

Mellom borealisme og orientalisme

Fortellinger og forestillinger om «de andre» i nordlysturismen

Stein R. Mathisen

Institutt for reiseliv og nordlige studier, UiT Norges arktiske universitet, Campus Alta.
stein.r.mathisen@uit.no

Abstract

The article takes as its point of departure a media narrative, relating that Northern Lights tourists from the East are not only visiting the northern areas to experience the celestial phenomenon, as their actual hope is to conceive under the Lights. According to alleged old beliefs in the East, this is supposed to give handsomer, healthier, and more intelligent children. The location of these beliefs in the touristic border zone, and relating it to modern tourism imaginaries and myths, opens new perspectives for the understanding of these narratives. Discussing one possible mediated background for what eventually turns into a migratory legend answers some questions. However, the further development and metamorphosis of the legend, and finally its materializations in the tourism industry opens new perspectives on narrated relations between hosts and guests.

Keywords:

- *Northern Lights Tourism*
- *Imaginations*
- *Borealism*
- *Orientalism*
- *Guide narratives*

Nordlysturister har i de siste tiårene kommet strømmende fra Østen og til de nordlige områdene av jordkloden for å oppleve det spektakulære naturfenomenet Aurora Borealis. Samtidig med veksten i denne nye nordlysturismen dukket det opp fortellinger og myter i ulike medieframstillinger. Fortellingene er om turistene fra Østen, først om de som kommer fra Japan, men senere også om turister fra Kina. Det fortelles at de ikke bare foretar den lange og nokså kostbare reisen for å se på og beundre nordlyset, men også for å unnfange barn under skinnet fra dette naturfenomenet. Dette skal etter sigende henge sammen med

gamle trosforestillinger i Østen om at barn som blir unnfanget under det flammende nordlyset skal bli penere, mer intelligente og lykkeligere enn andre barn. I følge mediefortellingene har erfarne nordlysjegere og guider godt kjennskap til disse mytene, og de har blitt gjenfortalt muntlig og i en rekke andre media og kanaler, som for eksempel nettstedet som informerer om og reklamerer for nordlysturisme, og nettaviser og vanlige papiraviser som skriver om reiselivsprodukter knyttet til nordlyset. Et britisk selskap skriver for eksempel slik om japansk fascinasjon for nordlyset på sine nettsider:

In Japanese culture, the belief is that a child conceived underneath the Northern Lights will be blessed with good looks, intellect and good fortune. Indeed, there is a fascination with the Aurora in South East Asia and it is no coincidence that visitor numbers from the likes of Japan, Singapore and Malaysia have increased significantly in recent times (The Aurora Zone).

Dersom man imidlertid prøver å finne opplysninger om dette i folkloristisk eller religionsvitenskapelig faglitteratur, er resultatet nedslående. Forestillinger om nordlyset er i det hele tatt lite eller ikke kjent i disse kulturene. Og det er naturlig nok, siden himmelfenomenet aldri vil være synlig i disse delene av verden (kanskje med unntak av de nordligste delene av Japan, der det i svært sjeldne tilfeller kan vise seg). Japanske turister som i noen av de intervjuene det skal refereres til nedenfor har blitt spurt om de kjenner til disse trosforestillingene, har svart benektende. Noen japanske turister er overrasket og finner det fornærmende at folk i Vesten i det hele tatt kan ha slike forestillinger om dem. Andre kjenner til at folk i Vesten har denne oppfatningen av deres japanske kultur, og ser på dette faktumet med alt fra sinne til mild overbærenhet. Det er altså nok et eksempel på at i møtet mellom verter og turister er forestillinger om «de andre» ikke alltid basert på fakta, men mer myter, fordommer og stereotype oppfatninger. Det spesielle i dette tilfellet er at dette dreier seg om oppfatninger av de besøkende eller turistene, og ikke (slik tilfellet vanligvis er) om oppfatninger av den innfødte befolkningen som nettopp disse turistene besøker (Mathisen 2014; Salazar 2013).

Fra et folkloristisk synspunkt har formidlingen av trosforestillingene om østlige turistenes spesielle forventninger til nordlyset,

og måten det fortelles på, spesiell interesse. Det samme gjelder sammenhengene der formidlingen skjer, og hvilke kanaler det forgår gjennom. Det er ikke bare interessant fordi det er mulig å kjenne igjen forteller-motiver som settes i sammenheng med eldgamle kulturelle trosforestillinger, for så å opptre i moderne og nåtidige sammenhenger. Det er også interessant fordi fortellinger om turister fra Østen innenfor nye og samtidige kontekster skaper nye situasjoner og former for framføring innenfor den industrien som nordlysturismen er en del av. Fortellingene som immaterielle fenomen blir i sin tur transformert ikke bare til nye fortellinger og nye opplevelser, men tilsynelatende også iverksatt som økonomiske investeringer, byggeprosjekter, virksomheter og en rekke andre mer materielle og håndfaste størrelser.

Disse sammenhengene skal få en første nærmere undersøkelse i denne artikkelen. Det første empiriske utgangspunktet er både løst og ikke så lett å plassere. Ifølge de mediene som artikkelen bygger på er det et seiglivet rykte blant mennesker som arbeider innenfor reiselivsbedrifter og turisme i de nordlige periferiene av den vestlige verden, som kretser rundt hva som er det egentlige motivet for japanske turistenes sterke ønske om å få oppleve nordlyset. Ganske snart får dette ryktet også sitt narrative mønster, og det får utforminger og innhold som gjør at folklorister ville kalle det for et moderne vandresagn (Brunvand 1999; 2000). Sagnet får så sin faste versjon i flere forskjellige medieframstillinger. Men det stanser ikke her, og sagnet materialiseres etter hvert også i forskjellige former for tilretteleggelser i den raskt voksende nordlysturismen i disse områdene. Dokumentasjonen av dette er interessant, men likevel er målet først og fremst å finne en mulig forklaring på hvorfor disse fortellingene i det hele tatt har oppstått i disse konkrete sammenhengene.

Fortellinger, forestillinger og turister

Fortellinger og myter danner utgangspunktet for mange av de attraksjonene som turistene besøker. Dette dreier seg om ofte om versjoner av fortiden og den lokale kulturen, som er dynamiske og foranderlige, og som ofte påvirkes av relasjonene i det turistiske møtet, både på makronivå og mikronivå. Turistene er på utkikk etter å finne holdpunkter for romantiserte forestillinger og fortellinger om steder og folk, enten de er sanne eller ikke, og enten turistene selv tror på dem eller ikke. Det var dette Dean MacCannell (1976) kalte «search for authenticity», men som mange turismeforskere i dag velger å kalle «tourism imaginaries» (Salazar 2011; Salazar & Graburn 2014). Hovedpoenget er at de romantiserende fortellingene ikke alltid skildrer virkeligheten, og svært sjelden den samtidige virkeligheten som turistene besøker. Slik noen forskere har vist, kan etter hvert mangelen på slike «autentiske» mennesker og kulturelle forhold på destinasjoner føre til at lokalbefolkningen «tvinges» til å kle seg og oppføre seg mest mulig i forhold til en mer tradisjonalsert utgave av dem selv. Ofte modelleres dette etter beskrivelser som tidligere har blitt gjort av kulturforskere eller antropologer (se Salazar 2013). I disse presentasjonene får guidene en særstilling, siden de organiserer opplevelsen. Dersom dette skal være vellykket, må de kjenne forestillingene til både de besøkende og lokalbefolkningen. De kan på denne måten bli en slags trickster-figurer.

