeplattformene framstå som harde, monumentale, og til dels skremmende med sine enorme konstruksjoner og sprutende flammer. Det var også viktig å holde på gamle tradisjoner i markedsføringen av Norge som turistland. Bunader, stabbur og fjordinger var fortsatt noe turister ønsket å oppleve. I postkortet kunne dette oppnås ved å sidestille det helt moderne og industrielle med mer tradisjonelle og myke elementer. I Nasjonalbibliotekets samling finner jeg blant annet et portrett av riggen West Epsilon i Sleipner B-feltet, utgitt i 1997 av ukjent utgiver. Fotografiet kunne



Kort 5. T-13-89. Norway: Geiranger. Fotograf: ukjent, utgiver: Normanns Kunstforlag, utgitt ca. 1974. © Beskyttet av opphavsrett.

framstått som industrielt og flatt, men plattformen er avfotografert med en tradisjonell seilbåt i tre som sammenstiller framskritt og tradisjon og gir mulighet for turisten til å oppleve begge verdener. Den samme effekten oppnås i flerbildekortet med tittel *Riggbesøk i Tromsø* (kort 6), hvor det voldsomme inntrykket av flammene fra plattformen stilnes noe ved å vise elementer fra den tradisjonelle fiskerinæringen. Som et portrett gir de sprutende flammene i kort 6 definitivt plattformen styrke og karakter, men postkortet er også ment for å vise at de to næringene kan eksistere sammen i harmoni, uten at den ene forskyver den andre.

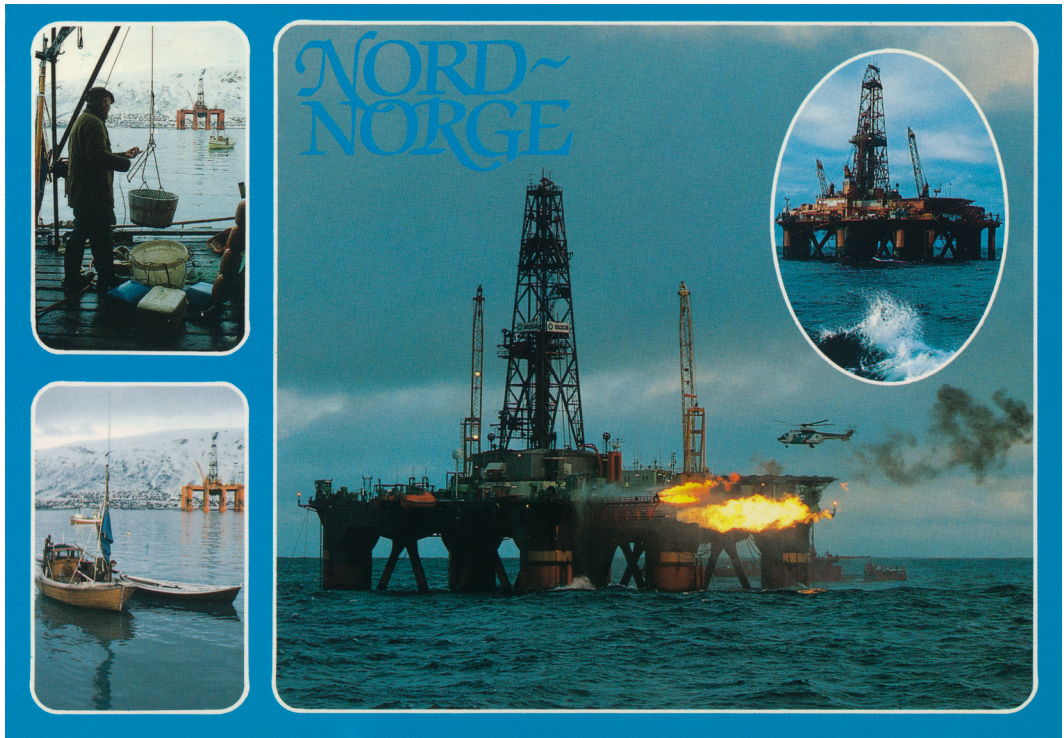
Oljeplattform i solnedgang

Den tyske fotografen Elmar Ludwig som jobbet for den britiske postkortfotografen John Hinde, uttalte: «Sunsets always sell, there's nothing better than a sunset. You wouldn't believe it; these things sell like

mad. You can't really have enough sunsets.»²⁸ Klisjéen «elg i solnedgang» har blitt en fellesbetegnelse for denne typen prospektkort som med mørke silhuetter og oransje og rosa fargetoner romantiserer motivene.

