

9

KIINALAISET ULKOMAILLA

Suomessa asuvien kiinalaisten näkemykset kiinalaisista matkailijoina

Eetu Puusti



JOHDANTO	160
KIINALAISET MATKAILIJOINA JA KULUTTAJINA	161
Kiinalaisten matkailu ennen ja nykyään	161
Kiinalaisten kulutus- ja ruokailutottumukset	162
SUOMESSA ASUVIEN KIINALAISTEN TEEMAHAASTATTELUT	163
TUTKIMUSETIIKKA	165
KIINALAISET MATKAILIJOINA	166
Suhtautuminen matkakohteen kulttuuriin ja asukkaisiin	166
Ruokailu- ja kulutustottumukset	167
Matkan suunnittelu ja toteutus	169
YHTEENVETO	170

JOHDANTO

Kiinalaisten matkailijoiden määrä on viime vuosina Suomessakin kasvanut merkittävästi. Kiinalaisten kulttuuri ja toimintatavat poikkeavat merkittävästi länsimaalaisista, mikä luo mielenkiintoisen lähtökohdan tutkimukselleni. Kiinan kansalaisten matkailua on menneisyydessä rajoitettu paljon, mikä lisää tutkimusasetelman kiinnostavuutta.

Kiina on väkiluvultaan maailman suurin valtio. Myös kiinalaisten matkailijoiden määrä on hyvin suuri ja kasvaa jatkuvasti. Suomessa kiinalaisten matkailijoiden yöpymisiä oli vuonna 2016 jo yli 270 000 (VisitFinland, 2016). Rovaniemellä kiinalaisturistit ovat yksi näkyvimmistä matkailijaryhmistä, joten matkailutoimijoiden on hyvä tietää, mitä kiinalaisturistit matkoillaan etsivät.

Kiinalaisten liikkumista rajoitettiin menneinä vuosikymmeninä paljon, joten heidän kasvanut läsnäolonsa matkakohteissa ympäri maailman on ymmärrettävää. Matkailun vapautuminen on antanut kiinalaisille mahdollisuuden myös yksilölliseen, ei vain ryhmämatkailuun. (Winter, Teo & Chang, 2009.) Kiinalaiset ovat kuitenkin yhä pääosin kollektiivisuutta ja ryhmän harmonisista yhteiseloista arvostavia matkailijoita (Minca & Oakes, 2012).

Kiinan kasvava keskiluokka elää yhteiskunnassa, jossa perheen tai yksilön vaurautta tuodaan vahvasti esille erilaisilla symboleilla. Esimerkiksi kallis auto tai talo voivat olla statussymboleja, joiden avulla tuodaan esille omaa varallisuutta. (Doctoroff, 2012. s. 97–102.) Myös matkailu voi olla osoitus yksilön tai perheen varallisuudesta ja hyvästä asemasta. Olenkin usein pohtinut kiinalaisten matkailijoiden motiiveja. Haluavatko he nähdä itse kohdemaata ja kokea sen kulttuuria vai onko heille tärkeämpää se, että he ovat käyneet kohteessa, valokuvanneet itsensä kuuluisimpien nähtävyyksien vierellä ja näin vahvistaneet omaa sosiaalista asemaansa? Olen pohtinut tätä seurattuani kiinalaismatkailijoiden käyttäytymistä esimerkiksi Pariisissa. Havaintojeni mukaan kiinalaiset liikkuvat ryhmissä ja tuskin edes katselevat ympärilleen. Useat heistä katsovat lähinnä puhelimiaan ja tablettejaan, eivät ympäröivää maailmaa. Huomasin, että kiinalaiset matkailijat saapuivat esimerkiksi Eiffel-tornille kiireisinä, ottivat muutaman kuvan itsestään tornin näkyessä taustalla ja poistuivat tämän jälkeen paikalta yhtä nopeasti kuin sinne saapuivatkin.

Lähestyn tutkimusaiheittani Suomessa asuvien kiinalaisten näkökulmasta: millaisia näkemyksiä heillä on kotimaansa ulkopuolella matkailevista kiinalaisista? Miten kiinalaiset suhtautuvat matkakohteen kulttuuriin, paikallisiin

asukkaiisiin ja kohteessa asuviin kiinalaisiin? Millaiset ovat kiinalaisten matkailijoiden kulutustottumukset? Miten kiinalaiset suunnittelevat ja toteuttavat matkansa? Etsin tietoa näistä teemoista haastatteleamalla Suomessa asuvia kiinalaisia. Haastateltavani olivat hyvin erilaisissa elämäntilanteissa olevia henkilöitä. Kiinalaiset eivät ole Suomessa kooltaan yhtä merkittävä väestöryhmä kuin joissakin muissa länsimaissa, mutta kiinalaiset ovat kuitenkin maassamme neljänneksi suurin kansalaisuusryhmä Viron, Venäjän ja Irakin kansalaisten jälkeen (Tilastokeskus, 2016).

