

**Finska turister i Ryssland efter Sovjetunionens fall  
En innehållsanalys av *Vyborgskie vedomosti* 2000–2021**

Katariina Härmälä

Pro gradu-avhandling i Ryska språket och litteraturen  
Handledare: Martina Björklund  
Fakulteten för humaniora,  
psykologi och teologi  
Åbo Akademi  
2023

# ÅBO AKADEMI – FAKULTETEN FÖR HUMANIORA, PSYKOLOGI OCH TEOLOGI

Abstrakt för avhandling pro gradu

Ämne: Ryska språket och litteraturen	
Författare: Katariina Härmälä	
Arbetets titel: Finska turister i Ryssland efter Sovjetunionens fall – en innehållsanalys av <i>Vyborgskie vedomosti</i> 2000–2021	
Handledare: Martina Björklund	
<p>Finland och Ryssland har alltid haft en särskild relation. Sedan 1800-talet har ländernas förhållanden varit i konstant förändring och på grund av geografisk närhet har det som sker i grannlandet intresserat båda länder. I Finland har man alltid varit intresserad av hur andra länder inklusive Ryssland ser på oss. Finlandsbilden i Ryssland är ett ofta undersökt tema. Finland försöker liksom andra länder också skapa en viss bild av sig självt och framkalla vissa föreställningar om landet. Finlands och Rysslands särskilda relationer sträcker sig även till turismen. Finländare började resa till Sovjetunionen redan på 1920-talet och sedan dess har finska turister varit en viktig turistgrupp i Ryssland. Även om staterna försöker skapa en viss bild av sig själva ligger turisterna utanför den officiella processen för hur sådana bilder skapas, och staten kan inte bestämma turisternas beteende. Medierna har ett starkt inflytande på den bild vi har av omvärlden, och därför är det också viktigt att särskilt undersöka hur finska turister behandlas i den ryska pressen.</p> <p>Syftet med denna avhandling är att undersöka vad man får för bild av finska turister utgående från analyser av ett urval av nyhetsartiklar. Jag analyserar i vilket sammanhang det skrivs om finska turister, hurdant språk som används om finska turister och om det har skett någon förändring i beskrivningen, och i så fall vilken. De analyserade artiklarna är publicerade i tidningen <i>Vyborgskie vedomosti</i> under åren 2000–2021.</p> <p>Analysen var en kvalitativ analys av innehållet med innehållsanalys som metod. Det som också evaluerades var vilken inställning till de finska turisterna som artiklarna speglar: är det som berättas något positivt eller negativt. Resultaten presenteras med exempel ur artiklarna. Forskningsresultatet visar att de finska turisterna är ett konstant tema i <i>Vyborgskie vedomosti</i> och fastän det finns några artiklar som är negativa med tanke på den bild de skapar av finska turister är artiklarna i allmänhet mycket positivt skrivna. Det kommer också tydligt fram att de finska turisterna fortsätter att vara viktiga för Viborg och att det finns mycket samarbetet mellan Finland och Viborg och Ryssland under den undersökta perioden.</p>	
Nyckelord: Finland, Ryssland, turism, kvalitativ innehållsanalys	
Datum: 18.5.2023	Sidantal: 76
Abstraktet godkänt som mognadsprov:	

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>INLEDNING .....</b>	<b>4</b>
1.1	Syfte .....	5
1.2	Disposition.....	5
<b>2</b>	<b>TEORETISK REFERENSRAM .....</b>	<b>6</b>
2.1	Turism .....	6
2.1.1	Definition av begreppet turism .....	6
2.1.2	Turismens historia .....	8
2.1.3	Turismforskningens historia .....	10
2.2	Image .....	11
2.3	Stereotyper .....	16
<b>3</b>	<b>FINLAND OCH RYSSLAND .....</b>	<b>22</b>
3.1	Finlandsbilden i Ryssland.....	22
3.2	Historisk översikt av turismen mellan Finland och Ryssland.....	25
<b>4</b>	<b>METOD OCH MATERIAL .....</b>	<b>34</b>
4.1	Forskningsmetod .....	34
4.2	Forskningsmaterial .....	37
<b>5</b>	<b>ANALYS OCH RESULTAT .....</b>	<b>39</b>
5.1	Analys .....	39
5.1.1	Brottslighet.....	41
5.1.2	Shoppingturism.....	49
5.1.3	Sevärdheter .....	51
5.1.4	Mängden av finska turister .....	56
5.1.5	Hur finländare reser till Ryssland .....	58
5.1.6	Finska vodkaturister .....	61
5.1.7	Lockandet av finska turister .....	63
5.1.8	Bilaterala förbindelser .....	66
<b>6</b>	<b>AVSLUTANDE DISKUSSION.....</b>	<b>71</b>
	<b>LITTERATURFÖRTECKNING .....</b>	<b>75</b>

# 1 Inledning

Finland och Ryssland har alltid haft en särskild relation och sedan början av 1900-talet har finländare rest till Sovjetunionen och Ryssland. Finska turister har blivit "berömda" i Ryssland bland annat för sitt intresse för att köpa billig vodka och bensin, men också på grund av sina förehavanden med lokala brottslingar. Det har utförts många undersökningar av hur Finland behandlas i rysk press, hurdan Finlandsbilden i Ryssland är och hur ryssarna förhåller sig till Finland, men hur finska turister behandlas i den ryska pressen har inte uppmärksamats speciellt av forskarna. Att undersöka finska turister är viktigt av två orsaker. Medan stater försöker skapa en så bra bild som möjligt av sig själva står turister för det första utanför den officiella processen för hur sådana bilder skapas och staten kan inte påverka deras beteende. För det andra har medierna ett starkt inflytande på den bild vi har av omvärlden och andra människor, så det är viktigt att undersöka finska turister genom nyhetsartiklar. Det som i Ryssland skrivs om finska turister kan också ses som en del av en bredare kontext: den bild andra nationaliteter har om ett land och de stereotyper de har påverkar staternas relationer sinsemellan.

I denna avhandling kommer jag att undersöka vad det är som skrivs om finska turister i Ryssland. Jag granskar nyhetsartiklar i den ryska tidningen *Vyborgskie vedomosti* som finns att tillgå i databasen Integrum. Undersökningen utförs genom kvalitativ innehållsanalys. Som utgångspunkt för undersökningen använder jag boken *Neukkuturismi – Neuvostoliiton matkailun historia* av Ville-Juhani Sutinen (2022). Sutinen har skrivit en omfattande bok om temat och för att skapa en helhetsbild av turismen och dess historia i Sovjetunionen använder han både finska och ryska arkiv, finska och ryska resebroschyrer, finsk och rysk skönlitteratur och forskningslitteratur. Sutinen har också intervjuat två finska researrangörer. Förutom de finska turisternas historia i Sovjetunionen kommer jag att diskutera begreppen image och stereotyp och belysa vilken image Finland traditionellt har haft i Sovjetunionen och Ryssland.

## 1.1 Syfte

Min undersökning är inspirerad av mitt eget intresse för turismen mellan Finland och Ryssland och dess utveckling. Syftet med min avhandling är förstås att själv få veta mer om temat och bekanta mig med ämnet som intresserar mig personligen, men jag anser också att genom att speciellt undersöka turister får vi ett nytt perspektiv på relationerna mellan Finland och Ryssland.

Mina forskningsfrågor är:

1. Vad har det skrivits om finska turister i *Vyborgskie vedomosti* mellan 2000–2021?
  - 1.1. I vilket sammanhang skrivs det om finska turister dvs. vad handlar nyheterna om?
  - 1.2. Hurdant språk används om finländarna, finns det några särskilda ord?
  - 1.3. Har det skett någon förändring i beskrivningen och i så fall vilken?

Målsättningen med forskningen är att undersöka vad man får för bild av finska turister utgående från de analyserade nyhetsartiklarna och om resultatet kan jämföras med historien om finländarnas turism till Sovjetunionen. Min undersökning gäller 2000-talet innan Ryssland anföll Ukraina.

## 1.2 Disposition

Den här pro gradu-avhandlingen består av fem huvudkapitel samt inledningen. I inledningen presenteras varför det undersökta temat är viktigt och vad som har undersökts tidigare om temat. I inledningen presenterar jag också undersökningens syfte, forskningsfrågor och målsättningen. I det andra kapitlet presenterar jag begreppen "turism", "image" och "stereotyp" och bekantar mig med turismens och turismforsknings historia. Det tredje kapitlet handlar om Finland och Ryssland: vilken bild man har i Ryssland om Finland och hurdan turism det har funnits mellan länderna. Det fjärde kapitlet presenterar undersökningens metod och material och i kapitel fem presenterar jag hur jag genomförde analysen och vilka resultaten var. I kapitlet sex sammanfattar jag min undersökning och diskuterar resultaten mot bakgrund av forskningslitteratur; jag ger också några förslag till vidare forskning.

## 2 Teoretisk bakgrund

I det här kapitlet diskuteras centrala begrepp inom turismforskning. Jag börjar med att definiera begreppet turism och presenterar ett begreppsligt ramverk för att precisera turismens egenskaper. Första delen av kapitlet motiverar också turismens betydelse. I andra delen av kapitlet koncentrerar jag mig på turismens historia och diskuterar dess utveckling över tid. Tredje delen av kapitlet handlar om turismforskningens historia från dess början fram till idag.

### 2.1 Turism

#### 2.1.1 Definition av begreppet turism

Det finns otaliga definitioner av turism, var och en med lite olika betoningar. Världsturismorganisationen (UNWTO) definierar turism på följande sätt:

Tourism is a social, cultural, and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure. (The World Tourism Organization 2023)

*Turist* är då enligt UNWTO:

A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise. (The World Tourism Organization 2023)

Definitionen av turism ger sig en bas för att bekanta lite närmare med turismen. För att skapa en bredare kontext för turismen kan man vända sig till Burkart och Medlik (1981). De börjar med att betona anledningarna till att det är viktigt att definiera begreppet turism. Vill man undersöka turism, måste man definiera begreppet för att veta vad fenomenet omfattar. Vad det omfattar måste också vara känt för att det ska kunna mätas. Burkart och Medlik (1981, s. 41–42) har skapat ett konceptuellt ramverk för att förstå turismens egenskaper:

1. Turism är förflyttning av människor från en plats till en annan.
2. Turism består av två delar: att förflytta sig till destinationen och att utföra av aktiviteter där.
3. Allt detta sker utanför den normala livsmiljön och de aktiviteter som utförs på destinationen skiljer sig från de dagliga aktiviteterna hos dem som bor på destinationen.
4. Resan till destinationen är kortsiktig, avsikten är att återvända därifrån inom dagar, veckor eller månader.
5. Destinationer besöks av andra skäl än med avsikten att flytta dit permanent eller att få arbete där.

Enligt Burkart och Medlik (1981, s. 42) är turism till stor del något som görs för nöjes skull. Det bör också noteras att all turism kräver resande, men inte allt resande är turism.

Burkart och Medlik (1981, s. 1 av opaginerat förord) menar vidare att turism är av stor betydelse för ekonomin i många länder, och för de länder, städer och regioner som lockar många turister är turismen en betydande välförhållningsfaktor. Turism skapar välförhållning och arbetsplatser och den kan användas för att utnyttja naturresurser som annars skulle stå oanvända, till exempel stränder och bergstrakter. Turism är också en inkomstkälla för många transportföretag, inkvarteringsföretag och anställda inom nöjesbranschen. Turism är ett komplext fenomen, för förutom att olika aktörer från olika fält är involverade i turism påverkar den även administrationen både på nationell och på lokal nivå. Förutom ekonomisk betydelse har turism även social, politisk och kulturell betydelse.

Vilka andra betydelser kan turism ha? Jamal och Robinson (2009, s. 5) påpekar att turism framför allt handlar om kultur och att dess nytta bygger på att

uppleva och uttrycka kulturer. Turism hjälper oss att förstå oss själva och andra och vår relation till världen. I grunden handlar turismen om de mycket personliga upplevelser en turist får när hen möter nya kulturer och tillbringar tid på en plats där människor betar sig och talar olika. Burkart och Medlik (1981, s 59) påpekar även att turism kan öka förståelsen mellan nationer. Umgänge mellan turister och lokalbefolkningen kan ge båda parter nya perspektiv och vara mycket lärorikt.

I min undersökning kommer begreppen *turism* och *turist* användas för att hänvisa till finländare som reser till eller besöker Ryssland på fritiden och antingen övernattar där eller endast besöker landet utan att tillbringa mer tid där än en dag.

### **2.1.2 Turismens historia**

Världen som vi ser och upplever den idag är resultatet av turism. Jamal och Robinson (2009, s. 4) menar att turismen har sitt ursprung i människornas grundläggande behov att flytta på sig, de var tvungna att förflytta sig för att hitta mat eller tak över huvudet. Senare blev det handeln eller sökandet efter bättre livsförhållanden som gjorde att människor förflyttade sig. Krig, konflikter och erövrandet av territorium har också fått människor att förflytta sig.

Enligt Vukonić (2012, s. 5) är det svårt att schemalägga turismens historia på en exakt tidslinje, för olika forskare betonar olika tidpunkter. Det är viktigare att diskutera orsakerna varför vissa händelser anses vara betydande. Tidslinjen blir viktig när vi pratar om olika händelsers relationer.

Turism och resande är starkt relaterade. Vissa forskare ser ursprunget till turismen redan på medeltiden, i det antika Egypten eller under Romartiden, även om resor på den tiden inte kan kallas turism som vi förstår den idag (Vukonić 2012, s. 5). 1600-talet kan också ses som startpunkten för turismen, då särskilt unga brittiska män åkte på sin så kallade Grand Tour genom Europa. En annan viktig period är den romantiska perioden på 1700-talet, då poeter och författare reste till andra länder för att bli mer civiliserade (Vukonić 2012, s. 6). Enligt Vukonić (2012, s. 8) var turismen ursprungligen ett europeiskt fenomen och enligt Burkart och Medlik (1981) var turismen ursprungligen även ett mycket brittiskt fenomen (Burkart & Medlik 1981, s. 2 av opaginerat förord).



Burkart och Medlik (1981, s. 6) framhäver att den stora vändpunkten i turismens historia inträffade i och med den industriella revolutionen, som förändrade det ekonomiska livet och nationalekonomin. Den industriella revolutionen som började i Storbritannien hade stor påverkan på turismen överhuvudtaget. I Storbritannien accelererade industrialiseringen migrationen från landet till städer och skapade en ny rikare samhällsklass vars rikedom inte längre var knuten till markägande. Den industriella revolutionen möjliggjorde nya reseformer för turismen, nämligen fartyg och järnvägar. När olika former att röra sig blev vanligare föddes också en marknad för researrangörer, och i och med det, började hotellbranschen växa (Burkart & Medlik 1981, s. 11, 14). På grund av världskrigens inflytande blev bilar och flygplan vanligare även för privatpersoner. Världskriget hade också biverkningar på turismen, för i och med kriget lärde soldater oundvikligen känna andra länder och efter kriget började människor söka ett lyckligare liv där resor var en väsentlig del (Burkart & Medlik 1981, s. 24). Efter världskriget stabiliserades också arbetsdagen i stort sett på åtta timmar, vilket gjorde att människor fick mer fritid, som är en väsentlig del av turismens utveckling. Turismen började också ses som en ekonomisk faktor som påverkar den nationella ekonomin (Vukonić 2012, s. 8–9).

På 1960-talet växte researrangörernas roll i turismbranschen ännu mer och att anlita researrangörer var mycket populärt i Europa, särskilt i Storbritannien, Västtyskland och Skandinavien. I och med detta växte även hotellverksamheten och flygbolagen började samarbeta med researrangörer (Burkart & Medlik 1981, s. 32–33). På 1970-talet var turismen inte avsedd bara för en viss del av befolkningen, utan den blev en aktivitet som gynnades av massorna. På 1970-talet uppstod också för första gången oro för turismens miljöeffekter (Burkart & Medlik 1981, s. 24, 35). För att förstå varför turismen är så viktigt idag måste vi förstå vad som har lett till dess utveckling. Page (2019, s. 11–12) tar fram begreppet "Leisure Society" som är ett begrepp myntat av sociologer på 1970-talet. Detta betyder att medelklassen har möjlighet att resa allt oftare och en del av tillgångarna reserveras specifikt för resor. Sedan 1990-talet har ökningen av internetanvändning gjort marknadsföringen av resor lättare. Ökningen av lågprisflygbolag under 2000-talet har accelererat resandet ännu mer, och framväxten av sociala medier har skapat sajter som till exempel TripAdvisor där människor sinsemellan kan dela sina upplevelser av olika destinationer.

Sammanfattningsvis kan man säga att historiskt sett har turismen varit en produkt av ekonomiska och sociala förändringar, som senare accelererades av nya specialiserade aktörer inom området och ännu senare av uppkomsten och ökad användning av internet och sociala medier (Burkart & Medlik 1981, s. 50).

### 2.1.3 Turismforskningens historia

Oavsett turismens mångfacetterade historia är många forskare eniga om att den moderna turismen började 1841 då Thomas Cook organiserade sin allra första resa. När vi pratar om relationen mellan turism och forskningen kring turism är det viktigt att notera att ordet *turist* dök upp i språkbruket innan ordet *turism*, vilket betyder att det fanns turism innan man började forska i den eller skapa en teoretisk referensram kring fenomenet (Vukonić 2012, s. 3).

Enligt Jamal och Robinson (2009, s. 3) är det viktigt att forska i turismen på grund av många olika orsaker. För det första är turism ett globalt fenomen med både sociala och miljömässiga effekter. För det andra möjliggör forskningen studier av turismupplevelser och upplevelser av att bedriva turism. För det tredje kan man genom att forska i turism komma till rätta med globaliseringens problem. För det fjärde bör turismforskningen åtminstone teoretiskt påverka politiska beslut på internationell och lokal nivå.

Page (2019, s. 9–10) påpekar att fastän turism är ett ganska nytt forskningsområde kan dess historiska rötter i alla fall spåras. Page framhäver att problemet med forskningen kring turism är dess tvärvetenskapliga karaktär. Ämnet har diskuterats ur ekonomins, geografins och psykologins synvinklar. Enligt Page har saker och ting inte heller alltid satts i en bredare kontext, vilket har skapat osäkerhet om hur turism egentligen borde undersökas. Page tycker att vi behöver skaffa oss en fundamental förståelse om turism för att förstå dess påverkan och problem.

Vukonić (2012, s. 7–11, 14–21) har försökt göra en omfattande sammanställning av de viktigaste teoretikerna och forskarna samt av milstolpar i turismforskningens historia. I slutet av 1800-talet publicerades de första specialistpublikationerna om turism i Schweiz, Italien och Österrike, där turismen först dök upp i Europa. Syftet med arbetet var att göra någon form av statistisk

redogörelse av detta nya fenomen, nämligen turismen. De första publikationerna om förhållandet mellan turism och kultur dök upp på 1920-talet. På 1930-talet kom den första publikationen som handlade om turismens inverkan på den nationella ekonomin. Eftersom turismen var mest utvecklad i Europa, där världskrigen ägde rum, är det naturligt att turismen minskade under krigen, och följaktligen finns det också mindre publicerade forskningslitteratur om turism från den tiden. Efter världskrigen ökade forskningslitteraturen avsevärt. För första gången blev det också viktigt att skapa en definition av turism så den kunde utforskas och studeras ordentligt. På 1960- och 1970-talen dök det också upp forskare från andra länder än Europa. På 1970-talet var forskarna intresserade av marknadsföringen av turism och det utvecklades teorier om hur man kan utveckla och planera turism. På 1980- och 1990-talen började forskarnas uppmärksamhet fokusera på de problem som turismen orsakade. Sociala och miljömässiga problem uppstod som forskningsteman. Relationen mellan turism och religion började också intressera forskarna. På 1990-talet uppstod nya termer som *turism management*, *hållbar turism* och *ansvarsfull turism*. På 1990-talet studerades förhållandet mellan turism och politik och vid millennieskiftet började turismen ses ur ett makroekonomiskt perspektiv, som en del av en större helhet. Nya forskningsämnen var också researrangörernas roll i utvecklingen av turismen. Sedan början av 2000-talet har turism studerats utifrån krishanteringsperspektiv.

