

6

KULTTUURIEROT MATKAILUTYÖSSÄ

Kiinalaiset matkailijat hotellisiivojan näkökulmasta

Tero Kuoppala



JOHDANTO	90
Johdatus tutkimusaiheeseen ja aiempi tutkimus	90
Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	92
SIIVOUSTYÖ MATKAILUTYÖNÄ JA KULTTUURIEROJEN NÄKÖKULMASTA	92
Siivoustyö matkailutyönä	93
Kulttuurierot	94
Kategorisoinnit ja stereotyypittelyt	96
TEEMAHAASTATTELUJEN SISÄLLÖNANALYYSI	97
Hotellisiivoojien teemahaastattelut	97
Haastattelujen teoriaohjaava sisällönanalyysi	100
Tutkimusetiikka	101
HOTELLISIIVOOJIEN KOKEMUKSET MATKAILUTYÖSTÄ, KULTTUURIEROISTA JA KIINALAISISTA MATKAILIJOISTA	102
Siivoustyö	102
Erilaiset asiakkaat ja kulttuurit	104
Kiinalaiset	106
YHTEENVETO	108

JOHDANTO

Johdatus tutkimusaiheeseen ja aiempi tutkimus

Suomeen suuntautuva kiinalaisten matkailu on kasvanut voimakkaasti viime vuosina. Siitä myös puhutaan entistä enemmän matkailualalla, muilla elinkeinoaloilla, eri medioissa ja kansan keskuudessa. Mediassa kasvu nähdään yleensä melko myönteisenä asiana, koska matkailua elinkeinona halutaan kehittää ja matkailijamääriä kasvattaa (esim. Matkailun vauhti Lapissa..., 2017). Monilla palvelualoilla on alettu valmistautua kasvaviin kiinalaisten matkailijoiden määriin (ks. Lapissa majoituspalvelut kovilla..., 2017). Ilmiö herättää erilaisia tunteita ja mielipiteitä, eikä kiinalaisten lisääntyvä matkailu ilahduta kaikkia.

Kiinalaisten matkailu on melko tuore ilmiö, koska Kiina on pitkään ollut suljettu maa, ja vapaa-ajan matkailua on siellä rajoitettu vielä 2000-luvulakin (Palmu & Hakala, 2014). Kiinalaisten ulkomaanmatkailu on kuitenkin kasvanut 19 prosentin vuosivauhtia. Vuonna 2014 kiinalaiset kuluttivat matkailuun 93 miljardia euroa, mikä teki Kiinasta maailman suurimman matkailukuluttajan. Suomessa kiinalaisten yöpymiset ovat kolminkertaistuneet 2000-luvulla. (Visit Finland, 2015.)

Matkailun parissa työskentelevät joutuvat nykyään yllättäenkin kohtaamisiin heille mahdollisesti aivan vieraan kiinalaisen kulttuurin edustajien kanssa. Kulttuurien kohtaamiset voivat ilmetä ja vaikuttaa osapuoliin monin eri tavoin. Matkailutyöntekijät eivät useinkaan saa valita asiakastaan, ja heidän on mukautettava omaa käyttäytymistään sen mukaan, kuka on asiakkaana. Monilla työntekijöillä on paljon kokemuksen kautta kertynyttä tietoa erilaisten kulttuurien kohtaamisista ja niiden vaikutuksista matkailualan arkiseen työhön. Tämä on tutkimukseni kohteena. Tarkastelen kulttuurierojen kohtaamista hotellisiivoojien näkökulmasta: miten erilaiset asiakkaat sekä kulttuurierot vaikuttavat siivoustyön arkeen?

Kiinnostukseni aiheeseen pohjautuu omiin kokemuksiini työskentelystä hotellisiivoojana Lapin matkailukeskuksissa, muun muassa Levillä, Pyhällä ja Ylläksellä. Siivoustyö oli usein raskasta, kiireistä ja stressaavaa. Asiakkaat olivat enimmäkseen kansainvälisiä matkustajia ja edustivat erilaisia kulttuureja. Heidän majoituspalvelukäyttäytymisensä herätti itsessäni monenlaisia tunteita. Työtoverini olivat työskennelleet alalla suurimman osan elämästään, ja heitä eri asiakasryhmien käyttäytyminen ei juurikaan ihmetyttänyt vaan oli osa normaalia työarkea.

Se, millaiseen kuntoon matkailija jättää huoneensa tai miten hän suhtautuu siivoojiin, kertoo paljon hänestä ja hänen arvoistaan. Hotellisiivooja pääsee ikään kuin kurkistamaan jonkun ihmisen tai ihmisryhmän verhojen taakse. Harva meistä päästää siivoamattomaan hotellihuoneeseensa esimerkiksi kutsuvierasta, mutta siivooja on tällaiseen huoneeseen tervetullut. Työskennellessäni siivoojana pystyin päättämään hotellihuoneen kunnosta melko tarkasti asiakkaan kulttuurisen taustan. En työskennellyt alalla pitkään, mutta tuona aikana opin paljon asioita sekä matkailijoilta että työtovereiltani. Hotellisiivoojilla oli paljon tietoa, jota he mielellään jakoivat, jos joku oli kiinnostunut kuuntelemaan. Ongelmana oli se, että ketään – edes esimiehiä – ei näyttänyt juurikaan kiinnostavan, mitä sanottavaa siivoojalla oli. Siivoustyötä hallinnoivat esimiehet, hotellien johtajat ja matkailun koordinoijat voisivat kuitenkin saada paljon hyödyllistä ”kulissien takaista” tietoa siivoojilta.

Hahmotellessani tutkimusaihetta löysin netistä blogikirjoituksen, jonka kirjoittaja Sandra Nenonen (2016) kertoi kokemuksistaan hotellisiivoustyöstä Australiassa. Nenonen toi esiin hotellisiivoukseen liittyviä epäkohtia, kuten kiireen ja sen aiheuttamat ongelmat. Hänen mukaansa erityisesti kiinalaisten asiakkaiden majoituskäyttäytyminen tuottaa ongelmia, koska heidän huoneidensa siivous vie normaalia enemmän aikaa. Jopa Kiinan hallitus on tunnistanut ja tunnustanut kiinalaisten matkailijoiden käyttäytymiseen liittyvät ongelmat. Tämä käy ilmi sen laatimasta ohjesäännöksestä kiinalaisille matkailijoille: *How to avoid being a terrible tourist* (Guilford, 2013; Jou, 2013). Kiinalaismatkailijoiden käyttäytymistä ulkomailla on pidetty ärsyttävänä ja epäkunnioittavana (ks. Pasanen & Pesonen, 2016, s. 15). Loin ja Pearcen (2015) tutkimuksessa todettiin, että Hong Kongin kansalaiset paheksuivat mannerkiinalaisten käyttäytymistä, kuten tupakoimista missä vain ottamatta huomioon muita sekä törmäilyä toisiin ihmisjoukoissa.

Reisinger ja Turner (1998) tutkivat aasialaisten matkailijoiden ja australialaisten palveluntarjoajien kulttuurieroja sekä niiden vaikutuksia ja totesivat, että kulttuuriset erot arvoissa ja sosiaalisen käyttäytymisen säännöissä vaikuttavat suoraan asiakastyytyväisyyteen. Kulttuurieroja ovat tutkineet myös Heung, Tsang ja Cheng (2010), jotka havaitsivat, että aasialaisten ja länsimaa-laisten matkailijoiden kokemuksissa hyväksyttävästä tai siedettävästä jono- tusajasta oli eroja, samoin siinä, mitkä tekijät koettiin jonotusaikaa lieventäviksi. Kortelainen (2008) tutki opinnäytetyössään aasialaisen opiskelijan kulttuurierojen ilmenemistä työharjoittelussa Suomessa ja totesi, että kulttuurieroja oli muun muassa esimiehen kunnioittamisessa, kommunikoinnissa ja aikakäsityksessä, mutta niitä ei koettu haitallisiksi.

Sitä, miten matkailutyöntekijät kokevat kulttuurierot ja miten ne vaikuttavat heidän arkeensa, ei ole aiemmin juurikaan tutkittu. Matkailutyöntekijöiden näkökulma on kuitenkin muuten ollut esillä tutkimuksissa (esim. Ruuska & Valkonen, 2008; Valkonen, 2011; Valkonen & Veijola, 2008).

Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tutkimukseni aiheena ovat kulttuurierot matkailutyössä siivoojien näkökulmasta ja empiirisenä kohteena hotelleissa työskentelevät siivoojat. Olen kiinnostunut siitä, miten erilaiset asiakkaat, kulttuurierot ja kiinalaisten matkailu näkyvät ja vaikuttavat siivoustyön arkeen. En pyri selvittämään laajasti, millaisia kulttuurieroja siivoustyössä ilmenee ja miten niitä voidaan selittää. Sen sijaan tutkin sitä, miten siivoojat kokevat, kohtaavat ja kuvailevat havaitsemiaan kulttuurieroja sekä millaisia vaikutuksia niillä on siivoustyöhön: työn toteuttamiseen, työhön valmistautumiseen ja työstä suoriutumiseen. Keräsin aineistoni haastatteleamalla hotelleissa työskenteleviä siivoustyöntekijöitä, koska uskoin tällä tavalla saavani parhaiten tietoa heitä itseään koskevista asioista.

Tutkimukseni tarkoituksena on myös tuoda esiin siivoustyön merkitystä ja siivoojien asemaa yhteiskuntaa ylläpitävänä voimavarana. Siivoustyöntekijöillä on todennäköisesti paljon kokemuksen kautta kertynyttä hiljaista tietoa, jonka avulla on mahdollista saada uutta näkökulmaa moniin siivousalaa koskeviin asioihin. Olen kiinnostunut tästä hiljaisen tiedon merkityksestä siivoustyön arjessa ja siitä, miten siivoojat käyttävät kokemuksen tuomaa tietoa kohdatessaan kulttuurieroja. Tutkimukseni pääkäsitteitä ovat matkailutyö, siivoustyö ja kulttuurierot.

Päätutkimuskysymykseni on: Miten asiakkaiden kulttuurierot ja kiinalaisten matkailu näkyvät majoituspalveluissa siivoojien näkökulmasta ja miten ne vaikuttavat siivoustyön arkeen? Alatutkimuskysymykset ovat: Millaista on siivoustyö siivoojan näkökulmasta? Millainen merkitys kulttuurieroilla ja hotelliasiakkaalla on siivoustyössä? Miten siivoojat suhtautuvat kiinalaisten matkailuun siivoustyön näkökulmasta?

SIIVOUSTYÖ MATKAILUTYÖNÄ JA KULTTUURIEROJEN NÄKÖKULMASTA

Tutkimukseni teoreettinen tausta rakentuu kolmesta aihepiiristä. Aluksi liitän siivoustyön laajempaan matkailutyön käsitteelliseen viitekehykseen. Hyödynnän tässä sekä siivoustyöhön että matkailutyöhön liittyvää kirjallisuutta. Sen jälkeen esittelen kulttuurin ja kulttuurierojen käsitteitä sekä kiinalaista kulttuuria. Lopuksi tarkastelen kansallisten kategorisointien ja stereotyypittelyjen käyttöä matkailutyössä

Siivoustyö matkailutyönä

Siivoustyö on palveluammatti, jossa tuotetaan siisteyttä, puhtautta ja järjestystä. Asiakkaita ovat kaikki henkilöt, jotka työskentelevät ja asioivat siivottavassa tilassa. (Ahtimo ym., 1990, s. 17.) Siivous on keskiraskasta fyysistä työtä, joka edellyttää työntekijältä henkistä, fyysistä ja sosiaalista toimintakykyä. Työpäivän aikana siivooja kävelee, seisoo, kumartuu ja nostelee tavaroita jatkuvasti. (Hopsu, 2005, s. 177.)

Siivoustyötä tarvitaan ja tehdään monilla eri toimialoilla ja monissa erilaisissa tiloissa – yhtä lailla yksityisissä kodeissa kuin suurissa laitoksissa. Siivoustyöllä on hyvin merkittävä rooli yhteiskunnassa, sillä monia ydinpalveluita – kuten hotellitoimintaa – olisi hyvin hankala harjoittaa ilman sitä tukevaa siivouspalvelua. Siivouspalveluyrityksen näkökulmasta hotellien asiakkaita ovat majoittujien lisäksi muun muassa vastaanotto- ja markkinointihenkilöstö. (Huilaja, 2005, s. 27–30.)

Matkailutyötä, kuten myös siivoustyötä, nimitetään usein palvelutyöksi tai uudeksi työksi (esim. Ruuska & Valkonen, 2008; Valkonen, 2011; Valkonen & Veijola, 2008; Veijola, Hakkarainen & Nousiainen, 2013). Uudelle työlle on tyypillistä muun muassa sesonkiluonteisuus, osa-aikaisuus, vähäinen arvostus ja heikko tulostaso. Tästä huolimatta se vaatii tekijältään paljon monialaosaamista, joustavuutta, sitoutumista, vuorovaikutustaitoja ja monia muita henkilökohtaisia ominaisuuksia. (Veijola & Valkonen, 2008, s. 9–10.) Matkailutyöntekijälle hyödyllisinä taitoina pidetään usein ominaisuuksia, joiden nähdään kuuluvan naisille luontaisiin taipumuksiin (ks. Veijola, Hakkarainen & Nousiainen, 2013, s. 176). Siivousala on hyvin naisvaltainen toimiala (Ahtimo ym., 1990, s. 3), mutta se – samoin kuin matkailutyö – työllistää myös miehiä.

Sekä siivoustyö että matkailutyö ovat palveluammatteja, jotka edellyttävät moniosaamista. Siivoustyössä tarvitaan monenlaisten asioiden osaamista, soveltamista ja oma-aloitteisuutta. Siivooja kohtaa työssään myös paljon erilaisia asiakkaita, joiden kanssa on osattava toimia, jotta tuloksena on hyvä asiakaspalvelukokemus. Siivoustyö ei ole pelkkää puhdistuspalvelua, vaan toimenkuvat ovat monialaisia. Ne edellyttävät sekä itsenäisen työskentelyn taitoja että yhteistyötaitoja. Siivoustyöpäivään kuuluvat ennalta-arvaamattomat muutokset, vaihtuvat työtehtävät ja nopeatempoisuus, joihin kaikkiin pitää pyrkiä sopeutumaan. (Kivikallio, 2005, s. 26–29.)

Tutkimukseni empiirisenä kohteena ovat hotelleissa työskentelevät siivoojat. Hotellisiivoojien työssä keskeistä on viihtyisyyden ja edustavuuden varmistaminen. Huoneiden siivoustapa vaihtelee sen mukaan, onko kysees-

sä lähtevä vai jäävä asiakas. Fyysisesti raskaita työvaiheita ovat esimerkiksi kokolattiamattojen imurointi ja liinavaatteiden asettelu leveisiin vuoteisiin. Siivoustyön lisäksi hotellisiivoojat tarjoavat oheispalveluina esimerkiksi kukkien hoitoa, asiakkaiden matkavaatteiden huoltoa ja huonetietojen ilmoittamista vastaanottoon. Hotellisiivoojat pääsevät hyvin lähelle matkailijoita ja muita hotellivieraita – heidän hotellihuoneeseensa eli yksityiseen tilaansa. Puhtauden lisäksi asiakaspalvelu on hotellisiivoustyössä tärkeää. Koska hotellisiivoojat ovat tekemisissä erimaalaisten ja eri kulttuuritaustaisten asiakkaiden kanssa, työssä on hyötyä kielitaidosta ja kulttuurituntemuksesta. (Reunanen, 2005, s. 242–243.)

Kulttuurierot

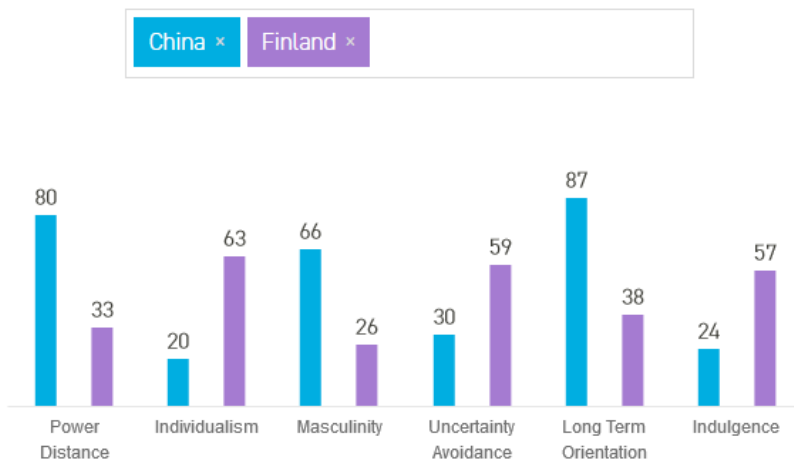
Kulttuuri on moniulotteinen ja vaikeasti määriteltävä käsite. Siitä on esitetty satoja erilaisia määritelmiä, ja monilla tieteenaloilla on kulttuurista omat määritelmänsä. Jotakuinkin yksimielisiä ollaan kuitenkin siitä, että kulttuuri viittaa suureen joukkoon erilaisia ilmiöitä. Reisinger ja Turner (2003, s. 5) kertovat, että kulttuurin klassinen määritelmä on peräisin Tylorilta (1924, s. 1): Tylorin mukaan kulttuuri on monimutkainen kokonaisuus; se sisältää tiedon, uskomukset, taiteet, moraalin, lain ja kaikki muut kyvyt ja tavat, jotka ihminen oppii yhteisön jäsenenä. Joillakin tieteenaloilla katsotaan kulttuurin olevan erottamaton osa käyttäytymistä, koska kulttuuri määrää sekä sen, miten käyttäydymme, että ne olosuhteet ja tilanteet, joissa erilaiset käyttäytymiset tapahtuvat. (Reisinger & Turner, 2003, s. 6–7.) Näkökulmasta riippuen kulttuurilla voidaan tarkoittaa esimerkiksi informaatiota, tietoa, sosiaalista kanssakäymistä, havaintoja, ajatuksia, kieltä ja käyttäytymissääntöjä. Suurin osa ihmisistä kuuluu johonkin tiettyyn kulttuuripiiriin. (Ks. Reisinger & Turner, 2003, s. 10, 32.)