KIINALAISET MATKAILIJOINA JA KULUTTAJINA

Kiinalaisten matkailu ennen ja nykyään

Matkailua pidettiin kiinalaisten keskuudessa pitkään turhana ajankäyttömuotona. Historian saatossa maan johtajat, sotilaat, kauppiat ja muun muassa uskonnolliset johtajat ovat kyllä matkustaneet, mutta enimmäkseen vain Kiinan rajojen sisäpuolella. Muutamia pyhiinvaelluskohteita ja kauppatmatkoja lukuun ottamatta matkustaminen Kiinan ulkopuolelle oli pitkään erittäin harvinaista, ja sitä pidettiin satoja vuosia sitten joiltakin osin melkein maanpetoksena. Kiinaan ulkomailta suuntautuvaan matkailuun alettiin suhtautua avoimemmin 1970-luvun lopulla, ja 1980-luvulla myös Kiinasta ulkomaille suuntautuva matkailu alkoi yleistyä. Vei kuitenkin aikaa ennen kuin kiinalaiset alkoivat matkustaa ulkomaille suuremmissa määrin, ja vielä pidempään kesti, että kiinalaiset alkoivat matkustella Aasian ulkopuolella. (Cochrane, 2008.)

Kiinalaisten matkailijoiden liikkuminen on nykyään paljon vapaampaa kuin vielä esimerkiksi 30 vuotta sitten. 1980- ja 1990-luvuilla kiinalaisten matkailijoiden ryhmämatkoja kutsuttiin nimellä *ap tsai tuen*. Se viittaa suoraan käännettynä kiertomatkoihin, joilla matkailijoita paimennetaan kuin ankanpoikasia tiukkaa aikataulua noudattaen. Toinen käytetty termi *chu tsai tuen* puolestaan viittaa possuihin, ja sen taustalla on ajatus, että matkanjohtajat huijaavat matkailijoita häikäilemättömästi. 2000-luvulla kiinalaiset matkailijat ovat hiljalleen vapautuneet kollektiivisten, yhteisiä aikatauluja tiukasti noudattavien ryhmämatkojen velvoitteista. Kiinalaiselle matkailulle on tullut tutuksi termi *ITS*, joka tunnetaan myös nimellä *Free Walk* ja joka kuvastaa kiinalaisten matkailijoiden vapautunutta matkasuunnittelua ja matkan toteutusta. (Winter, Teo & Chang, 2009.)

Matkailun vapautumisesta huolimatta vielä parikymmentä vuotta sitten melko harvat kiinalaiset matkustivat. Suurin osa väestöstä ei ollut matkustanut lainkaan tai korkeintaan hyvin vähän, edes oman maakuntansa sisällä.

Alueiden väliset eroavaisuudet, muun muassa erilaiset murteet, ovat omalta osaltaan vaikeuttaneet liikkumista. Esimerkiksi Zou Xianin ja Qufun alueilla, joiden välimatka on vain noin kaksikymmentä kilometriä, puhutaan täysin erilaisia murteita. (Haw, 1995, s. 201–204.)

Huomattava osa Kiinan väestöstä asuu edelleen maaseudulla. Vuonna 2016 Kiinan noin 1,4 miljardista asukkaasta noin 590 miljoonaa asui maaseudulla (Statista, 2018). Vielä kaksikymmentä vuotta sitten maaseudulla asui 80 prosenttia väestöstä. Maaseutualueilla koulutuksen tasossa ja väestön sivistyksessä on ollut puutteita. Peruskoulu ei ollut Kiinassa pakollinen ennen vuotta 1986, eikä kaikkialla ole tämän jälkeenkään saavutettu valtion koulutukselle asettamia vaatimuksia. (Haw, 1995.) Yleisen sivistyksen ja kielitaidon puutteellisuuden voi ajatella vaikuttavan matkailuhalukkuuteen ja -tottumuksiin. Oletankin kiinalaisten matkailijoiden tulevan etupäässä kehittyneimmiltä kaupunkialueilta, missä koulutuksen taso on parempi ja missä käy ulkomaisia matkailijoita.

Kiinalaisten kulutus- ja ruokailutottumukset

Kiinalaiset ovat kuluttajina epäileväisiä. Varsinkin pieniin ja tuntemattomiin brändeihin suhtaudutaan epäillen. Tunnettujen brändien mahtipontisuus ja suuruusluokka ovat kiinalaiselle kuluttajalle merkkejä luotettavuudesta ja laadusta. Kiinalaiselle kuluttajalle on tyypillistä vahva itsesuojeluvaisto, ja esimerkiksi internetostosten suosio kasvoi vasta, kun ostoksille taattiin tarvittaessa riskitön rahanpalautus. Kotimaisiin brändeihin suhtaudutaan usein epäilevästi ja sen sijaan suositaan suuria kansainvälisiä brändejä. Kiinalaiset eivät luota esimerkiksi oman maansa maitotuotteisiin, koska vuonna 2009 paljastui suuri pilaantuneita maitotuotteita koskeva skandaali. Tuolloin todettiin kiinalaisten maidontuottajien lisänneen tuotteisiinsa suuria määriä laittomia lisäaineita. (Doctoroff, 2012, s. 91–95.)