Turism har undersökts av många olika vetenskapsdiscipliner. Min undersökning är en fortsättning på tidigare forskning och syftet är att ta reda på vad är det som skrivs om finska turister i rysk media. Det finns många undersökningar av hur Finland presenteras och handlas i ryska pressen, men forskarnas uppmärksamhet har inte riktats särskilt mot turister. Min undersökning eftersträvar att ta reda på när finska turister hamnar i rubriker Ryssland och att bedöma vilken image artiklarna skapar av Finland och finländare.

## 2.2 Image

Begreppet *image* är mycket vanligt idag och det kan användas i många olika sammanhang. Vi stöter på ordet *image* i affärslivet eller i olika nyhetsartiklar om

kändisar. Idag är det många som eftersträvar att skapa en bra image av sig själv i sociala medier för att till exempel bli anställd i något företag. Stater, städer och kommuner försöker också att skapa en viss image för att locka turister eller nya invånare. Image används i olika sammanhang och därför är det inte så enkelt att greppa dess innebörd (Karvonen 1997, s. 11).

Nationalencyklopedin (2023, s.v. *image*) definierar begreppet *image* på följande sett: "inom marknadsföring den bild av sig själv, företag eller produkt som man vill visa upp för andra". Begreppet image lånades från engelskan på 1960-talet och enligt Nationalencyklopedin (2023) kan det också används då man menar en mer allmän uppfattning om något till exempel en offentlig person. I Nationalencyklopedin (2023, s.v. *image*) ges också en annan betydelse för image som används inom psykologi: "den bild av sig själv som man vill visa upp inför andra". I engelskan har ordet *image* många olika betydelser men den definition som har lånats till svenskan kan hittas till exempel i Oxford Dictionary (2023, s.v. *image*): "the impression that a person, an organization, a product, etc. gives to the public".

Image som begrepp (Karvonen 1997, s. 11) uppstod i USA på 1950-talet då världen enligt vissa forskare övergick från kapitalismen till postmodernismen, tv fick sin uppkomst och marknadsföringen blev allt viktigare för att sälja produkter. De finns en mängd definitioner av ordet *image*, men Karvonen (1997, s. 30) framhäver helhetstänkande, det vill säga att en image formas på basis av olika källor och genom allt material som finns att tillgå. Karvonen (1997, s.12–14) frågar "vad är en image?", och i sin doktorsavhandling närmar han sig ämnet ur olika synpunkter. Enligt Karvonen är de två vanligaste approacherna till image följande: den första är vanlig i marknadskommunikation där image används för sales promotion och den andra är olika forskares tankesätt att image bara är en illusion som används för att bygga kulisser. Karvonen förhåller sig kritiskt mot de vanliga approacherna och närmar sig image ur den relativa ontologins perspektiv. Han menar att image är något som formas och utformas i relation mellan företeelser. Det finns ingen verklighet som uppenbarar sig efter att kulisserna har ramlat och verkligheten kan inte uppfattas som något absolut. Det finns bara företeelser som uppenbar sig och besannas i relation till varandra.

Begreppet *image* uppstod alltså i USA och den som gav upphov till diskussionen om image var Walter Lippmann (Karvonen 1997, s. 55). I verket

*Public Opinion* (1921) behandlar han problematiken kring image, publicitet och propaganda. Lippmann (1921, s. 25) säger att våra handlingar inte är baserade på absolut vetande utan på bilder vi själva har skapat eller som är givna till oss. Enligt Lippmann betar vi oss på basis av våra föreställningar om världen samtidigt som våra handlingar har inflytande på den riktiga världen som den är. Karvonen (1997, s. 58) sammanfattar det som Lippmann talar om: verkligheten och de bilder vi har om den, är två olika saker. Den modell vi har i vårt huvud kan vara korrekt, men den kan också vara fel, begränsad eller gammalmodig. Lippmann (1921, s. 16) tillägger att verkligheten är för svår för oss att begripa och det är därför vi eftersträvar att förenkla den i vårt huvud. Lippmann var den som först uppfattade begreppet image så som vi idag förstår det.

Den andra imageforskaren Karvonen (1997) lyfter fram är Daniel J. Boorstin. Boorstins verk *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America* (1977) är enligt Karvonen (1997, s. 77) en kritisk beskrivning av hur vi skapar en kulturell överklighet. Boorstin påstår att den sanna verkligheten ersätts av artificiella reproduktioner. Boorstin (1977, s. 6) anser att vi har så höga förväntningar om världen att vi lever i en värld av bilder. Enligt Boorstin (1977, s. 185–193) är image något syntetiskt och planerat, en personlig profil av en individ, produkt, organisation eller service. Boorstin framhäver att till imagens säregenskaper hör att den är trovärdig, passiv i det avseendet att verkligheten måste anpassa sig enligt imagen och inte tvärtom, simplificerad och vädjar till våra sinnen. I Boorstins tankar är image något mångtydigt som reflekterar våra sinnen, förväntningar och verklighet. Karvonen (1997, s. 85) kritiserar att Boorstin för mycket betonar relationen mellan "det goda och det onda". För Boorstin är image något ont. Men enligt Karvonen har Boorstin och Lippmann något gemensamt för båda tycks vara eniga om att image är något artificiellt.

Hur kan man då förstå vad image betyder? Är image något artificiellt och finns bakom den sanna verkligheten? Karvonens tankar om image som något som utformas i relation mellan företeelser är en bra sammanfattning av image med tanke på hur vanligt det i dagens samhälle är att få och skapa information genom olika medier. Karvonen tror inte att det finns någon riktig verklighet bakom de bilder vi har i vårt huvud. Lippmann i sin tur betonar att världen är för komplex för oss att förstå men de bilder vi har kan vara felaktiga eller korrekta. Boorstin tycks anse att image är något helt syntetiskt. Karvonen (1999, s. 32) gör ännu

skillnad mellan termerna *image* och *föreställning*. Han framhäver att image har mer att göra med kommunikation och sändning av olika meddelanden, medan en föreställning har mer att göra med individens egna tolkningar på grund av alla de meddelanden hen har fått. Hur individen tolkar de meddelanden hen stöter på påverkas av hens egna erfarenheter.

Med tanke på min undersöknings forskningsfrågor är det viktigt att ta upp ännu en synpunkt på image. När det gäller internationella relationer är image ett av de viktigaste begreppen. Kenneth E. Boulding (1959) var en av de första att använda och definiera ordet *image* inom statsvetenskap beträffande internationella relationer. Enligt Boulding (1959) består det internationella systemet av grupper av medverkande enheter, dvs. nationer eller stater. Staternas relationer sinsemellan är i konstant växelverkan och det som påverkar relationerna är de beslut som fattas av beslutsfattare. Emellertid tar beslutsfattarna beslut inte på grund av den sanna verkligheten, utan på grund av den föreställning de har om verkligheten. Detta betyder att den image vi uppfattar, påverkar de beslut vi gör. Enligt Boulding är det imagen som är viktig i det internationella system vi lever i den bild de som en nation har om sig själv och om andra nationer.

Boulding (1959) framhäver att vår bild av världen börjar utformas i barndomen och under inflytande av vår familj. Den är inte påtvingad av makthavarna utan den bildas nedifrån och den sprider sig genom kultur och värderingar. Så är fallet speciellt med äldre nationer, och vi kan också prata om historisk image som utsträcker sig genom tiden. Enligt Boulding (1959) är vi produkter av vår historia som vi känner den och vi ser världen utgående från våra egna utgångspunkter, och därför påstår Boulding att vår nationella föreställning i princip är en lögn eller åtminstone en modifierad sanning.

Det som förenar många forskare till exempel Karvonen (1997, s. 24), Lippmann (1921, s. 338) och Boorstin (1977, s. 8), är att de alla är eniga om att media är starkt relaterade till image. Karvonen (1997, 24–26) lyfter fram medias kraft som imageformare och framhäver att vi inte själva kan vara med i allt som händer i världen och får vår kunskap från media, media är ett sätt att komma in i vårt medvetande. Enligt Karvonen (1997) har journalisten sina egna motiv som informationsförmedlare. Media vill ofta presentera saker enklare eller dramatiskt. Det viktigaste när det gäller media är att det är medierna själva som väljer vad

man skriver om. Olika organisationer kan försöka "sälja" sig till media men medierna konkurrerar också sinsemellan om de mest intressanta artiklarna. Journalister tävlar också sinsemellan och det är viktigt att förstå att enskilda journalister också tolkar världen från sina egna utgångspunkter, vilket i sin tur påverkar vad de skriver. Medierna vill sälja sina artiklar till läsarna.

Lippmann (1921, s. 338–339) säger att journalister kan och försöker inte att ha koll på hela mänskligheten. Innan en serie av händelser kan bli en nyhet, måste den göra sig känd genom något agerande. Vad som blir en nyhet, hur den presenteras i pressen, hurdana ord det används beror på en serie av olika beslut av olika aktörer, dvs. journalisten och huvudredaktören. Lippmann betonar också att nyheter och verkligheten inte är synonymt.

På samma sätt som Boorstin (1977, s. 8) anser att image är något syntetiskt, påstår han att de nyheter som skapas och rapporteras idag utvärderas mer på basis av hur intressanta de är för publiken än i vilken mån de är riktiga. En framgångsrik journalist är en sådan som kan hitta en bra story.

Kunczik (1997, s. 1, 2, 45) diskuterar images betydelse speciellt för internationella relationer och hur nationernas image uppstår. Han anmärker att bilden av en nation utformas genom en komplex process. För individen börjar bilden av en annan nation utformas redan i skolan, men Kunczik framhäver att den största betydelsen har media, det vill säga TV, radio och tidningar, och om det inte finns andra informationskällor är mediernas påverkan ännu större. Enligt Kunczik har utbildning och turism också en stark påverkan på ens imageformning.

Kunczik (1997, s. 20, 21, 74) anmärker att det som media skriver om alltid baserar sig på den enskilda journalistens val och aning om vad som kan intressera läsarna. Läsarna drar sedan sina egna slutsatser om de artiklar de har läst. Han påminner också att när det gäller internationell rapportering är det ofta länderna som är kulturellt eller geografiskt nära varandra som hamnar i rubriker. Kunczik (1997) anmärker att internationell PR görs för att skapa en bra image av den egna nationen.

I min undersökning är jag intresserad av vad det är som skrivs om finska turister i *Vyborgskie vedomosti* och eftersträvar att uppskatta vilken bild artiklarna ger av finska turister. Vad *Vyborgskie vedomosti* bestämmer sig att skriva om finska turister är inte något som finländare själva kan påverka. Artiklarna

förmedlar säkert en viss bild, men mycket beror också på publikens egna tolkningar det vill säga deras föreställningar. Detta betyder att i min undersökning försöker jag evaluera den bild artiklarna skapar, men också hurdan föreställning den ryska publiken får efter att de har läst artiklarna om finska turister. Jag anser att de här artiklarna placerar sig i ett intressant gränsområde av hur bilden av länder eller deras människor utformas och vem som kan påverka den. Finska staten kan inte påverka hur finska turister beter sig på sina resor i Ryssland, och finska turister kan inte påverka vad är det som *Vyborgskie vedomosti* sedan skriver om dem, och det är därför intressant och väsentligt att undersöka den bild som artiklarna skapar och de föreställningar som antagligen kan uppenbara sig hos den ryska publiken.

## 2.3 Stereotyper

Professor i psykologi och filosofi David J. Schneider (2005, s. 8–14) diskuterar stereotyper ur socialpsykologiskt perspektiv. Historiskt sett kommer ordet stereotyp från grekiskans ord *stereos* som betyder 'fast' (engelska *solid*) och *typos* som betyder 'modell'. Stereotyper kan då översättas som 'fasta modeller'. Termen användes först redan på 1800-talet för att beskriva något formaliserat beteende, och senare på 1900-talet användes den för rigida och upprepade mönster av uppförande. Stereotyper har undersökts mycket inom samhällsvetenskaper och psykologi. På 1930-talet började stereotyper studeras i förhållande till etniska grupper och på 1950-talet kopplades stereotyper redan till fördomar, och det blev mer populärt att se stereotyper som något som förstärker gruppidentifikation. Senare på 1970- och 1980-talet används stereotyper i diskussioner om kön och sexism.

Stereotyper är generaliseringar. Schneider (2005 s. 24, 27, 437) definierar stereotyper som egenskaper vi förknippar med särskilda grupper eller kategorier av människor. Han betonar att stereotyper kan handla om egenskaper hos en människa, fysiskt utseende, attityder, roller, föreställningar eller hur vi förväntar att den andra ska bete sig. I princip kan stereotyper handla om vad som helst. De mest vanliga temana för stereotyper är kön, etnicitet och ålder. Hurdant innehåll stereotyperna har, påverkar vårt beteende mot andra människor. Begreppet



stereotyp är också nära förknippat med begreppet fördom. Fördomar är våra reaktioner mot andra som baserar sig på de kategorier vi anser andra hör till. Ordet *fördom* brukar i dagens läge ha en mycket negativ konnotation, trots att det är en naturlig och viktig egenskap hos människor som underlättar att fatta ett beslut om något.

Varför brukar vi då konstruera stereotyper, vad är deras funktion? Schneider (2005, s. 363) urskiljer två olika funktioner nämligen individuella och sociala. Individuellt sett är stereotyper ett viktigt verktyg som hjälper oss att göra världen lite enklare i vårt sinne. Vi har inte kapacitet att förstå allt i all dess komplexitet och det är därför vi kategoriserar till exempel människor. Lippmann (1921, s. 88) påpekar också att det är svårt och slitsamt för människor att försöka förstå allt i sin hela komplexitet. Schneider (2005, s. 363–368) menar att fastän stereotyper kan användas för att göra världen lite enklare, hjälper de oss också att göra meningsfulla kopplingar. Placerar vi en människa i någon kategori, kan vi använda våra tidigare erfarenheter av människor i den kategorien. Stereotyper är också nära förknippade med våra andra föreställningar, det vill säga de fungerar i vårt system av uppfattningar och borde då ses som del av en bredare mental matris. Ur evolutionens synvinkel är stereotyper förknippade med vårt sätt att överleva och även idag hjälper stereotyper oss att skilja oss från andra. Stereotyper aktiveras också då vi känner oss och våra föreställningar om saker hotade.

Enligt Schneider (2005, s. 368–370) har de sociala orsakerna mest att göra med makt. En person som anses ha makt över någon annan kan göra sig skyldig till stereotypiskt tänkande och ha makt över de svagare. Stereotyper förstärker status quo och det kan vara svårt för de svagare att bryta sig ut ur sin roll. De som anses vara svagare kan också börja bete sig enligt de stereotyper andra har om dem, för det gör det lättare för dem att överleva i de rådande omständigheterna.

Hur uppstår då stereotyper? Enligt Schneider (2005, s. 321, 329) finns det två olika möjligheter: på grund av våra egna erfarenheter eller under kulturens påverkan. För att stereotyper ska överleva i någon kultur måste de godkännas i någon grad av alla som lever i den kulturen. Fast det går förstås inte att påstå att alla i den kulturen verkligen tänker på samma sätt. Mycket viktigt är varje individs egna stereotyper. Kultur går inte att åtskilja från de människor som lever i den,

utan människorna skapar själva kulturen hela tiden. Det är också svårt att skilja erfarenheter från kultur, för är sammanflätade. Alla våra stereotyper är en mix av det som vi har sett och vad vi har lärt oss. Lippmann (1921, s. 81) framhäver också att vår egen kultur påverkar hur vi analyserar och definierar nya saker eller människor.

Om kultur och våra erfarenheter påverkar de stereotyper som vi har, går det då att urskilja några faktorer som påverkar våra tankar? Enligt Schneider (2005, s. 338–341) är det skolor och våra föräldrar i barndomen som spelar en stor roll i hur vårt sätt att tänka utformas. Våra skolkamrater har också en stor påverkan, och är vi med i någon organisation får vi i olika influenser därifrån.

Schneider (2005, s. 345–353) framhåller vidare att ovannämnda faktorer samverkar med påverkan från media. Media kan skapa och upprätthålla stereotyper på olika sätt. En viss etnisk grupp kan till exempel vara underrepresenterad, tv-figurer kan bete sig stereotypiskt, män eller kvinnor presenteras i stereotypiska roller, dessutom är kontexten och den synvinkel som väljs avgörande. Mediernas makt att skapa stereotyper ligger i indirekta metoder. Speciellt televisionen visar oss bara en bit av verkligheten som oftast är endimensionell och utesluter förklaringar och teorier om olikheter mellan människor.

Schneider (2005, s. 64–72) förklarar vidare att innan vi kan skapa stereotyper om något måste vi först placera saker och ting i kategorier. En individ måste till exempel anses vara amerikan innan vi kan ha en stereotyp om honom som amerikan. Ändå är det inte alltid så, utan det kan hända att vi bara drar slutsatser utgående från individens fysiska utseende. Enligt den klassiska synvinkeln är kategorier en samling av exempel som innehar samma definierande attribut. En annan synvinkel, den så kallad prototypsynvinkeln antyder att vi har en någon slags prototyp i vårt huvud som vi jämför med då vi stöter på nya saker och ting. Prototyper är abstrakta men forskning kring kategorisering hävdar att vi har ett konkret exempel på allt i vårt huvud, och ser vi något nytt jämför vi vårt exempel med den nya stimulus och om den motsvarar vårt exempel i vårt huvud kan vi kategorisera den. Det som förenar alla synvinklar är att kategorisering baserar sig på likheter mellan saker.

Det är dock inte alltid så lätt att kategorisera. Schneider (2005, s. 75–82) förklarar att när vi kategoriserar människor är det inte så lätt som att kategorisera

föremål, för människor faller inte i färdiga kategorier lika lätt. Vi tolkar beteenden olika, vi kan inte veta på basis av utseendet om någon till exempel har problem med den mentala hälsan. Mycket av kategoriseringen av människor handlar om tolkningar, gissningar och våra egna erfarenheter. Människor brukar också falla i olika kategorier. Schneider tar afroamerikanska idrottare som exempel. Vi har vissa antaganden gällande både afroamerikaner och idrottare, men om man är en afroamerikansk idrottare, hurdana antaganden har vi då? Schneider talar om "sammansatta kategorier" då vi kan använda olika kategorier för en och samma individ. Faller man i olika kategorier, vilken kategori är det som avgör de stereotyper som förknippas med individen? Det är nämligen så, att den kategori som är mer synlig dominerar och de kategorier som har starkare stereotyper vinner. Större roll spelar också de kategorier som människor i princip har valt själva, till exempel yrke.

