

# 11

---

## KIINALAISET TAHDOTAAN LAPPIIN

Diskurssianalyysi kiinalaisten matkailua koskevien uutisten  
valtasuhteista

*Tiina Mäki-Petäjä*



---

<b>JOHDANTO</b>	<b>192</b>
<b>DISKURSSIEN VALTASUHTEET</b>	<b>194</b>
Diskurssi – sosiaalisessa todellisuudessa rakentuva merkitys	194
Vallan ja diskurssien yhteys	194
<b>UUTISKIRJOITUSTEN DISKURSSIANALYYSI</b>	<b>196</b>
Uutiskirjoitusten erityispiirteitä	196
Diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä	197
Tutkimuksen eettiset seikat	198
<b>LAPIN KANSAN UUTISET AINEISTONA</b>	<b>199</b>
<b>DISKURSSIEN VALTASUHTEET UUTISISSA</b>	<b>200</b>
Hegemoniset diskurssit uutisten määrittäjinä	200
Toimijoiden hierarkkiset suhteet	204
Subjektipositiot – toimijoiden rajatut asemat diskursseissa	208
Diskurssien sisältö uutisten näkemysten oikeuttajana	210
<b>YHTEENVETO</b>	<b>212</b>

## JOHDANTO

”Kiina tahtoo Lappiin”, kirjoitettiin lokakuussa 2016 Lapin Kansan pääkirjoituksessa, jossa kerrottiin kiinalaisen matkanjärjestäjän Alitripin suunnitelmista tuoda kiinalaisia matkailijoita Lappiin (Kiina tahtoo Lappiin, 2016). ”Kiinalaiset matkailijat vyöryivät Suomeen – yöpymisissä 160 prosentin kasvu”, todettiin puolestaan maaliskuussa 2017 Yleisradion uutisessa, jossa mainittiin kiinalaisten olevan erityisen kiinnostuneita Lapista matkailukohteena (Mannermaa, 2017). Kiinalaisia matkailijoita kiehtoo pohjoisissa matkakohteissa mahdollisuus irrottautua arjesta, vierailu epätodelliselta tuntuvassa unelmien matkakohteessa, puhtaan luonnon kokeminen, itsensä haastaminen ja seikkailu. Kiinalaisten lisääntynyt matkailu on seurausta maan talouskasvusta ja matkustukseen liittyvän lainsäädännön vapautumisesta. Kasvava kiinalaisten matkailijoiden virta ulottuu myös kaikkein pohjoisimpiin kohteisiin. (Huang, Tang & Weaver, 2017, s. 89–93.) Kiinalaisten matkailu Suomeen siis lisääntyy. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2017 kiinalaisten rekisteröidyt yöpymiset lisääntyivät tammikuusta lokakuuhun 35,4 % edellisvuoteen verrattuna (Tilastokeskus, 2017).

Kiinalaisten lisääntyvästä matkailusta on uutisoitu viime aikoina paljon, mikä toimi innoittajana valitessani tutkimusaihetta eli kiinalaisten matkailun uutisointia sanomalehti Lapin Kansan uutisissa. Uutisia ja uutisotsikoita lukiessani huomasin, että kiinalaisten matkailusta kerrotaan usein samantyyllisesti, määrällisestä ja taloudellisesta näkökulmasta. Aloin pohtia, onko todellisuus todella niin yksipuolinen, millaiset näkökulmat jäivät ilmiön uutisoinnissa vähemmälle huomiolle ja millaisia vaikutuksia tietynlaisella uutisoinnilla on.

Tutkin kiinalaisten matkailua koskevaa uutisointia valtasuhteiden sävyttämänä diskurssina. Diskurssilla tarkoitetaan joukkoa merkityksiä, joista kieli ja kielenkäyttö muodostuvat (ks. Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993). Diskurssintutkimuksessa kieli ja toiminta käsitetään yhteenkietoutuneiksi; tekstit eivät ole asiayhteydestään irrallisia, vaan ne kertovat aina jotakin myös ympäröivästä yhteiskunnasta, kuten yhteiskunnassa vallitsevista valtasuhteista (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 21). Tutkimuksessani valta määrittyy valtasuhteiden kautta – se rakentuu sosiaalisissa käytännöissä ja tilanteissa eri toimijoiden välillä (ks. Jokinen & Juhila, 1993). Selvittämällä uutisteksteissä esiintyviä valtasuhteita on mahdollista muodostaa päätelmiä yhteiskunnassa vallitsevista valtasuhteista.

Päätutkimuskysymykseni on: Millaisia valtasuhteita maakuntalehti Lapin Kansan kiinalaisten Lapin-matkailua koskevien uutisten diskursseissa esiin-

tyy? Päättökysymys jakautuu neljään osatutkimuskysymykseen, joiden avulla tutkin aiheen uutisoinnissa esiintyvien diskurssien välistä järjestäytymistä, diskurssien toimijoiden välistä suhdetta, toimijoiden asemoimista sekä diskurssien sisältöä. Osatutkimuskysymykset ovat:

- Millaiseen keskinäiseen hierarkkiseen järjestykseen diskurssit asettuvat aiheen uutisoinnissa? Diskurssien välinen järjestäytyminen voi olla esimerkiksi sitä, että tietynlainen aiheen käsittelytapa hallitsee uutisointia.
- Millaiseksi uutisten diskursseissa esiintyvien toimijoiden välinen suhde määritty? Uutisten toimijoita ovat esimerkiksi kiinalaismatkailijat, matkailuyritykset ja viranomaiset. Tutkin, millaisen kuvan uutiset luovat esimerkiksi viranomaisten ja matkailijoiden välisestä suhteesta.
- Millaiseen subjektipositioon uutisoinnissa esiintyvät diskurssit asemoivat kohteensa? Tutkin, millaisen roolin uutiset antavat toimijoille ja ovatko kaikkien toimijoiden roolit samanlaisia.
- Mitä aiheen uutisoinnin diskursseissa sanotaan tai tehdään? Tutkin esimerkiksi, millaisista seikoista ilmiön uutisoinnissa saa ja ei saa puhua.

Lapin Kansan tekstien diskursseja ovat väitöskirjoissaan tutkineet Jarno Valkonen (2003) ja Leena Suopajarvi (2001). Suopajarvi käytti aineistona uutisia ja mielipidekirjoituksia, Valkonen pääkirjoituksia. Heidän tutkimuksissaan diskurssit määrittyivät pitkälti kamppailun näkökulmasta. Kamppailunäkökulmassa ilmiöiden käsitteellistykset muodostuvat keskenään kilpailevien näkemysten jännitteisessä vuorovaikutuksessa. Kamppailunäkökulma ei ole suoraan sovellettavissa uutisiin, sillä uutisia määrittää pyrkimys objektiivisen faktan välittämiseen todellisuudesta (Pietilä, 1993, s. 46–47). Suopajarvi käsittelee tutkimuksessaan diskursseihin liittyvää valtaa. Valta käsitteellistyi hänen väitöskirjassaan symbolisena – yhteiskunnassa vallitsevat näkökulmat syntyvät ideologioiden tuottamina. (Suopajarvi, 2001, s. 104–105.) Tutkimukseni laajentaa Lapin Kansan teksteistä tehtyä tutkimusta kahdella tavalla: lisäämällä uutisten diskurssien tutkimusta ja tarkastelemalla diskursseja valtasuhteiden näkökulmasta.

Pyrin selvittämään, millaiset näkökulmat ja sisällöt hallitsevat kiinalaisten Lapin-matkailua koskevia uutisia. Pyrin myös nostamaan esille aiheesta käytävän julkisen keskustelun erityispiirteitä. Julkinen keskustelu pohjautuu vallitseviin näkemyksiin, ja se vaikuttaa myös matkailun käytäntöihin. Vallitsevien näkökulmien tiedostaminen voi parhaimmillaan johtaa muutoksiin kiinalaisten matkailua koskevassa keskustelussa ja ehkä myöhemmin myös matkailutoiminnassa.

Seuraavaksi käsittelemme tarkemmin diskurssien valtasuhteiden teoriaa. Tämän jälkeen esittelen uutiskirjoituksiin liittyviä erityispiirteitä sekä tutkimusme-

netelmänä käyttämäni diskurssianalyysin. Menetelmän esittelyn jälkeen kerroin tutkimusaineiston valinnasta ja keräämisestä. Analyysin tulokset esittelen osatutkimuskysymysten mukaisessa järjestyksessä. Yhteenvedossa vastaan päätutkimuskysymyksen, arvioin tutkimuksen toteuttamista ja esitän jatkotutkimusaiheita.

## DISKURSSIEN VALTASUHTEET

### *Diskurssi – sosiaalisessa todellisuudessa rakentuva merkitys*

Diskurssi on moniulotteinen käsite, jota on sovellettu lukuisin eri tavoin. Diskurssin eri määritelmät korostavat kielen ja maailman välistä suhdetta. Kielen käytöllä on monia ominaisuuksia; kieli kuvaa, merkityksellistää, jäsentää, rakentaa, uusintaa ja muuntaa maailmaa (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993, s. 18).