I Nasjonalbibliotekets materiale finnes det fem varianter av oljeplattform i solnedgang og midnattssol. Det mest dramatiske gjengis i kort 7. De fire andre viser et mykere lys med oransje, lilla og rosa toner. I disse framstår installasjonene mindre voldsomme, og føyer seg inn i linjene til fjellformasjoner og nattehimmel. I stedet for tung industri promoterer en romantisk oljedrøm.

I samme kategori som «plattform i solnedgang» tilhører også fem kort som viser oljeriggene i aftenlys og kveldsstemming. Fire av disse har prosaiske titler som *Hammerfest*, *verdens nordligste by* og *Rigg på havna i Hammerfest*. Men ett av kortene har en mer poetisk tittel: *Rigg i vinterlandskap* (kort 8). Tittelen er med på å forsterke det romantiske motivet



Kort 6. 87-6. Riggbesøk i Tromsø. Fotograf: ukjent, utgiver: To-foto, ca. 1990. © Beskyttet av opphavsrett.

som gjengir den opplyste plattformen mot det blå vinterlandskapet. Sammen med tittelen til kortnummer 80-28-9, *Rigg i midnattsol* [sic] (åpningsillustrasjonen), også fra To-foto, tilhører kort 8 kategorien postkort hvor geografisk sted ikke er angitt, men som allikevel regnes som prospektkort.

Den forsvunne oljearbeider

Mange postkort viser én eller flere personer plassert i motivet. Som i kortet fra Mo i Rana brukes de som staffasje for å skape blikkfang, kontrast og dybde. Det er også et virkemiddel som lar turistene plassere seg selv i motivet. I et landskap med mennesker er det enklere å se for seg at du selv har vært. I gruve-motivene fra Svalbard er det ofte med gruvearbeidere for å vise aktivitet, og for å la turistene delta. Men i kortene fra oljeindustrien er oljearbeideren påfallende fraværende. Hvor er hen? En oljearbeider har gjenkjennelige, visuelle elementer som lett kunne

vært benyttet på postkort: hjelm, oransje kjeledresser, tungt utstyr over skuldra osv. I Nasjonalbibliotekets materiale finner jeg ingen.

I en privat samling har jeg funnet to motiv som viser oljearbeidere. Postkortene har nummer 800/537 og 812/40, og er utgitt av Husmo-foto i samarbeid med FsH (Frimerker som Hobby). De ble produsert i forbindelse med utgivelsen av fire frimerkemotiv fra norsk offshore-industri i 1985. Kortene var rettet mer mot frimerkesamlere enn mot turister, og faller derfor utenfor det vanlige prospektkortet. En grunn til mangelen på mennesker i oljepostkortene kan være at turistene ikke kommer om bord på plattformene. Man ser dem bare fra land eller båt, og trenger dermed ikke illustrere noen form for aktivitet eller deltagelse. De avbildede plattformene kan også få et mer imponerende uttrykk når de fremmedgjøres på avstand uten et menneskelig ansikt. En mulig målgruppe for salg av oljekortene som mangler i denne



Kort 7. 832/133. Uttauingen av produksjonsplattformen «Statfjord C» i juni 1984. Fotograf: antatt Arnulf Husmo, utgiver: Husmo-foto, 1984. © Beskyttet av opphavsrett.

antakelsen, er oljearbeideren selv. Kort med motiv fra plattformene ble også solgt om bord,²⁹ slik at arbeiderne kunne sende dem hjem til familie og venner.

Det sublimе oljelandskapet

I tidligere nevnte *Photography and landscape* deler Giblett tradisjonelt landskapsfotografi inn i tre estetiske kategorier: «the sublime, the picturesque and the beautiful».³⁰ For å skille mellom det vakre og det sublimе, ser han blant annet til filosofene Edmund Burke og Immanuel Kant. Burke mener det sublimе fokuserer på «great and terrible objects», mens det vakre også kan handle om det som er smått og tiltalende. Kant framhever i tillegg at det sublimе må være enkelt, mens det vakre kan være ornamentert og utsmykket. Kant går videre, og deler det sublimе inn i «the dynamically sublime» og «the mathematically sublime». Det matematiske sublimе setter fornuften over naturen og selvet, mens det dynamiske

