



5. Kvenske forhåpninger på tampen av en vårflom? Kvensk synlighet i den offentlige reiselivsdiskursen

Trine Kvidal-Røvik og Kjell Olsen

Sammendrag Dette kapittelet dreier seg om synlighet av kvensk kultur i offentlig diskurs. Basert på diskursanalyser av offisielle reiselivsnettsider i 2018 og 2022 viser kapittelet at kvener og kvensk kultur er lite synlig i reiselivsdiskursen, og at kvener og kvensk kultur diskursivt plasseres i fortiden, mens samtidens kvenske samfunn usynliggjøres.

Nøkkelord diskursanalyse | reiselivsdiskurs | kvensk kultur | synlighet

Abstract This chapter addresses the visibility of Kven culture in public discourse. Based on discourse analyses of official tourism websites conducted in 2018 and 2022, the chapter shows that Kvens and Kven culture are not very visible in the tourism discourse, and that Kvens and Kven culture are discursively placed in the past, while contemporary Kven society is made invisible.

Keywords discourse analysis | tourism discourse | Kven culture | visibility

INNLEDNING

De siste fem årene har det vært en økt oppmerksomhet knyttet til kvensk språk og kultur. Det har for eksempel vært økt etterspørsel etter opplæring i kvensk språk (Vaara & Framnes, 2023), og det har blant annet blitt etablert et kvensk teater, et mikrobryggeri med kvensk profil og en (re)lansering av et kvenmuseum. Dette har vært referert til som en kvensk vår, en kvensk vind og endog en kvensk vårflom.

Representasjon og synlighet har betydning for identitetsprosesser for etniske og nasjonale minoriteter (Bromley, 2017; Petersen & Schramm, 2017; Vitting-Seerup,

2017). Forskning har vist at synlighet i offentligheten er viktig når det gjelder å kjenne på tilhørighet til, og anerkjennelse av, den kvenske nasjonale minoriteten (Øyen & Kvidal-Røvik, 2023). Kvener etterspør styrking av språk, identitet, kultur og samfunn (Lanes, 2020), og flere aktører, som museer, interesseorganisasjoner og privatpersoner, tar aktivt del i å utforske og gjøre kjent kvenske kunnskapstradisjoner i samtiden (Øyen, 2022, 2023). Kvenske aktører og aktivister har understreket betydningen av at samtidens kvenkultur løftes frem, slik at minoriteten ikke bare er noe som fins i historiebøkene (Monsen, 2020).

Det er likevel lite kjennskap til den nasjonale minoriteten kvener/norskfinner blant den norske majoriteten. En kartlegging av nordmenns kjennskap til fornorskningprosesser som kvener har vært gjenstand for, har vist at få kjenner til at kvener har vært utsatt for dette (Josefsen, 2021). Selv om det er flere tiår siden den offisielle fornorskningpolitikken ble avviklet, er kvensk kultur fortsatt lite synlig i det norske samfunnet (Lanes, 2021; Olsen, 2021). Forskere peker på minoritetens kamp for synlighet (Verrill, 2014) og hevder at den kvenske nasjonale minoriteten står overfor et stort arbeid «med å finne tilbake til, gjenreise og ta i bruk egne historier og tradisjoner» (Øyen, 2022).

Når det gjelder synlighet og anerkjennelse av minoritetskulturer, som kvensk kultur, er reiselivsdiskurser spesielt interessante fordi i en reiselivskontekst settes forskjellighet – det unike og spesielle – på spissen som del av promoteringen av en destinasjon eller en opplevelse. Reiselivsdiskursen er i seg selv utviklet i en historisk kontekst skapt som del av andre diskurser formidlet via et bredt spekter av medier (MacCannell, 1999). Ifølge MacCannell (1999) kan reiseliv forstås som en semiotisk prosess der det som utgjør en attraksjon, allerede er kjent gjennom ulike medier før turistene møter steder. Dette er da tegn som, når de gjenkjennes av noen, representerer en større helhet. Videre er slike attraksjoner i seg selv markører som konnoterer til andre attraksjoner som utgjør mer eller mindre imaginære enheter, som stater, regioner, mennesker eller nasjonale minoriteter (MacCannell, 1999).

Reiselivet kan beskrives som en ideologisk innramming som innebærer makt (Desmond, 1999), og diskursive representasjoner kan ha stor politisk betydning. For eksempel har forskning vist hvordan synlighet av samiske symboler i reiselivsdiskurser kan ha en samlende effekt (Viken & Müller, 2006). Reiselivsdiskursen har betydning for synligheten av kvensk kultur, men kanskje enda viktigere, den har også betydning når det gjelder å skape, produsere og endre mening, som igjen former vår kunnskap om kvener. Men ikke minst har den betydning for at noen grupper ikke blir synlige og kjente.

Det fins en rekke studier av diskursive representasjoner av urfolk i en nordisk kontekst, også med hensyn til reiselivsdiskurser (Olsen & Pashkevich, 2023).

Vi vet imidlertid mindre om diskursive representasjoner og synlighet av kvener og kvensk kultur i samtiden, selv om enkelte forskere har diskutert hvordan representasjoner av den kvenske minoriteten har betydning for forståelser av minoriteten (se for eksempel Jakobsen, 2009; Ringrose & Stubberud, 2019; Ryymin, 2001, 2004). I en tid der kulturarv og etniske forskjeller har blitt en salgsvare innen reiselivsnæringen (Comaroff & Comaroff, 2009; Desmond, 1999), er det, så vidt vi har klart å bringe frem, ingen som har undersøkt representasjon av kvensk kulturarv i en turismekontekst.

Internett har blitt den primære kilden som turister benytter seg av for å innhente informasjon (Fernandez-Cavia et al., 2013), og Internett ansees som sentralt for konstruksjon og rekonstruksjon av kvensk identitet (Jakobsen, 2009). Rasmussen (2002) understreker betydningen av Internettet ved å si at dets «samfunnsmessige makt ligger i kapasiteten til å innvirke på samfunnets kommunikasjon, ikke minst på dets mange selvbeskrivelser» (s. 96). I dette kapittelet er vi interessert i å undersøke i hvilken grad kvensk kultur er synlig verbalt eller visuelt i reiselivsdiskurser på Internett. I tillegg ønsker vi videre å undersøke om det er en endring i synlighet av kvensk kultur i reiselivsdiskursen etter en periode med økt interesse for kvensk kultur.