Lukemissani diskurssianalyysia hyödyntävissä tutkimuksissa viitataan konstruktivismiin (esim. Suopajarvi, 2001, s. 6). Konstruktivisuus tarkoittaa sitä, että kuvaamisen lisäksi kieli merkityksellistää kohteensa. Kieli muodostuu lukuisten merkitysten keskinäisistä suhteista, merkityssystemeistä. Nämä kielen merkitykset ovat sidoksissa sosiaalisiin käytäntöihin. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993, s. 18–22.) Merkitys on siis diskurssin lähikäsite. Mitä sitten tarkoittaa diskurssi? Jokinen, Juhila ja Suoninen (1993) määrittelevät konstruktivismiin pohjalta diskurssin merkityssystemien järjestelmäksi (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993, s. 27). Pietikäinen ja Mäntynen (2009, s. 26–27) erottavat diskurssin ja diskurssien käsitteet toisistaan. Diskurssilla he viittaavat kieleen sosiaaliseen toimintaan sidonnaisena tekemisenä. Vakiintuessaan nämä kielenkäytön tavat muodostavat diskursseja. Diskurssi ei siis ole muuttumaton, vaan tilanteessa ja sosiaalisessa todellisuudessa jatkuvasti rakentuva. Diskurssi ei kuitenkaan voi olla mitä tahansa, sillä sitä rajoittavat ympäristön sosiaaliset ehdot (Fairclough, 1989, s. 22–25). Uutistekstien diskurssia rajoittaa esimerkiksi julkaisukanavana toimiva sanomalehti.

### *Vallan ja diskurssien yhteys*

Norman Faircloughin (1989, s. 1, 43) mukaan kieli ja sen käyttö ovat yhteydessä valtaan. Uutiset tuottavat ja uusintavat valtasuhteita kielen käytön yhtenä osa-alueena. Tutkimuksessani lähestyn valtaa analysoimalla diskurssien valtasuhteita. Valta voidaan määritellä osapuolten väliseksi epätasa-arvoiseksi suhteeksi, jossa yksi osapuoli hallitsee toista (Fairclough, 1989, s. 1). Valta muodostuu sosiaalisissa käytännöissä, diskursseissa (Jokinen & Juhila, 1993, s. 75) ja liittyy kaikenlaisiin sosiaalisiin tilanteisiin. Faircloughin (1989) mukaan valta ja kielenkäyttö ovat suhteessa toisiinsa. Valta sekä muodostuu dis-

kursseissa että vaikuttaa diskurssien muodostumiseen. Diskurssit ovat vallankäytön paikkoja, joissa ilmenevää valtaa säätelevät yhteiskunnan sosiaaliset rakenteet. Diskurssit vallankäytön paikkoina eivät tarkoita pelkästään puhutussa kielessä ilmenevää osapuolten vuorovaikutusta, vaan tämä ulottuu myös kirjoitetun kielen muotoihin. Diskurssit ovat paikkoja, joissa valtasuhteet yhtä aikaa tuotetaan ja uusinnetaan. Diskursiivisessa vallankäyttötilanteessa voimakas osapuoli pyrkii kontrolloimaan ja rajoittamaan heikompa osapuolta. Diskursiivisessa vallankäytössä hallitaan ja rajoitetaan. Hallinnan ja rajoittamisen käyttöön ja toteutumiseen vaikuttavat se, mitä diskurssissa sanotaan ja tehdään, osapuolten välinen sosiaalinen suhde sekä se, millaisen aseman eli subjektiposition osallistujat voivat ottaa diskurssissa. (Fairclough, 1989, s. 43–47, 49.) Diskurssien käytöllä on laajoja, yhteiskunnallisia vaikutuksia. Diskurssit rakentavat kuvauksen kohteelleen subjektipositiota. Subjektipositiolla tarkoitetaan henkilön tai ihmisryhmän tietynlaista asemoimista diskurssissa (Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–87, 96–100).

Jokisen ja Juhilan (1993) mukaan diskurssien valtaa voidaan analysoida seuraavista näkökulmista: diskurssien välinen ja sisäinen valta, diskurssin vaikiintuminen, ideologiset seuraukset ja vastustaminen. Ymmärrän Jokisen ja Juhilan tarkoittavan diskurssin sisäisellä vallalla samaa, mihin Fairclough viittaa kirjoittaessaan diskursseista vallankäytön paikkoina. Jokinen ja Juhila ovat käyttäneet diskurssin sisäisen vallan määrittelyyn Faircloughin teoretisointia diskurssista vallankäytön paikkana, mutta he ovat nimenneet käsitteen eri tavalla. (Fairclough, 1989, s. 43–47; Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–89.) Tutkimuksessani analysoin diskurssien valtasuhteita ennen kaikkea diskurssien välisenä ja sisäisenä tekijänä. Diskurssien vallan analysointi ideologian ja vastustamisen näkökulmasta painottuu sosiaalisen järjestäytymisen ja sen vaikutusten tutkimisessa ymmärtääkseni vahvasti sosiologiaan, mikä ei ole oman tutkimukseni tarkoitus (Fairclough 1989, s. 55–76).

Valta diskurssien välisenä viittaa diskurssien keskinäiseen järjestäytymiseen, hierarkiaan. Diskurssien järjestäytymiseen kuuluu olennaisesti hegemonisen diskurssin käsite. Hegemoniset diskurssit ovat toistuvia merkityssystemejä, samankaltaisia diskursseja eri asiayhteyksissä. Hegemoniset diskurssit voivat olla esimerkiksi itsestään selvinä pidettyjä aiheen merkityksellistämistapoja. Vallitsevat, hegemoniset, diskurssit dominoivat aineistoa. Ne rajoittavat aineiston moninaisuutta. Vallan erottelu diskurssien väliseksi ja sisäiseksi ei ole yksinkertaista, sillä diskurssien sisäiset valtasuhteet vaikuttavat diskurssien välisiin valtasuhteisiin. (Jokinen & Juhila, 1993.) Saadakseni laajan kuvan diskurssien valtasuhteista hyödynnän tutkimuksessani molempia edellä mainittuja näkökulmia. Tutkimuskysymykseni rakentuvat vallan jaotteluun diskurssien välisenä ja sisäisenä tekijänä. Ensimmäisellä osatutki-

muskyksymyksellä selvitän valtaa diskurssien välisenä ja kolmella muulla kysymyksellä valtaa diskurssien sisäisenä tekijänä.

## UUTISKIRJOITUSTEN DISKURSSIANALYYSI

### *Uutiskirjoitusten erityispiirteitä*

Tutkin sanomalehdissä julkaistuja uutiskirjoituksia diskurssianalyysillä. Joukkoviestintään kuuluvat kaikki median muodot, myös sanomalehdet (Kunelius, 2003, s. 17). Perinteisen määritelmän mukaan joukkoviestinnän tehtävänä on välittää tietoa ihmisille. Joukkoviestintää ei voida ymmärtää pelkästään sanoman välittäjäksi, sillä viestimisellä on myös yhteiskunnallisia vaikutuksia. Joukkoviestintä vaikuttaa ihmisiin ja ajattelutapoihin – maailmankuvaan, käsityksiin toisista ihmisistä sekä tapaan puhua asioista. (Kunelius, 2003, s. 7–20, 147–148.) Kiinalaisten matkailua koskeva uutisointi ei ole pelkästään tiedon välittämistä asiasta, vaan se vaikuttaa tarkasteltavaan ilmiöön ja sen kielelliseen käsittämistapaan. Vaikuttamisen lisäksi uutisointi luo ja ylläpitää ilmiötä ja sen diskurssia. Pietilä ja Sondermann (1994) esittävät mielenkiintoisen ajatuksen joukkoviestinnästä yhteiskuntana. Joukkoviestintä on yhteiskunnan tavoin lukuisten toimijoiden välinen sosiaalisen vuorovaikutuksen kenttä. Joukkoviestinnän yhteiskunnassa on mukana monia ihmisiä ja ihmisjoukkoja, kuten lehden toimitus, kustantajat, lukijat, uutisoinnin kohteena olevat henkilöt ja uutisoinnissa äänensä kuuluviin saavat henkilöt. (Pietilä & Sondermann, 1994, s. 23–24.) En käsittele uutisointiin liittyvää eri toimijoiden muodostamaa laajaa vuorovaikutusverkkoa vaan rajaan tutkimukseni koskemaan uutisoinnin kohteena olevia henkilöitä ja uutisissa äänensä kuuluviin saavia henkilöitä.

Journalismilla tarkoitetaan ajankohtaista ja faktapohjaista sanoman välittämistä (Kunelius, 2003, s. 17, 21–27.) Journalismin määrittäminen ajankohtauuden ja faktapohjaisuuden perusteella on kuitenkin ongelmallista, sillä mainitut termit ovat tulkinnallisia. Uusi tieto vanhasta tapahtumasta voidaan määritellä ajankohtaiseksi. Journalismin lajityyppi taas voi vaikuttaa faktojen esittämisen tapaan. (Kunelius, 2003, s. 21–22.) Ajankohtaisuus ja faktapohjaisuus tuovat mielenkiintoisen näkökulman kiinalaisten matkailua koskevan uutisoinnin tutkimiseen. Tilastotiedot tukevat havaintoa matkailijoiden lisääntyvästä määrästä eli ilmiön ajankohtaisuudesta (Tilastokeskus, 2017). Uutisoinnin faktapohjaisuutta on vaikeampi todentaa. Sitä on tarkasteltava lehti-uutisoinnille tyypillisten piirteiden rajoissa.

