

Taru Rokka

**KARJALANPIIRAKOITA
MANSIKKAHILLOLLA JA
PÄLLISTELYONNETTOMUUKSIEN
PELKOA**

Kiinalaismatkailijoiden Suomen valloitus Helsingin
Sanomien ja Ylen verkkosivuilla 2015–2018

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta
Journalistiikan pro gradu -tutkielma
Lokakuu 2019

TIIVISTELMÄ

ROKKA, TARU: Karjalanpiirakoita mansikkahillolla ja pälistelyonnettomuuksien pelkoa – Kiinalaismatkailijoiden Suomen valloitus Helsingin Sanomien ja Ylen verkkojutuissa 2015–2018

Pro gradu -tutkielma, 88 sivua

Tampereen yliopisto

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Journalistiikka

Lokakuu 2019

Pro gradu -tutkielmani käsittelee kiinalaisista matkailijoista tehtyjä juttuja Helsingin Sanomissa ja Ylen uutisissa vuosina 2015–2018. Molempien medioiden verkkosivuilla olleista uutisista, kolumneista sekä pääkirjoituksista kevään ja kesän 2019 aikana kerätty aineistoni koostuu yhteensä 53 Helsingin Sanomien ja 94 Ylen jutusta.

Tutkimuskysymykseni liittyvät siihen, millainen kuva kiinalaisista matkailijoista aineistoni perusteella syntyy ja toisaalta siihen, näkyykö Kiinan kasvava vaikutusvalta talous- tai politiikkautisten lisäksi myös matkailuaiheisissa jutuissa. Kiina on investoinut merkittävästi esimerkiksi Keski-Aasian maihin ja myös Eurooppaan. Taloudellisten investointien käänköpuolena on riski siitä, että Kiinan vaikutusvalta kyseisen maan ulko- ja sisäpolitiikkaan voi kasvaa. Suomessa kiinalaiset ovat sijoittaneet muun muassa peliyhtiö Supercellin sekä ovat mukana Helsinki-Tallinna -tunnelihankkeessa. Matkailusta puhuttaessa ei voi myöskään sivuuttaa massaturismin tuomia ongelmia ja ilmastokriisiä.

Aineistoani olen analysoinut teemoittelun kautta. Aineistostani nousi esiin erilaisia teemoja, joita kiinalaisiin matkailijoihin liittyy. Jutuissa nousi muun muassa esiin raha, sillä kiinalaiset matkailijat käyttävät keskimäärin enemmän rahaa kuin venäläiset tai saksalaiset matkailijat Suomessa. Suomen puhdas luonto, revontulet ja joulupukki kuuluivat syihin, joiden takia tänne matkustetaan. Toisaalta esiin nousi myös matkailijoiden huomioiminen muun muassa kiinankielisiä palveluja tarjoamalla.

Analyysini perusteella matkailuaiheisissa jutuissa ei juurikaan näy Kiinan vaikutusvallan kasvu. Rovaniemellä on yksi kiinalaisomisteinen hotelli ja joissakin jutuissa on mainintoja investoinneista, mutta suurta Kiinan uhkaa tai Kiina-kritiikkiä aineistostani en löytänyt. Aineiston perusteella kiinalaismatkailija haluaa palveluita omalla kielellään, mutta haluaa myös kokeilla paikallisia ruokia ja nähdä revontulet. Toisaalta matkailussa näkyy murros, kun ryhmämatkalla olevien heikosti englantia osaavien keski-ikäisten lisäksi nuori, omatoiminen ja kielitaitoinen sukupolvi haluaa matkustaa.

Asiasanat: matkailu, Lappi, Helsingin Sanomat, Yle, Kiina, kiinalaiset, investointi,

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1.	Johdanto	1
2.	Kiinan maailmanvalloitus ja suhteet muihin maihin	6
2.1	Kiina ja Suomi.....	6
2.2	Kiina ja Euroopan unioni	9
2.3	Kiina muualla maailmassa.....	14
3.	Matkailu.....	19
3.1	Aiempaa tutkimusta erilaisista matkailuaiheista	19
3.2	Lapin matkailun lähihistoriaa.....	23
3.3	Matkailu elinkeinona.....	25
4	Tutkimuksen toteuttaminen.....	31
4.1	Valitut mediat: Helsingin Sanomat ja Yle	31
4.2	Teoriakehys: Kiinan vallan muodot.....	31
4.3	Tutkimuskysymykset.....	34
5	Tutkimusaineisto ja analyysi.....	36
5.1	Aineiston valinta ja kerääminen	36
5.2	Tutkimusmetodiikka	37
5.3	Aineiston analyysi.....	42
5.3.1	Tyhmät turistit	42
5.3.2	Rikkaat turistit	45
5.3.3	Kiireinen turisti.....	47
5.3.4	Huomioiva Suomi	49
5.3.5	Eksoottinen Suomi	51
5.3.6	Markkinointi	52
5.3.7	Sijoitukset.....	56
5.3.8	Kritiikki	58
5.3.9	Muita havaintoja	62
5.3.10	Havaintoja pääkirjoituksista ja kolumneista	66
6	Loppupäätelmät	69
6.1	Johtopäätökset.....	69
6.2	Mahdolliset jatkotutkimuskohteet	71
	Aineisto	73
	Lähdeluettelo.....	82

1. Johdanto

Matkailu on maailmanlaajuisesti merkittävä elinkeino ja tuo myös Suomeen paljon rahaa. Perinteisesti ulkomaalaiset matkailijat ovat tulleet Suomeen esimerkiksi Ruotsista, Saksasta, Hollannista ja Venäjältä, mutta aasialaismatkailijoiden määrä on ollut kasvussa. Erityisesti viime vuosina on puhuttu kiinalaisten matkailijoiden potentiaalista. Toistaiseksi läheskään kaikilla kiinalaisilla ei ole passia, mutta vaurastumisen, höllentyneiden rajoitusten ja edullisten lentojen myötä yhä useampi kiinalainen on kiinnostunut näkemään Eurooppaa. Venäläisten matkailijoiden määrä Suomessa on viime vuosina hiipunut ja Aasia, erityisesti Kiina on nähty merkittävän kasvupotentiaalin kohteena. Jos kiinalaiset innostuvat matkailemaan Suomeen, saadaan sillä paikattua venäläisten matkailijoiden määrän vähentymistä.

Suomea on pidetty eksoottisena kohteena ja myös paikkana, jonne tullaan sen jälkeen, kun on ensin nähty Lontoo, Pariisi, Rooma ja muut tunnetut Euroopan suurkaupungit. Finnairin toimitusjohtaja Pekka Vauramon mukaan lentoyhtiö havaitsi ilmiön ensimmäisen kerran vuonna 2016. Kasvaneen kiinnostuksen taustalla oli kuitenkin myös pelko terrorismista Keski-Euroopassa. (Yle uutiset 16.2.2018)

Peking järjesti kesäolympialaiset vuonna 2008 ja tuolloin läntisessä mediassa oli lukuisia juttuja Kiinan kommunistisen puolueen yrityksistä kouluttaa kansalaisiaan käyttäytymään kunnolla. Syljeskely ja kiroilu eivät ole suotavia ja antavat länsimaalaisille kiinalaisista huono kuvan. Myös ulkomaille matkustavia kiinalaisturisteja on opastettu, jotteivat he matkoilla antaisi Kiinasta huonoa kuvaa tökeröllä käytöksellään. Kiina valtiona haluaa siten vaikuttaa muiden maiden Kiinasta muodostamaan mielikuvaan ei pelkästään politiikan vaan myös tavallisten ihmisten kautta.

Vuonna 2013 Kiina julkaisi ”sivistynyt matkailu”-ohjeistuksen kansalaisilleen. Vuonna 2015 Kiinan kansallinen turismiviranomainen julkaisi häpäisytarkoituksessa mustan listan matkailijoista, jotka ovat syyllistyneet matkoillaan sivistymättömään käytökseen. Sittemmin kulttuuri- ja matkailuministeriöön yhdistynyt turismiviranomainen kannusti

kiinalaisia ottamaan kuvia ja videota näkemästään sopimattomasta käytöksestä sekä välittämään siitä tiedon Kiinan viranomaisille. (South China Morning Post 14.2.2019)

Huonosti käyttäytyvät kiinalaismatkailijat ovat aiheuttaneet ongelmia monessa maassa. Vuonna 2015 nimensä huonosti käyttäytyneiden listalle saivat Kambodzhasta Kiinaan lähdössä olleessa lentokoneessa tapelleet kolme henkilöä, jotka jouduttiin poistamaan koneesta ja lento myöhästyi sen vuoksi. Neljäs nimetty oli Japanissa lähikaupan myyjän kimppuun hyökännyt mies ja viides oli kuumaa teetä oppaan päälle Länsi-Kiinassa heittänyt nainen. (Yle uutiset 19.12.2015)

Keväällä 2018 Kiina puolestaan käski Etelänapamantereelle matkustavia kansalaisiaan jättämään paikalliset villieläimet rauhaan. Kiellon rikkomisesta seuraisi jopa kolmen vuoden kielto mennä alueelle. Vuosittain Etelänapamantereelle matkustaa noin 5 500 kiinalaisturistia, mikä on noin 12 prosenttia kaikista sinne matkustavista. (South China Morning Post 9.2.2018)

Kiinnostavaa kiinalaismatkailijoiden määrän kasvussa Euroopassa on myös yritysysteistyö. Samaan aikaan, kun uutisissa kerrotaan kiinalaisista matkailijoista, toivotaan myös kiinalaisyriyten investointeja. Euroopassa on viime vuosina herännyt epäilyksiä kiinalaisten motiiveista. Kiina on investoinut muun muassa kehittyviin Afrikan maihin sekä ostanut enemmistön kreikkalaisesta satamasta. Kiinaa on epäilty verkkovakoilusta älypuhelimia ja muita verkkolaitteita valmistavan Huaweiin välityksellä.

Toisaalta riskinä on sekin, että kiinalaismatkailijat saapuvat Suomeen kiinalaisen lentoyhtiön koneella, majoittuvat kiinalaisomisteisissa hotelleissa ja osallistuvat kiinalaisen yrityksen järjestämille retkille sekä tekevät ostoksensa kiinalaisomisteisista kaupoista. Tuolloin matkailijoiden tuomat rahat eivät jää Suomeen vaan palautuvat takaisin Kiinaan.

Yle uutisoi pari vuotta sitten (Yle uutiset 16.8.2017) pietarilaisten ongelmista kiinalaisturistien kanssa. Kaupungissa vieraili vuonna 2017 noin puoli miljoonaa kiinalaista matkailijaa, mikä on kaikista ulkomaalaisista turisteista noin 25 prosenttia. Pietariin turistien myötä ovat Ylen uutisen mukaan saapuneet myös kiinalaiset liikemiehet. Arvokiinteistöistä tehdään ravintoloita ja myymälöitä kiinalaisille. Matkanjärjestäjät saavat yrityksiltä korvauksia, kun tuovat kiinalaismatkailijoita heidän asiakkaikseen. Valmismatkoja myydään tappiolla ja tuotto saadaan esimerkiksi ravintoloiden maksamista komissioista. (Yle uutiset 16.8.2017) Paikalliset pietarilaiset yritykset eivät siten juurikaan kiinalaisten matkailijoiden määrän kasvusta pääse hyötymään.

Oma kiinnostukseni Kiinaa kohtaan syntyi vietettyäni syksyn 2016 yliopistovaihdossa Hongkongissa. Hongkong on osa Kiinaa, mutta ainakin toistaiseksi siellä on voimassa ”yksi maa, kaksi järjestelmää”-politiikka, joten erityishallintoalue on kapitalistinen, kun taas Manner-Kiina on kommunistinen. Alun perin ajatuksenani oli tutkia ulkomaan uutisia, mutta aihe muuttui vähitellen matkailuun ja erityisesti kiinalaisia matkailijoita käsitteleviin juttuihin suomalaisessa mediassa.

Olen itse innokas matkailija, mutta matkailu kiinnostaa myös elinkeinonäkökulmasta. Olen suorittanut joitakin matkailualan johdantokursseja yliopistossa. Olen viettänyt lukuisia jouluja pohjoisen hiihtokeskuksissa ja nähnyt samoissa lomakohteissa paljon ulkomaalaisia turisteja. Olen esimerkiksi käynyt Rukalla ensimmäisen kerran kesällä 2000. Silloin Rantasipi Rukahovin hulpea alppimainen lisäosa oli vasta rakennusvaiheessa ja kylän keskusta oli pelkkää parkkipaikkaa. Nykyään Rukan kylässä on alppitaloja ja autot on piilotettu maan alla sijaitsevaan parkkihalliin. Maisemat ovat hyvin erilaiset verrattuna kesään 2000.

Minua on aina kiinnostanut, miksi ulkomaalaiset matkailijat ovat valinneet lomakohteekseen juuri Suomen ja toisaalta myös, millaisia palveluita heille Suomessa tarjotaan. Toisaalta pohdin myös, mikä saa minut itseni matkustamaan juuri tiettyihin maihin tai kaupunkeihin. Joihinkin niistä yhä uudestaan ja uudestaan. Mediassa julkaistut

jutut voivat vaikuttaa ihmisten mielikuviin matkailijoista. Siksi minua kiinnosti selvittää, millainen kuva kiinalaisista matkailijoista median välityksellä syntyy. Ovatko matkailijat epäkohteliaita räyhääjiä, jotka eivät ymmärrä suomalaisia tapoja vai kenties rikkaita tuhlaareita?

Toinen pääaineeni yliopistolla on saksan kääntäminen ja tulkkaus, missä olen suuntautunut nimenomaan tulkkauksen puolelle. Osa vieraskielisistä matkailijoista tarvitsee Suomessa tulkkia, koska he eivät osaa englantia tai suomea. Sekin oli osasyynä matkailuaiheesta kiinnostumiseen. Huono tulkki voi esimerkiksi vahingossa tai kasvojen menettämisen pelossa jättää jotakin tulkkaamatta, mikä saattaa aiheuttaa vakavia vaaratilanteita muun muassa koiravaljakkoajelulla tai koskenlaskussa, jos matkailija ei ole huonon tulkkauksen vuoksi saanut kunnollisia turvaohjeita. Toisaalta heikko kielitaito voi vaikeuttaa ostosten tekemistä, jolloin suomalaiselta matkamuistomyyjältä jäävät tuotteet myymättä, jos hän ei osaa kiinaa eikä kiinalainen matkailija suomea tai englantia.

Ilmastonmuutos ja sen hidastaminen vaikuttavat myös matkailuelinkeinon tulevaisuuteen. Lentomatkustamisesta aiheutuu päästöjä ilmakehään, joten suomalaisten Thaimaan matkat ja kiinalaisten Suomen matkat saattavat vähentyä. Kiinalaiset haluavat nähdä lumisen talven ja revontulet, mutta ilmaston lämpenemisestä seuraa yhä vähälumisempia ja harmaampia talvia. Mikäli lentojen polttoaineesta aiheutuvia päästöjä ei saada vähennettyä, ovat kasvavat matkailijamäärät ilmaston kannalta huono asia, vaikka Suomeen saapuvat matkailijat kuinka toisivat merkittävästi rahaa paikallisille yrityksille. Ilmaston kannalta ei ole kestävää, mikäli yhä useampi kiinalainen haluaa lentää lomalle Suomeen.

Toisaalta ilmastonmuutoksen myötä myös suomalaiset voisivat innostua matkailemaan enemmän kotimaassa. Joissakin aineistoni artikkeleissa nousi esiin, että suomalaiselle tavalliset asiat kuten järviluonto ja metsät ovat kiinalaisille eksoottisia. Metsä- ja järvimatkailua voisi esimerkiksi markkinoida myös suomalaisille, sillä nykyisin monilla suomalaisilla ei enää ole omaa kesämökkiä.

Lopullisen tutkielma-aiheen ja -aineiston muotoutuminen ja työn valmistuminen oli pitkä ja haastava prosessi. Lopulta aiheeksi siis valikoitui kiinalaisia matkailijoita käsittelevät Helsingin Sanomien ja Ylen jutut ja se, näkyykö Kiinan kasvava vaikutusvalta myös matkailuaiheissa jutuissa.

Tutkielmani luvussa kaksi taustoitan tutkimuskohdettani käsittelemällä Kiinaa ja sen suhteita muihin maihin niin Euroopassa kuin sen ulkopuolellakin. Kolmannessa luvussa käsittelen Suomen matkailua sekä historian että elinkeinon kautta, erityisesti Lapissa, koska se on maakuntana yksi suosituimmista matkailukohteista Suomessa. Luvussa neljä käsittelen Kiinan valtapolitiikan vaikuttamiskeinoja ja esittelen tutkimuskysymykseni. Luku viisi käsittelee keräämääni aineistoa, joka koostuu Helsingin Sanomien ja Ylen verkkosivuilla 2015–2018 olleista Kiinaa ja matkailua käsittelevistä uutisista, kolumneista ja pääkirjoituksista. Luku viisi sisältää myös varsinaisen analyysin keräämästäni aineistosta. Luvussa kuusi esitän analyysini perusteella tekemäni loppupäätelmät sekä joitakin mahdollisia aiheeseen liittyviä jatkotutkimuskohteita.

