

ETELÄ-POHJANMAAN DISKURSSIT JA ALUEBRÄNDI SUOMI24-VERKKOKESKUSTELUISSA

Minna Hautaniemi
Maisterintutkielma
Suomen kieli
Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2022

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Minna Hautaniemi	
Työn nimi Etelä-Pohjanmaan diskurssit ja aluebrändi Suomi24-verkkokeskusteluissa	
Oppiaine Suomen kieli	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Toukokuu 2022	Sivumäärä 66 + liite
<p>Tiivistelmä</p> <p>Suomen maakuntien ympärillä on käyty keskustelua sekä niiden tarpeellisuudesta että ominaisuuksista. Myös aluebrändäyksestä on viime vuosina kiinnostuttu yhä enenevässä määrin. Läntisessä Suomessa sijaitsevalla Etelä-Pohjanmaalla on jo pitkään ollut maine omalaatuisena ja persoonallisena maakuntana, ja tässä maisterintutkielmassa tarkastelen, millaisia diskursseja Etelä-Pohjanmaasta muodostuu Suomi24-verkkokeskusteluissa sekä millainen on Etelä-Pohjanmaan epävirallinen maakuntabrändi.</p> <p>Työni on korpusavusteista nimistöntutkimusta eli korpusonomastiikkaa, jonka teoreettis-metodologisena viitekehyksenä toimii korpusavusteinen diskurssintutkimus eli CADS. CADSissa yhdistyvät sekä korpuslingvistiikan että diskurssintutkimuksen menetelmät: tutkin Suomi24 -korpuksen noodin <i>Etelä-Pohjanmaa</i> 230 merkitsevintä kollokaattia sekä jaan ne merkitysryhmiin eli diskurssiprosodioihin, joiden pohjalta muodostan näkyvimmit maakuntaa määrittelevät diskurssit. Tämän lisäksi koostan diskurssien pohjalta Etelä-Pohjanmaan epävirallisen maakuntabrändin, minkä vuoksi työssäni nousee esille myös aluebränditutkimuksellinen näkökulma. Tutkimuskysymykseni työhöni ovat: 1. Millaisiin diskurssiprosodioihin <i>Etelä-Pohjanmaan</i> kollokaatit jakautuvat Suomi24-korpuksessa? 2. Millaisia diskursseja maakunnasta nousee esille Suomi24-verkkokeskusteluissa? 3. Millainen on Etelä-Pohjanmaan maakuntabrändi? a. Millaisen epävirallisen maakuntabrändin Suomi24-keskustelupalstan keskustelut maakunnalle luovat? b. Miten epävirallinen maakuntabrändi vertautuu maakunnan viralliseen brändiin?</p> <p>Tarkastelemani kollokaatit muodostavat 17 diskurssiprosodiaa, joiden pohjalta aineistosta nousee esille viisi diskurssia: <i>Etelä-Pohjanmaa</i> mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana, <i>Etelä-Pohjanmaa</i> muuttotappiollisena maakuntana, <i>Etelä-Pohjanmaa</i> yrittäjälähtöisenä työmaakuntana, <i>Etelä-Pohjanmaa</i> palveluiden toimintaympäristönä sekä <i>Etelä-Pohjanmaa</i> kauniina kesämatkailukohteena. Diskurssissa korostuu negatiivinen näkemys maakunnasta asuinpaikkana, mikä heijastuu myös muuttotappiolliseen muuttoliikenteeseen. Kuitenkin muun muassa yrittäjyys ja kaunis luonto nähdään maakunnassa myönteisinä asioina. Diskurssihin pohjautuva epävirallinen maakuntabrändi vastaa sisällöltään paljon maakunnan virallista brändiä, jonka koostin itse hyödyntäen muun muassa maakunnan matkailu- ja maakuntastrategioita: virallisessa brändissä korostuvat maakunnan positiiviset seikat, kun taas epävirallisessa brändissä näkyvät myös edellä mainitut negatiiviset näkökulmat. Työni tulokset antavat viitteitä esimerkiksi itse maakunnalle ja yrityksille siitä, millainen maine Etelä-Pohjanmaalla on arkikeskusteluissa ja näin ollen mitä kannattaa maakunnan markkinoinnissa kehittää eteenpäin, jotta maakunnan aluebrändi muuttuisi yhä myönteisemmäksi.</p>	
Asiasanat korpusonomastiikka, nimistöntutkimus, sosio-onomastiikka, paikannimet, korpusavusteinen diskurssintutkimus, CADS, diskurssiprosodia, brändäys, maakuntabrändi, maine, Etelä-Pohjanmaa	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

KUVIOT

KUVIO 1	Esimerkki neljän konkordanssirivin konkordanssista.	14
KUVIO 2	Yksinkertainen haku Korp-käyttöliittymässä.....	19
KUVIO 3	Laajennettu haku Korp-käyttöliittymässä.....	19
KUVIO 4	<i>Etelä-Pohjanmaan</i> kollokaateista muodostuneiden merkitysryhmien suhteelliset osuudet.	26
KUVIO 5	Etelä-Pohjanmaan virallisessa brändissä havaittavat maakunnan vahvuudet (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 48).	52
KUVIO 6	Etelä-Pohjanmaan virallisessa brändissä havaittavat maakunnan heikkoudet (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 48).	55

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Diskurssiprosodia <i>paikat, sijainnit ja suunnat</i>	27
TAULUKKO 2	Diskurssiprosodiat <i>viestintä ja kommunikointi, aika ja ikä, ominaisuudet ja intensiteetti ja varmuus</i>	29
TAULUKKO 3	Diskurssiprosodiat <i>määrät, henkilöt ja ihmiset ja politiikka ja yhdistykset</i>	30
TAULUKKO 4	Diskurssiprosodiat <i>asuminen ja eläminen, yritykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut, mentaalisuus ja ajattelu ja tekeminen ja toiminta</i>	30
TAULUKKO 5	Diskurssiprosodiat <i>näkeminen ja havainnointi, liikkuminen ja matkustaminen, rikollisuus ja oikeudenmukaisuus ja kaupankäynti</i> .31	
TAULUKKO 6	Diskurssiprosodia <i>muut</i>	31

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	4
2.1	Nimistöntutkimus	4
2.1.1	Sosio-onomastiikka	5
2.1.2	Korpusavusteinen nimistöntutkimus.....	6
2.2	Aluebränditutkimus	8
2.3	Fraseologinen kielikäsite ja diskurssit	9
2.3.1	Kollokaatio	11
2.3.2	Diskurssiprosodia.....	14
2.3.3	Diskurssit ja fraseologisuus	15
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	17
3.1	Suomi24 verkkokeskustelualustana ja aineistona	17
3.2	Aineiston keruu	18
3.3	Aineiston analyysimenetelmät.....	20
3.3.1	Korpusavusteinen diskurssintutkimus	20
3.3.1.1	Kollokaatioanalyysi	22
3.3.1.2	Diskurssiprosodioiden ja diskurssien analyysi	23
3.3.2	Aluebrändin tutkiminen ja sisällönanalyysi.....	23
4	ANALYYSI JA TULOKSET	25
4.1	Etelä-Pohjanmaan diskurssiprosodiat	25
4.2	Kollokaatit ja diskurssiprosodiat diskurssien taustalla - Etelä-Pohjanmaata määrittelevät diskurssit.....	33
4.2.1	Etelä-Pohjanmaa mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana.....	33
4.2.2	Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana.....	37
4.2.3	Etelä-Pohjanmaa yrittäjälähtöisenä työmaakuntana.....	42
4.2.4	Etelä-Pohjanmaa palveluiden toimintaympäristönä	46
4.2.5	Etelä-Pohjanmaa kauniina kesämatkailukohteena.....	49
4.3	Etelä-Pohjanmaan maakunnan aluebrändi	50
5	PÄÄTÄNTÖ	56
5.1	Tutkimuksen yhteenvetoa ja arviointia	56
5.2	Jatkotutkimusmahdollisuudet	60
	LÄHTEET	62

LIITTEET

1 JOHDANTO

Tässä maisterintutkielmassa tutkin, millä tavalla Etelä-Pohjanmaan maakunnasta keskustellaan Suomi24-verkkokeskustelualustalla ja millaisen maineen eli brändin nämä keskustelut maakunnasta nostavat esille. Suomen maakunnat ovat olleet puheenaiheena useasti, ja muun muassa maakuntaudistukset, kuntaliitokset ja niiden myötä myös maakuntavaihdokset ovat nousseet uutisotsikoihin (ks. esim. Korhonen 2020; Vihanta 2020). Myös maakuntien nykyisestä määrästä ja niiden tarpeellisuudesta on ollut keskustelua (ks. esim. MTV Uutiset 2019) – tällä hetkellä Suomessa on maakuntia 19 mukaan luettuna Ahvenanmaan autonominen maakunta (Suomen virallinen tilasto (SVT) 2022). Tutkimukseni keskiössä oleva Etelä-Pohjanmaan maakunta sijaitsee läntisessä osassa Suomea, ja sen muodostaa vuoden 2021 alusta lähtien 18 kuntaa (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022b).

Kuten Vaasan yliopiston aluetieteen professori Hannu Katajamäki (MTV Uutiset 2009) mainitsee, monet pitävät Etelä-Pohjanmaan maakuntaa jopa Suomen tunnetuimpana alueena siitä nousevien mielikuvien johdosta. Myös heimo- ja maakuntaidentiteetin nähdään olevan keskimääräisesti vahvempaa Etelä-Pohjanmaalla verrattuna muihin Suomen maakuntiin, mikä juontaa juurensa jopa 1800-luvulle muun muassa Zacharias Topeliuksen luonnehdintoihin eri maakunnista ja niiden asukkaista (Pitkänen & Westinen 2018: 36–43). Muun muassa Kaj Zimmerbauer (2002) on tutkinut Etelä-Pohjanmaan aluetta kartoittamalla sekä sisältä että ulkoa tulevia maakuntaan liitettyjä assosiaatioita. Hänen mukaansa Etelä-Pohjanmaa nähdään omaleimaisena ja persoonallisena maakuntana, jossa arvostetaan muun muassa yrittäjyyttä ja ympäristön puhtautta, mutta toisaalta maakunnan huonoina puolina pidetään kehnoa työllisyystilannetta ja pitkiä etäisyyksiä (Zimmerbauer 2002). Vaikka Etelä-Pohjanmaa on edelleen tuttu omaleimaisesta pohjalaisuudestaan, on ajankohtaista yhtäältä tutkia, millä tavoin Etelä-Pohjanmaan alueesta 2000-luvulla keskustellaan ai-doissa, spontaaneissa keskusteluissa, ja toisaalta, millaisen maineen assosiaatiot ja mielikuvat maakunnalle luovat.

Sekä kaupungeilla että maakunnilla on olemassa erilaisia strategioita, joiden avulla alueen etenkin positiivista mainetta pyritään saamaan esille. Suomessa ollaan menossa yhä enemmän kohti kansainvälisten markkinoiden kaltaista alueiden välistä kilpailua ja näin ollen myös aluebrändäystä (YIT 2017), jota kaupungit ja kunnat pyrkivät muodostamaan. Myös Etelä-Pohjanmaalla strategiat ja maakuntasuunnitelmat (ks. esim. Järvinen, Jyllilä & Janhunen 2020; Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c) pyrkivät tuomaan sekä markkinointikeinoja että näkyvyyttä maakunnalle, minkä vuoksi onkin relevanttia pohtia, millä tavalla nämä suunnittelut vertautuvat kansalaisten keskuudessa vallitseviin keskusteluihin maakunnasta.

Tutkimukseni on korpusonomastiikka eli korpusavusteista nimistöntutkimusta, jonka teoreettis-metodologisena viitekehyksenä toimii korpusavusteinen diskurssintutkimus. Tavoitteenani tässä tutkimuksessa on saada selville, millaisia Etelä-Pohjanmaata määritteleviä diskursseja syntyy internetin Suomi24-keskustelupalstalla. Tutkimusaineistonani toimii Suomi24-korpus, josta pyrin löytämään diskursseja tilastollisia menetelmiä hyödyntäen: Kollokaattien eli leksikaalisten myötäesiintymien analyysi antaa kuvan siitä, millaiset sanat useimmiten esiintyvät *Etelä-Pohjanmaa*-sanan yhteydessä, ja samalla nämä kollokaatit kertovat siitä, mitä mielikuvia maakunnan yhteyteen liitetään. Kollokaatit luokittelevat diskurssiprosodioihin eli merkitysryhmiin, ja näiden avulla pyrin saamaan selville Etelä-Pohjanmaan diskurssit eli sen, mistä näkökulmista tai millaisten aihepiirien yhteydessä maakunnasta puhutaan. Samalla haluan saada selville, millaisen epävirallisen brändin Etelä-Pohjanmaa saavuttaa diskurssien myötä keskustelupalstalla ja miten tämä epävirallinen brändi vertautuu maakunnan viralliseen, mainostarkoituksessa luotuun brändiin. Virallisen brändin koostan Etelä-Pohjanmaan liiton ja Visit Lakeus -matkailuyrityksen sivuilta hyödyntäen laadullisen sisällönanalyysin menetelmiä. Tutkimuskysymykset työssäni ovat:

1. Millaisiin diskurssiprosodioihin *Etelä-Pohjanmaan* kollokaatit jakautuvat Suomi24-korpuksessa?
2. Millaisia diskursseja maakunnasta nousee esille Suomi24-verkkokeskusteluissa?
3. Millainen on Etelä-Pohjanmaan maakuntabrändi?
 - a. Millaisen epävirallisen maakuntabrändin Suomi24-keskustelupalstan keskustelut maakunnalle luovat?
 - b. Miten epävirallinen maakuntabrändi vertautuu maakunnan viralliseen brändiin?

Hypoteesinani on, että Etelä-Pohjanmaan maakunnasta nousee esille hyvin selkeitä diskursseja esimerkiksi liikkumiseen tai ihmisiin liittyen. Perustan ajatukseni aikaisempaan tutkimukseen (Ainiala & Jantunen 2019), jonka mukaan esimerkiksi

Hesasta tai *Stadista* keskustellessa selkeiksi diskurssiprosodioiksi Suomi24-korpuk-
sessa hahmottuvat muun muassa *liikkuminen ja matkustaminen* sekä *ihmiset*. Arvelen,
että omassa tutkielmassani korostuvat edellä mainittujen näkemysten lisäksi muun
muassa Zimmerbauerin (2001) mainitsevat yrittäjäyys ja elinkeinot sekä Pitkäsen ja
Westisen (2018) tutkima maakuntaidentiteetti, jotka ovat maakunnalle varsin omalei-
maisista ja pitkälle juurtuneita käsityksiä. Samalla uskon, että aineistostani muodostuu
positiivisten diskurssien lisäksi negatiivissävyytteisiä diskursseja, sillä on tutkittu, että
verkkokeskustelualustoilla negatiivinen tunnepuhe on yleistä (ks. Matikainen 2011).
Koska negatiivinen maine on markkinoivalle brändäykselle varsin epätyypillistä (ks.
Kotler, Keller, Brady, Goodman & Hansen 2010: 425), odotukseni on, että Suomi24-
keskusteluista muodostuva epävirallinen maakuntabrändi eroaa sävyiltään varsin pal-
jon maakunnan virallisesta brändistä, joka halutaan ulkopuolisille maakunnasta esi-
tellä.

Korpusavusteinen nimistöntutkimus on hyvin tuore tieteenala, minkä vuoksi
tutkimusta siltä saralta on tähän mennessä julkaistu varsin vähän. Suomalaisessa ni-
mistöntutkimuksessa ensimmäinen korpusonomastiikan tutkimus on slanginimiä
Hesa ja *Stadi* tutkiva Terhi Ainialan ja Jarmo Harri Jantusen artikkeli *Korpusonomasti-
nen tutkimus slanginimistä Hesa ja Stadi digitaalisissa diskursseissa* (2019), joka toimii
oman tutkimukseni läheisenä vertailukohtana samanlaisten metodien ja tavoitteiden
vuoksi. Alan tutkimusta on esitelty myös muissa kielitieteellisissä julkaisuissa ja
muun muassa opinnäytetöissä, joissa keskitytään kaupunkien ja kaupunginosien ni-
mistön tutkimiseen (ks. luku 2.1.2), mutta laajempien alueiden, kuten maakuntien, ni-
miin liittyviä diskursseja ei ole aiemmin tutkittu. Tämän vuoksi tutkimukseni täyden-
tää korpusonomastiikan tutkimuskenttää uudelta näkökulmasta, joka ei keskity
esimerkiksi kaupungin tai kunnan nimen ja siihen liittyvien keskustelujen tutkimi-
seen.

Myös tutkimukseni aluebrändinäkökulma tuo raikasta, jopa monitieteistä tuu-
lahdusta nimistöntutkimukseen. Vaikka alueiden kaupallistaminen on vuosi vuodelta
yhä ajankohtaisempaa (Rainisto 2008: 51), aluebränditutkimusta ei ole tietääkseni
tehty Suomessa kielitieteellisestä perspektiivistä aiemmin. Etelä-Pohjanmaan maa-
kunnan maineen selvittäminen ja aluebrändin kielitieteellinen analyysi antaakin kie-
lentutkimukseen uudelta lähtökohdalla, mutta myös kehitysehdotuksia ja tietoa niin
eteläpohjalaisille kunnille, kaupungeille kuin matkailuyrityksille.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä maisterintutkielmassa laajimpina teoreettisina viitekehyksinä toimivat nimistötutkimus, korpusonomastiikka, aluebränditutkimus sekä fraseologinen kielikäsi-
tys. Korpusavusteinen nimistötutkimus eli korpusonomastiikka perustuu korpus-
avusteiseen diskurssintutkimukseen, josta käytetään teorian englanninkielisestä ni-
mestä *corpus-assisted discourse studies* syntyvää lyhennettä CADS. CADS toimii työ-
säni teoreettis-metodologisena viitekehystenä, minkä vuoksi esittelen CADSin myö-
hemmin aineiston analyysimenetelmissä luvussa 3.3.1.

2.1 Nimistötutkimus

Tutkielmani sijoittuu vahvasti **nimistötutkimuksen** eli **onomastiikan** tutkimusken-
tälle. Nimistötutkimus on kielitieteen ala, joka nimensä mukaisesti tutkii nimiä sekä
muun muassa niiden käyttöä, merkitystä ja rakenteita. Onomastiikassa *nimellä* viita-
taan erisnimiin eli **propreihin**, jotka ovat nimistötutkimuksen tutkimuskohteena,
toisin kuin yleisnimiin eli **appellatiiveihin**. (Ainiala, Saarelma & Sjöblom 2008: 12.)
Kun yleisnimien tarkoituksena on kertoa asian merkityksestä ja olemuksesta, erisnimi
sen sijaan on yksiviitteinen ja merkitsee pelkästään nimen kantajan nimitystä. Erisni-
met siis pääsääntöisesti määrittävät, miksi yksilöityä asiaa kutsutaan ilman yleisni-
mien kaltaista merkityksen (esimerkiksi *henkilönnimi* tai *järvi*) määrittelyä. (Zilliacus
1997: 14.)

Tieteenalana nimistötutkimus on varsin nuori, sillä alun perin 1800-luvulla se
syntyi aputieteeksi palvelemaan esimerkiksi arkeologian ja historian tutkimusta (Ai-
niala ym. 2008: 14). Historiallisen kiinnostuksen lisäksi 1800-luvun lopussa nimistön-
tutkimus alkoi erottautua omaksi kielitieteelliseksi tieteenalaksi etenkin Saksassa
ja Skandinaviassa, joissa ryhdyttiin ensimmäisinä tutkimaan systemaattisesti muun
muassa nimien alkuperää eli tekemään etymologista tutkimusta (mts. 61). Nimet

kertovat tutkijoille sanojen historiasta ja levinneisyydestä, mikä on osaltaan auttanut hahmottamaan esimerkiksi ihmisten asutusta, levinneisyyttä ja elinkeinoja tiettyinä aikoina. Näin ollen nimien tutkiminen kiinnostaa kielitieteilijöiden lisäksi edelleen myös monien muiden tieteiden tutkijoita. (Mts. 14–15.)

Suomessa nimistöntutkimus keskittyy suurimmilta osin paikannimistön ja henkilönnimistön tutkimukseen, mutta myös esimerkiksi kaupallisen ja kirjallisuuden nimistön tutkimus on 1900-luvun lopulta lähtien lisääntynyt (Ainiala ym. 2008: 60). Nimistöntutkimuksen keskiössä on ollut paikannimien eli **typonyymien** tutkimus laajojen ja kattavien tutkimusaineistojen ansiosta. Paikannimien tutkimuksessa päähuomiona on usein nimien rakenteiden tutkiminen, nimenantoperusteiden selvittäminen sekä nimien luokittelu. (Mts. 60, 70, 86.) Toisin kuin esimerkiksi henkilönnimet, paikannimet ovat yksilöiviä ja identifioivia ilmauksia; esimerkiksi nimen *Etelä-Pohjanmaa* kuullessamme ymmärrämme ja tiedämme, mistä tietystä paikasta puhutaan, kun taas henkilönnimi *Emmi* viittaa useampaan Emmi-nimiseen henkilöön, jolloin nimen kantajan havaitsemiseksi on huomioitava ympäristö ja konteksti (Ainiala 1997: 426; Ainiala ym. 2008: 86). Ainiala (1997: 426) ja Zilliacus (1997: 15, 18) korostavat, että paikannimet muodostuvat usein ennalta olemassa olevan erisnimen pohjalta, ja vaikka yksilöivään ominaisuuteensa paikannimi ei tarvitse semanttista sisältöä, paikannimissä saattaa olla viitteitä yleisnimen tapaisiin piirteisiin (esimerkiksi *Vaasankatu*).

Perinteisen nimistöntutkimuksen eli etymologisen tutkimuksen lisäksi onomastiikka voi olla niin kulttuuri- ja asutushistoriallista tutkimusta, lainanimistöntutkimusta, typologista tutkimusta kuin sosiolingvististä tutkimusta (Ainiala ym. 2008: 61–75.) Koska tässä tutkimuksessa yritän selvittää nimeen liittyvää suhtautumista ja käyttöä, on tutkimukseni lähimpänä sosiolingvistiikkaa, tarkemmin sanottuna sosio-onomastiikan tutkimusnäkökulmaa.

2.1.1 Sosio-onomastiikka

Kun nimeä tutkitaan typologisuuden sijaan enemmän nimen käytön ja variaation kannalta, tutkimuksen lähestymistapana on **sosiolingvistinen nimistöntutkimus** eli **sosio-onomastiikka** (Ainiala ym. 2008: 75). Sosio-onomastiikassa korostetaan, että on tärkeää tarkastella nimien käyttöä jokapäiväisessä vuorovaikutusympäristössä (Ainiala & Östman 2017: 2), jolloin otetaan huomioon muun muassa nimien käytön sosiaalinen ja tilanteinen kenttä (Ainiala ym. 2008: 75). Nimien käyttöä tutkiessa pohditaan muun muassa, mistä syistä nimiä osataan ja käytetään, ketkä nimiä käyttävät, kuinka laajalti nimet tunnetaan ja mistä asenteet tiettyjä nimiä kohtaan johtuvat (Ainiala 1996: 105; Ainiala & Östman 2017: 2).

Sosio-onomastiikan tutkimusta tehtiin 1970-luvulla enimmäkseen vain ruotsinkielisen paikannimistön parissa. Suomessa varsinainen sosio-onomastinen paikannimitutkimus alkoi 1990-luvulla, jolloin kiinnostuttiin yhteiskunnan muutosten

vaikutuksesta nimenantoon ja niiden käyttöön. Sosio-onomastinen tutkimus toimi myös sujuvana jatkumona muulle paikannimitutkimukselle. (Ainiala ym. 2008: 75.) Ainialan ja muiden (2008: 75–76) mukaan alan varsinainen tienraivaaja on nimien osaamiseen keskittyvä Peter Slotten, Kurt Zilliacuksen ja Gunilla Harlingin nimitaitotutkimus *Sociologiska namnstudier* (1973), kun taas ensimmäinen suomenkielinen sosiaalisiin muuttajiin huomioiva nimitaitotutkimus on *Paikannimien käyttö ja osaaminen – nimitaito Pälkäneen Laitikkalassa* (Ainiala, Komppa, Mallat & Pitkänen 2000). Sosio-onomastisissa tutkimuksissa onkin kiinnostuttu paljon erilaisten taustamuuttujien, kuten iän, sukupuolen tai sosioekonomisen aseman, vaikutuksesta nimiin ja niiden käyttämiseen (Zilliacus 2002: 71).

Sosio-onomastiikkaan kuuluu myös **kansanlingvistinen tutkimus** tai spesifimmin **kansanonomastinen tutkimus**, jossa tarkastellaan kielenkäyttäjien asenteita ja suhtautumista nimiin (Ainiala ym. 2008: 77; Ainiala & Östman 2017: 11). Kansanlingvistinen näkökulma tulee laajimmin esille kaupunkinimistön tutkimuksessa (Ainiala ym. 2008: 77), mikä näkyy sosio-onomastiikan ja kansanlingvistiikan piirissä julkaistuissa tutkimuksissa. Kansanlingvistinen tutkimus on kaupunkinimistössä keskittynyt paljon muun muassa asukkaiden asenteisiin virallisista paikannimistä (ks. esim. Aalto 2002) tai epävirallisia nimiä koskeviin asenteisiin tai niiden käyttöön (ks. esim. Ainiala & Lappalainen 2010). Myös tässä tutkimuksessa pyrin selvittämään, miten Suomi24-keskustelupalstalla kirjoittavat ihmiset suhtautuvat maakuntaan ja sen nimeen ja millä tavalla asenteet tutkimusaineistosta nousevat esille.

2.1.2 Korpusavusteinen nimistöntutkimus

Uusia näkökulmia nimistöntutkimukseen tuo Terhi Ainialan ja Jarmo Harri Jantusen (2019) nimeämä tieteenala **korpusavusteinen nimistöntutkimus** eli **korpusonomastiikka**. Korpusonomastiikka on hyvin tuore nimistöntutkimuksen alalaji, jossa Ainialan ja Jantusen työ *Korpusonomastinen tutkimus slanginimistä Hesa ja Stadi digitaalisissa diskursseissa* (2019) on yksi ensimmäisistä alan tutkimuksista kansainvälisesti sekä ensimmäinen laatuaan Suomessa. Työssä selvitetään, millainen digitaalinen keskustelu syntyy erisnimistä *Hesa* ja *Stadi* Suomi24-keskustelupalstalla sekä millaisia diskurssiprosodioita aineistosta nousee esille. Myös hyvin tuoreessa, keväällä 2022 julkaistussa tutkimuksessa *Mapping digital discourses of the capital region of Finland: Combining onomastics, CADS, and GIS* (Jantunen, Ainiala, Jokela & Tarvainen 2022) yhdistetään sekä onomastiikka, maantieteellisyys että korpuslingvistiikka toisiinsa, mikä kytkeytyy sulavasti myös omaan maakuntaa tarkastelemaan tutkimukseeni. Tällainen edellä mainittujen tutkimusten mukainen, korpustutkimuksen ja nimistöntutkimuksen lähtöasetelmia ja tavoitteita yhdistävä tutkimusnäkökulma rikastaa nimistöntutkimuksen lisäksi myös korpustutkimuksen tutkimuskenttää (Ainiala & Jantunen 2019: 58).

Korpusonomastiikassa aineistona olevia laajoja korpuksia analysoidaan korpus-tutkimuksen menetelmin. Tarkastelun kohteena ovat muun muassa nimien yleisyys, alueellinen ja paikallinen variaatio tai nimen kollokaatteihin ja muihin fraseologisiin suhteisiin (ks. luku 2.3) liittyvä kontekstuaalinen käyttö. (Ainiala & Jantunen 2019: 58.) Analysoitavana olevat laajat, sähköiset tekstiaineistot mahdollistavat muun muassa frekvenssien tai vakiintuneiden mallien tutkimisen (Baker 2010: 6) – näin ollen korpusonomastiikassa perinteisen nimistöntutkimuksen kvalitatiivisuuden eli laadullisuuden sijaan nimistöä tutkitaan kvantitatiivisesti eli määrällisesti (Ainiala & Jantunen 2019: 58). Omassa korpusavusteisessa nimistöntutkimuksessani varsinaisena analyysimenetelmänä toimii CADS, johon liittyy korpus-tutkimuksen lisäksi diskurssianaalyyttisin tutkimuskenttä. CADS esitellään myöhemmin luvussa 3.3.1.

Vaikka varsinainen korpusonomastinen tutkimus on tähän mennessä ollut etenkin Suomessa varsin vähäistä, on sähköistä dataa kuitenkin hyödynnetty nimistöntutkimuksessa myös aiemmin. Varsinaisten tekstikorpusten käyttö nimistöntutkimuksessa on ollut harvinaista, mutta esimerkiksi erilaisia sähköisiä nimilistoja, kuten Väestörekisterikeskuksen, Nimiarkiston tai Paikannimirekisterin tilastoja, hyödyntäviä tutkimuksia on vuosien varrella tehty; henkilönnimien tutkimuksessa tällaisia tilastoja on käytetty esimerkiksi suomalaisten etunimiä koskevan tutkimuksen aineistona (ks. esim. Kiviniemi 2006). Paikannimiin liittyviä sähköisiä tietokantoja ovat käyttäneet esimerkiksi Leino (2007) sekä Nurminen (2012) tutkiessaan muun muassa erilaisia nimeämismalleja sekä paikannimiin sisältyviä typografisanoja. (Ks. tarkemmin Ainiala & Jantunen 2019: 58–59.)

Ainialan ja Jantusen (2019) sekä Jantusen ja muiden (2022) korpusonomastisten tutkimusten lisäksi samaa tutkimusmenetelmää käyttäviä tutkimuksia on tehty Suomessa lisääntyvässä määrin muun muassa opinnäytetöissä (ks. esim. Saari 2020; Klemetti 2021). Kansainvälisesti korpusaineistoja on käytetty fraseologista näkökulmaa hyödyntävässä nimistöntutkimuksessa hiukan enemmän ja aikaisemmin kuin Suomessa. Vaikka korpusonomastiikka-käsitettä ei tuoda kansainvälisissä tutkimuksissa esille, ovat kuitenkin useiden tutkimusten tavoitteet ja menetelmät hyvin samanlaiset kuin omassa tutkimuksessani. Esimerkiksi Halversonin ja Engenen (2010) tutkimuksen tavoitteena on samankaltaisin korpusonomastisin menetelmin saada selville paikannimien esiintymistä ja merkitystä sähköisissä aineistoissa – he ovat kuitenkin tutkineet nimiä *Maastricht* ja *Schengen* norjalaisessa sanomalehtikorpuksessa, joka luonnollisesti eroaa kielenkäytöltään ja sisällöltään käyttämästäni Suomi24-korpuksesta. Myös muissa kansainvälisissä tutkimuksissa on suosittu sanomalehtikorpusten käyttöä: muun muassa *America*-nimen käyttöä ja kollokaatteja (Vaičenoniené 2001) ja *Arab*- ja *Saudi Arabia* -nimien semanttisia preferenssejä (Kamandulytė 2006) on tutkittu liettualaisissa sanomalehtikorpuksissa sekä henkilön- ja paikannimien esiintymistä British National Corpuksessa (Pierini 2008).

2.2 Aluebränditutkimus

Sekä ihmiselle, paikalle että tuotteelle voi syntyä tietynlainen maine, joka voi koostua niin positiivisista kuin negatiivisista mielikuvista ja vaikutelmista (Rainisto 2008: 26). Tällaista mainetta on mahdollista kutsua myös **brändiksi**, jota usein käytetään tuotteiden ja palveluiden mainostamisen yhteydessä; brändillä pyritään erottamaan brändätty tuote kilpailijoistaan. Samalla brändistä pyritään luomaan tunnistettava – esimerkiksi nimi, symboli tai logo voi luoda kuluttajissa tietynlaisia mielikuvia brändistä. **Brändäys** tarkoittaaakin niitä toimia, joilla tuotteesta pyritään saamaan erityinen ja näkyvä. (Kotler ym. 2010: 425.)

Brändäyksessä mielikuvat ja vaikutelmat ovat suuressa roolissa siinä, millaisen maineen ja kuvan tuote tai muu brändättävä kohde saa (ks. esim. Juurikka 2011). Kuten maine, myös mielikuvat eli yksilön sisäiset kuvitelmat voivat olla joko positiivisia, negatiivisia tai molempia. Mielikuvat voivat syntyä niin kuulopuheista, luetuista teksteistä kuin kokemuksista, mutta myös yrityksen omasta mainonnasta, mikä saattaa omalta osaltaan muokata yksilön luonnollista mielikuvaa kohteesta (Juholin 2006: 42; Highhouse, Brooks & Gregarus 2009: 1485–1486). Esimerkiksi organisaatiot pyrkivät vaikuttamaan itseään koskeviin mielikuviiin mahdollisimman paljon muun muassa viestinnällään ja teoillaan (Aula & Heinonen 2002: 37).