TEORETISK INNGANG: DISKURSERS BETYDNING OG KVENSKE SYNLIGHET

Utgangspunktet for kapittelet er et diskursteoretisk, kritisk perspektiv, hvor offentlig diskurs ansees som en sentral drivkraft som legger til rette for, og fremmer, bestemte måter å oppfatte verden på, inkludert vår egen plassering i den. Dette betyr at offentlig diskurs betyr noe for etableringer av forståelser og konseptualiseringer, for eksempel av kvener og kvensk kultur; diskursen er med på å forme rådende oppfatninger av kvener og deres posisjon innenfor en bredere nasjonal kontekst.

Kvener/norskfinner ble anerkjent som nasjonal minoritet da Norge i 1999 ratifiserte Europarådets rammekonvensjon for beskyttelse av nasjonale minoriteter; kvener er i dag en av fem offentlig anerkjente nasjonale minoriteter i Norge. Kvenene har blitt betegnet som både et «usynlig» og «taust» folk til tross for en etnopolitisk mobilisering fra 1970-tallet av.

Som Naum (2016) beskriver, er det europeiske synet på det nordlige Fennoskandia i stor grad et resultat av stater som konkurrerer om territorium. I det 16. århundre ble nordområdene beskrevet som et nytt Amerika, og det utviklet seg stereotyper som sammenlignet «Sami and Sápmi to other colonies and peoples subjected to the gaze of traveling Europeans, but what made the region distinct was its relative

geographical proximity to the metropolitan Europe» (Naum, 2016, s. 498). Som påpekt av Naum var det ikke alle folkene som bodde i Nord som ble konstruert ved hjelp av av troper av annerledeshet. Det bosatte/nomadiske skillet som ga nomadene representasjonspreferanse, gjorde at andre mennesker med en lang historie i området, uavhengig av deres etniske tilhørighet, ble konstruert med andre troper som var mindre eksotiske for det utenforstående blikket. Som Lehtola (2018) påpeker i sin analyse av tidligere tiders fotopraktiser:

There were two main subjects in the early photographs from Sápmi: nature and Lapps. Settlers, for example, (whether they represented the majority populations or farming Sámi in majority clothing) were photographed as considerably less than «genuine» Sámi, whose distinct clothing and culture were emphasised by the photographs. (s. 2-3)

Dette skillet mellom de eksotiske og de mindre eksotiske i nord er en vedvarende tradisjon i representasjonen av disse områdene, et skille som fortsatt fins i en turismekontekst (Olsen, 2003; Olsen & Pashkevich, 2023). Denne representasjonstradisjonen må forstås som et utgangspunkt for kvener som en nasjonal minoritet i en ny kontekst, hvor språk- og identitetsgrenser (som hittil først og fremst har blitt brukt til sosial strukturering og politiske prosjekter) også har blitt ressurser for økonomisk utvikling innen den nye opplevelsesøkonomien (Pietikäinen, 2018, s. 184).

I et diskursivt perspektiv reflekterer eller representerer ikke diskurser innen reiselivsmarkedsføring sosiale enheter og relasjoner når det gjelder kvensk kultur, men er blant de kreftene som konstruerer eller utgjør dem. Det vil si at mens ideer og tanker om en nasjonal minoritet er veldig personlige, er slike ideer og tanker alltid formet innenfor spesifikke sammenhenger der sosiale, kulturelle og økonomiske dimensjoner spiller en rolle. Dette betyr selvsagt ikke at våre tanker og ideer er bestemt av slike dimensjoner, men snarere at vår kunnskap og våre sosiale praktiser er strukturert *gjennom* diskurs, samtidig som de er produktive og dermed strukturerer diskursen (Kielland, 2012, s. 42).

Innenfor reiselivsforskning har diskursanalytiske perspektiver blitt anvendt bredt for å synliggjøre meningsskapende prosesser knyttet til destinasjoner (Amundsen, 2012; Hallett & Kaplan-Weinger, 2010; Morgan, 2004), men også med en bredere kulturell agenda (Prokkola, 2010). Diskursanalytiske perspektiver har også blitt anlagt i diskusjoner av kulturelle forståelser og urfolk (De Bernardi, 2019; Zhang & Müller, 2018) og andre minoriteter eller marginaliserte grupper (Rydzik et al., 2021). Selv om vi i dette kapitlet ikke går videre inn på disse vitenskapelige bidragene, er det viktig å være klar over at denne forskningen har lagt et

solid grunnlag for kunnskap om diskursive prosesser og hvordan de bidrar til at vi forstår og gjør verden rundt oss meningsfull, og relevansen dette har for ulike grupper.

Diskurser spiller en viktig rolle i konstruksjonen av både individuelle og kollektive identiteter, samtidig som de påvirker våre posisjoner og muligheter til å bli hørt (Briggs, 2005; Woodard, 1997). Diskurs regulerer også hva som kan sies under visse sosiale og kulturelle forhold, og regulerer hvem som kan snakke, når og hvor. På denne måten gjør diskurser mer enn å fortelle oss hvordan vi skal tenke om et objekt; de tilbyr oss posisjoner som vi så (kan) tre inn i, kjent som subjektposisjoner (Braun & Clark, 2013). En kan si at diskurser kaller mennesker til å «innta» diskursive subjektposisjoner. Hvor personer posisjonerer seg selv, og hvilken posisjon de blir tildelt av andre, har implikasjoner for hvor viktige deres meninger blir ansett å være. Noen grupper har begrensede muligheter og er i mindre grad, eller kanskje ikke i det hele tatt, inkludert i de dominerende fortellingene innenfor diskursene.