Schneider (2005 s. 230) framhäver att stereotyper om nationaliteter är relaterade till det så kallade ingrupp-/utgrupp-tänkandet (*ingroup/outgroup*). De flesta av oss känner sig som medlem av någon grupp och stereotyperna uppstår i konflikterna mellan grupperna. Stereotyper har en kognitiv dimension, men de är också produkter av vårt sociala umgänge. Stereotyper är produkter av våra kulturer men samtidigt påverkar kulturen hurdana stereotyper vi har (Schneider 2005, s.229). När vi identifierar oss som medlem av en grupp, tillägnar vi oss egenskaper som en del av vår identitet. Vi har en tendens att utforma stereotyper av de grupper vi själva inte tillhör, vi brukar också se de här så kallade utgrupperna som mer homogena än vår egen grupp (Schneider 2005, s. 251). Har vi stereotyper av utgrupper, ökar också möjligheten för fördom och fientlighet (Schneider 2005, s.264). Kunczik (1997, s.39–40) säger att stereotyper hjälper oss att förbättra vår samhörighet inom vår egen grupp, som vi anser oss själva tillhöra. Stereotyper i sig är inte negativa, men de kan leda till etnocentrism och rasism.

Många av oss känner samhörighet med någon nationalgrupp, vilket utgör en bra basis för att undersöka ingrupp/utgrupp-identiteter. Enligt Schneider (2005, s. 527–529) har våra egna stereotyper om oss själva en tendens att vara mer positiva än vad vi har om andra, och vi eftersträvar att framhäva våra skillnader i jämförelse med andra. Ju mer kollektiv en stereotyp kan anses vara, desto mer allmän är den. Stereotyper är också mer relaterade till män i

ifrågavarande land, för män brukar vara mer synliga exempel. Andra faktorer som påverkar stereotyper är relationerna mellan länderna och till exempel geografisk position.

Stereotyper av olika nationaliteter är relaterade till begreppet *ethnophaulism* (Schneider 2005, s. 520). Ethnophaulism är en term som betecknar öknamn om någon etnicitet för att håna den. Ethnophaulismer används för att framhäva sitt eget status och förstärka maktrelationer. Ethnophaulismer ger en vidare dimension för gruppidentifikation. När man talar om stora etniska grupper kan ethnophaulismer vara mycket generella, till exempel i Amerika kan det pratas om italienare som "druvtampare".

Är stereotyperna då korrekta? Enligt vissa forskare är stereotyperna ibland också tämligen riktiga. Men Schneider (2005, s. 330–331, 527) betonar att hur pass korrekta stereotyperna är beror på person, tid, plats och kontext. Den viktigaste frågan är inte ens om stereotyperna är korrekta eller inte, utan det viktigaste är att vi använder stereotyper om människor som inte motsvarar dem vi har en tendens att övergeneralisera. När det gäller stereotyper om olika nationaliteter får vi vår information via media, korrekta eller inte och den informationen påverkar våra stereotyper. Stereotyper om nationaliteter är inte nödvändigtvis inkorrekta. Olika länder har olika kulturer, kulturerna påverkar människor och människor inom olika kulturer brukar ha någon slags förståelse av olikheter mellan länderna och kulturerna.

För att sammanfatta kan vi konstatera att stereotyper är generaliseringar förknippade med vissa kategorier som vi har i våra huvuden. Stereotyper kan gälla vilken som helst egenskap hos en människa. Ibland kan stereotyper vara sanna och även hjälpa oss att förstå världen omkring oss. Våra egna erfarenheter och den kultur vi lever i påverkar de stereotyper vi har. Stereotyper är förknippade med ingrupp-utgrupp-tänkandet, som å ena sidan hjälper oss att särskilja oss från andra, men å andra sidan ökar risken för fientlighet och rasism.

Det kan också konstateras att image och stereotyper har mycket gemensamt. Båda påverkas av vår kultur och erfarenheter samt media. Båda påverkar också vårt beteende mot andra. Skillnaden med image och stereotyper är att stereotyper är generaliserade uppfattningar om grupper av andra, som dessa andra inte har något inflytande över. Image i svenska språket i sin tur är en framtoning eller en bild som en person själv eller en nation försöker skapa och

utveckla. Stereotyper spelar ändå en viktig roll i ens bildskapande av andra människor eller nationer. I min analys är jag intresserad av stereotyper som generaliseringar, finns det i de analyserade artiklarna generaliseringar av de finska turisterna, och därmed försöker jag evaluera vilken bild artiklarna, som kanske innehåller stereotyper, skapar hos den ryska publiken.

## 3 Finland och Ryssland

I följande kapitel ska jag först diskutera Finlandsbilden i Ryssland, hur den har förändrats, vad som har påverkat hur den formats och varför det är viktigt att både Finland och Ryssland eftersträvar att ha en bra bild över varandra. Sedan går jag över till att redogöra hur turismen mellan Finland och Ryssland har utvecklats sig, och vilken betydelse turism har haft i Sovjetunionen. Kapitlet behandlar också de särskilda former som finländarnas turism i Ryssland tog sig, och hur finländarnas turism såg ut i Viborg.

### 3.1 Finlandsbilden i Ryssland

Vilken bild stater har av varandra är en viktig faktor på de internationella marknaderna (Pogodin & Sablina 2014, s. 3–5). Finland och Ryssland är ett bra exempel på detta. Vilken bild Ryssland har av Finland är viktigt med tanke på Rysslands utrikespolitik. Finland har setts som bro mellan väst och öst, och har Ryssland en bra bild av Finland, och bra förhållanden med Finland kan detta hjälpa Ryssland att modernisera sitt samhälle. Därför är det också viktigt att Ryssland glömmet de gamla stereotyper det har om Finland. Pogodin och Sablina (2014) anser att för att bättre förstå hur Finlandsbilden i Ryssland har utformat sig måste man se tillbaka till historien och även betrakta politik som en bidragande faktor. Hur en landsbild utvecklas påverkas alltid av historien men den kan också skapas artificiellt.

Hur Finlandsbilden i Ryssland har utformat sig kan börja att undersökas från 1800-talet (Pogodin & Sablina 2014, s. 11–16), då Finland var under ryskt styre, men redan hade förutsättningar för en självständig stat, bland annat en egen valuta, ett eget postverk, möjlighet att stifta och tillämpa egna lagar och från och med 1878 en egen armé. Finland hade möjlighet att utveckla sitt samhälle enligt europeiska liberala modeller i motsatts till Ryssland. Finlands särskilda rättigheter

och särställningen inom det ryska imperiet orsakade dispyter i Ryssland, vilket ledde till att Ryssland förbjöd Finland att stifta lagar, det ryska språket blev obligatoriskt i statliga ämbeten och de finska väpnade styrkorna avskaffades. Finlands privilegier betraktades i Ryssland som separatism som hotade det ryska imperiets framtid. I slutet av 1800-talet började Ryssland planera att erövra Finland helt för att göra slut på Finlands eftersträvan att bli mer självständigt. Den ryska revolutionen 1905 hjälpte Finland att inrätta ett enkammarparlament, men Ryssland begränsade dess rättigheter redan 1908. Revolutionen 1917 ledde slutligen till Finlands självständighet, men frågor om Finlands ställning, som hade pågått hela 1800-talet splittrade ryska beslutsfattare och påverkade Finlandsbilden i Ryssland.

Hur påverkade 1800-talets händelser då Finlandsbilden i Ryssland? Bilden av Finland (Pogodin & Sablina 2014, s. 19–20) formades under samverkan av det finska samhällets interna förändringar och politiska och ideologiska förändringar i det ryska samhället. I början av 1800-talet sågs Finland i Ryssland inte så mycket genom politiken, utan mer som en koloni där det bor ett anspråkslöst, tyst och ofarligt folk, och finländare ansågs vara modiga, energiska och pålitliga människor som är mycket fästade vid sitt land, skeptiska mot utlänningar men tar hänsyn till sina medmänniskor. Det finns dock några ryska litterära verk som visar en något paternalistisk inställning till Finland.

I mitten av 1800-talet började Finlandsbilden i Ryssland förändras (Pogodin & Sablina 2014, s. 21) på grund av uppbyggnaden av den finska staten. I Ryssland var åsikterna delade för och emot Finlands utveckling. Journalister och författare hade en stor påverkan på hur Finland sågs i Ryssland (Pogodin & Sablina 2012, a. 24–25), och i det här skedet var Finlands utveckling antingen ett hot eller en möjlighet för Ryssland. År 1883 gick Rysslands utveckling mer mot nationalism, och det ansågs att Ryssland var speciellt i jämförelse med andra nationer. Publikationer om Finland var också mer nationalistiskt färgade, och Finland anklagades för att vara otacksamt mot Ryssland, och det hävdades att Finlands existens hade uppnåtts genom att dra nytta av Ryssland och på Rysslands bekostnad. De ryska konservativa (Pogodin & Sablina 2014, s. 28) ansåg att Finland och finländare var fientliga, och att de borde ge upp sina särskilda rättigheter. Liberalerna däremot såg Finland som en stat med blomstrande kultur och demokrati.

Krigsåren (Pogodin & Sablina 2014, s. 34) 1918–1944 var svåra för Finlands och Rysslands relationer. Diplomatiska förbindelser upprättades redan 1923, men vinterkriget försämrade relationerna. Kriget hade en negativ påverkan på Finlandsbilden (Pogodin & Sablina 2014, s. 35). Sovjetunionen skapade en bild av Finland som fiende, och finländarna anklagades för att vara fascister och rysshatare (Pogodin & Sablina 2014, s. 37). I Sovjetunionen var den antifinska propagandas huvuduppgift (Pogodin & Sablina 2014, s. 35) att avleda folkets uppmärksamhet från inhemska problem och att ena nationen. Förutom den statliga propagandan påverkades bilden av Finland också av krigsveteraners berättelser om finländare (Pogodin & Sablina 2014, s. 38). Dessa berättelser stämde överens med propagandan som bidrog till fiendebilden.

På 1950-talet minskade motsatsförhållandena i pressens rapporteringar om Finland, och tonvikten var på vänskapen mellan de två nationerna, som stärktes genom VSB-avtalet från 1948 (Pogodin och Sablina 2014, s. 39). Under Chrusjtjovs tid (Pogodin & Sablina 2014, s. 42) försvann alla negativa referenser till Finland från den ryska pressen, och man betonade hur Sovjetunionen vill upprätthålla varma relationer med Finland. Relationerna mellan Finland och Ryssland förbättrades och bilden av Finland i Ryssland blev mer positiv, vilket påverkade de politiska och ekonomiska relationerna mellan de två länderna. På 1980-talet började det i världspolitiken betonas enighet och balans mellan stater (Pogodin & Sablina 2014, s. 44–45), och i Sovjetunionen stod öppenhet och initiativförmåga i centrum för utrikespolitiken. Finland sågs som en del av ett demokratiskt Västeuropa, som Ryssland också strävade efter att ansluta sig till. Under 1990-talet förändrades Finlands förhållande till Ryssland inte mycket i jämförelse med 1970- och 1980-talen. I och med Finlands anslutning till Europeiska unionen fastställdes en ny riktning för de finska-ryska relationerna, där man betonade att samarbetet skulle utvecklas vidare.

Relationerna mellan Finland och Ryssland har varit i ständig förändring sedan 1800-talet, och bilden av Finland i Ryssland har varit ibland mer positiv och ibland mer negativ. Pogodin och Sablina som genomförde sin undersökning 2014, avslutar sin analys genom att konstatera att det då inte fanns några större ideologiska skillnader mellan Finland och Ryssland, och att ländernas geografiska närhet gör dem till naturliga partners (Pogodin & Sablina 2014, s. 46). Enligt Pogodin och Sablina kunde Finlandsbilden i Ryssland 2014 definieras



av praktiken: i synnerhet kunde Finlands ekonomiska kunskap vara till nytta för Ryssland inom modernisering av dess samhälle.

Vilken bild grannländerna har av varandra är viktigt både för Finland och för Ryssland, för image påverkar samarbetet (Pogodin & Sablina 2014, s. 46). Finlands image i Ryssland är ett resultat av historiska händelser, publikationer i media, folkets åsikter och politik. Bilden av Finland idag ur Rysslands synvinkel beror på den teoretiska synvinkel man väljer (Pogodin & Sablina 2014, s. 51). Finland kan antingen betraktas som postindustrialistisk demokrati, europeisk socialdemokrati, tolerant demokrati eller en särskild europeisk civilisation. Finlandsbilden i dagens Ryssland har formats av sociala, politiska, ideologiska och ekonomiska förändringar under historiens gång. Pogodin och Sablina (2014, s. 69–70) anmärker ännu att växelverkan mellan Finland och Ryssland spelar en stor roll i hur grannländerna ser varandra. Enligt dem är det språkliga skillnader som gör kommunikationen och ömsesidig förståelse av varandra svårare. Vardagliga vanor och sättet att bete sig är också olika, och migrationen efter Sovjetunionens fall har bara förstärkt uppkomsten av stereotyper. Pogodin och Sablina anser också att medierna i både Ryssland och Finland borde eftersträva att skapa en helhetsbild av ländernas politik och interna problem. Det är viktigt att försöka skapa en dialog mellan Finland och Ryssland som stärker kommunikationen och undanröjer skillnader och stereotyper.

### **3.2 Historisk översikt av turismen mellan Finland och Ryssland**

Turismen i Ryssland har haft en speciell karaktär. Historiskt sett började turism utveckla sig redan på 1600-talet i samma takt med västvärlden då Peter den store tog del i en Grand Tour (Sutinen 2020, s. 20), men sedan grundandet av Sovjetunionen började turismen i Ryssland utveckla sig åt ett annat håll (Sutinen 2020, s. 10). I Sovjetunionen (Sutinen 2020, s. 10–11) var turism kopplad till statens propaganda och betjänade makthavarnas ideologi. Sovjetunionens förhållande till turism var kontroversiellt, och man eftersträvade att hitta en bra balans mellan det som befolkningen ville med sina resor, och det som ansågs vara bäst för Sovjetunionen ur statens synvinkel.

Sovjetunionens förhållande till utlänningar (Sutinen 2020, s. 175) var svårt, å ena sidan var utlänningar främlingar och de föraktades av ryssar, å andra sidan togs det mycket intryck av västländer när det gällde turism och Sovjetunionen ville visa utlänningar bara sina bästa sidor. Utlänningar bemöttes antingen fientligt eller så bjöds de på allt möjligt. Direkt efter revolutionen var det inte så många utländska turister (Sutinen 2020, s. 176), men så småningom anlände först många författare och forskare som ville se den nya sovjetiska staten. Mot slutet av 1920-talet blev turismen alltmer kontrollerad, vilket gällde både Sovjetunionens medborgare och utlänningar, och hemliga polisen vaktade över alla utlänningar som anlände till Sovjetunionen. På 1930-talet växte mängden av utländska turister (Sutinen 2020, s.308–309), men i och med Stalins stora utrensning ökade hatet mot utlänningar. Efter andra världskriget började utländska turister resa mer till Sovjetunionen och tillväxten fortsatte ändå till 1970-talet, och fram mot Sovjetunionens fall ökade turismen så att man även kan tala om massturism.

Finländare började resa till Sovjetunionen redan efter 1920 då Fredsfördraget i Tartu ingicks och förhållandena mellan Finland och Sovjetunionen stabiliserade (Sutinen 2020, s. 210–211). På 1930-talet reste många officiella finska delegationer till Sovjetunionen även med några vanliga turister, men resorna var mest avsedda och marknadsförda för arbetarklassen. Intourist öppnade sin första byrå i Helsingfors 1934, och resor till Sovjetunionen började säljas ännu mer. År 1935 hade finländare totalt 36 olika resepaket att välja mellan, och redan då var Sankt Petersburg populärast bland finska turister. Mot slutet av 1930-talet stoppades turismen till Sovjetunionen. Efter andra världskriget (Sutinen 2020, s. 225) i slutet av 1940- och i början av 1950-talet fanns det ingen turism till Sovjetunionen, fastän några finländare och särskilt de som understödde kommunismen skulle ha velat resa till Sovjetunionen.

Efter att Stalin dog öppnades Sovjetunionen för turister på nytt (Sutinen 2020, s. 226). Officiellt började fritidsresor från Finland till Sovjetunionen 1955 (Sutinen 2020, s. 251–252), då Samfundet Finland-Sovjetunionen tillsammans med Lomamatkat började organisera resor mellan länderna. Turism till Sovjetunionen var en väsentlig del av utvecklingen av internationell turism i Finland. Bussarna till Leningrad började trafikera regelbundet 1958, vilket ökade finländarnas turism till Leningrad, och även med kryssningslinjen som öppnades

1959 mellan Finland och Leningrad. Finnair, då under namnet Aero, var först med att starta en direkt flygrutt från väst till Sovjetunionen, då flygen till Moskva började 1956. År 1964 började de första flygen till Leningrad, också opererade av Finnair, och som de första i väst. Från början av 1960-talet (Sutinen 2020, s. 262) blev det också mer populärt att resa till Sovjetunionen för att fiska och jaga.

År 1967 var ett internationellt år för turism (Sutinen 2020, s. 253), och Sovjetunionen underlättade gränskontroller också för finländare. År 1974 ingicks ett avtal om turism mellan Finland och Sovjetunionen i avseende att göra resandet mellan länderna lättare och förbättra informationsutbytet. I Sovjetunionen funderade man också på att finländare skulle kunna resa till Sovjetunionen helt utan visum, men planerna förverkligades inte. På 1970-talet öppnades tågförbindelsen mellan Helsingfors och Leningrad, och finländare började också resa allt längre in i Sovjetunionen ända till Svarta havet.

På 1970- och 1980-talen blev det alltmer populärt att kommersiella företag tog hand om reseplanering (Sutinen 2020, s. 260–264), och i Finland var det främst Intourist som tog hand om organiseringen. I Finland grundades också lokala resebyråer som representerade Intourist. Finländare reste till Sovjetunionen för det mesta mellan april och augusti, och resorna var gruppresor med buss. Finländare hade många resmål att välja mellan, och det var också möjligt att planera sin egen resa, men Intourist hade en lista över de städer man kunde besöka, och det var inte möjligt att fara till städer som inte var på listan. Med på gruppresor var alltid en finsk reseledare, och reste man till Svarta havet var det en finsk representant som väntade på turisterna där. Vanligtvis övernattade finska turister på ett hotell som kunde vara reserverat bara för finländarnas bruk. Det flesta resorna hade halvpension och bara vissa var med helpension.

Vid sidan om den traditionella turismen var vänortsverksamhet (Sutinen 2020, s. 256–257) mellan Finland och Ryssland aktivt, och officiella delegationer reste till sin hemstads vänorter. Vänortsverksamheten var mest aktiv på 1970- och 1980-talen. För olika fackområden organiserades också resor till Sovjetunionen, där det var möjligt att träffa representanter från samma bransch. På 1970-talet fanns det också politisk turism från Finland till Sovjetunionen, speciellt då Demokratiska förbundet för Finlands folk (DFFF) organiserade resor till Sovjetunionen. Liksom Sovjetunionen ansåg DFFF att resandet var viktigt för

att arbetarklassen skulle kunna rehabiliteras. Dessutom organiserade många finska ämbetsverk, fabriker och läroanstalter resor till Sovjetunionen.

I början av 1950-talet (Sutinen 2020, s. 266–267) var det bara några tusen finländare som reste till Sovjetunionen, men i mitten av 1960-talet var det redan 50 000 finska turister som reste till Sovjetunionen årligen och till mitten av 1980-talet hade antalet finska turister ökat till 300 000. Vid sidan om turister från östblocket, var finländare den största turistgruppen i Sovjetunionen, och innan Sovjetunionens fall var en av tre turister finländare. Sovjetunionens popularitet bland finska turister kan förklaras med staternas geografiska närhet, Finland och Sovjetunionens speciella förhållande med varandra och Finlands position mellan väst och öst. I mitten av 1970-talet hade var tredje finländare som hade rest utomlands besökt Sovjetunionen. För många var Sovjetunionen dessutom ett förmånligt resmål (Sutinen 2020, s. 283), och tog man med sig jeans och strumpbyxor för att sälja dem, kunde man lätt täcka resans kostnader.