Ruoka on kiinalaisessa kulttuurissa erittäin monipuolista, ja ruokailutottumukset vaihtelevat maan eri osissa. Alueesta riippumatta on kuitenkin tärkeää, että aterian *yin* ja *yang* – viilentävät ja lämmittävät tekijät – ovat tasapainossa. Siksi kiinalaiset eivät suosi esimerkiksi kahvin juomista aterian yhteydessä; juoman tehtävä on olla ikään kuin viilentävä tekijä lämpimän aterian jälkeen. (Doctoroff, 2012, s. 139–141.)

Kotona ruokaillessaan kiinalaiset eivät useinkaan poikkea oman kulttuurinsa tyypillisistä ruokatottumuksista. He ovat haluttomia kokeilemaan vaikka pa eurooppalaisia ruokia. Työpaikoilla ja muuten julkisesti ruokaillessaan ihmiset haluavat kuitenkin vaikuttaa kansainvälisemmiltä. Monissa kiinalaisissa kaupungeissa onkin varsin monipuolinen ravintolatarjonta. (Doctoroff, 2012, 139–141.)

Kiinalaisten länsimaisesta poikkeavat ruokatottumukset näkyvät esimerkiksi aamiaisen koostumuksessa. Perinteinen kiinalainen aamupala sisältää muun muassa vihanneksia, mereneläviä ja höyrytettyä riisiä, ja se syödään yleensä puikoilla (Tessler, Gamache & Liu, 1999). Myös puuron kaltainen mutta länsimaisista makutottumuksista poikkeava velli, friteeratut leipätikut ja eräänlaiset aamiaispullat ovat tyypillisiä kiinalaisen aamupalan osia (Raitis-oja, 2010). Erilaisten tottumusten vuoksi kiinalaiset matkailijat todennäköisesti kokevat länsimaisen hotelliaamiaisen eksoottiseksi.

SUOMESSA ASUVIEN KIINALAISTEN TEEMAHAASTATTELUT

Tutkimusaineistoni koostuu Suomessa asuvien kiinalaisten teemahaastatteluilta. Valitsin haastateltavat suunnitellusti itselleni tuttujen ja puolittutujen ihmisten joukosta. Haastateltavien henkilöiden elämäntilanteet olivat hyvin erilaisia, mikä tuo tutkimukseen monipuolisuutta ja erilaisia näkökulmia. Ensimmäinen haastateltava oli Suomeen vuonna 1993 muuttanut mies, joka on toiminut muun muassa yrittäjänä pääkaupunkiseudulla. Hän on majoittanut esimerkiksi liikematkailuun maassamme käyneitä kiinalaisia. Ajattelin hänen sopivan hyvin haastateltavaksi, koska oletin hänellä olevan paljon tietoa kiinalaisten mieltymyksistä heidän liikkuessaan ulkomailla. Toinen haastateltava oli neljä vuotta sitten Suomeen opintojen perässä muuttanut nuori mies. Ottamalla hänet mukaan tutkimukseen pyrin saamaan aineistoon mukaan myös nuoremman polven kiinalaisen näkemyksiä. Kolmas haastateltava oli Suomeen hieman yli vuosi sitten töiden perässä muuttanut nainen. Valitsin hänet haastateltavaksi erityisesti sen takia, että saisin mukaan myös naispuolisen henkilön näkemyksiä. Haastateltavat asuivat eri puolilla Suomea. Nauhoitin tekemäni haastattelut. Tuloksia esitellessäni viittaan yksittäisiin haastateltaviin lyhenteillä, jotka kertovat haastateltavan sukupuolen ja haastattelujärjestyksen. Esimerkiksi lyhenne HM1 kertoo, että kyseessä on mies ja ensimmäinen haastateltava.

Valitsin haastattelujen teemat tutustuttuani aihetta käsittelevään kirjallisuuteen. Valmistelin haastattelurungon, jossa oli neljä pääkysymystä ja niistä jokaisesta muutama tarkempi alakysymys (liitteet 12 ja 13). Pyrin muotoilemaan kysymykset mahdollisimman selkeiksi ja tutkimusaiheittani hyvin palveleviksi. Haastattelurungon ensimmäiset kysymykset koskivat kiinalaismatkailijoiden suhdetta matkakohteen kulttuuriin ja paikallisiin asukkaisiin sekä kohteessa asuviin kiinalaisiin. Haluavatko kiinalaiset viettää aikaa muiden kiinalaisten kanssa matkaillessaan ulkomailla? Haluavatko he vierailta esimerkiksi kiinalaiskortteleissa? Miten he suhtautuvat ryhmämatkailuun? Ovatko he kiinnostuneita tutustumaan paikallisiin ihmisiin? Ovatko he kiin-

nostuneita matkakohteen kulttuurista ja historiasta vai enemmän ostosmatkailusta ja nähtävyyksissä kiertelystä?