Tämän pro gradu -tutkielman valmistumista on edesauttanut Journalistisen kulttuurin kehittämissäätiö JOKESin kesällä 2019 myönnetty opiskelija-apuraha.

2. Kiinan maailmanvalloitus ja suhteet muihin maihin

2.1 Kiina ja Suomi

Suomi oli yhdessä Tanskan ja Ruotsin kanssa yksi ensimmäisistä länsimaista, jotka vuonna 1950 tunnusti Kiinan kansantasavallan. Diplomaattiset suhteet solmittiin lokakuussa 1950 ja Suomen Pekingin suurlähetystö perustettiin vuonna 1952. (Koivurova ym. 2019, 59.)

Suhteutettuna kaikkien ulkomaisten investointien määrään Suomessa sekä kaikkiin Kiinan investointeihin maailmalla, vain pieni osa Kiinan investoinneista on kohdistunut Suomeen. Suurin osa investoinneista on ollut huipputeknologiaan (Koivurova ym, 2019, 61). Yhtenä haasteena kiinalaisten investoijien kannalta Koivurova ym. kuitenkin mainitsevat Suomen pienet markkinat, korkean kustannusrakenteen ja verotuksen sekä sen, että Suomi on kiinalaisyhtiöille melko tuntematon. Huolenaiheena on myös pitkät ja joidenkin haastateltujen mielestä epäystävälliset viisumikäytännöt, jotka osin liittyvät Suomen konsulaattipalveluiden rajallisuuteen Kiinassa. (mt. 62.)

Suomessa viime on viime vuosina noussut mediassa esiin kaksi merkittävää tulevaisuuden liikennehanketta: rautatietunneli Helsingistä Tallinaan sekä Jäämeren ratayhteys Lapissa. Yle uutisoi maaliskuussa 2019 peliyhtiö Rovioista tunnetun Peter Vesterbackan suunnitelmista Helsinki-Tallinna -tunneliin liittyen. Uutisen mukaan Lontooseen rekisteröity kiinalainen sijoitusyhtiö Touchstone Capital Partners (TCP) on alustavasti luvannut Vesterbackan tunnelia suunnittelevalle FinEst Bay Area Helsinki -hankkeelle viisitoista miljardia euroa, mikä vastaa noin 26 prosenttia Suomen valtion vuosibudjetista (Yle uutiset 8.3.2019).

Tunnelirahoitus olisi osa Kiinan valtion Vyöhyke ja tie -hanketta (Belt and Road Initiative, BRI), jolla Kiina haluaa rakentaa maailmalle muinaisen silkkiteiden tapaisen logistisen verkoston. Reitit mahdollistaisivat kiinalaistuotteiden sujuvan kulun

maailmalle. Alkuperäinen silkkitie kulki Kiinasta Eurooppaan Keski-Aasian ja Lähi-Idän kautta, nyt suunnitteilla olevat reitit kulkevat vanhan silkkitien lisäksi Tyynellämerellä ja arktisilla alueilla. (Yle uutiset 8.3.2019) Tallinnan tunnelin suunnitelmien yhteydessä Vesterbacka on kertonut haastattelussa (Yle uutiset 9.7.2019), että kiinalaiset voisivat mahdollisesti rahoittaa myös Jäämeren rataa. Muun muassa saamelaiset vastustavat Jäämeren ratahanketta, koska se vaikuttaisi perinteiseen poronhoitoelinkeinoon ja porojen laidunmailhin eikä rata olisi kustannukset huomioon ottaen taloudellisesti kovin kannattava.

Koivurovan ym. (2019, 83) mukaan on kolme eri ulottuvuutta, jotka liittyvät Kiinan ja ylipäättään ulkomaiden Suomeen tekemiin investointeihin. Ensimmäinen on käsitys taloudellisten, tieteellisten ja muiden yhteistyökeinojen toimimisesta Kiinan vaikutusvallan kasvun välineenä. Suomi on pieni maa, joten Kiinan taloudellisten investointien suuri määrä voisi myös altistaa Suomen herkemmin Kiinan talouden muutoksille. Toinen ulottuvuus ovat huolet kiinalaisten toimijoiden suorituskyvystä. Ympäristösäännösten huomioiminen, paikallisen sosioekonomisen kehityksen huomioiminen, vaikutus paikallisiin yrityksiin sekä vaikutukset paikallisiin työmarkkinoihin kuuluvat tähän ulottuvuuteen, kuten myös immateriaalioikeudet ja yritysvakoilu. Kolmas ulottuvuus Koivurovan ym. (mt 83.) mukaan on osin vastakohta edellisille: paikalliset toimijat, jotka ovat vahvasti kiinalaisten investointien kannalla, koska heillä on vääriä käsityksiä toiveita nostattavista suunnitelmista.

Kiinalaisyhtiöt voivat toisaalta tarjota kilpailukykyisiä hintoja esimerkiksi rakennushankkeissa Lapissa, mutta toisaalta se voi samalla olla ongelmallista suomalaisille yhtiöille ja vaikuttaa harvaan asuttujen alueiden työmarkkinoihin. Koivurova ym. mainitsevat Kiinaa ja arktisia alueita käsittelevässä raportissaan kolme eri osa-aluetta, joista Kiina voisi olla kiinnostunut tai joissa se on jo jollain tavalla mukana Pohjois-Suomessa. Ne ovat biotalous, Lapin matkailu sekä ratayhteys Rovaniemeltä Jäämerelle. (Koivurova ym. 2019, 65) Metsäsektori on perinteisesti ollut Suomessa merkittävä. Lapissa on käynnissä kaksi mittavaa biotaloushanketta, joissa molemmissa on mukana kiinalaisia investoijia: Kemin biotuotetehdas (kiinalaisyhtiö Kaidi) sekä Kemijärven Boreal Biofel Ltd. biojalostamo (mt. 66).

Kiinan hallitus päätti vuonna 2018 painottaa arktista matkailua, koska Kiina oli jo erittäin merkittävä matkailijoiden lähtömaa arktisilla alueilla. Hallituksen linjapaperin (White Paper) mukaan kiinalaisyrityksiä kannustetaan ”yhteistyöhön arktisten maiden kanssa alueen matkailun kehittämiseksi”. Matkailun tulisi kuitenkin olla ympäristöystävällistä, kestävää sekä kunnioittavaa. (Koivurova ym. 2019, 68) Kiinalaisten matkailijoiden kasvava määrä Lapissa on jo johtanut investoijien kiinnostuksen kasvuun. Rovaniemelle on rakennettu yksi hotelli, mutta toistaiseksi kyseessä on ainoa suurempi investointi.

Esimerkiksi Saariselälle on suunnitteilla hotelli ja hankkeessa on mukana merkittävä kiinalainen matkailualan toimija Alitrip (Koivurova ym. 2019, 68). Koivurova ym. mainitsevat myös Rovaniemen alueen mökkikylät sekä Lapin yliopiston matkailualan professuurin rahoituksen. Kiinalainen Bewin Sports & Culture Co Ltd. ilmoitti kesäkuussa 2016 lahjoittavansa Lapin yliopistolle vuosien 2016 ja 2017 aikana yhteensä 150 000 euroa. Sen lisäksi yhtiö ilmoitti lahjoittavansa Lapin yliopistolle määräaikaisen urheilu- ja kulttuurimatkailun tutkimusprofessuurin vuosille 2018–2027. Lahjoituksen arvo on 100 000 euroa vuodessa (Lapin yliopisto 2016).

Raportissaan Koivurova ym. nostavat pitkän viisumiprosessin esiin Lapin kiinalaisen matkailun kasvua rajoittavana tekijänä. Raporttiin haastatellun nimeämättömän henkilön mukaan asiakaspalvelukokemus viisumin hakemisesta on eräänlainen este, mutta toisaalta vuonna 2016 Kiinaan avattiin 13 uutta Suomen viisumikeskusta. (Koivurova ym. 2019, 69)

Vaikka matkailijoiden kasvava määrä on toisaalta positiivinen asia, siihen liittyy myös haasteita. Koivurovan ym. (2019, 69) mukaan massaturismin ongelmista käydään Lapissa keskustelua. Tuotteen laatu ja sen tuottama arvo paikalliselle taloudelle voi laskea massaturismin myötä. Riskinä on myös se, että aasialaisten matkailijoiden kasvavan määrän myötä jotkut Lapin matkailuaktiviteeteista muuttuvat yhä enemmän massaturismille tarkoitetuiksi. Pelko massaturismista ei ole uutta. Jo vuonna 1973 Yle teki dokumentin aiheesta (Yle Elävä Arkisto 2013). Jo tuolloin nousi esiin, että

matkailijat tuovat kyllä Suomeen rahaa, mutta samalla myös rauhattomuutta, autojonoja ja jätteitä.

2.2 Kiina ja Euroopan unioni

Kiinan nousu maailman talousmahdiksi alkoi vuonna 1978 tehdystä talousuudistuksesta. (Michalski, Miller & Stevens, 1996, 7). Vuodesta 2004 lähtien Euroopan unioni on ollut Kiinan suurin kauppakumppani ja taloussuhteet ovat kasvaneet nopeasti. EU:n vienti Kiinaan kasvaa tuontia nopeammin. Kiinalaisten investoinnit Euroopassa ovat kasvussa, mutta keskittyneet vain muutamalle talussektorille. (Westad 2012, 97.)

Westadin mukaan haasteena Kiinan suhteissa Euroopan kanssa on ollut Kiinan vahva usko kansallisvaltioihin unioneiden ja federalismin sijaan. Peking on tulkinut EU:n sen avainvaltioiden veturiksi eikä integraatioprojektiksi. Kiina on kuitenkin Westadin mukaan joissain määrin onnistunut toimimaan yksittäisten valtioiden kanssa unionin sijaan. Isoissa kysymyksissä kuten kaupan ja ympäristöpolitiikan saralla se on epäonnistunut, koska kyseisillä aloilla EU on yhtenäisempi ja integroituneempi. (mt. 96–97)

Euroopan unionin väkimäärältään suurin maa Saksa on tästä Westadin mukaan hyvä esimerkki. Kiina painottaa sitä, että noin puolet EU-viennistä Kiinaan on lähtöisin Saksasta. Toisaalta Saksalla ei ole EU:n ulkopolitiikassa sellaista vaikutusvaltaa [EU:n] ulkopuoliseen maailmaan, mitä Kiina usein odottaa. (mt. 97) Toisaalta Howorthin ja Menonin mukaan (2015, 13) Euroopan valtiot ovat keskittyneet Kiina-suhteissaan turvaamaan taloudelliset edut, jolloin Yhdysvaltojen vastuulle on jäänyt Kiinan uuden ulkopolitiikan mukanaan tuomien geopoliittisten asioiden nostaminen esiin.

Syyskuussa 2017 Euroopan komissio ehdotti asetusta, joka muodostaisi viitekehysten seuloa Euroopan unioniin tulevia suoria ulkomaisia investointeja (*foreign direct investment, FDI*). Taustalla oli Saksan, Ranskan ja Italian aiempi kirje komissiolle, missä vaadittiin EU-jäsenmailta parempia mahdollisuuksia tutkia yksittäisiä yritysostoja ja

mahdollisesti myös estää niitä. Taustalla ovat Kiinan kasvaneet investoinnit ja muun muassa omistuksen haaliminen strategisilta sektoreilta. Esimerkiksi kiinalainen kodinkonevalmistaja Midea osti miljardiluokan kaupassa saksalaisen huippurobotiikkayhtiö KUKAn. Kyseessä oli merkittävä tapaus, joka johti Euroopan maiden vahvempaan haluun käyttää veto-oikeutta ulkomaisten yritysostojen suhteen. Saksa, Ranska ja Italia halusivat lainsäädännöllisen pohjan estää valtio-omisteisten ostotoimien tekeminen strategisilla teollisuudenaloilla. (Hooijmaaijers 2019, 452.)

KUKA on maailman johtava teollisten robottien valmistaja sekä älykkäiden automaattioratkaisujen toimittaja. Elokuussa 2015 Midea osti 5,4 prosenttia KUKAn osakkeista. Vuonna 2016 Midean omistusosuus nousi 10,2 prosenttiin, mikä teki siitä KUKAn toiseksi suurimman omistajan saksalaisen yritys konserni Voithin jälkeen. Voith omisti tuolloin 25,1 prosenttia osakkeista. Toukokuussa 2016 Midea halusi ostaa lisää osakkeita ja tarjosi 115 euroa per osake, kun edellisenä päivänä osakkeiden arvo markkinoilla oli 84,41 euroa. (Hooijmaaijers 2019, 457–458.)

Hooijmaaijersin (2019, 457–458) mukaan tarjous herätti pelkoa tärkeiden teknologioiden valumisesta vieraisiin käsiin, kun samaan aikaan Kiina estää saksalaisia ja muita ulkomaalaisia yhtiöitä ostamasta kiinalaisia vastineitaan. Muun muassa europarlamentaarikko Markus Feber ja liittokansleri Angela Merkel ottivat asiaan kantaa. Yhtenä ehdotuksena oli eurooppalaisten teknologiayritysten jonkinlaisen yhteisen vastatarjouksen tekeminen. Saksan hallitus päätti asettaa Midean omistusoikeudelle ylärajaksi 49 prosenttia, jottei Midea saisi osake-enemmistöä yhtiöstä. Kuitenkin kesäkuussa 2016 julkistettiin, että KUKA ja Midea olivat tehneet investointisopimuksen. Elokuussa 2016 Midea ilmoitti, että se omistaa 94,55 prosenttia KUKAn osakkeista. Saksan talousministeriö kertoi tuolloin, ettei tutkimuksissa näkynyt todisteita siitä, että osto uhkaisi Saksan turvallisuutta ja järjestystä. (mt. 459.)

Kiina on kommunistinen valtio, jossa maata johtavan kommunistisen puolueen asema on vahva. Euroopan unionin on siksi tärkeää ymmärtää, mitä Kiinan kaupan ja investointien taustalla on. Kiinan kommunistinen puolue tarvitsee talouskasvua pysyäkseen vallassa ja

tästä syystä sen on päästävä ulkomaiden markkinoille, joista EU on tällä hetkellä suurin. Siitä johtuen Euroopan unionin tulee Westadin mukaan olla valmistautunut siihen, ettei Kiinan käytös ole yhdenmukaista verrattuna sen taloudellisiin tavoitteisiin. Vastaavaa käytöstä on ollut havaittavissa Kiinan toiminnassa Kaakkois-Aasian maiden yhteistyöjärjestö ASEANin jäsenvaltioiden kanssa. (Westad 2012, 97-98.)

Benner ym. (2018, 2) nostavat esiin, että Kiinan kasvavat poliittisen vaikuttamisen yritykset sekä sen omien autoritaaristen ideaalien itsevarma edistäminen ovat suuri haaste liberaalille demokratialle ja myös eurooppalaisille arvoille ja intresseille. Heidän mukaansa Pekingin aikeita ei ole syynätty yhtä perusteellisesti kuin Putinin Venäjän aikeita, mikä tarkoittaa, että Eurooppa aiheuttaa itselleen vaaraa laiminlyömällä Kiinan kasvavan vaikutusvallan.

Yle uutiset teki kesäkuussa 2018 neliosaisen juttusarjan Kiinan investoinneista Euroopassa. Juttusarja suhtautuu kriittisesti Kiinan vaikutuspyrkimyksiin eri maissa, mutta kiinnostavaa on, ettei tutkimusaineistoni matkailuaiheisissa jutuissa samanlaista kriittisyyttä ole nähtävissä, vaikka aineistoni kattaa myös tuon vuoden 2018. Siksi referoin Ylen juttusarjaa sivuilla 11–14.

Ylen mukaan esimerkiksi Kreikassa on arviolta yli 3 000 kiinalaista, jotka ovat saaneet niin sanotun "kultaisen viisumin". Sen saaminen edellyttää vähintään 250 000 euron arvoisen omistusasunnon hankkimista Kreikasta. (Yle uutiset 17.6.2018)

Kauppalehti uutisoi 24.4.2018 EU:n tutkivan Pireuksen sataman yrityksiä epäiltynä veronkierrosta. Kiinalaisten rikollisliigojen on epäilty tuoneen sataman kautta Euroopan markkinoille väärennettyjä merkkivaatteita, joista ei makseta arvonlisäveroja. Uutisen mukaan Kiina on investoinut yli 500 miljoonaa dollaria Pireuksen satamaan, pääosin valtion omistaman varustamon COSCON kautta. Kauppalehti (mt.) mainitsee myös Kiinan Vyöhyke ja tie -hankkeen poliittisen ulottuvuuden: Kiina saa sananvaltaa eurooppalaiseen politiikkaan, mikäli sillä on eurooppalaisissa yrityksissä laaja omistus pohja.

COSCO osti Pireuksen sataman enemmistöosuuden vuonna 2016 280 miljoonan euron hintaan. Lisäksi Kiinan valtion sähköverkkoyhtiö omistaa 25 prosenttia Kreikan kansallisesta energiayhtiöstä ja on mukana miljardiluokan huvittelukeidashankkeessa Ateenan lähistöllä. (Yle uutiset 17.6.2018) Pireuksen satama on toimii Kiinan kauppalaivaston porttina Eurooppaan.