Her er vi ved et annet særtrekk ved moderne opplevelsesturisme, at mye av det som vises fram for turistene er satt i scene og arrangert. Det er dette Dean MacCannell kaller «staged authenticity» (1976:91). Det lar seg selvfølgelig vanskelig gjøre når det gjelder naturfenomenet nordlys. Men skulle selve hovedattraksjonen utebli eller la vente på seg, så blir omgivelsene og menneskene

som guider turistene desto viktigere, og måten de framstår på blir avgjørende for hvordan totalopplevelsen av turistproduktet blir oppfattet. Dette betyr ikke at et slikt kunstig arrangement nødvendigvis oppleves som falskt eller som en form for lureri. Turistene kan likevel ha en følelse av autenticitet, selv om de kjenner til at det hele er arrangert for deres skyld. «Iscenesatt autenticitet» er mer en anerkjennelse av det faktum at turistopplevelsen er avhengig av at noen elementer blir iscenesatt, og at et eller annet skal framføres på denne arrangerte scenen (Edensor 2001).

Men det spesielle stedet der disse forestillingene foregår er også viktig. Det er dette Edward Bruner kaller «the touristic borderzone» (Bruner 2005:192), et grenseområde der den innfødte lokalbefolkningen framfører turistenes egne forestillinger om «de Andre», mens begge, både framførere og tilskuere, egentlig er klar over at skuespillet er konstruert. Følelsen av ekthet blir større når nordlysopplevelsen knyttes nærmere sammen med lokale og innfødte kulturer og levemåter (Mathisen 2014; 2017). Derfor er inuitter og samer, trekkhunder og reinsdyr viktige ingredienser i disse iscenesettelsene av nordlyset, i tillegg til de eksisterende kulissene av snø og kulde. På denne måten skapes omgivelser som på samme tid er virkelige og imaginære, realistiske og mytiske. Nordlyset kan forklares naturvitenskapelig, men framstår i denne konteksten som magisk når det starter sitt skuespill på himmelen.

Men den turistiske grensesonen utspiller seg ikke bare i en mikrokontekst. Forholdet mellom besøkende turister og de som blir besøkt henger også sammen med andre og større relasjoner i den postkoloniale vestlige konteksten. Slik Edward Said beskrev i boka *Orientalism* (1978) kommer dette til uttrykk i Vestens beskrivelser av Østen i kjølvannet av kolonialisering og påfølgende

industrialisering. De eksotiserende beskrivelsene kunne i sin tur legitimere et vestlig politisk og økonomisk hegemoni, og etablere et subtilt hierarki mellom forskjellige kulturelle uttrykk. Tilsvarende trekk, som er relevante i denne sammenhengen, finnes i det som kan betegnes som *borealisme*, et begrep som den svenske idehistorikeren Gunnar Broberg lanserte om beskrivelser av nordlige kulturer, landskap og mennesker (Broberg 1982:78). Med dette mente han en særlig interesse for det eksotiske og det primitive i de nordlige områdene. Dette kom særlig til uttrykk i koloniseringens og polarekspedisjonenes tidsalder, og hos tidlige oppdagere og turister som reiste i nord. Slike holdninger har fått en ny renessanse i den blomstrende nordlysturismens interesse for nordområdene, og rekonstruksjoner av primitive kulturformer som en del av turistproduktene (Mathisen 2014; 2017; Olsen 2004).

«Where do old ideas go to die?» spør Barbara Kirshenblatt-Gimblett retorisk i boka *Destination Culture*, og svarer selv: «Tourism, a museum of the consciousness industry» (1998:176). Både orientaliserende og borealiserende presentasjoner av fremmede kulturer er høyst aktuelle i turistiske framstillinger i dag, og bidrar til å skape hierarkier mellom mennesker. Men disse prosessene blir sjelden identifisert som hegemoniserende, nettopp fordi de foregår i den turistiske grensesonen, der det er uklart om det som framstilles har noe med virkeligheten eller med fantasien å gjøre. Det eksotiske og det erotiske henger ofte sammen, særlig i orientaliserende framstillinger (Said 1978). På denne måten kommer det kolonialiserende slektskapet som turismen befinner seg i likevel fram, det finnes objekter, natur, ressurser og kvinner som kan erobres og tas i besittelse. Lignende fortellermotiver settes i sving i den moderne nordlysturismen. Jakten på nordlyset, noen ganger feminisert

som den flyktige damen Aurora Borealis, kombineres med jakten på opprinnelig og jomfruelige landskap, i selskap med representanter for romantiserte og «ekte» innfødte i dette uberørte landskapet, og deres domestiserte trekkdyr. Det er imidlertid viktig å være klar over at slike fortellinger i turismen ikke er årsaken til en kolonialiserende relasjon, men likevel et resultat av slike relasjoner (Bacchilega 2007:3).

Det er derfor litt uventet når dette hegemoniserende perspektivet plutselig snus, og det er de besøkende gjestene fra Østen som blir gjenstand for orientaliserende beskrivelser fra den innfødte nordlige lokalbefolkningen de kommer for å besøke. Nå er det gjestene som settes i forbindelse med gamle trosforestillinger om nordlyset, og ikke bare de nordlige innfødte (som vanligvis har fått denne rollen, se Mathisen 2014) og vertene som arrangerer dette skuespillet, der Aurora Borealis for øvrig alltid er i hovedrollen. Gjestene fra Japan (og etter hvert flere land i Østen) får også tildelt en rolle, og ikke bare som turister. De er også der for å lage pene og intelligente barn under nordlyset, sier fortellingene. Kanskje er det noen av turistguidene som har opptrådt som trickstere, og snudd litt om på maktrelasjonene i møtet mellom vert og gjest?