demonstrerer hvordan vi blir bevisst vår overlegenhet over naturen. Det er kanskje underlig å snakke om postkort med oljeinstallasjoner i samme åndedrag som kunst, men jeg vil påstå at noen av disse motivene berører grensen til det sublimе; det overveldende og makeløse. Giblett påpeker at det tidligere var opp til naturen å framkalle det sublimе, mens moderne industri nå er i stand til å skape den samme følelsen av ærefrykt.³¹ Kort 3 og 9 er eksempler. I byprospektet rager de enkle, monumentale betongbena over både det menneskeskaptе landskapet og de uberørte fjellene. I sommerbildet framstår plattformen som noe nesten surrealistisk i alt det blå. Den ruvende betongen representerer vår erobring og temning av naturen.

Den kanadiske fotografen Edward Burtynsky har gjennom 2000-tallet arbeidet med å dokumentere menneskets spor i landskapet. Gjennom flyfoto har han skapt sublimе og til dels grafiske kunstverk



Kort 8. 81-48-2. Rigg i vinterlandskap. Fotograf: ukjent, utgiver: To-foto, utgitt ca. 1984. © Beskyttet av opphavsrett.

med motiv fra blant annet oljeindustri og australske gruvelandskap. Kurator ved The National Gallery of Canada, Lori Pauli, sier om Burtynsky: «as an artist who is aware of the impact of industry upon the environment, he is fascinated by [...] the way in which technology has inadvertently created sublime landscapes.»³² Sett fra et miljøperspektiv problematiserer Rod Giblett denne typen kunstfotografi. Han mener estetiseringen av inngrepene i landskapet distanserer oss fra det skadelige, og gjør det lettere for oss å godta miljøødeleggelsene. Giblett plasserer fotografier som Burtynskys innunder det som er kalt «toxic sublime». Postkortfotografiet hører ikke innunder kunstfotografiet, men Gibletts betraktninger kan allikevel brukes om postkortmotivene fra oljeindustrien. Motivene er skapt for å framstille den norske oljen i et rent positivt, og til dels vakkert, lys. De skal promotere Norge som en sterk og moderne nasjon det er spennende for

turister å besøke. Sett med vår tids øyne opphøyer, rosemalar og romantiserer de en virksomhet vi vet er skadelig for miljøet.

Forsker ved the European Centre for Photography Research, Alfredo Cramerotti skriver: «photography is often a political act, even more so when forming a collective image of a place.»³³ I Nasjonalbibliotekets samlinger finner man, allerede fra slutten av 1970-tallet, postkort hvor oljeindustrien framstilles som en miljøsynder. Disse kortene faller ikke innunder definisjonen for prospektkort, men ble brukt i miljøvernaksjoner fra foreninger som Norges Naturvernforbund. Prospektkortene på sin side demonstrerer derimot at oljen kan sameksistere med vakker natur og gamle tradisjoner, og blir på denne måten, sannsynligvis ufrivillig, et ledd i en politisk sak for å fremme Norges økonomi gjennom olje. Giblett, som ser på landskapsfotografiet med en klar agenda i forhold til bærekraft og miljøbevissthet, er kanskje



Kort 9. M-2152/103. Stavanger. Fotograf: ukjent, utgiver: Mittet & Co., ca. 1986. © Beskyttet av opphavsrett.

noe streng når han snakker om «the unholy alliance between nature, nation and corporation»³⁴ i forhold til landskapsfotografi, men i lys av Giblett er det i dette området solskinnbildene av oljen befinner seg.

Kunstkritiker John Berger sier: «The past is never there waiting to be discovered, to be recognized for exactly what it is. History always constitutes the relation between a present and its past.»³⁵ Med andre ord må glansbildene av oljeindustrien som presenteres for oss i postkortene, ses på i lys av sin tid, men man må også være oppmerksom på at måten vi ser bildene på samtidig er farget av vår egen tids konvensjoner. Oljekortene kan nok i dag framstå som naive i sin postkortblå framstilling av oljen, men motivene handler ikke bare, slik Giblett kanskje mener, om makt over naturen, men om stolthet over norsk skaperevne og optimisme for fremtiden.