Tiettyyn lajityyppiin liittyvää kielenkäytön ja sosiaalisen toiminnan vakiintunutta muotoa kutsutaan diskurssitutkimuksessa genreksi. Genrellä on

määrätty muoto ja tulkintatapa. Genrejä määrittävät tilannesidonnaisuus ja säännönmukaisuus. (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 79–83.) Uutistekstit muodostavat oman genrensä. Uutiset ovat tietyn kaavan mukaisia, ja niitä tulkitaan sosiaalisesti totunnaisella tavalla. Uutisgenreä määrittää pyrkimys objektiivisen faktan välittämiseen todellisuudesta ja todenperäisen kuvauksen luominen maailmasta. Uutisia määrittävät ja rajoittavat monet seikat. Näitä ovat uutisten valintaan, muokkaukseen, järjestelyyn ja kerronnan tapaan liittyvät toimenpiteet. Uutisten tuottama todellisuuskuva riippuu vahvasti kolmesta asiasta: uutisissa käytettävästä asioiden merkityksellistämistavasta, journalistisista käytänteistä sekä valmiista uutisesta. (Pietilä, 1993, s. 46–48.) Genre sitoo uutisen välittämää kuvaa maailmasta sekä uutisen tuottamis- että tulkintavaiheessa. Tämän vuoksi uutisia ei voida pitää täysin objektiivisen faktan välittäjinä todellisuudesta.

### *Diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä*

Tiedotusvälineet vaikuttavat kielellisesti ja diskursiivisesti, minkä takia tiedotusvälineiden kieltä on analysoitava diskurssina (Fairclough, 1997, s. 10, 28). Diskurssianalyysi on laadullinen tutkimusmenetelmä. Laadullinen tutkimus keskittyy ihmisten merkitysmaailman tutkimiseen. Merkitysmaailma rakentuu vuorovaikutuksessa; se tarkoittaa muun muassa ihmisten asioille antamia tulkintoja ja merkityksiä. (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 139.) Diskurssianalyysinä tutkimusmenetelmänä määrittää sovellettavuus, eikä sille ole yhtä ainoa toteuttamistapaa. Menetelmä rakentuu valittujen käsitteiden ja teorioiden pohjalta. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993, s. 17; Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 147.) Omassa tutkimuksessani menetelmä määritty edellä esittelemieni diskurssin ja vallan käsitteiden pohjalta. Diskurssianalyysin väljyys tutkimusmenetelmänä on sekä etu että haaste. Menetelmän rakentuminen tutkimuskohtaisesti antaa vapauden tutkimuksen toteuttamiseen, mutta samalla selkeät suuntaviivat tutkimuksen tekemiseen puuttuvat.

Diskurssianalyysi tutkii kieltä ja sen käyttöä suhteutettuna tilanteeseen, todellisuuteen ja maailmaan. Kieli ja toiminta ovat yhteenkietoutuneita, joten yksittäiset tekstit liittyvät yhteiskuntaan ja sen ilmiöihin. Diskurssintutkimuksessa konteksti ymmärretään monikerroksisena – tarkastelun kohteena on yhtä aikaa sekä kielenkäyttötilanne että kyseinen tilanne osana yhteiskuntaa. (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 20–21, 28–32.) Diskurssianalyysissä käytetään usein luonnollisia aineistoja eli aineistoja, jotka ovat syntyneet tutkijan toiminnasta riippumatta ja jotka ilmentävät tilanteen tai tapahtuman monipuolisesti kontekstissaan (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1999, s. 236). Sanomalehti-uutiset ovat luonnollisia aineistoja. Tarkastelen uutisia kontekstisidonnaisina teksteinä. Uutisten kirjoitustapaan vaikuttaa julkaisufoorumina



toimiva sanomalehti, ja niissä esitetyt näkökulmat kytkeytyvät vallitseviin näkemyksiin. Lapin Kansan uutiset eivät ole todellisuudesta irrallisia tekstejä.

Käytän diskurssianalyysiä sekä tutkimusmenetelmä että laajana teoreettisena kehyksenä (ks. Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993, s. 17). Käyttämäni teoria pohjautuu diskurssin teoriaan, ja samalla diskurssianalyysi toimii tutkimukseni toteuttamismenetelmänä. Tutkimukseni lähtökohta oli diskursiivinen: tutkin kiinalaisten matkailua koskevaa uutisointia sosiaaliseen todellisuuteen pohjautuvana ja sosiaalista todellisuutta rakentavana ilmiönä. Tämän vuoksi diskurssianalyysin valinta tutkimusmenetelmäksi oli luonteva.

Aineiston diskursseja voidaan tarkastella moninaisuuden tai vakiintuneisuuden näkökulmasta. Tutkimuksen painottuessa moninaisuuteen aineistosta pyritään paikantamaan laaja merkitysjärjestelmien verkosto. Vakiintuneisuuden näkökulmassa aineistosta etsitään toistuvia merkitysjärjestelmiä, jolloin aineiston sisällön samankaltaisuus toimii yhtenä perusteena diskurssien tarkasteluun. (Jokinen & Juhila, 1993, s. 76–82.) Tutkin diskursseja ennen kaikkea vakiintuneisuuden näkökulmasta, koska uutisia määrittää tietynlainen vakiintunut sisällön esittämisen tapa (Pietilä 1993). Keskityn aineistossa toistuviin diskursseihin sen sijaan että käsittelisin aineistoa diskurssien muodostamana laajana verkkona. Vakiintuneiden diskurssien erittely edellyttää aineistossa harvemmin esiintyvien merkityksellistämistapojen tunnistamista eli sen tunnistamista, millaiset merkitykset jäävät vakiintuneiden diskurssien varjoon.

### *Tutkimuksen eettiset seikat*

Tutkijan on kaikissa tutkimuksen vaiheissa pyrittävä toimimaan moraalisesti hyväksyttävällä tavalla. Tieteellisten normien mukaisesti toteutettu aineiston keruu, käsittely ja tallentaminen varmistavat osaltaan tutkimuksen tulosten luotettavuuden. (Kuula, 2013, s. 21–24.) Tutkimusaineistoni tekstit ovat julkista, vapaasti kaikkien saatavilla olevaa materiaalia. Käsittelen tutkimusaineistoa asiallisesti. Pyrin varmistamaan, että huomio pysyy tutkittavassa asiassa. En nosta aineistosta esille uutisissa esiintyvien ihmisten nimiä enkä viittaa uutisiin kirjoittajan vaan lehden nimellä.

Tutkimuksessa on pyrittävä riippumattomuuteen ja itsenäisyyteen (Kuula, 2013, s. 25). Tutkimuksen toteuttamisessa haasteellista on varmistaa se, etteivät omat näkemykseni vaikuta aineiston keruuseen ja analysointiin ja siten lopullisiin tuloksiin. Oma ennakkokäsitykseni aiheen uutisoinnista on, että siinä korostuvat kiinalaisten Lapin-matkailun myönteiset aluetalousvaiikutukset muiden näkökulmien jäädessä vähemmälle huomiolle. On tärkeää tiedostaa tämä ennakoasenne, jotta voin suhtautua neutraalisti tutkimusaineiston keräämiseen ja analysointiin.

## LAPIN KANSAN UUTISET AINEISTONA

Tutkimukseni aineistona ovat maakuntalehti Lapin Kansassa julkaistut uutistekstit. Lapin Kansa on Lapin alueella seitsemän kertaa viikossa ilmestyvä lehti, joka kertoo sekä maakunnan että maailman tapahtumista (Alma Media, 2017a, 2017b). Lehti julkaistaan paperisena maanantaista lauantaihin, sunnuntaina vain digitaalisena (Alma Media, 2017a; 2018). Lapin Kansan valintaa aineistonkeruukohteeksi puoltaa ensinnäkin lehden runsas uutisointi Lapin alueen tapahtumista ja näin ollen myös Lapin matkailusta. Tutkimuskohteeseeni liittyvää materiaalia on huomattavasti vähemmän saatavilla valtakunnallisissa uutismedioissa, kuten Helsingin Sanomissa. Lapin Kansalla on myös alueella laaja levikki: paperisella lehdellä on päivittäin 95 000 ja viikoittain 131 000 lukijaa (Alma Media, 2017b). Lapin väkiluku vuoden 2017 lopussa oli 179 223 henkilöä (Tilastokeskus, 2018c).

Keräsin aineiston tammi–helmikuussa 2018 e-Press-tietokannasta, joka sisältää myös digitaaliset sunnuntailehdet. Kävin läpi seuraavien seitsemän kuukauden lehdet: marraskuu 2016–maaliskuu 2017 sekä marras–joulukuu 2017. Kiinalaisten matkailua koskevan uutisoinnin voidaan katsoa varsinaisesti alkaneen lokakuun 2016 lopulla, jolloin (28.10.) julkaistiin Alitripin aiheista kertova uutinen (Lavia, 2016, s. 4–5). Alkuperäisenä ajatuksenani oli kerätä aineisto kokonaisen vuoden ajalta, mutta edellä mainitut seitsemän kuukauden lehdet tuottivat riittävän aineiston tutkimukseni tarpeisiin. Aineistoni ei ole yhtenäiseltä seitsemän kuukauden ajanjaksolta, koska halusin mukaan kahden talvimatkailusesongin uutisia.

Aineistonkeruu tuotti kokonaisuudessaan 38 uutistekstiä. Useissa uutisissa mainittiin kiinalaisten matkailu Lappiin vain muutamassa lauseessa tai yhdessä kappaleessa. Luokittelin uutiset sen mukaan, sivuavatko ne aiheetta vai keskittyvätkö siihen. Koska valtasuhteita on vaikea tutkia uutisesta, jossa ilmiötä käsitellään suppeasti, otin analyysiin mukaan vain ne tekstit, jotka keskittyivät tutkimaani ilmiöön. Näitä uutisia oli yhteensä 10. (Taulukko 1)

Tutkimissani uutisissa käsiteltiin kiinalaisten matkailua Lapissa useasta näkökulmasta. Aihepiirejä olivat muun muassa ruokailu, auton vuokraus, majoittuminen ja talous. Koodasin uutiset lyhenteillä LK1–LK10 ilmestymisjärjestyksen mukaan. (Liite 16)

Taulukko 1. Sanomalehti Lapin Kansasta kerätty uutisaineisto.