Kulttuurieroja ilmenee, kun kaksi erilaista kulttuuria kohtaa toisensa. Erot voivat näkyä esimerkiksi arvoissa, uskomuksissa, koulutuksessa, maailmankatsomuksessa ja viestinnässä. Niitä voi tunnistaa muun muassa tavasta esittää kysymyksiä ja muusta kielenkäytöstä, eleistä, ilmeistä ja muusta tunteiden ilmaisusta sekä tilan käytöstä. Kulttuurieroja voidaan havaita myös erilaisissa rooleissa, hierarkioissa ja muissa sosiaalisissa kategorioissa. Käyttäytyminen sosiaalisissa tilanteissa – esimerkiksi se, millä tavoin joku kyselee, vitsailee, valittaa tai osoittaa tyytymättömyyttä – kertoo kulttuureista ja kulttuurieroista. (Ks. Reisinger & Turner, 2003, s. 18–20.)

Kulttuurierot voivat aiheuttaa ongelmia, joten niiden tunnistaminen ja ymmärtäminen on tärkeää (esim. Loi & Pearce, 2015). Näin on etenkin matkailualalla. Se, mikä palveluntarjoajan mielestä on hyvää ja miellyttävää, ei välttämättä ole sitä ulkomaisen matkailijan mielestä. Paikallisten asukkaiden

ja matkailijoiden välille voi syntyä väärinkäsityksiä ja ristiriitoja, jotka liittyvät esimerkiksi ei-kielelliseen vuorovaikutukseen, yksityisyyttä koskeviin asenteisiin, uskontoon ja erilaisiin tapoihin. (Reisinger & Turner, 2003, s. 31.) Kulttuurierojen olemassaoloon ei juurikaan voi vaikuttaa niin kauan kuin erilaisia kulttuureita on olemassa. Vaikuttaa voi kuitenkin siihen, millä tavalla kulttuurieroihin suhtaudutaan. Jos ne tunnustetaan ja niiden kanssa osataan toimia, ne eivät välttämättä aiheuta ongelmia.

Kulttuurien välillä on eroja hyvin monenlaisissa asioissa. Voidaan pohtia, kuinka monen kulttuurisen elementin tulee vaihdella, jotta voidaan puhua kulttuurieroista. Tai voidaan pohtia, mihin tekijöihin kulttuurien vertailun tulisi perustua. Kulttuurien vertailussa on käytetty erilaisia ulottuvuuksia ja malleja. (Ks. Reisinger & Turner, 2003, s. 22.) Yksi paljon käytetty malli on Geert Hofsteden esittämä malli *The six dimensions of national culture* (ks. Hofstede Insights / The 6 dimensions...). Kuvassa 1 on havainnollistettu sen mukaisesti Kiinan ja Suomen välisiä kulttuurieroja.



Kuva 1. Kiinan ja Suomen kulttuurivertailu Hofstede-mallin mukaan. (Lähde: Hofstede Insights / Country comparison)

Kulttuurierot Aasian ja länsimaiden välillä ovat suuret (ks. Reisinger & Turner, 2003, s. 28–29). Tämä näkyy myös verrattaessa Suomea ja Kiinaa: erot ovat merkittävät lähes kaikissa Hofsteden mallin mukaisissa ulottuvuuksissa. Kiinan kulttuurissa korostuvat eniten valtaetäisyys (*power distance*), pitkän aikavälin suuntautuminen (*long term orientation*) ja maskuliinisuus (*masculinity*), vähiten taas individualismi (*individualism*), epävarmuuden välttäminen (*uncertainty avoidance*) ja nautinto (*indulgence*). (Kuva 1)

Kiinaa voidaan Hofsteden mallin pohjalta kuvata maskuliiniseksi ja pragmaattiseksi maaksi, jossa menestys työelämässä ja opinnoissa on tärkeää. Eriarvoisuus ja vallan epätasainen jakautuminen on hyväksyttävää. Perinteitä osataan mukauttaa muuttuviin tilanteisiin ja tulevaisuuteen varaudutaan modernilla koulutuksella. Totuus mielletään riippuvaiseksi tilanteesta, kontekstista ja ajasta. Kiinalaiset ovat hyvin kollektiivisia ja toimivat enemmän ryhmän kuin itsensä puolesta. Vapaa-aikaa tai nautintoja ei arvosteta. Omia haluja pyritään kontrolloimaan, ja käyttäytymistä säätelevät pitkälti sosiaaliset normit. Kiinalaiset eivät pelkää monimerkityksellisyyttä, mikä näkyy myös kiinan kielessä, joka sisältää paljon epäselviä ja monimerkityksellisiä käsitteitä. (Hofstede Insights / Country Comparison.)

Kiinassa arvostetaan hillittyä käyttäytymistä, ja ihmisten arvostelua pyritään välttelemään. Henkilökohtaisuuksiin ei saisi mennä koskaan, sillä kasvojen menettäminen on jopa kuolemaakin pahempi tilanne. (Lahtinen, 2014.) Kiinalaiset suosivat epäsuoraa kommunikointitapaa, jossa kielteisiä tunteita ei näytetä, koska konflikteja halutaan välttää (Visit Finland, 2013). Kollektiivisuus näkyy kiinalaisten tavassa matkustaa ja matkailijoiden halussa toimia ryhmissä (Visit Finland, 2013).

Kuten aiemmin totesin, matkailutyössä kulttuurierojen tunnistaminen on tärkeää. Matkailutyöntekijöiden kohdatessa kiinalaisia matkailijoita tämä on erityisen tärkeää, koska kulttuurierot Suomen ja Kiinan välillä ovat huomattavat ja koska kiinalaiset ovat suuri, melko uusi ja palveluiltaan jopa vaativa matkailijasegmentti.

Kategorisoinnit ja stereotyypittelyt

Matkailutyössä kohdataan paljon eri kulttuuritaustaisia ihmisiä, joiden palveluun täytyy mahdollisesti suhtautua eri tavalla. Kulttuurierojen aiheuttamiin haasteisiin voidaan valmistautua kansallisten kategorioiden ja tyyppittelyjen avulla: jokin kulttuuri tai kansa tyyppitellään luonteeltaan ja käyttäytymiseltään tietynlaiseksi. Kokonaisia kulttuuripiirejä tai kansoja koskeva kategorisointi jaetaan tarpeen mukaan pienempiin alueellisiin ryhmiin. (Ruuska & Valkonen, 2008.)

Kategorisointi on olennainen osa ajatteluumme. Erottelemme toisistaan sekä erilaisia konkreettisia objekteja että abstrakteja asioita – ja myös ihmisiä, esimerkiksi kansallisuuden perusteella. Kansallisten kategorisointien ja stereotyypittelyjen avulla työntekijä kykenee mukauttamaan omaa työskentelyään. Työntekijän oma kokemuksellinen tieto vaikuttaa suuresti siihen, millä tavalla hän kategorisoi asiakkaitaan. (Ruuska & Valkonen, 2008, s. 5.) Ruuska & Valkonen (2008, s. 3) toteavat, että ”kansallisten kategorioiden ja

stereotyyppien käyttö liittyy toimintaan ja sen suunnitteluun, on joustavaa ja käytetystä stereotyyppistä ollaan valmiita luopumaan”.

Ruuska ja Valkonen (2008) korostavat, että olennaista ei ole tutkia sitä, miten eri kansoja kuvaillaan, vaan sitä, miksi ja miten kuvauksia eri kansallisuuksista käytetään: miten kategorisoidaan, mitä kategorisoinneilla tehdään ja onko niistä hyötyä puheena olevassa työssä? Matkailutyössä tyyppittelyllä rakennetaan suhdetta maksavan asiakkaan ja työntekijän välille; pyrkimyksenä ei ole luoda kuvaa *toisista* tai vihollisista. Kategorisoinnissa ja stereotyyppittelyssä voi olla kyse yhtäaikaisesti todesta ja liioitellusta eronteosta, mutta niihin ei välttämättä liity kielteisiä eikä myönteisiä mielleyhtymiä. Kategoriat tulee ymmärtää avoimina ja käytännöllisinä. (Brubaker, 2002, Ruuskan & Valkosen, 2008, s. 8 mukaan.)