Fra aktualitet til nostalgi

Utover på 1980- og 90-tallet forsvinner den «rykende

industrien» ut av postkortmotivet. Av hensyn til en økende miljøbevissthet var det ikke røyk fra fabrikkpiper turistindustrien ønsket å promotere. Det at oljeproduksjonen kom i gang først på 1970-tallet gjør at denne industrien oppstår som motivtype i det tidsrommet annen industri er i ferd med å forsvinne ut av postkortet. Oljeplattformer kunne gi tilreisende den følelsen av eksotisme man ofte søker på reise, uten at det gikk på bekostning av Norges rykte i miljø-saken. Så sent som i 1987 uttaler postkortprodusent og engros-selger, Knut Olsen i firmaet R. Brekke Eftf. i Narvik: «Bevisst har vi kuttet ned på utvalget av alle kortene som viser samer stående ved siden av reinsdyr. Vi ønsker heller å vise fram litt av det moderne Nord-Norge, med blant annet oljeplattformer.»³⁶ Sitatet illustrerer hvorfor oljeindustrien levde som postkortmotiv lenge etter at annen industri var «visket ut» fra *Bildet* av Norge. Ikke bare var oljeindustrien fortsatt til stede i postkortet, den ble ofte valgt til fordel for de mer tradisjonelle motivene.

Men så snur det: Kortet fra West Epsilon, utgitt 1997, er det nyeste kortet jeg finner i Nasjonalbibliotekets samling. Utover på 2000-tallet finner jeg ingen prospektkort knyttet til olje som industri. Den dukker kun opp som et historisk element, blant annet med motiv fra Norsk Oljemuseum i Stavanger. I 2008 hadde oljeplattformene vært ute av postkortmotivet lenge nok til at motivet i kort 3 ble ansett som en kuriositet. Det ble da brukt som forsidemotiv på andreutgaven av boka *Hilsen fra Lykkelandet*, en bok som ser på 1960- og 70-tallets postkort med et humoristisk og nostalgisk blikk.

Oljeindustrien som postkortmotiv har nå blitt en del av fortida, noe vi ser på gjennom det fotohistoriker Geoffrey Batchen kaller «a distorting haze of modernist nostalgia».³⁷

Gruvedrift på Svalbard

På Svalbard er gruvedrift og kullkraftverk fortsatt en viktig næringsvei. Dette er opprettholdt i postkortene, og gruveaktivitet går igjen i flere ulike motiv, også i 2021. I Normann Aunes nyeste postkortkatalog kan det bestilles postkort av gruvearbeidere med sotete fjes.³⁸ Selv om miljøkonsekvensene av kull som energikilde er allment aksepterte, har altså ikke gruvedriften på Svalbard forsvunnet ut av postkortet slik som oljen. Gruveindustrien gjengis ikke bare som en turistaktivitet hvor man besøker historiske, nedlagte gruver, men som en aktiv og fullt levende industri. Jeg er usikker på hvorfor gruveindustrien har overlevd i postkortet, når olje og annen industri har forsvunnet. En grunn kan være gruvedriftens dype, historiske røtter som er mye eldre enn vår oljetradisjon. En annen grunn kan være at gruvedrift er noe besøkende på Svalbard faktisk kan oppleve på kroppen ved å besøke museumsgruvene.

I 2017 vedtok Stortinget at gruveaktiviteten i Svea og Lunckefjell³⁹ skulle legges ned, og i 2021 besluttet ledelsen i Store Norske Spitsbergen Kullkompani å avvikle driften i Gruve 7,⁴⁰ den siste kullgruva i drift i Norge. Oppryddingsarbeidet skal være ferdig i 2028. Det vil i de nærmeste årene være interessant å se hva som skjer med gruvedriften i Svalbard-postkortene. Det gruvemotivene i dag viser, er at deler av den norske industrien fortsatt holder stand i postkortet.