Ajankohta	Kerätyt uutiset lkm	Aihetta sivuavat uutiset, lkm	Aiheeseen keskitetyt uutiset, lkm
Marraskuu 2016	5	2	3
Joulukuu 2016	5	3	2
Tammikuu 2017	10	7	3
Helmikuu 2017	5	5	0
Maaliskuu 2017	5	4	1
Marraskuu 2017	4	3	1
Joulukuu 2017	4	4	0
<b>Yhteensä</b>	<b>38</b>	<b>28</b>	<b>10</b>

Aineistoa kerätessäni pitäydyin tarkasti tutkimuskysymykseni sanamuodoissa. Jätin aineiston ulkopuolelle kaikki uutiset, joissa ei mainittu tutkimaani matkailijaryhmää ja -aluetta eli kiinalaisten matkailua ja Lappia. Aineistoa kerätessäni huomasin, että lehdissä kerrottiin paljon aasialaisten Lapin-matkailusta ja kiinalaisten matkailusta koko Suomen mittakaavassa. Tutkimukseni rajauksen takia en kuitenkaan ottanut näitä uutisia mukaan aineistoon. Kiinalaiset matkailijat ovat tietysti aasialaisia ja Lappi on osa Suomea, mutta täsmällisen tiedon saamiseksi oli mielestäni tärkeää noudattaa tarkasti aiheen rajausta.

## DISKURSSIEN VALTASUHTEET UUTISISSA

### *Hegemoniset diskurssit uutisten määrittäjinä*

Ennen tarkempaa perehtymistä aineistoon oletin johdannossa mainitsemani taloudellisen näkökulman olevan siinä vallitseva. Aineistoon perehtyminen osoitti, että vain yhdessä uutisessa kiinalaisten Lapin-matkailu merkityksellistyy pelkästään talouden näkökulmasta. Kyseisen uutisen (LK9) otsikko on *Kiinan taloudesta ei ole uhkaa Lapin matkailulle*. Muissa uutisissa talous mainitaan ohimennen, esimerkiksi: *Matkailualalla on Suomessa yli 140 000 työpaikkaa, ja se muodostaa 2,5 prosenttia BKT:sta* (LK3, s. 10). Käsitykseni taloudellisen näkökulman vallitsevuudesta ilmiön uutisoinnissa ei siis osoittautunut paikansäilyttäväksi tutkimusaineistossani. Taloudellisen kasvun sijaan matkailu merkityksellistyy uutisissa kasvun näkökulmasta. Kasvun diskurssin lisäksi aineistoa hallitsevat kiinalaismatkailijoiden käsittäminen ryhmänä ja matkailun suppea määrittelemine.

## Matkailun kasvu

Kiinalaisten Lappiin suuntautuvan matkailun kasvu on tutkimusaineistossani hegemoninen diskurssi. Tutkimistani kymmenestä uutisesta kasvun diskurssi esiintyy kahdeksassa. Matkailu merkityksellistyy kasvavana ilmiönä esimerkiksi seuraavissa ilmauksissa: *aasialaisten turistien ryntäys Lappiin, Kiina-ilmiö, kasvava kiinalaisturismi* (LK4, s. 12; LK7, s. 1). Matkailun kasvua käsitteellistetään myös laajempaan, ilmiönä, Aasiasta tulevana matkailuna:

*Aasiasta tulleet matkailijat ovat nostaneen Lapin matkailutalven huippulukemiin. Aasian maista tammikuussa tulleiden matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät peräti 125 prosenttia.* (LK9, s. 7)

Kiinalaisten matkailu ymmärretään osaksi aasialaisten matkailijoiden virtaa, mutta tässäkin tapauksessa kyseessä on kasvun diskurssi. Diskurssin vakiintuneisuudesta kertoo toistumisen lisäksi vaihtoehdottomuus – diskurssi on sitä vahvempi, mitä vaihtoehdottomampana se esiintyy (Jokinen & Juhila, 1993, s. 81). Kasvun diskurssia haastavia merkityksiä on aineistossa on vain muutamia:

*Kiinan matkailumarkkinoilla on valtavasti mahdollisuuksia, mutta mikään villitys ei kestä ikuisesti. Tulevaisuutta voi yrittää ennustaa mieltimällä, missä päin maailmaa on nyt talouskasvua. Todennäköisesti siellä on pian myös vakaavaisia ja matkustusintoisia ihmisiä. -Seuraava matkailijoiden aalto saattaa tulla Intiasta --.* (LK1, s. 9)

*Aina kun jokin markkina kasvaa nopeasti ja paljon, on myös olemassa riski, että meistä riippumattomista syistä se jossakin vaiheessa romahtaa. Viimeksi niin kävi venäläisten kohdalla. Siksi on tärkeää, että matkailu ei ole vain yhden markkinan varassa, vaan sillä on monta tukijalkaa.* (LK5, s. 9)

Erityisen mielenkiintoista kasvua haastavissa merkityksissä on, että ne esitetään yksittäisten henkilöiden sanomana. Uutiset merkityksellistävät asioita genrensä mukaisesti, objektiivisena faktanvälityksenä (Pietilä, 1993, s. 46–48). Matkailun kasvusta kerrotaan aineistossa objektiivisen toteavasti:

*Tänä vuonna Kiinasta odotetaan enemmän matkailijoita kuin koskaan. Jo viime vuosi oli ennätysvuosi. Silloin kiinalaiset yöpyivät Suomessa 182 000 kertaa, mikä oli 40 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Elokuun loppuun mennessä yöpymisiä on ollut jo 124 000, eli ennätys on taas rikkoutumassa.* (LK3, s. 10)

Kiinalaisten matkailuun kasvavana ilmiönä suhtaudutaan kiistämättömänä faktana, osittain siksi, että kasvu on todennettavissa määrällisesti luvuilla.

Vaihtoehtoiset, yksittäisten henkilöiden kasvulle antamat merkitykset jäävät hegemonisen diskurssin varjoon. Heidän väitteensä eivät ole yhtä objektiivisesti todennettavissa.

Kiinalaisten matkailun kasvua pidetään aineistoni uutisteksteissä niin itseltään selvänä, että vain muutamassa uutisessa kerrotaan kasvun syistä. Matkailun lisääntymistä selittää osaltaan maan talouskasvu, mutta vain muutamassa uutisessa kyseinen syy-seuraus -suhde mainitaan: Kiinan talouden kovimman kasvun taittuminen ei lopeta kiinalaisten matkailuhalukkuutta (Huang, Tang & Weaver, 2017, s. 89–93; LK9, s. 7). Kasvun diskurssi saa laajassa kulttuurisessa kontekstissa myönteisen merkityksen. Markkinatalouden määrittämässä maailmassa kasvua pidetään hyvänä asiana.

#### Kiinalaismatkailijat ryhmänä

Lappiin tulevat kiinalaismatkailijat merkityksellistetään aineistoni uutisissa ryhmänä ja joukkona. Tämä diskurssi jättää varjoonsa vastakkaisen diskurssin kiinalaismatkailijoiden käsitteellistämisestä yksilöinä. Kiinalaismatkailijoihin viitataan erilaisilla ilmauksilla: aasialaiset, aasialaiset eri kansallisuuksittain, kiinalaiset sekä kiinalaiset tarkennettuna hongkongilaisina, taiwanilaisina tai mannerkiinalaisina. Käytetystä termistä riippumatta matkailijoista puhutaan ryhmänä tai joukkona:

*Liikkeellä on muutama matkustajaryhmä, joista suurimman osan tunnistaa aasialaisiksi. -- Kiinalaiset, japanilaiset ja korealaiset pitävät tästä erityisesti. -- Erityisesti kiinalaisten matkat Suomeen ovat lisääntyneet. (LK9, s. 10)*

Yhdessä uutisessa kerrotaan Rovaniemelle matkanneista hongkongilaisista Estheristä ja Ericistä (LK3, s. 10). Heidät kuitenkin yleistetään osaksi suurempaa matkailijajoukkoa: *Esther ja Eric ovat tyypillisiä kiinalaismatkustajia* (LK3, s. 10). Näin vastakkainen diskurssi toimii uutisessa vallitsevan diskurssin sisällä vahvistaen sitä. Jokinen ja Juhila käyttävät termiä legitimointi puhuesaan diskursseista, jotka oikeuttavat vallitsevaa diskurssia (Jokinen & Juhila, 1993, s. 81). Edellä todetussa uutisessa matkailijoiden yleistäminen oikeutetaan kertomalla heistä myös yksilöinä. Vastaavanlaista legitimointia tapahtuu muissakin uutisissa: niissä esitellään yksittäisiä matkailijoita vallitsevan merkityksellistämistavan määrittäessä kiinalaiset ryhmänä.