Forholdet mellom verter og gjester i turismen er komplisert og inneholder både positive og negative opplevelser for begge parter i denne relasjonen (Smith 1989). Uansett om disse fortellingene om japanernes aktiviteter under nordlyset er basert på myter om «de Andre», eller simpelthen på usanne rykter og skrøner, så er det likevel viktig å se på dem som kommunikasjoner som har utgangspunkt i virkelige møter mellom nordlysturister og opplevelsesproduserende turistarbeidere. Men siden kommunikasjonen i disse møtene er i omtrent like stor grad basert på imaginære forestillinger og myter om «de Andre» som

på møtet med virkelige mennesker, må også forståelsene av hva som skjer i dette møtet bli preget av ambivalens og tvetydighet. Det primære siktemålet i denne sammenhengen er derfor ikke å «avsløre» at fortellingene om japanernes virksomhet under nordlyset eller påstandene om deres motivasjon for å reise til de subarktiske områdene ikke nødvendigvis har noe med virkeligheten å gjøre. Som vi skal se, kan det moderne vandresagnet om japanerne som har sex under nordlyset fortelles på mange måter, og det spres gjennom flere forskjellige kanaler og mediale uttrykk. Det er ikke vanskelig å se at et viktig element i fortellingene om turistene fra Østen er humor. Men å undersøke fortellingene om turistene i nettopp de kontekstene der de har blitt fortalt handler mer om å finne bakgrunnen for at de blir fortalt, for så å prøve å forstå dette i større sammenhenger.

Fortellinger om selsomme scener under nordlyset

De mest eksplisitte versjonene av fortellingene om turister som har sex under nordlyset ligger nær turistguidens arbeidsområde, og har et muntlig preg. De fleste vil forbinde seksualitet og turisme med aktiviteter som foregår under vesentlig varmere himmelstrøk enn nord for polarsirkelen, på steder med sol og strender, og der folk har lite klær på seg. Altså helt andre omgivelser enn de subarktiske områdene som det her er snakk om, med temperaturer godt under minus 20 °C, og der turistene har på seg lag på lag med klær for å unngå forfrysninger mens de venter, ofte i timevis, på å få se det spesielle naturfenomenet som nordlyset er.

Fortellingene om japanske turister som har sex under nordlyset har altså i utgangspunktet en muntlig form, men blir ofte referert skriftlig i alt fra avisintervju med nordlysguiden til magasinartikler om nordlysde-

stinasjoner. Det kan virke som om disse fortellingene først ble fortalt i Alaska, der den japanske nordlysturismen først ble etablert i noe større omfang. Men senere har vandresagnet spredd seg til andre destinasjoner i det subarktiske området der nordlyset viser seg. Noen ganger er fortellingene formet som personlige opplevelser, men er likevel såpass oppsiktsvekkende at man kan begynne å undre seg over om dette ikke er slike dramatiseringer som guider av og til kan komme til å benytte seg av i et arbeide der gjentakelsene av fakta blir mange, og der det er et visst behov for humoristiske innslag for å lette på stemningen og skape litt latter blant tilhørerne.

En islandske reiseguide med navnet Haukur forteller på det islandske nettstedet *Total Iceland* om en opplevelse han hadde i 2001. En gruppe med nordlysturister var på vei tilbake til Reykjavik fra Thingvellir, da nordlyset hadde et plutselig utbrudd på himmelen over dem.

I could not believe it. They demanded we stop and loudly so and when the driver finally did and opened the door they jumped right out into the icy snow and started making out like it was the most natural thing in the world. Except it wasn't since it was minus three outside. Still they took their time out there while others on the bus just watched silently in disbelief. Nobody said a word when they came back aboard (*Total Iceland* 2014).

Nettstedet forklarer selvfølgelig denne høyst ukonvensjonelle oppførselen med at dette er en del av disse asiatiske turistene sin kultur. Fra hjemlandet har de med seg den eldgamle myten om at barn som blir unnfanget under nordlyset skal bli både vakrere, klokere, lykkeligere og friskere enn andre barn. Og da er det vel bare normalt at de ønsker det beste for sitt framtidige avkom?

Det finnes en rekke slike fortellinger på ulike nettsider, som alle påstår å bygge på øyenvitneskildringer fra troverdige og navngitte personer som har sitt arbeide innenfor nordlysturismen. Det handler om japanske par i full virksomhet i snøen, som så vidt unngår å bli overkjørt av en guide som kommer kjørende med et turistfølge i en beltebil. Om slike hendelser er versjoner av vandresagnet, eller om det i det hele tatt virkelig har skjedd, er selvfølgelig vanskelig å finne ut av. Om det har skjedd, kan det være et eksempel på det Linda Dégh og Andrew Vázsonyi (1983) kaller «Ostensive Legend-Telling», som innebærer at noen har latt seg inspirere av en fortelling eller et sagn, for så å omsette det til handling.

Disse fortellingene om japanere som har sex under nordlyset i offentlige sammenhenger har også et meta-budskap om turister (fra Østen) som ikke helt forstår den kulturelle sammenhengen de besøker, og hvilke normer som gjelder der. Slike fortellinger om turister som dummer seg ut i en ny situasjon med nye skikker har et stort omfang, og produserer naturlig nok stadig nye motiver. En fortelling om japanske turister som var nokså utbredt på Vestlandet for 30 års tid siden, handlet om en japansk turist som fikk servert lefse (innpakket i plast) på en ferge. Han pakket ut lefsa, brettet den ut, og tørket seg omhyggelig i ansiktet med den (i den tro at det var en våtserviett), med det resultat at hele ansiktet ble tilgriset med smør, sukker og kanel. Denne fortellingen hørte jeg selv på det tidspunktet muntlig overlevert i Bergen, og så vidt jeg kan huske ble det også fortalt at noen selv hadde opplevd episoden på et Widerøe-fly. Det som i hvert fall er sikkert, er at flyselskapet Braathen laget en reklame på basis av denne fortellingen, med to scener. I den første scenen tar japaneren feil av en Vestlandslefse (som var standard innhold i Braathens flymat) og en våtserviett, med samme resul-

tat som i fortellingen ovenfor. I neste scene byr flyvertinnen ham på en våtserviett, men han avslår høflig, og peker på magen for å vise at han er mett (YouTube 22/11 2010). En diskusjon under reklamefilmen som er lagt ut på nettstedet YouTube, viser at slett ikke alle japanere forstår dette som humoristisk, men tvert imot tar det fornærmelig opp. Men en annen ting som dette eksemplet viser, er at det er meget kort vei fra slike muntlig spredte vandresagn, og over til presentasjoner i andre media. Dette skal vi se nærmere på i neste eksempel på formidlingen av vandresagnet.