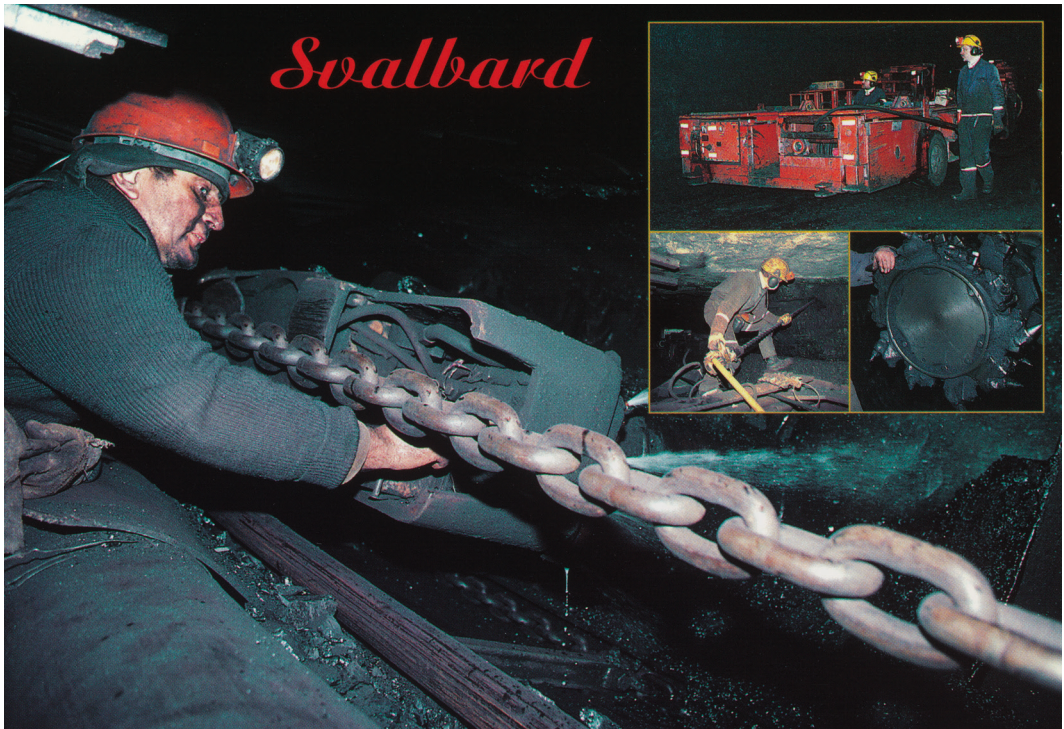
En egen plass for postkortografiet i fotohistorien?

Antall oljerelaterte kort i Nasjonalbibliotekets samling er noe mindre enn forventet. Selv om oljen er en viktig næringsvei, er den likevel begrenset til noen få geografiske steder. Dette er med på å begrense antall utsalgspunkter for kortene. Jeg hadde allikevel forventet å se flere motiv fra hver plattform; fra ulike vinkler, i ulike værforhold e.l. Det at turister kun ser plattformene på avstand, kan ha begrenset salget av kortene, og dermed forklare det lave antallet kort fra hver installasjon.

Det som har overrasket mest i arbeidet med materialet er fraværet av mennesket. Vårt fotavtrykk er definitivt til stede i konstruksjonene som ruver over naturens konturer, men bortsett fra barna i kort 3 og fiskeren i kort 6, er det ingen mennesker i motivene. Jeg hadde forventet å finne oljearbeideren, både som et visuelt symbol for å gi oljeindustrien et mykere og mer tilnærmet ansikt, og som en erstatter for den som skulle sende kortet hjem til familie og venner. Jeg er usikker på hva som er grunnen til fraværet. I materialet fra gruveindustrien er gruvearbeideren med sitt sotete ansikt tydelig til stede i postkortmotivet, det samme gjelder i motiv fra annen type industri.⁴¹ Igjen så kan dette skyldes distansen oljeplattformen ses fra, men jeg tror ikke dette er hele svaret.

Et annet punkt som har tredd fram under arbeidet er det sublime og voldsomme i disse bildene. De enorme konstruksjonene som rager over landskapet, frambringer følelser av ærefrykt og kan med vår tids blikk krysse grensen over i det Freud kalte «the uncanny».⁴² De framkaller en følelse av ubehag det er vanskelig å klart definere opphavet til. På den tiden postkortene ble produsert var de idylliske, skrytende og framtidsoptimistiske. I dag er det lett å betrakte kortene som noe mer urovekkende. I kort 3 kan man for eksempel forestille seg hvordan de sårbare barna ser utover havet mot en dystopisk framtid. Som John Berger påpeker, vil man alltid se på fortiden i lys av nåtiden, men for å få en riktig forståelse av dette materialet må det undersøkes i kontekst av sin samtid og sin funksjon.