Tutkimukseni kysymyksenasettelu selittää sitä, että kiinalaiset ymmärrettiin aineistossani ryhmänä: merkityksellistin kiinalaiset matkailijat jo alkujaan ennemmin joukkona kuin yksilöinä. Kiinalaismatkailijoiden ymmärtäminen tällä tavalla voi johtua siitä, että useat Lappiin tulevat kiinalaiset ovat ryhmämatkalla. Tämän olen huomannut myös työskenneltyäni viimeisimmän

matkailukauden yrityksessä, jonka asiakkaina oli paljon kiinalaisia matkailijaryhmiä. Mutta kiinalaiset matkustavat Lappiin myös omatoimisesti. Moni työssä kohtaamani kiinalainen asiakas oli tehnyt matkavarauksensa itse ilman matkatoimiston apua. Huangin, Tangin ja Weaverin (2017) mukaan kiinalaisilla on suuri tarve matkustaa itsenäisesti tai valita itse matkaseuransa pohjoisiin kohteisiin suuntautuville matkoille. Yksin matkustamista kiinalaiset pitävät kuitenkin epätavallisena. Ryhmämatkoilla ryhmän rakenne vaikuttaa paljon siihen, millaiseksi matka muodostuu. (Huang, Tang & Weaver, 2017, s. 92, 96.) Ryhmämatkailu rajoittaa kiinalaisten mahdollisuuksia matkailijoina, mutta se ei tee kiinalaisista yhtenäistä joukkoa – vaikka heillä joitakin yhteisiä kiinnostuksen kohteita olisikin. Kiinalaisten käsitteellistäminen homogeenisena joukkona ei siis tee oikeutta koko todellisuudelle.

### Matkailun kapea määrittely

Kohtuullisen hegemonisena diskurssina aineistossa on matkailun käsittäminen konkreettisena toimintana – vuorovaikutuksena tai vaihdantana matkailijoiden ja muiden toimijoiden välillä. Kiinalaismatkailijoiden kanssa tekemisissä ovat esimerkiksi lentokentän palveluntarjoajat, matkamuistomyymälät, matkanjärjestäjät ja suurlähetystö (LK3, s. 10–13). Matkailu käsitteellistetään uutisissa pitkälti Tilastokeskuksen määritelmän mukaan: matkailu on ihmisten liikkumista sekä matkaan liittyviä tavaroita ja palveluita (Tilastokeskus, 2018a). Matkailun määrittelemisen teknisesti Tilastokeskuksen tapaan onkin hyvin tavanomaista (Edelheim & Ilola, 2017, s. 23–24).

Teknisen matkailun määritelmän rinnalla aineistossani on jonkin verran myös muita matkailun merkityksellistämistapoja. Matkailun ulottumisesta laajemmin yhteiskuntaan kertovat esimerkiksi seuraavat uutisotteet, joista käy ilmi median ja matkailun yhteys toisiinsa:

*Kiinalaisia matkustajia tulee Suomeen paitsi matkatoimistojen mainonnan tuloksena, myös myönteisen viestin kiirimisen perusteella. -Kiinalaiset kertovat paljon kokemuksistaan Suomessa We Chatin kautta --. (LK6, s. 4)*

*Kiinan kokoisessa maassa markkinoinnin onnistuminen merkitsee helposti miljoonia mahdollisia uusia asiakkaita suomalaisille matkailualan yrittäjille. Suomen kannalta melkoinen jättipotti oli Kiinan kolmanneksi suosituin tosi-tv-sarja We are in Love --. Sarjan toisella tuotantokaudella vierailtiin muun muassa -- Suomessa. Suomi-jaksoissa saunotaan, hypätään avantoon ja käydään Joulupukin pajalla. (LK3, s. 11)*

Teknistä määritelmää laajempia käsitteellistyksiä matkailussa on uutisissa kaiken kaikkiaan vain vähän. Paikalliset asukkaat ymmärretään osaksi matkailuilmiötä vain yhdessä uutisessa:

*-Jos yksi kansallisuus tulee liian dominoivaksi matkakohteessa, se voi vaikuttaa kohteen alkuperäisidentiteettiin. Silloin muut turistit eivät ehkä koe kohdetta mielekkääksi. Britit eivät halua tulla Chinatowniin vaan Rovaniemelle --. (LK5, s. 9)*

Matkailun tekninen määritelmä ei sovellu kaikkiin tarkoituksiin (Edelheim & Ilola, 2017, s. 24). Se ei selitä matkailuilmiön moninaisuutta, koska se ei huomioi esimerkiksi matkailun vaikutuksia paikalliseen ympäristöön ja ihmisiin. Matkailun tekniseen määrittelyyn tukeutuessaan aineistoni uutisten luoma kuva kiinalaisten Lapin-matkailusta ilmiönä on varsin suppea.

### *Toimijoiden hierarkkiset suhteet*

Kenellä toimijoista on oikeus puhua, kenen puhe otetaan vakavasti ja onko toimijoiden välinen suhde hierarkkinen? Nämä seikat kuvaavat toimijoiden suhteita diskurssissa. (Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–87.) Toimija on ihminen tai ihmisjoukko, johon tekstissä viitataan (Pietilä & Sondermann, 1994, s. 77). Aineistossani esiintyvien toimijoiden moninaisuutta rajoittaa edellä todettu matkailun suppea käsitteellistäminen. Matkailu ymmärretään uutisissa lähinnä konkreettiseksi vuorovaikutukseksi tavaroiden tai palveluiden tuottajien ja kuluttajien välillä. Diskurssista puuttuvat esimerkiksi paikalliset asukkaat, eivätkä he siten esiinny aineistossa toimijoina. Aineistossa esiintyvien toimijoiden linkittyminen hegemoniseen diskurssiin tukee käsitystä siitä, että diskurssien väliset ja sisäiset valtasuhteet ovat yhteydessä toisiinsa (Jokinen & Juhila, 1993, s. 88–89).

### Toimijaluokat

Analyysin helpottamiseksi jaottelin toimijat kategorioihin. Koska matkailu ymmärrettiin uutisissa kapeasti, toimijoiden luokittelussa oli luontevaa soveltaa teknistä määritelmää matkailutoimialasta. Toimialaluokka määrittyy pääasiallisen taloudellisen toiminnan mukaan (Tilastokeskus, 2018b). Matkailutoimiala jakautuu matkailulle ominaisiin ja matkailulle ei-ominaisiin toimialoihin. Matkailulle ominaisilla toimialoilla matkailijat kuluttavat merkittävän osan toimialan tuotteista. Tällainen toimiala on esimerkiksi majoitustoiminta. Matkailulle ei-ominaisilla toimialoilla, esimerkiksi kaupan alalla, matkailijatkin kuluttavat toimialan tuotteita, mutta heidän osuutensa kuluttajista ei ole merkittävä (Tilastokeskus, 2015.) Luokittelin toimijat sen mukaan, kuuluvatko ne matkailutoimialaan vai eivät. Näin muodostin luokat matkailualan toimija ja muun alan toimija. Matkailualan toimijaksi määritte-

lin liiketoimintaa alalla tekevien toimijoiden lisäksi muulla tavoin alaan merkittävästi vaikuttavat toimijat, kuten MaRan ja Visit Finlandin. Muun alan toimijoilla pääasiallinen toiminta ei muodostu matkailusta, mutta niillä on jonkinlainen sidos matkailutoimialaan. Lisäksi muodostin aineiston toimijoista luokat kiinalaismatkailijat ja viranomaiset. Näin aineistosta muodostamani toimijaluokat ovat:

- Matkailualan toimija: mm. Visit Finland, MaRa, suomalaiset matkailuyritykset työntekijöineen (mm. autovuokraamo, hotelli, lentokenttä), kiinalaiset matkanjärjestäjät ja kiinalaiset matkaoppaat, kauppa.
- Muun alan toimija: mm. elinkeinoneuvoja, ePassi-yhtiö, investointineuvoja, sijoittajat, pankki.
- Viranomainen: kunta, maakunta, poliittinen johto, suurlähetystö, Liikenneturva.
- Kiinalaismatkailijat.

#### Puheenvuorojen jakautuminen

Toimijan puheoikeudesta kertoo se, annetaanko toimijalle uutisissa puheenvuoroa vai ei. Puheenvuorolla tarkoitan suoran puhelainauksen lisäksi asian esittämistä tekstissä toimijan näkökulmasta. Mielenkiintoista on erityisesti puheenvuorojen määrällinen jakautuminen: kuinka usein kukin toimija saa esittää näkemyksensä.

Eniten puheenvuoroja aineistossa saavat matkailualan toimijat. Alan eri toimijoiden välillä on eroja siinä, kuka pääsee ääneen ja kuka ei. Usein äänessä on Visit Finland: *Visit Finlandin tutkimuspäällikkö – vahvistaa – huomion siitä, että käynnissä on erittäin hyvä kausi* (LK6, s. 4–5). Osa matkailualan toimijoista ei pääse ääneen lainkaan. Yksi tällainen toimija on kiinalainen matkanjärjestäjä Alitrip. Esimerkiksi Alitripin suunnitelmaa tuoda Lappiin kiinalaismatkailijoita käsitellään Visit Finlandin näkökulmasta: *Visit Finlandilla on laskettu, että suomalaiset matkailualan yritykset ja kaupat hyötyisivät uusista turisteista paljon* (LK3, s. 12).

Toiseksi eniten puheenvuoroja saavat muiden alojen toimijat, joiden kesken puheenvuorot jakautuvat muuten melko tasaisesti, mutta sijoittajilla ei ole lainkaan puheenvuoroja, vaan muut puhuvat heidän puolestaan:

*Kiinalaissijoittajien kiinnostus on virinnyt muutamassa kuukaudessa. Esimerkiksi kiinalaiset hotellioperaattorit pohtivat parhaillaan omien konseptiensa tuomista Suomeen, kertoo investointiasiantuntija –.* (LK7, s. 1)

Viranomaisilla on aineistossani jonkin verran puheenvuoroja. Kiinalaismatkailijat pääsevät ääneen vain muutamassa uutisessa; useimmiten muut pu-



huvat heidän puolestaan. Esimerkiksi elinkeinoneuvojan mukaan: -- *kiinalaisia kiinnostaa revontulten, joulupukin ja luonnon lisäksi paikallinen kulttuuri, Kemijärvellä esimerkiksi kelonveisto* (LK1, s. 9). Erityisen kiinnostavaa on, että sekä matkailijat että matkailijoita Lappiin tuova matkanjärjestäjä Alitrip saavat uutisissa vähän puheenvuoroja. He ovat kuitenkin kaksi keskeistä toimijaa kiinalaisten Lapin-matkailussa. Puheenvuorojen lukumääräisen jakautumisen perusteella matkailualan toimijoilla ja muiden alojen toimijoilla on keskustelussa vahvempi asema kuin viranomaisilla ja kiinalaismatkailijoilla.