Muutama kuukausi Pireuksen satamakauppojen jälkeen Kreikka esti Euroopan unionin yhteisen julkilausuman Kiinan ihmisoikeusloukkauksista YK:n ihmisoikeusneuvostossa. Lisäksi vuonna 2016 Kreikka ja Unkari vastustivat EU:n kannanottoa Kiinan aluevaatimukseen Etelä-Kiinan merellä. Kiina on investoinut Unkariin ainakin kahdella miljardilla eurolla. (Yle uutiset 17.6.2018.)

Toisessa samaan sarjaan kuuluvassa artikkelissa Yle uutiset (18.6.2018) käsittelee Kiinan ja Sveitsin suhteita. Jungfrau-vuorelle vievän junan asemalla kiinalaiset matkailijat erotetaan muista aasialaisista eri vaunuihin. Syynä on se, etteivät kiinalaiset historian ja ongelmallisten nykysuhteiden vuoksi halua istua eteläkorealaisten eivätkä etenkin japanilaisten turistien kanssa samassa vaunussa sekaisin. Yli 3 500 metrin korkeuteen vuorelle on myös rakennettu kiinalaisia varten kauppa, jossa myydään kalliita sveitsiläisiä kelloja. Voikin pohtia, miksi kelloja pitää myydä vuoren huipulla. Tuovatko maisemat kellokauppaan sopivasti eksotiikkaa, jota ei alppikylän pääkadulla sijaitsevasta myymälästä löytäisi?

Kiinalaisturistien kasvava määrä on uutisen mukaan johtanut vaikeuksiin paikallisten kanssa. Jungfraun junayhtiön johtaja sai tappouhkauksia kerrottuaan aikeistaan rakentaa uusi ja nopea gondolihissi turisteja varten. Hissi nopeuttaisi pääsyä vuorelle ja kiireisille kiinalaisturisteille 47 minuutin ajansäästö olisi merkittävä. Junayhtiö on näkyvyyttä saadakseen muun muassa järjestänyt jäätiköllä kiinalaislaulaja Deng Ziqin konsertin. (Yle uutiset 18.6.2018.)

Ylen jutussa nousee myös esiin niin sanottu matkailun klassinen paradoksi, joka koskettaa niin Suomen Lappia kuin Keski-Euroopan Alppejakin: autenttisuus on syy matkailla, mutta samalla matkailu vähentää autenttisuutta. Onko kyseessä lopulta kansallismaisema vai ainoastaan turisteja varten rakennettu kulissi? Sekä Sveitsissä että Suomen Lapissa merkittävää on myös talviurheilu. Peking järjestää vuoden 2022 talviolympialaiset. Aiemmin kiinalaiset eivät juurikaan ole talviurheilulajeja harrastaneet, mutta Kiinan johto on ilmoittanut tavoitteekseen menestyä kotikisoissa sekä saada talvilajeille 300 miljoonaa uutta harrastajaa. (Yle uutiset 18.6.2018.)

Matkailu on myös politiikan väline. Kun Venäjä valtasi Krimin vuonna 2014, aiheutui talouspakotteista vaikeuksia suomalaisille matkailuyrittäjille. Vuonna 1999 Sveitsi joutui vaikeuksiin, kun Kiinan johtaja Jiang Zemin näki Bernissä mielenosoittajien Free Tibet -banderollin. Kiinan ja Taiwanin tilanne on myös painostuskeino. Toukokuussa 2018 Kiina vaati lukuisia lentoyhtiöitä listaamaan kohdeluettelossaan Taiwanin osana Kiinaa.

Samaan Ylen kesällä 2018 tekemään juttusarjaan kuuluu myös juttu kiinalaisten innosta ostaa muun muassa viinitiloja Ranskasta. Kiinalaiset ovat ostaneet Bordeaux'in alueelta 140 viinitilaa, mikä on noin kolme prosenttia kaikista alueen viinitilojen pinta-alasta. Yhtenä selityksenä on tarjottu sitä, että ranskalaisuus on Kiinassa myyntivaltti. Kiinalaiset ovat säikähtäneet erilaisia elintarvikehuijauksia, joten "ranskalaisesta viljasta" valmistettu tuote on hyvä markkinointikeino. Kuluttajat ovat valmiita maksamaan turvallisuudesta. Ilmastomuutos nousee tässäkin esiin. Maapallon väkimäärä kasvaa ja samalla myös kuivuus ja kuumus lisääntyvät, joten viljapelloista tullaan todennäköisesti käymään tulevaisuudessa kovaa kilpailua. (Yle uutiset 15.6.2018.)

Pireuksen sataman lisäksi COSCO omistaa Zeebruggen sataman Belgiassa ja enemmistöosuuden Valencian ja Bilbaon satamista Espanjassa. Lisäksi kiinalaisella rahalla on investoitu sähköverkkoihin Portugalissa ja Italiassa. Saksassa Frankfurt Hahnin lentoaseman enemmistöosuus on kiinalaisten hallussa ja Ranskassa kiinalaisyhtiö China Merchants Holdings omistaa 49,9 prosenttia Toulousen lentokentästä. (Yle uutiset 15.6.2018) Helmikuussa 2018 Ranskan presidentti Emmanuel Macronin hallitus

kuitenkin esti yritystä ostamasta kentän enemmistöä. Toulousen lentokentän yhteydessä toimii lentokonevalmistaja Airbusin tuotantolaitos, joten se on Ranskan teollisuudelle strategisesti tärkeä.

Ylen uutissarja käsitteli myös saksalaista N26-pankkia (Yle uutiset 16.6.2018). Pankki toimii mobiilisovelluksessa ja tilin saa avattua Skype-puhelulla virkailijan kanssa. Yksi suurimmista N26-pankin sijoittajista on kiinalainen internetjättiläinen Tencent, joka vuonna 2016 osti suomalaisesta peliyhtiö Supercellistä 84 prosentin osuuden kahdeksalla miljardilla eurolla. Yle uutisten siteeraamien Merics ja Rhodium Group - tutkimuslaitosten mukaan vuonna 2009 kiinalaisten suorien sijoitusten määrä EU-alueella oli kaksi miljardia euroa ja vuonna 2016 se oli noussut jo 35,9 miljardiin euroon.

Keväällä 2019 ihmisoikeus- ja kansalaisjärjestöt, muun muassa Human Rights Watch ja Amnesty International vaativat Euroopan unionia tuomitsemaan Kiinan ihmisoikeusloukkaukset (Human Rights Watch 13.3.2019). Kannanotto julkaistiin maaliskuussa 2019, noin kuukausi ennen Brysselissä järjestettyä EU:n ja Kiinan välistä huippukokousta. Kannanoton mukaan Kiina on merkittävä uhka ihmisoikeuksille niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin ja siksi olisi tärkeää, että Euroopan unioni puolustaisi ihmisoikeuksia. Lausunnossa mainitaan erityisesti muslimivähemmistö uiguureiden vainot Xinjiangin maakunnassa ja tiibetiläisten liikkumisrajoitukset, kiristynyt valvonta ja Tiibetin alueen sulkeminen ulkomaisilta matkailijoilta kahdeksi kuukaudeksi kansannousun 60-vuotispäivän alla.

2.3 Kiina muualla maailmassa

Kiinan investoinnit eivät aina ole kohdemaille hyväksi. Kiinalle kehittyvät maat Afrikassa, Latinalaisessa Amerikassa sekä Kaakkois-Aasiassa ovat muodostuneet tärkeiksi sijoituskohteiksi (Webber, Wang, & Zhu 2002, 50). Esimerkiksi kantonilainen tupakkayhtiö perusti tehtaan Kambodzhaan ja käytti Kiinasta tuotuja raakamateriaaleja sekä koneita. Tehdas sai haltuunsa noin 80 prosenttia Kambodzhan tupakkamarkkinoista. (mt. 54) Kiinan investoinnit ovat myös poliittisia. 1970-luvulla Kiina käytti taloudellisia

ja diplomaattisia suhteitaan Afrikan maihin ja muihin kehittyviin maihin hyödyksi saadakseen tukea YK-jäsenyydelleen (mt. 56).

Yle uutiset (8.3.2019) nostaa myös esiin, että Sri Lankassa tärkeä Hambanthotan satama on 99 vuoden sopimuksella Kiinan hallussa, koska Sri Lanka ei kyennyt lyhentämään velkaansa. Cardenal ja Araújo (2017, 169–171) nostavat esiin Sudanissa vuonna 2009 käyttöön vihityn Merowen padon. Sudanin hallinnon mukaan kyseessä on uuden ajan alku maan talouselämässä. Patoa vastustettiin muun muassa siksi, että alueella lämpötila voi nousta 50 asteeseen, jolloin veden virtaus lakkaa liian suuren haihtumisen vuoksi. Mikäli pato olisi rakennettu naapurimaa Etiopian puolelle, vesihävikki olisi ollut huomattavasti pienempi. Merowen pato on tuhonnut lukuisten paikallisten heimojen perinteistä maanviljelyyn perustuvaa elämäntapaa ja pakottanut tuhansia ihmisiä pois kotiseuduiltaan.

Kiinalaiset yhtiöt ovat rakentaneet syrjäiselle Sudanin maaseudulle muun muassa asfaltoidun tien, Ystävyyden sillan, sairaalakompleksin ja lentokentän, joka on modernimpi kuin pääkaupunki Khartoumin lentokenttä. (Cardenal & Araújo 2017, 172) Sudanin hallitus haki Merowen padolle kansainvälistä IMF:n rahoitusta vuonna 1999, muttei saanut sitä, koska hanke ei vastannut kansainvälisiä ympäristönsuojelua ja sosiaalista oikeudenmukaisuutta koskevia normeja. Kiinassa oli samaan aikaan käynnissä mittava Kolmen rotkon patohanke, joka ei samasta syystä ollut saanut rahoitusta. (mt. 174.)

Myös Kiinan vaikutusvalta afrikkalaiseen mediaan on kasvanut. Muun muassa China Daily -lehti lanseerasi oman viikkolehden ja tv-kanava CCTV perusti mediakeskuksen Nairobiin 2010-luvulla. Telealan suuryritykset ZTE ja Huawei ovat myös toteuttaneet suuria projekteja Afrikassa. (Luostarinen 2017, 319). Huaweita on myös syytetty vakoilusta. The Wall Street Journal (15.8.2019) uutisoi, että yhtiön työntekijät ovat Ugandassa ja Sambiassa auttaneet hallintoa vakoilemaan oppositiota muun muassa murtautumalla heidän puhelimiinsa ja seuraamalla Facebook- ja WhatsApp-viestejä. Hongkongissa puolestaan merkittävä englanninkielinen sanomalehti South China

Morning Post siirtyi vuonna 2015 kiinalaisyhtiö Alibaban omistukseen, mikä näkyi esimerkiksi siinä, että Manner-Kiinaa koskevat sisällöt ovat lisääntyneet (Luostarinen 2017, 340).

Moni kiinalainen opiskelija suorittaa yliopisto-opintojaan Australiassa. Lokakuussa 2019 Australian sisäasianministeri Peter Dutton kritisoi Kiinaa toteamalla, ettei maa käyttäydy Australian arvojen mukaisesti suhteessaan poliittisiin puolueisiin ja yliopistoihin (South China Morning Post 11.10.2019). Taustalla ovat syytökset sekaantumisesta Australian sisäisiin asioihin ja Kiinan halu kasvattaa valtaansa Tyynen valtameren alueella. Kiina on Australian tärkein kauppakumppani.

South China Morning Post (11.10.2019) viittaa Reutersin uutiseen, jonka mukaan Australian tiedustelupalvelu sai selville, että Kiina oli vastuussa parlamenttiin ja kolmeen suurimpaan puolueeseen kohdistuneesta verkkohyökkäyksestä ennen toukokuuisia vaaleja. Lisäksi hakkerit hyökkäsivät Australian National University -yliopistoon, mikä nosti pelkoa siitä, että Kiina pyrki vaikuttamaan tutkimukseen ja opiskelijoihin. Kiina on uutisen mukaan jyrkästi kiistänyt väitteet verkkohyökkäyksistä.

Kaakkois-Aasiassa Mekong-joki alkaa Kiinasta Tiibetistä ja kulkee sieltä 4 880 kilometriä Myanmarin, Thaimaan, Laosin, Kambodzhin ja Vietnamin kautta Etelä-Kiinan mereen. Lähellä Thaimaan ja Myanmarin rajaa, Kiinan Yunnanin maakunnassa sijaitsee Jinghongin pato. Paikalliset asukkaat syyttävät Kiinan hallintoa perinteisen kalastuksen pilaamisesta, koska pato vaikuttaa joen vedenpinnan korkeuteen ja luontaiseen kiertoon. Joki on merkittävä Vietnamille ja Kambodzhalle, mutta Kiinan hallinto päättää jokea koskevista asioista yksipuolisesti. (Cardenal & Araújo 2017, 247–251.)

Kiina haluaa mieluusti esitellä sotilaallista mahtiaan ja puolustaa alueita, jotka sen mielestä kuuluvat sille. Kiina vetoaa vanhoihin karttoihin, joita se tulkitsee niin, että lähes koko Etelä-Kiinan merialueet kuuluvat sille. Etelä-Kiinan meren kautta kulkee 25 prosenttia maailmankaupasta. Kiinalla on aluekiistoja Vietnamin kanssa Paracelsaarista

sekä viiden eri valtion kanssa Spratlysaarten omistuksesta. Kiina on muun muassa kieltänyt kalastuksen ja painostanut ulkomaisia öljy-yhtiöitä. (Cardenal & Araújo 2017, 274-275) Kiina on perustanut ilmapuolustusvyöhykkeen Etelä-Kiinan merelle ja Howorthin & Menonin (2015, 14) mukaan se yhdessä Japanin kanssa käytävistä kiistoista liittyen Senkaku-saarten omistukseen kertoo Kiinan tahdosta muuttaa taloudellinen itseluottamus ulkopoliittisiksi teoiksi.

Neuvostoliitto hajosi vuonna 1991. Lukuisat entiset neuvostotasavallat itsenäistyivät ja samalla myös Kiina sai uusia naapurimaita. Syyskuussa 2013 Kiinan kansantasavallan presidentti Xi Jinping allekirjoitti Keski-Aasian entisten neuvostotasavaltojen kanssa monien miljardien dollareiden arvoisia sopimuksia muun muassa maatalouden, energian ja infrastruktuurin aloilta (Andrijauskas 2013, 113).

Esimerkiksi Kiinan ja Kazakstanin välisen kaupan kokonaissumma vuonna 2005 oli 6,8 miljardia dollaria ja vuonna 2011 jo 25 miljardia dollaria. Kaikista Kiinan investoinneista Kazakstaniin 84,4 prosenttia oli energiasektorille. Kazakstan on Venäjän jälkeen toiseksi suurin entisen Neuvostoliiton alueen öljyntuottaja. Lisäksi maalla on runsaasti luonnonvaroja, esimerkiksi kultaa, uraania, sinkkiä ja rautaa. (Andrijauskas 2013, 118–119.)

Kiinan investointivauhti Keski-Aasiassa on ollut vaikuttavaa, etenkin energia- ja rakennussektoreilla. Kiina on muun muassa ollut rakentamassa strategisia infrastruktuuriprojekteja kuten Keski-Aasian ja Kiinan välinen kaasuputki, jonne kaasu tulee Kazakstanista, Uzbekistanista sekä Turkmenistanista. Kiinasta tuli Keski-Aasian suurin kauppakumppani vuonna 2010. (Giusti 2013, 2.)

Euroopan unionin ulkopuolisista Euroopan maista Kiina on investoinut muun muassa Ukrainaan. Peking rahoitti 30 kilometrin mittaisen rautatieyhteyden pääkaupunki Kiovasta Borispolin lentoasemalle sekä auttoi Ukrainaa sen valmistautuessa yhdessä Puolan kanssa järjestettyihin vuoden 2012 jalkapallon miesten Euroopan mestaruuskisoihin. Ukraina on riippuvainen Venäjän kaasu- ja öljytoimituksista. Kiina

on tukenut Ukrainaa, jotta maan kivihiili- ja kaasuvarat saataisiin paremmin käyttöön. (Andrijauskas 2013, 126.)

Kiinan kehityspankin, Ukrainan hallituksen ja NJSC Naftogazin elokuussa 2012 allekirjoittama perussopimus tuontikaasun korvaamisesta ukrainalaisella hiilellä toisi Giustin mukaan (2013, 4) kiinalaista rahoitusta noin 3,6 miljardin Yhdysvaltain dollarin edestä. Rahat olisivat käytettävissä 19 vuotta, aina vuoteen 2031 saakka ja suunnitelmissa oli muun muassa lämmönjakelulaitosten muuttaminen hiilellä toimiviksi sekä ruskohiili- ja hiilen kaasutuslaitosten rakentaminen Luhanskin, Donetskin ja Odessan alueille. Investoinnit vähentäisivät Ukrainan riippuvuutta Venäjästä, mutta toisaalta Giusti arvioi (mt. 5), että energiasopimus Kiinan kanssa voisi myös ärsyttää Venäjää. Mielenkiintoisen vuoden 2012 suunnitelmista tekee vuonna 2014 alkanut Itä-Ukrainan sota. Tuolloin Luhanskin ja Donetskin alueet julistautuivat itsenäisiksi kansantasavalloiksi ja Venäjä valtasi Ukrainalle kuuluvan Krimin niemimaan.