Diskurser innehar en betydelig makt når det gjelder å definere, beskrive, ekskludere, inkludere og skape forskjeller og likheter (Pietikäinen & Hujanen, 2003). Det er også viktig å merke seg betydningen av diskursive fravær, ettersom diskurser alltid er ufullstendige og alltid ekskluderer noe. Et diskursivt fravær innebærer at noe eller noen systematisk er fraværende i representasjoner knyttet til et bestemt tema, og disse fraværene kan også ha en innvirkning på hvordan et tema blir forstått. Som Mumby og Stohl (1991) sier, med et begrep lånt fra Derrida, er forståelsene påvirket av «betydningsfullt fravær». Turismeforskere har også vært interessert i diskursive utelatelser eller fravær. For eksempel diskuterer Pritchard og Morgan (2001) «symbolske eksklusjoner» knyttet til representasjoner av Wales (s. 177), og Keskitalo og Schilar (2016) beskriver hvordan destinasjonsdiskursen knyttet til nordlige turistdestinasjoner i Sverige utelater representasjoner av visse moderne måter å leve på.

VÅR METODOLOGISKE TILNÆRMING TIL REISELIVSDISKURSEN

Et diskursanalytisk perspektiv gjør det mulig å undersøke meninger knyttet til kvener og kvensk kultur slik de skapes gjennom offentlig diskurs. Som Keskitalo og Schilar (2016, s. 4) sier, er målet med diskursanalyse ikke å vurdere om noe er sant eller ikke, men å vurdere hvordan noe artikuleres og bringes til oppmerksomhet. Diskursanalyse kan sies å være en helhetlig tilnærming til kunnskap som representerer både teori og metode på en og samme tid (Braun & Clark, 2013). Diskursanalyse refererer til interdisiplinære tilnærminger som kan anvendes for å

utforske sosiale aspekter i ulike typer studier (Jørgensen & Phillips, 2002). Selv om det fins et relativt bredt felt av diskursanalytiske posisjoner, også når det gjelder diskursanalyser i reiselivsfeltet (for en oversikt, se Hannam & Knox, 2005), så er sosialkonstruktivistiske perspektiver alltid et underliggende premiss i analyser som plasserer seg inn under en diskursanalytisk paraply (Fairclough, 2001; Pietikäinen & Mäntynen, 2009; Jørgensen & Phillips, 2002). Innenfor et bredt diskursanalytisk felt følger vi diskursperspektiver fremsatt av forskere som Laclau og Mouffe (1985, 1987) hvor diskurs er et representasjonssystem som *forener* språk og praksis, og som utgjør en form for «kunnskapstilstand» knyttet til et bestemt fenomen til enhver tid (Foucault, 1996). Slike varianter av diskursanalysen representerer et godt metodologisk grep for å undersøke maktens uttrykk (Rasmussen, 2002).

METODISK OG ANALYTISK FREMGANGSMÅTE

For å undersøke reiselivsdiskursen har vi tatt utgangspunkt i offisielle nettsider som promoterer reiseliv i Norge og Nord-Norge på norsk og engelsk: www.visit-norway.com og www.visitnorway.no samt www.nordnorge.com og www.nordnorge.com/en/.

Nordnorge.com promoterer steder og opplevelser i Nord-Norge, herunder flere steder som kan klassifiseres som sentrale kvenske steder, slik som for eksempel Nordreisa, Børselv og Vadsø. Visit Norway henter deler av sitt innhold fra Visit Northern Norway, men kan også tenkes å inneholde presentasjoner av minoritetskultur som del av kulturturisme generelt eller opplevelser knyttet til kulturarv i bred forstand.

Når vi har valgt å undersøke både de norske og engelske nettsidene til Visit Norway, er det fordi vi ønsket å favne om et relativt bredt datamateriale som kunne indikere noe om hvordan den kvenske kulturen er synlig i reiselivsdiskursen. Vi er klar over at dette fanger opp materiale som er ment for ulike målgrupper: norsk/skandinavisk-språklige besøkende og engelskspråklige besøkende. Med en slik tilnærming – med tanke på både geografisk område og språk – har vi ikke et datamateriale med krystallklare skiller mellom hva som forekommer på de ulike språklige og geografisk forankrede sidene, og det vil kunne være snakk om gjentakelser, delvis gjenbruk av visuelt og verbalt innhold og viderekoblinger mellom de ulike sidene.

For di vi har vært interesserte i eventuelle endringer i synlighet av kvensk kultur i reiselivsdiskursen, har vi gjennomført undersøkelsen av nettstedene i 2018 og deretter gjentatt den i 2022. I perioden mellom de to datainnsamlingsøktene har det vært økende aktivitet blant kvenske institusjoner. Den første datainnsamlingen ble gjennomført 14. mai 2018, den andre 14. oktober 2022.

Vi har foretatt en analyse i to steg. Først har vi kartlagt kvantitativt forekomsten av begrepet kven. Mer konkret innebærer dette at vi har gjennomført søk i all tekst på nettsidene etter begrepet «kven», «kvensk», «kvener» og «norskfinsk» / «Norwegian Finnish». Vi har også søkt etter begreper som «nasjonal minoritet» / «National minorities». I tillegg, for å danne et sammenligningsgrunnlag, har vi søkt etter begreper knyttet til andre etniske minoriteter, inkludert urfolksgruppen samer og andre nasjonale minoriteter.

Kartleggingen av begrepene ga oss en inngang til å gå videre med en bredere diskursanalyse, og det er den som utgjør steg to i vår analyseprosess. Her har vi systematisk undersøkt nettsidene og analysert innholdet med tanke på hvilke tematiske eller narrative kontekster kvenbegreper inngår i, hvilke symboler som er i bruk, og hvilke referanser som eventuelt presenteres relatert til det kvenske. Det betyr for eksempel at vi har fulgt verbale referanser til kvensk/norskfinsk kultur og sett på hvilke tematiske eller narrative kontekster disse inngår i. Vi har også sett på hvilke visuelle symboler som er i bruk på nettsidene, og hvilke visuelle og verbale referanser som presenteres i innhold som kobles til kvensk/norskfinsk kultur. Ved eventuell inkludering av visuelle kvenske symboler (som kvenflagget, kvenrosen eller kvendrakten) ville vi se etter om slike symboler (som en kan anta at det ikke er så lett for potensielle turister å tolke betydningen av) var ledsaget av verbal tekst som kunne gi det kvenske en plass i tolkningen av visuelle elementer.