#### Puheen vakavasti otettavuus

Puheen vakavasti otettavuutta, sanoman painoarvoa, voidaan vahvistaa maininnoilla puhujan asemasta sekä tekstin sanamuodoilla. Faircloughin (1989, s. 31–32) mukaan miellämme tittelit osoituksiksi vallasta. Toimijan institutionaalinen ja yhteiskunnallinen asema antavat hänelle diskursiivista valtaa. Diskursiivinen valta on valtaa määrittellä asioita. *Investointiasiantuntija* ja *toimitusjohtaja* ovat vakuuttavia nimikkeitä, jotka antavat puheelle painoarvoa (LK7, s. 1; LK8, s. 4–5). Viranomaisilla on asemansa suomaa valtaa, joka lisää heidän puheensa vakavasti otettavuutta. Uutisen uskottavuutta vahvistaa valtaapitävien, viranomaisten ja asiantuntijoiden, käyttäminen lähteinä (Pietilä, 1993, s. 51). Vakavasti otettavaa puhetta tuottavat aineistossani viranomaisten ja tittelin omaavien toimijoiden lisäksi erilaiset asiantuntijat. Asiantuntijuutta rakentavat esimerkiksi maininnat toimijan kokemuksesta:

*-- on jo vuosia tuonut -- kiinalaisia matkailijoita Suomeen ja muihin Pohjoismaihin. -- on asunut pitkään Kiinassa, tuntee maan kulttuurin ja puhuu sen kieltä.* (LK1, s. 9)

Kielellisillä valinnoilla vaikutetaan siihen, millaiseksi kuvaus asiasta muodostuu (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 66–72). Tekstin sanamuodot rakentavat puheen vakavasti otettavuutta. Esimerkiksi ilmaisut *povata*, *pohtia* ja *nauhahtaa* luovat kuvan toimijan epävarmuudesta ja vähentävät puheen vakavasti otettavuutta. Aineistossani puheen vakavasti otettavuus vaihtelee sekä toimijoiden välillä että yksittäisten toimijoiden puheessa. Kiinalaismatkailijoita lukuun ottamatta kaikkien toimijoiden puheesta löytyy esimerkkejä vakavasti otettavasta puheesta. Kiinalaismatkailijoiden puheenvuorot jäävät henkilökohtaisiksi mielipiteiksi:

*-Ehkä tulemme kesällä, niin näemme myös yöttömän yön igluista, he laskevat.* (LK8, s. 4)

*Napapiirillä he halusivat erityisesti nähdä revontulet ja ostivat sitä varten safarimatkan kaupungin valojen ulkopuolelle.* (LK3, s. 10)

Kiinalaismatkailijoiden mahdollisuuksia tuottaa vakavasti otettavaa puhetta rajoitti se, että heillä kaiken kaikkiaan oli tutkimissani uutisissa vain vähän puheenvuoroja.

#### Hierarkian esiintyminen suhteissa

Suhteiden hierarkiaa rakentaa toimijoiden tapa puhua toisistaan. Tietävä, luokitteleva ja laskelmoiva puhetapa ilmentää ylhäältä alas suuntautuvaa hierarkiaa. Toisen puolesta puhuminen, hänen tarpeidensa ja kokemustensa määrittely ovat vallankäyttöä. (Jokinen & Juhila, 1993, s. 87.) Tällaista hierarkiaa esiintyi uutisissa sekä samaan kategoriaan kuuluvien toimijoiden että eri kategorioihin kuuluvien toimijoiden välillä. Laskelmoivaa puhetyyliä käyttää esimerkiksi sijoitusasiantuntija puhuessaan kiinalaissyjoittajien puolesta, samoin elinkeinoneuvoja kertoessaan kiinalaisten mieltymyksistä. Valtaan liittyvä hierarkia rakentuu tilanteittain (Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–87); samassa uutisessa voidaan kertoa sekä neutraalisti yhteistyöstä kiinalaisten kanssa että puhua kiinalaisista laskelmoivaan sävyyn (LKI, s. 9).

Kaikki toimijat eivät saa ääntänsä mediassa kuuluviin tasavertaisesti. Median tuottamaa sisältöä rajoittavat joukkoviestinnälle asetetut kriteerit ja yhteiskunnan sosiaaliset rakenteet. Tiedotusvälineissä ovat eniten edustettuina toimijat, joilla on valtaa. Tämä valta voi olla taloudellista, poliittista tai kulttuurista. (Fairclough, 1997, s. 58.) Uutistekstien tuottaminen heijastaa usein vallitsevaa maailmankuvaa – virallisia tahoja ja tärkeässä yhteiskunnallisessa asemassa olevia toimijoita pidetään luotettavina lähteinä, tavalliset ihmiset taas jäävät henkilökohtaisten kokemusten esittäjiksi (Fairclough, 1997, s. 69). Aineistoni toimijoiden suhteet noudattavat yhteiskunnallista valtahierarkiaa: valtaa omaavat toimijat saavat puheenvuoroja ja voivat puhua toisten puolesta. Matkailualan toimijoilla, muiden alojen toimijoilla ja viranomaisilla on kiinalaismatkailijoihin kohdistuvaa valtaa. Voimakas osapuoli hyödyntää asemansa suomaa diskursiivista valtaa rajoittaessaan heikon osapuolen osallistumista diskurssiin (Fairclough, 1989, s. 46). Näin matkailualan ja muiden alojen toimijat sekä viranomaiset estävät kiinalaismatkailijoiden pääsyn diskurssiin. Kielenkäyttötilanteen konteksti määrittää ja rajoittaa diskurssia (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 18–19). Uutisten julkaisuforumina toimii paikallinen sanomalehti Lapin Kansa, mikä vaikuttaa toimijoiden suhteisiin: lappilaiset toimijat saavat uutisissa paljon puheenvuoroja. Rajoitettu pääsy diskurssiin viittaa vaatimuksiin, jotka toimijan tulee täyttää päästäkseen osallistumaan diskurssiin (Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–87). Paikallisuus voidaan mielestäni käsittää yhdeksi diskurssiin osallistumista rajoittavaksi tekijäksi.

### *Subjektipositiot – toimijoiden rajatut asemat diskursseissa*

Subjektipositiolla tarkoitetaan diskurssissa esiintyvien ihmisten asemoimista ja asemoitumista. Asemoiminen on diskurssin osanottajan määrittämistä. Asemoituminen on aseman ottamista, siihen liittyvien oikeuksien ja velvollisuuksien noudattamista. (Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–88.) Subjektipositiot liittyvät läheisesti toimijoiden suhteisiin. Toimijoiden suhde määrittää sitä, millaisen aseman osanottajat voivat ottaa diskurssissa. Aseman mukaisen toiminnan omaksuminen vaikuttaa suhteen muodostumiseen. (Fairclough, 1989, s. 46.) Uutisissa esiintyvien toimijoiden suhde on hierarkkinen: matkailualan toimijat, muiden alojen toimijat ja viranomaiset ovat vahvemmassa asemassa kuin kiinalaismatkailijat. Hierarkia näkyy toimijoiden saamista subjektipositioissa. Matkailualan toimijat, muiden alojen toimijat ja viranomaiset asemoidaan yhteistyökumppaneiksi tai asiantuntijoiksi. Kiinalaismatkailijat eivät voi tulla asemoiduksi kyseisiin subjektipositioihin. Heidät asemoidaan muiden vallan alaisiksi.

Viranomaiset, matkailualan toimijat ja muiden alojen toimijat voivat siis saada yhteistyökumppanin aseman. Suomalaisten kunnallistoimijoiden, Kiinan poliittisen johdon sekä kiinalaisten yritysten välisestä yhteistyöstä kerrotaan seuraavasti:

*Kiinalaiset ja itäläppiläiset ovat vierailleet toistensa luona viime aikoina tiheään. – kiinalaisten kanssa keskustellaan myös muistakin kuin matkailuinvestoinneista –. Hankkeen lopuksi kiinalaisia matkanjärjestäjiä kävi syksyllä seminaarissa kertomassa näkemyksiään – sekä neuvottelemassa yritysten kanssa. (LKI, s. 9)*

Yhteistyökumppanuuden subjektipositiossa toisesta toimijasta puhutaan tasavertaisesti. Asiantuntijan aseman saadessaan viranomaiset, matkailualan toimijat ja muun alan toimijat voivat käyttää määrittelyvaltaa toisista toimijoista, mikä voidaan käsittää subjektiposition suomana oikeutena. Määrittelyvalta on subjektiposition tuottamista toiselle toimijalle (Jokinen & Juhila, 1993, s. 88). Jokinen ja Juhila havainnollistavat määrittelyvallan käyttöä esimerkillään siitä, miten viranomaiset puhuvat asunnottomista: heidät leimataan kuntoutettaviksi tai jatkuvan hoidon tarpeessa oleviksi. Määrittelyvallan alaiseen toimijaan ei suhtauduta tasavertaisesti vaan toiseuden edustajana. (Jokinen & Juhila, 1993, s. 81–85, 87–88.) Kiinalaisten Lapin-matkailua koskevissa uutisissa asiantuntijat käyttävät määrittelyvaltaa erityisesti kiinalaismatkailijoihin – kertoessaan, millaisia tyypilliset kiinalaismatkailijat ovat ja millaisia mieltymyksiä heillä on:

*He ovat melko nuoria ja käyvät matkallaan Suomen lisäksi muissakin Pohjoismaissa. Suomi kiinnostaa -- erityisesti puhtaan luonnon ja hiljaisuuden takia. (LK3, s. 10.)*

Määrittelyvallan käyttö rakentaa ja ylläpitää toimijoiden välisen suhteen hierarkiaa.