Haastattelurungon seuraavat kysymykset koskivat kiinalaisten ruokailu- ja kulutustottumuksia. Haluavatko kiinalaiset syödä kiinalaista ruokaa myös ulkomailla ollessaan, ovatko he halukkaita kokeilemaan paikallisia ruokia ja miten he suhtautuvat länsimaiseen hotelliaamiaiseen? Haastateltavien näkemyksiä kiinalaisten kulutustottumuksista ulkomailla tiedustelin kysymyksillä, jotka koskivat halukkuutta ostaa kiinalaisille tuttuja tuotteita, joita on saatavilla myös Kiinasta, halukkuutta käydä ostoksilla kiinalaisia tuotteita myyvissä liikkeissä sekä halukkuutta kokeilla paikallisia tuotteita. Lisäksi kysyin, tekevätkö kiinalaiset mielellään ruokaostoksia kiinalaisia tuotteita myyvillä toreilla tai kiinalaiskortteleissa, jos sellaisia on matkakohteessa.

Viimeiset kysymykset koskivat matkojen suunnittelua ja toteutusta. Mitä kautta kiinalaismatkailijat yleensä varaavat matkansa? Etsivätkö he tietoa kansainvälisiltä vai kiinalaisilta internetsivustoilta? Mitkä tekijät vaikuttavat matkakohteen valintaan? Haluavatko kiinalaiset palvelua äidinkielellään? Useiden länsimaisten internetsivustojen käyttäminen on Kiinassa estetty, minkä arvelin vaikuttavan matkojen suunnitteluun ja varsinkin niiden varaamiseen. Valtiojohdon alaisuudessa toimiva elin tarkastaa sivustojen sisältöä jatkuvasti ja estää kansalaisia selaamasta joitakin länsimaisia sivuja, jotka eivät noudata kommunistisen puolueen asettamia ydinarvoja (Niemi, 2017).

Tein haastattelut englanniksi mutta käänsin vastaukset litterointivaiheessa suomen kielelle. Pysin kääntämään vastaukset muuttamatta niiden asiasisältöä. Käänsin vastaukset englannista suomeksi sanasta sanaan. Tällainen menettely on laadullisessa tutkimuksessa riittävä, eikä vastauksia tarvitse välttämättä esittää alkuperäisellä vastauskielellä (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen, 2010, s. 436).

Ensimmäisen haastatteluni toteutus ei sujunut suunnitellun mukaisesti. Haastateltava pyysi nähdä kysymykset etukäteen, jolloin lähetin hänelle kopion haastattelurungosta. Hän vastasi kysymyksiin kirjallisesti. Kiireidensä vuoksi hän koki tämän parhaaksi tavaksi antaa vastaukset, ja ne olivatkin kattavat. Toisen haastateltavan tapasin Oulun yliopistolla, missä hän suoritti maisterivaiheen opintojaan. Haastattelu kesti hieman yli 15 minuuttia. Olin lähettänyt haastattelukysymykset etukäteen myös hänelle, joten hän osasi valmistautua keskusteltavaan aiheeseen. Hän vastasi sekä haastattelurungon kysymyksiin että useisiin lisäkysymyksiin, joita keskustelun ja ensimmäiseltä haastateltavalta kirjallisesti saamieni vastausten pohjalta tuli mieleeni. Varsinkin haastattelun loppupuolella haastateltava rentoutui ja kertoi vapaasti

näkemyksiään. Kolmas haastattelu kesti hieman alle 20 minuuttia, ja se toteutettiin Lapin yliopistolla. Haastattelu eteni sujuvasti ja ongelmitta.

Pyrin tekemään haastattelutilanteet mahdollisimman mukaviksi ja kiireettömiksi. Esitin kysymykset mahdollisimman yksinkertaisessa muodossa ja annoin myös ymmärtämistä helpottavia esimerkkejä, ohjailematta kuitenkaan haastateltavia tietynlaisiin vastauksiin.

Analysoin tekemäni haastattelut käyttäen aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysiä voidaan käyttää monenlaisten aineistojen – esimerkiksi haastattelunauhoitteiden, kirjeiden, videoiden ja päiväkirjojen – analysointiin (Hiltunen, ei vl.). Toteuttamani sisällönanalyysi koostui haastattelunauhoitteiden järjestelmällisestä purkamisesta sekä aineiston sisällön selkeästä jaottelusta ja esittelystä. Tarkastelen tuloksia edellä mainittujen kolmen teeman mukaisesti. Etsin jokaisesta teemasta haastateltavien vastauksissa ilmenneitä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia.