Moskva och Leningrad hade blivit bekanta för finländare redan på 1950-talet, och de var populära bland finska turister ändå till Sovjetunionens fall (Sutinen 2020, s. 272), men då det blev mer populärt att resa till Sovjetunionen började andra resmål marknadsföras för finländare. I resebroschyrer för finländare kunde man hitta resmål ändå från östra Sibirien (Sutinen 2020, s. 269), och Centralasien (Sutinen 2020, s. 281). För finländare marknadsfördes Estland, Baltiska länder och Sovjet-Karelen (Sutinen 2020, s. 272–273) fast vissa regioner i Karelen var förbjudna för finska turister. På 1970-talet eftersträvade researrangörer att förlänga resesäsongen så att finländare skulle resa till Sovjetunionen också på vintern, och därför började det marknadsföras ännu fler olika resmål. Mot slutet av 1900-talet blev Svarta havet nästan lika populärt bland finska turister som Tallinn och Sankt Petersburg var.

Förutom de vanliga turistresorna hade finländarna tre särskilda skäl (Sutinen 2020, s. 285–296) att resa till Sovjetunionen. Det första var att fara till Sovjet-Karelen för att se de gamla bostadsområden som evakuerade finländare hade varit tvungna att lämna, det andra var vodka, och det tredje var sex.

Från början av 1960-talet då det redan hade blivit lättare att resa till Sovjetunionen, började de finländare och deras avkomlingar som hade evakuerats från Karelen, att resa tillbaka för att se var de en gång hade bott (Sutinen 2020, s. 285–286). Att fara till Karelen var inte lätt, för många områden

var stängda och turisterna var tvungna att resa i grupp, vilket gjorde det svårt att gå omkring och bekanta sig med området på egen hand. Enligt Shikalov (2013, s. 203) var "hembygdsturism" förbjuden ända till 1988, men under de sista åren av Sovjetunionen bestämdes det att finländare kunde resa till sina gamla hemorter. Mot slutet av 1900-talet (Sutinen 2020, s. 286) och ända till Sovjetunionens fall blev finländarnas "hembygdsturism" alltmer populär, men populärast blev den efter Sovjetunionens fall då resandet avreglerades totalt. Både i Finland och Ryssland grundades speciella resebyråer bara med syfte att hjälpa finländare att bekanta sig med sina gamla hemorter.

"Vodkaturism" (Sutinen 2020, s. 286–287) är ett begrepp som förknippas med finländare på deras resor i Sovjetunionen. Fenomenet började på 1960-talet. Finländare var speciellt intresserade av Sovjetunionens förmånliga vodka, och fast det var ett litet antal finska turister som koncentrerade sig på drickandet blev vodkaturismen ett relativt stort problem. En typisk vodkaturist tog del i en gruppresa, och drickandet började redan i bussen på ditvägen till Leningrad. Drickandet orsakade många problem för finländare: finländare började lätt slåss med andra och hamnade i konflikter med milisen och lokalbefolkningen, de fick fylleriböter och beskylldes för huliganism, motstånd mot myndighetsutövning, trafikförseelser, smuggling, skada på egendom och valutaspekulation. Berusade finländare brukade också tappa sina identitetsbevis. Finländare dog också i Sovjetunionen på grund av alkohol, två eller tre per månad (Sutinen 2020, 293). I Sovjetunionen talades det om *алкогольная тура* (Sutinen 2020, s. 287) och finländare fick många öknamn som till exempel *turmalaiset*, *nelijalkaiset suomalaiset ystävämmä*, *hakkapeliitat*, *räyhäturistit* och *suomalaisräyhäjät*. År 1965 var finska utrikesministeriet tvunget att ta ställning till finländarnas resor till Sovjetunionen och det började delas ut instruktioner för finska turister på gränsen, om hur man ska bete sig utomlands. Shikalov (2013, s.201) anmärker att 1969 var det cirka 700 vodkaturister, vilket betydde 1,5% av alla finska turister som besökte Leningrad. Fast vodkaturisterna orsakade många problem, förhöll lokalbefolkningen sig välvilligt till vodkaturisterna och kom på många anekdoter och vitsar om vodkaturister.

Med åren blev finländare mer och mer intresserade av vodka (Sutinen 2002, s. 288–289, 292–294). Finländare kände sig rika i Sovjetunionen och i och med Finlands nya alkohollagar 1969 blev drickandet i allmänhet mer vanligt. År 1970

tog finska utrikesministeriet ställning till vodkaturismen igen då berusade finländare hade slagit sönder ett skyltfönster i Leningrad. I Sovjetunionen började man också bestraffa finländare ännu hårdare och 1972 kastades en finsk turist för första gång i fängelse för huliganism. På 1970-talet lindrades vodkaturismens problem men på 1980-talet blev situationen värre igen till den grad att den finska generalkonsuln i Leningrad skämdes att gå på restaurant i Leningrad. Milisen straffade finländare och det var många som hamnade i fängelse eller arbetsläger. I Finland var många rädda att vodkaturisterna gav en dålig bild av alla finländare. Mot slutet av 1980-talet slutade vodkaturismen så småningom, och upphörde helt då Sovjetunionen föll.

Sexturismen (Sutinen 2020, s. 294–296) utformades på 1970-talet. Prostitution var förbjuden i Sovjetunionen, och om den talades inte öppet, vilket gjorde det svårt att ta itu med problemet. I Leningrad var prostitutionen amatörmässig men väl organiserad, medan professionella prostituerade arbetade i Jalta och Sotji. Prostituerade agerade på samma hotell där finländare tog in, och rörde sig i hotellbarer, och de kunde även ringa direkt till finländarnas hotellrum för att erbjuda sin service. Finska turister hade också sina egna kontakter, och det var vanligt att man redan visste vem man skulle ringa då man anlände till Sovjetunionen. Sexturism blev ett så stort fenomen (Sutinen 2020, s. 295) att i den finska herrtidningen *Kalle* publicerades sexnoveller vars handlingar ägde rum i Sovjetunionen och i andra östblocksländer. *Kalle* och andra herrtidningar organiserade även resor till Sovjetunionen för sina läsare, och sex var en väsentlig del av de här resorna. Sexturismens sidoeffekter var könssjukdomar, men också finländarnas attityd mot ryska och estniska kvinnor: några finska turister började bemöta alla ryska kvinnor som potentiella sexförsäljare.

Sexturismen till Ryssland och Estland ökade efter Sovjetunionens fall (Sutinen 2020, s. 296), och den fortsätter ännu idag. I början av 1990-talet kom många ryska prostituerade också till Finland för att sälja sex. Sexturismen förknippas oftast med finska män, men finska kvinnor (Sutinen 2020, s. 295) hade också sina egna äventyr i Sovjetunionen med lokala män fast man inte kan tala om prostitution. Några finska män som hade träffat ryska prostituerade bara med avseendet att köpa sex hamnade att gifta sig med dem.

Turism kan ses som en bidragande faktor till Sovjetunionens fall (Sutinen 2020, s. 412–413) då människor sedan 1960-talet hade mer frihet att resa in i och ut från Sovjetunionen, och andra kulturer blev mer bekanta. I och med *perestrojkan* växte affärsresor från Sovjetunionen till Finland, och finska turister bestämde sig ännu oftare att resa till Sovjetunionen med sin egen bil. Karelen öppnades i slutet av 1980-talet, och många finländare kunde resa dit mer fritt. Men den nya friare turismen hade också sina nackdelar: brottsligheten ökade avsevärt i Leningrad, och riktade sig speciellt mot finska turister.

Då Sovjetunionen föll (Sutinen 2020, s. 414–417) påverkades också turismen. I och med 1990-talets depression hade inte många ryssar råd att resa utomlands fast det annars skulle ha varit möjligt, men det var många som bestämde sig att emigrera från Ryssland. För utlänningar var det nya öppnare Ryssland mycket intressant, och då situationen i Ryssland stabiliserade sig började turismen också växa.

Shikalov (2013, s. 196–199) har skrivit speciellt om finländarnas turism till Viborg. År 1958 öppnades ett gränsövergångsställe i Torfjanovka mittemot Vaalimaa, och biltrafiken mellan Finland och Ryssland började. I juni 1958 öppnade också Intourist sin första byrå i Viborg, och de första finska turistbussarna började anlända till Viborg. Bussarna trafikerade på rutten Helsingfors-Leningrad med mellanstopp i Viborg. Lättade visumregler och utveckling av turismtjänster under Chrusjtjovs tid var betydande också för Viborgs turism. 1960-talet märkte en ny era för Viborg, och finska turister var en vanlig syn på Viborgs gator. Under Brezjnevs tid blev gränsformalitetserna igen strängare. och man var tvungen att deklarerera allt man hade med sig. Oavsett stränga gränskontroller ökade antalet av finska turister i Viborg ständigt. År 1982 öppnades det berömda hotellet *Druzba* i Viborg, vilket förbättrade turisternas möjligheter att övernatta i Viborg.

Utländska turister var inte tillåtna att ha kontakter med lokalbefolkningen, och detta gällde också i Viborg (Shikalov 2013, s. 199–201). Resorna planerades så, att det inte var möjligt att bekanta sig med staden på egen hand, och i Viborg var resorna i början bara korta rundturer utan övernattningsmöjlighet. Då en turistbuss kom över gränsen, hoppade Intourist-guider in i bussen och vaktade över turisterna för KGB. Vid gränsen var det mycket vanligt att lokalbefolkningen bemötte alla utlänningar som möjliga spioner. Fotografering var tillåten bara på

vissa platser och under guidernas kontroll. Situationen blev lite lättare på 1960-talet, men ända till 1980-talet var det svårt för turister att umgås med lokalbefolkningen.

En annan särskild egenskap gällande finländarnas resor till Sovjetunionen var langningen (Shikalov 2013, s. 203–205). Västerländska konsumtionsvaror var förbjudna i Sovjetunionen, men efterfrågan på dessa produkter ökade inom Sovjetunionen. Som en lösning på detta problem uppstod en langningskultur då sovjetiska langare började köpa kläder från utländska turister. Turisterna såg också möjligheten att dra nytta av fenomenet, och tog med sig varor som var speciellt avsedda för försäljning på resorna. Finland och finska turister spelade en särskild roll i utvecklingen av den ryska svarta börsen *fartsovka*. Finland var det enda kapitalistiska landet i gränsens omedelbara närhet och Leningrad som låg i närheten var en stor marknadsplats för langare. Langningen blomstrade särskilt i hamnstäderna och i Moskva, och Viborg blev ett centrum för langningen. Langare arbetade vid landsvägar (Shikalov 2013, s. 207) och i hotell och restauranger. De som arbetade vid landsvägar handlade med finländare på hållplatser (Shikalov 2013, s. 207), och senare blev det vanligt att en langare hoppade in i finländarnas buss (Shikalov 2013, s. 211) efter gränsövergången, och handeln skedde direkt i bussen. Vid sidan om langningen hjälpte langare finländare med hembygdsturism (Shikalov 2013, s. 2015) och körde finska turister så att de kunde se sina gamla hemorter. I början förhöll langare sig respektfull mot finska turister (Shikalov 2013, s. 220), men i och med vodkaaturismens tillväxt började langare se ner på finska turister. I och med perestrojkan (Shikalov 2013, s. 221–222) steg priserna i Sovjetunionen, och finländarnas intresse för resor till Sovjetunionen minskade. Under Sovjetunionens sista år började den organiserade brottligheten att öka, och langningen upphörde att existera totalt vid mitten av 1990-talet.

I dagens Ryssland är turismen också påverkad av propaganda (Sutinen 2020, s. 422–423). Liksom som under sovjettiden betonar Ryssland statens överlägsenhet, och Rysslands förmåga att erbjuda allt så att inget behov finns att resa utomlands. Sovjetunionens hatkärleksrelation mot utlänningar och utlandet har också nedärvts till dagens Ryssland. Sovjetnostalgi förmedlas genom att framhäva sovjetiska resmål, och för utländska turister säljs souvenirer med



sovjetestetik. För finska turister är det ännu vodka men också förmånlig bensin som lockar dem i Ryssland.

## 4 Metod och material

Detta kapitel handlar om forskningsmetod och forskningsmaterial. Först behandlar jag forskningsmetoden som jag har använt i min undersökning. Jag presenterar teorin för metoden och sen berättar hur jag har tillämpat den. Efter det här går jag över till att presentera varifrån analysmaterialet samlades.

### 4.1 Forskningsmetod

Min undersökningsmetod är kvalitativ innehållsanalys, som är en form av kvalitativ forskning. Eskola och Suoranta (2005, s. 13) framhäver att när det talas om kvalitativ forskning kan "kvalitativ" tolkas som ett försök att beskriva analysmaterialets form, och Tuomi och Sarajärvi (2009, s. 22) poängterar att syftet med kvalitativ forskning är att göra observationer angående analysmaterialet. Analysmaterial för kvalitativ forskning (Eskola & Suoranta 2005, s. 15) är oftast texter i någon form, vilket kan betyda till exempel intervjuer, filmer eller texter från massmedier. Fastän kvalitativ analys är empirisk framhäver Eskola och Suoranta (2009, s. 80–82) att kvalitativ forskning också behöver teori. I kvalitativ forskning är teorins roll att skapa bakgrund för forskningen och hjälpa till med analysen.

I kvalitativ forskning (Eskola & Suoranta 2005, s. 137–141) försöker forskaren göra det analyserade materialet mer kompakt och skapa ny information. I empiriska undersökningar, som kvalitativ forskning är, är det analysmaterialet som visar "sanningen" så som den är, och det viktigaste är olika framställningars relationer sinsemellan. I analysen kan forskaren fokusera på att hitta likheter, men analysen blir mer exakt om man också fokuserar på olikheter och mångfald i materialet. I analyser där analysmaterialet är i textform är det viktigt att komma ihåg att språket har en dubbelriktad betydelse. Samtidigt som språket reflekterar verkligheten, skapar språket också den. De texter man

analyserar inte bara berättar något, utan skapar också något samtidigt. Hur forskaren då bestämmer sig att förhålla sig till analystexter beror på forskningens forskningsfrågor.

Enligt Eskola och Suoranta (2005, s. 150) kan analysen och dess tolkningar ses som separata aktioner eller som kompletterande aktioner som går hand i hand. Oftast är det lönsamt att på något sätt organisera materialet innan man fortsätter med tolkningar. Inom kvalitativ forskning finns det otaliga sätt att analysera materialet (Eskola & Suoranta 2005, s. 160–161), men det är viktigt att notera att oftast är de olika sätten sammanflätade. Om ett sätt inte fungerar kan man tillämpa något annat.

Tuomi och Sarajärvi (2009, s. 25–56) utreder den kvalitativa forskningens olika traditioner. För min undersökning är den amerikanska traditionen ändamålsenlig. Den amerikanska kvalitativa traditionen (Tuomi & Sarajärvi 2009, s. 42–43) är inte en enhetlig helhet men några kriterier kan ändå formuleras. Det viktigaste med den amerikanska traditionen är att metoder som används för att utföra forskningen är viktigare än metodologin, det vill säga forskningsmetoder väljs på grund av vad som passar bäst för den ifrågavarande forskningen. Metoder baserar sig på en metodologisk helhet men det är inte lika viktigt att känna till de metodologiska grunderna för att utföra forskningen. Den amerikanska traditionen är en del av vetenskapens empiriska tradition, vilket betyder att verkligheten och sanningen redan är givna, det vill säga världen uppfattas så som den är.

Tuomi och Sarajärvi (2009, s. 46–47) fortsätter att specificera hur man väljer rätt metod inom den amerikanska traditionen: det som är intressant för undersökningen bestämmer metoden. Inom den amerikanska kvalitativa forskningens tradition är man intresserad av språkets egenskaper, mänskliga upplevelser, hurdana betydelser texter eller aktioner har, eller reflexioner av tänkande och aktion. Om man vill undersöka språkets egenskaper, väljer man metoden enligt det som man är intresserad av i språket. Om man vill betrakta språket som medel för kommunikation är det antingen diskursanalys man väljer som metod eller innehållsanalys. Innehållsanalys som metod är relevant om man är intresserad av kommunikationens innehåll. Innehållsanalys betraktar kommunikationen som en bild av verkligheten, medan diskursanalys undersöker hur verkligheten byggas.

Enligt Tuomi och Sarajärvi (2009, s. 91–92) är kvalitativ innehållsanalys en basmetod som kan användas inom alla traditioner av kvalitativ forskning. Innehållsanalys fungerar bäst i sådana undersökningar där syftet är att studera något begränsat och specifikt fenomen. Innehållsanalys kan betraktas antingen som en enskild metod eller som en teoretisk referensram.

Tuomi och Sarajärvi (2009, s. 92–93) utreder hur man kan utföra en kvalitativ analys och har skapat en modell för analysens olika faser.

1. Bestäm dig vad som är intressant i analysmaterialet och håll dig till i det.
2. a) Gå igenom materialet och utmärk alla saker som är intressanta för dig.  
b) Lämna bort allt som inte är väsentligt.  
c) Samla ihop allt det som intresserar dig.
3. Klassificera, typisera eller skapa teman.
4. Skriv en sammanfattning.

Punkt 2 betyder att man måste koda materialet, vilket hjälper till att beskriva vad det är som materialet handlar om. Koderna hjälper också i klassificeringen av materialet. Punkt 3 betyder själva analysen. Med klassificering menas skapandet av olika klasser och sedan räknar man hur många gånger varje klass förekommer i materialet. Temana skapas med avsikt att utreda olika temans innehåll, och med typindelning försöker man leta efter likheter och olikheter inom temana.

Det finns tre olika sätt att närma sig kvalitativ innehållsanalys (Tuomi & Sarajärvi 2009, s. 95–97). Det första är så kallad materialbaserad modell, det andra är teoristyrd modell och det tredje är teoribaserad modell. I den materialbaserade modellen försöker man skapa en teoretisk enhet utgående från materialet, det vill säga det finns ingen teori som styr analysen och analysenheterna är inte bestämda på förhand. Den teoristyrda modellen har samma utgångspunkter som den materialbaserade modellen, men i den teoristyrda modellen kan man ha en teori som stöder analysen. I den teoribaserade modellen utgår man från någon förutbestämd teori eller modell.

Med hjälp av innehållsanalys (Tuomi & Sarajärvi 2009, s. 103) kan man förstå analysmaterialet och fenomenet bättre och man eftersträvar att skapa en enklare beskrivning av det som undersökas. Innehållsanalys som metod

utnyttjar samma modeller som kvalitativ analys i allmänhet, dvs. den materialbaserade modellen, den teoristyrda modellen och den teoribaserade modellen. Materialet som bara är organiserat i någon form är inte i sig ett fullständigt resultat, utan man borde också försöka dra tydliga slutsatser. I samband med innehållsanalys kan det också talas om innehållsspecificering. Tuomi och Sarajarvi (2009, s. 106) noterar att med innehållsspecificering försöker man presentera analysmaterialets innehåll kvantitativt.

Som jag konstaterat ovan kommer min undersökning utnyttja innehållsanalys och använda innehållsanalysen som metod. Undersökningen är teoristyrd, vilket betyder att jag utför undersökningen med analysmaterialets villkor men i slutsatser försöker jag reflektera kring analysens resultat utgående från teorier om image och stereotyper samt tidigare studier av bilden av finländare i Ryssland. Analysen utgår från den kvalitativa forskningens och den amerikanska traditionens antaganden att verkligheten redan är given, men att språket också har en dubbelriktad betydelse. Resultaten av analysen betraktas som sanningen om finska turister i *Vyborgskie vedomosti (Выборгские ведомости)*, men slutsatserna och diskussionen syftar till att analysera vilken typ av bild artiklarna skapar av finska turister.