Asiakaslukutaito on matkailutyössä tärkeä taito. Työntekijän on osattava tunnistaa, tulkita ja ottaa huomioon erilaiset asiakkaat. Palvelutapahtuma tulee mukauttaa asiakkaan odotusten, tarpeiden ja kykyjen mukaan. Asiakkaan sosiaalisen ja kulttuurisen taustan huomioiminen on osa asiakaslukutaitoa, ja se perustuu paljolti henkilökohtaisiin ominaisuuksiin, kuten persoonallisuuteen. (Valkonen, 2008, s. 51, 57–58.) Lisäksi asiakaslukutaitoon ja kategorisointeihin vaikuttaa kokemuksen kautta kertynyt hiljainen tieto ja kulttuurinen pääoma. Esimerkiksi safarioppaiden tapa kategorisoida asiakkaita perustuu sekä koulutukseen että yleiseen ymmärrykseen ja arkitietoon kulttuurien ja kansojen erilaisuudesta. (Ruuska & Valkonen, 2008, s. 11–12.)

TEEMAHAASTATTELUIJEN SISÄLLÖNANALYYSI

Hotellisiivoojien teemahaastattelut

Haastattelin tutkimustani varten kolmea hotellisiivoojaa helmi–maaliskuussa 2018. Käytin teemahaastattelua, koska halusin antaa haastateltaville mahdollisuuden kertoa omin sanoin puheena olevista teemoista. Teemahaastattelu on yksi suosituimmista menetelmistä monilla eri tieteenaloilla (Hirsjärvi & Hurme, 1988, s. 8). Siinä keskitytään tiettyihin ennalta valittuihin teemoihin, joiden mukaan haastattelu etenee. Tutkittavien oma ääni pääsee haastatteluissa kuuluviin. Merkitysten ajatellaan syntyvän vuorovaikutuksessa, jossa keskeisiä ovat ihmisten tulkinnat asioista sekä heidän tulkinnoilleen antamansa merkitykset. Aihepiirit eli teemat ovat kaikissa haastatteluissa samat, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. Tämä mahdollistaa haastateltavien luontevan ja vapaan reagoinnin. Teemahaastattelun käyttö ei määrittele tutkimusta suoraan esimerkiksi kvalitatiiviseksi tai kvantitatiiviseksi.

seksi, eikä se myöskään edellytä tiettyä määrää haastatteluja tai tiettyä haastattelun syvyyssastetta. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 47–48.)

Laadin teemahaastattelurungon teoreettisen viitekehitykseni pohjalta, mutta käytin apuna myös omiin kokemuksiini perustuvia oletuksia siitä, mitä on kiinnostavaa ja tarpeellista kysyä. En luonut haastattelurunkoa testaamaan mitään ennalta oletettua hypoteesia, koska teemahaastattelussa kyse on ennemminkin ilmiön perusluonteesta ja hypoteesin löytämisestä (Hirsjärvi & Hurme, 1988, s. 41). Haastattelurungon teema-alueet edustavat teoreettisten pääkäsitteiden tarkennettuja alakäsitteitä tai -luokkia. Eri teemojen käsittelyä voidaan haastattelun aikana syventää tai jatkaa tilanteen ja tarpeen mukaan. (Hirsjärvi & Hurme, 1998, s. 41–42.)

Haastattelurungossani (liite 8) oli taustatietojen lisäksi kaksi pääteemaa ja niihin liittyviä alateemoja sekä jokaiseen teemaan liittyviä, keskustelua ohjaavia kysymyksiä. Ensimmäinen teema oli *siivoustyö matkailutyönä*, ja sen alateemoja olivat *arki ja työn luonne, mielikuvat ja käsitykset sekä asiakaskohtaaminen*. Näihin teemoihin liittyvällä keskustelulla pyrin selvittämään siivoustyön luonnetta ja siivoojan kokemusta omasta ammatistaan. Ovatko haastateltavien luonnehdinnat siivoustyöstä samanlaisia kuin kirjallisuudessa esitetyt kuvaukset siivoustyöstä ja matkailutyöstä? Onko haastateltavien kuvauksissa joitakin erityispiirteitä, jotka eroavat yleisestä käsityksestä siivoustyöstä? Toinen pääteema oli *kulttuurierot ja asiakkaat siivoustyössä*, joka sisälsi kolme alateemaa: *kategorisointi ja kansallisuudet, stereotyyppittely* sekä *kiinalaisten matkailu*. Pyrin selvittämään haastateltavien näkemyksiä siitä, miten eri kulttuurit ja asiakasryhmät näkyvät siivoustyössä. Kiinnitin huomiota mielikuviin, käytäntöihin ja kokemuksen kautta kertyneeseen tietoon. Halusin myös tietää, millaisia näkemyksiä haastateltavilla on kiinalaisten matkailusta ja sen näkyemisestä siivoustyössä.

Haastattelin kolmea henkilöä, jotka työskentelivät tai olivat työskennelleet hotellisiivousalalla. Haastateltavia valitessani pidin tärkeänä sitä, että henkilö oli toiminut hotellisiivoojana siivousuransa aikana, mielellään jossakin matkailukeskuksessa. Lähtökohtani oli, että jokaisella siivoojalla on jokin kerrottavaa riippumatta siitä, työskentelikö hän haastatteluhetkellä hotellisiivoojana vai ei. Haastattelin kahta naista ja yhtä miestä. Naiset olivat 56- ja 60-vuotiaita ja mies 22-vuotias. Haastateltavista kaksi työskenteli tai oli työskennellyt siivoojana suuressa palveluyrityksessä ja yksi työskenteli hotellisiivoojana suuressa hotellissa. Haastateltavien työkohteet sijaitsivat Levillä, Pyhällä, Ylläksellä ja Sodankylässä. Työsuhteiden kestot vaihtelivat osa-aikaisesta puolen vuoden pituisesta työstä vakituiseen, yli 17 vuotta kestäneeseen työsuhteeseen. Yksi haastateltavista työskenteli edelleen hotellisiivouksessa

matkailukohteessa, yksi työskenteli laitossiivoojana mutta oli aiemmin työskennellyt noin kuusi vuotta hotellisiivoojana matkailukeskuksessa ja yksi ei työskennellyt enää siivousalalla.

Haastattelujen kestot vaihtelivat noin 15 minuutista 30 minuuttiin. Haastateluista kaksi tein haastateltavien kotona. Kodissaan haastateltavalla on tuttu ja turvallinen olo, jolloin haastattelun onnistuminen on todennäköisempää kuin jos haastattelu tehdään jossain muualla (Eskola & Vastamäki, 2007, s. 29). Yhden haastattelun tein aikataulusekaannusten takia eri paikassa kuin olimme etukäteen sopineet. Haastattelujen toteutuksessa oli aika paljon ongelmia. Yksi haastateltava oli kiireinen, mikä oli harmillista, koska kyseinen haastattelu oli kiireestä huolimatta hyvin antoisa. Toisella haastateltavalla oli koira, joka vaati välillä huomiota ja keskeytti haastattelun. Kolmas haastateltava ei osoittanut kovinkaan suurta motivaatiota haastatteluun.

Kaksi haastateltavista selvästikin jännitti haastattelutilannetta. Ilmeisesti he jopa pelkäsivät, etteivät osaa vastata ”oikein” kysymyksiini. Yritin kertoa parhaani mukaan, että ei ole oikeita tai väriä vastauksia vaan olen kiinnostunut siitä, mitä sanottavaa haastateltavalla on. Yritin rohkaista haastateltavia käyttämään omaa kieltään ja kertomaan asiat omin sanoin. Pöydällä oleva nauhuri lisäsi tilanteen stressaavuutta. Lisäksi ajoittain oli selvästi havaittavissa, että haastateltavilla oli jonkinlaisia ennakkokäsityksiä omasta roolistani suhteessa heihin. Toisaalta he pyrkivät välillä korostamaan omaa asemaansa suhteessa yliopisto-opiskelijaan, ja toisaalta he aliarvioivat omaa rooliaan ja sitä, että eivät osaa vastata tarpeeksi hienosti ja perusteellisesti kysymyksiini.