TUTKIMUSETIIKKA

Vastuullinen tutkimustyö edellyttää hyvien tieteellisten käytäntöjen noudattamista. Jotta tutkimus on hyvän tieteellisen käytännön mukaista, siinä tulee huomioida useita asioita. Näitä ovat muun muassa rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus tutkimustyössä sekä tieteellisen yhteisön vaatimusten mukaisten tiedonhakumenetelmien käyttö. (Kuula, 2011, s. 34.)

Tein tutkimuksessani viittaukset aiempiin aineistoihin asianmukaisella tavalla enkä plagioinut tekstiä aiemmista tutkimuksista. Haastattelut toteutin vastuullisesti, ja haastateltavat olivat mukana omasta tahdostaan. Pyysin haastattelemiltani henkilöiltä luvan keskustelujen nauhoittamiseen. Pidin haastattelutilanteissa huolen siitä, että haastateltavat eivät tunteneet missään vaiheessa oloaan epämukavaksi, ja pyrin toteuttamaan haastattelut kiirehtimättä, antaen haastateltaville mahdollisuuden kertoa aiheeseen liittyviä näkemyksiään ja kokemuksiaan vapaasti. Pyrin olemaan ohjailematta heidän vastauksiaan mihinkään tiettyyn suuntaan mutta täydensin kysymyksiäni tarvittaessa lisäkysymyksillä.

Kuten Kuula (2011, s. 64) toteaa, on tärkeää pitää huolta haastateltavien yksityisyydestä. Kuvailen haastateltavat niin, että heidän henkilöllisyyttään ei voi päätellä. Mainitsen heidän sukupuolensa ja sen, kuinka kauan he ovat asuneet Suomessa, mutta en esimerkiksi heidän tarkkaa asuinpaikkaansa. Kerroin vain yleisellä tasolla, mitä he tekevät Suomessa.

Ennen haastattelujen toteutusta tapasin professori Matti Nojosen, joka tuntee laajasti kiinalaista kulttuuria. Tapaamisessa hän mainitsi asioita, jotka kannattaa huomioida kiinalaisia haastateltaessa. Häneltä saamani informaatio oli erittäin hyödyllistä. Hän kertoi muun muassa tärkeistä käytöstavoista, joita kannattaa noudattaa. Hän huomautti muun muassa siitä, että kiinalaisia haastateltaessa täytyy pyrkiä olemaan keskeyttämättä heitä, vaikka mieleen tulisi heidän puhuessaan jokin lisäkysymys. Lisäkysymykset kannattaa esittää vasta myöhemmin. Nojonen mainitsi myös, että kiinalaisille on ominaista niin haastattelu- kuin neuvottelutilanteissakin palata jo aiemmin käsiteltyyn aiheeseen ja käsitellä se uudelleen. Hän kertoi myös, että kiinalaiset voivat suhtautua hieman kielteisesti haastatteluiden nauhoittamiseen, joten kannattaa varautua myös muistiinpanojen tekemiseen. Haastateltavani suhtautuivat kuitenkin nauhoittamiseen myönteisesti, mikä helpotti tutkimuksen toteuttamista huomattavasti.

KIINALAISET MATKAILIJOINA

Suhtautuminen matkakohteen kulttuuriin ja asukkaisiin

Kaikki haastattelemanani Suomessa asuvat kiinalaiset olivat sitä mieltä, että kiinalaiset matkailijat haluavat ulkomailla ollessaan viettää aikaa enimmäkseen muiden kiinalaisten kanssa, koska heidän kielitaitonsa on puutteellinen. Yksi haastateltava (HM1) totesi tämän koskevan etenkin vanhempia, yli 50-vuotiaita, kiinalaismatkailijoita. Mieluiten aikaa vietetään oman matkaseurueen kanssa. Haastattelemanani kiinalaisnainen kertoi, että oman ryhmän ulkopuolisia kiinalaisia matkailijoita yleensä vain tervehditään kohteliaasti. Toisaalta hän täsmensi, että käyttäytyminen on yksilöllistä: jotkut matkailijat saattavat käydä pidempiäkin keskusteluja muiden kiinalaisten kanssa.

Kysyessäni haastateltavien näkemyksiä siitä, mikä on kiinalaisten matkailijoiden yleinen mielipide ryhmämatkailusta, vastauksissa korostui ryhmämatkailun kokeminen helpoksi ja vaivattomaksi sekä aikaa ja rahaa säästäväksi. Kielitaidon puute selittää ryhmämatkailun suosiota etenkin vanhempien ihmisten keskuudessa. Yksi haastateltava (HN3) totesi, että nuoremmat, 1980- ja 1990-luvuilla syntyneet, kiinalaiset ovat jo kykeneviä matkustamaan itsenäisesti. Heidän kielitaitonsa on parempi kuin vanhemmilla sukupolvilla, ja heillä on myös keskimäärin enemmän kokemusta ulkomailla liikkumisesta.