Vi har også analysert relevante fravær, spesielt knyttet til visuelle referanser og symbolbruk. Det betyr at vi har merket oss kontekster der det kvenske *kunne ha* inngått, for eksempel knyttet til kulturopplevelser eller minoritetstematikk. Hvis det kvenske ikke er inkludert i slike kontekster, verken verbalt eller visuelt, så vil dette være noe vi valgte å anse som et diskursivt fravær.

Nettstedene er, lik alle nettsteder, selvsagt dynamiske. Endringer i både visuelt og verbalt innhold kan ha forekommet i både forkant og etterkant av de konkrete datoene vi valgte oss for datainnsamling. Vi har imidlertid observert nettstedene over tid og har ikke merket oss store endringer som kan indikere at våre funn ikke representerer det som ville være tilgjengelig i tiden rett før eller etter tidsrommet for vår datainnsamling.

FLYTER EN KVENSKE VÅRFLOM GJENNOM REISELIVSDISKURSEN?

I dette kapittelet er vi interessert i den kvenske minoritetens synlighet i den offentlige diskursen – spesielt i hvilken grad kvensk kultur er synlig verbalt eller visuelt i reiselivsdiskursen, og om det har vært en endring i synlighet av kvensk kultur i reiselivsdiskursen fra 2018 til 2022.

Som det fremgår av tabell 5.1, finner vi *ikke* en økning i antall ganger kven/norskfinsk-begrepene vi søker etter, er i bruk på nettsidene totalt sett. Selv om vi ser at på de norske sidene er begrepene i bruk et par ganger mer i 2022 enn i 2018, så er det en nedgang i bruken på de engelskspråklige sidene. Begrepet nasjonale minoriteter er heller ikke mye brukt på nettsidene, men vi ser en liten økning i tilstedeværelsen av dette begrepet mellom 2018 og 2022 på de engelskspråklige sidene.

Tabell 5.1: Oversikt, treff på kvenrelaterte begreper i 2018 og 2022

Dato for datainnsamling Søkebegrep	14.5.2018 Antall treff	14.10.2022 Antall treff
Kven / Norwegian Finnish	28	12
Kvener/norskfinsk/kvensk	12	14
National minority(ies)	0	5
Nasjonale minoriteter	1	0

Som en del av analysene våre gjennomførte vi også søk på andre begreper for å gi oss selv et litt bedre utgangspunkt for å vurdere eventuelle endringer i synligheten av det kvenske. Vi søkte etter andre nasjonale minoriteter og referanser til urfolksgruppen samer.

I tabell 5.2 gir vi en oversikt over treff på begreper knyttet til samer og øvrige nasjonale minoriteter i reiselivsdiskursen i 2018 og 2022.

Tabell 5.2: Oversikt, sammenlignbare begreper, 2018 og 2022

Dato for datainnsamling Søkebegrep	14.5.2018 Antall treff	14.10.2022 Antall treff
Romani/tater	6	1
Romanifolk/tatere	8	4
Rom / Gypsy / Rom people / Rom minority	2	3
Rom/sigøynere/romfolk	0	0
Jew/Jewish	14	16
Jøder/jødisk	19	21
Forest Finn / Forest Finnish	33	26
Skogfinner	6	6
Sami	153	272
Samisk	119	217

Her ser vi at begreper knyttet til de andre nasjonale minoritetene heller ikke har blitt særlig mye mer synlig på nettsidene fra 2018 til 2022, men at begreper knyttet

til det samiske fremkommer med en høyere frekvens på både norske og engelskspråklige nettsider i 2022 sammenlignet med i 2018.

MANGLENDE VISUELLE REFERANSER TIL KVENSKE KULTUR

I det neste steget i analysen undersøkte vi nettsidene med tanke på hvilke tematiske eller narrative kontekster kvenbegreper inngår i, hvilke symboler som er i bruk, og hvilke referanser som eventuelt presenteres relatert til det kvenske, samt relevante fravær. Fra denne delen av analysene er det tre hovedpoenger vi ønsker å løfte frem. Disse tre poengene er knyttet til diskursen både i 2018 og i 2022.

For det første, et sentralt funn basert på diskursanalysen vi gjorde både i 2018 og i 2022, er at det mangler visuelle symboler knyttet til kvensk kultur. Det betyr at når vi følger verbale referanser til kvensk/norskfinsk på nettsidene, mangler *visuelle* referanser til kvenske symboler, for eksempel materielle uttrykk for kvensk kulturarv. Vi ser at kvenske kulturelementer, landskaper eller steder ikke er påpekt i forbindelse med bildene som brukes som del av tekster der det er snakk om det kvenske/norskfinske. I stedet blir tekst som inneholder eksplisitte verbale kvenske referanser, ofte ledsaget av det som, i det minste for noen som ikke er lokalkjent, ser ut til å være mer generiske bilder. Presentasjoner av landskaper som er viktige for kvensk kultur, er heller ikke fremhevet.

Et eksempel kan sees på en sak om historiske turstier som er inkludert på nettsidene i 2018. Hovedsiden domineres av et bilde av en stor, grønn åsside som stuper ned i en stor dal omgitt av bratte blågrønne fjell. En liten gruppe turgåere kan sees på vei langs en sti i bunnen av dalen. Bildet ledsages av en bildetekst som forteller at «neste år åpner fire nye historiske stier, der storslåtte naturopplevelser vil gi innblikk i norsk kulturhistorie» (vår oversettelse). Noen med lokalkunnskap kan faktisk gjenkjenne at det spesifikke landskapet som er avbildet i dette vakre bildet, faktisk er i Reisadalen, et område med en rik kvensk historie og levende kvensk kultur. Likevel er ikke dette tydeliggjort gjennom visuelle eller tekstlige referanser. Dermed (for)blir den kvenske dimensjonen ved landskapet usynlig for leseren av nettsidene.

På samme måte blir usynliggjøringen av kvensk kultur mulig ved mangel på eksplisitte koblinger til det kvenske i presentasjonen av bygder, tettsteder og steder. For flere steder i Nord-Norge har kvensk kultur vært, og er fortsatt, sentral for stedsutvikling og stedsidentitet, men dette kommer ikke frem visuelt i reiselivsdiskursen. I stedet er bosetninger og bygninger satt i panoramiske landskaper med «generiske» elementer som fjell, aurora borealis (nordlys) og fjorder, og de kulturelle særegenhetene til de forskjellige nordnorske samfunnene er usynlige.