Kiinalaismatkailijat asemoidaan uutisissa keskeisiksi toimijoiksi matkailu-ilmiossä. Heidän saamansa subjektipositio riippuu hierarkiassa korkeammalla olevien toimijoiden eli asiantuntijoiden määrittelyvallan käytöstä. Asiantuntijoiden määrittelyvalta noudattaa pääosin hegemonista diskurssia, jossa kiinalaiset ymmärretään yhtenäiseksi ryhmäksi. Vain muutamassa uutisessa kiinalaismatkailijoille luodaan asema yksilöinä:

*Itä-Lapissa on viime vuosina selvitetty, mitä kiinalaiset matkailijat haluavat. -Tiedolle on tarvetta, esimerkiksi mitä palveluja tarvitaan tai miten niitä tulisi erilaisille ryhmille ja yksittäisille matkailijoille järjestää. (LK1, s. 9)*

Ilmaisu *mitä kiinalaiset matkailijat haluavat* asettaa kiinalaismatkailijat subjektipositioon, jossa toimijalla on oikeutta vaikuttaa asioihin. Samanlainen matkailijoiden näkemyksiä korostava asemointi esiintyy toisessa uutisessa: *Emme voi itsepäisesti päättää, että tiedämme mitä matkailijat haluavat* (LK3, s. 13). Kiinalaismatkailijoille luodaan myös vaihtoehtoista, asiantuntevaa subjektipositiota kertomalla heidän kokeneisuudestaan: *Suomeen tulevat kiinalaiset ovat harvoin ensimmäisellä ulkomaanmatkallaan* (LK3, s. 9). Näistä erilaisista määrittelytavoista huolimatta kiinalaismatkailijoiden subjektipositiolle jää uutisissa hyvin vähän liikkumavaraa, koska muut toimijat määrittävät heidän asemansa.

Aineistoani dominoivat hegemoniset diskurssit matkailun kasvusta, kiinalaismatkailijoista ryhmänä ja matkailun kapeasta ymmärtämisestä. Jotkut yksittäiset henkilöt kyseenalaistavat näitä diskursseja. Kritiikin esittäminen vaikuttaa toimijan asemaan. Yhdessä uutisessa kritisoidaan matkailun kasvua seuraavasti:

*-Jos yksi kansallisuus tulee liian dominoivaksi --. Silloin muut turistit eivät ehkä enää koe kohdetta mielekkääksi. Britit eivät halua tulla Chinatowniin vaan Rovaniemelle, -- naurahtaa. (LK5, s. 9)*

Uutisessa haastateltu henkilö esitellään asiantuntijana mutta hänen saamaansa subjektipositiota pyritään heikentämään. Kommentin vakavasti otettavuutta horjutetaan kielellisin keinoin käyttämällä ilmaisua *naurahtaa*. Sa-

manlaista keinoa käytetään myös saman uutisen toisessa kohdassa, jossa kerrotaan: *Lapin matkailulla menee nyt niin lujaa, että yrittäjien posket lepattavat* (LK5, s. 9). Uutisille on tyypillistä epävarmojen ja kiistanalaisten seikkojen esittäminen muiden sanomana. Uutinen itse tuo esille vain todennettavia seikkoja. (Kunelius, 2003, s. 226.) Pietilän ja Sondermannin (1994, s. 77) mukaan uutisissa esiintyvät toimijat toimivat sanomalehden luomassa kontekstissa. Sanomalehti määrittää, mitä toimijat voivat lehdessä sanoa tai tehdä. Uutiset pyrkivät esittämään ilmiöt todellisuuden luonnollisena kuvauksena, minkä takia sanoman tuottaja pyritään häivyttämään tekstistä (Pietilä, 1993, s. 48). Uutisissa esiintyvä subjektipositiointi saadaan vaikuttamaan neutraalilta ja luonnollisesti esiintyvältä asialta, mutta se on kuitenkin sanomalehden tekemää. Toimijoiden asemointi diskurssissa ei ole yhdentekevää, sillä subjektipositiot voivat tuottaa tai riistää oikeuksia (Jokinen & Juhila, 1993, s. 99). Omassa aineistossani toimijoiden saamat subjektipositiot ovat hyvin rajalliset.

#### *Diskurssien sisältö uutisten näkemysten oikeuttajana*

Diskurssin sisällöllä tarkoitetaan diskurssissa esiintyviä sanomisia ja tekoja (Fairclough, 1989, s. 46; Jokinen & Juhila, 1993, s. 86). Sisältö muodostuu hallinnan ja rajoittamisen käyttämisestä ja toteutumisesta diskurssityypin asettamisessa rajoissa (Fairclough, 1989, s. 46–47). Sisältö vaikuttaa siihen, millaiset tiedot ja totuudet saavat vahvan aseman ilmiön merkityksellistämässä. Sisällöllä on suora vaikutus diskurssien välisiin suhteisiin. Sisältöä tutkittaessa kysytään, mistä asioista diskurssissa saa puhua ja millaisia asioita diskurssissa saa tehdä. (Jokinen & Juhila, 1993, s. 86–88.) Kiinalaisten Lapin-matkailua käsitellään uutisissa pitkälti hegemonisten diskurssien – matkailun kasvu, kiinalaismatkailijat ryhmänä ja matkailun kapea määritelmä – näkökulmasta.

Kiinalaismatkailijoilla on keskeinen asema matkailun kasvussa, mutta siitä huolimatta heidän merkityksellisyyttään ilmiössä pyritään aliarvioimaan. Kasvun luojiksi määritellään muut seikat tai toimijat. Yksi uutinen alkaa seuraavasti:

*Postikortti Suomesta Kiinaan on kuvitteellinen, mutta Suomen vetovoima ei. Vastikään saimme kaksi merkittävää matkailualan tunnustusta.* (LK3, s. 10)

Uutinen korostaa ensin Suomen erinomaisuutta matkakohteena ja kertoo vasta sen jälkeen kiinalaismatkailijoiden kasvavasta määrästä. Samassa uutisessä kasvun aikaansaajiksi määritellään matkailualan toimijat:

*Uusia tulijoita houkutellaan myös stopover-kasvuohjelmassa. Esimerkiksi Finnair on muuttanut toimintatapojaan siten, että lyhyt pysähtyminen olisi helppompaa.* (LK3, s. 12)

Kasvun diskurssissa matkailun mahdollisia haittavaikutuksia ei käsitellä juuri lainkaan. Yhdessä uutisessa kerrotaan:

*Isoin haaste Pohjois-Suomessa on nyt majoituskapasiteetti. Siksi monet kiinalaiset sijoittajat tutkivat Lappia. He haluavat ostaa hotelleja, tai maata jonne rakentaa majoitusta, hän jatkaa. (LK7, s. 12)*

Kiinalaisten toimijoiden tuleminen Lappiin vaikuttaisi sekä paikallisiin toimijoihin että paikalliseen talouteen, mutta tätä ei käsitellä uutisessa edes yksittäisten henkilöiden sanomana. Uutisia lukiessani pohdinkin, kuka hallitsee matkailun kasvun kokonaisuutta yksittäisten toimijoiden keskittyessä päivittäiseen toimintaansa.

Kiinalaismatkailijat yleistetään uutisissa homogeeniseksi matkailijaryhmäksi. Toimijat käyttävät määrittelyvaltaa kertoessaan, millaisia kiinalaiset matkailijat ovat ja mistä he pitävät. Kiinalaisia matkailijoita kuvataan mukavaa matkailua arvostaviksi: elämykset eivät saa olla liian pitkäkestoisia ja matkaan liittyvissä päätöksissä korostuu helppous (LK3, s. 9; LK4, s. 12). Kiinalaisten mielenkiinnonkohteita kuvataan seuraavasti:

*-- revontulet ja Joulupukki kiinnostavat kiinalaisia Lapissa. (LK1, s. 9)*

*Revontulet vetävät matkailijoita Lappiin, mutta monelle riittää jo pelkkä puhdas luonto ja komeat maisemat. (LK8, s. 1)*

*Suomi kiinnostaa -- erityisesti puhtaan luonnon ja hiljaisuuden takia. (LK3, s. 10)*

Kiinalaismatkailijoita määritellään sen mukaan, mistä he pitävät Lapissa. Uutisissa ei kerrota sitä, millaiset asiat Lapissa eivät miellytä kiinalaisia matkailijoita. Oman työkokemukseni pohjalta tiedän, että kiinalaismatkailijat kokevat esimerkiksi kylmyyden epämiellyttäväksi.