Mielikuvat muodostavat siis yksilön mielessä kuvan kohteesta eli maineen. Maine muodostuu esimerkiksi yrityksestä kerrotuista arvottavista tarinoista, jotka kiertävät sidosryhmissä (Aula & Heinonen 2011: 12). Kohteen mainetta voi verrata myös vahvasti käsitteeseen *imago* – imago voidaan käsittää esimerkiksi henkilön tai yrityksen usein tietoisesti itsestään antamaksi kuvaksi, joka on samaan aikaan sekä ulkoisiin, visuaalisiin ja viestinnällisiin että ihmismielen sisäisiin mielikuviiin perustuvaa (KS s.v. *imago*; Kotler ym. 2010: 426). Toisin sanoen maineeseen verrattuna imagon pystyy itse rakentamaan, kun taas maine on ansaittava (Aula & Heinonen 2002: 52): tavoitemaine tekee palvelusta hyvän, mutta epämieluisa maine päinvastoin voi luoda palvelusta huonon (Aula & Heinonen 2011: 12).

Tuotteiden tai palveluiden lisäksi brändi on mahdollista luoda myös ihmisistä ja paikoista: yliopistoista, kaupungeista, kunnista tai maakunnista. **Aluebrändäys** tai **aluemarkkinointi** tarkoittaa sananmukaisesti jonkin tietyn alueen markkinointia samaan tapaan mielikuviiin pohjaten kuin erilaisten tuotteiden mainostamista. Esimerkkejä vahvan brändin omaavista alueista kansainvälisesti ovat muun muassa Pariisi ja New York, joiden brändi ollut näkyvillä jo jonkin aikaa. Myös Suomessa on kiinnostuttu yhä enemmän paikkojen brändäyksestä ja selkeän markkinointilinjan luomisesta. (Rainisto 2008: 23, 51.) Warnaby ja Medwayn (2013: 346) mukaan aluebrändäys on nähty pitkälti sellaisena alana, jossa on keskitytty yhteisöllisyyden rakentamisen sijaan enemmän paikan myymiseen ulkoisille markkinoille. Viime vuosina

aluebrändäyksestä on kiinnostuttu paljon myös tutkimuksen ja teoreettisuuden näkökulmasta ja on huomattu, että paikkamarkkinoinnin luontainen monitieteisyys antaa lähtökohtia monen tieteenalan tutkimuksille (Warnaby & Medway 2013: 346).

Vaikka paikkojen promootiota on tehty jo 1850-luvulla, varsinaista alueiden merkkituotteistamista on alettu kunnolla tutkia vasta 2000-luvulla (Rainisto 2008: 15–16; Warnaby & Medway 2013: 346). **Aluebränditutkimus**, joka selvittää muun muassa brändiin liitettyjä ominaisuuksia ja kertoo esimerkiksi brändin vahvuuksista ja kehittämisestä, keskittyy paljon siihen, millä tavoin brändistä voisi saada houkuttelevamman muun muassa markkinoinnin näkökulmasta (Haaga-Helja 2022). Tutkimusten pääpaino on ollut hyvin selkeästi suuremmissa ja tunnetummissa kaupungeissa sekä Suomessa että ulkomailla. Suomalaisia kaupunkibrändiin liittyviä tutkimuksia ovat muun muassa Rainiston (2008) tekemä tutkimus Helsingistä ja Lahdesta sekä Lila Kuneliuksen maisterintutkielma (2018) koskien Jyväskylää kulttuurikaupunkina.

Kaupunkien lisäksi muiden alueiden aluebrändiä on tutkittu suhteellisen vähän, ja esimerkiksi Suomen maakuntien brändiä ja mainetta ei ole tutkittu paljonkaan. Muun muassa Etelä-Pohjanmaan maakunnan brändin kehittämiseen keskittyy Lari-kan (2016) tekemä tutkielma, mutta myös kyseisen maakunnan imagosta tehty tutkimus (Zimmerbauer 2002) on hyvin vertautuva bränditutkimukseen sisältämänsä Etelä-Pohjanmaan maineen käsittelyn ansiosta. Omassa tutkimuksessani lähestyn Etelä-Pohjanmaan brändin tutkimusta hyvin kielitieteellisestä näkökulmasta diskursioprosoodioita ja diskursseja tutkimalla. Vaikka Suomessa samankaltaista korpuksiin nojaavaa aluebränditutkimusta ei ole tehty, kansainvälisesti tutkimusta kuitenkin löytyy: muun muassa Lam (2018) on tutkinut Hong Kongin brändiä hyödyntäen markkinointitekstejä korpusaineistona.

2.3 Fraseologinen kielikäsitys ja diskurssit

Klassinen näkemys kielestä ja sen rakentumisesta perustuu kielioppiin, joka sanelee, miten esimerkiksi sanoja ja rakenteita käytetään. Kielijärjestelmään nähdään kuuluvan tällöin hyvin suppeasti vain kielioppi ja sanasto, jolloin ne käsitetään erillisinä, mutta kieliopin ympärille keskittyvinä kokonaisuuksinaan. (Hoey 2005: i; Gries 2008: 10.) Sen sijaan muun muassa Michael Hoey (2005: i, 1) kääntää kieliopin ja sanaston suhteen päinvastoin: sanasto nähdään kompleksisena mutta systemaattisesti jäsentyneenä, kun taas kielioppi käsitetään tämän leksikaalisen rakenteen tuloksena. Tällainen näkemys, jossa kieli nähdään sanaston rakenteiden ja kombinaatioiden tuotoksena eikä kielioppiin perustuvana, on osa **fraseologista kielikäsitystä**.

Fraseologinen kielikäsitys näyttäytyy hyvin vahvasti muun muassa idiomiperiaatteessa (*idiom principal*) sekä leksikaalisen primingin (*lexical priming*) teoriassa

(Jantunen 2018: 27). Sinclairin (1991: 110) mukaan on varsin selvää, että sanat eivät esiinny satunnaisesti tekstissä, vaan tietyt sanat ja asiat todennäköisimmin mainitaan yhdessä tai lähekkäin. Näin ollen niin kutsuttu avoimen valinnan periaate (*open-choice principle*), jonka näkemyksenä on, että kieltä käytetään satunnaisesti sanoja valitsemalla, ei Sinclairin mielestä ole mahdollinen. Sen sijaan kielenkäyttäjät yhdistävät tietyjä ilmauksia ja sanoja toisiinsa, jolloin yhden sanan valinta vaikuttaa toisen sanan valintaan. (Sinclair 1991: 110, 173.) Tällöin he valitsevat käyttöönsä niin kutsuttuja puolivalmiita rakenteita. Yksinkertaisimmillaan tämä idiomiperiaate näkyy esimerkiksi englannin kielen ilmeisen toistuvassa ilmauksessa *of course* ('tietysti'): Vaikka ilmaus sisältää kaksi erillistä sanaa, se toimii silti yhtenä fraasina, jonka osat ovat tiukasti liimautuneena toistensa yhteyteen. *Of course* -ilmausta käytetään siis kielessä ikään kuin se olisi yksi sana, sillä sen käyttö on niin vakiintunutta, että sen osia ei eroteta toisistaan. (Mts. 110.)

Sekä idiomiperiaate että leksikaalinen priming korostavat sitä, että tuotamme jatkuvasti puheessamme ja kommunikoinnissamme ilmauksia, jotka koostuvat säännöllisesti toistensa kanssa esiintyvistä sanoista ja rakenteista. Verrattuna idiomiperiaatteeseen leksikaalinen priming perustuu kuitenkin psykolingvistiseen teoriaan. (Jantunen 2018: 27.) Hoeyn (2005: 8) mukaan luomme joko tiedostetusti tai tiedostamatta yhteyksiä tiettyjen sanojen välille, jolloin syntyy toistuvia rakenteita. Näin ollen psykolingvistisestä näkökulmasta painopiste on sanojen välisissä suhteissa, ei niinkään yksittäisissä sanoissa (Hoey 2005: 8). Leksikaalisen primingin periaate näkyy selvästi myös kielenoppijoiden ja natiivipuhujien kielen ymmärryksessä ja käytössä. Luonnollisesti natiivipuhujien kieli kehittyy ja kumuloituu, jolloin opitaan kielen tyyppilliset käyttötavat ja tunnistetaan epätavalliset piirteet kielessä ja sen käytössä. Päinvastoin kielenoppijoille fraseologisuus säilyy ongelmana varsin pitkään, vaikka kieliooppi olisikin hallussa. (Ks. Jantunen 2009.)

Kaikki edellä mainittu toimii fraseologisen kielikäsitteiden pohjana. Itse fraseologian käsite on hyvin laajalle levinnyt, minkä vuoksi määritelmiä sille on monia (Gries 2008: 4). Kaksi suurinta fraseologian lähestymistapaa ovat itäeurooppalaisen ja brittiläisen koulukunnan näkökulmat. Vanhempi ja tätä myöten perinteisempi lähestymistapa fraseologiaan on itäeurooppalaisen koulukunnan näkemys siitä, että fraseologian tutkimus rajautuu laajuudeltaan vain tiettyihin kielellisiin monisanaisiin yksikköihin, kuten idiomeihin ja fraaseihin. (Granger & Paquot 2008: 28–29.) Sen sijaan brittiläisessä koulukunnassa, jossa vaikuttaa vahvasti John Sinclairin ja J.R. Firthin työ fraseologian parissa (Jantunen 2009: 360), lähestymistapa on erilainen. Tässä uudemmassa koulukunnassa fraseologia määritellään laajemmin käyttämällä usein korpuslähtöistä lähestymistapaa leksikaalisten myötäesiintymisten tunnistamiseen. Näin ollen brittiläisessä koulukunnassa muun muassa tilastollisuus ja kollokaatit toimivat selkeästi osana fraseologiaa, ja esimerkiksi idiomit ja fraasit voidaan nähdä kollokaation

tuloksena. Aiemmin esitelty idiomiperiaate toimiikin perustana etenkin brittiläisen koulukunnan lähestymistavalle. (Granger & Paquot 2008: 29.) Omassa tutkimuksessani käsitän fraseologian tämän brittiläisen koulukunnan määritelmän mukaiseksi.

Laajasti määriteltynä fraseologia käsitetään siis jonkin leksikaalisen osan (lemma)muodon ja minkä tahansa muun kielellisen elementin yhteisesiintymisenä (Gries 2008: 5). Toisin sanoen fraseologinen kielikäsite yleisesti tutkii muun muassa **kielen toistuvia rakenteita, ilmauksia tai yhteisesiintymiä**, joita me puheessamme tuotamme (Jantunen 2018: 27). Niin idiomit, sananlaskut, ammattikielen ilmaukset kuin muutkin fraasit ovat esimerkkejä kielen fraseologisuudesta (Sinclair 1991: 111). Kielen vakiintuneita sanojen yhteisesiintymiä kutsutaan kollokaatioiksi, ja tätä ilmiötä esitelen seuraavassa alaluvussa 2.3.1.

2.3.1 Kollokaatio

Toisin kuin fraseologia, monet muut teoriat ottavat huomioon sen, mikä on *mahdollista* kielessä, eivät niinkään, mikä siinä on *luonnollista* (Hoey 2005: 2). Fraseologinen luonnollisen kielenkäytön näkökulma nousee esille muun muassa **kollokaatioiden** eli **leksikaalisten myötäesiintymien** muodossa. Kollokaatiot osoittavat kahden tai useamman sanan välisiä suhteita ja esiintymistä toistensa seurassa: sanalla on taipumus esiintyä tekstissä suhteellisen lähekkäin tiettyjen sanojen yhteydessä, jolloin sanat kollokoivat keskenään. (Sinclair 1991: 170; Stubbs 2002: 24; Baker 2010: 24.) **Kollokaatiksi** kutsutaan sanaa, joka esiintyy tutkittavan sanan eli **noodin** läheisyydessä, ja näiden sanojen myötäesiintymistä kollokaatioksi (Sinclair 1991: 170, 175; Stubbs 2002: 29).

Kollokaatio on noussut esille alun perin kielenoppimisen näkökulmasta – Palmer (1933) otti toistuville sanoille käyttöön termin “kollokaatio”: hän määritteli kollokaation kahden tai useamman sanan peräkkäiseksi kokonaisuudeksi, joka on opittava yhtenäisenä kokonaisuutena (Kennedy 2003: 467–468). Näin ollen kollokaatiot perustuvat vahvasti fraseologian pohjalla oleviin idiomiperiaatteeseen sekä leksikaaliseen primingiin. Yksi tunnetuimmista kollokaatioon liittyvistä toteamuksista on J. R. Firthin (1957) artikkelissaan kirjoittama lausahdus “*you shall know a word by the company it keeps*” (“sanat tunnetaan seurastaan”). Vaikka kollokaatiota on alettu esitellä tarkemmin jo tuolloin 1950-luvulla, on se tutkimuksissa ja teoreettisissa analyyseissa noussut pintaan vasta myöhemmin laajojen korpusaineistojen käytön myötä 80- ja 90-luvuilla. (Jantunen 2004: 15–16.)

Jantunen (2004: 16) mukaan yhä lisääntyvissä kollokaatioon liittyvissä tutkimuksissa ja esittelyissä yhdistyvät kollokaatin määrittelyssä kolme piirrettä: toistuvuus, tilastollinen merkitsevyys ja ulottuvuus. **Toistuvuus** tulee esille kollokaation määrittelyssä, jonka mukaan kollokaatio muodostuu sanoista, joilla on taipumusta esiintyä lähekkäin. Syntagmaattisessa suhteessa olevien sanojen esiintymisen tulisi kuitenkin

olla tarpeeksi toistuva, jotta se voidaan laskea kollokaatioksi. (Jantunen 2004: 16.) Sanojen taajaan toistuvaa myötäesiintymistä voidaan nähdä kuvattavan esimerkiksi ilmauksilla *esiintyä säännöllisesti yhdessä* (*regularly co-occur*) (Halliday & Hasan 1976) tai *tiheään toistuva yhteisesiintyminen* (*frequent co-occurrence*) (esim. Stubbs 2002). Kuitenkin myös harvoin esiintyvistä tapauksista voidaan käyttää kollokaatio-käsitettä: esimerkiksi Sinclairin (1991: 170) mukaan myös kerran esiintyvät kollokaatiot ovat mielenkiintoisia epätavallisuutensa vuoksi.

Toinen kollokaatiolle tyypillinen piirre **tilastollinen merkitsevyys** liittyy vahvasti yhteisesiintymien toistuvuuteen (Jantunen 2004: 17). Kollokaatioita tutkiessa käytetään varsin usein hyödyksi kollokaattien esiintymisfrekvenssejä eli lukuja, jotka kertovat, kuinka usein sana myötäesiintyy aineistossa; jos sana esiintyy korpuksessa kollokaattina esimerkiksi 60 kertaa, on sen absoluuttinen frekvenssi 60. Toisaalta, jos halutaan verrata eri korpuksien kollokaattien frekvenssejä keskenään, tarvitaan tähän vertailuun suhteellisia frekvenssejä, jotka tarkoittavat kollokaatin esiintymisen osuutta tietyn korpuksen koko sanemäärästä. (Baker 2010: 19–20.) On kuitenkin nähty, että absoluuttinen ja tilastollinen frekvenssi eivät kerro tarpeeksi kollokaatioiden merkitsevyydestä, jolla pyritään osoittamaan, ettei niiden esiintyminen ole pelkästään sattumanvaraista (Jantunen 2004: 17).

Sanojen myötäesiintymisen sattumanvaraisuutta pyritään sulkemaan pois yleisimmin kolmella erilaisella tilastollisella testillä: MI-, t- ja z-testillä. **T- ja z- testien** avulla kuvaillaan muun muassa keskihajonnan pohjalta todellisen ja odotuksenmukaisen frekvenssin eroavaisuuksia. Niillä yritetään todistaa, että sanojen välinen myötäesiintymä ei johdu sattumasta. (Barnbrook 1996: 94–98.) **MI-testi** sen sijaan nostaa tyypillisesti sisältösanat kieliopillisten sanojen sijaan merkitseviksi kollokaateiksi (Jantunen 2018: 29). Se pyrkii vertailemaan noodin ja kollokaatin yhteisesiintymän todennäköisyyttä sellaiseen todennäköisyyteen, että ne ovat toisistaan riippumattomia. Testi siis kertoo todennäköisyyden siihen, kuinka todennäköiseksi toisen sanan esiintyminen tekee toisen sanan esiintymisen lähikontekstissa, jolloin saadaan selville näiden sanojen yhteisesiintymän voimakkuus. (Barnbrook 1996: 98–99; Jantunen 2004: 78.)

Kollokaation **ulottuvuudella** Jantunen (2004: 18) tarkoittaa neljää eri seikkaa: kollokationaaliseen suhteeseen kuuluvien sanojen lukumäärää, noodin ja sen kollokaattien välimatkaa toisistaan, noodin ja sen kollokaattien kieliopillista suhdetta ja tarkastelualueen symmetrisyyttä. Kollokationaaliseen suhteeseen kuuluvien sanojen lukumäärä tarkoittaa sitä, kuinka monen sanan yhteisesiintymää voidaan kutsua kollokaatioksi (Jantunen 2004: 18). Jantunen (2004: 18) mukaan tutkijoiden välillä on näkemuseroja, sillä esimerkiksi Sinclair (1987) laskee kollokaatioksi vain kahden sanan myötäesiintymät, kun taas muun muassa Kjellmer (1984) pitää kollokaatioina tämän lisäksi myös useampisanaisia kombinaatioita. Lisäksi näkemys, esiintyvätkö

kollokoivat sanat vierekkäin vai kauempana toisistaan, vaihtelee (mp. 18): esimerkiksi Stubbs (2002: 29) näkee, että kollokaatin ja noodin ei ole pakollista esiintyä vierekkäin.

Se, kuinka kaukana toisistaan kollokoivien sanojen on mahdollisia esiintyä, riippuu noodin ja kollokaattien tarkastelualueesta, joka halutaan rajata tutkimuksissa tarkasti. Tarkastelualue määrittää, millainen kollokoivien sanojen välimatka saa olla toisiinsa. Sinclairin (1991: 170) mukaan tutkittaessa kollokaatteja yleinen tutkimusväli eli **kollokaativäli** on neljä sanaa noodin molemmin puolin (4:4). Toisin sanoen tutkittavan sanan kollokaatti voi olla joko noodin oikealla tai vasemmalla puolella. Ihanteellisesta tutkimusvälistä on kuitenkin useita eri malleja, kuten Stubbsin (1995: 32–33) mainitsevat 3:3 ja 2:2. Tutkimusvälin määrittäminen riippuu myös valinnoista kieliopillisten sanojen ja tarkastelualueen symmetrisyyden suhteen. Osa tutkijoista (ks. esim. Jones & Sinclair 1974: 21) määrittelee tarkastelualueen siten, että siinä ei oteta kieliopillisia rakenteita huomioon, mutta tämä ei päde kaikkiin tutkijoihin (ks. esim. Kjellmer 1987: 133). Symmetrisyydellä taasen tarkoitetaan sitä, ovatko tarkastelualueet samankokoiset noodin molemmin puolin (Jantunen 2004: 21). Usein tarkastelualue on symmetrinen (mp.), vaikka vastakkaisiakin mielipiteitä tutkijoiden keskuudessa löytyy (ks. esim. Mason 1997).

Vaikka kollokaatio määritellään lähtökohtaisesti edellä mainittuja piirteitä omaavaksi ilmiöksi, on siihen kuitenkin suhtauduttu tutkijoiden keskuudessa eri tavoin. Kollokaatiosta voidaan puhua sekä tekstuaalisessa, tilastollisessa että assosiatiivisessa merkityksessä (Jantunen 2001: 173), joista **lähtökohtana omassa tutkimuksessani toimii tilastollinen näkökulma**. Tekstuaalisessa määritelmässä kollokaation nähdään muodostuvan Sinclairin (1991: 170) mukaan kahdesta tai useammasta sanasta, jotka esiintyvät tekstissä toistensa läheisyydessä riippumatta siitä, kuinka toistuvaa esiintyminen on. Näin ollen mikä tahansa sana, joka esiintyy toisen sanan yhteydessä kollokaativälin sisällä, voi tämän määritelmän mukaan olla noodin kollokaatti (Jantunen 2001: 173). Tilastollisessa merkityksessä puhuttaessa sen sijaan korostuvat tilastollisuus ja toistuvuus, sillä on tärkeää, että kollokaatio toistuu tutkittavassa aineistossa riittävän usein (mp.): Hoey (1991: 7–8) näkee kollokaation olevan noodin ja kollokaatin yhdistelmä, joka esiintyy aineistossa tilastollisesti useammin kuin olisi noodin ja kollokaatin omien frekvenssien perusteella odotuksenmukaista. Assosiatiivisessa määritelmässä painotetaan merkitykseltään yhteen liittyvien sanojen luontaista taipumusta esiintyä yhdessä eli kollokoida keskenään (esim. *hevonen* ja *hirnua*), jolloin kollokaatiossa korostuu kielen ulkoinen maailma (Leech 1990: 17).

Kollokaatio voidaan visuasoida muun muassa sekä tekstiesimerkkeinä että taulukoina. Usein tutkimuksissa voidaan havaita kollokaation etsimisessä ja kuvaamisessa myös esimerkiksi tietokoneohjelman avulla luotuja allekkaisia tekstirivejä, joissa näkyy noodi lähikonteksteineen. Tällaista esiintymismuotoa kutsutaan **konkordansiksi**, joka tarkoittaa tietyn sanan tai ilmauksen esiintymiskontekstien muodostamaa

26). Ilmiötä on tutkinut aiemmin muun muassa Jantunen (2018) tarkastellen *homojen* ja *heteroiden* digitaalisia diskursseja laajassa Suomi24-korpusaineistossa. Myös muun muassa *jokamiehen oikeudet*-sanon (Mäkelä 2021) ja *kansa*-sanon (Johansson, Jantunen, Heimo, Ahonen & Laippala 2018) diskurssiprosodiaa on tutkittu käyttäen suuria tekstimassoja aineistona.

Diskurssiprosodian lisäksi samasta ilmiöstä usein käytetään käsitettä *semanttinen preferenssi* (Jantunen 2018: 29), ja jotkut tutkijat käsittävät diskurssiprosodian enemmän *semanttisen prosodian* mukaiseksi ilmiöksi, jossa osoitetaan etenkin diskurssiivisen kontekstin negatiivisuutta ja positiivisuutta, jotka kielivät kielenkäyttäjän asenteesta (Bednarek 2008: 119; Baker 2010: 132–133). Suurin eroavaisuus *semanttisen preferenssin* ja *diskurssiprosodian* välillä voidaan havaita siinä, millainen rooli tilastollisuudella niissä on. Stubbs (2002: 65) määrittelee semanttisen preferenssin toisiinsa liittyvien sanojen väliseksi suhteeksi, mutta tämän lisäksi muun muassa Hoey (2005: 17) korostaa, että semanttinen preferenssi kuvaa sellaisia semanttisia piirteitä, jotka jäävät merkitsevimpien kollokaattien tarkastelun ulkopuolelle. Semanttinen preferenssi saattaa olla myötäesiintymien semanttinen yleistys, jota ei voida selittää pelkästään tilastollisten kollokaatioiden avulla (mts. 16–17). Diskurssiprosodiassa sen sijaan nousee esille toistuvuus: merkitysryhmien löytämiseksi tarkastellaan tilastollisesti merkitseviä piirteitä, kuten kollokaatteja, ja ne ryhmitellään kontekstuaalisten merkitysten mukaisesti prosodisiin luokkiin (Jantunen 2018: 29). Tässä tutkimuksessa määrittelen diskurssiprosodian tällaisena tilastollisena ominaisuutena: ilmaus esiintyy toistuvasti sille tavanomaisissa diskursiivisissa konteksteissa.

2.3.3 Diskurssit ja fraseologisuus

Kielenkäyttö on aina vuorovaikutusta jossakin tietyssä kontekstissa ja osana sosiaalista toimintaa (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 14, 94–95). Kielenkäyttöön liittyy vahvasti näkemys käytössä olevasta kielestä (”language in use”), joka linkittyy erityisen paljon **diskursseihin** ja niiden syntymiseen (Sinclair 1991: 172; Gee 2010: 34). Diskurssin käsite on yleisesti hyvin moniulotteinen, koska sitä käytetään monella eri tieteenalalla (Baker 2006: 3; Pietikäinen & Mäntynen 2019: 27). Yksi paljon käytetty diskurssin määritelmä käsittää diskurssin vakiintuneena kielenkäyttönä tietyssä tilanteessa tai tietyllä alalla (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 30), mutta tämän lisäksi esimerkiksi Gee (2010: 34) korostaa, että diskurssit ovat myös sosiaalisesti hyväksytyjä kielenkäytön tapoja. Muun muassa Fairclough (2003: 124) näkee diskurssit tapoina representoida ja käsittää sekä aineellisen, mentaalisen että sosiaalisen maailman eri puolia, jolloin diskurssit toimivat erilaisina näkökulmina maailmaan. Diskursseilla voidaan siis nähdä olevan kaksisuuntainen suhde ympäristönsä kanssa samalla tavoin kuin kielellä ja kontekstilla on: yhtäältä sekä kieli että diskurssit rakentuvat sosiaalisissa

käytännöissä, ja toisaalta ne itse rakentavat ympäröivää maailmaa ja sosiaalista todellisuutta (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016: 34; Pietikäinen & Mäntynen 2019: 15).

Konkreettisesti diskurssit löytyvät muun muassa kielenkäyttötilanteita ja niiden näkökulmia tarkastellessa: esimerkiksi metsien hakkaamisen eri diskursseina voivat olla luonnonsuojeludiskurssi tai talousdiskurssi (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 94). Myös fraseologisuudessa on mahdollista puhua diskursseista – diskurssiprosodioiden ja kollokaattien avulla voidaan luoda laajempia diskursseja eli toisin sanoen tutkia, millaisista eri kulmista tutkittavaa ilmiötä voidaan käsitellä (ks. esim. Ainiala & Jantunen 2019). Fraseologisuuden yhteydessä diskursseista puhutaan muun muassa tekstinä, joka sijaitsee tutkittavien ilmausten ympärillä (Sinclair 1991: 172), mutta diskurssit käsitetään myös yleisesti kielimuotoina, jotka ovat lausetta laajempia kokonaisuuksia (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 29). Näin ollen pelkästään sanat ja ilmaisut itsessään eivät sisällä kaikkea vuorovaikutuksellista ja diskursiivista merkityspotentiaalia, vaan diskursiivinen merkitys syntyy ilmauksen ja kontekstin sekä tulkinnan yhteisvaikutuksesta (mts. 94).

Konkreettisesti diskursseihin voidaan fraseologisuudessa ja korpusavusteisen lähestymistavan avulla päästä käsiksi tilastoperustaisesti, mikä ei ole perinteiselle diskurssintutkimukselle tyypillistä (Jantunen 2018: 21). Koska tutkimuksessa on tarkastelussa laaja aineisto, on pyrkimyksenä löytää diskursseja tilastollisen toistuvuuden keinoin, jolloin yritetään löytää sellaisia diskursseja, joita ei välttämättä paljaalla silmällä havaittaisi (Stubbs 2002: 147; Partington, Duguid & Taylor 2013: 11). Esimerkiksi jos aineistossa toistuvat usein ilmaukset *etninen*, *rotu* ja *heimo*, voivat ne yhteisesti nostaa tarkemman tarkastelun myötä aineistosta esille kielellisen rasismin diskurssin (Stubbs 2002: 147), samoin kuin liikkumiseen ja matkustamiseen liittyvät toistuvasti aineistossa esiintyvät kollokaatit voivat osoittaa kaupungissa vierailemisen diskurssin (ks. Ainiala & Jantunen 2019: 69). Diskursseja siis käsitellään kieliainesten yhteisvalintaa korostavasti fraseologisin keinoin (Jantunen 2018: 21).

Diskurssintutkimuksessa (ks. luku 3.3.1) nousee keskiöön kontekstin käsite. **Konteksti** eli käyttöyhteys tarkoittaa kielentutkimuksessa muun muassa sitä lingvististä ympäristöä, missä mikä tahansa ilmaus esiintyy ja sellaisia tekstinulkoisia tekiä, jotka vaikuttavat tekstin tulkintaan. (Sinclair 1991: 171; Jantunen 2004: 11.) Kun diskurssintutkimusta tehdään fraseologisella pohjalla noodeja ja kollokaatteja tutkien, käytetään tutkimuksen yhteydessä kontekstia vielä tarkkarajaisempaa käsitettä **koteksti**. Koteksti tarkoittaa jonkin tietyn sanan tai ilmauksen tekstuaalista lähikontekstia – siis tutkittavan sanan tai ilmauksen kummalla tahansa puolella olevaa tekstiä eli sanoja. (Sinclair 1991: 171–172; Jantunen 2004: 12.) Koteksti ei silti käsitä ainoastaan lauseyhteyttä, vaan kotekstiksi on mahdollista laskea myös lause- ja virkerajat ylittävä teksti. Korpustutkimuksessa tutkittavaa ilmiötä tarkastellaan usein jo ennalta päätehtyn tarkastelualueen eli kotekstin sisässä (Jantunen 2004: 12).

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

3.1 Suomi24 verkkokeskustelualustana ja aineistona

Tutkielmani aineistona käytän Suomen Kielipankin Suomi24 2001–2020 -korpusta. Kielipankki on erilaisia kieliaineistoja sisältävä palvelukokonaisuus, jonka palveluista vastaa kansallinen suomalaisten yliopistojen ja tutkimusorganisaatioiden muodostama FIN-CLARIN-konsortio (Kielipankki 2021a). Korpukset ovat kooltaan laajoja, kymmenistätuhansista jopa miljardeihin saneisiin ulottuvia tekstiaineistoja, jotka ovat systemaattisesti kerättyjä kokoelmia luonnollisesta kielestä. Korpuksia on niin sisällöltään kuin muodoltaan monenlaisia: korpus voi koostua muun muassa kirjoitetuista tai puhutuista teksteistä, kuten videoista, ääninäytteistä ja fiktiivisistä tai ei-fiktiivisistä teksteistä, ja aineistoja löytyy useilla eri kielillä. (Stubbs 2002: 25; Baker 2010: 12.)

Suomi24 2001–2020 -korpus sisältää Suomi24-keskustelupalvelun keskustelut vuosilta 2001–2020 jaettuna 20 osakorpukseen vuosittain. Kokonaisuudessaan korpus sisältää yli 4,5 miljardia sanetta, ja aineistossa kaikkien keskustelujen sisältö näkyy tutkijalle enintään kappaletasolla. (City Digital Group 2021.) Suomi24-keskustelufoorumi sisältää keskusteluja lukuisista aihealueista; keskustelualueiden teemoina ovat esimerkiksi *suhteet, ajoneuvot ja liikenne, tunteet, terveys ja perhe*, joille myös löytyy erilaisia alatasoja (Lagus, Pantzar, Ruckenstein & Ylisiurua 2016: 6; Suomi24 2022).

Suomi24-keskustelualueella keskustelijat pystyvät osallistumaan eri aihealueiden keskusteluihin anonyymisti nimimerkkien takana. Koska Suomi24 on verkossa sijaitseva anonyymi keskustelufoorumi ja verkkoyhteisö, sen sisältö on sekä kielellisesti että sisällöllisesti hyvin monipuolista. Digitaaliselle viestinnälle on tyypillistä esimerkiksi puhekielisyys, kuten lyhenteiden, uusien sanojen tai muoti-ilmausten käyttö, mitä voidaan välillä kutsua niin kutsutuksi ”somekieleksi” (Niemi 2015). Toisaalta verkkoviestinnän kielen voidaan havaita myös vaihtelevan yleiskielen ja

yleispuhekielen välillä runsaasti, minkä vuoksi tutkimusaineistona Suomi24-keskustelufoorumi toimii varsin antoisana kieliaineistolähteenä. Anonyymiutensa, julkisen saatavuutensa sekä tutkimuskäyttöön luodun korpuksen ansiosta aineisto on myös tutkimuseettisesti pätevä.

Aineistoa tutkiessa tulee kuitenkin huomioida se, että foorumin käyttäjäkunta on jossain määrin valikoitunutta – esimerkiksi keskustelualueiden teemoista ja ryhmistä riippuen osallistujat voivat identifioitua esimerkiksi eläkeläisiksi, opiskelijoiksi tai seksuaalivähemmistöön kuuluviksi. (Lagus ym. 2016: 5, 10, 38.) Citizen Mindscales -tutkimushankeen teettämän Suomi24-käyttäjäkyselyn mukaan Suomi24-foorumin peruskäyttäjätyyppinä toimii kaupungissa asuva keski-ikäinen mies, joka asuu yhdessä avio- tai avopuolisonsa kanssa. Kuitenkin koska kysely toteutettiin avoimesti verkossa, eivät kyselyn tulokset edusta koko Suomi24-foorumin käyttäjäkuntaa. (Ruckenstein 2017.) Suomi24-foorumin käyttäjät ja näin ollen myöskään oma tutkimusaineistoni eivät siis käsitä kaikkia suomalaisia ja heidän mielipiteitään, vaan keskusteluun osallistuvat valikoidut, keskusteluun mukaan intoutuneet kansalaiset.