Bildene av bygninger og landskaper kunne da vært tatt hvor som helst langs den lange kysten av Nord-Norge.

KVENSK KULTUR ER LIK FORTIDENS KULTUR?

Et annet viktig funn som også gjelder for reiselivsdiskursen i 2018 og i 2022, dreier seg om den tidsmessige konteksten som kvensk kultur presenteres som del av. Både i 2018 og i 2022 er det tydelig at kvensk kultur diskursivt plasseres i fortiden. Vi finner for eksempel et fravær av referanser til samtidens kvenske kultur på nettsidene. Samtidig fremheves historiske referanser. På nettsiden beskrives for eksempel Øst-Finnmark slik:

If you had been visiting the area 100 years ago, you would have found people living there. Sea Sami turf huts, the combination houses of the Kven (cowshed and dwelling in the same building) and Norwegian timber houses were all clustered around the small inlets along the outer coast, and there were also jetties and «rorbu» fishermen's cottages for seasonal fishermen.¹

Når området beskrives på denne måten, plasseres kvenene i fortiden, noe som bidrar til å artikulere kvensk som noe fra en svunnen tid. Samtidens kvenske kultur presenteres imidlertid ikke, og dermed forsterkes plasseringen av kvener og kvensk kultur i en tid som er forbi. Flere sentrale kvenske institusjoner er lokalisert i Øst-Finnmark, for eksempel Vadsø museum / Ruija kvenmuseum. Denne regionen er også et viktig område for *samtidens* kvenske kultur. Dette samtidsperspektivet er imidlertid ikke noe som kommer tydelig til syne i reiselivsdiskursen.

Presentasjonen av kvensk kultur som noe som kan utforskes som en del av erfaringer eller kontekster innrammet som historisk, støtter artikuleringen av kvenene slik den er posisjonert i fortiden. På nettsidene nevnes for eksempel kvensk kultur som en del av «historiske» turstier eller «historisk» bakgrunnsinformasjon som er relevant for en destinasjon. Svart/hvitt-bilder er noen ganger inkludert i slike seksjoner, noe som understreker plasseringen av dette som noe av og i fortiden, på grunn av de historiske konnotasjonene som følger med bruken av svart/hvitt-bilder.

Et unntak fra dette kan man kanskje se i informasjonen som presenteres om Varanger museum sin avdeling i Vadsø, hvor det er satt inn en rekke fargerike bilder fra samtiden. Men selv her, hvor vi finner en relativt omfattende presentasjon

1 <https://nordnorge.com/EN-ost-finnmark/?News=378>.

av det kvenske, både i ord og bilder, blir det likevel en kvensk fortid som presenteres, all den tid Tuomainengården faktisk er et anlegg av eldre årgang.

Her er det verdt å reflektere over representasjonen av samisk kultur i reiselivsdiskursen for å tydeliggjøre poenget vårt. Selv om fremstillinger av samisk kultur også kan kritiseres for ikke å være heterogene og ikke ta høyde for mangfoldet i samisk kultur og historie eller samisk hverdagsliv i samtiden, fins det likevel flere eksempler på hvordan diskursen til en viss grad artikulere en moderne samisk verden. Forskning på reiselivsnettsider påpeker at disse blant annet presenterer samisk kunst og musikk (Olsen, 2006; Olsen & Pashkevich, 2023). Basert på vår diskursanalyse ser vi at det ikke fins slike referanser når det gjelder kvensk kultur. Som en del av dette poenget, som vi synliggjorde via vår språklige innholdsanalyse, er samene selvsagt mye mer til stede i diskursen, og det er derfor ikke overraskende at det er mer variasjon i hvordan den samiske kulturen artikuleres. Dette undergraver likevel ikke poenget om en mangel i en slik variasjon når det kommer til det kvenske.

KVENSKE STEDER, MEN INGEN KVENER TIL STEDE

Et annet poeng som er knyttet til representasjonen av kvensk kultur som en del av fortiden, har å gjøre med mennesker – eller for å være mer presis – mangelen på mennesker. Bilder kan spille en nøkkelrolle i å artikulere samtidens kvenske kultur i reiselivsdiskursen, men våre analyser indikerer at her er flere ubenyttede muligheter til å synliggjøre det kvenske.

Vi finner at i bildene som presenteres på nettsidene, er det et fravær av mennesker. Dette fraværet av mennesker ser vi på nettsidene både i 2018 og i 2022. Helt konkret dreier det seg om at i de delene av nettsidene som *nevner* kvener eller kvensk kultur, er det brukt bilder som enten *ikke* inkluderer noen mennesker, eller det er brukt historisk-konnoterte bilder, det vil si bilder som viser mennesker fra *tidligere tider*. I den grad bildene viser mennesker som er plassert i samtiden, er det snakk om personer som er visuelt markert som turister, eller personer som inngår i kontekster markert med velkjente samiske kulturelle symboler. I vår analyse finner vi bare tre bilder som inkluderer mennesker på de delene av nettsidene som nevner det kvenske. Alle disse tre bildene viser tilsynelatende besøkende eller turister.² Kort sagt: Moderne kvener er ikke synlige i bildene som inngår i reiselivsdiskursen.

2 Den ene viser to personer som står i snøen og ser på nordlyset. En annen viser en gruppe mennesker på en historisk sti, mens den tredje er fra Manddalen sjøbuer, der en mann med fotokamera kan sees helt til høyre på bildet.

Nok en gang er dette fraværet i slående kontrast til representasjonene av samer og samisk kultur som har en lang historie med å være en visuell attraksjon på grunn av sin antatte visuelle egenart (Lehtola, 2018; Olsen, 2006). På grunn av samenes fargerike drakter og en forståelse av dem som en nomadisk kultur som har figurert i representasjoner i århundrer, kan samene selv bli en attraksjon.