Kiina on pyrkinyt lisäämään erilaisten sijoitusten ja investointien kautta valtaansa muissa maissa. Kiinan hankkimiin omistuksiin kuuluu muun muassa liikenneyhteyksiä ja lämmönjakelulaitoksia. Samalla Kiinan investoinnit ovat saaneet jotkut valtiot varovaiseksi. Kiinan kasvava taloudellinen vaikutusvalta liittyy myös matkailuun. Mikäli jollakin maalla on huonot välit Kiinan kanssa, matkailijoiden ei välttämättä kannata matkustaa kyseisestä maasta Kiinaan ja toisaalta Kiina saattaa ilmoittaa, ettei se suosittele omia kansalaisiaan matkustamaan kyseiseen maahan.

3. Matkailu

3.1 Aiempaa tutkimusta erilaisista matkailuaiheista

Lapin yliopistossa opetetaan matkailuntutkimusta ja Lapissa matkailu on myös merkittävä elinkeino. Sanna Heikkinen (2017) tutki pro gradussaan *"El silencio finlandés": Suomen Lapin hiljaisuus nuorten espanjalaisten kokemana* espanjalaisten opiskelijoiden kokemuksia hiljaisuudesta ja hiljaisuusmatkailusta. Suvi Karjalainen (2012) taas tutki *Venäläisten matkailijoiden Kainuu-kuva* -pro gradussaan, millaisia mielikuvia venäläisillä matkailijoilla on Kainuusta sekä sitä, kuinka tyytyväisiä matkailijat olivat Kainuuseen. Lisäksi Liisa Haapanen (2017) on tutkinut kehysanalyysin kautta Lapin representaatioita Helsingin Sanomien uutisissa syksyllä 2014 pro gradussaan *Periferiaa ja edelläkävijyyttä. Lappi-representaatiot Helsingin Sanomissa syksyllä 2014*. Tutkimus ei käsittele mielikuvaa tietyn maan matkailijoista, mutta kuitenkin yleisesti Lappia ja siihen liittyviä mielikuvia.

Edellä mainitut tutkielmat eivät käsittele kiinalaisia matkailijoita, mutta oman tutkielmani kannalta ne nostavat esiin samankaltaisia aiheita: Suomea ja sen alueita koskevia mielikuvia ja matkailijoiden kokemuksia, joilla on oma roolinsa matkailun kehityksessä.

Kiinalaisia matkailijoita Suomessa taas ovat muun muassa tutkineet Daniela Tommasini ja Shenghan Zhou, jotka selvittivät vuonna 2018 julkaistussa artikkelissaan *Images and Expectations of Chinese Tourists Visiting an Arctic Destination: Rovaniemi, Finnish Lapland* verkkokyselyn perusteella kiinalaismatkailijoiden odotuksia tulevaan Lapin matkaansa liittyen.

Lapin ammattikorkeakoulussa Qiaoyin Zheng (2016) tutki opinnäytetyössään kiinalaisten matkailijoiden syitä matkustaa nimenomaan Suomeen. Vastauksia kiinalaisella kysymysalustalla toteutettuun kyselyyn tuli yhteensä 100. Kyselyn perusteella 26 prosenttia vastaajista oli kotoisin Pekingistä, 23 prosenttia Chongqingistä ja 19 prosenttia Shanghaista. Kyseisistä kaupungeista pääsee suorilla Finnairin lennoilla

Helsinkiin, mikä voi vaikuttaa siihen, että matkakohteeksi valikoitui Suomi. Kyselyyn vastanneista 28 prosenttia kertoi Suomeen tulon syyksi opiskelun, 29 prosenttia lomamatkan ja 18 prosenttia liikematkan. Lisäksi 18 prosenttia vastaajista kertoi olevansa monta maata kattavalla kiertomatalla. (mt. 33) On syytä kuitenkin huomioida, että Zhengin tutkimus on opinnäytetyö, eikä ole sen tarkempaa tietoa, ketkä kyselyyn ovat vastanneet, joten sitä ei voi pitää erityisen luotettavana. Kuitenkin kysely antaa jonkinlaista tietoa kiinalaisista matkailijoista Suomessa.

Kyselyssään Zheng kartoitti myös Suomen vetovoimatekijöitä. Kyselyyn vastanneista 67 prosenttia matkusti Suomeen nähdäkseen revontulia. 54 prosenttia mainitsi syyksi Joulupukin Pajakylän Rovaniemellä, 33 prosenttia kertoi syyksi luonnon. Myös hiihtäminen (26 %) ja suomalainen kulttuuri (24 %) olivat kyselyssä saatuja vastauksia. Muita syitä (7 %) olivat joulumarkkinat, erilaiset juhlat sekä tuotemessut. (mt. 34) Tämän perusteella voi todeta, että tietynlainen eksoottisuus, kuten talviurheilu, revontulet ja muu luonto, jota Kiinassa ei ole, kiinnostavat, mutta myös henkilöbrändinä joulupukki on kiinnostava hahmo.

Suomen yrittäjien (2017) mukaan joulun markkina-arvo Kiinassa on kasvanut jo miljardeihin euroihin. Joulua vietetään Kiinassa enenevässä määrin ja maahan on valmistunut tai suunnitteilla jouluaiheisia teemapuistoja. Tärkeä osa joulun markkinointia on tarina joulupukista. Suomen yrittäjien jutussa haastatellun, joulupukkina esiintyvän Jack Ilmosen mukaan ohjelmaan kuuluu esimerkiksi joululauluja, tarinoita Korvatunturilta sekä kertomuksia porojen lentotaidoista. Tärkeää on myös kertoa lapsille, että joulupukki on kotoisin Suomen Korvatunturilta. Muun muassa Yhdysvalloissa perinteinen käsitys on, että joulupukki asuu pohjoisnavalla tai sen lähistöllä.

Zhengin kyselyssä (2016, 35) kysyttiin myös tärkeimpiä syitä matkakohteen valinnalle. 69 % vastaajista oli täysin samaa mieltä väitteestä "Valitsen kohteen, jossa on hyvää ruokaa ja ravintoloita". 45 % vastaajista oli myös täysin samaa mieltä väitteestä "Valitsen kohteen, jossa on hyvät kulkuyhteydet." Yhteensä 87 % oli joko täysin tai osittain samaa mieltä väitteestä "On tärkeää, että kohteessa on lukuisia ostosmahdollisuuksia".

Mielenkiintoista on myös se, että Zhengin kyselyn mukaan 37 % oli täysin samaa mieltä ja 63 % osittain samaa mieltä väitteestä "Haluan hyvän matkan ja avuliaan matkaoppaan". Zhengin mukaan matkaoppaan apua tarvitaan puutteellisten kommunikaatiotaitojen vuoksi sekä siksi, että joidenkin turistien mukaan matkaopas pystyy antamaan asiantuntevaa tietoa, jotta matkailijat oppivat lisää matkakohteestaan. Kyselyn mukaan 75 % matkailijoista oli kiinnostunut Helsingistä, 60 % Rovaniemestä ja 24 % Lapista yleisesti. (Zheng 2016, 36)

Itä-Suomen yliopistossa Juan Wang (2018) tutki Suomi-kuvaa pro gradu -tutkielmassaan *Image of Finland as a Tourism Destination to Chinese Tourists*. Hän vertaili (mt. 31–33) millaisilla sanoilla Suomea markkinoidaan kiinalaisten matkatoimistojen ja Visit Finlandin verkkosivuilla. Suomesta mainittuja asioita olivat muun muassa luontoon liittyvät asiat kuten revontulet, kansallispuistot, napapiiri, kulttuuriasiat kuten sauna, joulupukki sekä Helsingin kaupunkikierron ja erilaiset aktiviteetit kuten hiihtäminen, koiravaljakot ja porovaljakot. (mt. 37) Sosiaalisia ja matkailuympäristöön liittyviä markkinointikeinoja puolestaan olivat esimerkiksi kiinaa puhuvan matkaoppaan palveluiden mainostaminen, Suomen maine turvallisenä maana sekä se, että suomalaiset ovat ystävällistä ja sujuvaa englantia puhuvaa kansaa (mt. 43).

Myös Matkailun edistämiskeskus on selvittänyt kiinalaisten matkailijoiden Suomen matkailua, mutta viimeisin löytämäni pelkkiä kiinalaisia koskeva selvitys on vuodelta 2003 (Tuominen 2003). Vielä vuonna 2008 on kuitenkin julkaistu rajahaastattelujen perusteella tehty tutkimus kaikista ulkomaalaisista matkailijoista Suomessa (Matkailun edistämiskeskus 2008). Tuomisen kysely on tehty Helsinki-Vantaan lentoasemalla haastatteleamalla Pekingiin lentäviä matkailijoita tammi-helmikuussa 2003 (Tuominen 2003, 3). Kaikkiaan kyselyyn vastasi 157 henkilöä, joista 123 oli vierailut Suomessa ja 34 oli transit-matkustajia eli ainoastaan vaihtoi konetta Helsingissä.

Tuolloin haastatelluista yli 64 % kertoi olleensa lomamatkalla. Muita syitä olivat esimerkiksi työ- tai kongressimatka. (Tuominen 2003, 17) Mielenkiintoinen havainto on

se, että lomamatkalaiset olivat kaikki yhdeksän maan kiertomatalla, jossa ei ollut yksittäistä pääkohdetta. Näiden yhdeksän maan lisäksi heidän oli vierailtava Suomessa vähintään kahden vuorokauden ajan, koska heidän Schengen-viisumeidensa myöntäjä oli Suomen suurlähetystö Kiinassa. (mt. 18)

Matkailijoiden ei siis alun perin ollut tarkoitus matkustaa Suomeen, vaan Suomen vierailu oli eräänlainen pakollinen paha viisumisäännöksistä johtuen. Haastateltavat itse nostivat esiin, että Schengen-viisumin saaminen Suomen suurlähetystöstä oli helppoa. Toisaalta tyytymättömyyttä Suomeen matkakohteena lisäsi se, ettei mitään varsinaista ohjelmaa ollut järjestetty, vaan osa vietti aikaansa pelkästään hotellissa. (Tuominen 2003, 27)

Tuominen nostaa esiin kyselynsä johtopäätöksissä seikkoja, jotka ovat helpottaneet kiinalaisten matkailijoiden tuloa. Vuonna 2003 Finnair lensi Helsingin ja Pekingin välillä viisi lentoa viikossa, kun vuonna 2000 lentoja oli vain kolme viikossa. Finnairilla on kiinaa puhuvaa henkilökuntaa ja lentomatka Pekingistä Helsinkiin on lyhyt. Lyhyt lento ja kiinaa puhuva henkilökunta ovat myös syitä sille, että Helsinki on suosittu kauttakulkukohde muualle Eurooppaan. (Tuominen 2003, 46)

Myös historiallisesti Finnairilla on ollut oma merkittävä roolinsa. Finnair oli kesäkuussa 1988 ensimmäinen eurooppalainen lentoyhtiö, joka lensi Pekingiin ilman välilaskuja. (Yle uutiset 8.4.2018) Ylen haastatteleman Visit Finlandin johtajan, entisen Finnairin projektipäällikön Paavo Virkkusen mukaan vuonna 2017 Finnairin Kiinan-liikenne toi Suomeen matkailutuloa noin 330 miljoonaa euroa.

Vuonna 2019 Finnairilla on lentoja seitsemään eri kohteeseen Kiinassa. Pekingin lisäksi Finnair lentää Chongqingiin, Guangzhouhun, Nanjingiin, Shanghaihin, Xi'aniin sekä erityishallintoalue Hongkongiin. Kesällä 2019 (Lentoposti 27.7.2019) Finnair ilmoitti lopettavansa kokonaan Chongqingin reitin lokakuussa 2019. Finnair oli vuonna 2012 ensimmäinen eurooppalainen lentoyhtiö, joka avasi reitin Euroopasta Chongqingiin.

3.2 Lapin matkailun lähihistoriaa

Lappi on merkittävä matkailukohde ja myös suuri osa kiinalaisista matkailijoista haluaa vierailulla nimenomaan pohjoisessa: nähdä revontulet ja tavata joulupukin. Siksi tässä luvussa avataan Lapin matkailua tarkemmin. Lapin matkailulle merkittävä näkyvyyden lisäys tuli jouluna 1984, kun brittiläismatkatoimisto toi ääntä nopeammin lentävillä Concorde-lentokoneilla ensimmäisen brittituristin Rovaniemelle. (Hakulinen, Komppula & Saraniemi, 2007, 10) Nykyäänkin suurin osa Lappiin tulevasta tilaus- eli charterlennosta tulee muista Euroopan maista, muun muassa Isosta-Britanniasta, Saksasta, Sveitsistä, Ranskasta ja Hollannista. (Yle uutiset 11.1.2019) Kiinasta Lappiin tulevan täytyy ainakin toistaiseksi lentää Helsinki-Vantaan kautta, mutta vuosien saatossa erilaisia pyrkimyksiä suoriin lentoihin on ollut (kts. esim. Yle uutiset 24.8.2016).

Lapissa matkailu alkoi kehittyä 1930-luvulla, kun väki lähti katsomaan ”isänmaan äidinkasvoja” (Tuulentie 2009, 54). 1960-luvulla toiminnallisuus kasvoi laskettelukeskusten kehittämisen myötä. Brittituristeille Lappi on joulupukin koti, mutta matkaohjelmassa voi olla myös esimerkiksi moottorikelkka- tai huskysafareita (mt. 55). Tuulentie nostaa esiin matkailun kuluttavuuden. On tarve pyrkiä löytämään aitoutta ja kun se aitous on pilattu, joudutaan etsimään uusia kohteita.

Rovaniemen napapiirillä matkailun katsotaan alkaneen kesällä 1950 kun Yhdysvaltain presidentin puoliso Eleanor Roosevelt vieraili siellä. Hänen kunniakseen valmistui pieni hirsimökki, joka nykyisin toimii kahvilana (Hakulinen ym. 2007, 25). Vielä 1990-luvun puolessavälissä Lapin matkailu oli Hakulisen ym. haastatteleman Lapin Safareiden toimitusjohtajan Jyrki Nivan mukaan Rovaniemi-keskeistä (mt. 44). Vähitellen tilauslentoja tuli kuitenkin myös Enontekiön, Kittilän ja Ivalon lentoasemille. Samoihin aikoihin tapahtui toinenkin muutos. Siihen asti suurin osa joulumatkailijoista oli Isosta-Britanniasta, mutta vähitellen matkailijoita alkoi tulla muun muassa Ranskasta, Saksasta, Italiasta sekä Espanjasta (mt. 46–47).

Hakulisen ym. vuonna 2007 julkaistu teos ei mainitse kiinalaisia matkailijoita. Brittiläisten jouluturistien ja kiinalaismatkailijoiden välillä voidaan myös nähdä yhteys. Tuomisen vuonna 2003 toteuttamissa kyselyissä valtaosa kiinalaismatkailijoista sanoi olevansa useamman maan kiertomatalla. Isosta-Britanniasta tulevat jouluturistit taas tulivat etenkin alkuaikoina 1980-luvulla Lappiin vain päiväksi ja vähitellen matkan kesto kasvoi pariin kolmeen vuorokauteen. (kts. esim. Hakulinen ym. 2007, 51) Sekä alkuaikojen britit että ensimmäiset kiinalaiset olivat kiireisiä, joten päiväohjelma on tiivis.

Matkailijoilla ei ole Lapissa kovin paljon aikaa, joten paljon pitää ehtiä nähdä ja kokea lyhyessä ajassa ja samalla matkailijat ovat alttiimpia muutoksille. Lennon myöhästyminen parilla tunnilla voi vaikuttaa merkittävästi päiväohjelmaan. Mikäli osaa aktiviteeteista ei voida siirtää toiselle päivälle, joudutaan jotakin perumaan kokonaan. Esimerkiksi vuonna 2004 osa päiväksi Lappiin tulleista brittiläisistä joutui pettymään, koska he eivät henkilökohtaisesti päässeet tapaamaan joulupukkia. Heidän lentonsa oli ollut myöhässä ja siksi joulupukki jäi tapaamatta (Hakulinen ym 2007,64).

Eräs ulkomainen matkatoimisto markkinoi Tuulentien mukaan (2009, 55) Enontekiötä ”Aitona Lappina”, jossa ei ole ruuhkia. Onkin aiheellista kysyä, onko matkailijamäärien kasvattaminen järkevää. Muun muassa Zhengin kyselytutkimuksessa (2016, 34) 33 prosenttia kiinalaismatkailijoista kertoi tulleensa Suomeen luonnon takia. Onko luonnosta mitään jäljellä, jos metsä rakennetaan kiinalaisturistien vuoksi täyteen lasi-igluja, joista näkee revontulet?