3.2 Aineiston keruu

Suomi24-korpuksesta olen pyrkinyt kokoamaan analysoitavaksi aineistoksi kaikki *Etelä-Pohjanmaan* esiintymät konteksteineen koko 20 vuoden ajalta. Olen kerännyt aineiston Kielipankin Korp-konkordanssityökalua käyttäen syksyllä 2021. Korp-käyttöliittymä on Ruotsissa Göteborgin Språkbankenissa kehitetty verkkopohjainen työkalu, jolla voidaan tehdä hakuja kieliopillisesti jäsennellyistä teksteistä (Kielipankki 2021b). Pohjanaan Korp käyttää VRT-tallennusmuodon tietoja, mikä tarkoittaa, että se sisältää tietoja kielen sanaluokista sekä lauseenjäsennyksistä. Korpissa voi tehdä haun esimerkiksi sanalla, sen osalla, perusmuodolla tai sanaluokalla, minkä jälkeen osumat Korp näyttää ensisijaisesti konkordanssina (ks. luku 2.3.1). (Lagus ym. 2016: 15.)

Koska tavoitteenani on ollut saada käsiini mahdollisimman todenmukainen aineisto, olen hakenut Suomi24-korpuksesta *Etelä-Pohjanmaan* esiintymiä kahdellatoista erilaisella hakusanalla; aineistoni sisältää siis niin kieliopillisesti oikein kirjoitetut kuin myös oikeinkirjoitusohjeiden vastaisesti kirjoitetut esiintymät. Eteläpohjalaismurteille on tyypillistä sanassa esiintyvä svaavokaali² (Lyytikäinen, Rekunen & Yli-Paavola 2013: 250), joten aineisto sisältää myös tällaiset murteelliset ilmaukset. Kuusi ensimmäistä hakusanaa ovat *etelä-pohjanmaa*, *eteläpohjanmaa*, *etelä pohjanmaa*, *etelä-pohjanmaa*, *eteläpohjanmaa* ja *etelä pohjanmaa*. Lisäksi koska sananloppuiselle *n*:lle on tyypillistä

² Svaavokaali voi esiintyä sanassa eräiden konsonanttiyhtymien välissä niin sanottuna välivokaalina, kuten esimerkiksi sanassa *jalaka* (Lyytikäinen ym. 2013: 250).

assimiloituminen³ *m:n* tai klusiilin edellä (VISK § 39), olen hakenut edellä mainitut hakusanat vielä assimiloituneessa muodossa (*etelä-pohjanmaa, eteläpohjanmaa, etelä pohjanmaa, etelä-pohojammaa, eteläpohojammaa* ja *etelä pohojammaa*).

Olen hakenut kaikki yhteen kirjoitetut hakusanat (8 kpl) Korpin yksinkertaisessa haussa samaistaen isot ja pienet kirjaimet sekä ottaen mukaan myös sanan alku- ja loppuosan, jolloin myös sekä pienillä että isoilla kirjaimilla kirjoitetut esiintymät sekä taivutetut sananmuodot tulevat aineistoon mukaan. Esimerkki tällaisesta yksinkertaisesta hausta näkyy kuviossa 2. Erikseen kirjoitetut hakusanat olen hakenut Korpin laajennetussa haussa perusmuotoisina kuvan 3 mukaisesti samaistamalla pien- ja suuraakkoset, sillä yksinkertaisessa haussa ei pysty hakemaan kahta erikseen kirjoitettua sanaa yhtä aikaa. Yhteen kirjoitetut hakusanat olisi ollut mahdollista hakea myös tällä laajennetulla haulla perusmuotoisina, mutta jostain syystä laajennettu haku ei löydä kaikkia Etelä-Pohjanmaan aineistoesiintymiä, minkä vuoksi olen päättänyt käyttämään näissä tapauksissa yksinkertaista hakua.

The screenshot shows the Korp search interface with the following elements:

- Navigation tabs: Yksinkertainen (selected), Laajennettu, Edistynyt, Vertailu.
- Search input: etelä-pohjanmaa, with a 'Hae' button and a dropdown arrow.
- Advanced search options: 'myös' section with checked boxes for 'alkuosa', 'loppuosa ja samaista pien- ja suuraakkoset'. Below it is a dropdown for 'teksteistä' and a text input for 'jotka sisältävät'.
- Footer: 'Konkordanssi: 1000', 'järjestä korpuksen sisällä: vasen konteksti', and 'Tilastoja: laskentaperuste: sana'.

KUVIO 2 Yksinkertainen haku Korp-käyttöliittymässä.

The screenshot shows the Korp search interface with an extended search:

- Navigation tabs: Yksinkertainen, Laajennettu (selected), Edistynyt, Vertailu.
- Search criteria: Two criteria boxes are visible. The first has 'perusmuoto' and 'on' selected, with 'etelä' in the input field. The second has 'perusmuoto' and 'on' selected, with 'pohjanmaa' in the input field. A 'tai' (or) label is between the boxes.
- Search button: 'Hae' with a dropdown arrow.
- Footer: 'Konkordanssi: 1000', 'järjestä korpuksen sisällä: vasen konteksti', and 'Tilastoja: laskentaperuste: sana'.

KUVIO 3 Laajennettu haku Korp-käyttöliittymässä.

Korp-hakujen jälkeen olen ladannut aineistohaut kappalekonteksteineen Microsoft Exceliin, missä aineisto latautui useampaan tiedostoon konkordanssivälilehtien mukaan sekä lemmatisoimattomana että lemmatisoituna. Koska tutkimukseni tarkastelee *Etelä-Pohjanmaa*-erisnimen käyttöä, olen karsinut ensin Excelissä aineistosta pois kaikki *Etelä-Pohjanmaalla* asuvaa henkilöä tarkoittavat sanat taivutusmuotoineen (esimerkiksi *etelä-pohjanmaalainen, eteläpohojammaalaisen, eteläpohjanmaalaisia*) ja

³ Assimiloitumisessa äänne omaksuu vieressä tai lähietäisyydellä olevan äänteen ominaisuuksia tai muuttuu sen kaltaiseksi (Tieteen Termipankki 2022).

konkordanssiriveineen. Korpin yksinkertaisessa haussa ottamalla mukaan sanan loppuosan (ks. kuvio 2) myös tällaiset esiintymät päätyvät aineistoon. Lisäksi olen poistanut identtiset esiintymät automaattisella kaksoiskappaleiden eli dublikaattien poistolla. Tällaisia identtisiä esiintymiä on syntynyt aineistoon esimerkiksi silloin, kun keskustelussa toisen viestiä on lainattu omaan viestiin. Vaikka olen tehnyt Excelin automaattisen dublikaattien poiston useammassa eri vaiheessa ensin jokaisesta erillisestä tiedostosta ja tämän jälkeen kaikki konkordanssirivit sisältävästä tiedostosta, ohjelma ei silti ole tunnistanut kaikkia identtisiä konkordanssirivejä muun muassa sen vuoksi, että rivit eroavat toisistaan esimerkiksi yksittäisten lainausmerkkien tai pisteiden käytöllä. Tutkimusaineistoni sisältää siis joitain identtisiä kaksoiskappaleita, mikä toisaalta osoittaa Suomi24-foorumien käytön luonteen: keskustelupalstoilla muun muassa toisen viestien lainaaminen on osa vuorovaikutusta ja keskustelun etenemistä.

Dublikaattien poistamisen jälkeen lemmatisoitu eli perusmuotoistettu aineisto on siistitty poistamalla Microsoft Wordissa ylimääräiset välimerkit ja välilyönnit. Lopuksi aineisto on tallennettu analyysissä käyttämäni konkordanssiohjelman hyväksymään txt.-muotoon. Lopulliseen tarkasteluun on päätyneet 17 748 Etelä-Pohjanmaan esiintymän sekä vajaan 750 000 saneen suuruinen siistitty tutkimusaineisto.

3.3 Aineiston analyysimenetelmät

Työssäni aineiston analyysimenetelmät vaihtuvat analyysin eri vaiheissa. Analyysini lähtee liikkeelle korpusavusteisen diskurssintutkimuksen pohjalta, johon kuuluvat kollokaatio-, diskurssiprosodia- ja diskurssianalyysi. Työni aluebrändiä tutkivassa osiossa diskursseihin nojautuvan epävirallisen brändin luomisen lisäksi analyysityökaluksi nousee viralliseen brändiin liittyen kevyesti myös sisällönanalyysi. Nämä menetelmät tulen esittelemään tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

3.3.1 Korpusavusteinen diskurssintutkimus

Näkyvimpänä aineiston analyysimenetelmänä tässä työssä on **korpusavusteinen diskurssintutkimus**, joka toimii tutkimukseni teoreettis-metodologisena taustana. Vasta 2000-luvun puolella jalansijaa tutkimuskentillä ottaneessa korpusavusteisessa diskurssintutkimuksessa eli **CADSissa** (*corpus-assisted discourse studies*) yhdistyvät sekä korpustutkimuksen että diskurssintutkimuksen menetelmät (Jantunen 2018: 21, 25). CADSissa tutkimuksen lähtökohtana voidaan pitää juuri Suomi24-keskustelupalstan kaltaisia laajoja tietokoneistettuja tekstiaineistoja, ja tällöin kvantitatiivisesta tiedosta edetään korpuslingvistisesti kohti kvalitatiivista diskurssintutkimusta (mts. 26). CADS-lähestymistavan tavoitteena on paljastaa korpustekniikkaa käyttäen tutkittavassa diskurssityypissä sellaisia asioita, joita ei tekstiä normaalisti lukien havaitsisi;

korpus tekniikoiden käyttämisessä ei olisi mitään järkeä sellaisten merkityksien paljastamiseksi, jotka olisivat helposti saatavilla perinteisen diskurssianalyysin keinoin (Partington ym. 2013: 11). CADS perustuu siis kielikäsitteeseen, jonka mukaan kieli on sekä kertautuvaa että kontekstuaalista (Jantunen 2018: 26).

CADS nähdään osaksi **korpuslingvistiikan** tutkimusperinnettä. Kvantitatiivinen korpuslingvistiikka sisältää kielen muotoa ja/ tai toimintaa koskevia tutkimuksia, joissa analyysiin sisältyy hyvin vahvasti tietokoneistettujen korpusten käyttö ja joiden tuloksia on mahdollista jossain määrin yleistää. (Partington ym. 2013: 10.) Korpuslingvistiikassa aineistoa tarkastellaan perinteisesti fragmentaarisesti eli osittain katkonaisesti tilastollisen lähestymistavan vuoksi, eivätkä koko aineiston tarkka läpikäyminen tai kokonaiset tekstit ole siinä keskiössä (Jantunen 2018: 23–24). Tutkijalle tärkeimpänä näkyvät esimerkiksi meta- eli kuvailutiedot, erilaiset sanalistat ja konkordanssit (mts. 24), minkä lisäksi CADSissa korpusta analysoidaan edellä mainittujen käsitteiden tutkimisen lisäksi diskurssintutkimukselle ominaisesti muun muassa tekstien tarkemman lukemisen muodossa (Partington ym. 2013: 12; Jantunen 2018: 24). Partingtonin ja muiden (2013: 12) mukaan CADSissa pyritäänkin saamaan selville kielen diskursiivinen ympäristö käyttäen sekä määrällisiä että laadullisia menetelmiä.

Pelkkä korpuslingvistinen tutkimus ei siis sisällä CADSiin verrattuna laadullista diskurssiin keskittyvää osiota, vaan pelkästään määrällistä tutkimusta; se keskittyy enemmän itse kielen sanastoon ja rakenteisiin, kun taas CADSissa nousee esille myös diskurssintutkimuksellinen tekstien sisältöihin ja vuorovaikutuksellisuuteen fokusoituva tutkimusnäkökulma (Jantunen 2018: 22). Funktionaaliseen kielikäsitteeseen perustuvan **diskurssintutkimuksen** yhtenä keskeisimpänä tutkimuskohteena onkin kieli sosiaalisena toimintana ja vuorovaikutuksen välineenä (Luukka 2000: 135; Pietikäinen & Mäntynen 2019: 14), ja nimensä mukaisesti se on kiinnostunut diskurssista, joita löydetään sanastoa, kieltä ja rakenteita tutkimalla (Jantunen 2018: 22). Korpuslingvistiikkaan verrattuna diskurssintutkimuksessa yksittäiset, kokonaiset tekstit ovat analyysin kannalta merkittäviä (mts. 23). CADS on näiden kahden tutkimussuuntauksen välimuoto: se yhtäältä tutkii laajasta aineistosta määrällisesti muun muassa kollokaatteja ja niiden frekvenssejä ja toisaalta keskittyy tämän jälkeen tutkimaan kielen muotoa ja toimintaa kommunikatiivisena diskurssina (Partington ym. 2013: 10).

CADS juontaa juurensa 1990-luvulle, jolloin tutkimus keskittyi korpusavusteisiin, poliittisia tekstejä hyödyntäviin, tutkimuksiin (Jantunen 2018: 25 mukaan mm. Stubbs 1996). Korpus tutkimuksessa CADS on alusta alkaen ollut jossain määrin käytössä, toisin kuin diskurssintutkimuksessa, jossa isojen aineistojen käyttö ja tulosten yleistettävyyden on edelleen suhteellisen harvinaista (Biber, Conrad & Reppen 1998: 106–107; Partington ym. 2013: 10). Vaikka CADSia olikin hyödynnetty jo ennen 2000-lukua erinäisissä tutkimuksissa, Partingtonin ja muiden (2013: 10) mukaan ensimmäisen kerran termin *corpus-assisted discourse studies* otti käyttöön vasta Partington (2004a)

2000-luvun alussa. Ensimmäinen suomalainen CADs-tutkimus on Liisa-Maria Lehdon *Korpusavusteinen diskurssianalyysi japaninsuomalaisen kielipuheesta* (2018), jonka analyysin taustalla vaikuttaa fraseologinen näkökulma samalla tavoin kuin omassa korpusonomastisessa tutkimuksessani. CADsia on hyödynnetty Suomessa enenevässä määrin myös muissa muun muassa diskurssiprosodioita ja kollokaatteja käsittelevissä tutkimuksissa, joita on esitelty jo aiemmin luvussa 2.3.2.

3.3.1.1 Kollokaatioanalyysi

Tutkin keräämäni aineistoa CADsiin pohjaten kollokaatioanalyysin avulla. Kollokaatioanalyysissä käytän korpus- ja tekstianalyysiin hyödynnettävää AntConc-kordanssiohjelman versiota 3.5.9 (Anthony 2020), jossa hyödynnän tilastollisena testinä MI-testiä. MI-testi nostaa aiemmin mainitusti sisältösanat kieliopillisten sanojen sijaan merkitseviksi kollokaateiksi (Jantunen 2018: 29). Koen MI-testin sopivan parhaiten tutkimukseni tilastolliseksi testiksi siksi, koska tavoitteenani on saada selville merkitysryhmiä ja diskursseja, jotka parhaiten näkyvät juuri sisältösanojen muodossa. Lisäksi käytän analyysissä tarkasteluvälinä 4:4-väliä, jossa tarkasteltavina kollokaatteina on neljä sanaa noodin oikealla ja vasemmalla puolella. Sinclairin (1991: 170) mukaan 4:4 on hyvin yleinen kollokaatioväli, ja samaa tarkasteluväliä ovat käyttäneet muun muassa Ainiala & Jantunen (2019) omassa vastaavanlaisessa tutkimuksessaan. Kollokaatiksi laskettavan sanan vähimmäisfrekvenssi tutkimuksessani on 50.

Koska tutkimuksessani tarkasteltavana hakusanana eli noodina on yhteensä 12 erilaista *Etelä-Pohjanmaan* sananmuotoa, olen päätenyt muuttamaan aineistoni kaikki Etelä-Pohjanmaan hakusanat yhteen muotoon, jotta AntConcin käyttämisestä tulisi yksinkertaisempaa. Hakusanaksi valitsin *eteläpohjanmaa*-muodon, koska AntConc ei tunnista oikeinkirjoitusohjeiden mukaisesti kirjoitetun *etelä-pohjanmaa*-muodon yhdy sviivaa. *etelä-pohjanmaa*-muodon käyttäminen vääristäisi tällöin tuloksia.

Tutkimuksessa tarkasteluun on valittu kaikki ne *eteläpohjanmaan* kollokaatit, joiden MI-arvo on vähintään ⁴. Ladattuani tekstiaineiston AntConciin ja haettuani noodin kollokaatteja määrittelemieni rajausten sisäpuolelle jääviä kollokaatteja löytyi yhteensä 238. Kuitenkin koska Kielipankin automaattinen lemmatisointi ei ollut täysin onnistunut ⁵, muokkasinkin tekstitiedostossa esiintyvät tarkasteluun kuuluvat kollokaatit siten, että kaikkien lemmamuodot ovat oikein. Tämän jälkeen tarkasteltaviksi kollokaateiksi jäi yhteensä 230 kollokaattia.

⁴ Analyysiin otettavien kollokaattien MI-arvojen vaihteluväli on 3.00019 (*ehkä ja kolme*) – 5.27883 (*juonikylä*). Näiden sanojen frekvenssien vaihteluväli on 50 (*ympäri, lakeus, vapaa, ilta, sopia ja seurata*) – 10229 (*olla*).

⁵ Automaattinen lemmatisointi ei ollut tunnistanut sananmuotoja *täälä ja täältä, sieltä, suomen, muualta, paras* sekä *uusua* (adjektiivi, monikko). Myös välillä väärin lemmattuja sanoja olivat *käräjäoikeus* ja *uusimaa*, jotka olivat silloin tällöin lemmautuneet muotoihin *käräjäoikeus* ja *uusua*.

Tarkasteltavien kollokaattien joukossa on muutamia sellaisia kollokaatteja, joiden merkitystä täytyy hiukan taustoittaa. Kollokaattilistassa on muun muassa neljä yksittäisestä kirjaimesta muodostuvaa kollokaattia: *d*, *p*, *m* ja *v*. *d* ja *p* nousevat merkityksimpiin kollokaatteihin mukaan internetkeskusteluissa käytetyistä hymiöistä. Esimerkiksi jos kirjoittaja on käyttänyt omassa puheenvuorossaan hymiötä *:D*, on AntConc on jostain syystä poiminut yksittäisen *d*:n noodin kollokaatiksi. *m* sen sijaan on aineistossa yleisimmin lyhenne sanasta *metri* ja *v* sanasta *vuosi*. AntConc ei myöskään ole tunnistanut yhdyssanojen välissä olevaa yhdysviivaa, jolloin se on katsonut viivan vierekkäiset sanat erillisiksi kollokaateiksi. Tällaisia kollokaatteja ovat esimerkiksi *länsi*, *pohjois*, *keski*, *varsinais* ja *ely* (ely-keskus), jotka olen analysoinut normaalisti kollokaatteina, vaikka kaikki eivät esiinnykään perusmuodossa.

3.3.1.2 Diskurssiprosodioiden ja diskurssien analyysi

Kollokaatioanalyysin pohjalta lähestyn löydettyjä kollokaatteja jakamalla ne kaikki merkitysryhmiin, jotka tuovat esille sen, millaisia diskurssiprosodioita kollokaatit aineistosta luovat. Pyrin jakamaan kollokaatit merkitysryhmiin sen merkityksen pohjalta, millaisessa ne aineistossa esiintyvät. Usean sanan monimerkityksisyyden vuoksi joudun välillä tutkimaan myös niiden esiintymiskontekstia. Otan siis huomioon diskurssiprosodia-analyysissä aineistoperustaisuuden ja sanojen kielellisen ympäristön, mikä auttaa kollokaattien merkitysten hahmottamista. Avaan diskurssiprosodialuokkia esittelemällä ryhmiin kuuluvia kollokaatteja esimerkiksi taulukoin ja kuvioin sekä valottamalla kollokaattien monimerkityksisyyttä ja merkitysryhmävalintoja aineistosta poimitujen tekstiesimerkkien avulla.

Suhteellisen määrällisestä diskurssiprosodia-analyysistä siirryn tutkimaan syn-tyneiden merkitysryhmien pohjalta sitä, millaisia diskursseja Etelä-Pohjanmaasta nousee näkyviin. Tässä laadullisessa diskurssianalyysin vaiheessa otetaan analyysiin laajemmin mukaan tutkittavien merkitysryhmien kollokaattien lähiympäristö eli konteksti, vaikkakin pohjalla toimii edelleen CADSille tyypillinen tilastollisiin menetelmiin perustuva näkökulma. Diskurssianalyysini etenee diskurssipainotteisesti, eli esittelen diskurssit omissa alaluvuissaan, ja analyysia tukevat diskurssiprosodiat tulevat esille diskurssianalyysin lomassa. Analyysissä perustelen valintojani ja löydöksiäni tilastoperustaisiin kollokaatteihin nojaten sekä tuon esille aineistoesimerkkejä, jotka tukevat havaintojani. Diskurssit tuovat kokoavasti näkyville sen, millä tavalla yleisimmin Etelä-Pohjanmaasta puhutaan Suomi24-keskustelupalstalla.

3.3.2 Aluebrändin tutkiminen ja sisällönanalyysi

CADS-analyysin jälkeen etenen Etelä-Pohjanmaan epävirallisen aluebrändin koaamiseen ja analysoimiseen. Luon löydettyjä diskursseja hyödyntämällä Etelä-Pohjanmaan epävirallisen aluebrändin Suomi24-palstalla koostamalla diskurssit siten,

että ne luovat maakunnasta brändin: näkyvimvät ja tärkeimmät diskurssit ja diskursioiden eri näkökulmat ovat pohjana maakuntabrändille, joka tässä tapauksessa tarkoittaa Etelä-Pohjanmaan mainetta ja samalla myös maineen kautta syntyvää imagoa.

Edellä mainitun lisäksi vertailen epävirallista brändiä virallisempaan Etelä-Pohjanmaan maakunnan aluebrändiin, jonka luon sisällönanalyysin avulla Etelä-Pohjanmaan liiton toimittamasta maakuntastrategiasta *Huomisen lakeus* (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c), Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisemasta matkailustrategiasta *Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa* (Järvinen ym. 2020) sekä Visit Lakeus -matkailuyrityksen luomasta *Inspiroidu Etelä-Pohjanmaasta* -sivustosta (Visit Lakeus 2022b). Etelä-Pohjanmaan liitto on kuntayhtymä, jonka tavoitteena on muun muassa luoda toimintaa ja yhteistyötä niin Etelä-Pohjanmaan asukkaiden, kuntien kuin koko maakunnan hyväksi (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022a), ja Visit Lakeus Oy taasen pyrkii tekemään Etelä-Pohjanmaan tunnetuksi matkailualueena esimerkiksi matka-, majoitus- ja nähtävyyssesittelyjen muodossa (Visit Lakeus 2022a).

Kvalitatiivinen **sisällönanalyysi** on tekstianalyysia, jolla pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa, jolloin aineistosta on mahdollista järjestellä johtopäätöksiä (Tuomi & Sarajärvi 2018: 117). Sisällönanalyysissä tavoitteena on kuvata aineiston sisältöä sanallisesti, ja tämä voi tapahtua muun muassa sisällön erittelyn, teemoittelun tai luokittelun avulla (mts. 104, 118–119). Omassa tutkimuksessani sisällönanalyysi toimii virallisen maakuntabrändin kokoamisen menetelmänä: luon brändin lähteenä olevista aineistoista ensin perehtymällä aineistoon sekä tämän jälkeen erittelemällä ja yhdistelemällä niiden päänäkökulmat. Koska kyseessä on nimenomaan mainostarkoituksessa luodun brändin kokoaminen, sisällönanalyysini sisältää rajauksia sen mukaan, että olen käsittänyt brändin kuvaavan positiivisesti maakunnan nykytilaa. Tämän vuoksi keskityn siis alueen positiivisen maineen tämänhetkiseen kuvaamiseen. Toisaalta aineistojen funktion ja niiden sisällöllisen tavoitteen johdosta uskon myönteisyyden ja ajankohtaisuuden nousevan varsin luonnollisesti esille.

Tutkimukseni koostuu loppujen lopuksi siis kahdesta eri aineistosta ja analyysistä: sekä Suomi24-korpuksesta ja CADSista että maakunta- ja matkailustrategioista ja sisällönanalyysistä, joista toki jälkimmäinen analyysiosio on selkeästi suppeampi kokonaisuus. Koska koostan virallisen maakuntabrändin itse, se ei luonnollisesti ole täysin oikeaksi todettu brändimalli, mutta valintani siitä, mitkä näkökulmat ovat tärkeimmät Etelä-Pohjanmaan maineen rakentamisessa, perustuvat muun muassa Etelä-Pohjanmaan liiton ja Visit Lakeuden näkemyksiin ja mainontaan. Brändianalyysin lopputuloksena tuon esille pohdintaa epävirallisen ja virallisen brändin yhtäläisyyksistä ja eroavaisuuksista, mikä kenties voisi auttaa maakuntaa ja yrityksiä esimerkiksi Etelä-Pohjanmaan markkinoinnissa.

4 ANALYYSI JA TULOKSET

Tässä luvussa esittelen Etelä-Pohjanmaan maakuntaan liittyvän korpusonomastisen tutkimuksen analyysin ja tulokset. Analyysi lähtee liikkeelle kollokaatio- ja diskurssi-prosodia-analyysistä, josta jatkan eteenpäin diskurssien esittelyyn ja avaamiseen. Luvun lopuksi luon edellä mainittujen analyysien ja tulosten pohjalta Etelä-Pohjanmaan epävirallisen maakuntabrändin, jota vertaan maakunnan viralliseen brändiin.

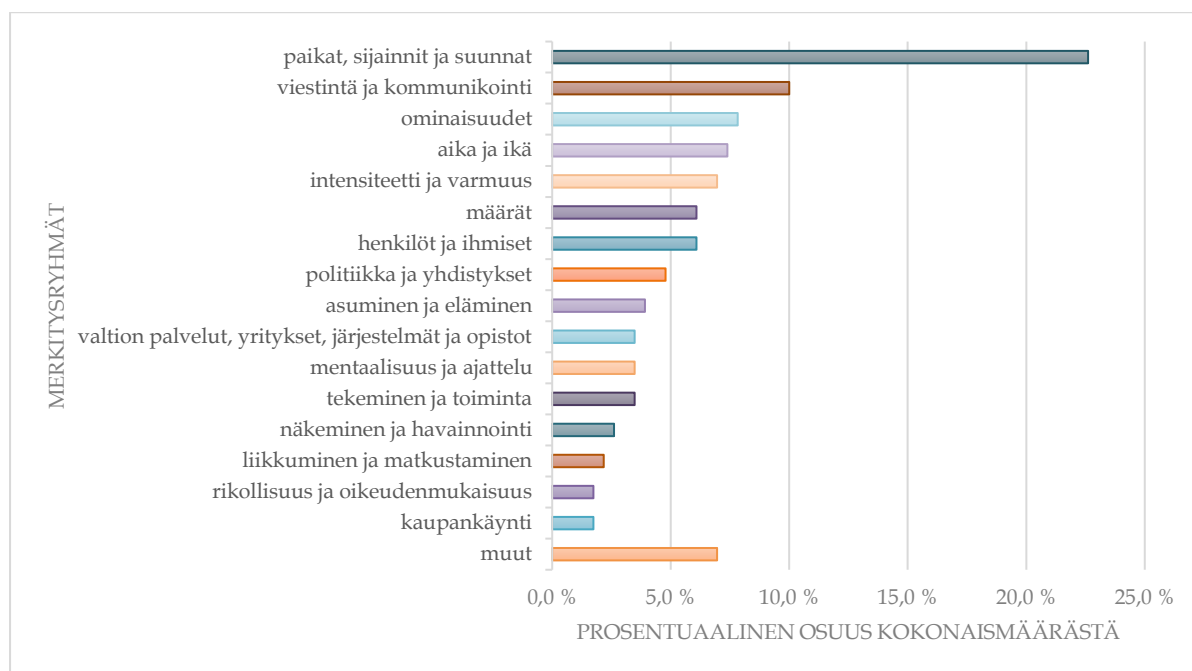
4.1 Etelä-Pohjanmaan diskurssiprosodiat

Etelä-Pohjanmaan diskurssiprosodioiden selvittämiseksi olen jakanut kaikki 230 merkitsevintä kollokaattia aineistoperustaisesti ryhmittelemällä merkitysryhmiin. Nämä merkitsevimmät kollokaatit frekvensseineen ja MI-arvoineen näkyvät kokonaisuudessaan tämän tutkielman liitteessä 1. Suomen kielelle ja yleisesti leksikaalisuudelle on tyypillistä monitulkintaisuus ja -merkityksisyys (Laalo 1989: 220), minkä vuoksi myös usea aineistossani oleva kollokaatti on vaatinut tarkempaa sanan merkityksen tutkimista, jotta olen voinut jakaa ne niille sopiviin ryhmiin. Tällaisesta leksikaalisesta monitulkintaisuudesta voidaan erottaa käsitteet **homonymia** ja **polysemia**; polysemiassa yhdellä sanalla tai lekseemillä on useampia toisiinsa liittyviä merkityksiä, kun taas homonymiassa erimerkityksiset sanat ovat samanasuisia toisiinsa nähden (mp.). Esimerkiksi aineistossani homonyymisiä kollokaatteja ovat muun muassa TULO⁶ (esim. 'tuleminen' tai 'ansiona, palkkana, voittona tms. saatava rahamäärä' (KS s.v. *tulo*)) ja JUURI (esim. 'kasvin alustaansa kiinnittävä ja siitä vettä ja ravinteita imevä peruselin' tai 'parhailaan, paraikaa' (KS s.v. *juuri*)). Polyseemisiä sen sijaan ovat esimerkiksi OIKEIN (esim. 'täysin, kunnolla, kokonaan' tai 'kovasti, voimakkaasti' (KS s.v.

⁶ Kollokaatit on analyysissa kirjoitettu KAPITEELEIN. Lisäksi kapiteelein kirjoitetut sanat ovat lemmamuodossa, eli sanat edustavat kaikkia sanan taivutusmuotoja.

oikein)) ja PITÄÄ (esim. 'suorittaa, toimittaa, järjestää' tai 'säilyttää hallussaan, käyttää' (KS s.v. *pitää*)). Oikeiden merkitysten hahmottamisessa käytän apuna Kielitoimiston sanakirjaa (KS).

Olen jakanut kollokaatit yhteensä 17 merkitysryhmään, jotka näkyvät kuviossa 4. Kollokaatit ovat päätyneet analyysini mukaisiin ryhmiin sen merkityksen pohjalta, jollaisessa kollokaatti useimmiten aineistossa esiintyy. Merkitysryhmiin jaottelussa olen ottanut huomioon myös sen, millaisessa yhteydessä kollokaattina oleva sana luonnollisessa kielenkäyttötilanteessa voi näyttäytyä. Jos kollokaatti esiintyy aineistossa kahdessa eri merkityksessä lähes yhtä paljon, olen asettanut kollokaatin tällöin kahteen merkitysryhmään. Sellaiset kollokaatit, jotka eivät sovi muihin merkitysryhmiin tai muodosta mitään muuta merkitysryhmää, olen luokitellut ryhmään *muut*. Merkitysryhmät eli diskurssiprosodiat ovat: *paikat, sijainnit ja suunnat* (52)⁷, *viestintä ja kommunikointi* (23), *ominaisuudet* (18), *aika ja ikä* (17), *intensiteetti ja varmuus* (16), *määrät* (14), *henkilöt ja ihmiset* (14), *politiikka ja yhdistykset* (11), *asuminen ja eläminen* (9), *yrietykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut* (8), *mentaalisuus ja ajattelu* (8), *tekeminen ja toiminta* (8), *näkeminen ja havainnointi* (6), *liikkuminen ja matkustaminen* (5), *rikollisuus ja oikeudenmukaisuus* (4), *kaupankäynti* (4) ja *muut* (16).



KUVIO 4 Etelä-Pohjanmaan kollokaateista muodostuneiden merkitysryhmien suhteelliset osuudet.

⁷ Suluissa oleva numero tarkoittaa merkitysryhmän sisältämien kollokaattien lukumäärää.