Myös haastattelussa käytetty kieli tuotti haasteita. Olin muokannut haastattelurungon mielestäni sellaiseen muotoon, että siinä ei ole liikaa sivistyssanoja tai muita vieraita käsitteitä. Tästä huolimatta kävi ilmi, että mukana oli useita hankalia sanoja. Kaikki haastateltavat eivät täysin ymmärtäneet esimerkiksi termiä *kulttuurierot*. Olinkin valmistautunut kertomaan, mitä tarkoitetaan esimerkiksi kulttuurieroilla, mutta epäselvyyttä oli myös termeissä, joita en ollut valmistautunut selittämään. Tämä oli harmillista, sillä se loi kuilua haastateltavan ja haastattelijan välille, kun haastateltavat joutuivat – osin jopa nolostuneina – kyselemään, mitä tarkoitan jollakin käyttämälläni sanalla. Välillä haastateltavien ilmeet kertoivat pienestä pettymyksestä, kun he eivät täysin ymmärtäneet esittämäni kysymystä. Koin nämä tilanteet hyvin harmillisiksi.

Yksi haastateltavista ilmeisesti koki, että häntä tai hänen edustamaansa ammattia ylenkatsottiin haastattelutilanteessa. Ymmärsin jälkepäin, että minun olisi pitänyt selvittää tutkimukseni motiiveja tarkemmin – jotta kaikki

olisivat ymmärtäneet, että tarkoitus on tuoda heidän ääntään kuuluviin, ei ylenkatsoa tai loukata.

Hirsjärvi ja Hurme (1988, s. 51) sanovat: ”Haastattelijaksi ei synnytä, haastattelijaksi opitaan.” Nämä olivat ensimmäiset tutkimushaastatteluni, ja huomasin, että välillä saatoin jännittää jopa enemmän kuin haastateltavat. Tämä on tietysti ymmärrettävää, ja sain joka tapauksessa haastattelut tehtyä riittävän onnistuneesti. Käsitellyiksi tulivat kaikki asiat, jotka oli tarkoitus käsitellä. Haastatteluista kertyi litteroitua aineistoa yhteensä noin 26 sivun verran.

Haastattelujen teoriaohjaava sisällönanalyysi

Analysoin haastatteluaineistoni käyttäen laadullisen aineiston teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää sekä laadullisessa että määrällisessä tutkimuksessa. Se sopii menetelmäksi silloin, kun aineistona on jokin dokumentti, kuten kirja, artikkeli, haastattelu, puhe tai raportti. Tavoitteena on tuottaa tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus yleisessä muodossa. Sisällönanalyysi on ennen kaikkea tekstianalyysiä, jossa pyritään kuvaamaan dokumentin sisältöä sekä luomaan selkeä, sanallinen kuva tutkittavasta ilmiöstä. Aineisto järjestetään selkeään ja tiiviiseen muotoon ja lisätään näin laadullisen aineiston informaatioarvoa. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 91–108.)

Käytin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä, jossa teoreettiset kytkennät toimivat lähinnä analyysin apuna. Tarkoitukseni ei ole testata mitään teoriaa vaan enneminkin tuottaa uudenlaisia ajatuksia. Tutkimukseni ei järjesty minkään yhden vallitsevan teorian tai ajatuksen varaan, joten kyseessä ei ole teoria-lähtöinen sisällönanalyysi, mutta kyse ei ole myöskään aineistolähtöisestä analyysistä. (Ks. Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 95–96.) Etenin päättelyssäni Tuomen ja Sarajärven (2009, s. 96) kuvaamalla tavalla; pyrin yhdistelemään valmiita malleja, teoriaa, käsitteitä ja aineistolähtöisyyttä toisiinsa. Teoriaohjaavan analyysin sijaan voidaan puhua myös teoriasidonnaisesta sisällönanalyysistä: ”Analyysissä on teoreettisia kytkentöjä, mutta se ei suoraan nouse teoriasta tai pohjautu teoriaan” (Eskola, 2007, s. 162).

Etenin sisällönanalyysin periaatteiden mukaisesti (ks. Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 91–94). Tutustuin haastatteluaineistoon lukuisia kertoja järjestellen ja koodaten sitä mielekkääseen ja selkeään muotoon. Teemat, joihin aineiston järjestelin, olivat samat kuin haastattelurungossa. Kokosin jokaisen teeman alle haastateltavien siihen liittyviä vastauksia, samoin muiden teemojen kohdalla esille tulleita nousseita asioita, jotka sopivat kyseiseen teemaan. Tämän jälkeen etsin jokaisesta teemasta kiinnostavia erityispiirteitä ja kuvauksia. Toisin sanoen valitsin aineistostani mielenkiintoisimmat tai ”parhaim-

mat” kohdat, jotka sitten järjestelin teemoihin niiden antoisuuden perusteella (ks. Eskola, 2007, s. 173). Toisaalta etsin myös toistuvuutta: esiintyikö jokin tiettyyn teemaan liittyvä näkemys toistuvasti haastateltavien vastauksissa. Aineistosta kävi esimerkiksi ilmi haastateltavien yhteinen näkemys, että asiakkaita ei siivoustyössä erotella sukupuolen, iän tai etnisyyden perusteella. Pysin selittämään tämän yksimielisyyden aineiston ja teorian välisen vuoropuhelun ja vertailun pohjalta. Sen jälkeen pohdin, miten hyvin pystyn tämän tulkinnan avulla selittämään tutkimusongelmaani ja miltä kyseinen tulkinta näyttää suhteessa muihin aineistosta tekemiini tulkintoihin. Lopuksi tiivistin ja järjestin tulokset vastauksiksi tutkimuskysymyksiini.

Tutkimusetiikka

Etiikan yhteys tieteeseen on kaksisuuntainen. Tutkimusten tulokset vaikuttavat eettisiin ratkaisuihin, ja toisaalta eettiset kannat vaikuttavat tieteellisessä työssä tehtyihin ratkaisuihin. Sitoutuminen eettisyyteen ohjaa hyvää tutkimusta. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 127.) Kaikessa tutkimuksessa tutkijan tulee ottaa huomioon eettisyys, joka perustuu hyvään tieteelliseen käytäntöön. Hyvä tieteellinen käytäntö sisältää tutkimuseettisiä lähtökohtia, joita noudattamalla tieteellisestä tutkimuksesta voi saada eettisesti hyväksyttävän, luotettavan ja tuloksiltaan uskottavan. (Ks. TENK, 2012.) Olen tuonut ilmi oman motivaationi tähän tutkimukseen entisenä siivousalan työntekijänä. Samalla olen pyrkinyt hahmottamaan asemaani tutkijana suhteessa historiaani siivousalalla. Otin tutkijana puolueettoman ja melko neutraalin lähestymistavan tutkimukseeni, jotta oma subjektiivisuuteni ei ohjaisi tutkimuksen suuntaa tai vaikuttaisi tuloksiin liikaa.

Lähtökohtani on olla rehellinen ja pyrkiä toimimaan eettisesti jokaisessa tutkimuksen teon vaiheessa. Hyvä tieteellinen käytäntö kulki aktiivisesti mukani läpi tutkimusprosessin, jota aika ajoin reflektoin. Tuomi ja Sarajärvi (2009, s. 127) toteavat, että ”laadullinen tutkimus ei välttämättä ole laadukasta tutkimusta”. Tutkimuksessani voi luonnollisesti ilmetä kokemuksen puutteesta johtuvia virheitä. Kukaan ei hallitse mitään asiaa ilman harjoitusta, ei myöskään tieteellisen tutkimuksen tekoa, mutta olen pyrkinyt minimoimaan kaikki virheet, jotka eivät ole tutkimuseettisesti hyväksyttäviä. Mikäli olen katsonut, että jokin asia voi herättää kysymyksiä tutkimukseni eettisyydestä, olen pyrkinyt tuomaan sen rehellisesti esiin ja perustelemaan parhaaksi katsomallani tavalla.

Pysin noudattamaan hyvää tieteellistä käytäntöä kaikessa, mitä olen tutkimuksessani tehnyt. Haastatteluista en selvinnyt ongelmitta. Oman kokemuksen puute, haastateltavien motivaation puute, kielenkäyttöön liittyvät haasteet ja ulkoiset tekijät häiritsivät haastattelujani valitettavan paljon. Ker-

roin kaikille haastateltaville tutkimuksestani tiivistetysti, pyysin heiltä luvat haastatteluihin ja haastatteluiden nauhoitukseen. Kerroin haastateltaville myös heidän roolistaan ja oikeuksistaan tutkimuksessani. Lupasin heille anonymiteetin ja kerroin, että haastattelunauhat tulevat vain omaan käyttööni. Kaikki haastateltavat antoivat suullisen suostumuksensa tutkimukseen osallistumiselle.