Haastateltavat olivat melko yksimielisiä siitä, että kiinalaiset eivät ole matkoillaan erityisen kiinnostuneita kiinalaiskortteleista, jos sellaisia on kohteessa. Niitä ei pidetä autenttisina tai kokemuksen arvoisena. Etenkään nuoria matkailijoita ne eivät kiinnosta. Jotkut matkailijat saattavat kyllä ruokaila kiinalaiskortteleissa. Tosin yksi haastateltava (HN3) huomautti, että kiinalais-

korttelit ulkomailla ovat vahvasti paikallisten kulttuurien muovaamia, joten myös niissä tarjottava ruoka on menettänyt kiinalaisia ominaispiirteitään. Toisaalta sama haastateltava kertoi, että matkanjärjestäjien on helppo viedä varsinkin varttuneempia kiinalaismatkailijoita juuri kiinalaiskortteleihin.

Nuoremmat kiinalaismatkailijat ovat haastateltavien mukaan kiinnostuneita tutustumaan paikallisiin ihmisiin, mutta vanhemmilla sukupolvilla huono kielitaito vähentää kiinnostusta. Yksi haastateltava (HM2) viittasi kiinalaisten ujouteen ja totesi, että kiinalaisilla on tapana luovuttaa, jos he huomaavat, etteivät pysty kommunikoimaan yhteisellä kielellä. Samantapaisesti vastasi toinenkin haastateltava (HN3), joka mainitsi kiinalaisten – erityisesti iäkkäämpien – ujouden ja hiljaisuuden arvelleen tämän johtuvan pääosin kielitaidon puutteesta. Yksi haastateltava (HM1) totesi, että matkojen tiukka aikataulutus estää vielä nykyäänkin vapaamuotoisen tutustumisen paikallisiin ihmisiin.

Kysyin haastateltavilta myös heidän näkemyksiään siitä, kumpi on kiinalaisille matkailijoille tärkeämpää, matkakohteen kulttuuriin ja historiaan tutustuminen vai ostosten teko ja kuuluisien nähtävyyksien näkeminen. Yleisesti ottaen oltiin sitä mieltä, että paikalliseen kulttuuriin ja historiaan tutustuminen ei ole kiinalaisille ensisijaista. Näkemyksissä oli kuitenkin myös eroja ja erilaisia painotuksia. Yksi haastateltava (HN3) kertoi ostosmatkailun olevan suosittua erityisesti rikkaiden kiinalaisten keskuudessa, jotka mielellään vierailevat paikallisissa ostoskeskuksissa. Sama haastateltava totesi, että ostosmatkailun kiinnostavuus riippuu matkaseurueesta ja kunkin matkailijan henkilökohtaisesta taustasta. Hänen mukaansa korkeasti koulutetut kiinalaiset ovat muita kiinnostuneempia paikallisesta historiasta ja kulttuurista. Toinen haastateltava (HM2) puolestaan arveli iän vaikuttavan asiaan: nuoret keskittyvät enemmän ostosmatkailuun, kun taas vanhempia matkailijoita kiinnostaa paikallinen kulttuuri ja historia. Kolmas haastateltava (HM1) arveli, että ostosten tekeminen ja kuuluisiin nähtävyyksiin tutustuminen on kiinalaisille tärkeämpää kuin paikallinen kulttuuri ja historia ja että tämä johtuu kiinalaisten vähäisestä historian tuntemuksesta.

Ruokailu- ja kulutustottumukset

Kaikki haastateltavat kertoivat kiinalaisten ruokailevan ulkomailla ollessaan usein kiinalaisissa ravintoloissa. Yksi haastateltava (HN3) totesi, että matkanjärjestäjät usein olettavat kiinalaisten haluavan matkoillaan vain kiinalaista ruokaa, vaikka todellisuudessa monet heistä haluaisivatkin kokeilla myös paikallisia ruokia.

Haastateltavien vastaukset viittasivat siihen, että kiinalaiset matkailijat ovat periaatteessa kiinnostuneita kokeilemaan paikallisia ruokia ainakin jossain

määrin. Halukkuuteen maistaa paikallisia ruokia vaikuttavat ikä ja kielitaito sekä se, onko henkilö ryhmämatkalla vai matkustaako hän omatoimisesti. Nuoret ovat vanhempia sukupolvia kokeilunhaluisempia. Nuorten kielitaito, aiempi matkailukokemus ja erilaiset nuorten suosimat puhelinsovellukset edesauttavat omatoimista tutustumista matkakohteen ruokakulttuuriin. Ryhmämatkoilla kokeillaan yleensä matkanjärjestäjän valitsemaa ruokaa. Esimerkiksi Suomen Lapissa kiinalaiset maistavat useimmiten poronlihaa. Yhden haastateltavan (HM2) mielestä suomalainen ruoka vaatii kiinalaisilta yleensä paljon totuttelua – hänellä itsellään suomalaiseen ruokaan totuttaminen oli kestänyt useamman kuukauden, sillä hänestä oli aluksi tuntunut kuin hän ”söisi ruohoa”. Sama haastateltava kertoi myös yhden mahdollisen syyn siihen, että kiinalaismatkailijat ainakin Rovaniemellä valitsevat usein kiinalaisen ruuan: Hän oli kuullut, että Rovaniemellä toimivilla yrityksillä, joiden työntekijät ovat kiinalaisia, on paikallisten kiinalaisten ravintoloiden kanssa sopimus, että ravintolat tarjoavat matkailijaryhmille päivittäiset ateriat osana heidän matkapakettejaan. Ruuan kuuluessa matkapakettiin matkailijat pitävät mielellään siihen kuuluviin aterioihin sen sijaan että maksaisivat suomalaisesta ravintolaruuasta.