Kuten kuviosta 4 huomataan, kaksi suurinta diskurssiprosodiaa ovat *paikat, sijainnit ja suunnat* sekä *viestintä ja kommunikointi*. *Paikat, sijainnit ja suunnat* on kaikista merkitysryhmistä selkeästi suurin; ryhmään on päätynyt 230 kollokaatista 52, mikä on 23 % kaikista analyysin kollokaateista. Merkitysryhmän sisältö näkyy taulukossa 1. Ryhmä sisältää erisnimiset ja yleisnimiset paikannimet, joita ovat esimerkiksi KAUAJOKI, LAPPI, UUSIMAA, SUOMI, MAAKUNTA, PITÄJÄ ja RANNIKKO sekä sijaintia ja suuntaa osoittavat ilmaukset (KUULUA, SIJAITA, SINNE, TÄÄLLÄ; PÄIN, POHJOIS⁸). Tämän vuoksi merkitysryhmä on jaettu neljään eri alamerkitysryhmään, jotka ovat *erisnimiset paikannimet, yleisnimiset paikat, sijainnit* sekä *suunnat*. Näistä ryhmistä selkeästi eniten kollokaatteja sisältävä ryhmä on *erisnimiset paikannimet*, jonka sisältämät kollokaatit olen jakanut vielä omiin alaryhmiinsä (ks. taulukko 1). Alaryhmässä *sijainnit* olevan kollokaatin KUULUA merkitys aineistossa on yleisimmin 'lukeutua jhk, olla jnk osana, liittyä, sisältyä jhk' (KS s.v. *kuulua*), kuten intransitiivilauseessa *Seinäjäki kuuluu Etelä-Pohjanmaahan*. Tämän vuoksi olen päättänyt sijoittaa sen kyseiseen ryhmään.

TAULUKKO 1 Diskurssiprosodia *paikat, sijainnit ja suunnat*.

<p>ERISNIMISET PAIKANNIMET</p> <p><i>Kaupungit, kunnat ja kylät</i> ALAJÄRVI, KAUAJOKI, KAUAHA, KURIKKA, LAPUA, SEINÄJOKI, TAMPERE, VAASA, ÄHTÄRI; ILMAJOKI, JALASJÄRVI, LAPAJÄRVI, SOINI, VIMPELI; JUONIKYLÄ</p> <p><i>Maa- ja seutukunnat</i> KAINUU, KARJALA, LAPPI, PIRKANMAA, POHJANMAA, SATAKUNTA, SAVO, UUSIMAA; JÄRVISEUTU</p> <p><i>Maat</i> SUOMI</p> <p>YLEISNIMISET PAIKAT</p> <p>KAUPUNKI, KUNTA, KYLÄ, MAAKUNTA, PAIKKA, PAIKKAKUNTA, PITÄJÄ, RANNIKKO, SEUTU</p> <p>SIJAINNIT</p> <p>KUULUA, MUUALLA, RAJA, SIELLÄ, SIJAITA, SINNE, TUOLLA, TÄNNE, TÄÄLLÄ</p> <p>SUUNNAT</p> <p>KESKI, LÄNSI, POHJOINEN, POHJOIS, PÄIN, SUUNTA, VARSINAIS, YMPÄRI</p>
--

Myös muissa korpusonomastisissa tutkimuksissa paikkoja ja sijainteja kuvaavia kollokaatteja sisältävä merkitysryhmä korostuu samalla tavalla selkeästi suurimpana diskurssiprosodiana. Sekä Ainialan ja Jantusen (2019), Saaren (2020) että Jantusen ja

⁸ Muista kollokaateista poiketen merkitysryhmään on päätynyt myös kollokaatteja, jotka ovat yhdyssanan osia, ks. luku 3.3.1.1.

muiden (2022) tutkimuksissa paikkoja kuvaava(t) diskurssiprosodia(t) sisältää omaa tutkimustani vastaavasti niin erisnimisiä kuin yleisnimisiä kollokaatteja, mutta eroavaisuutta voidaan havaita etenkin erisnimisten paikannimien joukossa. Esimerkiksi Saaren (2020) ja Ainialan ja Jantusen (2019) tutkimuksissa *Helsingin* ja *Hesan* erisnimisten kollokaattien joukossa on huomattavan paljon Suomen suurimpia kaupunkeja, kun taas omassa tutkimuksessani nousee esille enemmän paljon pienempiä maalaiskaupunkeja ja -kuntia sekä maakuntia. Koen, että *Etelä-Pohjanmaa* maakuntana luonnollisesti saattaa keskusteluissa saada usein seurakseen muita maakuntia, ja maakunta itsessään sisältää paljon pieniä kaupunkeja ja kuntia, joista keskustelua varmasti Etelä-Pohjanmaan yhteydessä käydään. *Helsinki* maan pääkaupunkina saattaa sen sijaan vertautua lähemmin muihin suuriin kaupunkeihin. Joka tapauksessa on hyvin luonnollista, että paikkoihin, sijainteihin ja suuntiin liittyvät sanat esiintyvät usein paikannimen, oli kyse sitten kaupungista tai maakunnasta, läheisyydessä; paikan sijainnista saatetaan keskustella tai paikkaa voidaan verrata muihin kohteisiin paljon.

Muihin edellä mainittuihin korpusonomastisiin tutkimuksiin verrattuna sen sijaan kommunikaatioon liittyvä diskurssiprosodia on minun tutkimuksessani selkeästi suurempi. Merkitysryhmän verrattain suuri koko voi johtua siitä, että esimerkiksi uutisoinnissa tulee usein mainituksi paikkakunnan lisäksi myös maakunta, jossa uutisoitava tapaus on sattunut (ks. luku 4.2.4). Tutkimukseni toiseksi yleisin *viestintä ja kommunikointi* -diskurssiprosodia sisältää 23 kollokaattia (10,0 % kaikista kollokaateista), ja sen sisältö näkyy taulukossa 2. Ryhmässä on sekä yleisesti kommunikaatioon ja kielimuotoihin liittyviä (KERTOJA, PUHUA, SANOJA; MURRE; PALSTA) että uutisointiin sopivia (ILKKA, LEHTI, TILASTO, UUTINEN) kollokaatteja, ja nämä aihepiirit toimivat samalla diskurssiprosodian alaryhminä. PALSTA-kollokaatin olen laittanut kommunikaatioryhmään sen vuoksi, että se esiintyy keskusteluissa *keskustelupalstan* merkityksessä. *Uutisointi*-alaryhmässä esiintyvä ILKKA taas ei aineistossani tarkoita ihmisen nimeä, vaan *Ilkka*-sanomalehteä (nykyinen *Ilkka-Pohjalainen* ⁹) esimerkin (1) mukaisesti:

1. *Etelä-Pohjanmaan Ilkka*-lehti maksaa kestonä 2 x 117 euroa eli 234 €, eli eipä paljon jää jälkeen Hesarista.

Ominaisuudet-diskurssiprosodia (KIVA, LAAJA, LAKEUS, SUOMENKIELINEN), joka sisältää 18 kollokaattia, ei monista muista ryhmistä poiketen sisällä alaryhmiä, vaan merkitysryhmä koostuu kokonaan ominaisuutta kuvaavista sanoista. Sen sijaan *aika ja ikä* -diskurssiprosodiassa (LUKU, TULEVAISUUS, TÄNÄÄN; VUOTIAS) on kaksi alaryhmää, *ajanilmaisut* ja *ikä*. (Ks. taulukko 2.) LUKU-kollokaatti on päätyntä ajanilmaisuihin mukaan kontekstuaalisen merkityksensä vuoksi; *luku* esiintyy aineistossa useimmin

⁹ ks. Ilkka-Yhtymä Oyj 2019.

vuosilukujen, kuten 1900-luvulla, yhteydessä. Diskurssiprosodia *intensiteetti ja varmuus* sisältää 16 intensiteetin ja varmuuden eri muotoja ilmaisevaa kollokaattia (taulukko 2), joita ovat esimerkiksi JUURI, OIKEIN, KAI, SATTUA ja VARMASTI. Kuten luvun alussa toin esille, homonyymistä *juuri*-sanaa voidaan käyttää useassa eri merkityksessä, mutta tutkimukseni aineistossa se esiintyy useimmiten esimerkin (2) mukaisesti jotakin asiaa tähdentävänä merkityksessä 'täsmälleen, tarkalleen, aivan' (KS s.v. *juuri*).

2. Nimittäin keskihinta ainakin täällä *Etelä-Pohjanmaalla* on **juuri** tuo 50 euroa.

NÄYTTÄÄ ja VAIKUTTAA näkyvät aineistossa selkeimmin *näyttäisi/vaikuttaisi olevan* -kaltaisissa yhteyksissä, mikä viittaa selvästi epävarmuuteen ja pohtimiseen. Samoin SATTUA esiintyy aineistossa useimmiten merkityksessä 'tulla sattumalta tehneeksi jtk t. olleeksi jssak tilassa t. jonkinlainen' (KS s.v. *sattua*), mikä näkyy esimerkissä (3). OIKEIN taas esiintyy aineistossa usein sekä merkityksessä 'täysin, kunnolla, kokonaan' (4) että merkityksessä 'erittäin, hyvin, kovin' (5) (KS s.v. *oikein*). Molemmissa merkityksissä *oikein* toimii intensiteettimäärittäjänä, joten sanan polyseemisyys ei merkitysryhmiin jakamisessa tässä tapauksessa ole tuottanut ongelmia.

3. [- -] ei 1.700 euron bruttokuukausipalkka mieltä ja toimeentuloa ylennä, jos nyt **sattuu** työtä löytymään hoitoalalta *Etelä-Pohjanmaalta*.
4. Elikkä pian ikää 15v ja pitäis mopo ostaa, mutta en **oikein** tiedä *Etelä-Pohjanmaan* alueelta missä myitäisiin uusia Derbi / Yamaha mopoja.
5. Ja homma toimii *Etelä-Pohjanmaalla* **oikein** hyvin ja eheytyneen alueen menestyminen jatkuu.

TAULUKKO 2 Diskurssiprosodiat *viestintä ja kommunikointi, aika ja ikä, ominaisuudet ja intensiteetti ja varmuus*.

VIESTINTÄ JA KOMMUNIKOINTI	OMINAISUUDET	AIKA JA IKÄ	INTENSITEETTI JA VARMAUS
<p><i>Kommunikaatio ja kieli- muodot</i></p> <p>ANTAA, KANNATTAA, KER- TOA, KUULLA, KYSYÄ, LU- KEA, PUHUA, SANOA, SO- PIA, TARKOITTAAN, TODETA; KESKUSTELU, MURRE; PALSTA</p> <p><i>Interjektiot</i></p> <p>HEI, JOO, KIITOS, KYLLÄ</p> <p><i>Uutisointi</i></p> <p>ILKKA, LEHTI, SIVU, TI- LASTO, UUTINEN</p>	<p>ENSIMMÄINEN, HIENO, HYVÄ, ISO, KIVA, KOVA, LAAJA, LAKEUS, MUKAVA, NIMI, PIENI, RUOTSINKIELI- NEN, SUOMENKIELINEN, SUURI, TÄLLAINEN, UUSI, VAPAA, YLEINEN</p>	<p><i>Ajanilmaisut</i></p> <p>AINA, ALKU, EDELLEEN, EN- TINEN, HISTORIA, ILTA, JOS- KUS, KESÄ, LUKU, TULEVAI- SUUS, TÄNÄÄN, VIIKKO, VIIME, YLEENSÄ</p> <p><i>Ikä</i></p> <p>IKÄ, VUOTIAS, V</p>	<p><i>Intensiteetti</i></p> <p>JUURI, OIKEIN, ONNEKSI, LÄHINNÄ</p> <p><i>Varmuus</i></p> <p>AINAKIN, VARMASTI, VAR- SINKIN</p> <p><i>Epävarmuus ja epärointi</i></p> <p>EHKÄ, KAI, NÄYTTÄÄ, SAT- TUA, TAI, TAITAA, VAI, VAI- KUTTAA, VARMAAN</p>

Kolmen seuraavaksi suurimman merkitysryhmän sisältö näkyy taulukossa 3. Lukusanoja, määriä ja niiden muutosta ilmaisevia kollokaatteja sisältävä diskurssi-prosodia on *määrät*, joka sisältää yhteensä 14 kollokaattia (AINOA, ENITEN, LASKEA, YKSI). *Henkilöt ja ihmiset* -diskurssiprosodiaan (14 kollokaattia) kuuluvat alaryhmiensä mukaisesti sekä henkilöön viittaavat pronominit (ERÄS, MINÄ, SINÄ) että henkilöön/henkilöihin viittaavat substantiivit (KAVERI, NAINEN, VÄKI). *Politiikka ja yhdistykset* (11 kollokaattia) sen sijaan sisältää sellaiset sanat, joilla on jokin politiikkaan tai poliittiseen toimintaan viittaava merkitys, kuten KEPU, LIITTYÄ, PERUSSUOMALAINEN, PUHEENJOHTAJA sekä ÄÄNI. LIITTYÄ esiintyy aineistossa merkityksessä 'yhtyä, yhdistyä, kerääntyä kokonaisuudeksi' (KS s.v. *liittyä*), kuten ilmaisussa *hän liittyi yhdistykseen*, minkä vuoksi kollokaatti on luokiteltu *politiikka ja yhdistykset* -diskurssiprosodiaan. Huomionarvoista on, että kaikki kolme diskurssiprosodiaa esiintyvät kaikissa edellä mainitsemisani korpusnomastisissa tutkimuksissa.

TAULUKKO 3 Diskurssiprosodiat *määrät, henkilöt ja ihmiset* ja *politiikka ja yhdistykset*.

MÄÄRÄT	HENKILÖT JA IHMISET	POLITIikka JA YHDISTYKSET
AINOA, ENITEN, KAIKKI, KAKSI, KASVAA, KOKO, KOLME, LASKEA, M, PALJON, PROSENTTI, RIITTÄÄ, YHTÄÄN, YKSI	Henkilöt ja ihmiset (substantiivi) HENKI, KAVERI, MIES, NAINEN, SUKU, TYTTÖ, VÄKI Pronominit ERÄS, ITSE, KUKAAN MINÄ, MÄ, SINÄ, SÄ	Poliittiset puolueet KEPU, KESKUSTA, KOKOOMUS Henkilöt JÄSEN, PERUSSUOMALAINEN, PUHEENJOHTAJA Poliittinen ja yhdistysten toiminta LIITTO, LIITTYÄ, PERUSTAA, PIIRI, ÄÄNI

Alle 10 kollokaattia eli alle 4 % kaikista kollokaateista sisältäviä merkitysryhmiä on kahdeksan kappaletta, ja kollokaattien määrä vaihtelee niissä neljästä yhdeksään. Nämä diskurssiprosodiat sisältöineen näkyvät taulukoissa 4 ja 5.

TAULUKKO 4 Diskurssiprosodiat *asuminen ja eläminen, yritykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut, mentaalisuus ja ajattelu ja tekeminen ja toiminta*.

ASUMINEN JA ELÄMINEN	YRITYKSET, JÄRJESTELMÄT, OPISTOT JA VALTION PALVELUT	MENTAALISUUS JA AJATTELU	TEKEMINEN JA TOIMINTA
ASUA, ASUKAS, ASUSTELLA, ELÄÄ, KASVAA, KOTOISIN, MUUTTAA, SYNTYÄ, TALO	ELY, KESKUS, OPISTO, PIIRI, SAIRAANHOITOPiIRI, SOTE, TOIMIA, VOIMA	HENKI, KIINNOSTAA, KOKEMUS, MUISTAA, TIETO, TIETÄÄ, TUNTEA, TUNTUA	JÄRJESTÄÄ, OLLA, OSATA, PITÄÄ, TAPAHTUA, TAPAUS, VERRATA, VOIMA

TAULUKKO 5 Diskurssiprosodiat *näkeminen ja havainnointi, liikkuminen ja matkustaminen, rikollisuus ja oikeudenmukaisuus ja kaupankäynti.*

NÄKEMINEN JA HAVAINNOINTI	LIKKUMINEN JA MATKUSTAMINEN	RIKOLLISUUS JA OIKEUDENMUKAISUUS	KAUPANKÄYNTI
ETSÄ, LÖYTYÄ, LÖYTÄÄ, NÄHDÄ, NÄKYÄ, SEURATA	JÄÄDÄ, KÄYDÄ, LÄHTEÄ, MATKA, TULO	KÄRÄJÄOIKEUS, POLIISI, POLIISILAITOS, TUOMITA	HINTA, MYYDÄ, OSTAA, YRITTÄJÄ

Yllä luetellut diskurssiprosodiat sisältävät nimensä mukaisia kollokaatteja samaan tapaan kuin aiemmin luetellut merkitysryhmät. Suurin eroavaisuus toisiin tutkimuksiin verrattuna löytyy omassa tutkimuksessani *liikkuminen ja matkustaminen* -diskurssiprosodiasta. Kun Ainialan ja Jantusen (2019), Saaren (2020) ja Jantusen ynnä muiden (2022) tutkimuksissa liikkumiseen ja matkustamiseen liittyvä merkitysryhmä on hyvin yleinen (viiden yleisimmän merkitysryhmän joukossa), minun tutkimuksessani kollokaattien määrä merkitysryhmässä on varsin pieni, 2,2 % kaikista kollokaateista (ks. kuvio 4). Näyttäisi siltä, että tietyistä kaupungeista puhuttaessa nousee enemmän näkyville kaupunkiin/kaupungista/kaupungissa liikkuminen ja matkustaminen, kun taas laajemman alueen, maakunnan, ympärillä matkustamiseen liittyvät kollokaatit ovat hiukan harvinaisempia. Tämä voi johtua siitä, että useammin esimerkiksi matkakohteesta puhuttaessa keskiössä saattaa olla kohteena oleva kunta tai kaupunki kuin maakunta, jossa se sijaitsee – maakunta saattaa tulla puheeksi enemmänkin lisätietona. Tutkimuksessani *asuminen ja eläminen* -diskurssiprosodia sen sijaan on yleisempi kuin *liikkuminen ja matkustaminen*, mikä tukee päätelmää siitä, että matkustuskohteesta puhuminen ei välttämättä keskity maakuntaan, vaan maakunta nähdään päinvastoin enemmän asuinalueena.

Kaikkien mainittujen merkitysryhmien lisäksi kaikista sellaisista kollokaateista, jotka eivät ole sopineet mihinkään merkitysryhmään, olen muodostanut niin kutsutun kaatoryhmän, diskurssiprosodian nimeltä *muut* (taulukko 6). *Muut*-ryhmä sisältää muun muassa kollokaatit D ja P, jotka ovat päätyneet kollokaattilistaan hyymiöistä (ks. luku 3.3.1.1) sekä ESIMERKIKSI, KUTEN, MIKSI ja SOPIA.

TAULUKKO 6 Diskurssiprosodia *muut*.

<i>MUUT</i>
COM, D, ELL, ESIM, ESIMERKIKSI, HTTP, JOKIN, JUTTU, KUTEN, MIKSI, MIKÄ, NO, NÄIN, P, SIIS, SOPIA

Kuten edeltä huomaa, olen jakanut kollokaatit aineistossa esiintyvän merkityksensä mukaan omiin ryhmiinsä. Kuitenkin esimerkiksi HENKI-kollokaatti on asetettu kahteen erilaiseen merkitysryhmään: *henkilöt ja ihmiset ja mentaalisuus ja ajattelu*. Kollokaatti esiintyy siis aineistossa lähes yhtä paljon sekä ihmisiä tarkoittavan lukumäärän merkityksessä (6) että ihmisiä yhdistävässä henkisen ilmapiirin merkityksessä (7).

6. Pohjanmaan alue kasvoi viimevuonna n. 1100 **henkeä**, *eteläpohjanmaa* menetti n. 600 **henkeä**.
7. Seinäjoella *Etelä-Pohjanmaalla* on SEMMONEN ISÄNMAALLINEN **HENKI**

Myös kollokaatti VOIMA esiintyy aineistossa kahdessa yhteydessä: sitä käytetään sekä perinteisesti suorituskykyyn viittaavassa merkityksessä että sähköyritykseen Etelä-Pohjanmaan Voima Oy:hyn viitattaessa, minkä vuoksi olen ryhmitellyt sen *tekeminen ja toiminta-* ja *yritykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut* -diskurssiprosodioidiin. Myös esimerkiksi kollokaatin POLIISILAITOS olisin voinut merkityksensä vuoksi jakaa kahteen eri merkitysryhmään: *rikollisuus ja oikeudenmukaisuus-* sekä edellä mainittuun *yritykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut*-diskurssiprosodiaan. Päädyin kuitenkin laittamaan kollokaatin ensin mainittuun ryhmään siksi, koska se esiintyy useimmiten rikoksiin ja onnettomuuksiin liittyvässä kontekstuaalisessa ympäristössä esimerkin (8) mukaisesti. TULO (*liikkuminen ja matkustaminen*) esiintyy aineistossani taasen 'tuleminen'-merkityksessä. Myös muun muassa verbikollokaattien joukossa on sellaisia kollokaatteja, joiden jakaminen merkitysryhmiin on vaatinut samanlaista tarkempaa kontekstin tarkastelua. Esimerkiksi luvun alussa mainittu kollokaatti PITÄÄ esiintyy aineistossa yleisimmin merkityksessä 'suorittaa, toimittaa, järjestää; hoitaa, huolehtia jstak.' (KS s.v. *pitää*) (9), minkä vuoksi se on päätynyt ryhmään *tekeminen ja toiminta*.

8. Poliisi etsii Alavuden yössä nähtyä mopopoikaa. *Etelä-Pohjanmaan poliisilaitos* pyytää yleisön apua viime yön Alavuden keskustan tapahtumien vuoksi.
9. Valehtelun SM-kilpailut **pidettiin** *Etelä-Pohjanmaan* Korttesjärvellä.

Kuten sanottua, korpuseronomastisten tutkimusten välillä on eroavaisuuksia siinä, mitkä kollokaatit ja diskurssiprosodiat ovat yleisimpiä. Tätä on mahdollista perustella edellä mainitusti muun muassa tutkittavan paikannimen valinnalla: omassa tutkimuksessani tarkasteltavana nimenä toimii maakunta, muissa tutkimuksissa kaupunki. On kuitenkin muistettava, että edellä mainitut päätelmät eivät ole yleistettävissä, vaan pohdintoja siitä, millä tavoin tutkimusten diskurssiprosodioiden kokoeroja voidaan perustella. Vaikka kaikkien neljän tutkimuksen aineisto on samansisältöisestä korpuksesta (Suomi24) peräisin, voi myös aineistoksi päättyneessä materiaalissa olla eroavaisuuksia: esimerkiksi Suomi24-keskustelupalstan aihealueet saattavat ohjata keskustelun rajattuihin, spesifeihin teemoihin. Kuitenkin yleisesti voidaan havaita, että

korpusonomastisten tutkimusten diskurssiprosodiat kokonaisuudessaan koostuvat hyvin samankaltaisista merkitysryhmistä, jotka voidaan linkittää vahvasti paikannimien yhteyteen: karkeasti jaoteltuna tutkimuksissa korostuvat etenkin paikkoihin, kommunikaatioon, aikaan, määrään, ihmisiin, politiikkaan, asumiseen, tekemiseen ja liikkumiseen liittyvät sanat.

4.2 Kollokaatit ja diskurssiprosodiat diskurssien taustalla – Etelä-Pohjanmaata määrittelevät diskurssit

Löydettyjen diskurssiprosodioiden pohjalta olen luonut Etelä-Pohjanmaalle viisi diskurssia, jotka esittelevät sen, miten Suomi24-keskustelupalstalla maakunnasta puhutaan. Diskurssit ovat

1. *Etelä-Pohjanmaa mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana,*
2. *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana,*
3. *Etelä-Pohjanmaa yrittäjälähtöisenä työmaakuntana,*
4. *Etelä-Pohjanmaa palveluiden toimintaympäristönä ja*
5. *Etelä-Pohjanmaa kauniina kesämatkailukohteena.*

Esittelen jokaisen diskurssin seuraavaksi omissa alaluvuissaan. Jokaisessa diskurssiluvussa tulevat myös esille ne diskurssiprosodiat ja kollokaatit, jotka muodostavat vahvimmin kyseisen diskurssin. Analyysia tukevat myös mukaan poimitut esimerkit aineistosta.

4.2.1 Etelä-Pohjanmaa mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana

Tarkastelemassani aineistossa nousee ensisijaisesti esille keskustelut siitä, millaisena asuinpaikkana Etelä-Pohjanmaa nähdään. *Etelä-Pohjanmaa mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana* -diskurssi muodostuu vahvimmin diskurssiprosodioista *asuminen ja eläminen, paikat, sijainnit ja suunnat* sekä *ominaisuudet*, mikä onkin varsin luonnollista diskurssin ollessa asuinpaikkaan liittyvä. Vahvimmin aineistossa korostuu negatiivinen suhtautuminen maakuntaan asuinpaikkana sekä vastakkainasettelu hyvän ja huonon välillä. Toisaalta aineisto sisältää myös neutraalia keskustelua maakunnasta. Pääasiassa asuinpaikkaan liittyvissä keskusteluissa osallistujat jakautuvat joko heihin, jotka asuvat Etelä-Pohjanmaalla, heihin, jotka ovat muuttaneet sieltä pois tai heihin, jotka eivät ole missään vaiheessa elämäänsä asuneet maakunnassa. Tämä voidaan havaita analyysin edetessä esille nostamistani esimerkeistä.

Ensimmäisenä esittelen asumisdiskurssista neutraaleimman näkökulman. Vaikka aineistosta nousevat esille Etelä-Pohjanmaan sekä hyvät että huonot puolet, maakunnasta puhutaan asuinpaikkana myös vain toteavasti useimmiten siitä näkökulmasta, että kirjoittaja itse asuu maakunnassa. Asuinpaikka tulee usein näissä

neutraaleissa ilmaisuissa esille ikään kuin sivuhuomiona, eikä tarkoituksena olekaan kommentoida sen enempää itse paikkaa, vaan keskiössä ovat muut asiat, kuten esimerkissä (10): esimerkissä kirjoittaja käyttää *asustella*-verbiä yksikön kolmannessa persoonassa *asustelee*, mistä voidaan päätellä, että kirjoittaja haluaa kiinnittää kommentin lukijan huomion koiraansa (*kultainen noutaja asustelee*), ei itseensä (*emäntänsä kanssa*). Selvästikin koirarodun mainitseminen on koiran ja omistajan kodin ilmoittamisen lisäksi tärkeää, ja maininta asuinpaikasta tulee esille ikään kuin lisäinformaationa.

10. Kultainen noutaja/Briardi-coctail emäntänsä kanssa **asustelee** *Etelä-Pohojammaalla*. Koira muuten **kotoisin** Meriporista ;) ¹⁰

Esimerkissä (10) esiintyvät kollokaatit ASUSTELLA ja KOTOISIN sekä myöhemmin esille nouseva ASUA ovat kaikkien 230 kollokaatin joukossa hyvin merkitseviä, sillä MI-testin arvon mukaan ne sijoittuvat 12 merkitsevimmän kollokaatin joukkoon (ks. liite 1). Myös sen vuoksi asuinpaikkadiskurssi on yksi tärkeimmistä diskursseista aiheistossa, vaikka diskurssiprosodia *asuminen ja eläminen* ei olekaan suurimpia. Aineistossa voidaan huomata myös kommentteja, jotka sisältävät tarkentavia sijaintitietoja Etelä-Pohjanmaalla. Tällaista tarkennusta huomataan muun muassa esimerkissä (11), jossa asuinpaikan sijainti on keskustelun keskiössä, mutta neutraaliutta esimerkkiin tuo sen rentous ja se, että kirjoittaja ei tuo millään tavalla esille omaa kantaansa liittyen Etelä-Pohjanmaahan:

11. **Missäs päin** *Etelä-Pohojammaata* asumat, jos saa **kysyy**? Mä oon Kurikasta kotoosin mut asun nykyään Nurmos.

Kirjoittaja kysyy tarkempaa Etelä-Pohjanmaan sijaintia sanaparilla *missäs päin*, jossa kysymyssanaan *missä* on liitetty liitepartikkeli *-s*. *-s*-liitepartikkeli on tarkemmin määriteltynä sävypartikkeli, joka liittyy lauseen ensimmäiseen vokaaliloppuiseen sanaan, useimmin lauseenalkuiseen kysymyssanaan, sekä tuo käyttöyhteyteen jonkin lisämerkityksen tai sävyn (tarkemmin sävypartikkeleista ks. Suominen 2013). Esimerkissä (11) *-s* antaa lausumalle puhekielenomaisen ja tuttavallisen sävyn, mikä viittaa siihen, että kirjoittajaa kiinnostaa tietää toisen keskustelijan asuinpaikka, mutta lieventää innostuksensa näkymistä rennolla sävypartikkelilla. Kysymyksen lisäksi kirjoittaja ottaa vertailukohdaksi omat asuinpaikkansa Kurikan ja Nurmon.

Kuten mainittua, asuinpaikkadiskurssissa näkyy tällaisen neutraalin suhtautumisen lisäksi myös positiivinen näkemys Etelä-Pohjanmaasta asuinpaikkana. Etelä-Pohjanmaata ja sen kuntia kehutaan esimerkiksi ominaisuuksiltaan käyttämällä

¹⁰ Esimerkeissä noodi on kirjoitettu *kursiivilla* ja sen 230 merkitsevimmän kollokaatin joukossa olevat kollokaatit **vahvennettuina**.

adjektiivieja, joista näkyy helposti kirjoittajan suhtautuminen, kuten superlatiivimuotoa adjektiivista HIENO (12). Etelä-Pohjanmaata suitsutetaan myös esimerkissä (13) MUKAVA-adjektiivilla, kun maakunnan vuokratasoa kehuaan ja verrataan maan pääkaupunkiin Helsinkiin, josta kirjoittaja käyttää slangimuotoa *hesa*. Lisäksi samassa esimerkissä päätöstä pysyä Etelä-Pohjanmaalla painotetaan käyttämällä idiomia *lopun ikäni* sekä adverbeja *ikinä* ja *ainakaan*. Esimerkissä (13) hyödynnetään positiivisen mielipiteen ilmaisemisessa myös intertekstuaalisuutta: Finntrio-yhtyeen albumi *Kyllä maalla on mukavaa...* (1978) ja sen nimikkokappale toimii esimerkissä viittauksena, jonka moni suomalainen osaa varmasti yhdistää tunnettuun sävelmään.

12. **Lapua on hienoin** asuinpaikka *Etelä-Pohjanmaalla*

13. Jo, kyllä maalla **on mukavaa**. **Itse asun** *Etelä-Pohjanmaalla*, **kaupungin** vuokra-asunto 60 neliötä ja vuokra 405 euroa. Tässä aion pysyä lopun ikäni, en ikinä muuta, en ainakaan hesaan.

Myös esimerkissä (14) voidaan havaita tyytyväisyyttä Etelä-Pohjanmaahan – maakunnassa asumiseen käytetään tässä esimerkissä predikaattina kollokaattia KASVAA. Vaikka suoraan mielihyvää ei myönnetä, antaa LAKEUS-substantiivin käyttö kuvan lakeasta, mieluisasta luonnonympäristöstä, mikä halutaan tuoda selkeästi esille lopetusvälimerkkinä toimivan huutomerkkin avulla. Myös yhteenkuuluvuutta muiden kanssa korostetaan *-kin*-liitepartikkelilla (*minäkin*).

14. **Minäkin** *eteläpohjanmaan lakeuksilla kasvanut!*

Kaikki maakunnassa asuvat eivät kuitenkaan suhtaudu asuinpaikkaansa yhtä hyväksyvästi kuin edellä mainittujen esimerkkien kirjoittajat. Sen sijaan Etelä-Pohjanmaa nähdään muun muassa kurjana (15) tai liian syrjäisenä (16) paikkana:

15. *Etelä-Pohjanmaa* **on** kurja **paikka asua**

16. *Etelä-Pohjanmaalta* vois **olla**, **itse asun** Peräseinäjoella (keskellä ei-mitään).

Vaikka esimerkissä (16) ei suoraan sanotakaan, että maakunnassa olisi syrjäistä, voidaan suluissa olevasta lisäykseksi tarkoitettusta idiomista *keskellä ei mitään* päätellä, että kirjoittaja ei ole tyytyväinen asuinpaikkaansa, ainakaan Etelä-Pohjanmaan Peräseinäjokeen. Samanlaista tyytymättömyyttä voidaan lukea rivien välistä myös esimerkiksi (17), jossa kirjoittaja mainitsee asuvansa Etelä-Pohjanmaalla, mutta ilmaisee samalla halukkuutensa ja toiveensa muuttaa pois maakunnasta adverbilla *toivottavasti* – se, miksi muuttohaluja on, ei kuitenkaan tule täysin selväksi. Voidaan kuitenkin päätellä, että koska kirjoittaja määrittelee Etelä-Pohjanmaan asuinpaikkansa VA-partisiipilla *kasvavaksi* kaupungiksi, mutta käyttää silti rajoitusta ilmaisevaa *mutta*-rinnastuskonjunktioita, voisi tämä viitata halukkuuteen muuttaa vielä suurempaan kaupunkiin. Aineistossa nousee myös yleisesti mukaan vertailu muihin Suomen maakuntiin,

kaupunkeihin ja sijainteihin, minkä vuoksi kollokaattilistaan on päätynyt paljon eri paikannimiä. Esimerkissä (17) puhutaan muutosta Etelä-Suomeen, jolloin esimerkki sisältää sekä kollokaatin ETELÄ että SUOMI.