Noudatin oman tieteenalani käytäntöjä, kuten teknisiä kirjoitusohjeita. Olen merkinnyt lähdeviitteet ja noudattanut tutkimukseni ulkoasussa ja tyyli-seikoissa tieteenalani käytäntöjen mukaisesti. Olen käyttänyt sekä ulkomaisia että kotimaisia lähteitä ja pyrkinyt aina varmistamaan, että käytetty lähde on sopiva tieteelliseen tutkimukseen. Tutkimukseni sisältää myös jonkin verran toisen käden lähdeviitteitä, vaikka pyrinkin välttämään niiden käyttöä. Olen kuitenkin merkinnyt ne aina asianmukaisesti. Käyttämiini menetelmiin ja teoreettisiin lähteisiin olen perehtynyt parhaani mukaan, enkä esitä mitään väitteitä kertomatta, mistä tieto on peräisin.

HOTELLISIIVOOJIEN KOKEMUKSET MATKAILUTYÖSTÄ, KULTTUURIEROISTA JA KIINALAISISTA MATKAILIJOISTA

Seuraavissa alaluvuissa esittelen haastatteluihin ja teoriaan perustuvat tulokset, jotka vastaavat tutkimuskysymyksiin. Alaluvut jäsenyvät tutkimukseni osakysymysten mukaisesti (ks. s. 92).

Siivoustyö

Haastattelemieni siivoojien luonnehdinnat siivoustyöstä vastasivat hyvin pitkälti sitä, miten siivoustyötä sekä matkailutyötä ja uutta työtä on kirjallisuudessa määritelty (esim. Ahtimo ym., 1990; Veijola & Valkonen, 2008, s. 10). Siivoustyö on keskikiraskasta, paitsi fyysisesti myös henkisesti kuormittavaa työtä (Kivikallio, 2005, s. 25). Haastateltavat kuvailivat siivoustyötä rankaksi ja kiireiseksi; työntekijältä vaaditaan kärsivällisyyttä, tilannetajua ja asiakaspalvelutaitoa. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että siivoustyö edellyttää hyvää kuntoa: *Ei tätä muuten voi tehdä, jos ei ole hyvä kunto ja terveys* (nainen, 60 v.).

Haastateltavat kertoivat, että siivoustyöhön tuovat haasteita muun muassa ulkomaalaiset matkailijat ja sesonkiaijat. Englannin kielen osaamisen merkitys tuli ilmi: *Englannin kieli pitäis olla parempi ku mitä mulla on* (nainen, 60 v.). Toinen haastateltava totesi, että englantia on hyvä osata, koska työssä kohtaa paljon erimaalaisia ihmisiä. Siivoustyö palvelutyönä sisältää vuorovaikutusta

asiakkaiden kanssa, joten palvelua on mahdotonta irrottaa työntekijästä, hänen olemuksestaan tai osaamisestaan (ks. Valkonen, 2011, s. 21).

Englannin kielen osaaminen voi parantaa hotellisiivouksen toiminnallista laatua, joka liittyy siihen, että jokainen asiakas haluaa palvelua yksilöllisesti. Siivoustyön hyvä tekninen laatu puolestaan tarkoittaa sitä, että asiakkaan odotuksiin vastataan tuottamalla hänen odottamansa puhtaustaso. (Huilaja, 2005, s. 33.) Kaikki haastateltavat kertoivat, että siivoustyössä palkitsevaa on asiakastyytyväisyys tai työn lopputulos. Teknisen laadun tuottamiseen vaikuttavat myös palvelun organisointi ja ohjausjärjestelmät (Huilaja, 2005, s. 33). Kaikki haastateltavat olivat tyytyväisiä siihen, miten siivoustyötä heidän yrityksessään hallittiin tai organisoitiin, eikä tähän kaivattu muutoksia: *Ei tarvi muuttaa, me saamma muuttaa siivoustyyliä jos haluamma* (nainen, 60 v.). Myös esimiesten käsitykset siivoojista olivat haastateltavien mukaan pääosin myönteisiä: *Sehän piittää tosi tärkeänä meitä* (nainen, 56 v.).

Yleisesti ottaen siivoustyötä ei haastateltavien mukaan arvosteta kovinkaan paljon: *No eihän ne piä minhän siivoojia!* (nainen, 56 v.). He arvelivat myös, että ihmisten mielikuvat siivoustyötä vaikuttavat heidän käyttäytymiseensä. Työssään he olivat kuitenkin kohdanneet lähinnä kohteliaasti käyttäytyviä asiakkaita: *Kyllä ne niinkö ossaa arvostaa* (nainen, 56 v.). Haastateltavien kertomuksissa oli näin ollen hieman ristiriitaisuutta siinä, millaisia mielikuvia he arvelivat ihmisillä olevan siivoustyöstä ja millaista käyttäytymistä he olivat työssään kohdanneet. Kiviranta (2008, s. 37) lainaa omassa tutkielmassaan Kurosta (2006, s. 26–27) pohiessaan selitystä tälle ilmiölle: asiakkaat saattavat arvostaa siivoustyön *tekijää* ihmisenä mutta eivät siivoustyön *tekijyyttä* eli sitä, että joku on siivooja. Toisin sanoen asiakkaat pyrkivät käyttäytymään kohteliaasti siivoojaa kohtaan, koska he arvostavat puhtautta ja työntekijää ihmisenä, mutta he eivät välttämättä arvosta sitä, että joku on päätynt siivoojaksi.

Haastateltavien puheesta kävi ilmi, että siivoustyöhön suhtaudutaan eri kulttuureissa eri tavalla, ja tämä vaikuttaa asiakaskäyttäytymiseen.

Englantilaiset on tosi kohteliaita ja sitä kuulee sitä "thank you:tä" aika useasti.
(Nainen, 60 v.)

Nehän oli tosi ystävällisiä nämä kiinalaiset ja japanilaiset. (Nainen, 56 v.).

Tietynlainen käyttäytyminen voi olla kulttuuriin perustuva tapa. Esimerkiksi Aasiassa vieraanvaraisuus, epäsuora kommunikointi ja kielteisten tunteiden välttäminen ovat olennainen osa kulttuuria (Visit Finland, 2013). Aasialai-

set matkailijat voivat siis käyttäytyä kohteliaasti ja ystävällisesti kulttuuristen normien eivätkä välttämättä siivoustyötä kohtaan tuntemansa arvostuksen vuoksi.

Erilaiset asiakkaat ja kulttuurit

Erilaisista asiakkaista ja kulttuureista puhuttaessa haastateltavat korostivat vahvasti tasa-arvoisuutta: kaikkia asiakkaita kohdellaan siivoustyössä lähtökohtaisesti samalla tavalla. Siivoojan ei välttämättä tarvitse tietää, kuka asiakas on, koska työ tehdään aina samalla tavalla asiakkaasta riippumatta:

Emmä me välttämättä edes aina tiiä kuka assuu – niin, että tehhään kaikki samalla lailla. (Nainen, 60 v.)

Asiakkaiden rooli siivoustyössä vaihtelee – toisin kuin esimerkiksi opastyössä, jossa palvelu tuotetaan aina asiakkaiden läsnä ollessa, heidän kanssaan ja heitä varten (ks. Valkonen, 2011, s. 40–41). Siivoustyössäkin palvelun käyttäjä osallistuu joskus palvelutapahtumaan, mutta palvelun varsinainen tulos on siisteys. Työtä voidaan tehdä sekä tilankäyttäjän läsnä että poissa ollessa. Lähtevien asiakkaiden huoneet siivotaan aina yksin, ilman asiakkaan läsnäoloa. (Ks. Huilaja, 2005, s. 27–29; Reunanen, 2005, s. 242.)

Hotellisiivoojat kohtaavat joka tapauksessa asiakkaita päivittäin. Kohtaamiset tapahtuvat sekä itse siivoustyössä hotellihuoneissa että hotellin käytävillä. Haastateltavat kertoivat kohtaamisten olevan yleensä neutraaleja, mutta poikkeuksiakin on. Siivoojat pyrkivät käyttäytymään aina kohteliaasti ja ystävällisesti, vaikka asiakas olisi vihamielinen tai pahantuulinen:

Yritän olla kauhean ystävällinen siltikki – jos ne on vähän hankalia – ja yritän auttaa parhaani mukaan, mikä on pielessä. (Nainen, 60 v.)

Ammattitaitoisen siivoojan tulee osata reagoida kaikenlaiseen palautteeseen nopeasti ja asiallisesti (Kivikallio, 2005, s. 22). Kyky ottaa huomioon erilaisia ihmisiä on onnistuneen siivouspalvelukokemuksen edellytys (Huilaja, 2005, s. 28–29).

Kaikki haastattelemani siivoojat käyttivät kategorisointeja ja stereotyyppitelyjä (ks. s. 96–97) kertoessaan, millaisia kulttuureja he kohtaavat työssään ja millaisia mielikuvia heille on työn kautta syntynyt eri kansallisuuksista. He luonnehtivat esimerkiksi venäläisiä, japanilaisia, kiinalaisia, suomalaisia, englantilaisia ja keskieurooppalaisista.