«Northern Exposure»: TV-seriens versjon av vandresagnet

Det har vært gjort mange forsøk på å finne opphavet til den antatt eldgamle japanske forestillingen om at man kunne unnfange lykkelige, intelligente og vakre barn under nordlyset. Nettsider som spesialiserer seg på å avsløre falske rykter og vandresagn (Snopes.com; *Rocket News 24*) mener å ha funnet svaret i en fjernsynsserie som var svært populær i USA på begynnelsen av 1990-tallet, «Northern Exposure». Dette var en amerikansk serie som gikk på CBS fra 1990 til 1995, med totalt 110 episoder på ca. 45 minutter over 6 sesonger (Wikipedia; IMDb). Handlingen foregår i småbyen Cicely (et oppdiktet stedsnavn) i Alaska, der en nyutdannet lege fra en urban jødisk familie i New York blir sendt for å arbeide på en 4-årskontrakt fordi han tidligere har mottatt et utdanningsstipend fra staten Alaska. Serien la opp til å fortelle om kulturkollisjonene den unge urbane legen møtte i småbyen i Alaska, men serien fikk etter hvert større og større fokus på de mange originale karakterene som manusforfatterne etablerte i dette småbymiljøet.

I seriens tredje sesong, episode 20 («The Final Frontier») møter man en av seriens



Åpningsbildet i TV-serien
Northern Exposure.

hovedpersoner, Maurice Minnifield (spilt av Barry Corbin). Han er en lokal størrelse i småbyen, og han er tidligere NASA-astro­naut, men nå har han store eiendomsinteresser i området. Derfor interesserer han seg for absolutt alt som foregår i byen, og særlig slikt som det kan knyttes nye forretningsideer til. To homofile menn, Ron og Erick (Dough Ballard og Don McManus) har åpnet et bed & breakfast-hotell, The Sourdough Lodge i Cicely, og har nå stor suksess med å sørge for overnatting for store grupper av japanske turister som kommer til byen. Av en slags misunnelig interesse, og med et løn­nlig håp om å få vite mer om forretningskonseptet deres, har Maurice gått med på å holde et foredrag for de besøkende japanske turistene om sin tid som astronaut for NASA. Han står foran et lydhørt publikum i et tett­pakket forelesningsrom, der en simultanoversetter gjengir hver setning han sier på japansk. Men plutselig har en av de kvinnelige japanske

turistene fått øye på noe utenfor vinduet. Hun peker ut og roper: «Hajimete!» Hun har sett de første grønne lysene som varsler et nordlysutbrudd. Slik gjengis den påfølgende handlingen på nettstedet *Rocket News 24*:

As if on cue, the Japanese all start filing out of the room in twos, some hand in hand. The last couple shouts out an enthusiastic ‘Thank you. See you later!’ as they leave. The befuddled Maurice has no idea what is going on.

The two men who own the Sourdough, and who are in the audience, stand up and address Maurice. ‘I’m sorry Maurice, we really should apologize.’ They go on to say, ‘The Aurora Borealis becomes very visible about 10:30.’

Maurice: So?

Owners: That's why they [the Japanese] come.

Maurice: Why? To look at the Aurora Borealis?

Owners: Not to look at it, no. To copulate under it.

Maurice: What?!

Owners: It's Japanese folk wisdom. If you consummate your marriage under the Northern Lights, you will have a gifted child.

As Maurice attempts to comprehend that the Japanese are all in their rooms fulfilling their sexual fantasies under the Aurora, the owners appropriately end the scene by asking him: 'Want some Cognac?'

The next day, the owners of the Sourdough see Maurice on the street and apologize again. 'I'm sorry, we should have warned you,' they say.

'All that coitus taking place under one roof is a little disconcerting,' Maurice admits (*Rocket News* 24, 14/2 2015).

Men kan denne episoden virkelig være hele forklaringen på denne meget utbredte forestillingen? Journalisten Jerry Garrett hadde i 2007 en reportasje i *The New York Times* om den japanske nordlysturismen til området rundt Fairbanks, Alaska, der særlig Chena Hot Springs Resort er et populært reisemål for japanere. Her fikk han selvfølgelig også høre om vandresagnet med japanerne fra guidene, men det ble avvist som en forestilling som helt og holdent var skapt av fjernsynsserien *Northern Exposure*. Jerry Garrett tok seg umaken med å undersøke saken

nærmere. I et intervju med manusforfatteren som er kreditert for den aktuelle episoden, Jeffery Vlaming, kom det fram nye detaljer om hvordan fortellemotivet kom inn i fjernsynsserien. Han forklarte at det slett ikke var han som fant opp dette ryktet:

«I picked up a copy of Alaska magazine, and there was this quarter-page article in there about some ancient belief that was held by the Japanese that if you conceived a child under the northern lights, it would be a gifted child,» he said, referring to an article in the November 1991 issue of the magazine. «I thought, 'This is great — exactly the colorful type of thing I'm looking for.' So I put it in the script, and 'Northern Exposure' bought it. It was one of their best episodes ever, I think» (*The New York Times* 2/3 2007).

Dermed er man like langt, eller så langt som man som regel kommer når det gjelder å oppspore det «egentlige» opphavet til et moderne vandresagn. Dette oppsporingsarbeidet blir ikke enklere selv om det finnes flere skriftlige kilder. Forestillingen om at det skulle finnes en gammel japansk tradisjon om at intelligente og vakre barn ble unnfanget under nordlyset fantes der allerede før TV-serien gikk på lufta. Men det må være riktig å anta at manusforfatterens bruk av ryktet i serien førte til en svært stor spredning av fortellemotivet, langt ut over de lokalsamfunnene i Alaska der det ble fortalt, og der det kanskje hadde oppstått som en slags forklaring på den plutselige tilstrømmingen av nordlysinteresserte japanske turister. Så kan kanskje TV-serien også ha ført til at enkelte japanere selv har begynt å tro på fortellingen (Avrech 2002:77), for så å legge reisen, med tilleggende aktiviteter, til et område der det skulle være mulig å få oppleve det fantastiske nordlyset.

Faksimile av lokalavisen Tromsøs oppslag i papiravisen.



HER LAGER JAPANERNE BARN: Det er visstnok knyttet en rekke myter til elskov under nordlyset i Japan. Nordlysetrommet på Scandic er populært blant turistene. Foto: Scandic

Hit kommer japanere for å ha nordlys-sex

Japanske turister strømmer til dette hotellrommet på Scandic for å lage velskapte barn.

Å ha sex under nordlyset skal visstnok ifølge japanske myter gi gutterbarn, pene barn eller lykkelige barn.

Nordlysturistene har de siste årene strømmet til byen, i Tromsø har tidligere skrevet at vinterturismen for tiden overgår sommerturismen. Og en stor andel av de besøkende er japanere.

Pene barn

Historien jeg har hørt er at om et par har elskov under nordlyset, kan det føre til mange pene barn. Om det er sant har jeg ikke fått bekreftet, forteller nordlysguide Ivar Haugen i Tromsø Safari til iTromsø.

Haugen befinner seg i Tokyo i Japan når iTromsø tar kontakt.

Her i Tokyo er det i alle fall mange pene barn. Det kan jo tyde på at vi har hatt mange nordlysturister, sier han.

Nordlysetrom

På Scandic i Tromsø har de innredet et eget nordlysetrom – som er særlig populært blant japanerne – med nordlyslignende belysning i taket. Er det overskyet i løpet av Tromsø-oppholdet, har japanerne en siste sjanse til å få unngjørt elskoven under nordlyset.