## 4.2 Forskningsmaterial

Materialet för forskningen söktes via databasen Integrum. Databasen Integrum (Kopotev, Mustajoki & Bonch-Oslomovskaya 2021, s. 310) innehåller nästan alla ryska tidningar och deras publikationer sedan 1990. Jag har haft tillgång till Integrum via Åbo Akademis bibliotek. Databasen passar bra som materialkälla för undersökningar som vill analysera texter i massmedia. Jag sökte artiklar om finska turister med söksträngen *финский :5 турист*. Denna söksträng betyder att det mellan de här två orden kan uppträda maximum fem ord och orden *финский* och *турист* kan vara i vilka som helst kasus och numerus. Jag ville välja en tidning som utkommer på en plats som geografiskt ligger nära Finland för jag antog, att det skrivs mer om finska turister i tidningar i Sankt Petersburg eller i Viborg.

Tidningen som valdes heter *Vyborgskie vedomosti* och valet gjordes på grund av mängden av artiklar. I *Vyborgskie vedomosti* visade det sig vara fler artiklar än i andra tidningar, och för att syftet med undersökningen är att skapa en så heltäckande bild som möjligt, valdes den tidning som kunde antas ha en mycket varierande samling av artiklar om finska turister. Med söksträngen fick jag fram 122 artiklar i *Vyborgskie vedomosti*. Av de här 122 artiklarna var det 11 artiklar som kom fram två gånger, och 24 artiklar var inte relevanta så de lämnades bort. *Vyborgskie vedomosti* (Integrum 2023) är en lokaltidning i Viborg som publiceras i Leningradregionen. Tidningens spridning är 500 000 exemplar och den ges ut två gånger per vecka. *Vyborgskie vedomosti* började ingå i Integrum först år 2000, och därför är den första analyserade artikeln också från 2000.

# 5 Analys och resultat

I följande kapitel presenterar jag först hur undersökningens analys genomfördes. Jag eftersträvar att tydligt förklara alla analysens olika faser och vilka problem som uppstod. Efter det går jag igenom varje huvudkategori som utformades under analysens gång och presenterar resultaten.

## 5.1 Analys

Min undersökning, som föregående kapitel beskriver, är en kvalitativ innehållsanalys som således använder innehållsanalys som metod. Undersökningen är teoristyrd och kategoriseringen görs på analysmaterialets, det vill säga artiklarnas, villkor. De resultat som kommer fram i analysen kommer jag att evaluera och analysera mot den tidigare forskning och teori som har presenteras i kapitel 2 och 3, det vill säga finska turister i Ryssland och de stereotyper som förenas med dem, samt med teorin om image och stereotyper. Det som intresserar mig är vad som skrivs om finska turister och i vilken kontext, och vad man då kan tänka sig är den bild som de här artiklarna skapar av finska turister.

Min analys har gått fram i följande steg. Först har jag samlat alla artiklarna som databasen Integrum gav med söksträngen *финский :5 туризм* i tidningen *Vyborgskie vedomosti*. Sökningen gav som tidigare nämndes 122 artiklar. Av de här 122 artiklarna var det 11 artiklar som kom fram två gånger och 24 artiklar var inte relevanta så de utelämnades. Totalt var det således 87 artiklar som analyserades.

I det första steget av analysen kategoriserade jag artiklarna enligt fyra kategorier. Den första kategorin handlade om vad det är som de finska turisterna själva sägs göra i artikeln, det vill säga vad deras roll är. Den andra kategorin gav kontexten för artikeln, det vill säga i vilket sammanhang det skrivs om finska

turister. Den tredje kategorin är årtalet och den fjärde kategorin skapades för att evaluera om artikeln är positiv eller negativ, det vill säga skrivs det positivt eller negativt om finska turister. Den fjärde kategorin hänför sig till så kallad undersökning av attitydinnehåll (Pietilä 1973, s. 174). Attitydinnehåll försöker att evaluera vilken inställning texten har till det som den handlar om. I min undersökning är syftet att utvärdera hur man i texten förhåller sig till finska turister och om det berättas något positivt eller negativt. Kategorin för attitydinnehåll i min analys var tredelad, det vill säga den analyserade artikeln kunde ses antingen som positiv, neutral eller negativ. Om artikeln var positiv eller negativ bestämdes på grund av vilken bild artikeln kan tänkas skapa av finska turister. Om artikeln innehöll något som kunde anses skapa en negativ bild av finska turister kategoriserades artikeln som negativ. I vissa fall innehöll artikeln inte direkt något positivt, men om berättelsen var en rolig historia om finska turister ansåg jag artikeln vara positiv med tanke på image. Av 88 artiklar var det totalt 10 positiva artiklar och 13 negativa artiklar, de övriga var neutrala.

Efter den preliminära kategoriseringen var det redan tydligt att artiklarna hade vissa teman som upprepades. Artiklarna handlade om brottslighet, finländarnas shoppingturism, deras intresse för sevärdheter, mängden finska turister, hur finska turister reser till Ryssland, hur finska turister kan lockas till Ryssland, vodkaturister och bilaterala förbindelser. Den preliminära kategoriseringen gjorde det möjligt att utforma de så kallade huvudkategorierna för artiklarnas innehåll. Efter den preliminära kategoriseringen läste jag artiklarna på nytt. De meningar där de finska turisterna omnämndes reducerades till enklare meningar och av de reducerade meningarna kunde underkategorier skapas och underkategorierna kunde sammanföras i förenade kategorier. Vissa artiklar kunde ha placerats i fler än en kategori, men för tydlighetens skull valdes huvudkategorin utifrån artikelns huvudinnehåll. Jag anser också att fastän vissa artiklar kunde ha placerats i olika huvudkategorier spelar det inte så stor roll, då undersökningens syfte är att ge en så heltäckande bild av finska turister som möjligt. Detta syfte nås trots att kategoriseringen ibland var lite problematisk. Artiklarnas kontext reducerades också för att tydligare kunna presentera i vilket sammanhang det skrivs om finska turister.

Avsikten med kategorierna var alltså att skapa en så heltäckande bild som möjligt. Vad är det som finska turister gör, i vilken kontext, vilket år och är artikelns



inställning positiv eller negativ. Jag har använt innehållsspecifikation för att kvantifiera materialet och presentera hur många gånger olika kategorier kommer fram i artiklarna, samt vilket år det har skrivits mest om finska turister. Som Eskola och Suoranta (2005, s. 139) betonar blir analysen bättre om man i stället för att bara leta efter likheter också letar efter olikheter och fokuserar på materialets mångfald. För artiklar som kategoriserades som positiva eller negativa, ges ett citat ur varje artikel. Har jag stött på något annorlunda eller sensationsartat tar jag fram citaten från artiklarna, även om artikeln som helhet har kategoriserats som neutral.

I sammanfattningen försöker jag dra slutsatser utifrån mina observationer och de resultat analysen gett. Som Eskola och Suoranta (2005, s. 20) erkänner kräver utförandet av kvalitativ forskning en hel del uppfinningsförmåga av forskaren och även nya och kreativa sätt att arbeta. Kvalitativ forskning har kritiserats för att vara subjektiv och för att forskaren leds av sina egna förhandsuppfattningar. Innan jag började min analys, hade jag läst om de finska turisternas historia i Ryssland och förväntade mig att finna sådana artiklar som förstärker gamla stereotyper om till exempel berusade finländare. Fastän sådana artiklar också skrivits, hittade jag många artiklar som hade ganska oväntat positiva berättelser om finska turister. Trots att mitt intresse i början av analysen var att särskilt observera om artiklarna förstärker stereotyper, anser jag att jag har tillåtit artiklarna att berätta för mig vad är det som är intressant hos finska turister ur den ryska tidningen *Vyborgskie vedomosti* synvinkel.

### 5.1.1 Brottslighet

Det i materialet oftast förekommande temat var "brottslighet" som förekom i 17 artiklar.

Tabell 1. Artiklarna om brottslighet i *Vyborgskie vedomosti*: år och antal.

År	2004	2005	2006	2007	2008	2010	2017
Antalet artiklar	4	3	2	3	1	1	2

De 17 artiklar som kunde placeras i kategorin brottslighet var till största delen publicerade åren 2004–2007. Av de här 17 artiklarna kunde 8 identifieras som neutrala med tanke på vilken bild de ger av finska turister, medan 8 kunde anses ha negativ inverkan på bilden. Artiklarna om brottslighet där finska turister nämndes handlade om brottslighet i Viborg i allmänhet, gästarbetare i Viborg, hur fler turister kan lockas till Viborg och problemen med gatubarn i Viborg. I förhållande till just finska turister kunde 7 olika underkategorier skapas:

1. Ryssars brott mot finländare
2. Hurdana brott finska turister själva begår i Viborg eller hur de beter sig där
3. Olika officiella organs åtgärder mot brotten
4. Hurdana brott som begås
5. Mängden brott
6. Brottens sidoeffekter
7. Gatubarn i Viborg

Gatubarn placerades i kategorin brottslighet därför att de i alla fall utgör ett socialt problem och ibland även utför brottsliga handlingar, och det fanns tre artiklar som handlade om gatubarn där också finska turister nämndes.

Då det gäller ryssars brott mot finländare identifierades en artikel som handlade om ett enstaka fall (2.12.2008) där en finsk pensionär misshandlats i Viborg. Det finns också andra typer av brott finska turister råkat ut för. Pass, pengar och glasögon har stulits av finska turister (26.3.2004) och också finska turistbilar och ännu oftare saker som ligger inne i bilarna (2.12.2008). När det talas om brotten mot finländare används det i två artiklar särskilda ord om finska turister. Finska turister beskrivs med ordet *бедный* ('stackars') som exempel (1 och 2) visar.

- (1) По мнению туроператоров, в Выборге совершенно вольготно чувствовали себя воры и грабители, терроризирующие *бедных*

*финнов.*<sup>1</sup> Власти же и "органы" смотрели на это сквозь пальцы.  
(13.1.2004)

(2) После памятного бойкота финскими турфирмами Выборга, случившегося несколько лет назад, в плане обеспечения безопасности "*суомалайненов*" в нашем городе удалось навести относительный порядок. Во всяком случае, уже не говорят, что *бедных* финнов "трясут" на каждом углу, а милиции и чиновникам на это наплевать. (2.12.2008)

I exempel (1) nämns det att "stackars finländare" terroriseras av tjuvar och rånare, medan myndigheterna inte gör någonting. Det andra exempel (2) påpekar att myndigheterna nu har tagit itu med problemet så att "de stackars finländarna" inte längre rånas i varje hörn. I exempel (2) används också ordet *suomalainen* skrivet med kyrilliska bokstäver om finländare, vilket var ganska överraskande.

Många artiklar handlar om de finska turisternas eget beteende. Två artiklar handlar om verkliga brott (exempel 3 och 4). I exempel (3) försöker en finsk turist smuggla ett vapen till Ryssland och exempel (4) visar hur finska turister bryter mot visumlagar.

(3) **ФИНСКИЙ ТУРИСТ ПОПЫТАЛСЯ НЕЗАКОННО ПРОВЕСТИ В РОССИЮ СТРЕЛКОВОЕ ОРУЖИЕ** (16.9.2005)

(4) Говоря о мигрантах, обычно все подразумевают выходцев из стран СНГ. На самом деле оказывается, что классические иностранцы, *в том числе граждане Финляндии, очень часто нарушают закон.* Российский гражданин, конечно же, не решится *задержаться на несколько дней* в соседней стране Суоми, если у него истек срок визы. *У финских туристов - это случается.* (26.01.2007)

Exempel (4) anmärker om att det för ryssar är klart att om giltighetstiden för visumet går ut, måste man lämna landet, men för finska turister är det inte lika klart, utan ibland stannar finländare kvar fast deras visum inte längre är i kraft. En artikel handlar om en förseelse av en finsk turist (exempel 5).

(5) Случается, наши географические соседи, вроде бы сдержанные по своей природе, неожиданно проявляют горячий характер. *Недавно*

---

<sup>1</sup> Kursiveringarna i exemplen är mina (K.H.) egna om inget annat anges.

*финн, находящийся подшофе, набуянил на автозаправке "Несте". Работники АЗС попросили его покинуть территорию станции. Финн послушался, но вскоре вернулся и со всей силы врезал ногой по входной двери, выбив стекло. (04.05.2010)*

En berusad finländare slog sönder bensinstationens glasdörr efter att stationens personal hade bett honom att gå. Finländaren hade i alla fall kommit tillbaka och sparkat i dörren så hårt att glaset krossades.

Inte är det alltid brott som finska turister begår, utan ibland bara betar de sig illa (exempel 6).

#### (6) ДУРНОЙ ПРИМЕР ЗАРАЗИТЕЛЕН.

*Насмотревшись на наши порядки, финские туристы начинают вести себя в Выборге так же, как и жители города.*

Правда, не швыряет финн пришедшее в негодность имущество лишь в своей стране. Поскольку, если там он это себе позволит, государство спросит с него так, что мало не покажется. А у нас, в России, считает *суомалайнен*, это можно делать сплошь и рядом. А почему бы и нет, раз хозяева страны себе такое позволяют. Такие случаи в нашем приграничном районе не носят массового характера, однако изредка все же происходят. (15.11.2005)

Exemplet (6) visar hur finländare har börjat bete sig lika dåligt som ryssar när det gäller trasiga bilar, ryssar brukar nämligen bara lämna sina bilar i naturen och finska turister har börjat bete sig på samma sätt. I den här artikeln används också ordet *suomalainen* skrivet med kyrilliska bokstäver.

En artikel (exempel 7) var ganska ovanlig till sin karaktär, då det berättas att en finsk man blev kär i en kvinna i Viborg, vilket ledde till att mannen låtsades vara en milisman och krävde pengar av finska turister för att hämnas på en milisman som älsklingen påstod hade antastat henne. Alla ovannämnda artiklar ansågs ge negativ bild av finska turister.

(7) Ну, а о приключениях финских гостей, предпочитающих общества здешних жриц любви, сказано уже много. *Один из финнов настолько проникся к своей партнерше, что остался у нее в качестве мужа. А когда гражданская супруга пожаловалась на якобы имевшие место притеснения со стороны сотрудника спецотдела милиции, ее возлюбленный решил отомстить весьма оригинальным способом.*

*Стал подходить к своим согражданам-туристам, представляться милиционером и требовать деньги. (13.01.2004)*

Finska turister beskylls också för att de inte kan bete sig vid gränsen (exempel 8) lika bra som ryssarna, för finska turister brukar åka förbi andra som väntar i kön. Den här artikeln också ger en negativ bild av finska turister.

(8) Как рассказал "Фонтанке.fi" капитан **Осси Фонселиус** из Погранотряда Юго-Восточной Финляндии, *обочечники* на границе — это, как ни странно, по большей части финны. Некоторые *жители Суоми*, которые едут в Россию, порой могут объезжать других автомобилистов. (22.11.2017)

Finländare som här benämns 'invånare i Suomi' sägs oftast vara de som kör förbi kön längs vägkanten, det vill säga till höger om framförvarande fordon (*обочечники*).

De artiklar som inte handlar om verkliga konflikter som ägt rum, handlar om hur finländare själva bidrar till att de utsätts för brott, och det är ofta de finska turisternas berusade tillstånd och intresset för att gå till barer (exempel 10 och 11) som nämns som en orsak att bli brottsoffer.

(10) Финский турист со временем не меняется. Большинство гостей совершают ностальгические экскурсии по Выборгу, совмещая прогулку с шоппингом. Те, кто помоложе, могут предпочесть более романтический вариант [sic] времяпрепровождения. *Ресторан, водка, закуска, девушка*. Тут финны, конечно, рискуют, ведь *поддатый турист для воров и грабителей*, можно сказать, *подарок*. (04.05.2010)

(11) Справедливости ради необходимо заметить, что и *сами гости из Суоми не всегда вели*, да и продолжают вести себя в рамках правил, *охотно посещая значные места* нашего города. (13.01.2004)

Exemplet (10) visar att den finska turisten inte förändras särskilt mycket med tiden. Många turister åker till Viborg för nostalgins skull och för att shoppa, men för andra följer resplanen ett invariant mönster: restaurang, vodka, tilltugg och kvinna. Detta är en risk för turisten, en berusad finländare är som en gåva för tjuvar och rånare. Exemplet (11) påpekar att finska turister gärna besöker Viborgs tivelaktiga platser.

Om alkohol orsakar problem för finska turister, sägs det i en artikel att de finska turisterna oftast också betar sig oförsiktigt (exempel 12).

(12) О том, что *финские туристы нередко сами провоцируют преступников*, говорилось неоднократно. Но воз и ныне там. Видимо, привыкшие к чувству безопасности у себя на родине, *суомалайнены* забывают, что в России пока что не достигнут столь же высокий уровень правопорядка. *Потому финн, расплачиваясь в магазине или на рынке за покупку, открыто вынимает большой, толстый бумажник и достает оттуда купюры*, не догадываясь, что в это время за ним с интересом наблюдают карманные вору. (1.12.2004)

I exemplet (12) kommer det fram att finska turister oftast glömmet att säkerheten i Ryssland inte är på samma nivå som i Finland. Finska turister tar fram sina plånböcker så att alla kan se vad de innehåller, utan att tänka på att en ficktjuv kan stå i närheten. Med tanke på hur finska turister själva betar sig var det en artikel som beskrev hur finländarna följer de lagar och regler som fastställts i Ryssland. I artikeln (16.11.2017) berättas att i finska turister köper "Ш" -skyltar på gränsen. Skyltarna är ett tecken på att bilen har dubbdäck, och de ryska myndigheterna kräver att man måste ha en sådan klistrad på bilen.

Då brottens mängd behandlas (2.12.2008 och 4.5.2012), nämns bara om mängden har minskat. En artikel erkänner att brotten är ett problem (1.12.2004) och i många artiklar diskuteras brottens sidoeffekter av vilka den största är att researrangörer har börjat bojkotta Viborg (26.3.2004) och att brotten har väckt internationell uppmärksamhet (13.1.2004). I en artikel nämns det i alla fall, att efter att situationen med brotten har lindrats är de finska turisterna inte längre rädda för att fara till Viborg (4.5.2010).

Vad är då olika officiella organs roll när det gäller brott? Problemet med brotten har behandlats i Viborgs stadsfullmäktige (29.1.2004), två artiklar från 2004 (13.1.2004) och 2006 (7.7.2006) nämner att milisen och Viborgs beslutsfattare inte har agerat, men en artikel sex år senare från 2010 (4.5.2010) säger att finska turister kan resa till Viborg utan att vara rädda tack vare ordningsmaktens och beslutsfattarnas gemensamma ansträngningar mot brotten. Man skriver också om att Finska utrikesministeriet har tagit ställning till de finska turisternas resor i Ryssland (exempel 13).

(13) МИД Финляндии обновил свои рекомендации для граждан страны по путешествиям в Россию.

Как и при поездках в другие крупные зарубежные города, МИД Финляндии *советует быть осторожными в пробках, метро, вокзалах и в аэропортах*. Финнов в России просят *избегать демонстраций*, а также *беречь паспорт и ценные вещи*. Финским туристам рекомендуют *"избегать передвижения по улицам в одиночку, особенно в алкогольном опьянении и в ночное время"*. Также ведомство советует *пользоваться официальными такси* и избегать частных извозчиков, пишет [Fontanka.Fi](http://fontanka.fi). (Artikel 58, 08.02.2017)

Utrikesministeriet rekommenderar att finska turister ska vara försiktiga i tunnelbanan, på tågstationer, på flygplatser och i folkträngsel, undvika demonstrationer och ta hand om sina pass och värdesaker. Man bör också undvika att gå ensam på natten, särskilt om man är berusad, och endast officiella taxibilar bör användas. Om gatubarn och föräldralösa barn i Viborg, har det skrivits tre artiklar under den undersökta tiden. I en artikel (exempel 14) nämns det att föräldralösa barn brukar tigga av finska turister och att de också kan 'knycka' (*стянуть*) sådant som 'ligger illa' (*плохо лежит*), det vill säga är lätt att ta.