Joo kyllä mie tiän, että ko venäläinen on asunu siinä, sitten tietää, että se on työläs huone. Englantilainen ja suomalainen ko on asunu, niin on työläs huone, mutta jos japanilainen on asunu niin se on siisti huone. -- Venäläiset on semmosia sotkusia, ne syövät huoneissa, ja englantilaiset syö hotellissa. Sitteen keskieurooppalaiset, ne syö hotellissa, että ne on aika siistejä huoneita --. (Nainen, 60 v.)

Stereotyyppittely on usein kielteissävytteistä, kuten edellä olevan lainauksen luonnehdinnat venäläisten, englantilaisten ja suomalaisten huoneista. Tämänkaltaista stereotyyppittelyn käyttöä ei kuitenkaan pidä ymmärtää haastateltavan henkilön arvioksi jonkin kansan identiteetistä. Kuten Valkonen ja Ruuska (2008, s. 4) toteavat: ”Tyypittelyt ovat työn kuvauksen ja työhön orientoitumisen apuvälineitä, kerronnan ja suunnittelun tellinkejä --.” Kategorisoinnit ja tyypittelyt ovat käytännöllisiä välineitä, joiden avulla kuvataan ilmiötä – mutta ennen kaikkea niistä on apua itse työssä. Kategoria on väline, jonka avulla valmistaudutaan teknisiin tai sosiaalisiin haasteisiin; se perustuu arkiseen tietoon kulttuurieroista sekä kokemuksen kautta kertyneeseen hiljaiseen tietoon. (Ruuska & Valkonen, 2008, s. 11–14.)

Haastateltavat kertoivat, että siivoojilla on yhteisiä puhetapoja eri kulttuuri-
taustaisista ihmisistä ja heidän majoituskäyttäytymisestään. Puheen tarkoitus ei ole leimata tai loukata vaan valmistautua siivoustyöhön, jotta palvelutapahtuma onnistuisi parhaalla mahdollisella tavalla. Tieto asiakkaasta ja hänen kulttuurisesta taustastaan auttaa ennakoimaan tulevaa siivoustopah-
tumaa:

Auttaa ennakoimaan, mihin varata aikaa ja mihin ei; minkälaiset ihmiset tarvii enemmän aikaa siivoukseen tai minkälaiden ihmisten siivous – huoneistojen siivous – tarvii enemmän aikaa. (Mies, 22 v.)

Käytössä oleva tieto esimerkiksi venäläisistä sotkuisina asiakkaina tarkoittaa sitä, että siivooja voi olettaa heidän huoneensa olevat työläs ja vaativan enemmän aikaa. Jos tämä tieto osoittautuu oikeaksi, tyypittely vahvistuu ja sen käytännöllinen merkitys kasvaa. Käytettyjä tyypittelyitä on syytä arvioida jatkuvasti, mikä näkyy vahvistamisen tai purkamisen prosesseina (Ruuska & Valkonen, 2008, s. 14). Kategorioita puretaan, jos uusi kokemus osoittaa aiemman tiedon virheelliseksi (Ruuska & Valkonen, 2008, s. 13). Tämä näkyi erään haastattelemani hotellisiivoojan kertomuksessa: hänen mukaansa venäläiset suhtautuivat aiemmin epäkunnioittavasti siivoojiin, mutta tilanne on muuttunut ja venäläiset asiakkaat ovat oppineet arvostamaan siivoojia:

Kyllä ne arvostaa meän työtä enemmän kuin ennen on arvostaneet; mehän [siivoojat] olimma vähän niinkö varkhaja tai jotaki semmosia. (Nainen, 60 v.)

Asiakkaat ja kulttuurierot ilmenevät siivoustyön arjessa monella eri tapaa, monissa eri tilanteissa. Asiakkaisiin reagoidaan osin käyttämällä stereotyyppisiä ja kansallisia kategorioita. Niiden merkitys ei kuitenkaan ole samanlainen kuin esimerkiksi safarioppaiden työssä (ks. Ruuska & Valkonen, 2008). Siivoojilla on tietty tapa siivota kohteet riippumatta siitä, kuka asiakas on. Haastateltavat korostivat sitä, että asiakkaita ei juurikaan erotella. Vaikka eri kansallisuuksista ja asiakasryhmistä on tiettyjä puhetapoja, niillä ei ole siivoustyössä ratkaisevaa merkitystä:

No en mie tiää onko niistä hyötyä, ei niistä hyötyä ole sillä lailla --. Kaikki asukkaat ovat saman arvosia, ja me siivoamma aina huoneet. Emmä me aina tiää kuka niihin tulee ja – ei mitenkään eri lailla – kaikki mennee aina samalla tyylillä. (Nainen, 60 v.)

Kiinalaiset

Haastattelemistani siivoojista yksi kertoi, että hän ei ollut kohdannut lainkaan kiinalaisia asiakkaita, vaikka hän oli työskennellyt suurella hotellilla Levillä yli 17 vuotta. Japanilaisia asiakkaita hän kertoi kohdanneensa paljonkin. Kaksi haastateltavaa kertoi kohdanneensa työssään kiinalaisia matkailijoita, mutta kävi ilmi, että heidän kokemuksensa olivat epäselviä ja epävarmoja. Toinen puhui haastattelun aikana kiinalaisista, mutta haastattelun päätyttyä hän kertoi, että asiakkaat, joista hän puhui, saattoivat olla myös japanilaisia. Toinen haastateltava totesi jo haastattelun kuluessa, että hän ei osaa juurikaan erottaa kiinalaisia ja japanilaisia, ja hän puhuikin heistä molemmista:

Onhan niitä ollu, japanilaisia ja kiinalaisia -- nehän oli tosi ystävällisiä nämä kiinalaiset ja japanilaiset. (Nainen, 60 v.)

Kiinalaisia (tai japanilaisia) työssään kohdanneet haastateltavat kertoivat, että nämä kohtaamiset ovat olleet neutraaleja eivätkä ole juurikaan eronneet muista asiakaskohtaamisista. Kumpikaan haastateltava ei ollut ollut kovin paljon tekemisissä kiinalaisten asiakkaiden kanssa. Toinen koki kiinalaiset etäisiksi asiakkaiksi, joihin on vaikea saada yhteyttä. Tätä hän selitti kulttuurien erilaisuudella:

Ei oikein saa yhteyttä, kun on eri kulttuuri. (Mies, 22 v.)

Toinen taas kertoi, että kiinalaiset ovat asiakkaina ja muutenkin hyvin ystävällisiä:

Minusta ne on ystävällisiä, mie ainaki tykkään -- kyllähän ne englantia puhuu jollakin lailla. Sitten hymyilevät ja kiittävät. (Nainen, 60 v.)

Haastateltavat suhtautuivat kiinalaisten matkailuun neutraalisti. Yksi haastateltavista oli sitä mieltä, että kiinalaisten matkailua on ehkä hieman liikaa. Hän myös korosti kiinalaisten asiakkaiden haasteellisuutta:

Kiinalaiset on sotkusia. Kiinalaiset luottaa siivoojaan kykyyn tehdä siistiä jälkeä tai uskoo niitten tekemän enemmän. (Mies, 22 v.)

Kyseinen henkilö arveli, että kiinalaiset jättävät siivoojille enemmän tehtävää ehkä siksi, että Kiinassa siivoojat ovat tehokkaampia ja heitä on enemmän.

Haastateltavilla oli varsin erilaisia näkemyksiä siitä, millaisia kiinalaiset ovat asiakkaina ja majoittujina. Tämä voi johtua siitä edellä todetusta seikasta, että kiinalaisia asiakkaita ei välttämättä tunnusteta muiden aasialaisten, kuten japanilaisten, joukosta. Toisaalta se voi johtua siitäkin, että kiinalaiset eivät erotu millään erityisellä tavalla muista asiakkaista. Ne haastateltavat, jotka kertoivat kohdanneensa työssään kiinalaisia asiakkaita, totesivat toistuvasti oman epävarmuutensa ja epätietoisuutensa:

En mie muista. (Mies, 20 v.)

No en mie nyt muista, onko niitä kiinalaisten ja japanilaisten huoneita tullu siivottua niin paljoa. (Nainen, 60 v.)