Dobbelt sengen på hotellrommet er selvfølgelig plassert med utsikt mot fjellene på Kvaløya og nordlyset.

Her er det nok blitt laget mange japanske gutterbarn, slår event-planlegger Robert Karlsen på Scandic fast.

Rommet ble innredet for ti år siden, og hadde da en svimlende prislapp. Da iTromsø besøkte hotellet var rommet opptatt.

Det var før min tid som hotelldirektør, men jeg har hørt at det kostet rundt 1,5 millioner å lage. Det er vel mye for et enkelt hotellrom. Vi hadde italienske designere her for å innrede det, forteller hotelldirektør Kjell Olav Pettersen.

Pettersen forteller at de fleste turistene som har besøkt hotellet i år har fått se nordlyset.

Vi har hatt en utrolig bra sesong, med fine forhold og mye aktivitet på himmelen.



MYTEOMSPUNNET: En elskovsstund under nordlyset skal ifølge japanere gi en heldig effekt.

Se flere bilder på iTromsø.no



PREBEN OLSEN

preben@itromso.no • 452 71 473



TOM BENJAMINSEN (FOTO)

tom@itromso.no • 906 10 122

Nordlys-sex på et hotell i Tromsø

Men at noen hadde pekt på at forestillingen om at japanerne ønsker å unnfange barn under nordlyset kanskje måtte tas med en klype salt, syntes ikke å påvirke nye markedsføringsframstøt lenger øst i det subarktiske området. I løpet av det første tiåret

av 2000-tallet opplevde turistnæringen i de nordlige områdene av Skandinavia en nærmest eksplosjonsartet vekst av turisme i vintersesongen. Dette var en sesong som tidligere hadde vært svært stille, og denne veksten skyldtes så og si utelukkende interessen for nordlyset. Flere forhold dro i

samme retning. Økt solaktivitet og magnetiske stormer førte i seg selv til at det virkelig var større nordlysaktivitet på den nordlige himmelen enn tidligere. Men nye turistmarkeder hadde også dukket opp med flere blomstrende økonomier i Østen, og det hadde vært en større satsning på markedsføring av de nordlige områdene som et reise-mål også i vinterhalvåret. I denne markedsføringen var nordlysturisme en viktig bestanddel. Man hadde også innenfor turistnæringen sannsynligvis fått med seg at nordlyset allerede var utgangspunktet for en voksende turismenæring i Canada og Alaska, og mente at det måtte være mulig å få til noe lignende i Skandinavia.

I løpet av denne prosessen har også ryktet om at japanerne kom til områder med nordlys for å unnfange intelligente og vakre barn fulgt med på lasset. 25. februar 2013 kunne en overskrift i avisa *iTromsø* melde at: «Reiser til Tromsø for å ha nordlys-sex» (*iTromsø* 25/2 2013). Videre fortelles det i en underoverskrift: «Til dette rommet på Scandic strømmer japanerne for å lage velskapte barn» (ibid.). Et foto av det som kan se ut som et nokså ordinært hotellrom med en dobbeltseng, men med et heller ekstraordinært valg av belysning, har denne forklarende billedteksten:

Det er visstnok knyttet en rekke myter til elskov under nordlyset i Japan. Nordlyset rommet på Scandic er populært blant turistene (*iTromsø* 25/2 2013).

Journalisten Preben Olsen har flere interessante detaljer om dette spesielle nordlysrommet som hotellet har innredet, og som han ganske riktig får opplyst skal være særlig populært blant japanske turister. Rommet har også det journalisten beskriver som:

[...] en nordlyslignende belysning i taket. Er det overskyet i løpet av Tromsø-opp-

holdet, har japanerne en siste sjanse til å få unnagjort elskoven under nordlyset (ibid.).

Men det er flere bestrebelser på å legge godt til rette for de aktivitetene som skal foregå på dette nordlysrommet:

Dobbeltsengen på hotellrommet er selvfølgelig plassert med utsikt mot fjellene på Kvaløya og nordlyset. – Her er det nok blitt laget mange japanske guttebarn, slår event-planlegger Robert Karlsen på Scandic fast (ibid.).

For innenfor moderne og oppdatert turistutvikling har man forstått at det ikke er nok for turistene med bare fin natur, storartede landskap og spektakulære naturfenomen som turistene passivt kan betrakte. Man må også kunne by på egnede og tilrettelagte aktiviteter, det er aktivitetsturisme som gjelder nå for tiden. Event-planlegging er like viktig som utformingen av frokostmenyer.

Og slik tilretteleggelse koster penger, så det må være nøye gjennomtenkt og planlagt dersom investeringene skal gi noen avkastning. Det kommer fram i intervjuet med direktøren for Tromsøhotellet at dette rommet ble planlagt og innredet allerede ti år tidligere (altså i 2003), og at det den gangen ble sett på som en stor investering:

Det var før min tid som hotelldirektør, men jeg har hørt at det kostet rundt 1,5 millioner å lage. Det var vel mye for et enkelt hotellrom. Vi hadde italienske designere her for å innrede det, forteller hotelldirektør Kjell Olav Pettersen (ibid.).

Rommet er en god del dyrere enn de vanlige standard hotellrommene, men var altså populært blant turister fra Japan. På det

tidspunktet da journalisten laget denne reportasjen var nordlysrommet opptatt.

Destinasjonsselskapet Visit Tromsø hadde på dette tidspunktet en japansk informasjonsmedarbeider, Hijiri Takaki fra Nagano, og hun forteller i den samme reportasjen at Tromsø på denne tiden er et meget populært reisemål for nygifte japanere. Hun forteller videre:

Å se nordlyset skal øke sjansene for å få barn. Noen sier at det vil føre til et lykkelig ekteskap, lykkelige barn eller flere barn, sier hun (ibid.).

Men hun peker også på at akkurat sex under nordlyset kanskje ikke er den eneste grunnen til at Tromsø har så mange turister fra Østen. Ved siden av den forbedrede økonomien til noen mennesker i denne verdensdelen, kan reiselysten mot de nordlige områdene også ha andre grunner. For japanere framstår Tromsø som et unikt reisemål. I tillegg til nordlyset har de muligheten til å oppleve en eksotisk kultur og en helt spesiell atmosfære, hevder den japanske informasjonsmedarbeideren (ibid.).