I tillegg ser vi basert på vår diskursanalyse, både i 2018 og i 2022, en manglende synliggjøring av kvenske elementer ved de stedene som presenteres i reiselivsdiskursen. Vi ser for eksempel at selv om noen steder presentert på nettsidene er verbalt knyttet til kvensk kultur, er det ingen visuell eller verbal utdyping av hva dette vil si for et sted. Informasjonen forblir på et deskriptivt overfladisk nivå. Diskursen gir lite inngående informasjon og få muligheter for kunnskapsutforskning av kvensk kultur historisk eller i dagens nordlige samfunn. Selv når vi finner åpenbare *potensialer* til å forklare og understreke betydningen av kvensk kultur på forskjellige steder, skjer det ikke. For eksempel er steder som Kåfjord, Nordreisa, Kvæningen, Vadsø og Bugøynes alle kjent for å ha en betydelig kvensk befolkning, men i våre undersøkelser av reiselivsdiskursen er den kvenske tilstedeværelsen underkommunisert og noen ganger helt usynlig.

Et spesielt sterkt eksempel på hvordan dette utspiller seg, finner vi i presentasjonen av Vadsø. I beskrivelsen av Vadsø, en by som i andre sammenhenger har blitt referert til som kvenhovedstaden, er det svært lite fremheving av kvensk kultur både verbalt og visuelt. Beskrivelsen av Vadsø innledes av referanser til naturen, kongekrabben og fugleliv, mens den kvenske kulturarven bare helt kort nevnes som en del av en oppramsing av diverse faktaopplysninger. Bildet som brukes i presentasjonen av Vadsø, viser en trådrekke med en rekke nasjonale flagg, noe som kan sies å indikere en internasjonal eller interkulturell setting. Noe som ville vært relevant i en reiselivskontekst, er en fremheving av et åtte meter høyt monument laget av den finske skulptøren Ensio Seppänen som er sentralt plassert med utsikt over Vadsø sentrum. Monumentet er et symbol både for kvensk identitet (Aarekol, 2009) og for dem som identifiserer seg som finske etterkommere (Kvidal-Røvik, 2015). Aarekol (2007) har beskrevet monumentet som avgjørende for å «etablere et kollektivt minne» (s. 145) om områdets historie. I reiselivsdiskursen blir monumentet ikke et element som synliggjør betydningen av kvensk kulturarv for stedet Vadsø, og det blir en måte vi opplever et diskursivt fravær av det kvenske på.

Det samme kan sies om en bildekarusell som inngår i en presentasjon av Kirkenes-området. Bildene viser panoramautsikt over Kirkenes samt en liten bygd som ser ut til å skulle vise Bugøynes (selv om vi ser at det egentlig er Nesseby som er avbildet), deretter et bilde av en kongekrabbe og til slutt et bilde av en

elvebåt. For en med mye lokalkunnskap kan nok elvebåten oppfattes som en del av en kvensk kulturarv, men når et bilde presenteres uten verbale opplysninger om betydningen av elvebåtbygging i kvensk historie, går nok denne koblingen mellom elvebåten og den kvenske kulturen tapt for mange. Det som kunne vært (og som mange vil si egentlig er) kvenske steder, blir diskursivt skapt som generisk (nord) norske.

Et annet eksempel på at betydningen av kvensk kultur er lite synlig, finner vi i presentasjonen av et sted som Kiberg som beskrives slik: «Fiskeværet Kiberg, hvis befolkning er av blandet samisk, finsk og norsk avstamning, er kjent for sine partisaner fra krigen.»³ Dette er et eksempel på en type tekst som vektlegger en fortelling om kvenene som samsvarer med finsk innvandring. Tilsvarende beskrives stedet Bugøynes som finsk under overskriften «Kirkenes – et grensetilfelle» på denne måten: «Det kompakte lille fiskeværet Bugøynes overlevde annen verdenskrig uskadet, så her kan man se et stort antall bygninger fra 1800-tallet. De 230 innbyggerne snakker finsk og opprettholder finske tradisjoner, som røykbadstuen.»⁴ Slike beskrivelser styrker forestillingen om at kvenene er de samme som finnene. Bildet som følger med denne teksten om Bugøynes, er også verdt å kommentere. Det er et nærbilde av Matrjosjka-dukke på et bord der et mansnavn er skrevet med kyrilliske bokstaver. Bildet kan absolutt sies å visualisere den kulturelle heterogeniteten i området, men de visuelle referansene til kvenske tradisjoner er fraværende.

KVENSK KULTUR I SKYGGENE

I reiselivsdiskursen ser vi at det samiske, norske og kvenske ofte slås sammen, og dette er også noe som bidrar til at det kvenske (for)blir lite synlig. Et eksempel er når de tre stammers møte brukes som begrep, hvor det i veldig liten grad fokuseres på det kvenske. Et annet eksempel er når det i den verbale informasjonen ramses opp mange ting, inkludert referanse til kvensk kultur, men der det eller de bildene som brukes i saken, er av den samiske delen av de tre «stammer som møtes».

Enda et eksempel på hvordan det kvenske (for)blir usynlig, ser vi når presentasjon av kvensk kultur og steder skjer på måter som artikulere samisk og kvensk sammen, slik som i presentasjonen av Manndalen som verbalt beskrives som et flerkulturelt område. Den verbale teksten er ledsaget av visuelle elementer koblet til samisk kultur – et nærbilde av bånd i tradisjonelle samiske farger. Bildeteksten forklarer at dette er samiske veveteknikker. Videre er overskriften

3 <https://nordnorge.com/EN-ost-finnmark/?News=111>.

4 <http://nordnorge.com/no/sapmi/?News=120&artlang=en>.

«Manddalen – Tradisjonshåndverkets skattkammer» en lysbildefremvisning av fire forskjellige bilder. I tillegg til det tidligere beskrevne bildet av samiske band viser resten av bildene tradisjonelle vevstoler, strikkevarer og en gákti (tradisjonell samisk drakt). Alle bildene er koblet til samisk kultur, og ingen av dem er emblematiske for kvener. Dette fremmer også usynliggjøringen av den kvenske tilstedeværelsen og forsterker dermed en artikulasjon av kvensk kultur som ikke-eksisterende i området i dag.

HVOR ER DE KVENSKE REISELIVSBEDRIFTENE?

Et siste poeng vi ønsker å gjøre, basert på vår diskursanalyse, er at det mangler referanser til kvensk reiselivsvirksomhet. Det vil si at selv der det er referanser til kvensk i presentasjonen av regioner og steder, viser våre søk svært få referanser til turismenæring som eksplisitt tilbyr produkter relatert til kvensk kultur. Alle bedriftene som kommer opp som å referere til kvensk eller norskfinsk på nettsidene, er hoteller og overnattingssteder. Hammerfest museum er det eneste stedet hvor kvenene er nevnt for en enkelt attraksjon.