17. **Asun** kasvavassa **kaupungissa** *Etelä-Pohjanmaalla*, mutta muutto **Etelä-Suomeen** toivottavasti hämmöttää tulevaisuudessa.

Kuten sanottua, negatiivinen suhtautuminen Etelä-Pohjanmaahan on näkyvin asuinpaikkadiskurssin näkökulma. Edellä mainittujen esimerkkien lisäksi kritisoiava ja vieläkin negatiivisempaa suhtautumista näkyy aineistossa paljon, ja esimerkkejä tällaisesta suhtautumisesta voidaan huomata muun muassa esimerkeissä (18) ja (19).

18. **Kukaan** normaali ei mene *etelä-Pohjanmaalle*, jos ei ihan pakko
19. *Etelä-Pohjanmaa* **on** typerä **paikka asua**. Ihmiset ovat ylpeitä ja kuvittelevat itsestään vaikka mitä ja pitää itseään muita parempina.

Esimerkissä (18) viitataan ihmisten fiksuuteen pysyä poissa Etelä-Pohjanmaalta – kirjoittajan mielestä KUKAAN ei mene sinne, jos ei ole täysin pakko. Myös esimerkissä (19) nousevat esille eteläpohjalaiset ihmiset, joista ei kirjoittajalla ole paljoakaan hyvää sanottavaa: kirjoittajan mielestä he ovat liian ylpeitä ja itsekeskeisiä, minkä vuoksi myös itse maakuntaa kirjoittaja kuvaa adjektiivilla *typerä*. Samalla linjalla ovat myös esimerkkien (20) ja (21) kirjoittajat:

20. Rannikkoseudulla ja *Eteläpohjanmaalla* meillä **on** näitä paskasakkia.
21. Nurmo, **pieni kunta** *eteläpohjanmaalla*, karua ja kivistä **seutua**, yksinkertaisia ihmisiä.

Esimerkissä (21) negatiivinen suhtautuminen Etelä-Pohjanmaahan näkyy etenkin substantiiveja määrittävistä adjektiiveista: eteläpohjalaisia kutsutaan *yksinkertaisiksi ihmisiksi* ja Nurmoa *karuksi ja kiviseksi seuduksi* (21). Myös esimerkissä (20) eteläpohjalaisia haukutaan OLLA-kollokaatin sisältävässä omistuslauseessa yhdyssanalla *paskasakki*, jossa *paska* toimii substantiivin *sakki* määriteosana. Kielitoimiston sanakirja määrittelee substantiivin *paska* paitsi määrittelyllä 'uloste, sonta', mutta myös arkikielissä kontekstissa vähättelevän funktion sisältäväksi sanaksi (s.v. *paska*). Arkikielisen 'henkilöjoukkoa' tarkoittavan *sakki*-substantiivin (KS s.v. *sakki*) yhteydessä yhdysana saakin halventavan merkityksen. Samassa esimerkissä (20) adessiivissa oleva persoonapronomini *meillä* viittaa näkemykseni mukaan suomalaisiin; kirjoittajan mielestä suomalaisten joukossa, johon itekin kuuluu, rannikkoseudulla ja Etelä-Pohjanmaalla asustelee edellä mainittua *paskasakkia*. Esimerkissä (21) sen sijaan ei nouse esille samalla tavalla pronominin myötä kirjoittajan rooli, vaan esimerkissä korostuvat predikaatittomuuden vuoksi toteavuus ja luettelointi maakunnan huonoista puolista.

Suhtautuminen Etelä-Pohjanmaahan asuinpaikkana aiheuttaa Suomi24-aineistossa myös keskustelua maakuntaan tai sieltä pois muuttamisesta. Maakuntaan

muuttamisesta esimerkkinä toimii esimerkki (22): Kirjoittaja arvostelee Etelä-Pohjanmaata alatyylisesti käyttämällä kirosanasta johdettua ikävää tai vastenmielistä merkitsevää adjektiivia *v...mainen* (ks. KS s.v. *vittumainen*) ja kehottaa kaikkia pysymään poissa maakunnasta ilmaisten asian verbiketjulla *ei kannata muuttaa*. Kirjoittaja tuo esiin myös oman kokemuksen kommenttinsa toiseksi viimeisessä lauseessa, jossa korostusta lausahdukseen *ei koskaan halua enää asua* tuo *koskaan*-adverbi.

22. V...mainen **paikka** *Etelä-Pohjanmaa*, **pohjanmaalle ei kannata muuttaa** ja allekirjoittanut ei koskaan halua enää asua Etelä-Pohjanmaalla, se riitti.

Kuitenkin koska muuttonäkökulma on niin suuri koko aineistossa, puran sitä paremmin auki sekä tuon siitä nähtäväksi runsaammin esimerkkejä seuraavassa luvussa, jossa käsittelen *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana* -diskurssia.

4.2.2 Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana

Etelä-Pohjanmaa näkyy aineistossa vahvasti muuttomaakuntana – sinne joko muutetaan tai sieltä muutetaan pois. Tämän diskurssin nimenä toimii vahvinta muuttonäkökulmaa korostava *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana*, jonka yksi selkein taustalla vaikuttava diskurssiprosodia on *asuminen ja eläminen*. Kollokaatti MUUTTAA tulee esille lähes jokaisessa muuttodiskurssia käsittelevässä esimerkissä, mutta muuttamisen tai muuttamatta jättämisen ilmaisemisessa voidaan käyttää myös muita liikkumiseen vertautuvia verbejä, kuten *häipyä* tai JÄÄDÄ. Diskurssissa kollokaatteja esiintyy siis hiukan myös diskurssiprosodiasta *liikkuminen ja matkustaminen*, joka osoittaa matkustamista maakuntaan tai sieltä pois. Myös diskurssiprosodiasta *paikat, sijainnit ja suunnat* esiintyy tässä diskurssissa kollokaatteja, sillä muuttamisessa syntyy usein keskustelua maakunnan lisäksi myös kunnista ja kaupungeista.

Kuten edellisen luvun lopussa tulee ilmi, aineistossa korostuu vahvasti negatiivinen asennoituminen Etelä-Pohjanmaahan asuinpaikkana, minkä vuoksi myös muuttodiskurssissa näkyvät selkeästi kehotukset olla muuttamatta maakuntaan (ks. 22) tai muuttaa pikimmiten sieltä pois (ks. 26). Suosituksia vältellä Etelä-Pohjanmaalle muuttamista perustellaan muun muassa julkisen sairaanhoidon huonolla tasolla (23), missä nousee esille tilastollisesti varsin merkitsevä kollokaatti SAIRAANHOITOPIIRI. Myös kommunikaatioon liittyvä kollokaatti KANNATTAA esiintyy muuttamiseen liittyvissä keskusteluissa, kun puhutaan, onko järkeä muuttaa uuteen paikkaan (22, 23) – verbin merkitys aineistossa on useimmiten 'sopia, sietää, olla paikallaan' (KS s.v. *kannattaa*). Esimerkissä (23) *kannattaa* esiintyy kielteisessä muodossa verbiketjussa *ei kannata muuttaa*, joka siis toimii kehotuksena olla muuttamatta maakuntaan.

23. Seinäjoen reumapoli huonosti organisoitu poliklinikka. Jos haluaa saada reumaansa hoitoa, niin **EI kannata muuttaa** *Etelä-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin alueelle*.

Vaikka aineistossa kehotuksia olla muuttamatta Etelä-Pohjanmaalle tai muuttaa sieltä pois on varsin paljon, pääasiassa perustelut näille näkemyksille ovat kuitenkin varsin vähäisiä, kuten esimerkeistä (24) ja (25) voidaan huomata. Esimerkissä (24) kirjoittaja myöntää Etelä-Pohjanmaan kuntien halvan hintatason, mutta tyrää tämän positiivisen näkökulman retorisella kysymyksellä *kuka sinne haluaa muuttaa*. Esimerkissä ei kuitenkaan paljastu, mikä on kysymyksen esittämisen perusteena. Myöskään esimerkin (25) kirjoittaja ei näkyvästi perustele negatiivista suhtautumistaan Etelä-Pohjanmaahan. Hän kuitenkin haukkuu entistä asuinpaikkaansa kommenttinsa lopuksi lyhyesti ja ytimekkäästi substantiivilla *prsläpi*, josta voidaan päätellä, että hänen mielestään Etelä-Pohjanmaa on liian pieni ja syrjässä oleva paikka; *persläpi* tarkoittaa kuvainnollisesti 'syrjäkylää' (KS s.v. *persläpi*).

24. **varmasti on kuntia esim. eteläpohjanmaalla** joista saa tontin muutamalla eurolla. mutta kuka sinne haluaa muuttaa! !!
25. Eli voin aivan hyvin sanoa, että "olen kotoisin **Pohjanmaalta**" tai "olen kotoisin *Etelä-Pohjanmaalta*". Tosin **muutin** pois **sieltä** prslävestä pois jo 2 vuotiaana.

Haukkumisen lisäksi myös nuoriso ja heidän muuttoliikkeensä tulevat keskusteluissa esille. Heitä jopa kehoitetaan muuttamaan pois Etelä-Pohjanmaalta määrittelemällä poismuuttajat *järkeviksi* (26), mutta nuorten muuttotoiminnolle annetaan myös syitä: esimerkin (27) kirjoittaja on sitä mieltä, että Etelä-Pohjanmaan maaseudut eivät tarjoa nuorille tarpeeksi paljon toimintaa, ja tämän vuoksi nuoret arkikielisesti *häipyvät* eli lähtevät maakunnasta. Lisäksi esimerkissä verrataan Etelä-Suomea Etelä-Pohjanmaahan muun muassa *mukava-* ja *hyvä-*adjektiivien komparatiivimuodoilla ilmaisemalla, että asuinpaikkanäkökulmasta Etelä-Suomessa on mukavampaa asua.

26. **Kaikki** järkevät **muuttaa Etelä-Pohjanmaalta** pois, ennen **kaikkea** nuoret.
27. Nuoret ihmiset varsinkin kaipaa seuraa ja tekemistä. Sitä ei maakunnissa heille ole ja siksi he häipyvät pois. Etelä-Suomessa on paljon mukavampi **asua**, kuin *etelä-pohjanmaalla*. Jos maaseudulla tykkää **asua** on siihenkin etelä-suomessa paljon parempia mahdollisuuksia.

Myös esimerkin (28) kirjoittaja mainitsee, että töiden riittämättömyys on syynä nuorten lähtemiselle. Esimerkin eksistentiaalilauseen *täällä ei ole työtä tarjolla* teemapaikan paikanilmauksesta *täällä* voidaan päätellä, että kirjoittaja asuu itse Etelä-Pohjanmaalla, jolloin näkemys töiden vähäisyydestä perustuu omaan kokemukseen ja huomioihin. Työpaikkojen riittämättömyyden tunnustaakin muun muassa esimerkissä (29) kirjoittava 21-vuotias nuori, jonka muuttamisen syyksi hän itse mainitsee töiden perässä muuttamisen. Samalla voidaan havaita esimerkin (27) mukaista vertailua muihin kaupunkeihin, tässä tapauksessa Helsinkiin.

28. Lähes **koko** *Etelä-Pohjanmaa on Seinäjoen seutua* lukuunottamatta muuttotappio-aluetta. Miksikähän näin on? No siksi, että suomalaiset nuoret muuttavat muualle koska täällä ei ole työtä tarjolla!
29. **Olen 21-vuotias** *Etelä-Pohjanmaalta kotoisin* oleva **nainen**. **Muutin** vuosi takaperin Helsinkiin töiden perässä.

Esimerkissä (28) mainitaan kopulalauseella, tarkemmin määriteltynä predikaativilauseella *Etelä-Pohjanmaa on muuttotappio-alue* Etelä-Pohjanmaan olevan maakuntakeskusta Seinäjokea lukuun ottamatta muuttotappiollinen maakunta. Muuttotappio, väestön suuruus ja niitä myöten myös kuntaliitokset korostuvatkin aineistossa vahvasti muuttonäkökulmaa tarkastellessa. Esimerkeissä (30) ja (31) pohditaan maakunnan väestön muuttoliikennettä ja samalla myös sen aiheuttavia syitä:

30. *Etelä-Pohjanmaa on ollut* pitkään muuttotappioaluetta. Olen lehdistä lukenut ja keskustalaisten kansanedustajien suusta kuullut, ettei kukaan haluaisi maakunnista Helsingin seudulle muuttaa, mutta pakko on, kun mitään työtä ei kotiseudulta löydy.
31. **Taitaa siellä** *Etelä-Pohjanmaallakin olla* aika pitkälle se sama ongelma kuin muuallakin Suomessa maaseudulla. Kuka se nyt olikaan näistä poliitikoista joka väitti, että maaseudulta muuttaa se paras aines leivän ja opiskelun perässä kaupunkeihin ja ainoastaan se "vesipääporukka" jolla ei ole missään mitään käyttöä jää maaseudulle tuijottamaan ulos peräkammarin ikkunasta.

Esimerkissä (30) ihmisten muuttaminen pois Etelä-Pohjanmaalta töiden perässä ilmaistaan yksiselitteisen varmasti kutsumalla maakuntaa *muuttotappioalueksi* samantapaisella kopulalauseella kuin esimerkissä (28). Näkemys perustellaan lehdistä luetuilla uutisilla ja auktoriteettien (kansanedustajat) näkemyksillä. Myös esimerkissä (31) vedotaan poliitikkojen lausuntoihin, mutta toisin kuin esimerkissä (30), esimerkissä (31) epävarmuutta kirjoittajan näkemykseen maakunnan ongelmista tuo modaaliverbin **TAITAA** käyttäminen – tässä yhteydessä *taittaa* ilmaisee 'lauseen sisällön todennäköiseksi tai mahdolliseksi' (KS s.v. *taittaa*), mutta ei kuitenkaan varmaksi.

Esimerkissä (31) nousevat mielenkiintoisella tavalla esille myös tarinankerronnallinen muoto sekä erilaiset kielikuvat ja nimitykset, kun selitetään, että työikäiset ja nuoret muuttavat pois kaupungista ja jäljelle jäävät työkyvyttömät ja laiskat ihmiset: Intransitiivilause *paras aines muuttaa leivän perässä* käyttää retorisenä vaikuttamisen keinona metaforaa, sillä tässä yhteydessä *leipä* tarkoittaa työtä – jolla kuitenkin totta kai pyritään ansaitsemaan se "leipä" eli elämiseen tarvittavat toimeentulo ja ravinto (ks. KS s.v. *leipä*). Myös substantiivi *aines* viittaa ihmisiin työvoimana, ja lääketieteen termistöä lainaava haukkumiseen tarkoitettu substantiivi *vesipääporukka* yhdistyy tyhmiin, aikaansaamattomaan ihmisryhmään. Kirjoittajan viimeinen intransitiivilause [*vesipääporukka*] jää maaseudulle tuijottamaan ulos peräkammarin ikkunasta sisältää selkeää intertekstuaalisuutta maalaiskomediaan *Peräkamaripojat* (Bertling 2001): Kielitoimiston sanakirja (s.v. *peräkamari*) nostaa esille, että *Peräkamarin poikia* käytetään

kielikuvana varsinkin 'kotitilalleen elätettäväksi jääneistä naimattomista miehistä', mihin varmasti esimerkin (31) kirjoittaja myös haluaa verrata mainitsemiaan kotiin jääviä ihmisiä.

Välillä muuttotappiosta annetaan konkreettisia laskennallisia esimerkkejä esimerkin (32) mukaisesti, jolloin yhdistetään numeraali ja henkilömäärään viittaava kollokaatti HENKI. Pääosin HENKI-kollokaatti esiintyy vastaavanlaisissa määriä ilmaisevissa yhteyksissä:

32. Viime vuonna *eteläpohjanmaalta* **muutti** lähes 300 **henkeä**.

Toisaalta tällaisen toteamisen ja edellä mainittujen muuttosyiden esittämisen lisäksi keskusteluun liittyy mukaan myös näkökulma siitä, mitä muuttaminen aiheuttaa. Ihmisten kerääntyminen Etelä-Pohjanmaan isoimpaan kaupunkiin Seinäjoelle ja maaseudun väen harventuminen aiheuttaa keskustelua etenkin kunta- (33–35) ja maakuntaliitoksista (36):

33. Yhdytetään¹¹ saman tien **koko** *Etelä-Pohjanmaan maakunta yhdeksi* suurkunnaksi. **Nimeksi** vaikka sitten suurin paikka, Seinäjoki.
34. Nyt on nämä kuntaliitokset muotia. Hyvin sopii nimiksi vanhat jo lähes unohtuneet pitäjien **nimet**. Raasepo ja Akaa. *Etelä-Pohjanmaan Järvisseudusta* voisi muodostaa **Lappajärven** kaupungin, joka olisi nimetty alueen suurimman järven mukaan.
35. Lapuaan tulee liittymään koko Kauhava sekä **Alajärvi, Vimpeli ja Lappajärvi**. *Etelä-Pohjanmaalla* tulee **olemaan tulevaisuudessa** vain nämä kunnat: Seinäjoki, Lapua, Alavus ja Kauhajoki.
36. *etelä-pohjanmaan* tulisi **liittyä pohjanmaahan**. aivan samat perusteet, mitkä puoltavat mielestäsi kuntaliitosta, puoltavat myös tynkämaakunnan lakkauttamista.

Esimerkissä (33) koko maakunta ehdotetaan muutettavan yhtenäiseksi Seinäjoen suurkunnaksi passiivimuotoisella *yhdistää*-verbillä, samoin kuin esimerkissä (34) varsin korkealla kollokaattilistassa esiintyvän JÄRVISEUDUN kuntien liittämistä yhdeksi Lappajärven kaupungiksi *voisi muodostaa* -verbiketjulla – mahdollisuutta ilmaiseva *voida*-modaaliverbi korostaa kommentin ehdotusluontoisuutta. Esimerkin (35) kirjoittaja viittaa tulevaisuuteen ja omiin arvailuihinsa, minkä näkee kollokaatin TULEVAISUUS käytöstä sekä futuuria ilmaisevista *tulee liittymään*- ja *tulee olemaan* -verbiliitoista. Esimerkissä kirjoittaja arvelee, että Etelä-Pohjanmaan kunnat saattaisivat liittyä toisiinsa, jolloin lopullisia kuntia olisi enää vain neljä. Kuten esimerkistä (35) voidaan huomata, kuntaliitoskeskustelut sisältävät hyvin usein paikkoihin liittyviä kollokaatteja (esimerkiksi ALAJÄRVI, VIMPELI, LAPPAJÄRVI), mikä osaltaan selittää

¹¹ Esimerkissä (33) kirjoittaja käyttää *yhdistää*-verbistä murteellista muotoa *yhyristää*, joka sisältää sekä svavokaalin (y) että kirjakielisen d:n tilalla r:n. Sekä svaavokaali että r:n käyttö on tyypillistä eteläpohjalaismurteille (Lyytikäinen ym. 2013: 249–250). Koska kirjoittaja käyttää eteläpohjalaismurteellista muotoa, saattaa hän olla kyseiseltä murrealueelta kotoisin.

merkitsevimpien kollokaattien joukossa esiintyvien paikkojen varsin suuren määrän. Esimerkin (36) kirjoittaja ilmaisee halukkuutensa Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan liitokseen selkeästi verbiketjulla *tulisi liittyä*, joka sisältää pyytämistä ja toivomista merkitsevän konditionaalimuodon *tulisi*. Kollokaatti LIITYÄ esiintyykin aineistossa yleensä kunta-, maakunta- tai yhdistysliitoksiin liittyvissä keskusteluissa merkityksessä 'yhtyä, yhdistyä' (KS s.v. *liittyä*).

Muuttodiskurssi tiivistettynä käsittelee kysymystä, kannattaako Etelä-Pohjanmaalle muuttaa, kuten esimerkin (37) kirjoittaja tiedustelee. Vaikka yleisesti muuttodiskurssi ja mielipiteet Etelä-Pohjanmaalle muuttamisesta huokuvat negatiivisuutta, on kommenttien joukossa myös positiivisia näkökulmia Etelä-Pohjanmaasta muutto-maakuntana. Ensinnäkin muuttamista suositellaan väestön pienenemisen hidastamiseksi, kuten esimerkissä (38), jossa kirjoittaja kehottaa imperatiivimuotoisella *muuttakaa*-predikaatilla kaikkia muuttamaan Etelä-Pohjanmaan Ähtäriin.

37. KANNATTAAKO MUUTTAA ETELÄ-POHJANMAALLE??

38. On Suomen napa ja *etelä-pohjanmaa* napaseutua. **Muuttakaa kaikki Ähtäriin**, että saadaan asukasluku nousuun.

Toisaalta esimerkissä (38) voidaan muuttokehotuksen lisäksi havaita olevan ironisuutta: predikatiivilause *Etelä-Pohjanmaa [on] napaseutua* voidaan tulkita ironiseksi, sillä se on ristiriitainen jälkimmäisen virkkeen muuttokehotuksen kanssa – jos Etelä-Pohjanmaa kerran on Suomen napa, miksi asukasluku on niin pieni? Joka tapauksessa kehotusta muuttaa maakuntaan perustellaan edellä mainitusti asukasluvun nojaten.

Toiseksi Etelä-Pohjanmaalle muuttamista suositellaan asukasluvun nostamisen lisäksi rauhallisen ympäristön, luonnon ja maaseutumaisuuden vuoksi (39, 40).

39. Muutin etelän "Metropolista" 10 vuotta sitten Seinäjoelle, enkä ole päivääkään katunut. Hyvä kulttuuritarjonta, paljon tapahtumia, hyvät liikenneyhteydet, mainiot kaupalliset palvelut, suurmarketteja ja lisää on tulossa. Pidän Seinäjoen pienestä suuresta, tiiviistä keskustasta, jossa on **paljon** erikoisliikkeitä ja ravintoloita. *Etelä-Pohjanmaan hieno* luonto lähellä jne.. Ja mikä tärkeintä, ihmiset ovat aidompia ja rehdimpiä kuin etelässä.

40. Mut kyllä se oma tupa rakennetaan johki rauhallisempaan paikkaan. **Kaikista eniten** houbuttais **kyllä** *etelä-pohjanmaa*. Kolmion sijaan sais 200neliön talon kunnon tontilla ja omaa rauhaa piisais:)

Esimerkin (39) kirjoittajalla on pelkästään positiivisia kokemuksia Etelä-Pohjanmaan Seinäjoesta verrattuna pääkaupunkiseutuun, mitä hän kuvailee toisteisesti käyttämällä parikin kertaa adverbikollokaattia **PALJON** ja adjektiivikollokaattia **HIENO** ylistämällä sekä kaupungin tapahtuma- ja kulttuuritarjontaa, liikenneyhteyksiä että palveluita. Substantiivien määrittelyssä hän käyttää myös muuten runsaasti adjektiiveja: kuvaillessaan ympäristöä ja ihmisiä hän toistaa useampaan otteeseen adjektiiveja *hyvä* sekä käyttää lisäksi perusmuotoisia adjektiiveja *mainio, pieni, suuri* ja *tiivis* sekä

komparatiivimuotoja adjektiiveista *aito* ja *rehti*. Esimerkissä (39) kirjoittaja mainitsee-kin, ettei ole *päivääkään katunut*. Fokusoiva *-kään*-liitepartikkeli voidaan nähdä kieltolakuisena, sillä se esiintyy perinteisesti kieltolauseessa (VISK § 1635), niin kuin esimerkiksi (39). Esimerkin (40) kirjoittaja sen sijaan ei ole vielä muuttanut Etelä-Pohjanmaalle, mutta alue kiinnostaa häntä ENITEN juuri aiemmin mainituista positiivisista seikoista johtuen: arkikielinen ilmaus *rauhaa piisais* (ts. *riittäisi*) tuo esille kiinnostuksen maakunnan rauhallisuutta kohtaan ja *kolmion sijaan sais 200 neliön talon kunnan tontilla mielenkiinnon halpaan hintatasoon*. Kuten voidaan huomata, kirjoittaja käyttää kommentissaan puhekieltä, mikä tuo kommenttiin rentouden sävyn. Puhekielisyys näkyy muun muassa konditionaalimuotoisissa verbeissä *houkuttais, sais* ja *piisais*, joissa esiintyy loppuheittoa. Puhutussa kielessä tällainen sananloppuisen vokaalin puuttuminen esiintyy *s:n* jäljessä etenkin taivutuspäätteeseen kuuluvan sananloppuisen *i:n* katona (VISK § 37) edellä mainittujen kieliainesten mukaisesti.

Kokonaisuudessaan *Etelä-Pohjanmaa muuttomaakuntana* sisältää enimmäkseen negatiivisia kokemuksia sinne muuttamisesta sekä kehotuksia lähteä sieltä pois. Samalla nousevat esille myös keskustelut muuttoliikenteen seurauksista, jolloin toisaalta maakuntaan toivotaan myös lisää asukkaita. Esimerkki (41) tiivistää hyvin sen näkökulman, millä tavalla Etelä-Pohjanmaan muuttoliikenteeseen suhtaudutaan:

41. **Miksi muka muutat Tampereelta Etelä-Pohjanmaalle**, kun muut tekee päinvastoin. Hyvä kuitenkin, että joku muuttaa Kurikkaan kuihtuvaan kylään.

Kirjoittaja ihmettelee toisen keskustelijan epätavallista päätöstä muuttaa Tampereelta Etelä-Pohjanmaalle eikä toisin päin korostamalla epäluuloisuuttaan *muka*-partikkelilla. Hän kuitenkin myöntää, että muuttaminen on pienen kunnan kannalta hyvä asia käyttämällä merkityksen 'kaikesta huolimatta' (KS s.v. *kuitenkin*) omaavaa *kuitenkin*-adverbia.

4.2.3 Etelä-Pohjanmaa yrittäjälähtöisenä työmaakuntana

Suomi24-korpusaineistossa asumis- ja muuttodiskurssien lisäksi nousee esille keskustelut Etelä-Pohjanmaan työllisyystilanteesta. Kolmas diskurssi, *Etelä-Pohjanmaa yrittäjälähtöisenä työmaakuntana* käsittelee sitä, millä tavoin aineistossa puhutaan Etelä-Pohjanmaasta töiden näkökulmasta: mikä on esimerkiksi maakunnan työttömyysprosentti tai millaisia töitä maakunnassa tehdään. Diskurssissa isossa roolissa on muun muassa diskurssiprosodia *kaupankäynti*, josta etenkin ammattiin viittaava kollokaatti YRITTÄJÄ nousee moniin keskusteluihin. Myös *politiikka ja yhdistykset* -diskurssiprosodiasta esimerkiksi poliittiset puolueet KESKUSTA ja KOKOOMUS esiintyvät tässä diskurssissa.

Vaikka *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana* -diskurssissa nousee esille Etelä-Pohjanmaan huono työnsaantitilanne (ks. (28)), aineiston läheisemmän

tarkastelun myötä paljon suuremmassa roolissa keskusteluissa toimivat itse asiassa Etelä-Pohjanmaan alhaiset työttömyysluvut (42, 43):

42. *Etelä-Pohjanmaan* työllisyys on kohentunut kovaa vauhtia, ja keskimääräinen työttömyysprosentti *Etelä-Pohjanmaalla* on nyt 6,4 %.
43. *Etelä-Pohjanmaalla* työttömyys **laski kaikissa** muissa seutukunnissa paitsi Kuusiokunnissa. Suhteellisesti eniten työttömien työnhakijoiden määrä laski Järviseudulla (-12 %).

Sekä esimerkissä (42) että (43) todetaan Etelä-Pohjanmaan työllisyystilanteen olevan varsin hyvä: esimerkeissä tilanne kuvataan vastakohtaisilla verbeillä *kohentua* ja *laskea*, vaikka lopullinen sanoma on samankaltainen – asia todetaan intransitiivilauseissa *työllisyys on kohentunut* (42) ja *työttömyys laski* (43). Jälkimmäisessä esimerkissä (43) määrän kollokaatti LASKEA viittaa prosentuaaliseen osuuteen (-12 %), joka kertoo työttömien määrästä maakunnassa. Myös esimerkissä (42) voidaan havaita samanlainen työttömyyden prosentuaalinen ilmaisutapa (*työttömyysprosentti on 6,4 %*), joka sisältää yhdyssanan osana määrän kollokaatin PROSENTTI.

Etelä-Pohjanmaan hyvää työllisyystilannetta verrataan aineistossa myös muihin maakuntiin muun muassa esimerkkien (44) ja (45) kaltaisesti: Etelä-Pohjanmaan lisäksi muita pienen työttömyysasteen omaavia maakuntia ovat esimerkiksi Pohjanmaa, Satakunta, Varsinais-Suomi ja Uusimaa. Kuten voidaan huomata, kyseiset maakunnat esiintyvät myös 230 merkittävimmän kollokaatin joukossa.

44. Viimeisimmän **tilaston** mukaan **Pohjanmaalla** ja *Etelä-Pohjanmaalla* oli Suomen pienimmät työttömyysprosentit. Olkaa tästäkin ylpeitä!
45. Maakunnat joissa ainakin esiintyy täystyöllisyyden omaavia **kuntia ovat: Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa, Satakunta, Varsinais-Suomi ja Uusimaa.**

Hyvää työllisyystilannetta maakunnassa kuvataan muun muassa superlatiivimuotoisen adjektiivikollokaatin sisältävällä subjektilausekkeella *Suomen pienimmät työttömyysprosentit* (44) sekä substantiivilla *täystyöllisyys* (45). Esimerkissä (44) huomataan kollokaatin TILASTO esiintyminen, ja kyseinen kollokaatti ilmeneekin usein esimerkin (44) kaltaisissa yhteyksissä, jossa omalla kommentilla nojaututaan auktoriteettiin, tässä tapauksessa tilastoon. Samassa esimerkissä kirjoittaja kehottaa pienimpien työttömyysprosenttien omaavia maakuntia olemaan ylpeitä *tästäkin* saavutuksestaan korostamalla lausahdusta fokusoivalla, 'myös'-merkityksisellä liitepartikkelilla *-kin*.

Etelä-Pohjanmaa nähdään tilastojen mukaan suomalaisten keskuudessa usein yhtenä Suomen yrittäjähenkisimmistä ja -myönteisimmistä maakunnista (ks. esim. MTV Uutiset 2018; Möller & Elhaimer 2022; Talasterä, Tekoniemi & Siirilä 2021). Myös erinäisissä tutkimuksissa on tuotu esille, että yritystoimipaikoista 5 % sijaitsee Etelä-Pohjanmaalla, mikä on suhteessa maakunnan kokoon varsin suuri (Viljamaa & Rossinen 2010: 12). Maakunta nähdään myös tutkimassani aineistossa yrittäjämaakuntana,

mikä toimii osana työllisyysdiskurssia. Etelä-Pohjanmaa nähdään sekä yleisesti (46, 47) että eteläpohjalaisten silmissä (48) varsin perinteisenä ja selkeänä yrittäjämaakuntana, jossa kannustetaan paljon yrittäjyyteen.

46. Eikös *Etelä-Pohjanmaata* hehkuteta erityisen yrittäjähenkisenä?
47. Ajatelkaapa vaikka itsenäistä, vaurasta, yrittäjävetoista, *Etelä-Pohjanmaata*, kaunista, itsenäistä **Lappia** jne.
48. Täällä oikein "pohjalainen yrittäjähengi" ja "minä **itte**"¹² yrittäjähenkisyys kukoistavat. Eri-tyisesti *Etelä-Pohjanmaalla* kehuksitaan, että kun meillä on niin paljon yrittäjyyttä.

Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyttä tuodaan esille yhdyssanoilla *yrittäjähenkinen* (46), *yrittäjävetoinen* (47), *yrittäjähengi* (48) sekä *yrittäjähenkisyys* (48), joissa kollokaattina esiintyvä verbikantainen substantiivi YRITTÄJÄ toimii adjektiivien (46, 47) ja substantiivien (48) määräiteosana. Etelä-Pohjanmaalla yrittäjyys muun muassa kuvainnollisesti *kukoistaa* eli on elinvoimainen (48) sekä toimii vaurauden yhtenä mahdollistajana (47). Esimerkissä (46) arkikielinen predikaatti *hehkuttaa* korostaa tapaa, jolla Etelä-Pohjanmaan yrittäjyydestä puhutaan: asia esitetään innostuneesti, jopa paatoksellisesti (ks. KS s.v. *hehkuttaa*), jolloin yrittäjyys nähdään hienona asiana. Samanlaista hehkuttamista näkyy myös esimerkissä (48), jossa kirjoittaja vuorostaan käyttää predikaattia *kehuksia* (ts. *kehua*, merkityksessä 'kehuskella tai ylpeillä' (KS s.v. *kehua*)). Samassa esimerkissä adverbi *täällä* ja taipunut persoonapronomini *meillä* havainnollistavat sitä, että kirjoittajan näkemys tulee esille "sisältä päin" eli eteläpohjalaisen silmin.