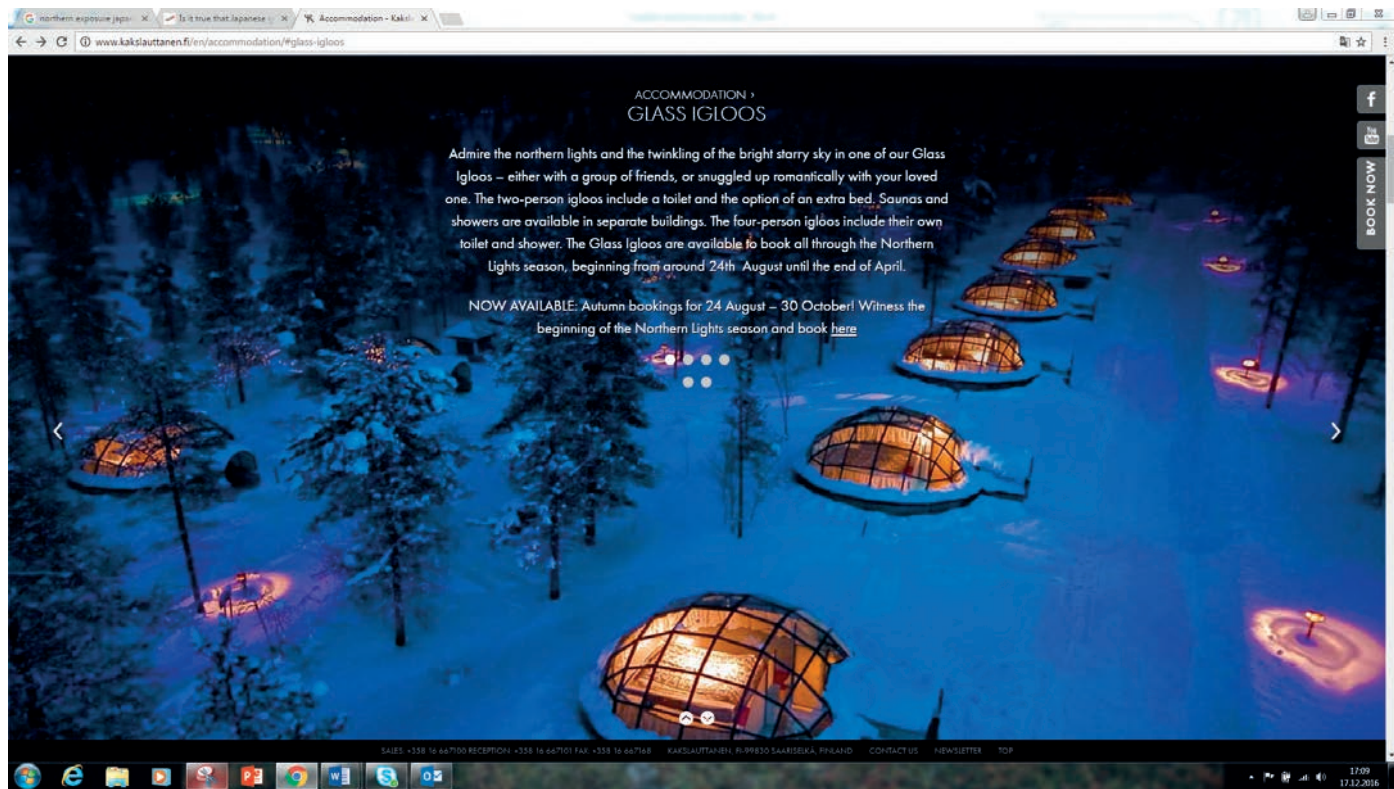
Hovedtrekkene som det fortelles om i denne reportasjen i *iTromsø* ble slått opp i en rekke andre norske aviser på denne tiden, og etter hvert også på en del internasjonale nettsider. Mer enn nyhetsverdien er det kanskje akkurat verdien av den gode historien bak dette hotellrommet som gjør at den stadig kan gjentas. I den moderne medie verden der «klikk-verdien» av et oppslag også har en økonomisk verdi på linje med abonnenter og reklameinntekter, har slike saker absolutt sin berettigelse. Men kanskje forteller den ved nærmere ettertanke noe mer om forholdet mellom besøkende turister og deres vertskap enn vi får øye på ved første øyekast? Det virker som om kunnskapen om den nye turistgruppen foreløpig er relativt liten, og man ser ikke helt for seg det økono-

miske potensialet denne turismen kan få. Derfor er det ikke så nøye å undersøke turistgruppens egne forestillinger og ønsker. Men ansettelsen av en japansk informasjonsmedarbeider i Visit Tromsø virker lovende for framtiden.

Glass-igloer på geledd i Saariselka

I Saariselka i finsk Lappland virker det som om man har gjort enda større økonomiske investeringer for å legge forholdene materielt til rette for de angivelige japanske mytene om sex under nordlyset. Eller er det snakk om de samme forestillingene om turister fra Østen? Her finnes turistanlegget Kakslauttanen Arctic Resort (www.kakslauttanen.fi). På begynnelsen av 2000-tallet begynte dette turistanlegget å bygge en spesiell type glassigloer, som skulle være spesielt egnet for å kunne betrakte nordlyset. I praksis er det en dobbeltseng med en glasskuppel over. Fordelen er at man fra liggende posisjon kan betrakte nordlyset på himmelen over, og man behøver heller ikke å fryse, siden temperaturen inne er over 20 plussgrader Celsius. Bortsett fra en behagelig seng er disse «hotellrommene» spartansk utstyrt, men det finnes et toalett som er på størrelse med et flytoalett. Aktiviteter i dobbeltsenga ville utvilsomt bidra til å gjøre denne turistopplevelsen mer meningsfull. Også dersom det var nordlysaktivitet på himmelen overfor. Men her nevnes dette ikke eksplisitt på noen måte i turistanleggets markedsføring. Det finnes ikke en gang subtile hentydninger til slike aktiviteter i markedsføringsmateriellet.

Til gjengjeld har stedet vært trukket fram i en rekke reisereportasjer i aviser, reiselivsmagasiner og nettsteder med fokus på nordlysturisme. Der blir det ofte gjort et poeng av aktiviteten i sengene, og hvorfor dette er så viktig for turister fra Østen. Slik turiststrømmen var på denne tiden, hadde bedrif-



Skjerm bilde av markedsføringen av nordlysopplevelser i glassigloer på nettstedet www.kakslauttanen.fi.

ten selvfølgelig ansatt en japansk medarbeider. Nettstedet DinSide.no har intervjuet denne medarbeideren, som heter Kimiyo Yemmeememoto. Hun forteller at fra gammelt av skal det være slik at det betyr lykke å se nordlyset, og at man kan bli velsignet med et guttebarn.

Men nå om dagen tror ikke japanere på slik overtro. Jeg hadde ikke hørt om dette før jeg kom hit til Lappland, fortsetter Yemmeememoto (*DinSide.no* 14/12 2005, min understrekning).