Mangelen på kvenske referanser hos reiselivsbedrifter på DMO-nettstedene tyder på at få privateide bedrifter ser kvensk og/eller norskfinsk som en del av sitt produkt eller et salgsargument overfor internasjonale og nasjonale turister. Derfor er det rimelig at samtidens kvenske kultur blir ganske usynlig.

De som lager disse nettsidene, er avhengige av innspill fra bedriftene underveis. Dersom ingen bedrifter sender skriftlige eller visuelle innspill om sitt forhold til en kvensk kultur, gis oppgaven med å representere kvenene i reiselivet til fagfolk i organisasjoner som skal presentere området for øvrig. Avhengig av deres kunnskap og, må man anta, deres evne til å bringe inn fakta og bilder fra bildedatabaser (for)blir kvenene usynlige i presentasjoner av det turistene kan forvente å oppleve i området. Mens destinasjonsselskaper (DMO-er) kan hevde at de jobber nedefra og opp og ikke har noen virksomheter i forgrunnen, er det faktum at det ikke er noen virksomheter som markedsføres, en realitet. Noen få slike virksomheter eksisterer, men er åpenbart ikke fanget inn av regional og nasjonal markedsføring innen turisme.

AVSLUTTENDE BETRAKTNINGER OM (MANGEL PÅ) SYNLIGHET AV DET KVENSKE

Analysen vår viser at det har vært lite endring i hvordan kvener og kvensk kultur fremkommer i reiselivsdiskursen når man sammenligner nettsidene fra 2018 med nettsidene fra 2022. Selv med en sterk vekst i reiselivsnæringen i Nord-Norge før

pandemien ser det ikke ut som om kvensk eller norskfinsk kultur har blitt en del av det som oppfattes som å selge regionen. Den usynligheten vi finner i materialet fra 2018, er også gjeldende for det vi finner fra 2022. Det kvenske er i hovedsak både «taust» og «usynlig» i reiselivsdiskursen som dermed i liten grad bidrar til å gjøre denne nasjonale minoriteten bedre kjent.

Til tross for at en tilsynelatende heftig kvensk vind har blåst over (Nord)Norge, indikerer vår undersøkelse altså at dette ikke har manifestert seg i reiselivsdiskursen. Våre diskursanalyser viser at den kvenske minoriteten er lite synlig, og at dette har vedvart til tross for de siste års kvenske vårflom. Måten kvener og kvensk kultur er presentert på nettsidene, gjør at kvener diskursivt skapes som et folk som levde i fortiden. Samtidens kvenkultur er fraværende, og steder som har en viktig kvensk historie, er i liten grad presentert med denne kveninformasjonen tilgjengelig. Nå kan det jo stilles spørsmål ved om det å bli en del av et reiselivsprodukt nødvendigvis vil styrke minoriteters posisjon i et samfunn. Men vårt poeng er at diskursen omkring reiseliv ikke foregår i et vakuum, men reflekterer andre posisjoner i andre diskurser som har betydning for en kulturell revitalisering. Både synlighet og usynlighet og de posisjoner som gis innen ulike diskurser, har en tendens til å «smitte» over til andre områder. Dermed sier kanskje den posisjonen man har i reiselivets representasjon av en region, noen om den betydning man gis i andre prosesser som er viktige for å vitalisere og videreføre en kultur.

REFERANSER

- Amundsen, H. (2012). Differing discourses of development in the Arctic: The case of nature-based tourism in Northern Norway. *The Northern Review*, 35(Spring), 125–146.
- Braun, V. & Clark, V. (2013). *Successful qualitative research*. Sage.
- Briggs, C. L. (2005). Communicability, racial discourse, and disease. *Annual Review of Anthropology*, 34, 269–291.
- Bromley, R. (2017). A bricolage of identifications: Storying postmigrant belonging. *Journal of Aesthetics & Culture*, 9(2), 36–44. <https://doi.org/10.1080/20004214.2017.1347474>
- Comaroff, J. L. & Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.: On indigeneity and its interpellations*. University of Chicago Press.
- De Bernardi, C. (2019). Authenticity as a compromise: A critical discourse analysis of Sámi tourism websites. *Journal of Heritage Tourism*, 14(3), 249–262.
- Desmond, J. C. (1999). *Staging Tourism: Bodies on Display from Waikiki to Sea World*. The University of Chicago Press.
- Fairclough, N. (2001). Critical discourse analysis as a method in social scientific research. *Methods of critical discourse analysis*, 5(11), 121–138.
- Fernandez-Cavia, J., Díaz-Luque, P., Huertas, A., Rovira, C., Pedraza-Jimenez, R., Sicilia, M., Gómez, L. & Míguez, M. (2013). Destination brands and website evaluation: A research methodology. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68.