Yrittäjyys linkittyy vahvasti myös aineistosta näkyville nousevaan eteläpohjalaiseen työhön asennoitumiseen, joka nähdään yhtenä yrittäjyyden peruspilareista. Eteläpohjalaisten yrittäjyysasennetta kuvaillaan aineistossa muun muassa sisukkuudella, tekemisen meiningillä ja rehtiydellä (49, 50):

49. **Täällä** *Etelä-Pohjanmaalla* pelaa sellainen mentaliteetti, että kyllä töitä tekeväälle löytyy. Ei vain saa olla turhan "kranttua" (eli kriittinen) tarjolla olevaa työtä kohden. Jokaiselle löytyy varmasti jotakin työtä, ja ellei heti niin ainakin sinnikkään etsimisen jälkeen. Jos tuntuu siltä, että ajankaan päästä työpaikkaa ei löydy, olisiko mahdotonta harkita yrittäjyyttä? Me eteläpohjalaiset olemme paitsi kovia tekemään töitä, myös kovia yrittämään. Alueellamme elää vahva yrittäjyyshenki, jota myös vahva paikallinen yrittäjäjärjestö on omiaan pönkittämään. Täällä ei luulla, vaan täällä tehdään!
50. en ole täällä toiminut **yrittäjänä**, mutta voin **kertoa** *etelä-pohjanmaan kokemuksista*. **Siellä kyllä on** vallalla tuo kateus, mutta terveellä tavalla. Yritetään rehdisti olla parempia kuin naapuri, mutta paskanpuhumislinjalle ei lähdetä. Rehtiä kilpailua.

¹² Esimerkissä 48 kirjoittaja käyttää sanasta *itse* murteellista muotoa *itte*. Eteläpohjalaismurteille on tyypillistä, että vaihtelematon *tt* esiintyy *ts:n* vastineena (esimerkiksi sanassa *metsä* (*mettä* : *mettän*)) (Lyytikäinen ym. 2013: 249), ja koska kirjoittaja on todennäköisesti Etelä-Pohjanmaalta kotoisin, on hänelle luonnollista käyttää kommentissaan *itse*-sanana murteellista muotoa.

Esimerkin (49) kirjoittaja korostaa me-muut-vastakkainasettelua selkeästi käyttämällä esimerkiksi adverbikollokaattia TÄÄLLÄ, substantiivilauseketta *me eteläpohjalaiset* sekä monikon 1. persoonan persoonapäätteitä ja omistusliitteitä (esim. *olemme, alueellamme*). Esimerkissä mainitaan, että töitä etsiessä ei saa olla liian ”kranttua” eli liian tarkka, ja että *sinnikkään etsimisen jälkeen* jokaiselle löytyy töitä – jos ei muuta, niin yrittäjille on Etelä-Pohjanmaalla tilaa. Yrittäjyyden esimerkin kirjoittaja tuo esille retorisella kysymyksellä *olisiko mahdotonta harkita yrittäjyyttä*, joka sisältää ehdotusta kuvaavan verbin konditionaalimuodon *olisiko*. Kuten esimerkin kirjoittaja ilmaisee, *täällä [Etelä-Pohjanmaalla] ei luulla vaan täällä tehdään*, jossa *luulla* tarkoittaa ilmaisussa ikään kuin ’hidastelua’ tai ’liiallista pohtimista’. Myös esimerkissä (50) keuhataan eteläpohjalaisien yrittäjyydelle hyvät lähtökohdat antavia ominaisuuksia, kuten rehtiyyttä. Esimerkin kirjoittaja kuvailee yrittäjyyttä muun muassa adjektiivilla *rehti* sekä kokee, että maakunnassa yrittäjäpiirissä vallitsee *terve kateus*. Hänen mukaansa epärehellisyyttä tai selän takana puhumista ei maakunnassa ilmene, minkä hän tuo esille *puhua paskaa*-idiomista johdetulla yhdyssanalla *paskanpuhumislinja* ja *lähteä*-verbin passiivin kielto muodolla: *paskanpuhumislinjalle ei lähdetä*.

Etelä-Pohjanmaa on määrällisesti tarkasteltuna myös Suomen suurin maatalousmaakunta (Suomen virallinen tilasto (SVT) 2021). Tämä havaitaan myös Suomi24-keskusteluissa, jossa työllisyydestä ja yrittäjyydestä puhuttaessa tulee näkyville maatalousyrittäjyys ja sen asema maakunnassa (51, 52).

51. Maatalousvaltaiset **kunnat sijaitsevat Etelä-Pohjanmaalla, Varsinais-Suomessa, Pirkanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla**.

52. **muistakaapas** nyt, että *etelä-pohjanmaalla suurin* työllistäjä YLIVOIMAISESTI on maatalous

Etelä-Pohjanmaa nähdään esimerkkien (51) ja (52) mukaisesti sellaisena maakuntana, jossa maatalous on suuressa työllistäjän roolissa. Maatalousvaltaisuus esitetään usein KUNTIEN ominaisuutena, mutta niiden maakunnallinen sijainti tuodaan esille muun muassa kollokaatin *SIJAITA* avulla (51). Toisaalta työllisyys nähdään myös maakunta-kohtaisena, kuten esimerkissä (52), jossa maatalous määritellään kollokaattina olevan adjektiivin *SUURI* superlatiivimuodolla ylivoimaisesti suurimmaksi työllistäjäksi maakunnassa. Tämä voidaan havaita predikatiivilauseessa *suurin työllistäjä ylivoimaisesti on maatalous*. Isojen kirjainten käyttö adjektiivin laajenuksena toimivassa *-sti*-päätteessä adverbissa *YLIVOIMAISESTI* korostaa kirjoittajan näkemystä siitä, että Etelä-Pohjanmaalla maatalous todella on suurin asukkaiden työllistäjä.

Etelä-Pohjanmaan yrittäjähenkisyys ja perinteet Suomen suurimpana maatalousmaakuntana heijastuvat myös siihen, millä tavalla poliittiset keskustelut aineistossa näkyvät ja mitkä poliittiset puolueet nousevat keskusteluissa esille. Yrittäjyyden ja maatalouden myötä työllisyysdiskurssiin kuuluvissa keskusteluissa Kokoomus ja Keskusta vilahtelevat mukana, ja myös tilastollisesti nämä kaksi puoluetta korostuvat:

230 merkitsevimmän kollokaatin joukkoon on päätynyt vain kolme puoluetta, Perussuomalaiset, Suomen Keskusta ja Kansallinen Kokoomus (PERUSSUOMALAINEN, KESKUSTA ja KOKOOMUS sekä Keskustan leikillinen lyhenne KEPU). Työllisyysdiskurssissa puolueet voidaan havaita keskusteluissa esimerkkien (53), (54) ja (55) kaltaisina:

53. Samoin myös *Etelä-pohjanmaa on* katvepaikkaa. Ihmiset tarvitsevat sielläkin muita vaihtoehtoja kuin keskustan ja kokoomuksen. Maatalouspitäjät ovat keskustan valta-alueetta.
54. **kokoomus** ja **keskusta ovat** *Etelä-Pohjanmaalla olleet aina* pääkilpailijat
55. Yrittäjyys ja **kokoomus on** *Etelä-Pohjanmaalla*.

Kuten yllä olevista esimerkeistä (53)–(55) huomataan, puolue linkitetään aineistossa vahvasti maakunnan elinkeinorakenteeseen eli yrittäjyyteen ja maatalouteen: Esimerkissä (53) *maatalouspitäjät* nimetään selkeästi Keskustan *valta-alueeksi*, ja yleensäkin Keskusta ja Kokoomus koetaan maakunnan yleisimmiksi puolueiksi. Myös esimerkiksi (54) kirjoittaja kokee, että Kokoomus ja Keskusta omaavat Etelä-Pohjanmaalla kilpailuasetelman, jonka perinteikkyyttä ja jatkuvuutta kirjoittaja korostaa ajan adverbilla *aina*. Esimerkki (55) on myös hyvin yksiselitteinen: *yrittäjyys* ja *kokoomus* liittyvät sekä toisiinsa että Etelä-Pohjanmaahan. *olla*-verbin käytöllä rakennetaan kuvailevia kopulalauseita, kuten *Etelä-Pohjanmaa on katvepaikkaa* (53), *kokoomus ja keskusta ovat pääkilpailijat* (54) ja *kokoomus on Etelä-Pohjanmaalla* (55), ja kokonaisuudessaan nämä kolme esimerkkiä (53, 54, 55) tuovat siis esille sen, millaisena paikkana Etelä-Pohjanmaa nähdään työllisyyden näkökulmasta: maakunnassa arvostetaan yrittäjyyttä ja suositaan maataloutta, jolloin nämä elinkeinot näkyvät myös maakunnan poliittisessa kannatuksessa ja mielipiteissä.

4.2.4 Etelä-Pohjanmaa palveluiden toimintaympäristönä

Kaksi viimeistä diskurssia, jotka nousevat selkeästi esille aineistosta, ovat suppeampia kuin kolme edellä esiteltyä diskurssia. Viimeisten diskurssien näkökulmat ovat tulleet osittain näkyviin jo aiemmin, mutta näissä luvuissa 4.2.4 ja 4.2.5 käsittelen maakunnan ympäristöä ikään kuin loppujen diskurssien yhteenvetona – diskursseissa taustalla vaikuttavat ne diskurssiprosodiat ja kollokaatit, jotka eivät ole vielä olleet analyysissä kunnolla mukana. Ensimmäisessä näistä pienemmistä diskursseista käsitellään vahvimmin diskurssiprosodioita *rikollisuus ja oikeudenmukaisuus* ja *yrietykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut*, jotka kokonaisuudessaan luovat Etelä-Pohjanmaalle neljännen diskurssin, *Etelä-Pohjanmaa palveluiden toimintaympäristönä*.

Diskurssiprosodia *rikollisuus ja oikeudenmukaisuus* koostuu varsin merkitsevistä kollokaateista, kuten POLIISI, POLIISILAITOS, KÄRÄJÄOIKEUS ja TUOMITA. Tämän vuoksi koen, että näkemys Etelä-Pohjanmaasta rikollisuus- ja tapaturmaympäristönä on tärkeää tuoda esille. Näkökulma konkretisoituu hyvin selkeästi tapahtumista tiedottamisen perspektiivistä suhteellisen neutraalisti, sillä esimerkeissä voidaan harvoin

havaita minkäänlaista virkavallan oman suhtautumistavan esiintuomista esimerkiksi -sti-loppuisilla adverbeilla, vaan lainvalvojat ja päättäjät toimivat enemmänkin pelkästään tiedonlähteenä. Näin on muun muassa esimerkeissä (56)–(59):

56. Lapsella oli päässään pyöräilykypärä. Se pelasti hänet vakavammilta päähän kohdistuneilta vammoilta, **kertoo** *Etelä-Pohjanmaan poliisi*
57. Kavallusepäily koskee vuosia 2002-2008, **kertoo** rikoskomisario Esa Uusi-Kakkuri *Etelä-Pohjanmaan poliisilaitokselta* STT:lle.
58. *Etelä-Pohjanmaan kärjäoikeus* antaa päätöksen 11.12.
59. *Etelä-Pohjanmaan kärjäoikeus tuomitsi* lyöjän **kolmen** kuukauden ehdolliseen vankeusrangaistukseen.

Tapahdumista tiedottaminen, kuten pyöräilyonnettomuuden (56) tai kavallusepäilyn (57) kuvaaminen, esiintyy esimerkeissä (56) ja (57) auktoriteetin, tässä tapauksessa poliisin, lausuntona, jolloin esimerkit koostuvat suoran lainauksen tapaisesta poliisin ilmoituksesta sekä johtolauseesta. Johtolause sisältää predikaattikollokaatin KERTOON ja subjektilausekkeen: *kertoo [Etelä-Pohjanmaan poliisi]* (56); *kertoo [rikoskomisario Esa Uusi-Kakkuri]* (57). Kommunikaatioverbi *kertoa* luo yhteyden *viestintä ja uutisointi* -diskurssiprosodiaan, sillä verbi kuvastaa ilmaisun viestinnällistä ja tiedottamisen kaltaista funktiota merkityksellä 'kuvailu, selostaa' (KS s.v. *kertoa*). Myös esimerkit (58) ja (59) kuvastavat sitä, millä tavoin rikollisuus tai onnettomuudet tuodaan aineistossa esille. Vaikka esimerkeissä ei ole samankaltaista suoraa viestinnällisen funktion antavaa verbiä (*kertoa*) kuin edellä, myös näissä esimerkeissä rikos nousee esille tiedonantona, ikään kuin toteamisena – subjektina näissä toimii kollokaatti KÄRJÄOIKEUS, joka jo itsessään ei henkilöidy kehenkään vaan laajaan organisaatioon. Kärjäoikeuden päättävällistä ja auktoriteetista kertovat esimerkeissä finiittiverbi+verbi-partikkeli-predikaatti *antaa päätös* ja lainaverbi *tuomita*, jotka kuvastavat tiedoksiannosta ja lopullista päätöstä oikeudellisesta tuomiosta.

Myös muut erilaiset valtion organisaatiot, kuten Etelä-Pohjanmaan sairaanhoitopiiri ja ELY-keskus esiintyvät kollokaattilistassa varsin merkittävinä (kollokaatit SAIRAANHOITOPIIRI, ELY ja KESKUS). Tällainen Etelä-Pohjanmaan näkeminen organisaatioiden sijoituspaikkana tulee esille usein esimerkkien (56)–(59) tapaisesti uutisoinnin ja tiedoksiannon näkökulmasta, kuten esimerkeissä (60) ja (61):

60. *Etelä-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin* ylilääkärin Jari Nyrhilän mukaan yleisesti kraniektomia tehdään usein tapauksissa, jotka muutoin voisivat johtaa kuolemaan tai vakavaan pysyvään vammautumiseen
61. "Ilmastonmuutos on yksi keskeinen selittävä tekijä riista- ja vesilintujen kantojen dramaattiseen pienentymiseen", **sanoo** *Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen* biologi Harri Hongell.

Esimerkin (60) ylilääkärin lausunnon informointinäkökulma tulee esille *mukaan-*rakenteella, jolla viitataan toiseen aineistoon, tässä tapauksessa auktoriteetin

lausuntoon: *ylilääkärin Jari Nyrhilän mukaan*. Samanlaista auktoriteetin lausuntoon viittaamista nähdään esimerkissä (61), jossa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen biologi kertoo ilmastonmuutoksen vaikuttavan riista- ja vesilintujen kantojen pienentymiseen – tällä kertaa viittaus tapahtuu suoralla lainauksella ja esimerkkien (56) ja (57) tapaisella johtolauseella, joka alkaa kollokaattina esiintyvällä kommunikaatioverbillä SA-NOA.

Edellä mainittujen havaintojen lisäksi erilaisten palveluiden ja laitosten toiminta jakaa aineiston keskusteluissa harvakseltaan myös selkeitä mielipiteitä. Vaikka luvussa 4.2.2 esimerkissä (23) kirjoittaja ei ole tyytyväinen Etelä-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin toimintaan, keskustelijoiden joukossa on myös sellaisia, jotka ovat myös mielissään maakunnan sairaanhoidon laadusta (62):

62. *Etelä-Pohjanmaan Sairaanhoidopiirin ambulanssi lähtee aina* tarvittaessa kuljettamaan Seinäjoelle potilaita. Sijointupaikka on Vimpelissä. Tästä saamme olla kiitollisia.

Esimerkin (62) kirjoittaja kuvailee korostaen *aina*-adverbilla, kuinka Etelä-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin ambulanssi lähtee aina kuljettamaan Seinäjoelle potilaita, vaikka sen sijointupaikka onkin Vimpelissä. Päätelmä siitä, miksi kirjoittaja kokee asian tärkeäksi mainita, selviää esimerkin viimeisestä lauseesta *tästä saamme olla kiitollisia*, jonka demonstratiivipronomini *tämä* viittaa edellä mainittuun ambulanssin lähtemiseen liikkeelle pitkänkin matkan päästä. *saada*-predikaatti ilmaisee tässä lauseessa pakollisuuden merkitystä (ks. KS s.v. *saada*), jonka päämääränä on kehottaa kaikkia olemaan kiitollisia sairaanhoitopiirin toiminnasta. Myös monikon ensimmäisen persoonan pääte (-*mme*) lähentää kirjoittajaa muihin ja luo me-henkisen näkökulman.

Esimerkissä (62) kirjoittajan tyytyväisyyttä kuvaa selkeästi adjektiivi *kiitollinen*. Myös esimerkiksi Etelä-Pohjanmaan opisto saa kiitosta (63), ja tämä tyytyväisyys näkyy tässä esimerkeissä etenkin kuvailevan adjektiivin *loistava* käytöllä: sekä Etelä-Pohjanmaan opistoa että sen opetusta kuvataan loistavaksi. Opistoa suositellaan oikeustieteilijäksi haluavalle kehumalla yhteisöä (*porukka*) motivoituneeksi NUT-partisiipin partitiivimuodolla *motivoitunutta* sekä nojautumalla yliopistojen pääsyprosenttien tilastoihin (*linjaltamme pääsi 80 % hakijoista*). Lopun *suosittelen!*-huudahdus korostaa kirjoittajan oman kokemuksen ja mielipiteen varmuutta lauseen ollen yksikön ensimmäisessä persoonassa ja sisältäen huudahdusta kuvaavan lopetusvälimerkin !.

63. *Etelä-Pohjanmaan opisto on loistava* vaihtoehto oikeustieteilijäksi hamuavalle. Loistavaa opetusta ja hyvää ja motivoitunutta porukkaa, tänä vuonna linjaltamme pääsi 80 % hakijoista ympäri Suomen yliopistoja. Suosittelen!

Toisaalta, kuten mainittua, organisaatioiden toimintaa saatetaan myös kritisoida. Esimerkissä (64) kritisointi tulee ilmi predikaatista *ihmettelin*. Kirjoittaja kummastelee, miksi ELY-keskus *puuttuu* eli 'sekaantuu' (KS s.v. *puuttua*) keskustelussa mainittuun

maailmanperintöön liittyvään tapaukseen ja mainitsee laajennetun adjektiivin *jo vanha* avulla, että asia on jo aikoja sitten käsitelty loppuun.

64. ihmettelin **miksi** *etelä-pohjanmaan* **ely-keskus** puuttuu tuohon maailmanperintö juttuun? sehän on jo vanha asia.

ELY-keskuksesta puhuttaessa (61, 64) nousee usein esille luonto, mikä onkin hyvin ymmärrettävää ELY-keskusten ollessa elinkeinon, liikenteen ja ympäristön kehittämiskeskus¹³. Suomi24-keskustelupalstalla esiintyy myös yleisesti keskustelua siitä, millainen Etelä-Pohjanmaa on ympäristöltään ja etenkin luonnoltaan. Tämä näkökulma tulee esille viimeisessä diskurssissa, jonka esittelen seuraavassa luvussa 4.2.5.

4.2.5 Etelä-Pohjanmaa kauniina kesämatkailukohteena

Viimeisessä, hyvin tiiviissä diskurssissa korostuvat edellä mainitusti Etelä-Pohjanmaan luonto ja maakunnassa matkailu. *Etelä-Pohjanmaa kauniina kesämatkailukohteena*-diskurssissa selkeimpinä diskurssiprosodioina toimivat muun muassa *ominaisuudet* ja *liikkuminen ja matkustaminen*, sillä diskurssiprosodioihin kuuluvat kollokaatit luonnehtivat paljon Etelä-Pohjanmaata, sen luontoa sekä siellä matkailua ja vierailua. Esimerkeissä (65), (66) ja (67) näkyy kootusti se, millaiseksi Etelä-Pohjanmaan luontoa ja ympäristöä kuvaillaan:

65. Isossakyrössä *eteläpohjanmaalla*. Kertakaikkiaan **mahtava paikka, kaikkialta** porukkaa, laaja alue kirkkaiden lampien välissä jylhine kallioineen ja rinteineen. Vesi aivan ääressä, romantinen näky iltahämärässä valoineen.
66. Kyllä kauneinta on tasainen lakeus ja pitkät auringon kultaamat kesäillat, siis *etelä-pohjanmaa*.
67. jota niin suunnattomasti ihailen, ajellessani *eteläpohjanmaan* **alueella! kaikki on suurta** ja mukavaa!

Kuten voidaan huomata, Etelä-Pohjanmaan kuvaamiseen käytetään varsin paljon adjektiiveja, mikä on luonnollista ominaisuuksista puhuttaessa. Etelä-Pohjanmaan Isoakyröä kehdutaan adjektiiveilla *mahtava* ja *laaja* sekä maakunnan lampia *kirkas-*, *kallioita* ja *rinteitä* *jylhä-* ja *näkymää* *romanttinen*-adjektiivilla (65). Maakunnan ilmettä kuvataan myös adjektiiveilla *kaunis* ja *tasainen* (66) sekä *suuri* ja *mukava* (67). Myös itse luonto nousee esille erilaisilla sanavalinnoilla, kuten substantiiveilla *lampi*, *kalliot*, *rinteet*, *vesi* (65), *lakeus* ja *aurinko* (66), mitkä luovat monipuolisen kuvan maakunnan luontoilmeestä. Monipuolista kuvailua Etelä-Pohjanmaasta tuodaan esille myös varsin runollisella komitatiivi-sijamuodon käytöllä (*jylhine kallioineen, valoineen*) (65) sekä metaforalla *auringon kultaamat kesäillat* (66).

¹³ Lähde: ELY-keskus 2021.

Toisena näkökulmana tässä diskurssissa tuon esille Etelä-Pohjanmaan matkailukuntana. Kuten aiemmissa diskursseissa (luvut 4.2.1 ja 4.2.2) käy ilmi, Etelä-Pohjanmaata ei monien keskuudessa pidetä kovinkaan houkuttelevana asuinpaikkana, mutta sen sijaan aineistosta nousee näkyviin vierailun ja käymisen näkökulma: maakunta nähdään esimerkiksi sukulointi- (68), mökkeily- (69) tai turismikohteena (70), jotka liittyvät läheisesti myös Etelä-Pohjanmaan luontoon matkailun keskittyessä kesäaikaan: jo esimerkissä (66) mainitaan kesäisen Etelä-Pohjanmaan kauneus, mutta myös näissä jälkimmäisissä esimerkeissä havaitaan olevan kesään viittaava substantiivi *kesäpaikka* (69) ja essiivissä oleva adverbialikiteytymä *ensi kesänä* (70).

68. **Olin ensimmäistä** kertaa *Etelä-Pohjanmaalla Alajärvellä* vierailemassa **sinne** muuttaneiden sukulaisteni luona.
69. Meillä **on** kesäpaikka *Etelä-Pohjanmaalla*
70. niiden **tietojen** pohjalta ollenkaan laskeutue *etelä-pohjanmaan* kamaralle? **seinäjoelle** saapuu taas ensikesänä melkoinen lauma turisteja viikoksi tangoamaan

Lyhytaikainen sukulaisten luona vierailu Etelä-Pohjanmaalla voidaan havaita esimerkiksi (68) MA-infinitiivillisestä *olin vierailemassa* -rakenteesta, joka ilmaisee mennyttä tapahtumaa olla-verbin ollessa imperfektissä. MA-infinitiiviä käytetään myös esimerkiksi (70), joskin tulevaa tapahtumaa ilmaisten, kun kirjoittaja tuo esille, että Seinäjoelle *saapuu tangoamaan* ihmisiä kesäisin – *Seinäjoelle tangoamaan* viittaa selvästi kesäisin järjestettävään Seinäjoen Tangomarkkinoihin. Verbiliiton lisäksi esimerkissä (70) väliaikainen maakunnassa oleskelu tuodaan esille tilanteen kestoa kuvaavalla adverbialilla *viikoksi*. Myös subjektilauseke *melkoinen lauma turisteja* viittaa matkailijoihin, jota pääsääntöisesti oleskelevat matkakohteessaan vain väliaikaisesti.

Esimerkin (69) omistuslause *meillä on kesäpaikka Etelä-Pohjanmaalla* kiteyttää hyvin sen näkökulman, että Etelä-Pohjanmaa toimii monelle lomailu- ja mökkeilykohteena. Tämä ei yllätä, sillä aiemmin havaitusti Etelä-Pohjanmaan luontoa ja maisemia ihaillaan (ks. 65, 66 ja 67). Edellisissä diskursseissa mainitut asumis- ja muuttonäkökulmat sekä maakunnan työllisyystilanne varmasti linkittyvät vahvasti myös tämän luontodiskurssin sisältöihin: se, nähdäänkö Etelä-Pohjanmaa hyvänä paikkana oleskella, riippuu varmasti työllisyysmahdollisuuksien, ihmisten ja julkisen sektorin toiminnan lisäksi vahvasti myös luonnonympäristöstä.

4.3 Etelä-Pohjanmaan maakunnan aluebrändi

Luvussa 4.2 olen esitellyt Suomi24-korpusaineistosta esille nousseet diskurssit, jotka kertovat siitä, miten Etelä-Pohjanmaasta puhutaan maakuntana. Nämä diskurssien näkökulmat tuovat samalla esille keskustelijoiden mielipiteitä, mielikuvia ja

kokemuksia, jotka yhdessä paljastavat sen, millainen **maine** Etelä-Pohjanmaalla kansalaisten keskuudessa oikein on. Kun puhutaan paikkojen markkinoinnista, tämä maine on osa paikan **brändiä** – näin ollen edellisessä luvussa esiteltyt diskurssit toimivat pohjana *Etelä-Pohjanmaan epäviralliselle maakuntabrändille*, jonka lähteenä toimii Suomi24-keskustelupalstan keskusteluista muodostettu korpus.

Tässä luvussa esittelen, millainen maakuntabrändi Etelä-Pohjanmaasta kuvastuu Suomi24-keskustelupalstalla. Koska brändi pohjautuu hyvin vahvasti edellisessä luvussa esiteltyihin diskursseihin, en tässä luvussa avaa brändin osia liian laajasti toisteisuuden välttämiseksi. Sen sijaan keskityn siihen, millä tavalla löytämäni epävirallinen maakuntabrändi vertautuu viralliseen Etelä-Pohjanmaan brändiin.

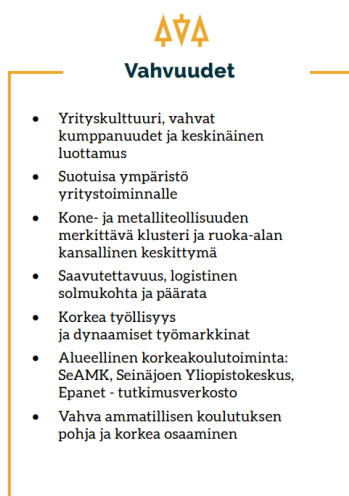
Etelä-Pohjanmaan epävirallista brändiä muodostaessani olen ottanut rakenteesseen mallia Helsingin kaupungin vuonna 2016 suunnittelemasta vuoden 2020 kaupunkibrändistä, jonka ydin muodostuu neljästä kulmakivistä: *muuttuva, toimiva, kontrastinen ja omaperäinen Helsinki*. Myös Etelä-Pohjanmaan Suomi24-palstalla muodostuva epävirallinen maakuntabrändi koostuu oman tulkintani mukaan neljästä peruspilarista, jotka ovat: 1. *muuttotappiollinen*, 2. *tiivisyhteisöinen*, 3. *yrittävä* ja 4. *luonnonvarainen Etelä-Pohjanmaa*. Perustelen päätelmäni niillä tutkimusaineistosta esille nousseilla diskursseilla ja diskurssien näkökulmilla, jotka omasta mielestäni ovat selkeimpiä ja juuri Etelä-Pohjanmaan maineeseen vahvasti linkittyviä. Esimerkiksi luvussa 4.2.4 esittelemäni yritykset ja valtion laitokset eivät ole relevantteja Etelä-Pohjanmaan brändin kannalta, sillä useimmat kyseisistä laitoksista kuuluvat jokaisen maakunnan peruspiirteisiin eivätkä näin ollen tuo merkittävää lisämerkitystä maakunnan maineeseen. Sen sijaan monet muut diskurssien näkökulmat korostavat hyvin vahvasti maakunnan mainetta, joka saattaa erottaa Etelä-Pohjanmaan muista Suomen maakunnista.

Ensimmäinen peruspilari *muuttotappiollinen Etelä-Pohjanmaa* pohjautuu vahvasti asumis- ja muuttodiskursseihin (luvut 4.1.2 ja 4.2.2). Kuten havaittua, Etelä-Pohjanmaa nähdään sellaisena asuinpaikkana, josta enemmän muutetaan pois kuin jonne päädytään asumaan, mikä toimii selkeästi yhtenä maakunnan negatiivisempänä maineena. Toinen peruspilari *tiivisyhteisöinen Etelä-Pohjanmaa* perustuu sen sijaan näkemykseeni siitä, että aineistossa eteläpohjalaiset ihmiset nähdään ikään kuin omana yhteisönään ja muualta tulevat omanaan – eteläpohjalaisia kuvataan asumis- ja muuttodiskurssin (ks. luvut 4.2.1 ja 4.2.2) yhteydessä muun muassa rehdeiksi ja aidoiksi, mutta toisaalta myös heidän ylpeilynsä ja yksinkertaisuutensa nousee aineistossa negatiivisella tavalla esille. Joka tapauksessa eteläpohjalaiset nähdään tiiviinä yhteisönä, joka puhaltaa yhteen hiileen, mikä näkyy myös luvussa 4.2.3, jossa eteläpohjalaisten selkeänä maineena korostuu yrittäjäys ja tätä myöten myös asukkaita yhdistävä kilpailuhenkisyys. Tämän vuoksi kolmanneksi peruspilariksi olen nostanut *yrittävä Etelä-Pohjanmaa*-näkemys. Viimeisenä peruspilarina oleva *luonnonvarainen Etelä-Pohjanmaa* liittyy sekä yrittäjyyteen että maakunnan ympäristöön: maakunnalla on jo

kauaskantoinen maine maatalousmaakuntana (ks. luku 4.2.3), joka perustuu luonnollisuuteen, kuten maanviljelyyn. Toisaalta myös luvussa 4.2.5 Etelä-Pohjanmaan luonto tulee puheenaiheeksi, ja aineistoesimerkkien pohjalta maakunta omaakin maineen kauniista ja luonnonvaraisesta ympäristöstä.

Nämä luetteleman neljä brändin kulmakiveä muodostavat mielestäni epävirallisen maakuntabrändin ytimen eli sen, millainen Etelä-Pohjanmaan maine tiivistetysti keskustelupalstalla on. Tätä epävirallista maakuntabrändiä vertaan nyt *Etelä-Pohjanmaan viralliseen maakuntabrändiin*, joka perustuu Etelä-Pohjanmaan maakuntastrategiaan *Huomisen lakeus* (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c), matkailustrategiaan *Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa* (Järvinen ym. 2020) sekä *Inspiroidu Etelä-Pohjanmaasta* -sivustoon (Visit Lakeus 2022b). Koska Etelä-Pohjanmaan maakunnalla ei ole samanlaista Helsingin brändiin (Helsingin kaupunki 2016) vertautuvaa virallista brändi-nimellä luotua maakuntabrändiä, olen itse kerännyt ja koostanut sisällönanalyysin keinoin edellä mainituista aineistoista tärkeimmät Etelä-Pohjanmaan tämänhetkistä mainetta rakentavat näkökulmat ikään kuin brändille ominaiseen muotoon. Näin ollen olen keskittynyt brändin rakentamisessa tutkimaan lähteitä nykytilan näkökulmasta – en siis ole ottanut käsittelyyn tavoitteita tai suunnitteluja, jotka ovat aineistojeni kaltaisille strategioille yleisiä. Etelä-Pohjanmaan virallinen brändi koostuu näkemykseni mukaan näistä näkökulmista: 1. paikallinen ja omannäköinen, 2. pohjalaisen luonnon omaava, 3. kestävä ja yrittäjähenkisen sekä 4. mukautuva ja älykäs Etelä-Pohjanmaa.

Etelä-Pohjanmaan virallisen brändin tiivistettynä ytimenä voidaan pitää sitä, että maakunta halutaan nähdä ja esitellä inspiroivana ja vieraanvaraisena alueena, joka kuitenkin sisältää aitoa ja perinteistä pohjalaisuutta. Maakunnan vahvuuksina Etelä-Pohjanmaan liitto näkee muun muassa yrityskulttuurin, korkean työllisyyden ja vahvan koulutuksellisuuden ja osaamisen kuvion 5 mukaisesti.



KUVIO 5

Etelä-Pohjanmaan virallisessa brändissä havaittavat maakunnan vahvuudet (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 48).

Maakuntabrändissä *paikallinen ja omannäköinen* viittaa vahvasti Etelä-Pohjanmaan väestöön ja muuhun pohjalaiseen ilmapiiriin. Kuten Etelä-Pohjanmaan epävirallisessa brändissä, myös virallisen brändin aineistossa nousee esille muuttoliikkeessä korostuva 15–29-vuotiaiden poismuutto: tämä esitellään maakuntastrategiassa (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 46) kuitenkin *kehitettävänä* kohteena, minkä vuoksi en koe muuttotappiollisuuden kuuluvan mainostarkoituksessa luotuun viralliseen brändiin. Etelä-Pohjanmaa halutaan maakuntastrategiassa sen sijaan esitellä niin nykyisten, uusien kuin palaavienkin asukkaiden silmissä houkuttelevaksi ja viihtyisäksi ympäristöksi (71), joka on omaleimainen ja myönteisen, vieraanvaraisen, avoimen ja yrittäjähenkisen ilmapiirin omaava maakunta (72). Maakunnalla on matkailustrategian mukaan myös omintakeinen kulttuuri ja historia (72).