Tuulentie mainitsee, että paikallisuus on tärkeä asia. Vakituinen asukas ei välttämättä ymmärrä, että yksinkertainenkin asia voi olla ulkomaalaiselle matkailijalle omaperäinen ja eksoottinen (Tuulentie 2009, 56). Matkailussa haasteena on myös sen sesonkiluonteisuus. Korkeimman sesongin aikaan täynnä olevat hotellit ovat suuren osan vuotta käyttämättä. Ympärivuotisuus helpottaisi myös alueen työllisyyttä ja sinne asettumista vakituiseksi asukkaaksi. (mt. 57)

Hakulinen ym. (2007, 57) jakavat Lapin matkailun viiteen eri sesonkiin: kevät, kesä, ruska, ensilumi ja sydäntalvi. Niiden lisäksi joulumatkailu voidaan Hakulisen ym. haastatteleman Lapin Safareiden toimitusjohtajan Jyrki Nivan mukaan jakaa eri kausiin (mt. 61). Ensimmäinen on joulun aluskausi, joka alkaa lumentulosta ja päättyy 23. joulukuuta. Toinen kausi on joulunaika, kolmas on uusi vuosi ja neljäs loppiainen. Ennen joulua ulkomaalaiset matkailijat ovat pääsääntöisesti olleet Isosta-Britanniasta.

Toinen ja kolmas kausi ovat kansainvälisempiä (Hakulinen ym. 2007, 61), eli matkailijoita saapuu muistakin maista. Uusi vuosi ja loppiainen ovat venäläisten suosiossa, koska Venäjällä joulua vietetään ortodoksisen kalenterin mukaan. Niva ei kuitenkaan määrittele, missä joulunajan ja uuden vuoden raja menee. Onko esimerkiksi 29. joulukuuta vielä joulunaikaa vai jo uutta vuotta? Kiinalaiset taas viettävät uutta vuotta tammi-helmikuussa.

3.3 Matkailu elinkeinona

Matkailijoita on erilaisia ja heillä on erilaisia kiinnostuksenkohteita. Kiinalainen matkailija ei välttämättä ole kiinnostunut Lapissa samoista asioista kuin saksalainen matkailija. Toisaalta myös 20-vuotias kiinalainen ja 65-vuotias kiinalainen matkailija voivat olla kiinnostuneita eri kohteista ja aktiviteeteistä.

Lowyck, van Langenhove ja Bollaert (1994, 17–18) viittaavat Cohenin vuonna 1972¹ tekemään jaotteluun. Ensimmäinen joukko ovat *järjestäytyneet massaturistit*, jotka esimerkiksi ostavat all-inclusive -lomapaketteja ja joiden matkareitti ja ohjelma on tarkkaan suunniteltu. Toinen ryhmä ovat *yksilölliset massaturistit*, jotka ovat osin samankaltaisia kuin järjestäytyneet massaturistit, mutta ovat itsenäisempiä ja vapaampia ryhmistä. Suuret matkajärjestelyt on tehty etukäteen, mutta reitti ja aikataulut saattavat muuttua matkan aikana.

¹ Cohen, Eric (1972): *Toward a sociology of international tourism*. Social Research, 39. 164–182.

Kolmas Cohenin (Lowyck ym. 1994, 17–18) ryhmä ovat *löytöretkeilijät*. He tutkivat uusia alueita ja pyrkivät pääsemään pois ”jo tallatuilta poluilta” niin paljon kuin mahdollista. He ovat kiinnostuneita tutustumaan paikallisiin ihmisiin, mutta stressaavan tilanteen tullen palaavat takaisin modernien palveluiden ääreen. Neljäs ja viimeinen joukko ovat *kuljeksijat*. He välttävät kaikkea vakiintunutta turismia. He pyrkivät suoraan yhteyteen kohdemaan kulttuurin kanssa ja pyrkivät elämään kuten paikalliset elävät.

Helsingissä käy kesäisin paljon risteilyaluksia, jotka pysähtyvät satamaan vain yhdeksi päiväksi. Muutamana tunnin aikana turisti muodostaa kuvan Suomesta, joten muutamassa tunnissa on tehtävä vaikutus. Lentoyhtiö Finnair on pyrkinyt ottamaan mallia islantilaisesta Icelandair-lentoyhtiöstä ja tarjoaa nykyisin stopover-palvelua ilman lisäkustannuksia. Helsingissä voi pysähtyä enintään viideksi vuorokaudeksi Euroopan ja Aasian lentojen välillä. (Finnair 2019) Stopover tarkoittaa, että esimerkiksi Pekingistä Helsingin kautta Berliiniin lentävä matkailija pysähtyy Pekingistä saapuessaan muutamaksi päiväksi Helsinkiin ja jatkaa vasta sitten matkaansa Berliiniin tai vaihtoehtoisesti Berliinistä palatessaan pysähtyy Helsinkiin muutamaksi päiväksi ennen paluutaan Pekingiin.

Lappi erottuu matkailijoiden arkisesta ympäristöstä esimerkiksi kaamoksen, keskiyön auringon ja revontulten vuoksi. Syrjäisellä seudulla eksoottiset piirteet kuten erämaisuus, saamelainen alkuperäiskulttuuri sekä luontaiselinkeinot ovat säilyneet. (Tuulentie & Sarkki 2009, 9)

Tyrväinen ja Järviluoma (2009, 38–39) viittaavat Eurostatin vuonna 2007 julkaistuun matkailukatsaukseen², jonka mukaan matkailun kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuu erilaisia muutoksia:

1. Lomamatkojen määrä lisääntyy, mutta kohteessa viipyminen lyhentyy

² Eurostat (2007) <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/5614809/KS-77-07-074-EN.PDF/8fc250d8-75e9-4ea6-96b3-76914beacbfa>

2. Äkkilähtöjen ja halpamatkojen suosio kasvaa
3. Itsenäinen matkailu eli muut kuin pakettimatkat yleistyvät
4. Viikonloppumatkat lähikohteisiin lisääntyvät
5. Seikkailunhalu korostuu ja perinteisiä turistikohteita vältetään
6. Kiinnostus vierailukohteen arkikulttuuriin ja autenttisiin kokemuksiin kasvaa, museot ja muistomerkit eivät riitä
7. Paikallinen luonnonympäristö halutaan kokea ilman välikäsiä

Matkailun yhtenä ongelmana on sesonkiluontoisuus. Lappiin matkustetaan talvella, jotta nähdään lunta ja päästään tekemään lumeen liittyviä asioita. Lyhytaikaisesti on tarvetta suurelle majoituskapasiteetille, joka sitten on suuren osan vuotta vähällä käytöllä. (Honkanen 2008, 10) Majoituskapasiteettia ei toisaalta voi rajattomasti lisätä myöskään luonnon vuoksi. Monet ulkomaalaiset matkailijat tulevat Suomeen juuri hiljaisuuden ja luonnon takia. Mikäli metsä rakennetaan täyteen lomamökkejä, ei siellä enää ole luontoa tai omaa rauhaa, jonka vuoksi matkailija on sinne alun perin halunnut saapua.

Kausiluonteisuuteen vaikuttavat sekä luonnolliset että institutionaaliset asiat. Matkailu aurinkoisen sään tai hiihtomahdollisuuksien vuoksi vaatii lomakohteelta tietynlaiset sääolosuhteet. Institutionaalisia syitä taas ovat työpaikkojen ja koulujen loma-ajat sekä samalla myös vakiintuneet juhlapyhät kuten joulu ja pääsiäinen. (Honkanen 2008, 11–12) Kiinalaisille suurin vuosittainen juhla on kiinalainen uusivuosi, jonka ajankohta vaihtelee vuosittain. Vuonna 2019 uudenvuodenpäivä oli tiistaina 5. helmikuuta, mutta virallisia juhlapäiviä, mikä tarkoittaa myös vapaapäivää töistä, olivat 4.–11. helmikuuta eli koko kyseinen viikko.

Suomen matkailumarkkinoinnissa onkin viime aikoina pyritty tuomaan esiin myös muita vuodenaikoja kuin talvea. Suomen kesä on usein Keski- ja Etelä-Euroopan helteisiin verrattuna viileä, mikä voidaan nähdä matkailuvaltina. (ks. esim. Helsingin Sanomat 11.8.2017) Revontulia voi nähdä myös syksyisin eivätkä kaikki kiinalaisturistit ole kiinnostuneita lumesta, joten he voisivat saapua Suomeen vaikkapa syyskuussa

joulukuun sijaan. Samalla matkailun sesonki pidentyisi eivätkä kaikki matkailijat saapuisi yhtä aikaa.

Jokinen, Mettiäinen, Sippola ja Tuulentie (2009, 61) nostavat esiin myös paikallisen väestön huomioimisen. Paikallisilla tulee olla mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa päätöksentekoon. Tämä ei koske pelkästään kuntapoliittisia päätöksiä esimerkiksi kyläkoulun lakkauttamisesta tai uudesta uimahallista, vaan myös matkailuun liittyviä investointeja. Jos paikallisia ei huomioida, voi helposti syntyä konfliktitilanteita paikallisten kokiessa itsensä ulkopuolisiksi matkailubisneksessä. Jokinen ym. (mt. 61) mainitsevat myös sen, että muutama vuosikymmen sitten lappilaiset kylät olivat hiljaisia maalaiskylä. Varsinaisten turistikeskusten rakentaminen alkoi 1980-luvulla.

Esimerkiksi Kittilän Levillä Sirkan kylään valmistui Hotelli Levitunturi vuonna 1981 (Jokinen ym 2009, 62). Levin hiihtokeskuksen kasvu alkoi siitä ja mallia haettiin muun muassa Keski-Euroopan alppikylistä. Sirkan kylää on rakennettu matkailun ehdoilla eli keskustasta löytyy lähinnä hotelleja ja ravintoloita. Mikäli kylän palvelut on suunnattu lähinnä matkailijoille, on riskinä se, että paikalliset asukkaat muuttavat muualle ja kylistä tulee pelkkiä turistikohteita.

Rantala (2009, 108) haastatteli matkailijoita Levillä, Ylläksellä ja Oloksella vuonna 2005. Monissa hiihtokeskuksissa kylien ydinkeskusta on rakennettu kävelykyläksi. Näin on toimittu muun muassa Rukalla ja Levillä. Rantalan haastatteluissa (mt. 117) moni suomalainen matkailija kertoi tiivin rakentamisen ja alppitalojen herättävän ristiriitaisia tunteita, koska ne eivät sovi ympäristöön tai edusta aitoa lappilaisuutta. Keskieurooppalaiset matkailijat (mt. 118), joita Rantala haastatteli vuonna 2007, kertoivat nauraen, kuinka yrittivät ottaa valokuvia niin, etteivät rakennustelineet näkyisi kuvissa. Hakulinen ym. (2007, 73) haastattelivat paikallisia toimijoita, jotka mainitsivat yhdeksi uhkaksi aluetta ruuhkauttavat turistimassat. Laadun sijaan ajatellaan liikaa määriä ja sen kautta tulevia tuottoja. Luonnonrauhaa ja hiljaisuutta kaipaava matkailija tuskin rentoutuu, jos joutuu aamulla heräämään viereisen hotellin rakennustyömaalta kantautuviin ääniin.

Suomessa nousee säännöllisin väliajoin esiin keskustelu koulujen loma-aikojen siirrosta, koska Keski-Euroopassa elokuu on lomakuukausi ja Suomessa osa toimijoista sulkee ovensa koulujen alkaessa elokuun alkupuolella, jolloin keskieuropalaiset matkailijat eivät pääse hyödyntämään palveluita ja tuomaan rahaa Suomeen. Kesäloma voisi olla esimerkiksi juhannuksesta elokuun loppuun. (ks. esim. Honkanen 2008, 12 & Yle uutiset 4.8.2018)

Vuonna 2009 Tyrväinen ja Järviluoma (2009, 44) arvioivat, että ilmaston lämpeneminen voi vaikuttaa tulevina vuosikymmeninä merkittävästi matkailuun. Sekä kesät että talvet ovat lämpimämpiä ja sateet lisääntyvät. Toisaalta samalla Etelä-Euroopan helteet voivat tehdä Suomesta vetovoimaisen matkailukohteen. Syksyllä 2019 julkaistu kansainvälisen ilmastopaneeli IPCC:n raportti ei lupaa hyvää Suomen lumisille talville. Yle uutiset (25.9.2019) kertoo, että talvilämpötilat voivat 50 vuoden kuluttua kohota Suomessa 2–7 astetta. Sillä olisi konkreettiset vaikutukset lumipeitteeseen. Ylen siteeraaman WWF:n tiedotteen mukaan Suomessa talvet ovat jo nyt siirtyneet 300 kilometriä pohjoiseen.

Toisaalta Ranskassa asuva suomalaistoimittaja Helena Liikanen-Renger kirjoittaa kolumnissaan (Helsingin Sanomat 11.8.2017) kuinka Ranskassa kesäkuun lopussa on 35 astetta lämmintä ja koululaisten kesäloma alkaa heinäkuun alussa ja päättyy syyskuussa. Hetki viileydessä on etelän ihmiselle jopa paratiisimaista Liikanen-Rengerin mukaan.

Matkailu tuo myös jäteongelmia. Esimerkiksi Yle uutisoi 8.1.2019, että jätteitä kuljetetaan Lapin hiihtokeskuksista Ruotsin puolelle, koska Oulun jätteenpolttolaitos ei kykene ottamaan vastaan niin paljon jätettä, mitä Lapista olisi tulossa. Kittilän kunnan väkimäärä viisinkertaistuu silloin, kun Levin hiihtokeskus on täynnä matkailijoita.

Matkailun ongelmaksi voi myös nousta matkailijoiden liian suuri määrä. Muun muassa Islannissa ulkomaalaisten matkailijoiden määrä on kasvanut viime vuosina huimasti, mikä on aiheuttanut ongelmia paikalliselle väestölle ja myös luonnolle. Yle uutisoi 1.7.2017 Islannin hukkuvan turisteihin. Vuonna 2017 reilun 300 000 asukkaan maahan

ennustettiin saapuvan yli kaksi miljoonaa turistia. Luontokohteet, kuten tulivuoret, jäätiköt ja kuumat lähteet tekevät Islannista eksoottisen matkakohteen. Kasvanut matkailu on nostanut pääkaupunki Reykjavikin vuokra-asuntojen hintoja osin paikallisten asukkaiden saavuttamattomiin. Asunto vuokrataan mieluummin kalliilla hinnalla muutamaksi päiväksi turisteille, kuin pysyvästi halvempaan hintaan paikallisille asukkaille. Turistit muun muassa majoittuvat luvatta ihmisten kotipihoilla tai muuten käyttäytyvät sopimattomasti, esimerkiksi heittävät kiviä geysireihin. (Guide to Iceland 2018).

Business Finlandin (2018) mukaan ulkomaalaiset matkailijat toivat Suomeen vuonna 2017 kaikkiaan neljä miljardia euroa vientiin rinnastettavaa matkailutuloa. Kaikkiaan ulkomaalaiset matkailijat tekivät Suomeen 8,3 miljoonaa matkaa. Keskimääräinen kiinalainen matkailija käytti rahaa 1 262 euroa, kun esimerkiksi keskimääräinen venäläinen käytti reilut 240 euroa vierailua kohden. Business Finlandin tilaston mukaan vuonna 2017 Suomessa vieraili 432 000 kiinalaista matkailijaa, kun vuonna 2016 kiinalaisia matkailijoita vieraili 167 000.

Vuonna 2018 ulkomailla asuvat tekivät 8,5 miljoonaa matkaa Suomeen (Business Finland 2019). Kiinalaisia matkailijoita Suomessa vieraili 454 000 eli kiinalaisten matkailijoiden määrä kasvoi vuosiin 2017 ja 2016 verrattuna. Toisaalta Business Finlandin (2019) mukaan kiinalainen matkailija käytti vierailua kohden rahaa noin 910 euroa, mikä on vähemmän kuin vuotta aiemmin. Keskimääräinen matkailija käytti 358 euroa, kun mukaan lasketaan myös mahdollisesti enakkoon maksetut kulut kuten autovuokra. majoitus tai pääsymaksut.

Kiinalaisille matkatoimistojen edustajille on järjestetty muun muassa Porvoon ja Kotkan seudulla tutustumismatkoja. Kyseiset matkatoimistot mahdollisesti alkavat järjestää keskiluokalle tarkoitettuja matkoja Suomeen. (Yle uutiset 16.8.2019) Ylen uutinen kertoo, että vuonna 2018 kiinalaiset turistit tekivät Kiinan turistiakatemian mukaan lähes 150 miljoonaa ulkomaan matkaa, ja käyttivät matkailuun noin 130 miljardia dollaria.

4 Tutkimuksen toteuttaminen

4.1 Valitut mediat: Helsingin Sanomat ja Yle

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella, millainen kuva kiinalaisista matkailijoista välittyy suomalaisen median kautta. Näkykö uutisissa myös Kiinan asema suurvaltana ja sen kasvava vaikutusvalta Euroopassa sekä siihen liittyvät uhkakysymykset esimerkiksi ihmisoikeuksiin liittyen? On perusteltua valita tarkastelun kohteeksi useampi kuin yksi kotimainen media. Kirjoitetut uutiset ovat analysoinnin kannalta helpompia kuin radio- tai televisiojutut ja lisäksi yhtiöiden verkkosivuilla on usein kattava arkisto, josta vanhempiakin juttuja voi löytää. Helsingin Sanomat on maan suurin sanomalehti ja Yle puolestaan on valtakunnallinen, julkisrahoitteinen televisio- ja radioyhtiö. Mielestäni oli perusteltua valita kaksi maan suurinta mediaa tarkasteluun, koska oletettavasti niistä löytyisi useita aineistooni sopivia juttuja.