Matkailun kapeassa määritelmässä korostuu tavaroiden ja palveluiden vaihdanta matkailijoiden ja muiden toimijoiden välillä. Tämän näkökulman ulkopuolelle jäävät esimerkiksi paikalliset asukkaat. Matkailualan toimijat, muiden alojen toimijat ja viranomaiset esitetään matkailua hallinnoiviksi tahoin, koska heillä on valtaa muuttaa käytäntöjä ja prosesseja. Toisaalta kiinalaismatkailijat voidaan käsittää matkailualan toiminnan määrittäjinä, koska he saavat muut toimijat muuttamaan toimintatapojaan:

*Matkailualalla ollaan koko ajan korva tarkkana, ja viestin pitää mennä nopeasti alan kouluttajille. Käytännön asiat kyllä järjestyvät. Esimerkiksi Helsinki-Vantaan lentokentän monikielisisä kylteissä tekstit ovat myös yleisimmillä aasialaisilla kielillä. Asiakaspalveluun on hankittu kiinan kielen taitoista väkeä. (LK3, s. 13)*

Kiinalaisten matkailijoiden lisääntynyt määrä on vaikuttanut myös ajokorttilain muuttamiseen (LK10, s. 4). Kenellä toimijoista on lopulta valta määrittää, millaisista palveluista ja tuotteista matkailu muodostuu?

Kiinalaisten matkailua koskevan diskurssin sanomisia ja tekoja määrittävät samat seikat kuin uutisointia yleensäkin. Joukkoviestinnän, kuten sanomalehden, asioiden esittämistapaan vaikuttavat viestinnälle asetetut päämäärät, arvot ja painotukset (Fairclough, 1997, s. 59). Uutiset pyrkivät faktapohjaisuuteen – kertomaan, mitä tapahtuu tai on tapahtunut (Kunelius, 2003, s. 1). Faktapohjaisuus ei esimerkiksi salli pohdintaa matkailun kasvun haitallisista vaikutuksista, sillä niitä ei ole vielä tapahtunut. Uutisoinnin tehtävänä on kertoa todellisuuden tapahtumista mahdollisimman realistisesti tosiasioihin perustuen (Kunelius, 2003, s. 21). Matkailu käsitetään uutisissa laajan yhteiskunnallisen ilmiön sijaan konkreettisena, todennettavissa olevana tapahtumana matkailijoiden ja matkailualan toimijoiden välillä. Virallisia tahoja ja tärkeässä yhteiskunnallisessa asemassa olevia toimijoita suositaan, kun taas tavallisia ihmisiä ja heidän mielipiteitään tuodaan esille selvästi vähemmän (Fairclough, 1997, s. 58, 69). Kiinalaismatkailijat ovat uutisissa näitä tavallisia ihmisiä, jotka eivät pääse diskurssissa esille, vaikka heillä on matkailussa keskeinen asema. Uutisgenre hallitsee ja rajoittaa diskurssien sisältöä. Uutiset eivät kuvaa todellisuutta objektiivisesti vaan tarkastelevat sitä genresidonnaisen linssin kautta – uutiset siis tuottavat käsitteellistykseen todellisuudesta (Pietilä, 1993). Aineistoni diskurssien sisällöt ovat mukana oikeuttamassa kiinalaisten Lapin-matkailun käsitteellistämistä kasvavana, tarkasti määriteltynä ja hierarkkisiin suhteisiin pohjautuvana ilmiönä. Kenen päämääriä nämä käsitteellistykset edistävät?

## YHTEENVETO

Kiinalaisten Lapin-matkailua koskevien uutisten valtasuhteita määrittävät hegemoniset diskurssit ilmiön käsitteellistämässä sekä vallan jyrkkä jakautuminen. Ilmiön merkityksellistämässä on kolme hegemonista diskurssia: matkailun kasvu, kiinalaismatkailijat ryhmänä ja matkailun kapea määrittelely. Hegemonisten diskurssien vallitsevuus aineistossa jättää ulkopuolelleen diskurssit matkailun käsitteellistämässä laajempaan yhteiskunnallisena ilmiönä sekä matkailussa mukana olevien toimijoiden moninaisuudesta.

Valtasuhteet aineistossa esiintyvien toimijoiden välillä määrittyvät joko tasa-arvoiseksi tai epätasa-arvoiseksi. Yhteistyöhön perustuvaa tasa-arvoisuutta esiintyy matkailualan toimijoiden, muiden alojen toimijoiden ja viranomaisien välillä. Heidät voidaan asemoida yhteistyökumppaneiksi. Epätasa-arvoisuutta toimijoiden välisessä suhteessa esiintyy kaikkien toimijoiden välillä, mutta erityisesti se määrittää muiden toimijoiden suhdetta kiinalaismatkailijoihin. Kiinalaismatkailijat ovat uutisissa alistetussa asemassa, asiantuntijoiksi julistettujen muiden toimijoiden määrittelyvallan alaisia.

Kiinalaisten Lapin-matkailua koskevien uutisten valtasuhteita sitoo uutisdiskurssi. Uutiset ilmentävät vallitsevan järjestyksen mukaista maailmankuvaa arvottaessaan vahvassa yhteiskunnallisessa asemassa olevat toimijat tavallisia ihmisiä korkeammalle (Fairclough, 1997, s. 68–69). Uutisissa esiintyvien valtasuhteiden perusteella valtaa matkailuilmiossa omaavat matkailualan toimijat, muiden alojen toimijat ja viranomaiset. Tavallisia ihmisiä uutisissa edustavat kiinalaismatkailijat. Sosiaaliset ja kulttuuriset rakenteet, suhteet, käytännöt ja arvot vaikuttavat joukkoviestintään – ja joukkoviestintä vaikuttaa niihin (Fairclough, 1997, s. 53). Uutiset eivät ole pelkästään yhteiskunnallisten seikkojen peili, vaan ne ovat myös luomassa yhteiskuntaa. Aineistoni uutisten voidaan nähdä uusintavan yhteiskunnallisia valtasuhteita. Uutisten perusteella kiinalaisten matkailu määrittyy matkailualan toimijoiden, muiden alojen toimijoiden ja viranomaisten kautta – kiinalaisten matkailuun Lapissa näyttäisivät voivan vaikuttaa kaikki muut paitsi matkailijat itse. Paikalliset asukkaat on suljettu kokonaan ilmiön ulkopuolelle, sillä he eivät esiinny yhdessäkään aineistoni uutisessa. Diskurssit luovat sosiaalista todellisuutta ja vaikuttavat ihmisten toimintaan (Kunelius, 2023, s. 225). Tutkimani uutisaineiston diskurssit luovat kuvaa kiinalaisten matkailusta Lapissa tarkkaan rajattuna hierarkkisiin suhteisiin pohjautuvana ilmiönä. Tällainen käsitteellistämistapa rajoittaa matkailun ymmärtämistä laajempaan yhteiskunnallisena ilmiönä ja rajaa matkailun ulkopuolelle suuren joukon toimijoita. Kasvun diskurssin mukaan kiinalaismatkailijat halutaan Lappiin, mutta millaiseksi tämä matkailu muodostuu, kun lähtökohtana on toimijoiden eriarvoistaminen?

Diskurssianalyysi teoriana ja tutkimusmenetelmänä oli mielenkiintoinen mutta vaativa. Tutkimukseni teoriaosassa olisin voinut hieman enemmän tarkentaa diskurssin ja vallan käsitteitä, jolloin olisin mahdollisesti saanut aineistosta esiin yksityiskohtaisempia valtasuhteiden kuvauksia. Tutkimuksen tekoa olisi helpottanut tukeutuminen johonkin tiettyyn diskurssianalyysin suuntaukseen. Osatutkimuskysymysten pitäminen erillään toisistaan oli haasteellista, koska ne kaikki liittyivät toisiinsa. Tutkimusaineistoa oli mielestäni sopiva määrä; useiden artikkelien käyttäminen auttoi toistuvien merki-



tysten löytämistä aineistosta. Tutkimukseni tulokset pohjautuvat yhden lehden uutisiin, joten laajemman käsityksen saaminen aiheesta edellyttää myös muiden uutislähteiden tutkimista. Tutkimukseni tulokset nostavat joka tapauksessa esille tärkeitä seikkoja kiinalaisten matkailusta ja sen uutisoinnista.

Alkusysäyksen tutkimukselle antanut oletukseni kiinalaisten matkailua koskevan uutisoinnin määrällisestä ja taloudellisesta näkökulmasta muuttui tutkimusprosessin aikana. Matkailu määrittyy määrällisen ja taloudellisen näkökulman sijaan vahvasti kasvun näkökulmasta. Kasvu on kuitenkin yhteydessä taloudelliseen näkökulmaan – markkinatalouden määrittämä kulttuurinen konteksti ylläpitää käsitystä kasvun tarpeellisuudesta. Yllättävää oli huomata, miten samankaltaisia uutiset olivat. Samanlaiset tavat käsitteellistää kiinalaisten matkailua toistuivat lähes kaikissa uutisissa. Tutkimalla muita lehtitekstejä, kuten pääkirjoituksia tai mielipidekirjoituksia, käsitys ilmiötä määrittävistä valtasuhteista voisi monipuolistua. Mielipidekirjoitusten tutkiminen tarjoaisi mahdollisuuden tarkastella paikallisten asukkaiden näkemyksiä asiasta. Tutkimusta tehdessäni perehdyin viestinnän ja median kysymyksiin, joten olisi kiinnostavaa jatkaa aiheen tutkimista median käyttämän vallan näkökulmasta. Ilmiötä voisi myös lähestyä tutkimalla, miten Ruotsin tai Norjan Lappiin suuntautuvasta kiinalaisten matkailusta uutisoidaan, jolloin voisi vertailla eri maiden medioita.