Haastatteluissa nousi esiin yksi kiinalaisten matkailijoiden ruokailua rajoittava tekijä: maitotuotteiden yleisyys länsimaissa. Yksi haastateltava (HM1) kertoi, että enemmistö kiinalaisista on laktoosi-intolerantteja, mikä aiheuttaa ongelmia etenkin hotelliaamiaisilla, koska ne sisältävät paljon maitotuotteita. Kiinalaiset matkailijat pyrkivät hänen mukaansa kuitenkin nauttimaan hotelliaamiaisen, koska tärkeintä heille on aamupalan saatavuus, ei niinkään sen koostumus. Toinen haastateltava (HM2) totesi, että aamiaisella on kiinalaisille suuri merkitys mutta että aamiaisen on kuitenkin päivän aterioista se, jossa kiinalaisten on helpointa poiketa rutiineistaan.

Keskusteltaessa kiinalaisten kulutustottumuksista yleisemmin kaikki haastateltavat kertoivat, että kiinalaiset suosivat kansainvälisesti tunnettuja ja heille ennestään tuttuja brändejä ja tuotteita. Kiinalaiset luottavat vahvasti suuriin ulkomaisiin brändeihin myös tehdessään ostoksia kotimaassaan (ks. s. 162). Voidaankin ajatella, että epäluottamus pieniä kotimaisia brändejä kohtaan näkyy myös skeptisyytenä ulkomaisia pieniä brändejä kohtaan. Haastateltavien mukaan kiinalaiset matkailijat eivät halua ottaa turhia riskejä tehdessään ostoksia. Yksi haastateltava (HN3) totesi, että kielitaito vaikuttaa tähänkin: jos matkailija ei tiedä, mitä tuote sisältää, seurauksena voi olla ikäviä yllätyksiä.

Haastateltavien mukaan kiinalaiset matkailijat eivät koe kovin tärkeäksi asiointia kaupoissa, joissa myydään kiinalaisia tuotteita, tai ainakaan niissä ei asioida kovin usein. Yksi haastateltava (HN3) arveli matkan keston vaikut-

tavan asiaan: pitkällä matkoilla jotkut kiinalaiset saattavat kaivata kotimaasta tuttuja tuotteita, mutta lyhyemmällä matkoilla kiinalaisiin kauppoihin ei välttämättä hakeuduta. Ruoka-ainesten ostaminen kiinalaisista kaupoista ja aterioiden valmistaminen itse on yksi keino säästää rahaa. Toisaalta yksi haastateltava (HM1) totesi – yhtäpitävästi aiemmin todetun kanssa – että kiinalaiset eivät miellä kiinalaisia tuotteita laadukkaiksi ja ostavat mieluummin ulkomaisia tuotteita. Myöskään yleisemmin ostosten teko kohteessa mahdollisesti sijaitsevilta kiinalaisilta alueilta ei haastateltavien mukaan ole erityisen houkuttelevaa, koska länsimaisia tuotteita pidetään laadukkaampina ja turvallisempina kuin kiinalaisia. Toisaalta yksi haastateltava (HM2) huomautti, että pitkällä matkoilla kiinalaiset voivat jossain vaiheessa mahdollisesti haluta ostaa jotain ”tuttua ja turvallista”.

Matkan suunnittelu ja toteutus

Kuten jo edellä todetun pohjalta voidaan arvata, kiinalaiset toivovat matkoiltaan palvelua ensisijaisesti äidinkielellään. Haastateltavat olivat tästä hyvin yksimielisiä. Useimmat kiinalaiset osaavat heikosti englantia, muista kielistä puhumattakaan. Matka koetaan sujuvammaksi, jos palvelua on saatavilla omalla äidinkielellä. Kielellä onkin suuri merkitys kiinalaisten matkakokemuksissa. Yksi haastateltava (HM2) totesi, että tämä on tiedostettu myös Lapsissa, missä toimii jo muutamia kiinalaisia matkailuyrityksiä, joiden työntekijät ovat kiinalaisia. Yhden haastateltavan (HN3) mukaan kiinalaismatkailijat hyväksyvät myös englanninkielisen palvelun, kun taas toisen (HM1) mukaan englantia riittävästi osaavia matkailijoita tulee lähinnä Kiinan kansainvälistyneimmistä kaupungeista, kuten Pekingistä, Shanghaista ja Hong Kongista. Kiinankielisten palveluiden saatavuus onkin todennäköisesti matkakohteille merkittävä voimavara niiden kilpaillessa kiinalaisten matkailijoiden mielenkiinnosta.