Näyttääkin vahvasti siltä, että siivoojat eivät työssään juurikaan erota kiinalaisia asiakkaita ainakaan muista aasialaisista asiakkaista. Monet haastatteleminen henkilöiden kuvaukset kiinalaisista vastaavat yleistä käsitystä japanilaisista – joihin he siis itsekin totesivat mahdollisesti sekoittavansa kiinalaiset. Ystävällinen käyttäytyminen, hymyileminen ja kiittely kuuluvat itämaiseen kulttuuriin, jossa harmonia on kanssakäymisessä tärkeää, samoin pidättäväisyys sekä kielteisten tunteiden, mielipiteiden, kritisoinnin tai valittamisen välttäminen (Reisinger & Turner, 2003, s. 97). Ystävällinen käyttäytyminen liittyy pelkoon kasvojen menettämisestä, joka on olennainen osa sekä kiinalaista että japanilaista ja yleensäkin itämaista kulttuuria (ks. Reisinger & Turner, 2003, s. 97, 120).

Kaikki haastateltavat suhtautuivat kiinalaisten matkailun lisääntymiseen neutraalisti ja odottivat jopa kiinnostuneina kiinalaisia asiakkaita:

No kyllähän niitten tavoista on sitten mielenkiintoista tietää, että minkälaisia asukkaita ne on. (Nainen, 60 v.)

He korostivat sitä, että kiinalaisten matkailijoiden tuloon pitää valmistautua muun muassa lisäämällä kiinankielisiä ohjeita. Kiinalaisten matkailu sekä edellyttää että tuottaa myös kulttuurista opetusta ja oppimista:

Opettaa toinen toisiamme: suomalaiset oppii Kiinan kulttuurista ja kiinalaiset oppii Suomen kulttuurista. (Mies, 22 v.)

YHTEENVETO

Pyrin tutkimuksellani selvittämään, miten asiakkaiden kulttuurierot ja kiinalaisten matkailu näkyvät majoituspalveluissa ja miten ne vaikuttavat siivoustyön arkeen. Hotellisiivoojat kohtaavat työssään monenlaisia asiakkaita erilaisista kulttuuripiireistä. Kulttuurien väliset erot näkyvät siivoustyön arjessa: asiakaskohtaisissa, asiakkaiden ulkonäössä, puhutussa kielessä, matkatavaroissa ja majoituskäyttäytymisessä.

Tekemäni haastattelut osoittivat, että vaikka kulttuurisia eroja havaitaan, niihin ei kiinnitetä paljon huomiota, koska niillä ei ole kovinkaan suurta vaikutusta siivoustyön onnistumiseen. Näyttää siltä, että hotelleissa on tietty, siivoushallinnon määrittämä tapa siivota huoneita. Se ei juurikaan vaihtelee asiakaskohtaisesti, eikä asiakkaita erotella tai välttämättä edes tunnisteta siivoustyössä. Kaikkia asiakkaita kohdellaan samalla tavalla henkilöstä tai hänen kulttuurisesta taustastaan riippumatta. Kaikki haastateltavat korostivat tätä tasa-arvoisuutta puhuttaessa kulttuurieroista ja asiakkaista. Myös itse siivoustyö toteutetaan aina samalla tavalla. Tämäkin kävi ilmi kaikissa haastateluissa, samoin kuin se, että siivooja ei aina tiedä, kuka asiakas on tai on ollut siivottavassa kohteessa.

Haastateltavat kertoivat kuitenkin kohtaavansa ja tunnistavansa työssään jatkuvasti kulttuurieroja. Niistä puhutaan käyttämällä kansallisia kategorisoin-teja ja stereotyyppittelyitä. Ne auttavat ennakoimaan tulevaa siivousta, jos siivoojalla on etukäteen tieto siitä, kuka siivottavan kohteen asiakas on. Mutta koska tätä tietoa ei useinkaan ole, kategorisoinneilla ja tyyppittelyillä ei ole kovin suurta hyötyarvoa. Haastateltavat toivat esiin myös sen, että asiakkaiden välillä on paljon yksilöllisiä, kulttuurista riippumattomia eroja.

Kiinalaisista asiakkaista haastattelemillani hotellisiivoojilla ei ollut kovinkaan paljon kokemuksia. He eivät olleet joko kohdanneet lainkaan kiinalaisia asi-

akkaita työssään tai he eivät olleet varmoja, olivatko heidän kohtaamansa matkailijat olleet kiinalaisia, japanilaisia vai muita aasialaisia. Kiinalaista ei siis ole helppo tunnistaa muiden aasialaisten asiakkaiden joukosta. On mahdollista, että kiinalaisilla asiakkailla ei ole majoituskäyttäytymisessä sellaisia erityispiirteitä, jotka nostaisivat heidät esille. Monet yleiset kulttuuriset piirteet, kuten ystävällinen käytös ja hymyileminen, joilla haastateltavat kuvailivat kohtaamiaan aasialaisia asiakkaita, sopivat niin kiinalaisiin, japanilaisiin kuin moniin muihinkin aasialaisiin kansallisuuksiin (ks. Reisinger & Turner, 2003, s. 97, 120). Yhden haastateltavan mukaan kiinalaiset ovat sotkuisia majoituskäyttäytyjiä, mutta kävi ilmi, että hän ei ollutkaan varma, koskivatko hänen havaintonsa kiinalaisia vai muita aasialaisia. Kaksi muuta haastateltavaa kuvasi aasialaisia (kiinalaisia ja japanilaisia) asiakkaita ystävällisiksi ja siisteiksi.

Puuttuvat tai epävarmoiksi jääneet kokemukset kiinalaisista matkailijoista voivat johtua siitä, että haastateltavien majoituskohteissa ei ollut vielä mainittavasti ollut kiinalaisia asiakkaina. Yksi haastateltava pohti syitä siihen, miksi hän ei ollut kohdannut kiinalaisia asiakkaita: *Ovatkohan ne Leviä vielä oikein löytäneet, että ei niitä paljon sielä näy.*

Kulttuurierot näkyvät siis siivoustyön arjessa, mutta ne eivät merkittävästi vaikuta työn onnistumiseen. Se, että siivoustyö tapahtuu samalla tavalla asiakkaasta riippumatta, voi selittää myös sitä, että siivoojat eivät tunnista neet kiinalaisia muiden aasialaisten joukosta. Koska asiakkailla tai kulttuuri-eroilla ei ylipäänsä ollut ratkaisevaa merkitystä siivoustyön arjessa, ei sitä ollut myöskään tutkimallani kohdejoukolla eli kiinalaisilla.

Jatkotutkimuksia aiheesta tarvitaan. Pystyin opinnäytetutkimuksessani vain hieman raapaisemaan pintaa tutkimusaiheestani. Siivoustyöntekijöiden näkökulmaa on käytetty hyvin vähän, jos lainkaan, yhteiskuntatieteellisessä matkailun tutkimuksessa. Tämä on valitettavaa, koska siivoustyöntekijöillä on paljon tietoa monista eri aihepiireistä. Jatkotutkimuksia suunniteltaessa ja toteutettaessa on hyvä tunnistaa siivousalan työntekijöiden laaja kirjo: alalla työskentelee iältään, koulutukseltaan sekä etniseltä, kulttuuriselta ja sosiaaliselta taustaltaan hyvin erilaisia ihmisiä. Kysymysten muotoilussa, käytetyissä käsitteissä ja puhetavoissa on pyrittävä löytämään kaikkien siivoustyöntekijöiden kanssa yhteinen kieli, jotta heidän omaamansa arvokas empiirinen tieto ja kokemus saadaan parhaiten esiin. Kuten Veijola (2008, s. 64) on todennut:

Matkailun parissa työskentelevillä ihmisillä on paljon tietoa ja kokemusta sekä alasta että matkailijoista. Heiltä kuitenkin harvemmin ky-

syttään, mitä esimerkiksi Lapin matkailussa on pielessä tai millaisia kehitysmahdollisuuksia tai uhkia siihen voisi tulevaisuudessa liittyä.

-- Matkailusta tietävät erityisen paljon nimenomaan he, jotka matkailijoista käytännössä huolehtivat ja heitä palvelevat. (Veijola, 2008, s. 64.)

Toivon, että tutkimukseni osaltaan vahvistaa vähänarvostettujen siivoojien asemaa matkailualan tärkeinä työntekijöinä. Heidän työnsä ansaitsee nykyistä enemmän arvostusta ja merkitystä sekä matkailusektorilla että yleisemmin yhteiskunnassa ja tutkimuksessa. Koen onnistuneeni tutkimuksessani, jos se innostaa jonkun toisen tutkimaan siivoustyötä ja siivoustyöntekijöitä. Matkailutyöntekijöinä siivoojien kokemukset voivat avata täysin uudenlaisia näkökulmia moniin tutkittaviin ilmiöihin. Vaikka tutkimukseni tulokset kiinalaisten matkailusta ja kulttuurieroista jäivät hieman vaillinaisiksi ja epäselviksi, tästä aihepiiristä ei ole syytä luopua – päinvastoin. Kiinalaisten matkailu lisääntyy edelleen ja kulttuurierojen merkitys palveluiden tuotannossa korostuu entisestään.