Postkortografiet kan ses i lys av teorier fra kunsthistorien, men hører i historieskrivningen til under



Kort 10. Norge. Kullgruvedrift på Svalbard. Fotograf: T. Risholt, Torfinn Kjærnet, utgiver: Aune Forlag, 1997. © Beskyttet av opphavsrett.

kulturhistorisk fotografi. Med sine klart definerte konvensjoner - blå himmel, smilende mennesker, skarpe kontraster, midnattssol og storslått natur - formidler det glansbilder av øyeblikk vi har opplevd som ligger utenfor hverdagen. På lik linje med reklamefotografiet er det et oppstilt bilde av virkeligheten.

Jeg forsøkte å plassere postkortene fra oljeindustrien inn i etablerte kategorier fra det kulturhistoriske fotografiet, som landskapsfotografi, portrett- og dokumentarfotografi. Selv om alle kortene har ett eller flere element som veier tungt for å plassere dem i én fotografisk kategori, kan de fleste også plasseres i en eller flere andre grupperinger. Inndelingen viste seg derfor å bli flytende og lite nyttig. Materialet beveger seg fram og tilbake mellom sjangrene, og trekker virkemidler fra alle for å oppfylle sin funksjon. Ved å overføre disse erfaringene til å gjelde hele produksjonen av prospektkort i nyere tid hvor antall ulike motiv vil være enda større, er det svært tydelig at postkortet trenger sin egen historieskriving.

For å kunne utføre den forskningen dette feltet fortjener, må det anerkjennes som en helt egen sjanger, og skrives om med grunnlag i den. Det er mange blanke flekker i historien til det nyere, norske postkortfotografiet, men ved å innse at det er et eget felt innenfor fotohistorien, har man kommet et stykke på vei.

Noter

- 1 Huus 2009: 69
- 2 Språkrådet & Universitetet i Bergen 2020
- 3 Ulvestad 1988
- 4 Ulvestad 2005
- 5 Roalkvam 2008
- 6 Eikeseth 2010
- 7 Eksempel: Cure 2018
- 8 Eksempel: Lee 1993, Abadie & Beale 2007
- 9 Reiakvam 1997
- 10 Erlandsen 2000
- 11 Larsen & Lien 2007
- 12 Ekeberg & Lund 2008
- 13 Pliktavleveringslova 1989, Nasjonalbiblioteket 2021
- 14 Ikke oppdatert for siste kommune- og regionsreform

- 15 Tollaksen, Smith-Solbakken & Ryggvik 2020
- 16 Børresen 1995: 1
- 17 Giblett & Tolonen 2012
- 18 Giblett & Tolonen 2012: 15
- 19 Jackson 1984, sitert i Pauli 2009: 10
- 20 Giblett & Tolonen 2012: 77
- 21 Larsen & Lien 2008: 301
- 22 896. A southern California Oil Field. Utgiver: Longshaw Card Co., ca. 1947. I privat eie
- 23 Norsk oljemuseum 2020
- 24 87-25. Harstad. Fotograf: ukjent, utgiver: To-foto, ca. 1989
- 25 Barr 2011: 54
- 26 24. Statfjord B. Fotograf og utgiver: Norsk fly og flyfoto AS, ca. 1981
- 27 829/562. Ekofisk Center. Fotograf: ukjent, utgiver: Husmo-foto, ca. 1986
- 28 Lee 1993: 64
- 29 L. J. Nedland, ansatt på Oseberg og Gullfaks B fra 1998 personlig kommunikasjon, 29. og 30. mai 2021
- 30 Giblett & Tolonen 2012: 63
- 31 Giblett & Tolonen 2012: 25
- 32 Pauli 2009: 11
- 33 Giblett & Tolonen 2012: 9
- 34 Giblett & Tolonen 2012: 18
- 35 Berger 2008: 11
- 36 Falch 8. august 1987: 3
- 37 Batchen 2008: 130
- 38 Normann Aune 2021
- 39 Bergersen & Mogård 2018
- 40 Bårdseth 4. mars 2021: s. 8
- 41 Eksempel: H-14-98. Norge: Mår kraftverk, Rjukan. Kontrollrom. Utgiver: Normanns kunstforlag
- 42 Giblett & Tolonen 2012: 81