(14) Шесть лет назад, когда после закрытия Коробицынского детского дома к ним перевели ребят школьного возраста (до этого в Лесогорском детском доме были дошколята), *ребята убежали в Выборг и добывали деньги, как могли: попрошайничали у финских туристов*, мыли автомашины, подрабатывали на рынке, а могли и просто *стянуть то, что плохо лежит*. (29.3.2005)

En annan artikel (exempel 15) behandlar gatubarns olika sätt att klara sig på Viborgs gator.

(15) Агеева, уличные дети уже не занимаются мытьем машин. В их арсенале *другие виды деятельности: они охраняют машины финских туристов, работают у них "зидами", показывая маршруты, где расположены недорогие магазины и рынки*, и, по данным опроса, проведенного в нашем районе среди водителей-дальнобойщиков, а также работников баров, ночных клубов и гостиниц, девочки-несовершеннолетки нередко *подрабатывают проституцией*. (26.05.2006)

Gatubarn brukar vakta finländarnas bilar, fungerar som guider för dem och visar dem de bästa ställena att handla på. Unga omyndiga flickor extraknacker inte sällan genom prostitution. Den tredje artikeln (exempel 16) om gatubarn nämner också gatubarns olika sätt att tjäna pengar men erkänner även att det mesta av det som gatubarn gör inte är illegalt.

(16) Есть и специфические виды деятельности, типичные для приграничного Выборга: *сопровождение финских туристов по магазинам и рынкам (этих детей называют "гидами")*, охрана и мытье автомашин иностранных граждан. *Все это некриминальная сфера деятельности детей и подростков.* (19.01.2007)

Huruvida artiklarna om gatubarn i Viborg ger en negativ bild av finska turister är tveksamt. Å ena sidan använder finska turister främst sådana tjänster av gatubarn som är socialt accepterade och inte olagliga i Viborg och barnen tjänar förstås pengar, men å andra sidan har det erkänts i Viborg, att situationen med gatubarn är mycket svår och viljan är att sätta punkt för barnarbetet. Artiklarna om gatubarn räknades i den här analysen i alla fall som neutrala beträffande bilden av de finska turisterna.

Artiklarna om brottslighet publicerades åren 2004–2017. Artiklarnas teman var relativt jämnt fördelade under denna period. Ryssars brott mot finska turister behandlades i alla fall bara år 2004 och 2008 och Viborgs lokala myndigheters aktioner mot brotten behandlades 2004, 2006 och 2010. Artiklarna om antalet brott täcker nästan samma tidsperiod: om antalet brott skrevs det år 2004, 2006 och 2008. Om olika sidoeffekter av brotten skrevs det bara 2004 och sen 2010. Gatubarn behandlas i artiklar 2005, 2006 och 2007. Finländarnas förehavanden och förseelser behandlades jämnt genom den tidsperiod som artiklarna med temat brottslighet är publicerade. Finska turisternas beteende talades det om 2004, 2005, 2007, 2010 och 2017 och det var också år 2017 som det skrevs om finska utrikesministeriets ställningstagande till de finska turisternas säkerhet i Ryssland.

Finska turister har spelat en betydande roll på Viborgs gator. Många finländare har råkat bli offer för olika slags brott. Brotten i Viborg har väckt internationell uppmärksamhet och man har försökt göra något åt stadens blomstrande brottslighet på lokalnivå. Två gånger beskrivs finska turister med ordet *бедный* ('stackars') vilket visar sympati mot de finska turisterna. Det känns



i alla fall lite som att brotten mot finländare inte är så chockerande för ryssar fastän brottslighet är ett stort problem, och detta är inte en stor överraskning om man tänker på hur finländare själva har betett sig. Det finns artiklar där finska turister gör sig skyldiga till lagbrott eller annars beter sig illa. I många fall är det alkohol som orsakar problem för finska turister. Enligt artiklarna är finska turister också väldigt förtjusta i Viborgs lokala barer och söker också sällskap av lätta gardet.

### 5.1.2 Shoppingturism

Artiklar som kunde placeras till kategorin "shoppingturism" var totalt 11. Artiklarna om shopping fördelade sig ganska jämnt mellan år 2000–2016 (se tabell 2).

Tabell 2. Artiklar om shoppingturism i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2000	2004	2005	2007	2010	2011	2012	2016
Antalet artiklar	2	1	1	1	1	1	1	3

10 artiklar kan sägas vara neutrala och en kategoriserades som positiva. Största delen av artiklarna handlade om olika försäljningsställen i Viborg. Billiga priser och piratprodukter var också teman i artiklar; en artikel var en historisk översikt om det sovjetiska Viborg, en handlade om marknadsföring av Viborgs service och en om mängden av ryska turister i Finland. I förhållande till finska turister kunde det formas 5 underkategorier för kategorin shoppingturism. Underkategorierna var:

1. Låga priser/pengar
2. Var finska turister shoppar
3. Vad finska turister köper
4. Shoppingens historia
5. Lockandet av finska turister

Artiklarna om pengar handlade om rubelns kurs (4.2.2016 & 24.2.2016) och hur den sämre kursen lockar finska turister på shoppingresor till Viborg. En artikel handlade den nya möjligheten till tax-free shopping (3.8.2016) och i en artikel om piratprodukter (7.12.2000) konstaterades det att låga priser också är viktiga för finska turister.

Var gör finska turister då sina inköp? Finska turister besöker salutorg (20.7.2007), olika marknader (27.4.2010) men också supermarketar (4.2.2016) och bensinstationer (4.2.2016) är populära bland finska turister. Det nämns också att finska turister sannolikt handlar så fort de ser en möjlighet, det vill säga när butiken är bekvämt belägen (2.4.2004). I samband med olika försäljningsställen talas det också om passliga omständigheter. Det måste finnas till exempel tillräckligt med parkeringsplatser för bussar (20.7.2007). En artikel (exempel 17) nämner att finska turister som besökte en marknadsplats var nöjda med hur rent allt var. Artikeln räknades som positiv beträffande bilden av de finska turisterna.

(17) Ибо они на Рыночной площади снег почистили, мусор убирали и в субботу организовали , что *порадовало заглянувших сюда финских туристов.* (19.4.2011)

Finska turister i Viborg köper bensin, alkohol, cigaretter, trädgårdstillbehör, glas och porslin, målarfärger, verktyg av olika slag (4.2.2016) och förstås piratprodukter (7.12.2000). En annan artikel som kunde klassas som positiv för finländarnas image handlade om torghandlare. I artikeln nämns det att finska turister ger lite extra pengar till torghandlarna och skänker gamla stickade klädesplagg som torghandlarna kan sprätta upp och sticka nya av (exempel 18).

(18) "*Финские туристы нас жалеют*", - рассказывает Нина Дмитриевна П. "Иногда раздают каждой из нас по 5 рублей - просто в порядке помощи. *Привозят из Финляндии старые вязаные вещи, которые мы распускаем, а затем вяжем заново - рукавицы, носки*". (7.12.2000)

En av de analyserade artiklarna handlade om Viborgs sovjetiska tider och det nämndes att redan då var det många finska turister som köpte allt möjligt av torghandlarna och fick sovjetiska tändstickor som souvenir (23.10.2012). Finska

turister har lockats med olika handelsvaror och med låga priser, men i två artiklar nämns det att andra metoder också har använts för att locka finländare, nämligen att skriva namn på butiker så att namnet påminner om något finskt ord (28.1.2005), eller ha finskspråkiga markandsföringstexter, och en butik hade också publicerat en finskspråkig webbsida med priserna i euro (4.2.2016).

Alla artiklar som handlade om finländarnas shoppingturism fördelade sig ganska jämnt inom tidsperioden 2000–2016. Om hur finska turister kan lockas, skrevs det 2000 och 2016, rubelns kurs talades det om 2016 och om möjlig tax-free shopping, om finländarnas intresse för piratprodukter skrevs 2000. Den enda artikeln som handlade särskilt om vad det är som finländare köper var publicerad 2016. Var finländare gör sina inköp skrevs om ganska jämnt, nämligen 2004, 2007, 2011, 2010, 2011 och 2016.

För att sammanfatta kan det sägas att det som finska turister köper var ingen överraskning: piratprodukter, bensin, alkohol, cigaretter och allt sådant som är billigare i Viborg än i Finland. Det finns också många möjligheter att handla i Viborg, allt från supermarketer till bensinstationer. Låga priser lockar finländare men företagaren i Viborg försöker också aktivt marknadsföra sina tjänster för finska turister och om omständigheterna är bra och passliga, kan man vänta sig fler finska turister.

### 5.1.3 Sevårdheter

Den tredje huvudkategorin som utformas i analysen var "sevårdheter." Artiklarna publicerades åren 2001–2020 (se tabell 3).

Tabell 3. Artiklar om sevårdheter i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2001	2004	2005	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020
Antalet artiklar	1	1	3	1	2	2	1	2	1	3	1

Kategorin innehåller totalt 18 artiklar av vilka 12 klassades som neutrala med tanke på de finska turisternas image, 5 klassades som positiva och 1 som

negativ. Artiklarnas teman handlade om samarbete mellan Finland och Ryssland och andra officiella möten mellan länderna, rysk kultur, Matkamässan, utställningar i Eremitagets filial i Viborg och Aalto-biblioteket, Mikael Agricola, en defensiv fortifikationslinje kallad Mannerheimlinjen, olika turismresor i Finland och Ryssland och ganska oväntat om rockmusikens historia i Viborg och Ryssland. När det gäller finska turister kunde 7 underkategorier utformas:

1. Inspiration för resandet
2. Rockkulturen
3. Historiska platser
4. Utställningar
5. Mikael Agricola
6. Vad som kan vara intressant för finska turister

Underklassen "Inspiration för resandet" utformades på grund av två artiklar. En artikel (exempel 19) handlade om en grupp av äldre finska turister som hade sett en dokumentär på Yle som handlade om kulturlivet i Viborg. I dokumentären visades en särskild lägenhet som tillhörde en musiker i Viborg. Finländarna hade sett den här lägenheten i dokumentären, och bestämde sig för att gå och bekanta sig med den. Finländarna förstod inte riktigt var de hade hamnat, men roade sig medan de lyssnade på musiken och gick slutligen därifrån med tacksamhet.

(19) На узкой лестнице действительно стояли семеро достаточно пожилых граждан - три дяденьки и четыре тетеньки. Лишь одна из них знала несколько десятков английских слов. Совместными усилиями от иностранцев удалось узнать, что *они посмотрели по телеканалу YLE документальный фильм "Viipurin 360"*, в котором, среди прочих явлений виборгской жизни, были и кадры из "Мансарды Моро", демонстрировавшие прошлогодний фестивалчик.

Один из гостей робко пытался заказать пиво, но ему и прочим был предложен чай. От чая финны отказались, зато исправно *притопывали и прихлопывали в такт исполняемой музыке* все минут двадцать, которые в "Мансарде" находились. Музыкантов, а также неординарный интерьер квартиры гости прилежно зафиксировали камерами своих телефонов, *после чего с благодарностью, так и не поняв, где они находились, откланялись.* (31.3.2017)

Artikeln anses vara positiv för bilden av finska turister för att händelsen var skriven i en vänskaplig och välvillig stil och skapade en annorlunda bild av finska turister. I den andra artikeln som handlade om inspirationen för resandet uppmuntrades finska turister bekanta sig med obekanta sevärdheter i Viborg (13.06.2015).

Kulturlivet i Viborg har intresserat finska turister, och särskilt rock-kulturen. En artikel (exempel 20) berättar att på klubben med namnet *Кочегарка* i Viborg hade man organiserat en musikfestival. Artikeln handlar inte direkt om finska turister, men i artikeln nämns det att finska turister besöker den här klubben mer än andra kulturplatser i Viborg, vilket var överraskande.

(20) Клуб внесен в перечень туристических объектов города, и организованные группы *финских туристов посещают его чаще, чем другие виборгские учреждения культуры*. (13.12.2013)

En annan artikel (04.10.2012) i denna kategori handlar också om rockkultur. I artikeln beskrivs hur en finsk författare har skrivit en bok om rocklivet i Sankt Petersburg och organiserat en bussturné för de finländare som är intresserade av platserna som omtalas i boken. På denna resa gjordes också ett stopp på klubben *Кочегарка* i Viborg.

Historiska platser visade sig vara intressanta för finska turister. Valamo kloster intresserar finländare (02.09.2005) och kulturhistoriska friluftsmuseet *Варяжкий двор* (10.09.2020). Finska turister är också intresserade av de platser där vinterkriget utkämpades, och de kan hittas längs den så kallade Mannerheimlinjen (31.07.2012). Karelen lockar finska turister och den finskspråkiga tidningen *Karjalan Sanomat*, som ges ut i Karelen, ordnade en resa till Karelen för sina finska läsare. Artikeln kan klassificeras som positiv för de finska turisterna, eftersom det i artikeln hävdades att resan öppnade turisternas ögon och utvidgade deras förståelse för dagens Ryssland och Karelen (exempel 21). De finska turisterna lärde sig om Karelens historia, besökte en finskspråkig skola och det lokala museet.

(21) ...например, жительница Хельсинки Арья Шевал "знала очень мало о состоянии финского языка и культуры в Карелии, поездка открыла ей глаза на современную Россию". (10.05.2011)

Finska turister brukar också besöka olika utställningar i Viborg. I en artikel (08.04.2016) nämns det att i Eremitagets filial var största delen turister finländare, och därför har filialen också etiketterna på tavlor skrivna på finska. En annan artikel (06.06.2014) handlade också om Eremitagets filial i Viborg, då det ordnades en utställning kallad *Kalevala genom ryska konstnärers ögon*. Enligt artikeln var det som väckte finländarnas intresse bekanta bilder i utställningens reklamaffischer. Den tredje artikeln (30.05.2015) i kategorin utställningar handlade om en utställning av sällsynta böcker som ordnades i Aalto-biblioteket i Viborg. De finska turisterna uppskattade den omfattande samlingen rysk modern litteratur, och hur biblioteket tog hänsyn till bibliotekets finska historia.

Två artiklar handlade om Mikael Agricola. En av artiklarna (09.02.2001) handlade om inrättandet av ett nytt museum i Kurenniemi naturskyddsområde, och i artikeln diskuteras till och med om det nya museet kan bli en pilgrimsort för finländare. Den andra artikeln (09.09.2005) handlade om Mikael Agricolas jubileum, och den finländska delegationens besök i Viborg i samband med detta. Tanken var att även Viborg skulle kunna delta i firandet, och man kunde förvänta sig fler finska turister i Viborg för att fira jubileet.

Till sist var det fyra artiklar som undrade vad som kan vara intressant för finländare i allmänhet. En artikel (24.11.2017) handlade om den kommande jultiden, och om besöket av Villmanstrands borgmästare i Viborg. Under det officiella mötet diskuterades julens händelser i både Viborg och Villmanstrand. I artikeln misstänktes dock att Viborg inte har något att erbjuda som skulle kunna intressera finska turister. En annan artikel (exempel 22) handlade om Matkamässor i Helsingfors där också Viborg var representerat. Det konstateras i artikeln att fler finländare är intresserade av just Viborg, vilket kan anses skapa en positiv bild av finska turister.

(22) Сегодня среди клиентов финских турфирм становится все больше *туристов* в возрасте от 30 лет и старше, *которые воспринимают Выборг просто как первый российский город со стороны Европы, интересный своими достопримечательностями, инфраструктурой, событиями, традициями.* (25.01.2013)

En annan artikel (exempel 23) som klassades som positiv, var artikeln som handlade om en rysk familj som framför ryska folksånger, och hur finska turister gärna lyssnar på deras sång.

(23) Там Апыцагировы поют для финских туристов, играют с теми, кто приезжает знакомиться с Выборгом. *Финны приходят в восторг и от старинных песен, и от народных забав, а уж каким счастьем светятся лица ребятишек на Масленицу.* (17.10.2005)

Den tredje artikeln (exempel 24) som ansågs vara positiv handlade om hur finska turister lärde sig att laga rysk mat i en restaurang i Viborg. Evenemanget var organiserat av Viborg-centret för tredje året i rad. De finska turisterna var mycket nöjda med organiseringen och allt de hade lärt sig.

(24) *Слушатели курсов благодарили Алексея Жилина и работавший с ними персонал "Карелии" за теплый прием, отличное обслуживание и преподанный урок кулинарии.* Руководство центра "Виипури" склоняется к тому, что польза от этого занятия взаимная: слушателям курсов - знания и навыки, ресторану "Карелия" - дополнительная реклама. (19.11.2004)

Den sista artikeln (exempel 25) var lite annorlunda i jämförelse med de andra i kategorin. Artikeln handlade nämligen om sexservice som marknadsförs för finländare på Viborgs gator. I reklamaffischer är det ryska ordet *девушки* skrivet på finska, och reklamer kan hittas på platser som finländare antagligen besöker.

(25) Характерно, что в старом городе слово "*девушки*" написано по-фински, а в Южном микрорайоне слово "отдых" - по-русски. Подход креативный: наверняка фирма, оказывающая интим-услуги, в курсе, что *финские туристы посещают, в основном, исторический центр города.* (04.08.2017)

Att bestämma i vilken kategori den här artikeln borde placeras var svårt, men slutligen bestämde jag mig sätta den under kategorin sevärdheter, fast sexservice inte i sig är en sevärdhet, men den är i alla fall antagligen en orsak varför finländare reser till Ryssland, och Viborg. Artikeln ansågs vara negativ med tanke på bilden av finska turister, för den förstärker gamla stereotyper.

Av de artiklar som handlade om sevärdheter publicerades 5 i början av 2000-talet, och resten efter 2010. De artiklar som publicerades i början av 2000-

talet var båda artiklar som handlade om Mikael Agricola, Valamo som resmål, och artiklar som handlade om finländarnas intresse för rysk kultur i form av mat och folksånger. De senaste artiklarna som publicerades var artikeln om *Варяжкий двор* från 2020 och artikeln om sexservice från 2017.

Artiklarna om sevärdheter innehåller överraskande information. Finska turister visar sig vara intresserade av många olika evenemang som Viborg har att erbjuda, och särskilt finländarnas intresse för rockmusiken och rockkulturen var oväntad. Att Mikael Agricola också lyftes fram två gånger var nytt. Artikeln om sexservice var publicerat 2017, vilket antyder att finska turister ännu idag reser till Viborg efter de här tjänsterna.

#### 5.1.4 Mängden av finska turister

Mängden av finska turister behandlades i 10 artiklar. Artiklarna publicerades åren 2005–2019 (se tabell 4).

Tabell 4. Artiklar om mängden av finska turister i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2005	2007	2009	2011	2014	2015	2016	2017	2019
Antalet artiklar	1	1	2	1	1	1	1	1	1

Mängden av finska turister behandlades i 10 artiklar. I de här artiklarna diskuterades också med hjälp av vilket samfärdsmedel finländare reser till Ryssland. Artiklarnas teman handlade för det mesta om mängden av turister, men andra teman var Villmanstrands och Viborgs förhållande, mängden av ryska turister i Finland och framtiden för en av Viborgs marknadsplatser. Alla artiklarna i kategorin klassades som neutrala med tanke på bilden av de finska turisterna. Underkategorier som kunder utformas var:

1. Mängden av turister har ökat
2. Mängden av turister har minskat
3. Vad påverkar turisternas lust att resa till Ryssland?