Det blir ikke helt klart om den japanske medarbeideren viderefremidler gammel japansk tradisjon, eller om hun bare formidler arbeidsgiverens fortellinger om hva japansk tradisjon etter sigende skal være. For disse fortellingene og mytene om japanernes trosforestillinger er utvilsomt en del av en forretningsidé som etter hvert har fanget et stort marked i Østen. Allerede i 2005 da dette intervjuet ble gjort mottok Hotel &

Igloo Village Kakslauttanen (som det da het) rundt 5000 japanske turister årlig som kom dit for å oppleve nordlyset og kulden om vinteren. På dette tidspunktet hadde anlegget bare fem slike glassigloer. Senere er det bygget langt flere, slik at det i dag finnes over 20 slike glasskupper spredd rundt på turistanlegget. Turister fra Japan og Kina har utvilsomt en stor fascinasjon for nordlyset, og det er et marked som er i sterk vekst. Men dermed har også denne kundegruppen blitt en vesentlig økonomisk faktor i driften av anlegget, og man burde passe seg vel for å fornærme en slik gruppe av gjester på noen måte.

Når man besøker hjemmesidene til dette turistanlegget (Kakslauttanen Arctic Resort) er det heller ingen direkte referanser til verken sexturisme eller gamle japanske myter om å unnfange barn under nordlyset, eller andre orientaliserende presentasjoner. Det eneste måtte være at dersom man kjente til disse mytene og fortellingene, så ville det finnes klare visuelle konnotasjoner i det rike

billedmaterialet på hjemmesidene. Og en annen sak er de mange reportasjene i vestlige nettaviser og andre nettsider som omtaler anlegget, og som legger stor vekt på at dette er selve stedet for å ha sex under nordlyset (for eksempel *adressa.no* 14/12 2005; *DinSide.no* 14/12 2005). Disse gjenfortellingene kan dermed bidra til å befestе disse mytene, om ikke blant de japanske kundene, så i hvert fall blant de skandinaviske leserne av disse artiklene.

Men det er tydelig at akkurat dette turistanlegget har sett noe av den sårbarheten som man kan utsettes for dersom man bare har en historie å fortelle. Derfor finnes det langt flere muligheter for opplevelser i Kakslauttanen Arctic Resort enn bare glassigloene. Her kan turister også få kjøre med reinsdyr, ake på akebrett og kjelke, kjøre med hunder, eller drive med isfiske. De kan besøke julenissens hjem, overnatte i snøhuler, bade i islagte vann, eller besøke verdens største røykbadstue. De kan kjøre snøskuter, og de kan ta en drink i isbaren. Det er også sommeraktiviteter, da kan turistene for eksempel fiske eller drive med gullgraving (Kakslauttanen Arctic Resort). Nesten enhver forestilling og fortelling om det å leve i nordområdene, mer eller mindre borealiserende, er forsøkt gjenskapt, om enn på en forenklet og lettere industrialisert måte. Etter beste evne blir primitivt liv likevel rekonstruert på en måte og innenfor slike sammenhenger at en akseptabel komfort er sikret for kritiske, internasjonale besøkende.

Mangetydige fortellinger i den turistiske grensesonen

Noe av turismens dilemma ligger akkurat i dette skjæringspunktet der man forsøker å gjenskape miljøer som skal oppleves som ekte, autentiske og etnografisk korrekte, samtidig som den moderne, internasjonale

turismens krav om sikkerhet, komfort og nytelse kan tilfredsstilles. Moderne turisme vil gjerne være både økologisk, moralsk og økonomisk bærekraftig, og det er viktig at både de landskapene og de menneskene som besøkes blir behandlet på en respektfull måte. Men det er her det kan oppstå et dilemma mellom noen av de forestillingene om de nordlige områdene og deres innbyggere som en del av turistenes hjemlige forestillingsverden, og den virkelige, moderne verden som disse lokale vertene lever sitt daglige liv i. Å bringe store mengder av opplevelshungrige turister ut i en sårbar arktisk natur, for å oppleve uberørt kultur og natur, er heller ikke helt uten komplikasjoner. Samtidig gir turismen nye økonomiske muligheter i marginale områder, der det ellers kan finnes små muligheter for økonomisk fortjeneste. Opplevelsesbedriftene kan være små virksomheter uten mange ansatte, eller de kan være større og mer industrialiserte bedrifter. Men de som arbeider har likevel som sin hovedoppgave å levere de besøkendes meningsfulle opplevelser, ved å føre dem inn i lokale arbeidsmåter, skikker, trosforestillinger og fortellertradisjoner. Det er dette som legger grunnlaget for at tilreisende turister kan få sine fortellinger og forestillinger virkeliggjort som opplevelser, eller riktigere: de får tilfredsstilt sine forventninger om å møte folk som lever i nær kontakt med naturen og imponerende naturfenomen. For at disse forventningene skal møtes, må imidlertid vertsfolket i noen tilfeller ta et skritt tilbake, og vise fram en lett «etnografisert» utgave av seg selv.

Fortellingene om turistene fra Østen og deres spesielle ønsker om aktiviteter under nordlyset har oppstått i denne samme «turistiske grensesonen» (Bruner 2005), der fortellingene må konstrueres og tilpasses denne spesielle konteksten. Erfaringene til turistguidene preges av den tvetydige posisjonen de plasseres i, klemt mellom lokalbe-

folkningens oppfatninger av seg selv og deres moderne hverdagskultur på den ene siden, og turistenes fortellinger og forestillinger om dem på den andre siden. Derfor kan vandresagnet forstås som en kommentar til de kompliserte relasjonene som etableres i denne grensesonen, mer enn som en skildring av faktiske forhold. Men så er det jo slik med sagn og fortellinger, at selv om de ikke er «sanne», så kan de av og til materialisere seg ikke bare som episke strukturer, men også som handlinger og bygningsmessige konstruksjoner. Det kan turismen levere mange eksempler på. Men så er det også slik at fortellingene om disse materielle strukturene godt kan endre seg underveis.