71. Vahvistetaan maakunnan houkuttelevuutta ja viihtyisyyttä **nykyisten ja uusien asukkaiden** sekä **paluumuuttajien** silmissä (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 54).¹⁴
72. Pohjalainen vieraanvaraisuus: Eteläpohjalainen matkailu perustuu **aitoihin** kokemuksiin ja kohtaamisiin, **ainutlaatuisen luonnon** kunnioittamiseen ja **omintakeiseen kulttuuriin** ja **historiaan**. Eteläpohjalaisuus on **yrittäjähenkisyyttä**, tekemisen meininkiä ja **vieraanvaraisuutta**, mikä näkyy matkailijoille kaikissa matkailupalveluissa. (Järvinen ym. 2020: 21.)

Kulturellista mainetta maakunnalle tuovat muun muassa laaja käsityöperinne (Visit Lakeus 2022b), kesätapahtumat, kuten Tangomarkkinat tai Provinssi-festarit, sekä erilaiset matkailukohteet, kuten Ähtäri Zoo, Kyläkauppa Veljekset Keskinen tai huvipuisto Power Park (Järvinen ym. 2020: 7).

Myös luonto (*Pohjalaisen luonnon omaava Etelä-Pohjanmaa*) ja yrittäjyys (*Vastuullinen ja yrittäjähentinen Etelä-Pohjanmaa*) näkyvät hyvin vahvoina virallisen brändin osaluueina – samalla tavalla kuin epävirallisessakin brändissä. Etelä-Pohjanmaan maise-makuvaa kuvaillaan muun muassa lakeaksi alueeksi, joka koostuu monipuolisesti sekä metsistä, soista, joista että pelloista (73). Maakunta nähdään ainutlaatuisena luonnonympäristönä, mitä hyödynnetäänkin vahvasti matkailualalla: maakunta omaa hyvän maineen etenkin kesäajan matkailukohteista, kuten Geopark-luontokoh-teista ja muista kansallispuistoista (74) (ks. myös Visit Lakeus 2022b).

73. Etelä-Pohjanmaan maisemakuvassa **metsä-** ja **suoalueita** halkovat **jokivarsien laajat** yhtenäiset **peltoalueet** (Etelä-Pohjanmaan 2022c: 55).
74. Toinen merkittävä asia on ollut **luonto-** ja **geomatkailua** edistävä **Geopark** -hankkeet. **Lauhanvuori-Hämeen kangas** Geoparkin lisäksi Järviseudulla valmistellaan **Kraatterijärvi** Geoparkia. Etelä-Pohjanmaalla **kansallispuistojen** kävijämäärät ovat nousseet merkittävästi **luontomatkailun** suosion kasvaessa ja Lauhanvuori-Hämeen kangas Geopark-statuksen myötä. (Järvinen ym. 2020: 7–8.)

¹⁴ Esimerkit ovat peräisin virallisen maakuntabrändin lähteinä olevista maakunta- ja matkailustrategioista. Korostukset ovat tämän maisterintutkielman kirjoittajan lisäämiä.

Myös maaseutumatkailu nousee esille, ja yrittäjämaakuntana (ks. 72) Etelä-Pohjanmaalla on useita omaleimaisia maaseutumatkailuyrityksiä (Järvinen ym. 2020: 7). Yrittäjyys määrittääkin koko Etelä-Pohjanmaan elinkeinoelämää (ks. kuvio 5), sillä sillä on keskeinen rooli Suomen ruokaosaamisen ja -vakauden ylläpitäjänä (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 44, 77). Elävä maaseutu lähiruoan tuottajana on osa maaseudun yrittäjyysmainetta, jossa korostetaan pohjalaista tapaa tehdä ja toimia aikaansaavalla tavalla (Järvinen ym. 2020: 20–21).

Mukautuva ja älykäs Etelä-Pohjanmaa viittaa maakunnan maineeseen vahvasta ja ajanmukaisesta ammatillisesta koulutuksesta ja korkeasta osaamisesta (ks. kuvio 5): alueellisesti maakunnassa on korkeakoulutoimintaa muun muassa SeAMK-ammattikorkeakoulun ja Seinäjoen Yliopistokeskuksen muodossa (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 48). Toisaalta kehittyminen ajan teknologian mukana esimerkiksi juuri koulutuksessa nähdään Etelä-Pohjanmaalla tärkeänä kehittämiskohteena (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 15). Maakunnan epävirallisessa brändissä ei tällainen koulutuksen hyvä maine ja kehitys korostu, vaikkakin diskursseissa mainitaan lyhyesti esimerkiksi Etelä-Pohjanmaan opiston laadukas opetus (ks. luku 4.2.4).

Kuten voidaan huomata, epävirallisessa ja virallisessa brändissä on paljon yhteisiä piirteitä, mutta myös eroavaisuuksia, kuten edellä mainittu koulutuksen näkyvyys tai se, että virallisessa brändissä nousee esille tarkempia määrittelyjä, kuten maakunnan Geoparkit tai muut kulttuurikohteet. Eteläpohjalainen luonto ja yrittäjyys ovat kuitenkin selkeitä brändin osa-alueita molemmissa brändeissä, mikä viittaa siihen, että Etelä-Pohjanmaan virallinen markkinointi ja maakunnan oma näkemys alueesta vastaa hyvin suuresti sitä, mitä mieltä kansalaiset ovat maakunnasta. Sen sijaan esimerkiksi maakunnan ilmapiiri, kuten avoimuus ja vieraanvaraisuus, näyttävät brändeissä eri tavoin: kun virallisessa brändissä maakunnan väestön yhteisöllinen ja vieraanvarainen pohjalainen ilmapiiri (ks. 72) nähdään positiivisena asiana, epävirallisessa brändissä nousevat esille positiivisten seikkojen lisäksi huonot puolet, kuten ylpeilevyys ja lievä me-muut-vastakkainasettelu.

Myös virallista brändiä rakentavissa aineistoissa tuodaan selkeästi esille maakunnan heikkoudet (ks. kuvio 6), mutta ne eroavat aika paljon epävirallisessa brändissä korostuvista ongelmista: muun muassa väestön ikääntyminen, koulutustason mataluus, osaamisvajae sekä yritysraakenteen yksipuolisuus ovat näkökulmia, jotka eivät epävirallisessa brändissä tule näkyville. Sen sijaan muuttovetovoima nähdään molemmissa brändeissä maakunnan ongelmakohtana.



Heikkoudet

- Ikääntyvä väestö ja työikäisen väestön väheneminen
- Kansallinen muuttovetoisuus
- Matala kansainvälistymisen aste väestön ja elinkeinoelämän osalta
- Matala koulutustaso ja vähäiset korkeakoulutuksen aloituspaikkamäärät
- Yksipuolinen yritys rakenne, heikko yritys dynamiikka ja matala tuottavuus
- Kasvuyritysten ja vahvaa T&K-toimintaa harjoittavien yritysten vähäinen määrä
- Osajavaje niin suorittavalla tasolla kuin asiantuntijatasolla
- Maakunnan voimavarojen kokoaminen yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi
- Alueen korkeat hiilidioksidipäästöt

KUVIO 6 Etelä-Pohjanmaan virallisessa brändissä havaittavat maakunnan heikkoudet (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 48).

Vaikka myös virallisessa brändissä näkyy maakunnan negatiivisia puolia, koen, että pääroolin brändissä saa kuitenkin se, mikä Etelä-Pohjanmaalla on hyvin, eli ne neljä pääpiirrettä, jotka olen nimennyt brändin kulmakiviksi. Positiivista näkemystä vahvistaakseen lähteissä korostetaan sitä, millaisin toimenpitein Etelä-Pohjanmaasta saadaan mahdollisimman toimiva, vastuullinen ja avoin maakunta. Tämä konkretisoituu maakunta- ja matkailustrategioissa strategioiden ja tavoitteiden asettamisella (ks. Etelä-Pohjanmaan liitto 2022c: 13; Järvinen ym. 2020: 23), joiden pyrkimyksenä on kehittää maakunnan heikkouksia, mutta myös korostaa sen hyviä puolia.

Kokonaisuudessaan brändit, joiden lähteet ja perusta ovat hyvin erilaisilta alustoilta, sivuavat toistensa kanssa hyvin samanlaisia maakunnan maineeseen liittyviä teemoja. Epävirallinen brändi kuvastuu konkreettiseksi näkökulmiksi anonyymiltä kansalaisten verkkokeskustelualustalta, kun taas virallisen brändin taustalla vaikuttavat organisaatiot ja yritykset, joiden tehtävänä on luoda Etelä-Pohjanmaalle hyvää mainetta sekä kehittää maakuntaa yhä positiivisemmaksi ja toimivammaksi. Tämän vuoksi näkökulmaerot brändien välillä ovat varsin ymmärrettäviä ja luonnollisia: epävirallisessa brändissä korostuu positiivisten seikkojen lisäksi selkeästi myös negatiivissävyinen maine Etelä-Pohjanmaasta asuinpaikkana ja yhteisönä, mikä perustuu vahvasti ihmisten keskustelupalstalle jättämiin voimakkaisiin omiin mielipiteisiin.

5 PÄÄTÄNTÖ

5.1 Tutkimuksen yhteenvetoa ja arviointia

Tässä maisterintutkielmassa olen tarkastellut korpusavusteisen diskurssintutkimuksen menetelmin, millaisia Etelä-Pohjanmaata määritteleviä diskursseja Suomi24-verkkokeskustelupalstalla muodostuu. Analyysissäni tutkin Suomi24 2001–2020 -korpuksen noodin *Etelä-Pohjanmaa* 230 merkitsevintä kollokaattia ja jaoin ne 17 eri merkitysryhmään eli diskurssiprosodiaan siten, missä merkityksessä ne yleisimmin aineistossani esiintyvät. Diskurssiprosodioiksi muodostuivat merkitysryhmät *paikat, sijainnit ja suunnat, viestintä ja kommunikointi, ominaisuudet, aika ja ikä, intensiteetti ja varmuus, määrät, henkilöt ja ihmiset, politiikka ja yhdistykset, asuminen ja eläminen, yritykset, järjestelmät, opistot ja valtion palvelut, mentaalisuus ja ajattelu, tekeminen ja toiminta, näkeminen ja havainnointi, liikkuminen ja matkustaminen, rikollisuus ja oikeudenmukaisuus, kaupankäynti ja muut.*

Vertailtaessa Etelä-Pohjanmaan diskurssiprosodioita Ainialan ja Jantusen (2019), Saaren (2020) ja Jantusen ja muiden (2022) vastaavanlaisiin tutkimuksiin voidaan yleistettävästi havaita, että korpusonomastisissa tutkimuksissa paikannimen kollokaatit muodostavat tiettyjä, kaikissa tutkimuksissa toistuvia diskurssiprosodioita. Suurimpana ja selkeimpänä diskurssiprosodiana paikannimiin linkittyy paikkoihin ja suuntiin liittyvä merkitysryhmä, mutta myös etenkin kommunikaatioon, ihmisiin, politiikkaan, asumiseen, tekemiseen ja liikkumiseen liittyvät diskurssiprosodiat kytkeytyvät vahvasti paikannimiin. Sen sijaan voidaan huomata, että jotkin diskurssiprosodiat ja niiden sisällöt suuntautuvat joko enemmän kaupunki- tai maakuntaspesifeiksi. Esimerkiksi paikkoihin liittyvän diskurssiprosodian sisällössä voidaan havaita vaihtelua: kaupunginnimen kollokaateiksi päätyvät enemmän muut kaupungit, kun taas maakunnannimen kollokaatteja ovat enemmän maakunnan sisällä olevat kunnat tai

muut maakunnat. Havaittiin myös, että korpuseronomastisissa tutkimuksissa liikkumiseen ja matkustamiseen liittyvä diskurssiprosodia korostuu enemmän kaupunkien yhteydessä toisin kuin maakuntia koskevissa keskusteluissa, joissa painottuu päinvastoin asumisen ja elämisen diskurssiprosodia.

Diskurssiprosodioiden pohjalta laajensin aineistosta nähtäville viisi diskurssia: *Etelä-Pohjanmaa mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana*, *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana*, *Etelä-Pohjanmaa yrittäjälähtöisenä työmaakuntana*, *Etelä-Pohjanmaa palveluiden toimintaympäristönä* ja *Etelä-Pohjanmaa kauniina kesämatkailukohteena*. Tutkimukseni päähavaintona toimii huomio siitä, että Suomi24-aineistossa Etelä-Pohjanmaa näyttää yhtäältä positiivisessa valossa mukavana ja rauhallisena, mutta toisaalta myös huonomaineisena asuinalueena, mikä kuvastuu parhaiten diskursseissa *Etelä-Pohjanmaa mielipiteitä herättävänä asuinpaikkana* sekä *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana*. Negatiivissävytteinen keskustelu näkyy näissä diskursseissa vahvimpana – negatiivisia mielipiteitä perustellaan muun muassa maakunnan pienuudella sekä ylpeilevillä asukkailla, mikä osaltaan vaikuttaa myös siihen, että aineistossa nousee esille näkemys siitä, että maakunnasta muutetaan pois useammin kuin sinne muutetaan asumaan. Näin ollen asumis- ja muuttodiskurssit kytkeytyvät vahvasti toisiinsa. Muuttodiskurssissa korostuvat etenkin nuorten muuttoliikenne pois maakunnasta sekä muuttotappion aiheuttamat kunta- ja maakuntaliitokset.

Toisaalta Etelä-Pohjanmaa nähdään aineistossa myös positiivisessa valossa. Kuten johdannossa esittämässäni hypoteesissa arvelin, Etelä-Pohjanmaan kansallinen maine yrittäjämaakuntana nousee myös aineistossa selkeästi esille. Diskurssissa *Etelä-Pohjanmaa yrittäjälähtöisenä työmaakuntana* yrittäjyyttä esitellään muun muassa hyvän työllisyysasteen, maatalousyrittäjyyden ja jopa politiikan näkökulmasta – keskusteluissa nousevat poliittisista puolueista keskiöön Suomen Keskusta ja Kansallinen Kokoomus, joiden arvot linkittyvät yrittäjyyteen ja maatalouteen. Myös Etelä-Pohjanmaan luonto saa kiitosta niin *Etelä-Pohjanmaa muuttotappiollisena maakuntana*- kuin *Etelä-Pohjanmaa kauniina kesämatkailukohteena* -diskursseissa; Etelä-Pohjanmaan kauniin, rauhallisen ja luonnonvaraisen ympäristön maine konkretisoituu etenkin kesämatkailun suosiossa. Toiseksi viimeisessä diskurssissa *Etelä-Pohjanmaa palveluiden toimintaympäristönä* käyvät esille myös ne näkökulmat, jotka päättyvät merkitsevimpien kollokaattien myötä tärkeiksi teemoiksi: aineistossa esiintyy muun muassa rikollisuuden ja oikeudenmukaisuuteen sekä kolmannen sektorin laitoksiin keskittyvää keskustelua, joka pääsääntöisesti käsittelee aiheita neutraalista, tiedottamisen kaltaisesta näkökulmasta.

Muihin korpuseronomastisiin tutkimuksiin verrattuna havainnot diskursseista ovat osittain samankaltaisia, mutta myös eroavaisuuksia löytyy. Ainalan ja Jantusen (2019) tutkimuksessa *Hesaa* ja *Stadiin* liitettyjä diskursseja ovat etenkin liikkumiseen ja matkustamiseen sekä ihmisiin liittyvät diskurssit, jotka korostavat aineistosta

nousevaa "me stadilaiset"-näkökulmaa. Hypoteesissani toin esille, että odotan myös *Etelä-Pohjanmaan* yhteydessä nousevan samalla tavoin näkyviin liikkumiseen ja matkustamiseen sekä ihmisiin liittyvät diskurssit. *Etelä-Pohjanmaan* diskursseissa ei liikkuminen ja matkustaminen kuitenkaan korostu vastaavasti muun muassa maakunnan sisässä liikkumisen näkökulmasta, vaan näkyvimmin liike Etelä-Pohjanmaahan tai sieltä pois konkretisoituu muuttamisen tai lomailun yhteydessä. Myös muun muassa ihmisiin liittyvä diskurssi, joka koostuu Ainialan ja Jantusen tutkimuksessa esimerkiksi erilaisista maalaisiin liittyvistä nimityksistä, ei näy Etelä-Pohjanmaan maakunnan diskursseissa. Kuitenkin Etelä-Pohjanmaan diskursseissa voidaan havaita samankaltaista asumiseen liittyvää keskustelua sekä me-muut-jaottelua Etelä-Pohjanmaan ja muiden paikkojen välillä, mikä löyhästi vastaa johdannossa esittämäni hypoteesia maakuntaidentiteetin näkymisestä diskursseissa. Tämä kuitenkin tapahtuu paljon negatiivisista ja maakunnan ulkopuolelta kumpuavista mielipiteistä, joissa eteläpohjalaisia ja heidän luonnettaan kritisoidaan. Diskursseissa maakuntaidentiteetti ei siis yllättävää kyllä painotu.

Eroavaisuudet korpusonomastisten tutkimusten tulosten välillä ovat varsin luonnollisia, sillä eri paikkoihin liittyvissä keskusteluissa korostuvat erilaiset teemat. Kollokaatit, jotka perustuvat tilastollisuuteen, ovatkin oiva tapa saada selville se, mitkä teemat ovat aineistossa näkyvimpiä. Korpusonomastiikka perustuu siis siihen, mitä on paljon (Ainiala & Jantunen 2019: 76): CADS nostaa esiin toistuvia piirteitä, jotka paljastavat yleisimmät keskusteluaiheet sekä samalla myös sellaisia asioita, joihin ei välttämättä paljaalla silmällä kiinnittäisi tekstissä huomiota (Partington ym. 2013: 11; Ainiala & Jantunen 2019: 76). Tilastollisiin tuloksiin nojaten tulokset ovat siis jokseenkin yleistettävissä. Toisaalta täytyy muistaa, että laajan datamäärän vuoksi aineiston analyysistä on mahdotonta saada täysin syväluotaavaa. Kuten Ainiala ja Jantunen (2019: 76) mainitsevat, kvantitatiivisesti analysoitaessa aineistosta jää huomaimatta sinänsä merkittäviä puhumisen tapoja ja samalla ehkäpä diskurssien näkökulmia. CADSiin verraten vielä syvempi aineiston laadullinen tarkastelu toisikin esille vielä kattavamman ja tarkemman kuvan aineistosta muodostuvista diskursseista.

Maisterintutkielmani lopuksi koostin diskurssianalyysin pohjalta Etelä-Pohjanmaan epävirallisen maakuntabrändin. Maakuntabrändi koostuu lähes täysin diskursseista, minkä vuoksi nimesin brändin osa-alueet 1. *muuttotappiolliseksi*, 2. *tiivisyhteisöiseksi*, 3. *yrittäväksi* ja 4. *luonnonvaraiseksi Etelä-Pohjanmaaksi*. Tätä epävirallista brändiä vertasin maakunnan viralliseen maakuntabrändiin, jonka kulmakiviä ovat: 1. *pai-kallinen ja omannäköinen*, 2. *pohjalaisen luonnon omaava*, 3. *kestävä ja yrittäjähenkinen* sekä 4. *mukautuva ja älykäs Etelä-Pohjanmaa*. Brändejä verratessani havaitsin, että sekä virallinen brändi että verkkokeskusteluista syntyvä maine käsittelevät hyvin samankaltaisia teemoja ja sisältävät lähes samanlaisia näkökulmia – kuten työni johdannossa arvelin, eroavaisuudet huomataan vahvimmin brändien sävyissä: epävirallinen brändi

sisältää enemmän myös negatiivista mainetta muun muassa maakunnan ihmisistä, kun taas virallisessa brändissä korostuvat positiiviset näkökulmat, kuten vieraanvaraisuus, avoimuus, luonnollisuus ja paikallisuus.

Maakuntabrändin analyysi jäi tässä maisterintutkielmassa varsin pintapuoliseksi ja hyvin vahvasti omiin näkemyksiini ja valintoihini perustuvaksi. Haasteita maakuntabrändin tutkimiseen toi etenkin se, ettei valmista virallista Etelä-Pohjanmaan maakuntabrändiä ole olemassa. Tämän vuoksi minun täytyi perustaa näkemykseni muihin maakuntaan liittyviin strategioihin ja sivustoihin, jolloin aineistoa, josta virallinen maakuntabrändi täytyi koota, oli runsain mitoin. Virallisen brändin luomiseksi minun täytyi siis tehdä varsin paljon päätöksiä rajata joitain näkökulmia ulkopuolelle, minkä vuoksi koostamani virallinen maakuntabrändi ei ole täysin kattava. Siksi vertailu epäviralliseen brändiin ei olekaan yleistettävissä sellaisenaan. Aukkoja brändien välillä saattaa olla puolin ja toisin: Epäviralliseen brändiin valitsin diskursseihin perustuvat tilastollisin perustein löydetyt näkökulmat, jolloin sellaiset näkökulmat, jotka olisivat löytyneet aineiston tarkemmalla tarkastelulla, ovat jääneet pois. Toisaalta myös virallisessa brändissä jotkin mainetta määrittelevät seikat ovat jääneet rajaukseni vuoksi tarkastelun ulkopuolelle.

Kuten huomataan, hypoteesini mukaisesti sekä diskursseissa että epävirallisessa maakuntabrändissä korostuvat negatiiviset mielipiteet ja näkökulmat, mikä on tutkimuksen aineistolle varsin tyypillistä. Suomi24-korpus perustuu verkkokeskustelu-ympäristölle, jolle on luonnollista negatiivinen tunnepuhe: muun muassa aggressiivisuus, monologisuus ja vastakkainasettelu (ks. Matikainen 2006; 2011) sekä vihapuhe (ks. Oksanen, Hawdon, Holkeri, Näsi & Räsänen 2014) on verkkoviestinnälle tavanomaista, mikä heijastuu myös tutkimuksen tuloksiin. Tämän vuoksi aineisto ja tulokset eivät anna täysin todenmukaista kuvaa keskustelijoiden mielipiteistä, sillä verkkokeskusteluun on päätyntä mukaan paljon hyökkäävää lähestymistapaa neutraalin ja positiivisen dialogin rinnalle. Vaikka Suomi24-aineiston laajuus kvantitatiivisessa tutkimuksessa takaa tietynlaista tilastollista yleistettävyyttä, ei aineistoon perustuvia tuloksia ole verkkokeskusteluille ominaisten piirteiden vuoksi mahdollista täysin yleistää. Negatiivisuuden lisäksi Suomi24 sisältää osin rajattuja keskusteluteemoja, ja osallistujiksi valikoituvat keskusteluun mukaan lähteneet ihmiset, eivät kaikki suomalaiset. Näin ollen aineistona Suomi24 sisältää varsin erityylistä sisältöä kuin esimerkiksi jotkin asiatekstit, kuten sanomalehti- tai uutisaineistot.

Toisaalta Suomi24-verkkokeskustelu päättyi tutkimusaineistokseni juuri sen hedelemällisen ja monipuolisen sisällön vuoksi. Koska Suomi24-keskusteluihin osallistuu keskustelijoita jossain määrin ympäri Suomea, on aineistona toimiva korpus alueellisesti varsin kattava. Myös keskustelualueen mahdollistama spontaanius sekä aito kielenkäyttö antavat kuvan niin kutsuttujen tavallisten ihmisten tuotoksista, vaikka anonyymiuden vuoksi keskustelijoiden taustoja ja statuksia onkin mahdotonta saada

selville. Joka tapauksessa tällaiseen aitoon kielenkäyttöön perustuvat tutkimustulokset antavat viitteitä siitä, mitä diskursseja ja mielipiteitä ihmisten välisissä arkisissa keskusteluissa todellisuudessa näkyy.

Tutkimukseni hyödyttää vahvasti niin itse Etelä-Pohjanmaan maakuntaa kuin myös alueen markkinointiyrityksiä, joilla on mahdollisuus tukeutua toiminnassaan ja valinnoissaan tutkimuksen tuloksiin eli tavallisen väestön mielipiteisiin maakunnasta. Esimerkiksi havainto maakunnan negatiivisesta maineesta asuinpaikkana toimii herättelynä siihen, että maakunnan mainetta asuinympäristönä tulisi kehittää myönteisempään suuntaan. Toisaalta myös positiiviset näkemykset esimerkiksi maakunnan luonnosta ja yrittäjyydestä valavat uskoa siitä, että oikeita asioita maakunnan hyvän maineen ylläpitämiseksi on tehty ja toivottavasti tullaan tekemään myös tulevaisuudessa. Tutkimus toimiikin myös kansalliselle brändityölle esimerkkinä siitä, että aluebränditutkimuksessa ja brändien luomisessa on kannattavaa kiinnittää huomiota esimerkiksi haastattelujen ja kyselyiden tulosten lisäksi myös arkisiin, todellisiin ja spontaaneihin keskusteluihin, joita alueen ympärillä pyörii – alueen maineen luojinahan toimivat loppujen lopuksi suurelta osin myös tavalliset kansalaiset ja heidän mielipiteensä, ei pelkästään brändin tuottaja.

5.2 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Korpusonomastiikka on tutkimussuuntana hyvin tuore, minkä vuoksi jatkotutkimusmahdollisuudet ovat alalla laajat ja moninaiset. Kuten on tullut ilmi, korpusonomastista tutkimusta maakunnista tai muista samankaltaisista laajemmista alueista ei ole tehty, minkä vuoksi CADSiä hyödyntävät tutkimukset koskien esimerkiksi muita Suomen maakuntia olisivat varsin hedelmällisiä ja uutta näkökulmaa tuottavia. Esimerkiksi vertailut Uudenmaan maakunnan tai Lapin maakunnan CADS-tutkimukseen toisivat lisänäkökulmaa sille, millaisista lähtökohdista Suomen eri alueista verkkokeskustelualustalla keskustellaan, mikä myös laajentaisi näkemystä siitä, millainen maine Suomen maakunnilla yleisesti on. Näin ollen myös bränditutkimuksellisesta näkökulmasta muiden maakuntien maineen selvittäminen olisi mielenkiintoista, sillä samalla tavoin kuin tässä tutkimuksessa, tulokset antaisivat osviittaa siitä, mitkä ovat kenties maakunnan kehittämiskohteita esimerkiksi markkinoinnin näkökulmasta.

Eroavaisuuksia Etelä-Pohjanmaan maineen havainnoissa syntyisi varmasti myös aineistonvaihdon myötä. Sanomalehtikorpus tai fiktiivisiin teksteihin perustuvat korpukset voisivat tuoda esille erilaisia kollokaatteja ja näin ollen myös diskursseja kuin Suomi24-korpus, jonka sisältö perustuu vahvasti verkkokeskusteluille tyypillisiin piirteisiin. Toisaalta monipuolisuutta toisivat nimistöntutkimukseen myös muut tutkimusmenetelmät kuin CADS. Tällöin olisi mahdollista nähdä, korostuvatko

jotkin näkökulmat enemmän tai vähemmän verrattuna tilastollisiin menetelmiin perustuvaan CADS-tutkimukseen. Esimerkiksi perinteinen diskurssintutkimus tai keskusteluanalyysi sisältäisivät toisenlaisen, suppeamman aineiston, jolloin analyysissa voisi nousta esille sellaisia näkökulmia, jotka eivät tilastollisuuden perusteella välttämättä olisi merkittäviä.

Sosiolingvistiksessä nimistöntutkimuksessa tutkimuskohteena saattavat olla usein erilaisten taustamuuttujien vaikutukset tutkittavana olevaan nimeen ja sen käyttöön (Zilliacus 2002: 71). Myös tätä korpusonomastista tutkimusta olisi mahdollista jatkojalostaa eteenpäin juuri taustamuuttujia hyödyntämällä. Esimerkiksi sosioekonomisen aseman tai iän vaikutus ihmisten mielipiteisiin ja tutkittavaan aineistoon voisi toimia kiinnostavana tutkimusnäkökulmana – Suomi24-korpusta hyödyntäessä tämä voisi kuitenkin olla hankalaa aineiston koostuessa anonyymeista kommentteista. Kuitenkin esimerkiksi eri vuosien aineistojen vertailu antaisi ainakin mahdollisuuden eri ajanjaksojen kommenttien tarkasteluun, jolloin diskursseiksi voisi heijastua spesifimpiä, kenties tiettyyn tapahtumaan liittyviä näkökulmia.

Myös bränditutkimuksessa uusia tuulia toisi eri ajanjaksojen brändien vertailu. Koska brändi perustuu suurilta osin ihmisten omiin mielikuviin, jotka ovat syntyneet esimerkiksi omista kokemuksista ja kuulluista tarinoista (Aula & Heinonen 2011: 12), saattaa alueen brändi muuttua radikaalistikin vuosien kuluessa. Oma tutkimukseni käsittää maakunnan maineen 2000-luvun alusta nykypäivään, minkä vuoksi tulokset kattavat vain kokoavasti yleisen maineen, joka maakunnalla tällä aikavälillä on ollut. Siksi Etelä-Pohjanmaan epävirallisen brändin tutkimusta voisi laajentaa yhä tarkemmaksi ja kuvaavammaksi, jos tarkastelukohteiksi otettaisiin useampia eri ajanjaksoja – näitä tutkittaessa voisi konkretisoida sellaisia tärkeitä taitekohtia, jotka ovat ajan myötä muuttaneet maakunnan mainetta toisenlaiseen suuntaan.

LÄHTEET

- Aalto, Tiina 2002: Osoitteena Osmankäämintie: tutkimus eräästä ryhmänimistöstä. – *Virittäjä* 106 (2) s. 208–222. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/40171> 14.1.2022.
- Ainiala, Terhi 1996: Uudenlaista paikannimitutkimusta. – Minna-Riitta Luukka, Aila Mielikäinen & Paula Kalaja (toim.), *Kielten kuulossa. Kielitieteen päivät Jyväskylässä 5. ja 6.5.1995* s. 105–111. Jyväskylän yliopisto, Korkeakoulujen kielikeskus.
- 1997: Paikannimen olemuksesta. – *Virittäjä* 101 (3) s. 426–429. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/38988> 14.1.2022.
- Ainiala, Terhi & Jantunen, Jarmo Harri 2019: Korpusonomastinen tutkimus slanginimistä Hesa ja Stadi digitaalisissa diskursseissa. – *Sananjalka* 61 (61) s. 57–79. – <https://doi.org/10.30673/sja.80312> 4.2.2022.
- Ainiala, Terhi, Komppa, Johanna, Mallat, Kaija & Pitkänen, Ritva Liisa 2000: Paikannimien käyttö ja osaaminen – nimitaito Pälkäneen Laitikkalassa. – *Virittäjä* 104 (3) s. 330–354. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/40020> 25.1.2022.
- Ainiala, Terhi & Lappalainen, Hanna 2010: Miten Helsingistä puhutaan? [*Helsinki, Hesa or Stadi? How people talk about Helsinki*]. – *Virittäjä* 114 (1) s. 71–107. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/4312> 25.1.2022.
- Ainiala, Terhi, Saarelma, Minna & Sjöblom, Paula 2008: *Nimistöntutkimuksen perusteet*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Ainiala, Terhi & Östman, Jan-Ola 2017: Introduction. Socio-onomastics and pragmatics. – Terhi Ainiala & Jan-Ola Östman (toim.), *Socio-onomastics: The pragmatics of names*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. – ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=4871437> 25.1.2022.
- Anthony, Laurence 2020: AntConc (Version 3.5.9). Computer Software. Tokyo: Waseda University. – <https://www.laurenceanthony.net/software> 18.10.2021.
- Aula, Pekka & Heinonen, Jouni 2002: *Maine. Menestystekijä*. Helsinki: WSOY.
- 2011: *M2. Maineen uusi aalto*. Helsinki: Talentum.
- Baker, Paul 2006: *Using corpora in discourse analysis*. London: Continuum.
- 2010: *Sociolinguistics and corpus linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Barnbrook, Geoff 1996: *Language and computers. A practical introduction to the computer analysis of language*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bednarek, Monika 2008: Semantic preference and semantic prosody re-examined. – *Corpus Linguistics and Linguistic Theory* 4 (2) s. 119–139 – <https://doi.org/10.1515/CLLT.2008.006> 15.4.2022.
- Bertling, Sirpa (tuottaja) 2001: *Peräkamaripojat* [televisio-ohjelma, esitetty ensimmäisen kerran 1.3.2001]. Helsinki: Yleisradio.
- Biber, Douglas, Conrad, Susan & Reppen, Randi 1998: *Corpus linguistics. Investigating language structure and use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- City Digital Group 2021: *Suomi24 virkkeet -korpus 2001–2020, Korp-versio (BETA)* [tekstikorpus]. Kielipankki. – <http://urn.fi/urn:nbn:fi:lb-2021101525> 13.1.2022.
- ELY-keskus 2021: *ELY-keskukset ja niiden tehtävät*. – <https://www.ely-keskus.fi/ely-keskukset> 2.4.2022.
- Etelä-Pohjanmaan liitto 2022a: *Etelä-Pohjanmaan liitto*. – <https://epliitto.fi/etela-pohjanmaan-liitto/> 20.3.2022.
- 2022b: *Kunnat*. – <https://epliitto.fi/etela-pohjanmaa/kunnat/> 20.3.2022.
- 2022c: *Maakuntastrategia Huomisen lakeus. Etelä-Pohjanmaan maakuntasuunnitelma 2050, maakuntaohjelma 2022–2025 & älykkään erikoistumisen strategia 2021–2027*. – <https://epliitto.fi/aluekehitys/maakuntasuunnitelma-ja-ohjelma/> 4.4.2022.
- Fairclough, Norman 2003: *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge. – ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=199319> 10.5.2022.
- Finntrio 1978: *Kyllä maalla on mukavaa....* Studioalbumi [LP]. Helsinki: Finnlevy.
- Firth, John Rupert 1957: *Papers in Linguistics 1934–1951*. Oxford: Oxford University Press.