Suomen ja Itävallan yleisradioyhtiöiden Ylen ja ORF:n tv-uutisia käsitelleessä saksan kielen, kulttuurin ja kääntämisen tutkinto-ohjelman kandidaatintutkielmassani (2014) törmäsin siihen ongelmaan, että televisiouutiset poistuvat verkosta viikon tai kenties kuukauden päästä julkaisusta. Toisin sanoen verkossa ei kesällä 2019 ole katsottavissa televisiouutislähetystä syksyltä 2015 tai kesältä 2017. Tämä oli yksi syy valita tutkimuskohteeksi kirjoitetut jutut verkossa. Verkossa olevat kirjoitetut uutiset on helppo tallentaa omalle tietokoneelle pdf-muodossa tai lukea suoraan verkkosivuilta.

4.2 Teoriakehys: Kiinan vallan muodot

Kiina käyttää vaikutuspyrkimyksissään erilaisia keinoja. Esimerkiksi Helsingin yliopiston Aleksanteri-instituutin tutkijatohtori Sanna Kopra ja Turun yliopiston Itä-Aasian tutkimus- ja koulutuskeskuksen tohtorikoulutettava Liisa Kauppila nostavat The Ulkopolitistin (19.3.2018) kirjoituksessaan esiin Kiinan kasvaneen kiinnostuksen arktisiin alueisiin. Heidän mukaansa Kiinaa kiinnostavat pohjoisessa jäätiköiden

sulamisen myötä vapautuvat luonnonvarat ja merireitit. Suomi on arktinen maa ja myös tunnettu korkeasta teknologiasta, mikä sopii Kiinan pohjoisiin visioihin. Kopran ja Kauppilan mukaan se tarkoittaa myös, että Suomi ja suomalaiset ovat monenlaisen vallankäytön kohteena. Esimerkiksi Kouvolaan on suunnitteilla tavaraliikenteen terminaali ja puheissa on myös ollut Jäämeren radan mahdollinen kiinalainen rahoitus.

Kopran ja Kauppilan (The Ulkopolitist 19.3.2018) mukaan infrastruktuuri-investoinnit vääjäämättä kasvattavat Kiinan taloudellista valtaa. Huoltovarmuuden kannalta tärkeiden terminaalien omistussuhteet vaikuttavat kansalliseen turvallisuuteen. Kiinan investoinnit voivat myös välillisesti vaikuttaa valtioiden sisäpolitiikkaan. Taloudellisen vallan lisäksi pehmeä valta (*soft power*) kuuluu Kiinan arktisen vallan anatomiaan. Kiina on investoinut paljon kansainvälisen imagonsa parantamiseen ja pehmeän vallan lisäämiseen esimerkiksi kulttuurin kautta. Niin sanottu pandadiplomatia on tässä tärkeässä roolissa.

Pehmeän vallan lisäksi Kiina käyttää keinonaan yleisen mielipiteen muokkausta esimerkiksi lahjomalla, sensuroimalla ja vääristelemällä informaatiota. Tätä vallankäytön muotoa Christopher Walker ja Jessica Ludwig kutsuivat joulukuussa 2017 nimellä terävä valta (*sharp power*). (The Ulkopolitist 19.3.2018) Pehmeä valta perustuu siihen, että valtio vapaaehtoisesti toimii toisen valtion haluamalla tavalla. Terävä valta taas pohjautuu harhautuksiin ja manipulointiin, muttei kuitenkaan Kopran ja Kauppilan mukaan (mt.) ole varsinaisesti kovaa valtaa (*hard power*), koska siihen ei liity sotilaallista tai taloudellista keinoa. Terävä valta on jotain pehmeän ja kovan vallan väliltä: sen tavoitteet ovat samat kuin pehmeällä vallalla, mutta keinot ovat lähempänä kovaa valtaa.

Ero terävän ja pehmeän vallan välillä on Kopran ja Kauppilan (The Ulkopolitist 19.3.2018) mukaan häilyvä. Esimerkiksi yliopistojen yhteydessä toimivat Konfutse-instituutit ovat tärkeitä Kiinan pehmeän vallan edistämiseksi, mutta niistä tulee terävän vallan välineitä, mikäli ne ryhtyvät rajoittamaan akateemista vapautta tai muutoin selkeästi ohjaamaan Kiinasta käytävää keskustelua. Terävän vallan käyttö eli toisten valtioiden sisäisiin asioihin puuttuminen ei kuitenkaan ole uutta. Kylmän sodan aikana Yhdysvallat ja Neuvostoliitto vakoilivat ja harjoittivat informaatiovaikuttamista. Yleensä

se kuitenkin suuntautui vihollisvaltioon eikä yhteistyökumppaniin, kuten Kiinan tapauksessa. Kopra ja Kauppila nostavat esiin, etteivät kiinalaiset ole toistaiseksi tehneet Suomessa merkittäviä maakauppoja, mutta ilmiö on Suomelle tuttu siksi, että Venäjä on energiapolitiikan kannalta tärkeä ja venäläiset ovat tehneet Suomessa maakauppoja strategisesti merkittävissä paikoissa.

Toisessa The Ulkopolitistin kirjoituksessa (6.10.2019) Kiinassa asunut Itä-Aasian yhteiskuntiin ja politiikkaan erikoistunut Ari-Joonas Pitkänen nostaa esiin Suomen suomettumisen Neuvostoliiton aikana. Suomettumis-termiä käytetään hänen mukaansa edelleen, kun kuvataan heikomman valtion olemista vahvemman ikeessä. Kiina on kasvavassa määrin tällainen suurvalta. Pitkänen nostaa esiin, että Suomen politiikassa Kiinan kehitys on jäänyt Venäjän varjoon. Kuitenkin maailmalla on muun muassa Hongkongin mielenosoitusten seurauksena herätty Kiinan kasvavan vallan tuomiin haasteisiin.

Pitkänen (The Ulkopolitist 6.10.2019) mainitsee Suomen tämänhetkisen hallitusohjelman ulko- ja turvallisuuspoliittisen linjauksen, jonka perustana on ”ihmisoikeuksien, oikeusvaltioperiaatteen, demokratian, rauhan, vapauden, suvaitsevaisuuden ja tasa-arvon edistäminen kaikessa kansainvälisessä toiminnassa”. Kiina on autoritaarinen yksipuoluevaltio, jossa mainittu arvopohja ei toteudu. Kun elokuussa 2019 Helsingissä pidettiin Hongkong-tukimielenosoitus, uutisoitiin pian, että Kiinaan lentävä Finnair oli varoittanut henkilökuntaansa sotkeutumasta Hongkong-mielenosoituksiin.

Lisäksi Kiinan vaikutusvallan keinoihin kuuluvat esimerkiksi taloudelliset houkuttimet. Tutkijapiireissä akateeminen itesensuuri voi iskeä, kun rahoitus ja viisumi varmistetaan sillä, ettei Kiinalle arkoja aiheita käsitellä. Pitkäsen mukaan Suomen Kiina-politiikka on alusta lähtien ollut ambivalenttia. Suomi oli yksi ensimmäisistä maista, joka 1950-luvulla tunnusti Kiinan kansantasavallan, kun moni muu valtio tunnusti sen vasta 1970-luvulla. Pitkäsen mukaan nämä seikat ovat poliittisia tuenosoituksia, joista Kiina muistaa virallisissa yhteyksissä kiittää edelleen. Pitkänen viittaa myös maailmalla kasvavaan näkemykseen, jonka mukaan Kiina on läntiselle arvoyhteisölle Venäjän takana

voimistunut vastavoima. ” Sen kanssa liberaalin demokratian on päivä päivältä vaikeampi pelehtiä puhtain paperein, varsinkin jos taakkana painaa jo suomettuneisuuden perintö.” (The Ulkopolitist 6.10.2019)

Muiden valtioiden reaktiot Kiinan vaikutusvallan kasvuun ovat eri puolilla maailmaa olleet vaihtelevia. Joissakin maissa on herännyt selviä pyrkimyksiä rajoittaa Kiinan vaikutusvaltaa esimerkiksi investointeja rajoittamalla (ks. esim. 2.2. Kiina ja Euroopan unioni). Toisaalta moni valtio on kuitenkin noudattanut kaavaa, jossa ensin Kiinan investoinnit otetaan ilolla vastaan, mutta myöhemmin herää epäilyksiä Kiinan motiiveista ja suoranaista kritiikkiä Kiinaa kohtaan.

4.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millainen kuva kiinalaismatkailijoista suomalaisen median välityksellä syntyy. Samalla aineisto kertoo myös siitä, miten suomalainen media matkailijoihin suhtautuu. Hypoteesini on, että mediasta välittyy kuva rahaa tuovista rikkaista kiinalaisista, mutta toisaalta media suhtautuu kriittisesti massaturismiin ja kiinalaisten investointeihin. Hypoteesini on, että Kiinasta ja kiinalaisista puhutaan myös kasvupotentiaalin kohteena.

Venäläisten matkailijoiden määrä on hiipunut ja kiinalaiset vaurastuvat, joten matkailusta kiinnostuvia uusia ihmisiä voisi löytyä juuri Kiinasta. Minua kiinnostaa myös, näkyykö matkailun klassinen paradoksi uutisissa: toisaalta Suomeen halutaan lisää kiinalaisia matkailijoita ja heidän tuomaansa rahaa, mutta toisaalta massaturismi ei ole hyvä asia ja kiinalaisten ei haluta ”valloittavan” Lappia itselleen.

Toinen tutkimuskysymykseni on se, näkyykö Kiinan vaikutusvalta matkailua käsittelevissä uutisissa. Kiina ei lahjoittanut Ähtärin eläinpuistoon pandoja niin sanotusti hyvää hyvyyttään, vaan kyseessä on poliittinen keino. The Economist -lehden (18.1.2019) mukaan antamalla kansalliseläimensä vieraalle vallalle, Kiina pystyy

painottamaan poliittisten suhteiden läheisyyttä. Aiemmin Kiina antoi pandoja pois ilman korvausta, mutta 1980-luvulla se alkoi lainata niitä 50 000 Yhdysvaltain dollarin kuukausihintaan: karhut ja mahdollinen jälkikasvu olisivat kuitenkin yhä Kiinan omaisuutta. The Economist (mt.) tuo esiin myös vuoden 2010 tilanteen, kun kaksi Yhdysvalloissa syntynyttä pandapoikasta palautettiin Kiinaan kaksi päivää sen jälkeen, kun presidentti Barack Obama oli tavannut Tiibetin hengellisen johtajan Dalai Laman. Washingtonin eläintarha oli pyytänyt lainasopimukselle jatkoa, mutta Kiina kieltäytyi.

Kun Norja myönsi Nobelin rauhanpalkinnon kiinalaiselle ihmisoikeusaktivistille Liu Xiaobolle vuonna 2010, Kiina suuttui Norjalle. Suhteiden viileys jatkui monta vuotta. Norjan ja Kiinan ulkoministeriöt ilmoittivat viimein tiedotteessaan 19.12.2016 poliittisten ja diplomaattisten suhteiden normalisoinnista. Esimerkiksi norjalainen lohi oli pitkään poissa Kiinan markkinoilta. (The Diplomat 21.12.2016)

Myös Ruotsi on saanut oman osansa Kiinan politiikasta. Syyskuussa 2018 eräs kiinalaisperhe yritti kirjautua sisään tukholmalaishotelliin varhain aamuyöllä, vaikka heidän varauksensa oli vasta seuraavaksi yöksi. Hotelli poisti yhdessä poliisien kanssa matkailijat hotellin aulasta ja tilanteesta kuvattu video levisi sosiaalisessa mediassa. Toisaalta juttu sai kommentteja, joissa kiinalaisperheen hysteeristä ja dramaattista reaktiota kritisoidaan, mutta toisaalta se keräsi kommentteja, joissa ruotsalaishotellia haukutaan ymmärtämättömäksi. Tapahtumaketju sai jatkoa, kun Kiinan Tukholman suurlähetystö vaati hotellilta ja poliisilta anteeksipyyntöä. (BBC News 26.9.2018.)

Ruotsalaisen SVT-televisiokanavan satiiriohjelma myös pilaili kiinalaismatkailijoiden kustannuksella. Kiina vaati jälleen anteeksipyyntöä ja vihaiset kiinalaiset vaativat sosiaalisen median kanavissa ruotsalaisyritysten kuten Ikean ja Volvon boikottia. Kiinan ärhentely voi BBC Newsin arvion mukaan liittyä siihen, että Hongkongissa asuva kirjakauppias ja Ruotsin kansalainen Gui Minhai otettiin kiinalaisviranomaisten haltuun tammikuussa 2018 hänen ollessa junamatkalla itäisen Kiinan Ningbosta Pekingiin. (BBC News 26.9.2018.) Ainakaan toistaiseksi Suomi ei ole joutunut Kiinan kovan tai terävän vallan kohteeksi.

5 Tutkimusaineisto ja analyysi

5.1 Aineiston valinta ja kerääminen

Aineisto on kerätty keväällä ja kesällä 2019 medioiden omilla verkkosivuilla julkaistuista artikkeleista. Seuranta-ajankohdaksi valitsin vuodet 2015–2018 eli 1.1.2015–31.12.2018. Hain juttuja kunkin median omien verkkosivujen hakutoiminnolla, käyttäen hakusanoja ”kiina + matkailu”.

Tallensin löytämäni jutut pdf-tiedostoina omalle tietokoneelleni. Haasteena aineiston keräämisessä oli se, että Helsingin Sanomien verkkosivuilla lehtijutun päivämäärä ei tallennu juttuun automaattisesti. Ylen verkkosivuissa puolestaan kirjoittaneen toimittajan nimi on erillisessä ruudussa, joten se täytyy kopioida dokumenttiin manuaalisesti. Tämä hankaloitti jonkin verran aineiston keräämistä, koska julkaisupäivämäärät ja toimittajien nimet ovat tarpeellista tietoa. Samoin joissakin jutuissa kuvat tallentuivat osittain tekstien päälle.

Kaikkiaan juttuja kertyi Helsingin Sanomista yhteensä 53, joista kolumneja on kolme ja pääkirjoituksia seitsemän sekä Yleltä juttuja yhteensä 94. Aineistolistauksessa pääkirjoitukset ja kolumnit on mainittu erikseen maininnalla ”pääkirjoitus” tai ”kolumni”. Helsingin Sanomilta löytyi ”kiina + matkailu” -hakusanalla toimituksen mielipidekirjoituksia kun taas Ylellä ei hakusanalla kolumneja löytynyt, mutta aineistossa on mukana yksi toimittajan kirjoittama analyysi.

Muita Kiinaan liittyviä asioita tai matkailua yleisesti käsitteleviä kolumneja löytyi myös Yleltä, mutta ne eivät tämän tutkimuksen kannalta olleet olennaisia. Lopullisesta aineistostani olen rajannut pois lyhyet tilastouutiset, joissa Kiina on mainittu vain lukujen joukossa, kuten ”Venäläismatkailijoita saapui 15 prosenttia vähemmän ja kiinalaismatkailijoita 25 prosenttia enemmän kuin viime vuonna”.

Alkuperäisenä ajatuksenani oli ottaa kolmanneksi mediaksi Lapin maakuntalehti Lapin Kansa, mutta se jäi pois vaikeaselkoisten verkkosivujen vuoksi. Lehden sivuilla ei ole hakutoimintoa tai arkistoa, josta vanhoja juttuja olisi voinut etsiä. Lisäksi Helsingin Sanomista ja Yleltä löytyi artikkeleita riittävä määrä analyysia varten.

Jätin aineistosta pois myös uutisia, joissa Kiina oli vain mainittu ohimennen. Esimerkkejä tällaisista jutuista olivat muun muassa erään moskovalaisperheen talvilomasuunnitelmia käsitellyt juttu, jossa sivulauseessa mainittiin Suomeen tulevan nykyään paljon kiinalaismatkailijoita ja juttu, jossa kerrottiin Kiinaan suunnitellusta joulupukin teemapuistosta. Aineistoni käsittelee kiinalaisia matkailijoita nimenomaan Suomessa, joten esimerkiksi Ylen tekemä juttusarja, jossa kerrottiin muun muassa kiinalaisturisteista Sveitsissä ja Ranskassa, on rajattu aineistoni ulkopuolelle, mutta olen käyttänyt sitä taustatietona luvussa 2.2 Kiina ja Euroopan unioni.