#### 4. Hurdan påverkan har turismen på Viborg?

Kategorin "mängden av finska turister har ökat" har totalt tre artiklar. I den första artikeln (09.09.2011) sägs det att det finns fler finska turister än någonsin i Ryssland, och den andra (08.05.2014) anmärker att trots sanktionerna mot Ryssland efter annekteringen av Krim, hindrar inte detta finska turister från att resa till Ryssland. År 2015 skrevs det att samarbetet mellan Viborg och Villmanstrand fungerar bra, och finska turister har blivit mer intresserade att resa till Viborg (18.12.2015).

5 artiklar handlade om minskningen av finska turister. I en artikel (26.04.2005) beskrivs den dåvarande situationen av marknadsplatser och torg i Viborg. I artikeln nämns det att en av de äldre marknadsplatserna har drabbats av brist på finska turister, marknadshandeln har förtvinat, och området har inte skötts. I en artikel publicerad 2009 (10.2.2009) konstateras det att det var färre finska turister i Ryssland under jultiden jämfört med året innan, och därmed färre finländare som reste genom Viborg. I artikeln antas också att finländarna är mer intresserade av att resa till Estland, där turisternas säkerhet är bättre garanterad och reglerna för utlänningar i allmänhet är tydligare.

Nästa gång det rapporterades om brist på finska turister var 2016. Enligt artikeln (09.06.2016) hade antalet finska turister minskat med en tredjedel. I artikeln nämns det dock att Allegro är det prefererade sättet för finländare att resa till Ryssland, samt med egen bil, cykel eller med fartyg längs Saimen. År 2017 publicerades en artikel (06.07.2017) där det nämns att antalet finska turister i Ryssland har minskat, medan antalet ryska turister i Finland har ökat. År 2019 diskuterades det vad det är som turisterna uppskattar (21.11.2019), och detta är exklusivitet. Enligt artikeln vill turisterna se något ovanligt och sällsynt, som de inte kan glömma. I artikeln reflekteras över vad Viborg har att erbjuda turisterna, men konstateras att det är färre finska turister än tidigare år, men att en eventuell ny vattenväg mellan Kotka och Viborg skulle kunna öka antalet turister.

Två artiklar handlar om vad är det som påverkar finska turisternas lust att resa till Ryssland, och Viborg. Den ena artikeln (04.12.2007) handlade om förbindelserna mellan Viborg och Villmanstrand. I artikeln påpekar ordföranden för Villmanstrands stadsfullmäktige att höga visumpriser och rysk byråkrati minskar finländarnas lust att resa till Ryssland. I den andra artikeln (24.02.2009)

nämns det att lagen om registrering av utländska turister som trädde i kraft 2007, betyder ännu mer byråkrati, och innebär extra arbete och kostnader för både turister och hotell. Allt detta har en särskild inverkan på finländarnas intresse att resa till Ryssland.

Alla artiklar i kategorin "Mängden av finska turister" klassificerades som neutrala med tanke på vilken bild de skapar av finska turister, men sammanfattningsvis kan man säga att antalet finska turister har varit ett konstant samtalsämne i *Vyborgskie vedomosti*, ibland har mängden ökat och ibland har den minskat, och det som påverkar finländarnas lust att resa till Ryssland är först och främst Rysslands byråkrati och visumpriser. Enligt en artikel förlorar Ryssland finska turister till Estland. Finska turister har dock också en stor påverkan på Viborg, och det erkänns att en marknadsplats i Viborg har drabbats på grund av brist på finska turister.

### 5.1.5 Hur finländare reser till Ryssland

15 artiklar handlade om hur finländare reser till Ryssland. Artiklarna publicerades åren 2004–2020 (se tabell 5).

Tabell 5. Artiklar om hur finländare reser till Ryssland i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2004	2008	2010	2011	2012	2018	2019	2020
Antalet artiklar	1	1	1	4	2	2	3	1

Artiklarnas teman var för det mesta sjöfartsturismen, men en artikel berättade historien om passagerartransporten i det sovjetiska Viborg, en handlade om ett internationellt turismseminarium i Sankt Petersburg, en var historien om presidenterna Halonens och Putins första resa med Allegro-tåget, och en handlade om ryska journalister som tillsammans med Imatra och Viborgregionens administration provade på den nya tåglinjen. En artikel klassades som positiv med tanke på bilden av de finska turister, andra var

neutrala. 4 underkategorier kunde utformas inom kategorin "Hur finländare reser till Ryssland".

1. Sjöfartturismen
2. Cykling
3. Tåg
4. Turismens betydelse för Viborg

Inom underkategorin "sjöfartsturismen" fanns totalt 11 artiklar. I en artikel (04.06.2004) berättas att färre finländare har kommit till Viborg med kryssningsfartyg men att det planeras en kryssningslinje mellan Sankt Petersburg och Kotka, med mellanstopp i Viborg, och Viborg har därmed möjligheten att få fler finska turister fast frågan är om finska turister är intresserade av denna nya möjlighet. År 2008 skrevs det i en artikel (05.08.2008) att ett nytt fartyg mellan Sankt Petersburg och Helsingfors har börjat trafikera. I artikeln hoppas man att antalet finska turister kommer att öka speciellt om visumreglerna luckras upp.

År 2011 publicerades en artikel (02.08.2011) som berättade om öppnandet av en ny sjöfartsrutt, en katamaran skulle börja trafikera mellan Viborg och Fredrikshamn. Katamaran skulle trafikera en gång per dag, och till den första resan hade 100 finländare redan köpt biljetter. På samma dag (02.08.2011) publicerades också en annan artikel som berättade att en ny sjöfartsrutt skulle öppnas mellan Viborg och Fredrikshamn, då ett nytt fartyg skulle börja trafikera. I artikeln nämns att finländare inte behöver visum när de resar med detta fartyg. Om samma ämne skrevs det följande dag (03.08.2011) men denna artikel betonade visumfriheten för finska turister. År 2011 gjordes också en bedömning av seglingens tillstånd i Viborg (21.10.2011). I artikeln beskrivs hur Viborgs småbåtshamn har förfallit och därför inte är attraktiv för finländska båtägare som skulle resa till Viborg med sina egna båtar.

I en artikel (31.07.2018) rapporterades om hur finländarnas privata båtliv till Viborg har blivit svårare sedan Viborg stoppat gränskontrollerna för båtfolk. Avskaffandet av gränskontrollerna försvårar båtlivet mellan Ryssland och Finland, eftersom gränskontrollerna gör det nödvändigt att resa längre till Konstantin där kontrollerna görs.

En artikel som publicerades 2019 (15.07.2019) handlar om vikingabyn *Варяжский двор*, och byns museums samling av livbojar som berättar om Viborgs sjöfartshistoria. Artikeln beskriver hur Viborg framgångsrikt har återskapat sin image som en maritim huvudstad i Leningradregionen. I slutet av artikeln nämns att finländare gör cirka 400–500 kryssningar till Viborg per år, vilket är en ökning jämfört med tidigare år.

En artikel (exempel 26) berättar om hur sommarens kryssningssäsong har öppnats, då det finska fartyget *Karelia* anlände till Viborg med finska turister. Enligt artikeln hade turisterna varit mycket nöjda med kryssningen och Viborg, och berättat att de vill komma på besök på nytt. Den här artikeln ansågs vara positiv med tanke på bilden av finska turister.

(26) От нахождения в нашем городе у гостей остались самые приятные впечатления. Многие туристы изъявили желание повторить вояж. (22.05.2018)

En annan artikel (21.05.2019) berättade också om hur det finska fartyget *Karelia* öppnade sommarsäsongen, och 103 finska turister anlände till Viborg. I artikeln behandlas de olika alternativen för finländare att resa till Ryssland. Tåget sägs vara det snabbaste sättet, men sjöresan är en upplevelse.

En artikel (20.03.2019) belyste Viborgs historia och hur olika sätt att resa till staden har utvecklats. Artikeln förklarar hur den första sjövägen mellan Leningrad och Villmanstrand öppnades 1968, och att fartyget också stannade i Viborg. Många finska turister reste på rutten.

En artikel (25.02.2020) handlade om cykelturism. På en turismkonferens i Sankt Petersburg diskuterades nya möjligheter att öka turismen mellan Finland och Ryssland, och cykelturismen ansågs vara värd att utveckla. Vid konferensen diskuterades utvecklingen av en cykelväg mellan Imatra och Svetogorsk, som troddes bli populär bland ryska och finska turister.

Två artiklar handlade om tågen. I en artikel (16.11.2012) beskrivs hur en tågresa från Imatra till Sankt Petersburg organiserades för att uppmärksamma 120-årsdagen av inrättandet av en regelbunden järnvägsförbindelse mellan Viborg och Imatra, 175-årsdagen av de ryska järnvägarna och 150-årsdagen av de finska järnvägarna. Syftet med tågresan var att fungera som en testkörning för en eventuell framtida tågsträcka. I samband med firandet hölls också ett

seminarium om järnvägsförbindelserna mellan Finland och Ryssland. Seminariet utgick från att man först skulle undersöka de finska och ryska turisternas intresse för en järnvägsförbindelse mellan Imatra och Sankt Petersburg.

En artikel (14.12.2010) berättade hur presidenterna Putin och Halonen var bland de första passagerarna med Allegro-tåget. Putin och Halonen diskuterade också möjligheten för finländare att resa med Allegro utan visum.

Den sista artikeln (08.06.2012) handlade också om sjöfartsturism och antalet av kajplatser i Viborgs gästhamn. När det gäller de finska turisterna betonades i artikeln särskilt hur mycket pengar de finska turisterna för med sig till Viborg, och därför placerades artikeln i en skild underkategori "Turismens betydelse för Viborg". I artikeln påstås det att finländarnas pengar kommer att gå förlorade om Viborg inte har förutsättningar att ta emot finska båtägare.

Sammanfattningsvis kan man säga att finska turister reser till Ryssland med många olika transportmedel. Det mest överraskande var privata båtägare, och hur många artiklar som handlade om dem. Och den artikel som påminde om hur mycket finska turister spenderar i Viborg var precis relaterad till privata båtägare. I artiklarna kommer det också tydligt fram att Rysslands visumregler ses som en fördröjande faktor för turismens utveckling. Visumfrihet diskuterades mest i samband med kryssningar, men också tågresor med Allegro ville man göra visumfria.

### 5.1.6 Finska vodkaturister

Tre artiklar handlade om finska vodkaturister. Artiklarna publicerades 2007, 2016 och 2017 (se tabell 6).

Tabell 6. Artiklar om finska vodkaturister i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2007	2016	2017
Antalet artiklar	1	1	1

De finska vodkaturisterna är ett fenomen, som påverkade Viborgs turism på 1970- och 1980-talen. Det var inte ett stort antal turister som åkte till Viborg för att dricka billig vodka, men de som åkte dit för vodkans skull gick inte obemärkt

förbi. Tre artiklar handlade om vodkaturister ur en retroperspektiv synvinkel, men i artiklarna kommer det tydligt fram att vodkaturisterna har varit ett mycket känt fenomen, och därför skapades det en skild kategori för de här tre artiklarna. Artiklarna har inga underkategorier, för det var bara tre artiklar. Artiklarna klassades som neutrala, förutom en som klassades som positiv med tanke på bilden av de finska turisterna.

Den första artikeln (31.08.2007) var publicerad 2007, och klassades som positiv med tanke på bilden av de finska turisterna. I artikeln berättas det att ett nytt finsk-ryskt filmprojekt som handlar om vodkaturismen är på gång. I artikeln intervjuas projektets regissör som säger att filmen kommer att vara en nostalgisk dokumentär komedi. Regissören säger att tiden då finländare anlände till Viborg för att leva som tsarer (exempel 27) inte kommer att glömmas.

(27) - "Водочный туризм" процветал как раз в семидесятых - восьмидесятых годах. *Бесчисленные группы финских туристов приезжали в Ленинград, чтобы выпивать и жить царской жизнью, меняя на рубли жвачку.* (31.08.2007)

Regissören frågas varför filmen är en komedi, och hon svarar att filmen är en komedi på grund av de komiska och även tragikomiska saker som hände de finska turisterna (exempel 28).

(28) - А почему вы назвали это документальной комедией?

- *Поскольку финны в Ленинграде почти не просыхали, с ними часто происходили разнообразные комические (а то и трагикомические) истории.* (31.08.2007)

Arbetsgruppen söker nu lokala människor i Viborg som umgicks med de finska vodkaturisterna på den tiden, för att höra roliga berättelser. I slutet av artikeln påminns det ännu om att det var många som vodkaturisterna var till nytta för, och att turisterna på den tiden kallades "Leningrad cowboys" (exempel 29).

(29) - Спасибо за интервью. Надеюсь, выборжане помогут в съемках. Наша история богата притчами - *половина города кормилась от Leningrad Cowboys, как тогда называли таких туристов.* (31.08.2007)

Den andra artikeln (15.01.2016) handlade om en finsk dokumentarist Arvo Tuominen och hans besök i Viborg med anledning av hans nya dokumentär. Det sägs i artikeln att Tuominen är mycket känd i Ryssland, för hans verk handlar om relationerna mellan Ryssland och Finland. Tuominen har också gjort en dokumentär om finska vodkaturister (exempel 30).

(30) Героями фильмов Арво Туоминана были фрейлина императрицы Анна Вырубова и генерал Маннергейм, солдаты армий России и Финляндии, сражавшиеся друг с другом на полях Второй мировой войны, *финские "водочные" туристы, приезжавшие в Выборг и Петербург с основной целью - выпить, ...* (15.01.2016)

Den tredje artikeln (27.01.2017) om vodkaturister berättade också den finska regissören Arvo Tuominen, och hans nya film. Igen nämns det i artikeln, att Tuominen har blivit populär bland annat med sin dokumentär om finska vodkaturister (exempel 31).

(31) Арво умеет находить и рассказывать увлекательные истории, практически всегда связанные с историей Карелии, взаимоотношениями народов и отдельных людей, живущих в этом краю. От забавного *"Водочные туристы", описывающего весомую часть интересов финских туристов, приезжавших в Россию в прежние годы, ...* (27.01.2017)

Fast det var bara tre artiklar som handlade om vodkaturismen kommer det tydligt fram att fenomenet är intressant både för ryssar och för finländare. Artiklarna avslöjar ett helt nytt öknamn eller smeknamn för vodkaturister nämligen "Leningrad cowboys". Även om vodkaturisterna orsakade mycket oro och problem i Ryssland på den tiden, förmedlar artiklarna en positiv stämning, och vodkaturisterna minns man med välvilja.

### **5.1.7 Lockandet av finska turister**

Fem artiklar handlade speciellt om hur finska turister kan lockas till Viborg och Leningradregionen. Artiklarna var publicerade 2004, 2005, 2013 och 2015 (se tabell 7).

Tabell 7. Artiklar om lockandet av finska turister i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2004	2005	2013	2015
Antalet artiklar	1	2	1	1

Då det var bara fem artiklar gick det inte att utforma särskilda underkategorier, men jag kommer att granska artiklarna grundligt för att ge en helhetsbild av vad som sägs om lockandet av finska turister. Artiklarnas teman handlade om turistmässan, en reklamkampanj för finska turister, myndigheternas åtgärder för att locka turister, Viborg-centret och båtfestivalen *Паруса Выборга*.

En artikel (04.06.2004) handlade om hur betydande turismen är för staterna, men i och med visumändringarna i Ryssland 2003, då priset på gruppvisum steg, sjönk Rysslands attraktionskraft som turistmål i Finland. Artikeln uppskattar att Ryssland sannolikt kommer att förlora turismintäkter till följd av visumprisändringarna, trots att den ursprungliga avsikten med höjningarna kan ha varit att öka intäkterna. Dessutom har Viborg beslutat att ta ut två euro för varje finländare som anländer till staden med ett kryssningsfartyg. I artikeln förklaras hur finländska researrangörer nu tvivlar på utsikterna för turismen i Ryssland och Viborg och redan har börjat omdirigera turister till andra destinationer, till exempel Tallinn. I artikeln kommer det tydligt fram att de förändringar som har gjorts gällande visumpriser och andra extrakostnader för turister minskar Rysslands och Viborgs attraktivitet i de finska turisternas och researrangörernas ögon.

Artikeln (08.02.2005) från 2005 handlar om Viborg-centret. Viborg-centret är ett finländskt informations-, kultur- och medborgarcenter som också har fått finansiering från Europeiska unionen. Det fyraåriga tidsbegränsande kontraktet höll på att löpa ut 2005, men centret fortsatte att fungera, om än på en annan plats. Viborg-centret var ett pilotprojekt inom Karelska unionen, och den framtida verksamheten vid Viborg-centret skulle också vara mer inriktad på att locka finska turister, som inte hade varit så intresserade av Viborg på sistone. Artikeln lyfter fram hur Viborg och Finland har en lång historia, och hur Viborg spelar en viktig roll i många finländares liv, särskilt hos dem vars familjer tvingades lämna Viborg under kriget.



Den tredje artikeln (15.10.2013) handlade om den internationella turistmässan INWETEX, där det nya projektet "Från fästning till fästning" presenterades. Projektet omfattar museer och fästningar i Leningradregionen och sydöstra Finland. Syftet med projektet är att skapa tematiska turistrutter över gränserna, som namnet antyder, från en fästning till en annan. Ett viktigt mål med projektet är att locka finska och europeiska turister till de historiska platserna i Leningradregionen.

Den fjärde artikeln (03.12.2015) handlade om en reklamkampanj som lanserades av ett byggvaruföretag i Viborg. Reklamkampanjen skulle genomföras i finska medier. Efter att växelkursen för rubeln har fallit har Viborg sett allt fler finska turister komma till staden för att handla. Byggmaterialföretaget Petrovitj beslutade att locka fler turister med en reklamkampanj. Kampanjen skulle genomföras i radion och företaget hade också inrättat en finskspråkig webbplats halpa.ru. I artikeln förklaras hur finländarna sedan rubelns fall har kommit till Viborg för att köpa billig bensin, alkohol och livsmedel. Finländarnas shopping har ökat betydligt och det genomsnittliga köpet har fördubblats. Finländarna har också kommit längre bortifrån än gränsstäderna.

Den sista artikeln (22.02.2005) handlade om ett evenemang om utveckling av vattenturism i Helsingfors, där Viborg också var med. Viborg använde festivalen för att marknadsföra sin egen sjöfartsfestival *Паруса Выборг*. Viborg vill utveckla evenemanget för att locka så många finländska båtfolk och andra turister som möjligt.

De fem artiklarna som handlade om att locka finska turister ger en mångsidig bild av hur finska turister kan lockas. Privata företag startar reklamkampanjer för att få mer finska turister, Finlands och Rysslands turismaktörer samarbetar för att skapa nya möjligheter för turism, och finska turister lockas både till historiska platser och för att delta i båtfestivalen i Viborg. En artikel belyste också de faktorer som minskar Viborgs attraktionskraft, nämligen prishöjningarna för turister som anländer till Ryssland och Viborg. Alla artiklar var neutrala med tanke på vilken bild de ger av de finska turisterna. En artikel förstärker gamla bilder av finländare som jagar billig sprit, men artiklarna avslöjar också mycket nytt om möjligheterna för finsk turism i Viborg.

### 5.1.8 Bilateral förbindelser

Kategorin "bilateral förbindelser" består av artiklar som på ett eller annat sätt behandlade de finska-ryska relationerna ur ett turistperspektiv. Kategorin har 8 artiklar, som publicerades åren 2004–2019.