- Gee, James Paul 2010: *An introduction to discourse analysis. Theory and method*. New York: Routledge. – ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=574559> 10.5.2022.
- Granger, Sylvianne & Paquot, Magali 2008: Disentangling the phraseological web – Sylviane Granger & Fanny Meunier (toim.), *Phraseology: An interdisciplinary perspective* s. 27–49. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. – EBSCOhost Ebook Academic Collection, <https://search-ebshost-com.ezproxy.jyu.fi/login.aspx?direct=true&db=e00xww&AN=243182&site=ehost-live> 10.5.2022.
- Gries, Stefan Th. 2008: Phraseology and linguistic theory. A brief survey. – Sylviane Granger & Fanny Meunier (toim.), *Phraseology: An interdisciplinary perspective* s. 3–25. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. – EBSCOhost Ebook Academic Collection, <https://search-ebshost-com.ezproxy.jyu.fi/login.aspx?direct=true&db=e00xww&AN=243182&site=ehost-live> 20.3.2022.
- Haaga-Helia 2022: *Bränditutkimukset*. – <https://www.haaga-helia.fi/fi/branditutkimukset> 11.2.2022.
- Halliday, Michael A. K. & Hasan, Ruqaiya 1976: *Cohesion in English*. London: Longman.
- Halverson Sandra L. & Engene, Jan Oskar 2010: Domains and dimensions in metonymy: A corpus-based study of Schengen and Maastricht. – *Metaphor and Symbol* 25 (1) s. 1–18. – <https://doi.org/10.1080/10926480903538456> 24.1.2022.
- Helsingin kaupunki 2016: *Helsinki2020. Brand new Helsinki*. – <http://www.brandnewhelsinki.fi/2020/4.4.2022>.
- Highhouse, Scott, Brooks, Margaret E. & Gregarus, Gary 2009: An organizational impression management perspective on the formation of corporate reputations. – *Journal of Management* 35 (6) s. 1481–1493. – <https://doi.org/10.1177/0149206309348788> 25.3.2022.
- Hoey, Michael 1991: *Patterns of lexis in text*. Oxford: Oxford University Press.
- 2005: *Lexical priming. A new theory of words and language*. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group. – ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=178100> 12.1.2022.
- Ilkka-Yhtymä Oyj 2019: *Mahdoton tehtävä Pohjanmaalla – Ilkka-Pohjalaisen luonnissa näkyvä pohjalainen tekemisen asenne*. Lehdistöiedote 10.12.2019. – <https://ilkka-yhtyma.fi/2019/12/mahdoton-tehtava-pohjanmaalla-ilkka-pohjalaisen-luonnissa-nakyv-pohjalainen-tekemisen-asenne/> 11.4.2022.
- Jantunen, Jarmo Harri 2001: "Tärkeä seikka" ja "keskeinen kysymys": Mitä korpuslingvistinen analyysi paljastaa lähisyronnyymeista? – *Virittäjä* 105 (2) s. 170–192. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/40082> 10.5.2022.
- 2004: *Synonymia ja käännessuomi: Korpusnäkökulma samamerkityksisyyden kontekstuaalisuuteen ja käännesskielen leksikaalisiin erityispiirteisiin*. Väitöskirja. Joensuun yliopiston humanistisia julkaisuja 35. Joensuu: Joensuun yliopisto. – <http://urn.fi/URN:ISBN:952-458-479-4> 20.3.2022.
- 2009: "Minulla on aivan paljon rahaa" – Fraseologiset yksiköt suomen kielen opetuksessa. – *Virittäjä* 113 (3) s. 356–381. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/4202> 17.1.2022.
- 2018: Korpusavusteinen diskurssitutkimus (CADS): analyysiesimerkki homouden ja heterouden digitaalisista diskursseista. – *AFinLA-E: Soveltaovan Kielitieteen Tutkimuksia* (11) s. 20–44. – <https://doi.org/10.30660/afinla.69259> 18.10.2021.
- Jantunen, Jarmo Harri, Ainila, Terhi, Jokela, Salla & Tarvainen, Jenny 2022: Mapping Digital Discourses of the Capital Region of Finland: Combining Onomastics, CADS, and GIS. – *Names* 70 (1) s. 20–39. – <https://doi.org/10.5195/names.2022.2289> 14.4.2022.
- Johansson, Marjut, Jantunen, Jarmo Harri, Heimo, Anne, Ahonen, Mirka & Laippala, Veronika 2018: Verkkokeskustelujen kansa: Korpusavusteinen diskurssianalyysi Suomi24-keskustelupalstasta. – *Sananjalka* 60 (60) s. 96–117. – <https://doi.org/10.30673/sja.69963> 25.3.2022.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero 2016: Diskurssianalyysin aakkoset. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen, *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö* s. 16–217. Tampere: Vastapaino.
- Jones, Susan & Sinclair, John 1974: English lexical collocations. A study in computational linguistics. – *Cahiers de Lexicologie* 24 s. 15–61. Paris: DidierLarousse.
- Juholin, Elisa 2006: *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Helsinki: Inforviestintä.
- Juurikka, Suvi 2011: *Toimialaan liitetyt mielikuvat ja maineen rakentuminen: tarkastelun kohteena uutispääälliköiden ja toimittajien mielikuvat sosiaalialasta*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi.jyu-2011051010769> 15.2.2022.

- Järvinen, Elina, Jyllilä, Sanna & Janhunen, Jenny 2020: *Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa. Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia 2020–2028 ja toimenpide-ehdotukset 2020–2025*. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. – <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20201211100376> 4.4.2022.
- Kamandulyte, Laura 2006: *Identity analysis based on the methodology of corpus linguistics*. Kaunas: Vytautas Magnus University. – <https://vb.vdu.lt/object/elaba:6142206/6142206.pdf> 24.1.2022.
- Kennedy, Craeme 2003: Amplifier collocations in the British National Corpus: Implications for English language teaching. – *Tesol Quarterly* 37 (3) s. 467–487. – <https://doi.org/10.2307/3588400> 25.3.2022.
- Kielipankki 2021a: *Mikä on kielipankki?* – <https://www.kielipankki.fi/> 12.1.2022.
- Kielipankki 2021b: *Korp-käyttöliittymän käyttöohjeet*. – <https://www.kielipankki.fi/tuki/korp/> 13.1.2022.
- Kiviniemi, Eero 2006: *Suomalaisten etunimet*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Kjellmer, Göran 1984: Some thoughts on collocational distinctiveness. – Jan Aarts & Willem Meijs (toim.), *Corpus linguistics. Recent developments in the use of computer corpora in English language research* s. 163–171. Amsterdam: Rodopi.
- 1987: Aspects of English collocations. – Willem Meijs (toim.), *Corpus linguistics and beyond. Proceedings of the seventh international conference on English language research on computerized corpora* s. 133–140. Amsterdam: Rodopi.
- Klemetti, Anna-Sofia 2021: "Sun Söörnäinen on stadiksi sanottuna Sörkka, ei Sörkkä." *Slanginimien Sörkka ja Sörkkä käyttö digitaalisissa diskursseissa*. Maisterintutkielma. Helsingin yliopiston humanistinen tiedekunta. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-202105312409> 20.1.2022.
- Korhonen, Antti-Jussi 2020: Iitti vaihtaa maakuntaa huomenna – kaikkiaan viisi kuntaa vaihtaa maakuntaa. *Yle Uutiset* 31.12.2020. – <https://yle.fi/uutiset/3-11720202> 20.10.2021.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin, Brady, Mairead, Goodman, Malcolm & Hansen, Torben 2010: *Marketing Management*. Welwyn Garden City: Pearson Education UK. – *ProQuest Ebook Central*, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=5136334> 10.2.2022.
- KS = Kielitoimiston sanakirja 2021. Helsinki: Kotimaisten kielten keskuksen verkkojulkaisuja 35. – <https://www.kielitoimiston-sanakirja.fi> 14.5.2022. Päivitettävä julkaisu. Päivitetty 11.11.2021.
- Kunelius, Lila 2018: *Kulttuurikaupunkibrändin kehittäminen Jyväskylässä: Esimerkkinä Valon kaupunki - tapahtuma*. Pro gradu -tutkielma. Oulun yliopiston maantieteen laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-201812203311> 15.2.2022.
- Laalo, Klaus 1989: Homonymiasta ja polysemiasta. – *Virittäjä* 93 (2) s. 220–235. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/38284> 13.3.2022.
- Lagus, Krista, Pantzar, Mika, Ruckenstein, Minna & Ylisiurua, Marjoriikka 2016: *Suomi24. Muodonantoa aineistolle. Valtiotieteellisen tiedekunnan julkaisuja* (10). Helsinki: Helsingin yliopisto. – <http://hdl.handle.net/10138/163190> 18.2.2022.
- Lam, Phoenix W. Y. 2018: The discursive construction and realization of the Hong Kong brand: a corpus-informed study. – *Text & Talk* 38 (2) s. 191–215. – <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1515/text-2017-0037> 18.2.2022.
- Larikka, Matti 2016: *Pohjoisen Etelä-Pohjanmaan matkailuverkoston kehittämiskartoitus*. Opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu, tradenomi. – <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2016060612021> 15.2.2022.
- Leech, Geoffrey 1990: *Semantics. The study of meaning*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Lehto, Liisa-Maria 2018: *Korpusavusteinen diskurssianalyysi japaninsuomalaisten kielipuheesta*. Acta Universitatis Ouluensis. Series B Humaniora 162. Oulu: Oulun yliopisto. – <http://urn.fi/urn:isbn:9789526219097> 25.2.2022.
- Leino, Antti 2007: *On toponymic constructions as an alternative to naming patterns in describing Finnish lake names*. Väitöskirja. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. – <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-746-893-0> 24.1.2022.
- Luukka, Minna-Riitta 2000: Näkökulma luo kohteen: Diskurssintutkimuksen taustaoletukset. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi & yhteisö* s. 133–160. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus. – <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-5991-3> 10.5.2022.
- Lyytikäinen, Erkki, Rekunen, Jorma & Yli-Paavola, Jaakko (toim.) 2013: *Suomen murrekirja*. Helsinki: Gaudeamus.

- Mason, Oliver 1997: The weight of words: an investigation of lexical gravity. – Barbara Lewandowska-Tomaszczyk & Patrick Melia (toim.), *PALC 97. Applications in language corpora proceedings* s. 361–375. Łódź: Łódź University Press.
- Matikainen, Janne 2006: Vuorovaikutus ja sosiaalisuus verkossa. – Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.), *Verkkoviestintäkirja* s. 177–195. Helsinki: Yliopistopaino.
- 2011: Verkkokeskustelua homoillasta – osallistumisen kulttuuria? – *Media & Viestintä* 34 (1) s. 92–98. Journalismikritiikin vuosikirja 2011. – <https://urn.fi/urn:nbn:uta-3-397> 14.4.2022.
- MTV Uutiset 2009: Professori Hannu Katajamäki: Pohjalaiset ymmärretään usein väärin. *MTV Uutiset* 11.4.2009. – <https://www.studio55.fi/hyvinvointi/article/professori-hannu-katajamaki-pohjalaiset-ymmarretaan-usein-vaarin/132556#gs.fnim8a> 12.1.2022.
- 2018: Seinäjoki on yrittäjien ykköskaupunki – Elmo, 20, avaa kaupunkiin vesiurheilukeskusta: "Täällä kaikki puhaltavat yhteen hiileen. *MTV Uutiset* 23.5.2018. – <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/seinajoki-on-yrittajien-ykkoskaupunki-elmo-20-avaa-kaupunkiin-vesiurheilukeskusta-taalla-kaikki-puhaltavat-yhteen-hiileen/6921914#gs.vj5wfi> 28.3.2022.
- 2019: Joka kuudes suomalaisista haluaa Manner-Suomeen 18 maakuntaa – pääkaupunkilaiset laskisivat maakuntien määrää. *MTV Uutiset* 25.3.2019. – <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/joka-kuudes-suomalaisista-haluaa-manner-suomeen-18-maakuntaa-paakaupunkilaiset-laskisivat-maakuntien-maaraa/7337298#gs.dk17ah> 20.1.2022.
- Mäkelä, Alekski 2021: *Korpusavusteinen diskurssintutkimus jokamiehen oikeuksista helsingin sanomien verkkoartikkeleissa*. Maisterintutkielma. Jyväskylän yliopiston kieli- ja viestintätieteiden laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-202105213120> 2.2.2022.
- Möller, Sari & Elheimer, Anne 2022: Suomen yrittäjämönteisin kunta lähti auttamaan kyselyjen hännänhuippuja, ja ratkaisun avain saattaakin olla asenteessa – "Ei täällä ole tapa itsestään meteliä pitää. *Yle Uutiset* 26.1.2022. – <https://yle.fi/uutiset/3-12286927> 28.3.2022.
- Niemi, Laura 2015: Somekielen syövereissä. – *Kielikello* 1/2015. – <https://www.kielikello.fi/-/somekielen-syovereissa> 10.5.2022.
- Nurminen, Terhi Johanna 2012: *Hill-terms in the place-names of Northumberland and County Durham*. Newcastle: University of Newcastle. – <https://www.semanticscholar.org/paper/Hill-terms-in-the-place-names-of-Northumberland-and-Nurminen/ee5531add583ead834377ae5730b339ad18e0bda> 24.1.2022.
- Oksanen, Atte, Hawdon, James, Holkeri, Emma, Näsi, Matti, & Räsänen, Pekka 2014: Exposure to online hate among young social media users. – Mary Nicole Warehime (toim.), *Soul of society : A focus on the lives of children & youth*. *Sociological Studies of Children and Youth* 18 (1) s. 253–273. – EBSCOhost Ebook Academic Collection, <https://search-ebSCOhost-com.ezproxy.jyu.fi/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=777962&site=ehost-live> 15.4.2022.
- Partington, Alan 2004a: Corpora and discourse: A most congruous beast. – Alan Partington, John Morley & Louann Haarman (toim.), *Corpora and Discourse* s. 11–20. Bern: Peter Lang.
- 2004b: 'Utterly content in each other's company'. *Semantic prosody and semantic preference*. – *International Journal of Corpus Linguistics* 9 (1) s. 131–56.
- Partington, Alan, Duguid, Alison & Taylor, Charlotte 2013: *Patterns and meanings in discourse: Theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS)*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. – ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyoaskyla-ebooks/detail.action?docID=1163757> 31.1.2022.
- Pierini, Partizia 2008: Opening a Pandora's box: Proper names in English phraseology. – *Linguistik Online* 36 (4) s. 43–58. – <https://doi.org/10.13092/lo.36.518> 24.1.2022.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2019: *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Pitkänen, Ville & Westinen, Jussi 2018: *Sittenkin samanlaisia?: Tutkimus suomalaisten identiteeteistä*. Helsinki: Suomen Kulttuurirahasto. – <https://www.e2.fi/hankkeet-ja-julkaisut/julkaisut/sittenkin-samanlaisia-tutkimus-suomalaisten-identiteeteista.html> 9.5.2022.
- Rainisto, Seppo 2008: *Kaupunkibrändi: Paikan markkinoinnin teoriaa ja käytäntöä*. Case Helsinki ja Lahti. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
- Ruckenstein, Minna 2017: *Suomi24-käyttäjäkyselyn tuloksia*. Citizen Mindscales -hanke, Helsingin yliopisto. – <https://blogs.helsinki.fi/citizenmindscales/2017/08/21/suomi24-kayttajakyselyn-tuloksia/> 10.5.2022.

- Saari, Salla 2020: *Korpusonomastinen tutkimus Helsinkiin liittyvistä diskursseista Suomi24-verkkokeskustelualustalla*. Maisterintutkielma. Jyväskylän yliopiston kieli- ja viestintätieteiden laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-202010296434> 18.1.2022.
- Sinclair, John 1987: *Corpus, concordance, collocation*. Oxford: Oxford University Press.
- 1991: Collocation: a progress report. – Ross Steele & Terry Threadgold (toim.), *Language Topics. Essays in Honour of Michael Halliday* s. 319–331. Amsterdam: Benjamins.
- Slotte, Peter, Zilliacus, Kurt & Harling, Gunilla 1973: Sociologiska namnstudier. – Kurt Zilliacus (toim.), *Synvinklar på ortnamn* s. 97–181. Skrifter utgivna av Svenska litteratursällskapet i Finland 454. Meddelanden från folk kultursarkivet 1. Helsingfors: Svenska litteratursällskapet i Finland.
- Stubbs, Michael 1995: Collocations and semantic profiles. On the cause of the trouble with quantitative studies. – *Functions of Language* 2 (1) s. 23–55.
- 1996: *Text and corpus analysis: Computer-assisted studies of language and culture*. Oxford: Blackwell.
- 2002: *Words and phrases: Corpus studies of lexical semantics*. Malden: Blackwell.
- Suomen virallinen tilasto (SVT) 2021: *Maatalous- ja puutarhayritysten rakenne [verkkójulkaisu]*. Helsinki: Luonnonvarakeskus. – <http://www.stat.fi/til/matira/index.html> 28.3.2022.
- 2022: *Maakunnat 2022*. – <https://www.stat.fi/fi/luokitukset/maakunta/> 28.3.2022.
- Suominen, Sara 2013: Niistäpä niistä, sävypartikkeleista. – *Kielikello* 3/2013. – <https://www.kielikello.fi/-/niistapa-niista-savypartikkeleista#wrapper> 25.3.2022.
- Suomi24 2022: Suomi24-keskustelufoorumin etusivu. – <https://www.suomi24.fi/> 13.1.2022.
- Talasterä, Johanna, Tekoniemi, Sarianne & Siirilä, Merja 2021: EK:n selvitys: Seinäjoen seutu on jälleen Suomen vetovoimaisin paikka yrityksille – koronarajoitukset nostattivat kritiikkiä erityisesti pääkaupunkiseudulla. *Yle Uutiset* 11.2.2021. – <https://yle.fi/uutiset/3-11782166> 28.3.2022.
- Tieteen Termipankki 2022: *Assimilaatio*. – <https://tieteen termipankki.fi/wiki/Kielitiede:assimilaatio> 18.1.2022.
- Tuomi, Jouni & Sarajarvi, Anneli 2018: *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vaičenonienė, Jūratė 2001: Using corpora to obtain social and cultural information: A case study of America. – *Kalbu Studijos / Studies about Language* 1 s. 6–9.
- Vihanta, Ari 2020: Kokkolan kaupunki toivoo joustavuutta tulevaan sote- ja maakuntauudistukseen. *Yle Uutiset* 22.9.2020. – <https://yle.fi/uutiset/3-11557305> 20.1.2022.
- Viljamaa, Anmari & Rossinen, Marko 2010: Yritysten ja yrittäjien määrällinen osuus. Yritykset ja toimipaikat. – Elina Varamäki (toim.), *Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsaus 2010* s. 11–20. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 44. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. – <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-5863-02-4> 28.3.2022.
- Visit Lakeus 2022a: *Info*. – <https://www.visitlakeus.fi/yhteystiedot/> 25.3.2022.
- 2022b: *Inspiroidu Etelä-Pohjanmaasta* – <https://www.visitlakeus.fi/inspiroidu/> 4.4.2022.
- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen & Irja Alho 2004: *Iso suomen kielioppi*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. – <https://scripta.kotus.fi/visk/etusivu.php> 12.12.2022.
- Warnaby, Gary & Medway, Dominic 2013: What about the ‘place’ in place marketing? – *Marketing Theory* 13 (3) s. 345–363. – <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1177/1470593113492992> 2.3.2022.
- YIT 2017: *Vahvan brändin alue erottuu muista*. YIT Oyj Uutinen 19.12.2017. – <https://www.yit.fi/ytimessa/vahvan-brandin-alue-erottuu-muista> 28.1.2022.
- Zilliacus, Kurt 1997: On the function of proper names. – Ritva Liisa Pitkänen & Kaija Mallat (toim.), *You name it. Perspectives on onomastic research* s. 14–20. Helsinki: Finnish Literature Society.
- 2002: *Forska i namn*. Helsingfors: Svenska litteratursällskapet i Finland.
- Zimmerbauer, Kaj 2002: *Etelä-Pohjanmaan imago. Maakunnallisten mielikuvien jäljillä*. Seinäjoki: Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus.

LIITTEET

LIITE 1

Nimen *Etelä-Pohjanmaa* 230 merkitsevintä kollokaattia, niiden MI-testin arvot sekä frekvenssit (v=vasen ja o=oikea).

sija	kollokaatti	MI	frekvenssi	frekvenssi (v)	frekvenssi (o)
1	JUONIKYLÄ	5.27883	108	8	100
2	ASUSTELLA	5.25653	86	57	29
3	KÄRÄJÄOIKEUS	5.21471	265	24	241
4	POLIISILAITOS	5.09598	115	12	103
5	OPISTO	4.86935	140	14	126
6	KOTOISIN	4.70035	161	83	78
7	SIJAITA	4.49572	173	101	72
8	SAIRAANHOITOPHIRI	4.48330	224	32	192
9	JÄRVISEUTU	4.39640	81	28	53
10	PIIRI	4.36463	300	45	255
11	HEI	4.34896	105	60	45
12	ASUA	4.30816	680	462	218
13	TÄÄLLÄ	4.30636	884	698	186
14	MURRE	4.24784	290	61	229
15	LIITTO	4.21743	117	21	96
16	VUOTIAS	4.14468	175	105	70
17	LÖYTYÄ	4.13571	435	255	180
18	ELY	4.13496	85	13	72
19	SUOMENKIELINEN	4.11704	102	63	39
20	ETSIÄ	4.07052	139	68	71
21	KESKI	4.06740	511	234	277
22	TUOLLA	4.05532	74	56	18
23	AINAKIN	4.02151	319	201	118
24	PUHEENJOHTAJA	3.98141	128	30	98
25	JOO	3.96004	64	30	34
26	ERÄS	3.94562	123	73	50
27	ENITEN	3.93879	115	66	49
28	V	3.93794	218	134	84
29	PIRKANMAA	3.92846	193	108	85
30	TÄNÄÄN	3.92792	81	41	40
31	PERUSSUOMALAINEN	3.92197	88	61	27
32	JALASJÄRVI	3.89138	70	24	46
33	D	3.89138	70	37	33
34	KAUHAJOKI	3.88854	182	82	100
35	YMPÄRI	3.86354	50	44	6

36	ALUE	3.86306	767	217	550
37	KOKO	3.85820	562	422	140
38	PÄIN	3.84262	135	77	58
39	POLIISI	3.82269	153	27	126
40	SATAKUNTA	3.81904	183	110	73
41	PALSTA	3.80973	96	35	61
42	TYTTÖ	3.80701	86	59	27
43	KESKUS	3.80423	98	23	75
44	SATTUA	3.80059	60	33	27
45	KIINNOSTAA	3.79770	73	32	41
46	SAVO	3.79024	167	76	91
47	NAINEN	3.78159	334	173	161
48	PITÄJÄ	3.76904	62	25	37
49	VARSINKIN	3.76210	64	44	20
50	LAKEUS	3.75590	50	11	39
51	LAAJA	3.75276	75	43	32
52	RANNIKKO	3.73782	71	22	49
53	POHJOINEN	3.73673	109	64	45
54	KURIKKA	3.73669	99	49	50
55	TUOMITA	3.73556	58	9	49
56	SOTE	3.73556	58	9	49
57	ALAJÄRVI	3.73312	138	60	78
58	PAIKKAKUNTA	3.73122	133	77	56
59	LAPPAJÄRVI	3.73103	106	60	46
60	YRITTÄJÄ	3.72254	76	35	41
61	ÄHTÄRI	3.72104	89	51	38
62	HENKI	3.71640	69	27	42
63	KIITOS	3.71140	77	36	41
64	TÄNNE	3.70225	108	66	42
65	SIELLÄ	3.68324	532	277	255
66	ONNEKSI	3.68137	54	19	35
67	LÄHINNÄ	3.67911	66	36	30
68	MIES	3.67194	452	224	228
69	COM	3.66316	57	41	16
70	M	3.64540	56	33	23
71	UUTINEN	3.63736	59	36	23
72	HIENO	3.63736	59	31	28
73	KUULUA	3.63560	230	136	94
74	HISTORIA	3.63462	67	8	59
75	UUSIMAA	3.61454	112	70	42
76	POHJANMAA	3.60565	965	477	488
77	JÄRJESTÄÄ	3.60389	75	26	49
78	VAPAA	3.58702	50	24	26
79	MUUTTAA	3.58677	202	123	79
80	MUUALLA	3.58222	206	128	78

81	ILMAJOKI	3.56546	122	49	73
82	VOIMA	3.55870	61	23	38
83	VÄKI	3.53118	66	25	41
84	ESIMERKIKSI	3.52408	91	71	20
85	ESIM	3.52309	193	127	66
86	AINOA	3.50001	52	15	37
87	TUNTEA	3.49496	102	38	64
88	KAINUU	3.49099	99	46	53
89	RAJA	3.48407	72	32	40
90	KESKUSTA	3.48210	203	100	103
91	KYLÄ	3.47828	86	36	50
92	YHTÄÄN	3.46610	54	24	30
93	ILTA	3.45870	50	29	21
94	TILASTO	3.45516	52	30	22
95	KUNTA	3.45239	425	154	271
96	EDELLEEN	3.45057	64	37	27
97	SEUTU	3.43712	120	47	73
98	POIKA	3.43244	117	49	68
99	SOINI	3.43201	53	26	27
100	KIVA	3.42969	55	26	29
101	PROSENTTI	3.42676	77	37	40
102	TULO	3.41696	54	28	26
103	SYNTYÄ	3.41482	113	66	47
104	KUKAAN	3.39324	168	91	77
105	SIVU	3.39289	62	25	37
106	POHJOIS	3.38428	293	117	176
107	OIKEIN	3.37625	106	53	53
108	TAITAA	3.37271	110	46	64
109	SINNE	3.37234	124	63	61
110	MAAKUNTA	3.37217	395	145	250
111	SUUNTA	3.36943	103	42	61
112	TAPAHTUA	3.36590	102	59	43
113	TAPAU	3.36450	73	36	37
114	PERUSTAA	3.35360	68	38	30
115	ILKKA	3.35291	152	75	77
116	AINA	3.34634	279	124	155
117	JUURI	3.34427	199	117	82
118	RIITTÄÄ	3.33968	72	38	34
119	VIMPELI	3.33167	66	31	35
120	TOIMIA	3.33161	160	91	69
121	LAPPI	3.33150	122	63	59
122	VARMAAN	3.32840	104	47	57
123	IKÄ	3.32761	51	27	24
124	YKSI	3.32503	240	99	141
125	SEINÄJOKI	3.32185	865	364	501

126	JUTTU	3.31795	117	71	46
127	HYVÄ	3.31189	510	233	277
128	RUOTSINKIELINEN	3.30629	95	45	50
129	TIETÄÄ	3.30384	301	165	136
130	KYLLÄ	3.30156	436	198	238
131	KERTOJA	3.30135	238	126	112
132	KAI	3.30017	61	30	31
133	KESKUSTELU	3.29904	55	27	28
134	LAPUA	3.29804	345	171	174
135	ELÄÄ	3.28950	79	38	41
136	ENTINEN	3.28926	70	42	28
137	HINTA	3.28566	92	53	39
138	LÖYTÄÄ	3.28404	82	42	40
139	KEPU	3.27979	117	61	56
140	SUOMI	3.27092	1026	570	456
141	SÄ	3.26456	63	26	37
142	NÄIN	3.25970	174	103	71
143	PITÄÄ	3.25395	51	23	28
144	OLLA	3.25352	10229	4792	5437
145	MÄ	3.25275	184	86	98
146	SIIS	3.25189	215	127	88
147	VAIKUTTAA	3.25032	61	36	25
148	JÄSEN	3.24560	53	30	23
149	VIIME	3.24358	96	44	52
150	VARMASTI	3.23947	61	24	37
151	HTTP	3.23872	58	6	52
152	PAIKKA	3.23467	263	138	125
153	KAUPUNKI	3.23162	217	103	114
154	JOSKUS	3.23027	79	37	42
155	VERRATA	3.22777	63	47	16
156	KUULLA	3.22674	101	50	51
157	MYYDÄ	3.22120	67	35	32
158	KÄYDÄ	3.22061	306	165	141
159	KARJALA	3.21968	96	64	32
160	TAI	3.21743	522	273	249
161	KASVAA	3.21743	90	49	41
162	LÄHTEÄ	3.21534	173	96	77
163	KUTEN	3.21461	128	85	43
164	ALKU	3.21372	68	40	28
165	VARSINAIS	3.20797	76	42	34
166	LUKU	3.20292	188	88	100
167	VAI	3.20201	128	61	67
168	TULEVAISUUS	3.19950	52	18	34
169	OSTAA	3.19770	89	46	43
170	TARKOITTA	3.19725	71	43	28

171	KANNATTAA	3.19465	99	49	50
172	KESÄ	3.19255	92	54	38
173	KOKEMUS	3.19010	68	48	20
174	KOVA	3.18857	73	32	41
175	ENSIMMÄINEN	3.18810	84	41	43
176	NÄKYÄ	3.18690	76	40	36
177	KYSYÄ	3.17088	61	29	32
178	NO	3.16949	111	44	67
179	PIENI	3.16710	181	83	98
180	ASUKAS	3.16534	102	48	54
181	ELI	3.16463	277	126	151
182	YLEINEN	3.16054	69	43	26
183	MUKAVA	3.15551	61	34	27
184	LUKEA	3.14704	105	53	52
185	LIITTYÄ	3.14704	81	47	34
186	LASKEA	3.14704	57	25	32
187	MIKSI	3.13833	118	73	45
188	ISO	3.13810	115	54	61
189	LÄNSI	3.13563	54	37	17
190	NIMI	3.13360	145	74	71
191	LEHTI	3.13189	88	39	49
192	ITSE	3.12898	346	232	114
193	P	3.12777	85	40	45
194	TUNTUA	3.12257	71	34	37
195	OSATA	3.11247	109	36	73
196	NÄYTTÄÄ	3.10794	78	30	48
197	SANOJA	3.10526	265	132	133
198	YLEENSÄ	3.10232	59	18	41
199	MIKÄ	3.10066	785	397	388
200	VAASA	3.10047	233	95	138
201	MATKA	3.09813	58	32	26
202	MUISTAA	3.09641	78	42	36
203	MINÄ	3.09473	652	330	322
204	KOKOOMUS	3.09089	54	27	27
205	UUSI	3.08309	238	120	118
206	PUHUA	3.08300	181	92	89
207	VIKKO	3.07992	81	52	29
208	TALO	3.06851	83	43	40
209	NÄHDÄ	3.06740	146	75	71
210	ANTAA	3.06658	137	59	78
211	KAVERI	3.06362	54	26	28
212	SUURI	3.05675	313	132	181
213	TÄLLAINEN	3.04750	55	30	25
214	SOPIA	3.04750	50	27	23
215	PALJON	3.04531	263	119	144

216	TIETO	3.03885	133	82	51
217	ÄÄNI	3.03723	56	33	23
218	KAIKKI	3.03391	465	219	246
219	SEURATA	3.03029	50	30	20
220	TODETA	3.02739	57	28	29
221	SUKU	3.02704	70	43	27
222	KAUHAVA	3.02695	237	121	116
223	JOKIN	3.02159	320	188	132
224	SINÄ	3.02100	205	99	106
225	KAKSI	3.01893	140	73	67
226	KU	3.01845	59	35	24
227	JÄÄDÄ	3.00606	151	63	88
228	TAMPERE	3.00486	80	38	42
229	KOLME	3.00019	66	24	42
230	EHKÄ	3.00019	78	32	46