Kysyin haastateltavilta heidän näkemyksiään siitä, mitkä asiat vaikuttavat eniten matkakohteen valintaan kiinalaisten suunnitellessa tulevia matkojaan. Kiinassa toimivilla matkatoimistoilla on heidän mukaansa suuri rooli matkojen suunnittelussa. Varsinkin, jos matkailijan kielitaito on puutteellinen ja jos hän suosii ryhmämatkoja, kohteen valinta rajoittuu yleensä niihin kohteisiin, joita nämä matkatoimistot tarjoavat. Toisaalta tärkeäksi koetaan myös kohteen eksoottisuus. Yksi haastateltava (HM1) mainitsi esimerkkinä Suomen kasvavan suosion matkakohteena. Se johtuu hänen mukaansa talvisen Lapin eksoottisuudesta ja siitä, että Kiinasta on hyvät lentoyhteydet Helsinkiin. Lisäksi kiinalaismatkailijat voivat Helsingistä käsin vieraila helposti muissakin Pohjoismaissa, vaikka matkan aikataulu olisi tiukka. Toisen haastateltavan (HM2) mukaan matkakohteen valintaan vaikuttavat myös hinta ja kohteen kulttuuri.

Nuoret englantia osaavat kiinalaiset etsivät tietoa matkakohteista myös kansainvälisten sivustojen ja sovellusten avulla. Kotimaisten sivustojen löytäminen on kuitenkin helpompaa, eikä kiinalaisilla välttämättä ole tietoa kansainvälisistä matkailutoimijoista. Tiukan sensuurin takia joillekin kansainvälisille sivustoille pääsy on Kiinassa kokonaan estetty. Myös varaukset tehdään näin ollen yleensä kiinalaisten sivustojen kautta.

YHTEENVETO

Kiinalaisten matkailu on viimeisten vuosikymmenien aikana kokenut rajuja muutoksia. Aiemmin ajantuhlauksena ja jopa maanpetturuutena pidetystä toiminnasta on tullut hyväksytty vapaa-ajankäyttömuoto. Matkailukulttuuriin vapautuminen on antanut kiinalaisille mahdollisuuden kokea ja nähdä ympäröivää maailmaa aivan uudella tavalla.

Matkailun vapauduttua ryhmämatkat olivat kiinalaisille tyypillinen tapa liikkua ulkomailla, ja ne ovat sitä edelleenkin. Ryhmämatkojen suosiota selittää pitkälti kiinalaisten heikko kielitaito. Etenkin vanhemman ikäpolven vähän koulutetut kiinalaiset kokevat ryhmämatkat helpoimmaksi ja mukavimmaksi tavaksi matkustaa. Kaiken kaikkiaan ryhmämatkat tarjoavat kiinalaisille heidän kaipaamaansa tuttuutta ja turvallisuutta. Turhia riskejä ei ulkomaanmatkoilla halua ottaa. Toki kiinalaiset haluavat nähdä matkoillaan myös jotain uutta ja eksoottista, mutta kotimaan arjesta poikkeavat asiat koetaan mieluiten turvallisesti. Turvallisuutta luo etenkin matkanjärjestäjien ja matkailijoiden yhteinen kieli, jolloin kommunikointi on vaivatonta. Koska ”tutun ja turvallisen” arvostus on yleisesti tiedossa, matkanjärjestäjät voivat käyttää sitä ikään kuin hyväksi. Vanhemmille kiinalaisille ei usein edes yritetä tarjota mitään heidän tottumuksistaan poikkeavaa, vaan esimerkiksi suurkaupungeissa heidät saatetaan viedä vierailemaan kiinalaiskortteleihin, kun sen koetaan olevan helpoin ratkaisu.

Nuoret kiinalaiset ovat yhä kansainvälisempiä, eikä englannin kielikään tuota heille enää samanlaisia ongelmia kuin vanhemmille. Lisäksi nuori sukupolvi on syntynyt avoimempaan Kiinaan, jossa on ollut nähtävissä ja koettavissa myös länsimaisia vaikutteita. Nuoret kiinalaiset ovatkin vanhempia kokeilunhaluisempia. Toki edelleen myös nuorten kiinalaisten matkailuun vaikuttavat monet rajoitteet, kuten esimerkiksi useiden länsimaisten internetsivustojen ja sosiaalisen median käyttöestot. Nuoret kiinalaiset ovat kuitenkin aiempia sukupolvia kansainvälisempiä. Jos kehitys jatkuu nykyiseen suuntaan, kiinalaisista matkailijoista tulee todennäköisesti ajan myötä entistä itsenäisemmin toimivia maailmankansalaisia.