- Foucault, M. (1996). *Tingenes orden: En arkeologisk undersøkelse av vitenskapene om mennesket* [The order of things: An archaeology of the human sciences]. Aventura.
- Hallett, R. W. & Kaplan-Weinger, J. (2010). *Official tourism websites: A discourse analysis perspective* (Vol. 23). Channel View Publications.
- Hannam, K. & Knox, D. (2005). Discourse analysis in tourism research a critical perspective. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 23–30.
- Jakobsen, L. (2009). *Kven er kven: En analyse av kvensk kultur og identitet i en global diskurs*. Universitetet i Stavanger.
- Josefsen, E. (2021, august). *En studie av Sannhets- og forsoningskommisjonens arbeid: Noen foreløpige forskningsfunn*. Vadsø museum, Ruija kvenmuseums fagseminar «Kvensk/norskfinnsk kultur og identitet i dag».
- Jørgensen, M. W. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
- Keskitalo, C. & Schilar, H. (2016). Co-constructing “northern” tourism representations among tourism companies, DMOs and tourists: An example from Jukkasjärvi, Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1–17. <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15022250.2016.1230517?needAccess=true>
- Kielland, I. M. (2012). *Whose stories? Whose place? Place politics and the politics of place stories in Tromsø's olympic debate*. Universitetet i Tromsø.
- Kvidal-Røvik, T. (2015). Sted som retorikk: Et kritisk-retorisk perspektiv på sted. I M. Aure, N. G. Berg, J. A. Cruickshank & B. Dale (red.), *Med sans for sted: Nyere teorier* (s. 99–115). Fagbokforlaget.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1987). Post-Marxism without apologies. *New Left Review*, 166(nov./des.), 79–106.
- Lanes, L. (2020). *Vil ha hjelp fra Sannhetskommisjonen til å ta tilbake sin identitet*.
- Lanes, L. (2021). *Skal gjøre det usynlige synlig ved hjelp av teater*. <https://www.nrk.no/kvensk/frank-jorstad-vil-bruke-teaterscenen-for-a-gjore-det-kvenske-mer-synlig-1.15502526>
- Lehtola, V.-P. (2018). Our histories in the photographs of the others. *Journal of Aesthetics & Culture*, 10(1), 1431501. <https://doi.org/10.1080/20004214.2018.1431501>
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press.
- Monsen, H. N. (2020, 31. januar). Åsnes kvenske aha-opplevelser. *Ruijan Kaiku*. <https://www.ruijan-kaiku.no/fulltidskvenen-asne/>
- Morgan, N. (2004). Problematizing place promotion. *A companion to tourism*, 173–183.
- Mumby, D. K. & Stohl, C. (1991). Power and discourse in organization studies: Absence and the dialectic of control. *Discourse & Society*, 2(3), 313–332.
- Naum, M. (2016). Between utopia and dystopia: Colonial ambivalence and early modern perception of Sápmi. *Itinerario*, 40(3), 489–521.
- Olsen, K. (2003). The Touristic Construction of the “Emblematic” Sámi 1. *Acta Borealia*, 20(1), 3–20.
- Olsen, K. (2021). «La de usynlige bli synlige»: Om kvenske steder og kvensk usynlighet. *Norsk Antropologisk Tidsskrift*, 32(2), 72–86. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2898-2021-02-03>

- Olsen, K. & Pashkevich, A. (2023). Selling the Indigenous in Nordic Welfare States: Examples from Norway and Sweden. *Journal of Tourism and Cultural Change*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2217352>
- Petersen, A. R. & Schramm, M. (2017). (Post-) Migration in the age of globalisation: New challenges to imagination and representation. *Journal of Aesthetics & Culture*, 9(2), 1–12.
- Pietikäinen, S. (2018). Investing in indigenous multilingualism in the Arctic. *Language & Communication*, 62, 184–195. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2018.05.001>
- Pietikäinen, S. & Hujanen, J. (2003). At the crossroads of ethnicity, place and identity: Representations of northern people and regions in Finnish news discourse. *Media, Culture & Society*, 25(2), 251–268.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2009). *Course Towards Discourse*. Counterweight.
- Pritchard, A. & Morgan, N. J. (2001). Culture, identity and tourism representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism management*, 22(2), 167–179.
- Prokkola, E.-K. (2010). Borders in tourism: The transformation of the Swedish–Finnish border landscape. *Current Issues in Tourism*, 13(3), 223–238.
- Rasmussen, T. (2002). Nettets makt: Systemteoretiske sonderinger og sondringer. I T. Slaatta (red.), *Digital makt: Informasjons-og kommunikasjonsteknologiens betydning og muligheter* (s. 95–117). Gyldendal Akademisk.
- Ringrose, P. & Stubberud, E. (2019). Starry starry night: Fantasies of homogeneity in documentary films about Kvens and Norwegian-Pakistanis. I S. Keskinen, U. D. Skaptadóttir, & M. Toivanen (red.), *Undoing Homogeneity in the Nordic Region: Migration, Difference and the Politics of Solidarity* (s. 119–138). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315122328>
- Rydzik, A., Agapito, D. & Lenton, C. (2021). Visibility, power and exclusion: The (un) shifting constructions of normativity in wedding tourism brochures. *Annals of Tourism Research*, 86, 103090.
- Ryymin, T. (2001). Creating Kvenness: Identity building among the Arctic Finns in northern Norway. *Acta Borealia*, 18(1), 51–67.
- Ryymin, T. (2004). Narrating the Arctic Finns: Samuli Paulaharju's representations of the Kvens. *Acta Borealia*, 21(1), 21–40. <https://doi.org/10.1080/08003830410006782>
- Vaara, T. & Framnes, S. L. (2023). *Stor økning i søkertallet på kvenske studier*. <https://www.nrk.no/kvensk/stor-okning-i-sokertallet-pa-kvenske-studier-1.16386867>
- Verrill, E. (2014). *The Kveeni of Northern Norway: From National Minority to Indigenous People*. Graduate School of Arts and Sciences, Brandeis University.
- Viken, A. & Müller, D. K. (2006). Introduction: Tourism and the Sámi. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.1080/15022250600562154>
- Vitting-Seerup, S. (2017). Working towards diversity with a postmigrant perspective: How to examine representation of ethnic minorities in cultural institutions. *Journal of Aesthetics & Culture*, 9(2), 45–55. <https://doi.org/10.1080/20004214.2017.1371563>
- Woodard, K. (1997). *Identity and difference*. Sage.
- Zhang, J. & Müller, D. (2018). Tourism and the Sámi in transition: A discourse analysis of Swedish newspapers, 1982–2015. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(2), 163–182.

- Øyen, G. (2022). Kulturarvsproduksjoner for barn og unge som verktøy for gjenreisning av kvensk minoritetskultur. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 25(3), 234–252.
- Øyen, G. (2023). *Kvensk kulturarv og museumsformidling: Strategier, spenninger og Betydninger*. UiT The Arctic University of Norway.
- Øyen, G. & Kvidal-Røvik, T. (2023). Contextual sites of acknowledgement? Kven heritage and contemporary identity articulation processes. *Acta Borealia*, 1–18.
- Aarekol, L. (2007). Monument og minne å mobilisering av fortid å argument for fremtid? *Tidsskrift for kulturforskning*, 6(4), 5-23.
- Aarekol, L. (2009). *Kvenske minnesteder 1970–2001: Materialitet og minne*. Universitetet i Tromsø.