Erilaisia tilastouutisia haulla löytyi paljon. Samoin muiden maiden matkailuongelmia, esimerkiksi Islannin suuria matkailijamääriä tai massaturismin ongelmia muissa maissa käsittelevät uutiset toivat hyvää taustatietoa, mutta eivät kuulu tämän tutkimuksen aineistoon. Sekä Helsingin Sanomat että Yle kirjoittivat Tilastokeskuksen uusimmista kuukausitilastoista, eli jonkin verran löytyi uutisia siitä, paljonko tietyn kuukauden matkailijamäärät olivat nousseet edellisvuoden samaan kuukauteen verrattuna.

5.2 Tutkimusmetodiikka

Olen käsitellyt uutisia laadullisen eli kvalitatiivisen analyysin kautta. Tuomi ja Sarajärvi (2018, 105) mainitsevat kolme tapaa järjestää aineisto: luokittelu, teemoittelu ja tyypittely. *Luokittelu* voi yksinkertaisimmillaan olla sitä, että aineistosta määritellään erilaisia luokkia ja sen jälkeen lasketaan, montako kertaa mikin luokka aineistossa esiintyy.

Teemoittelu voi Tuomen ja Sarajärven (2018, 105) mukaan olla luokittelun kaltaista, mutta tärkeää on myös se, mitä teemoista on sanottu. Lukumäärillä voi olla tai olla

olematta merkitystä. Tiettyjä teemoja eli aiheita etsitään aineistosta. *Tyypittely* on Tuomen ja Sarajärven kirjassa määritelty niin, että aineisto ryhmitellään eri tyypeiksi. Tiettyjen teemojen yhteisistä ominaisuuksista muodostetaan tyypiesimerkkejä, eräänlaisia yleistyksiä (mt. 106). Tyypittelyllä tarkoitetaan tyypillisten asioiden kokoamista eli aineiston tiivistämistä havainnollisiin tyyppeihin. (KvaliMOTV 2019b) Teemoittelussa taas aineistoa järjestellään teemojen mukaan ja kunkin teeman alle kootaan esimerkiksi kustakin haastattelusta ne kohdat, joissa puhutaan ko. teemasta (KvaliMOTV 2019a).

Olen käyttänyt analyysissäni apuna teemoittelua. Erilaiset teemat ovat löytyneet aineistoa tutkimalla. Esimerkiksi kun jokin tietty aihe, kuten kiinalaismatkailijoiden rahankäyttö on mainittu riittävän monessa eri jutussa, olen nimennyt sen omaksi teemaakseen. Yksittäinen juttu voi sisältää useita eri teemoja, koska harva juttu käsittelee esimerkiksi ainoastaan sitä, että kiinalainen matkailija viipyy Suomessa vain päivän. Yleensä samassa jutussa kerrotaan muutakin kiinalaisiin matkailijoihin liittyvää. Olen jakanut tutkimani jutut seuraaviin teemoihin:

1. Tyhmät turistit

Tähän teemaan kuuluvissa jutuissa kiinalaiset turistit ovat tehneet jotakin hölmöä tai eivät ole osanneet käyttäytyä. Pahimmassa tapauksessa turistit voivat huolimattomuudellaan asettaa itsensä hengenvaaraan, esimerkiksi pysähtymällä valokuvaamaan poroja keskelle valtatieä tai pukeutumalla liian vähiin vaatteisiin talvipakkasilla.

2. Eksoottinen Suomi

Suomi on erikoinen ja eksoottinen maa. Tämän teeman jutuissa käsitellään sitä, miten Suomessa on jotakin poikkeuksellista ja ihmeellistä, minkä vuoksi kiinalaiset turistit haluavat tulla tänne. Erilaiset luonnonilmiöt kuten yötön yö ja revontulet mainitaan tämän tyypisissä jutuissa usein. Laskin mukaan myös jutut, joissa ylipäätään puhutaan Suomen luonnosta, järvistä ja metsistä. Kiina kärsii saasteongelmista, joten esimerkiksi puhdas hengitysilma on kiinalaiselle erikoisuus.

3. Rikkaat turistit

Kolmas teema käsittelee rahaa. Ulkomaalaisten matkailijoiden vertailussa kiinalaiset ovat kärkipäässä siinä, kuinka paljon rahaa he matkoillaan käyttävät. Tämän teeman jutut käsittelevät sitä, miten ja mihin matkailijat Suomessa rahojaan käyttävät.

4. Huomioiva Suomi

Neljännän teeman nimeksi olen antanut ”huomioiva Suomi”. Tällä tarkoitan erilaisia toimenpiteitä, joilla Suomi ja eri matkailukohteet pyrkivät huomioimaan kiinalaiset matkailijat. Matkailuyritys voi esimerkiksi tarjota opaskierroksia kiinan kielellä tai hotelli on laittanut aamiaiselle kaurapuuron lisäksi tarjolle nuudeleita ja muuta kiinalaisten mieliruokaa. Tähän teemaan kuuluu myös uusien viisumikeskusten avaaminen, henkilökunnan kouluttaminen, esimerkiksi kielikursseista kertovat uutiset sekä kulttuurierojen ja erilaisten käytöstapojen opettaminen henkilökunnalle.

5. Kritiikki

Viides teema on kritiikki. Teemaan kuuluvat jutut suhtautuvat kriittisesti matkailuun ja siihen liittyviin asioihin. Jutuissa voidaan nostaa esiin luonnon tuhoaminen uusien hotellien tieltä tai vaikkapa suuret (toteutumattomat) lupaukset tuoda tuhansia kiinalaista Suomeen seuraavan kahden vuoden aikana. Tähän kategoriaan voidaan myös laskea mukaan jutut, joissa kriittisyys kohdistuu Kiinan taloudellisiin investointeihin.

6. Kiireinen turisti

Kuudes teema on kiireinen turisti. Se tarkoittaa, että matkailijalla on vain vähän aikaa yhdessä kohteessa. Tämä voi tarkoittaa päiväselään Helsingissä pysähtyvää risteilyturistia tai Suomeen pariksi päiväksi stopover-lennolla tai osana pidempää kiertomatkaa pysähtymistä. Matkailijalla on vain vähän aikaa, joten lyhyessä ajassa on nähtävä ja tehtävä mahdollisimman paljon. Kategoriaan kuulumiseen riittää se, että jutussa tuodaan esiin, kuinka kiinalaiset viipyvät Suomessa vain muutaman

tunnin tai ehkä pari päivää. Varsinaisesti jutussa ei tarvitse korostaa, kuinka turisteilla on koko ajan kiire.

7. Markkinointi

Tähän teemaan kuuluvat jutut käsittelevät matkailun markkinointia. Esimerkiksi mitä aktiviteetteja tai kohteita eri maalaisille matkailijoille markkinoidaan ja millaisia markkinointitoimenpiteitä Suomen valtion tai matkailutoimijoiden tulisi tehdä, jotta Suomeen saataisiin lisää matkailijoita ulkomailta. Kiinalaisille markkinoidaan tyypillisesti puhdasta luontoa, revontulia ja joulupukkia, joten tämä teema liittyy läheisesti teemaan kaksi: eksoottinen Suomi.

8. Sijoitukset

Sijoitukset-teemaan olen laskenut ne jutut, joissa puhutaan jollakin tavalla kiinalaisten investoinneista Suomeen.

9. Muut

Yhdeksäs teema ei ole varsinainen teema itsessään, vaan siihen kuuluvat jutut, jotka eivät sovellu muihin teemoihin.

Seuraavassa taulukossa on esitetty, monessako kyseisen median jutussa kyseinen teema on havaittavissa.

Taulukko 1: Löytyneet teemat juttumäärien mukaan medioittain

Kategoria / Media	Helsingin Sanomat	Yle uutiset
Tyhmät turistit	2	10
Eksoottinen Suomi	33	47
Rikkaat turistit	23	15
Huomioiva Suomi	15	27

Kritiikki	7	7
Kiireinen turisti	14	17
Markkinointi	24	45
Sijoitukset	2	10
Muut	3	9

Sekä Helsingin Sanomien että Ylen jutuissa eniten toistuivat teemat eksoottinen Suomi, markkinointi sekä huomioiva Suomi. Tyhmiä turisteja käsitteleviä juttuja oli vain muutamia. Myöskään sijoituksia tai kritiikkiä ei kovin monessa jutussa mainittu.

Ylen kaikkiaan suurempaa juttumäärää voi osin selittää se, että Ylellä on aluetoimituksia eri puolilla maata, joten kiinalaisia matkailijoita käsittelevä juttu voi olla tiettyyn maakuntaan tai alueeseen, kuten Saimaan ympäristöön keskittyvä ja samalla toinen aluetoimitus on voinut tehdä samalla tavalla omalta alueeltaan ”tuleeko meidän alueellemme kiinalaisia”-jutun. Helsingin Sanomilla on aluetoimittajia, muttei esimerkiksi verkkosivuilla erillisiä maakuntakategorioita. Yle taas tekee esimerkiksi alueellisia tv- uutislähetysiä, joten samasta aiheesta on todennäköisesti tehty verkkoon myös kirjoitettu juttu. Seuraavassa taulukossa on jaoteltu aineistoni jutut median ja jutun julkaisuvuoden mukaan.

Taulukko 2: Jutut julkaisuvuoden mukaan

Vuosi / Media	Helsingin Sanomat	Yle uutiset
2015	15	12
2016	16	33
2017	14	30
2018	9	19

5.3 Aineiston analyysi

Olen analysoinut aineistoa lukemalla jutut läpi ja kirjaamalla ylös havaitsemani teemoihin viittaavat asiat. Esimerkiksi kun jutussa on mainittu matkailijoiden töppäilyt, olen kirjannut ylös, että kyseisestä jutusta löytyy teema ”tyhmät turistit”. Olen kerännyt ylös esimerkkejä jutuista, joista eri teemoihin sopivia piirteitä olen havainnut. Analyysiosio on pääosin jaoteltu teemoittain, mutta osa jutuista on mainittu useassa kohdassa johtuen siitä, että monissa jutuissa on havaittavissa piirteitä kahdesta tai useammasta tutkimukseni teemasta.

Useimmissa aineistoni jutuissa on tuotu esiin monta tutkimaani kategorialaajaa samassa jutussa. Muun muassa Yle uutiset 7.1.2016 kertoo kiinalaisten löytäneen Lapin puhtaan ilman. Jutussa haastateltu kiinalainen matkailija kertoo innoissaan tapaamisestaan Joulupukin kanssa. Samassa jutussa mainitaan kiinalaisten käyvän Lapissa osana laajempaa kiertomatkaa ja viipyvän vain pari päivää. Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n toimitusjohtaja kertoo lisäksi siitä, että moni yritys rekrytoi kiinaa puhuvaa henkilökuntaa ja kääntää esitteitä kiinaksi. Hän myös mainitsee, kuinka kiinalaiset ovat avokätisiä rahankäytön suhteen. Toisin sanoen juttu on eksoottinen Suomi, kiireinen turisti, huomioiva Suomi ja rikas turisti -kategorioihin kuuluva.

5.3.1 Tyhmät turistit

Yle uutiset (10.7.2016) selittää kiinalaisten matkailubuumia muun muassa keskiluokan vaurastumisella. Ylen mukaan nyt on meneillään kiinalaisturismin ensimmäinen aalto ja vertaa sitä suomalaisten etelänlomailuun 1970-luvulla, jolloin Kanarian saarille lennettiin syömään lihapullia ja perunamuusia.

Suomalaisetkin lensivät valmismatkoille, söivät matkoillaan mielellään kotimaasta tuttua ruokaa ja puhuivat huonosti vieraita kieliä.

Siksi on helppo ymmärtää, etteivät myöskään kiinalaisten ensimmäiset ulkomaanmatkat välttämättä ole kaikin puolin onnistuneita. Ykköskategoriaan kuuluvia, tyhmiä turisteja

käsitteleviä juttuja löytyi 12 kappaletta. Yle uutisoi marraskuussa 2017 päällistelyonnettomuuksien riskistä, kun ajokorttilainsäädäntö muuttui alkuvuodesta 2018 mahdollistaen kiinalaisten autoilun ja moottorikelkkailun Suomessa.

Islannissa kiinalaiset ovat päässeet ajamaan jo aiemmin sillä seurauksella, että he ovat onnettomuustilastoissa kakkosena heti islantilaisten jälkeen.

– Islantilaiset kollegat ovat kertoneet, että turistit pysäyttävät auton keskelle tietä, menevät ulos ihailemaan maisemia ja ottamaan valokuvia. Ne ovat kuitenkin maanteitä, joissa ajetaan kahdeksaakymppiä ja sitten syntyy onnettomuuksia, kertoo järjestöpäällikkö Pasi Anteroinen Liikenneturvasta.

Anteroinen toteaaakin, että suomalaisten autovuokraamoiden kannattaa ottaa mallia islantilaisvuokraamoista ja kertoa, että teiden varsilla on aivan erityiset paikat auton pysäköimistä varten. (Yle uutiset 9.11.2017)

Samassa 9.11.2017 julkaistussa uutisessa nostetaan esiin kaksi ongelmaa ulkomaalaisten turistien ajotavoissa: tottumattomuus talviolosuhteisiin sekä kotimaan Suomesta eroavat ajotavat:

Miljoonakaupungista tuleva saattaa harhautua luulemaan, ettei Lapin teilläkään liiku koskaan kukaan, jos kanssa-autoilijoita ei vähään aikaan näy. Tyhjiä teillä kaasupoljinta on kiusaus huudattaa, kun kerrankin ei tarvitse madella ruuhkassa. Liikennekulttuuri jättää toivomisen varaa Etelä-Kiinan suurkaupungeissa, joista Lapin kiinalaisturistit pääosin tulevat. Moottoripyörällä Kiinassa liikkunut professori kuvailee, että liikennettä ei osata ennakoita ja ajotyyli on itsestä. Varsinaista huolta herättää kuitenkin talviajo.

– Etelä-Kiinasta tulevilla ei ole kokemusta talviajosta. Pahoin pelkään, että siinä voi tulla haasteita.

Ulkomaalaiset ovat jonkun verran yliedustettuina Lapin tieliikenneonnettomuuksissa, useimmiten kyse on ojaanajosta talvisella tiellä.

Toisaalta ajokorttiuudistus on myös huomioiva Suomi -kategoriaa, koska lainsäädäntöä uudistamalla Suomi helpottaa ulkomaalaisten matkailijoiden liikkumista Suomessa. Päällistelyonnettomuuksien pelosta huolimatta lakimuutos ei ainakaan heti näkynyt matkailussa (Yle uutiset 16.2.2018). Maailmanpolitiikka huomioon ottaen on myös mielenkiintoista, että ennen uudistusta taiwanilaisella tai hongkongilaisella ajokortilla sai ajaa Suomessa, mutta mannerkiinalaisella ajokortilla ei. Kiina kiristää otettaan Hongkongista ja pitää Taiwania kapinoivana maakunta, mutta kummallakin alueella on muun muassa omat passit ja ajokortit. Yle uutisoi 26.6.2018, ettei kiinalaisten ajo-oikeus tuonutkaan pelättyjä ”päällistelyonnettomuuksia”. Tyhmät turistit -teemaan kuuluu myös

uutinen lievästä valtionrajarikoksesta, johon Suomen ja Venäjän väliselle rajavyöhykkeelle eksyneet matkailijat syyllistyivät (Helsingin Sanomat 3.9.2018).

Maininta tyhmien turistien koheltamisesta löytyy myös Helsingin Sanomien 4.11.2017 julkaistusta uutisesta, jossa selvitetään, mikseivät Alibaban lupaamat 50 000 kiinalaista saapuneetkaan Suomeen. Jutussa on haastateltu rovaniemeläistä yrittäjää Ilkka Länkistä.

Länkinen ei enää vie kiinalaisia moottorikelkkailemaan, koska koko ajan joku ajaa pusikkoon. Nyt kelkkailuun on onneksi saatu kiinankieliset ohjeet.

Länkinen kertoo, että kiinalaisten autoja on kiskottu talvisin ojasta, vaikka kiinalaisella kortilla ei saa ajaa Suomessa. (Helsingin Sanomat 4.11.2017)

Yle uutisten 27.12.2017 jutun ingressin mukaan "turisteihin kannattaa suhtautua kuin poroihin. Molempia voi yllättäen ilmaantua ajotielle." Juttu kertoo vaaratilanteista, joita turistit aiheuttavat, mutta toisaalta myös turistien huomioimisesta, koska Rovaniemelle on asennettu lisää esimerkiksi Arktikumiin neuvovia opastekylttejä.

Ylen uutinen 30.11.2018 kertoo Inarin kunnan tekemästä turistiohjeistuksesta. Jutussa ei suoraan mainita nimenomaan kiinalaisten turistien kohelluksia, mutta ohjeistus on tehty myös kiinaksi ja juttuun on haastateltu taiwanilaisia turisteja. Kuvaukset turistien edesottamuksista vastaavat muualla uutisoituihin juttuihin kiinalaismatkailijoista, joten voisi olettaa, että osa Inarin koheltajista olisi kiinalaisia.