Tabell 8. Artiklar om bilateral förbindelser i *Vyborgskie vedomosti*: år och antalet.

År	2004	2005	2006	2011	2017	2019
Antalet artiklar	1	1	2	1	2	1

Artiklarnas teman var Viborg-centret, Viborg med finländarnas ögon, en eventuell minnesstaty i Viborg, och två exceptionella artiklar; en intervju med en medlem av Leningradregionens lagstiftande församling och en insändare. Fyra artiklar ansågs vara positiva med tanke på vilken bild de skapar av finska turister. De underkategorier som kunde utformas var:

1. Finska turister i Viborg genom tiderna
2. Viborg-centret
3. Finska människor
4. Insändare

Den första underkategorin "finska turister i Viborg genom tiderna" innehåller två artiklar. Den första artikeln (03.03.2006) handlar om hur journalisternas intresse för Viborg har växt. Journalister från ryska medier och finska YLE har kommit till Viborg för att göra ett reportage om det samtida Viborg. Anledningen till journalisternas intresse var Rysslands nya tullbestämmelser, men också det faktum att Viborg är som ett ryskt samhälle i miniatyr, vilket gör det till en intressant stad att studera närmare. Artikeln berättar hur en rysk tv-grupp anlände till Viborg och förväntade sig att se "det traditionella Viborg". Gruppen blev besviken över att de inte hittade några berusade finländare, ingen handel med piratprodukter och inga prostituerade. I artikeln förklaras hur Viborgs gator har förändrats sedan Finland anslöt sig till EU, och alkohol inte längre är så dyrt i Finland och import av piratprodukter är förbjuden. I artikeln påpekas att Viborg

hittills inte har mycket att erbjuda finska turister och att finska turister därför föredrar Estland.

Den andra artikeln (21.04.2017) handlade om en föreläsning av Jurij Shikalov, professor i filosofi vid Östra Finlands universitet, föreläsningen ägde rum på biblioteket på Viborgs slott, där Shikalov föreläste om Viborg med finska turisternas ögon. Föreläsningen berättade om en samtida upplevelse från 1964, då en finländare blev mycket besviken när hon anlände till Viborg. Allt såg grått och tråkigt ut och folk såg arga ut. På 1970-talet började finländarna lockas av Leningrads attraktioner och de lägre priserna jämfört med Finland. På 1980-talet lockade Berjozka-butikerna och den billiga alkoholen finländarna. Från denna tid har finländarna dock kommit ihåg hur KGB följde dem överallt där de gick, och det verkliga Ryssland var som om de aldrig hade sett det, och det var omöjligt att prata med lokalbefolkningen. I artikeln nämns också vodkaturisterna, som kom till Viborg i jakt på billig alkohol och som genom sitt beteende skilde sig från andra turister. Enligt artikeln var 1990-talet en vändpunkt för den finländska turismen till Viborg, då finländarna kom dit särskilt för att shoppa. På 1990-talet hade dock Viborg också en hög brottslighet och sämre servicenivå. På den tiden såg finländarna Viborg som en smutsig, mörk och farlig plats som man bara skulle besöka en gång i livet. I början av 2000-talet är finländarnas upplevelser av Viborg i stort sett densamma som under 1990-talet, men mot 2010-talet förbättras Viborgs servicenivå, och den okontrollerade prostitutionen har fått en viss kontroll. Befolkningen i Viborg är vänliga mot finländare, och turisterna börjar se Viborg som en stad värd att besöka på nytt. I slutet av artikeln delar en finländare med sig av sina tankar om dagens Viborg (exempel 32). Han konstaterar att om man reser och vill att allt ska vara som hemma, är det bättre att stanna hemma, och att det viktigaste är att resa utan fördomar och inte bli upprörd över småsaker.

(32) Современное отношение финских туристов к Выборгу хорошо выразил один из них, бывший здесь неоднократно: *"Если мы хотим, чтобы все было как дома, то лучше остаться дома. Выборг — это такой же город, как многие другие, и поэтому стоит путешествовать без предубеждений, и не беситься по всяким мелочам"*. (21.04.2017)

Denna artikel ansågs vara positiv med tanke på bilden av finska turister. Artikeln förklarar tydligt de finska turisternas olika faser i Viborg, men slutar med en positiv not om dagens Viborg.

Tre artiklar handlade om Viborg-centret. Den första artikeln (23.04.2004) handlade om Karelska Unionens verkställande direktörs besök i Viborg, i avseende att bekanta sig med Viborg-centrets verksamhet. I artikeln betonar den verkställande direktören att han är mycket nöjd med Viborg-centrets verksamhet, och att många finländska resebyråer samarbetar med centret när de skickar turister till Viborg.

Den andra artikeln (exempel 33) skrev om jubileumsfirandet i Viborg-centret. I artikeln beskrivs hur Viborg-centret ska ordna en dansfest i retrostil för finländare. En liknande fest hade hållits året innan och den hade varit en succé, då deltagarna investerade i temat och gjorde sitt bästa.

(33) Говорят, прошлогодний вечер был просто замечательным: участники прибыли одетыми по моде 30-х годов, в духе времени были выдержаны музыка и меню. Причем, как заметила Алла Ивановна, праздник удался потому, что постарались все - и финские участники, и виборгские организаторы, и коллектив ресторана "Круглая башня". (15.08.2006)

Artikeln gav en rolig bild finska turister, och ansågs vara positiv med tanke på bilden av finska turister.

Den sista artikeln (23.12.2019) i underkategorin Viborg-centret berättar om Villmanstrands turistinfocenters verksamhet, och hur de samarbetar aktivt med Viborg-centret i Viborg. Det inte är bara finländare som använder Villmanstrands turistinfos tjänster, utan också turister från olika europeiska länder, som är intresserade av att fara till Ryssland. Fastän många finska turister redan är vana att resa i Viborg, behöver de ibland turistinfocenters service.

Två artiklar hade ett speciellt förhållande till finska turister i artiklarna ses finländare mer mänskligt, och de refereras inte bara som turister. Den första artikeln (exempel 34) diskuterar en tank som skulle kunna placeras i Viborg. Tanken är en relik från de finska-sovjetiska kriget och har hittats i Finska viken. Myndigheterna i Viborg tänker på att placera tanken som ett minnesmärke i staden. Minnesmärket delar åsikter bland Viborgs invånare, vissa är för och

andra är emot det. De som är emot minnesmärket säger dock att det skulle såra finländarnas känslor (exempel 34).

(34) Доминируют при этом такие доводы: во-первых, нельзя из случайной находки делать памятник, во-вторых, нельзя посвящать этот памятник войне несправедливой, несправедной, агрессивной (какой была бездарная во всех отношениях финская кампания). И ни в коем случае нельзя устанавливать его в Выборге, *оскорбляя тем самым чувства соседей по границе.* (15.04.2005)

En annan motståndare (exempel 35) anmärker att Viborg besöks av många finska turister, och därför kan man inte installera ett sådant militaristiskt minnesmärke i staden.

(35) *Выборге сегодня посещают многочисленные финские туристы: такой памятник мы однозначно не можем себе позволить, он чужд нашему городу.* (15.04.2005)

Artikeln ser finska turister ur en annan synvinkel, än man är van vid. I artikeln kommer det tydligt fram att det övervägs noggrant i Viborg hur beslut som görs på den lokala nivån påverkar turister och särskilt finska turister.

Den andra artikeln (28.04.2017) var en intervju med ledamoten av Leningradsregionens lagstiftande församling. Ledamoten hade besökt Japan och artikeln handlade om hennes upplevelser där. På frågan om vad som var det mest överraskande med resan, svarade ledamoten att när hon ser finska turister blir hon glad som om de var hennes landsmän (exempel 36).

(36) И, встретив финских туристов, радуешься им, *как родным: земляки*, ей Богу... (28.04.2017)

Båda artiklarna ansågs ge en positiv bild av finska turister. Den första bevisar att finska turister är viktiga för Viborg, och den andra beskriver en ryss som har en varm attityd till finländare.

Den sista artikeln (29.04.2011) var olik i jämförelse med de andra artiklarna. Artikeln är en insändare. Insändaren handlar om immigrationen till Ryssland, och avslöjar skribentens skeptiska inställning till immigrationen. Skribenten tycks

faktiskt anse att det inte borde finna någon invandring till Ryssland, åtminstone inte i den omfattning som idag. I slutet av texten nämner skribenten finska turister (exempel 37), som blir plågade av zigenare.

(37) ...подхожу к рынку, где толпа цыган буквально зубами вцепляется в финских туристов - и испытываю ощущение дежавю, как будто злой джин перенес меня из Выборга на Памир или Кавказ. (29.04.2011)

Skribenten fortsätter nog, och gör en intressant iakttagelse om finsk politik (exempel 38).

(38) В заключение одна маленькая ремарка. В середине апреля на парламентских выборах в соседней Финляндии почти 20% голосов получила партия "Истинных финнов", выступающая за ограничение иммиграции в страну. *Определенно, афро-азиатский вал уже "достал" этот терпеливый и законопослушный народ...* (29.04.2011)

Skribenten refererar till riksdagsvalet i Finland, och funderar över Finlands immigrationspolitik, och om finländare har fått nog av immigrationen också.

Insändaren var en mycket intressant artikel bland andra artiklar. Artikeln sätter inte likhetstecken mellan finländare och störande invandring, utan framställer finländska turister som offer för problematisk invandring. Skribenten funderar också om Finland kanske har fått nog av invandringen som författaren själv har.

Artiklar i kategorin bilaterala förbindelser ger delvis en annorlunda bild av finska turister: de finska turisterna uppfattas positivt och ses mer som människor och inte bara som en turistgrupp. Artiklarna illustrerar också väl de långa och varierande relationer Finland och finländare har med Ryssland och Viborg.

## 6 Avslutande diskussion

I detta kapitel diskuterar jag analysresultatet utifrån avhandlingens syfte och forskningsfrågor. Mina forskningsfrågor var: vad har det skrivits om finska turister i *Vyborgskie vedomosti* mellan 2000 och 2021, i vilket sammanhang skrivs det om finska turister dvs. vad handlar nyheterna om, hurdan språk används det om finländarna, finns det några särskilda ord och har det skett någon förändring i beskrivningen och i så fall hurdan? Målsättningen med forskningen var att undersöka vilken bild man får av finska turister utgående från de analyserade nyhetsartiklarna och om resultatet kan jämföras med historien om finländarnas turism till Sovjetunionen.

Analysen gjordes med hjälp av kvalitativ innehållsanalys och innehållsanalysen användes också som metod. Undersökningen var teoristyr, vilket betyder att jag har utfört undersökningen på analysmaterialets villkor men i slutsatserna försöker jag reflektera kring analysens resultat utgående från teorier om image och stereotyper samt tidigare studier av bilden av finländare i Ryssland. Analysen utgick från att verkligheten redan är given, men att språket också har en dubbelriktad betydelse. Resultaten av analysen betraktas som sanningen om finska turister i *Vyborgskie vedomosti* (*Выборгские ведомости*), men slutsatserna och diskussionen syftar till att analysera vilken typ av bild artiklarna skapar av de finska turisterna. Att undersöka just tidningsartiklar valdes för att media är starkt relaterade till den bild människor skapar av världen omkring sig (Karvonen 1997, s. 24; Lippmann 1921, s. 338; Boorstin 1977, s. 8).

Analysen innehöll totalt 87 artiklar, och av de här artiklarna kunde 8 huvudkategorier utformas. Huvudkategorierna berättar om i vilket sammanhang det skrivs om finska turister. Artiklarnas teman handlade om brottslighet, shopping, sevärdheter, mängden av finska turister, hur finländare reser till Ryssland, vorkaturister, hur finska turister kan lockas till Viborg och i allmänhet Rysslands eller Viborgs relationer med Finland, det vill säga bilaterala förbindelser.

Av de 87 artiklarna klassades 9 som negativa med tanke på vilken bild de skapar av de finska turisterna, och 12 klassades som positiva, alla andra var neutrala. Av negativt klassade artiklar uppträdde 8 i huvudkategorin "brottslighet", och de här artiklarna handlade om brotten finska turisterna själva hade begått eller andra förseelser. Den enda negativa artikeln i någon annan kategori än brottslighet var i kategorin "sevärdheter", och denna artikel handlade om marknadsföringen av sextjänster för finska turister. De positivt klassade artiklarna kunde hittas i 5 huvudkategorier: shoppingturism, sevärdheter, hur finländare reser till Ryssland, vodkaturister och bilaterala förbindelser. Mest positiva artiklar ingick i huvudkategorierna bilaterala förbindelser och sevärdheter. I kategorin sevärdheter handlade de positiva artiklarna om hur de finska turisterna var intresserade av rysk kultur, hade deltagit i olika evenemang i Viborg, och en artikel var en rolig historia om äldre finska turister som hamnat i en rysk musikants lägenhet. I kategorin bilaterala förbindelser berättade de positiva artiklarna om hur de finska turisterna ser Viborg idag; i en artikel sågs de finska turisterna som landsmän och en artikel framhävde de finska turisternas känslor gällande ett nytt minnesmärke i Viborg. Inga särskilda ord användes om de finska turisterna, men i några artiklar uppträdde ordet *suomalainen* skrivet med kyrilliska bokstäver några gånger, för det mesta handlade de här artiklarna om brottslighet, men en artikel där ordet användes handlade om sevärdheter. Artiklar där ordet *suomalainen* användes var negativa eller neutrala med tanke på vilken bild de skapar av de finska turisterna, men ordet användes inte i de positiva artiklarna. Artiklarnas teman fördelade sig ganska jämnt mellan år 2000 och 2021, men särskilt kategorin brottslighet hade fler artiklar i början av 2000-talet, och kategorin hur finländare reser till Ryssland i sin tur hade fler artiklar på 2010-talet.

Sammanfattningsvis kan man säga att de finska turisterna är ett konstant samtalsämne i *Vyborgskie vedomosti*. Vad de finska turisterna gör i Viborg, vad som intresserar dem och vad de tänker och tycker om Viborg är alla teman som behandlas i tidningen. Vodkaturisterna är inte bortglömda och i flera artiklar nämns det att finländare kommer till Viborg för att köpa billig alkohol. Det som inte heller har förändrat sig med tanke på de finska turisternas historia i Viborg är lokala sextjänster som ännu idag marknadsförs för finländare. Analysen av artiklarna avslöjade ändå mycket nytt om finska turister. Det finns finska turister som är särskilt intresserade av rockkulturen i Sankt Petersburg och Viborg och



det är många som har rest eller skulle vilja resa till Viborg med egen båt. De finska turisterna är också intresserade av Viborgs kulturevenemang och deltar i olika fester som organiseras för dem och besöker aktivt olika utställningar. Gällande vodkaturister avslöjar artiklarna också ett nytt smeknamn för de finska turisterna "Leningrad cowboys". I artiklarna kommer det tydligt fram att Finlands och Viborgs relationer har varierat genom åren från researrangörers bojkottar till bättre tider. Artiklarna innehöll också många historiska berättelser om Finlands och Viborgs relationer.

Vilken bild skapar de här artiklarna sedan av finska turister? Vilken bild av finska turister kan man anta att den ryska publiken får efter att ha läst artiklarna? Vissa artiklar förstärker de gamla stereotyperna och de finska turisterna har inte förändrat sig under tidens gång. Men i allmänhet är artiklarna mycket positivt skrivna och artiklarnas teman är varierande, vilket skapar en mångsidig bild av de finska turisterna. Det kommer tydligt fram i artiklarna att de finska turisterna är en viktig turistgrupp för Viborg, och det är både Viborgs och Finlands vilja att underhålla de goda relationerna. Fastän det är svårt att säga vilken bild artiklarna verkligen ger för den ryska publiken anser jag att bilden av de finska turisterna kan sägas vara mest positiv, vilket kan tolkas som att de finska turisternas image också är övervägande positiv åtminstone i Viborg. I mitt arbete har jag också lyft fram hur staterna försöker skapa en viss bild av sig själva, och undrat hur de finska turisterna påverkar Finlandsbilden i Ryssland, för finska staten kan inte direkt påverka hur turisterna beter sig utomlands. Fastän finska utrikesministeriet ibland har uttryckt oro för de finska turisternas beteende i Ryssland, och sett sig tvunget att ge dem råd, anser jag att forskningsresultat visar att man inte behöver vara orolig för att de finska turisterna i Viborg ska ge en dålig bild av Finland.

Min undersökning gällde 2000-talet innan Ryssland anföll Ukraina, och i framtida forskning skulle de finska turisterna kunna undersökas efter Rysslands anfall mot Ukraina för att utreda om det ännu skrivs välvilligt och positivt om de finska turisterna. Detta kunde vara särskilt intressant med tanke på hurdan roll turismen spelade i Sovjetunionen i uppbyggnaden av den sovjetiska staten, och hur turismen på den tiden var begränsad men erbjöd möjligheten för ryssar att ta en titt på väst, och hur den svarta marknaden växte så småningom för att tillfredsställa ryssarnas behov av en annorlunda livsstil. För framtida forskning skulle ett tema också vara att undersöka när ordet *suomalainen* används skrivet

med kyrilliska bokstäver och försöka uppskatta vilken pragmatisk betydelse ordet har i olika kontexter. Alla teman som ingick i min undersökning skulle kunna undersökas ytterligare skilt för att gå in på detaljer och utvärdera möjliga skillnader i ton inom och mellan artiklarna.

# Litteraturförteckning

Boorstin, D.J. (1977). *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. Atheneum.

Boulding, K. E. (1959). National images and international systems. *The Journal of Conflict Resolution*, 3(2), ss. 120-131. doi: 10.1177/002200275900300204

Burkart, A.J. & Medlik, S. (1981). *Tourism. Past, Present and Future*. Heinemann.

Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino.

Jamal, T. & Robinson, M. (2009). Introduction: The Evolution and Contemporary Positioning of Tourism as a Focus of Study. I Jamal, T. & Robinson, M. (red.) *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. SAGE Publication Ltd, ss. 1–24.

Karvonen, E. (1997). *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Diss. Tampereen yliopisto. <https://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7393-7>

Kopotev, M., Mustajoki, A. och Bonch-Osmolovskaya, A. (2021). Corpora in Text-Based Russian Studies. I Gritsenko, D., Wijermars, M. & Kopotev, M. (red.) *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*. Palgrave Macmillan, s. 299-317.

Kunczik, M. (2016). *Images of Nations and International Public Relations*. Routledge.

Lippmann, W. (1921). *Public Opinion*. Macmillan.

*Nationalencyklopedin*. (u.å.). Image. Tillgänglig: Nationalencyklopedin. [2023-04-18]

Page, S. J. (2019). *Tourism Management*. Routledge.

Pietilä, V. (1973). *Sisällönerittely*. Oy Gaudeamus Ab.

Pogodin, S.N. & Sablina, M. A. (Погодин, С.Н. & Саблина, М. А.) (2014). *Формирование имиджа Финляндии в России*. Издательство Политехнического университета.

Schneider, D.J. (2005). *The Psychology of Stereotyping*. The Guilford Press.

Shikalov, J. (2013). *Turistit ja trokarit*. Tammi.

Sutinen, V.-J. (2020). *Neukkaturismi. Neuvostoliiton matkailun historia*. Vastapaino.

The World Tourism Organization (2023). Glossary of tourism terms. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [2023-01-09]

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.

*Oxford English Dictionary*. <https://www.oed.com/> [2023-04-18]

Vukonić, B. (2012). An outline of the history of tourism theory. Source material (for future research). In Hsu, C. H. C. & Gartner, W. C. (red.) *The Routledge Handbook of Tourism Research*. Taylor & Francis Group, ss. 3-27.