Litteratur

- Avrech, Gloria 2002. Aurora Borealis: Finding the Inner Light. *Psychological Perspectives: A Quarterly Journal of Jungian Thought*, vol.44, nr. 1, s. 70–79.
- Bacchilega, Cristina 2007. *Legendary Hawai'i and the Politics of Place. Tradition, Translation, and Tourism*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Broberg, Gunnar 1982. Lappkaravaner på villovägar. Antropologin och synen på samerna fram mot sekelskiftet 1900. *Lychnos. Lärdomshistoriska Samfundets Årsbok* 1981–82, s. 27–86.
- Bruner, Edward M. 2005. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. Chicago, University of Chicago Press.
- Brunvand, Jan Harold 1999. *Too Good to Be True: The Colossal Book of Urban Legends*. New York, W.W. Norton & Company.
- Brunvand, Jan Harold 2000. *The Truth Never Stands in the Way of a Good Story*. Urbana, University of Illinois Press.
- Dégh, Linda og Vázsonyi, Andrew 1983. Does the Word 'Dog' bite? Ostensive Action as a means of Legend-Telling. *Journal of Folklore Research*, vol. 20, nr. 1, s. 5–34.
- Edensor, Timothy 2001. Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice. *Tourist Studies* nr. 1, s. 59–81.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1998. *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley, University of California Press.
- MacCannell, Dean 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York, Schocken Books.
- Mathisen, Stein R. 2014. Nordlys, magi og turisme. *Din. Tidsskrift for religion og kultur* nr. 1, s. 69–92.
- Mathisen, Stein R. 2017. Northern Lights Experiences in the Arctic Dark. Old Imaginaries and New Tourism Narratives. I Young-Sook Lee, Nina K. Prebensen og David B. Weaver (red.). *Arctic Tourism Experiences: Production, Consumption & Sustainability*. Wallingford, CABI, s. 67–78.
- Olsen, Kjell 2004. The Touristic Construction of the 'Emblematic' Sámi. I Siikala, Anna-Leena, Barbro Klein og Stein R. Mathisen (red.). *Creating Diversities. Folklore, Religion and the Politics of Heritage*. Helsinki, Finnish Literature Society, s. 292–305.
- Said, Edward 1978. *Orientalism*. New York, Pantheon Books.
- Salazar, Noel B. 2012. Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research*, vol. 39, nr. 2, s. 863 – 882.
- Salazar, Noel B. 2013. Imagineering Otherness: Anthropological Legacies in Contemporary Tourism. *Anthropological Quarterly*, vol. 86, nr. 3, s. 669–696.
- Salazar, Noel B. og Graburn, Nelson H.H. (red.) 2014. *Tourism Imaginaries. Anthropological Approaches*. New York, Berghahn Books.
- Smith, Valene L. (red.) 1989. *Hosts and*

- Guests: The Anthropology of Tourism.* Philadelphia, University of Pennsylvania Press. (Førsteutgave 1977).
- Swain, Margaret Byrne 2014. Myth Management in Tourism's Imaginariums: Tales from Southwest China and Beyond. I Salazar, Noel B. og Nelson H.H. Graburn (red.). *Tourism Imaginaries. Anthropological Approaches.* New York, Berghahn Books, s. 103–124.
- Kilder**
- abcnyheter.no* 25/2 2013. Strømmer til Tromsø for å ha sex. <http://www.abcnyheter.no/reise/2013/02/25/168571/strommer-til-tromso-ha-sex> (besøkt 26/6 2016).
- adressa.no* 14/12 2005. Japanere vil ha sex i nordlys. <http://www.adressa.no/nyheter/utenriks/article598956.ece> (besøkt 26/6 2016).
- Avisa Nordland* 25/2 2013. Nordlys-sex gir pene barn. <http://www.an.no/nyheter/nordlys-sex-gir-pene-barn/s/1-33-6520576> (besøkt 26/6 2016).
- dagbladet.no* 25/2 2013. Nordlys-sex gir pene og lykkelige guttebarn. <http://www.dagbladet.no/2013/02/25/nyheter/innenriks/nordlys/japan/25945184/> (besøkt 26/6 2016).
- DinSide.no* 14/12 2005. Sex under nordlyset. <http://www.dinside.no/282520/sex-under-nordlyset> (besøkt 26/6 2016).
- EkstraBladet* 26/2 2013. Knald under nordlyset og få en smuk søn. <http://ekstrabladet.dk/vrangen/article3990769.ece> (besøkt 26/6 2016).
- IMDb. Northern Exposure. http://www.imdb.com/title/tt0098878/?ref_=nv_sr_1 (besøkt 26/6 2016).
- iTromsø* 25/2 2013. Reiser til Tromsø for å ha nordlys-sex. <http://www.itromso.no/nyheter/article7161843.ece> (besøkt 26/6 2016).
- Kakslauttanen Arctic Resort. <http://www.kakslauttanen.fi/en/> (besøkt 26/6 2016).
- Los Angeles Times* 13/4 1992. Japanese flocking to Alaska to 'buy the sky': Tourists pay premium rates in the dead of winter for a chance to view the aurora borealis. http://articles.latimes.com/1992-04-13/news/mn-168_1_northern-lights (besøkt 30/8 2016).
- Los Angeles Times* 11/2 2007. To experience Northern Lights, Japanese brave the Alaska cold. <http://articles.latimes.com/2007/feb/11/news/adna-aurora11> (besøkt 30/8 2016).
- nordlys.no* 25/2 2013. Japanere valfarter til Tromsø for å ha nordlys-sex. <http://www.nordlys.no/nyheter/japanere-valfarter-til-tromso-for-a-ha-nordlys-sex/s/1-79-6520593> (besøkt 30/8 2016).
- Northern Exposure, TV series 1990–1995. Executive producers Joshua Brand & John Falsey (1990–1993). Episode 20, season 3: «The Final Frontier». Written by Jefferey Vlaming, directed by Tom Moore. First aired on CBS, April 27, 1992.
- Rocket News 24* 14/2 2015. Is it true that Japanese go to Alaska to copulate under the Aurora? (Myth-Busters) <http://en.rocketnews24.com/2015/02/14/is-it-true-that-japanese-go-to-alaska-to-copulate-under-the-aurora-%E3%80%90myth-busters%E3%80%91/> (besøkt 29/6 2016).
- seattlepi.com* 9/5 2001. Japanese tourists are drawn to the lights fantastic of the Northwest Territories. <http://www.seattlepi.com/news/article/Japanese-tourists-are-drawn-to-the-lights-1054221.php> (besøkt 29/6 2016).
- snopes.com* 20/9 2005. Conceiving under the Northern Lights. http://msgboard.snopes.com/cgi-bin/ultimatebb.cgi?ubb=get_topic;f=42;t=000254;p=0 (besøkt 27/6 2016).

- The Aurora Zone. Northern Lights Legends from Around the World.
<https://www.theaurorazone.com/about-the-aurora/aurora-legends> (besøkt 27/6 2016).
- The New York Times* 2/3 2007. The Cold Show in Fairbanks, Alaska.
http://www.nytimes.com/2007/03/02/travel/escapes/02Alaska.html?_r=0 (besøkt 27/6 2016).
- The Telegraph* 10/11 2008. Northern Lights: Light at the end of the tundra.
<http://www.telegraph.co.uk/travel/3385377/Northern-Lights-Light-at-the-end-of-the-tundra.html> (besøkt 31/8 2016).
- Total Iceland* 2014. Making love under the Northern lights in Iceland. <http://totaliceland.com/making-love-northern-lights-Iceland/> (besøkt 29/6 2016).
- Wikipedia. Northern Exposure.
https://en.wikipedia.org/wiki/Northern_Exposure (besøkt 26/6 2016).
- YouTube 22/11 2010. Braathen commercial.
<https://www.youtube.com/watch?v=ZHnfsY7XF30> (besøkt 6/9 2016).