Litteratur

- Abadie, M. & Beale, S. (red.). (2007). *Nothing to Write Home About: Celebrating the Heyday of the British Holiday Postcard: A Collection of John Hinde Postcards and their Messages*. London: Friday.
- Barr, S. (2011). Postkort fra Svalbard. I B. Løvland & G. Sandbo (red.), *Hilsen fra Svalbard: postkort, frimerker, poststempler* (s. 53-57). Oslo: Dreyer.
- Batchen, G. (2008). Snapshots. *Photographies*, (1:2), s.121-142. <https://doi.org/10.1080/17540760802284398>
- Berger, J. (2008). *Ways of Seeing* (ny utg.). London: Penguin books.
- Bergersen, T. & Mogård, L. E. (2018, 16. januar). Gigantoppyrdding på Svalbard: - Et helt samfunn skal fjernes. *NRK*. Hentet fra https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/gigantoppyrdding-pa-svalbard_-_et-helt-samfunn-skal-fjernes-1.13868182
- Børresen, A. K. (1995). *Drømmer av stål: A/S Norsk jernverk fra 1940-årene til 1970-årene* (Skriftserie fra Historisk institutt nr. 10). Trondheim: Historisk institutt, Universitetet i Trondheim.
- Bårdseth, A. (2021, 4. mars). Gruve 7 er ryddet i 2028. *Svalbardposten*, s. 8.
- Cure, M. (2018). *Picturing the Postcard: A New Media Crisis at the Turn of the Century*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Eikeseth, P. H. (2010). *Hilsen fra Frelsesarmeen: 261 postkort fra inn- og utland*. Oslo: Frelsesarmeen.
- Ekeberg, J. & Lund, H. Ø. (Red.). (2008). *80 millioner bilder: norsk kulturhistorisk fotografi 1855-2005*. Oslo: Press.
- Erlandsen, R. (2000). *Pas nu paa!: nu tar jeg fra hullet!* Våle: Inter-View.
- Falch, K. (1987, 8. august). Narvik er byen der det myldrer av kort. *Fremover*, s. 3. Hentet fra https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fremover_null_null_19870808_85_181_1
- Giblett, R. & Tolonen, J. (2012). *Photography and Landscape*. Bristol: Intellect.
- Huus, E. (2009). *Sjå, Ingebjørg – før i tida!: tekst og postkort i aspik*. Bergen: Kapabel.
- Johansen, E. & Sørum, Steffen (Red.). (2008). *Hilsen fra Lykkelandet: 60- og 70-tallets Norge på postkort* (2. utg.). Oslo: Cappelen.
- Larsen, P. & Lien, S. (2008). *Kunsten å lese bilder*. Oslo: Spartacus.
- Larsen, P. & Lien, S. (2007). *Norsk fotohistorie: frå daguerreotypi til digitalisering*. Oslo: Samlaget.
- Lee, D. (1993). *Hindesight*. Dublin: The Irish Museum of Modern Art.
- Nasjonalbiblioteket. (2021). Pliktavlevering. Hentet fra <https://www.nb.no/pliktavlevering/>
- Normann Aune. (2021). Turistkort. Hentet fra <https://normannaune.no/turistkort/>
- Norsk oljemuseum (2020, 2. september). Ekofisk. Hentet fra <https://snl.no/Ekofisk>

- Pauli, L. (2009). *Manufactured Landscapes: The Photographs of Edward Burtynsky* (6. utg.). Ottawa: National Gallery of Canada i samarbeid med Yale University Press.
- Pliktavleveringslova. (1989). Lov om avleveringsplikt for allment tilgjengelege dokument (LOV-1989-06-09-32). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/1989-06-09-32>
- Reiakvam, O. (1997). *Bilderøyndom, røyndomsbilde: fotografi som kulturelle tidsuttrykk*. Oslo: Samlaget.
- Roalkvam, R. (red.) (2008). *Helsing frå Suldal: postkort 1890-1960*. Sand: Suldal sogelag.
- Språkrådet & Universitetet i Bergen. (2020). Bokmålsordboka. Hentet fra <https://ordbok.uib.no/>
- Tollaksen, T. G., Smith-Solbakken, M., Ryggvik, H. (2020, 30. november). Petroleumsfeltene på norsk kontinentalsokkel. Hentet fra https://snl.no/Petroleumsfeltene_p%C3%A5_norsk_kontinentalsokkel
- Ulvestad, I. (2005). *Norske postkort: kulturhistorie og samleobjekter*. Oslo: Damm.
- Ulvestad, I. (red.). (1988). *Vennlig hilsen: postkortets historie i Norge*. Oslo: Aventura.