Pienessä pohjoisen kylässä puhe on paikallisten keskuudessa kääntynyt viime vuosina hyvin usein matkailijoihin, jotka pyörivät paikallisten ihmisten ikkunoiden alla, laskevat mäkeä maanteillä, kävelevät hiihtoladuilla – ja onpa kylällä liikkunut tarinoita siitäkin, että turistit olisivat käyneet tarpeillaan yksityisten ihmisten pihamailla. [...] Turvallisuusohjeistuksessa kerrotaan sekä kuvin että sanoin esimerkiksi siitä, missä on luvallista ja turvallista liikkua, miten pakkasella tulee pukeutua, minne roskat kuuluvat sekä kannattaako auton rattiin hypätä itse vai ei. (Yle uutiset 30.11.2018)

Samassa 30.11.2018 jutussa ääneen pääsee myös paikallinen asukas, jonka pihalle matkailijat olivat eksyneet. Matti Lehtola kertoo jutussa, miltä tuntuu, kun omalle kotipihalle ilmestyy vieraita ihmisiä.

Eräänä talvisena iltana Lehtola ja hänen vaimonsa Aino hätkähtivät, kun turistit kurkistelivat ikkunasta sisään.

– Istuin pöydän ääressä lähellä ikkunaa. Täytin ristisanaa. Aino oli olohuoneen puolella ja luki jotain. Oli pimeää. Yhtäkkiä huomasin, että ikkunassa on jotakin. Siellä oli ihmisen päitä, yksi, kaksi, kolme, neljä. Sanoin Ainolle, että täällä on ihmisen päitä täällä pimeällä

puolella taloa. Aino sanoi, että niin on täälläkin, Matti Lehtola muistelee. (Yle uutiset 30.11.2018)

Haastateltaviksi turistien kohelluksia käsitteleviin juttuihin on valikoitunut muun muassa liikennealan asiantuntijoita tai poliiseja. Vaikka teema onkin tyhmät turistit, jutuissa ei nouse esiin suuria ja katastrofaalisia töppäilyjä. Gradun johdannossa mainitulle mustalle listalle joutuneiden kaltaisia tekoja ei aineistostani löytynyt. Kiinalainen matkailija ei esimerkiksi suutuspäissään ole pahoinpideltyt matkaopasta tai syyllistynyt muihin rikoksiin. Toisaalta kulttuurierot voivat näkyä myös suhtautumisessa vieraisiin ihmisiin omalla kotipihalla, joissakin maissa eksynyttä matkailijaa voitaisiin herkästi luulla murtovarkaaksi.

5.3.2 Rikkaat turistit

Kiinalaisten runsaasta rahankäytöstä löytyi mainintoja 38 tutkimastani jutusta. Esimerkiksi Helsingin Sanomien uutinen 3.12.2015 oli vahvasti tilastopainotteinen ja kertoi lähinnä erilaisia lukuja. Otin sen aineistooni mukaan, koska juttu kuitenkin kertoo, että kiinalaisten määrä on kasvanut ja he käyttävät paljon rahaa.

[Helsingin kaupungin markkinointiin keskittyneen Visit Helsingin] teettämän selvityksen mukaan pääkaupunkiseudulla kävi tammi–syyskuussa 360 000 kiinalaista, jotka kuluttivat vierailunsa aikana keskimäärin lähes 380 euroa. Yhteensä he käyttivät tammi–syyskuussa pääkaupunkiseudulla noin 137 miljoonaa euroa. [...] Yksi venäläinen kulutti vierailullaan keskimäärin noin 165 euroa. (Helsingin Sanomat 3.12.2015)

Kiinalainen matkailija käyttää Suomessa enemmän rahaa kuin venäläinen matkailija, joten kiinalaisille matkailijoille kannattaa tarjota ostosmahdollisuuksia. Kun tietää, millaisista tuotteista mahdolliset asiakkaat ovat kiinnostuneita, kyseisiä tuotteita voi hankkia valikoimaan. Sama pätee arkisempiinkin asioihin, kuten vaikka oman lähikaupan leipävalikoimaan. Ostosten tekemisen helpottaminen liittyy myös toiseen kategoriaan eli ”huomioiva Suomi”. Kiinalainen luottokortti Union Pay on yhä suosituimpi maksuväline myös Suomessa. Kauppias joutuu itse punnitsemaan, kannattaako ottaa käyttöön uusi maksutapa, vaikka siitä aiheutuisi kustannuksia.

Kiinalaisten oma luottokortti Union Pay on noussut nopeasti varteenotettavaksi tekijäksi maailman maksukorttimarkkinoilla. [...] Kiinan keskushallinto suosii Union Payta myös

niin, että sillä tehtyjä ostoja ja käteisnostoja ovat koskeneet lievemmat valuuttarajoitukset kuin muita ostotapoja ulkomailla.

Union Pay on kauppiaille selvästi Visaa tai Mastercardia kalliimpi. Kauppias maksaa korttistoista prosenttimääräisen provision maksujen välittäjälle. [...] kortin hyväksyminen voi kuitenkin kannattaa, koska kertaostot ovat olleet kauppiaiden kokemusten mukaan suurempia kuin muilla korteilla. Toivosen mukaan se johtunee juuri valuuttarajoituksista. (Helsingin Sanomat 20.11.2015)

Helsingin Sanomien uutinen 6.4.2017 puolestaan kertoo mobiilimaksuista. Monessa kiinalaisten suosimassa kohteessa Suomessa on otettu käyttöön mobiilimaksujärjestelmä Alipay. Juttuun haastateltu Alipayn Euroopan markkinointijohtaja Pamela Hsieh kertoo, että Kiinassa Alipayn käyttäjä käyttää sovellusta muun muassa elokuvalippujen ostoon, sähkölaskun maksamiseen sekä lääkäriajan varaamiseen.

Alkuvuodesta Finnairista tuli maailman ensimmäinen lentoyhtiö, joka hyväksyi Kiinan lennoillaan maksutavaksi Alipayn. Nyt kiinalaiset matkustajat maksavat matkustamon ostoksensa näppärästi kännykkää vilauttamalla. Kiinalaisten suosimat matkamuistoliikkeet Helsinki-Vantaan lentoasemalla hyväksyvät niin ikään Alipayn, samoin kuin jo kymmenet hotellit, ravintolat ja myymälät etenkin pääkaupunkiseudulla ja Lapissa. Alipaytä orjallisesti käyttävä kiinalainen turisti pärjää Suomen-lomalla ilman, että hän vaihtaa lainkaan yuaneja euroiksi tai vilauttaa luottokorttia – melkein kuin Kiinassa. (Helsingin Sanomat 6.4.2017)

Suomessa käteismaksut vähenevät tilastojen mukaan koko ajan ja yhä useampi ostos maksetaan pankki- tai luottokortin lähimaksuominaisuudella. Kiinassa jo pidemmän aikaa suositut mobiilimaksut ovat vähitellen suosituimpia myös Suomessa. Sen sijaan esimerkiksi Saksassa ja Itävallassa käteismaksut ovat yhä yleisiä ja monessa paikassa pankki- tai luottokortti ei välttämättä kelpaa lainkaan maksuvälineenä. Suuremmat ostokset voivat siten jäädä tekemättä, jos matkailija ei voi maksaa ostoksia itselleen mieluisalla tavalla.

Mobiilimaksut vaativat toimiakseen kännykän. Aika ajoin esimerkiksi korttimaksuista ja käteisestä luopumisesta keskusteltaessa nousee esiin luotettavuus. Korttipäätte voi olla rikki tai nettiyhteys huono, jolloin kortilla tai mobiilisovelluksella ei voi maksaa. Käteinen sen sijaan useimmiten toimii. Mobiilimaksuihin liittyy myös kysymys sovellusten luotettavuudesta, etenkin kun huomioidaan uutiset kiinalaisten telealan yhtiöiden vakoiluun liittyen (ks. luku 2.3 Kiina muualla maailmassa). Aineistossani kiinalaisiin maksutapoihin suhtaudutaan kuitenkin hyvin myönteisesti eikä kritiikkiä näy.

Kenties mielenkiintoisin kiinalaisten rahankäyttöä ja matkailijoiden huomioimista käsittelevä uutinen liittyy kullanhuuhdontaan. Jo 1800-luvulla Lapista lähdettiin etsimään kultaa. Nykyisten verosäännösten vuoksi suomalaiset yritykset eivät enää lähde virkistyslomille Lappiin kultaa huuhtomaan, joten kiinalaisista matkailijoista toivotaan piristystä alalle.

Kullankaivukausi on paraikaa alkamassa, ja Holmiston kullankaivuhotelli alkaa olla valmis. Vielä on asennettava langaton internetyhteys ja Alipay-mobiilimaksujärjestelmä. Viimeksi mainittu on kiinalaisia varten. Kiinalaisturistien suhtautumista kullankaivuun ei vielä tiedetä. Kiinalaiset ovat kullankaivuturismin uusi toivo. Kymmenen vuotta sitten muuttui verotus, ja firmojen maksamat matkat muuttuivat veronalaiseksi tuloksi. Holmiston yrityksen liikevaihto romahti. (Helsingin Sanomat 18.6.2017)

Mielenkiintoinen havainto on, että Helsingin Sanomien 22.5.2015 julkaistu *Vauraista kiinalaisturisteista toivotaan merkittävää piristysruisketta Suomen taloudelle* -juttu sekä 23.5.2015 julkaistu Helsingin Sanomien *Kiinalaiset matkailijat alkavat löytää Suomea* -juttu ovat pitkälti toistensa kopioita, joitakin kohtia on muutettu ja samoin parin kappaleen paikkaa. Molemmissa jutuissa kirjoittajana on Helsingin Sanomien toimittaja Mikko Paakkanen. Molemmat muun muassa alkavat samalla kappaleella:

Kun kaksi kiinalaista matkailuyrittäjää lyö upouudelle viisumitiskille pinot kiinalaisia passeja ja viisumihakemuksia, tilanteen keskeyttää tiskin taakse ilmestynvä joulupukki. Matkailuyrittäjät nyökkäilevät ja ovat ymmärtävinään, kun joulupukki kyselee kuulumisia englanniksi.

Matkailun merkittävyys elinkeinona nousee samassa 22.5.2015 julkaistussa Helsingin Sanomien jutussa esiin Visit Finlandin yhteiskuntasuhdepäällikkö Jari Ahjonharjun sitaatissa: ”Ulkomailta tuleville matkailijoille myytävät palvelut ovat käytännössä vientiä, koska turistit tuovat valuuttoja. Suomelle matkailu on yksi suurimmista vientialoista”.

5.3.3 Kiireinen turisti

Kiinalaisturistit haluavat kokea matkallaan mahdollisimman paljon ja aikaa ei yleensä ole kovin paljon. Kaikkiaan kiire löytyi 31 eri jutusta. Suoranaisesti kiire-sanaa ei 23.5.2015

julkaistussa jutussa mainita, mutta juttu on esimerkki kiireinen turisti -teemasta, koska lyhyessä ajassa tehdään paljon.

Tyypillinen kiinalaisturisti ei viivy Lapissa pitkään, vaan kyse on parin päivän pyrähdyksestä osana pidempää Euroopan-kiertomatkaa. Tarkoitus on kokea lyhyessä ajassa mahdollisimman paljon. Turisti voi käydä saman päivän aikana porotilalla, joulupukin luona, jokiristeilyllä ja ostoksilla. Vaikka kiinalaisia tulee Lappiin eniten talvella, matkailuyrittäjien kasvuodotukset kohdistuvat kesään. Silloin kiinalaiset lähtevät sankoin joukoin Eurooppaan. Helsingin Sanomat (23.5.2015)

Samassa Helsingin Sanomien uutisessa on haastateltu matkatoimisto Arctic Chinan toimitusjohtajaa Tang Chaoa, joka muun muassa kertoo Rovaniemelle avaamastaan kiinalaisesta ravintolasta. Kiinalaisille eivät riitä luonnonihmeet, vaan heille pitää tarjota ”viihdykettä, osallistumista ja hauskanpitoa.” Uutisessa on kiireinen turisti -kategorian lisäksi myös piirteitä ”rikas turisti” ja ”huomioiva Suomi” -kategorioista.

Kiinalaismatkailija haluaa maistaa paikallisia erikoisuuksia, mutta kaipaa myös kotoisia makuja. "Kun olen vienyt kiinalaisryhmiä Pohjois-Lappiin, jossa ei ole kiinalaisia ravintoloita, matkailijat ovat kuskanneet mukanaan pikanuudeleita ja kiinalaisia välipaloja ja syöneet niitä", Tang Chao sanoo. [...]

"Kiinalaiseen kulttuuriin kuuluu tuliaisten vieminen sukulaisille. Tuliaiset ovat usein laadukkaita", sanoo Santa's Hotels -ketjun myyntijohtaja Jussi Perkkiö. Perkkiön mukaan rahaa palaisi enemmänkin, jos Suomessa voisi käyttää kiinalaista UnionPay -pankkikorttia. Helsingin Sanomat (23.5.2015)

Kiinalainen haluaa syödä paikallista ruokaa, mutta toisaalta kuitenkin kaipaa kiinalaista ravintolaa. Ilmiö lienee universaali, sillä Kanarian saarilta ja muista suomalaisten matkailijoiden suosimista lomakohteita voi löytää ravintoloita, joissa on suomenkielinen ruokalista ja valikoimassa muun muassa lihapullat ja perunamuusi. Uutisessa hotellin myyntijohtaja nosti esiin sen, että kiinalaisten maksutapojen hyväksyminen lisäisi kiinalaisten matkailijoiden ostosintoa. Toisaalta vähitellen kiinalaiset ovat uskaltaneet kokeilemaan myös paikallisia herkkuja, kenties hieman omalla tyyllillään tosin.

Hotellin johtajan Jukka Räisäsen mukaan aasialaiset eivät ole enää niin nirsoja ruuan suhteen kuin joskus aiemmin. He matkustavat nimenomaan hakeakseen uusia kokemuksia. [...] Siinä missä japanilaiset ovat kultivoituneita eksotiikan hakijoita, kiinalaiset ovat rohkeita kokeilijoita, hotelli Helkan Jukka Räisänen sanoo.

”Jos japanilaiset haluavat tietää, mitä karjalanpiirakka on ja mitä sen päälle laitetaan, kiinalaiset ottavat karjalanpiirakan ja lähtevät kokeilemaan siihen vaikka mansikkahilloa.” (Helsingin Sanomat 30.12.2017)

Kiireinen turisti ei aina näy matkailutilastoissa. Turussa matkailukesä 2017 oli hyvä, mutta erikoista on se, että kiinalaiset turistit ovat kenties piipahtaneet ainoastaan paikallisessa kiinalaisravintolassa syömässä matkallaan Helsingistä kohti Turun satamaa ja ruotsinlaivaa. Tutustuminen Turun nähtävyyksiin tai suomalaiseen kulttuuriin jää silloin heikoksi.

Tilastoissa eivät näy myös läpikulkijat, jotka eivät majoitu kaupungissa. Näiden joukossa on muun muassa tuhansia, jopa toistakymmentä tuhatta kiinalaisturistia. Turistit ovat vain ohikiitäviä, mikä on erittäin mielenkiintoinen sanavalinta.

– He lentävät Helsinkiin ja tulevat Turkuun syömään kiinalaiseen ravintolaan. Yöpyminen tapahtuu ruotsinlaivalla, [matkailujohtaja Anne-Marget] Hellén listaa.

Ohikiitävät kiinalaiset eivät jätä Turkuun juurikaan euroja. Myös risteilyturistit shoppailevat kaupungissa vain pikaisesti. (Yle uutiset 1.8.2017)

Kiireisiä turisteja käsittelee myös Helsingin Sanomien uutinen 14.2.2016. Helsinki-Vantaan kautta lentävien aasialaisten kauttakulkumatkustajien halutaan pysähtyvän Helsinkiin. Jutun ingressi kysyy: ”Mitä tarjottavaa helmikuun Helsingillä olisi nuorelle japanilaisnaiselle?” Jutussa kierretään Helsinkiä nuoren japanilaisnaisen matkassa. Varsinaisesti jutussa ei siis ole mukana kiinalaista matkailijaa, mutta jutusta käy ilmi, että stopover-palvelun kohderyhmää ovat kiinalaiset, japanilaiset ja korealaiset. Finnairilla on suoria lentoja useisiin eri kohteisiin Kiinassa, Japanissa ja Etelä-Koreassa.

Kiireisistä matkailijoista kertoo myös Helsingin Sanomien 6.4.2016 julkaistu uutinen, jonka otsikko on ”*Olen tulossa kuudeksi tunniksi, mitä suosittelet?*” – *Helsinki hakee lisätuloja lentokonetta vaihtavista*. Jutussa pohditaan muun muassa Guggenheim-museon mahdollista tuloa Helsinkiin, mutta pääosassa ovat silti aasialaismatkailijat, joiden halutaan pysähtyvän Helsinkiin vaikka vain muutamaksi tunniksi. Kyseessä ovat nimenomaan Finnairin lennoilla Aasiasta muualle Eurooppaan matkustavat ja yllä mainittu stopover-palvelu.

5.3.4 Huomioiva Suomi

Kiinalaisten huomiontiin kuuluu esimerkiksi erilaisten palveluiden tarjoaminen kiinan kielellä. Teema toistuu yhteensä 42 aineistoni jutussa. Yksi esimerkki huomioimisesta on

oman kiinankielisen lehden julkaiseminen. Joissakin pohjoisen hiihtokeskuksissa on aiemmin julkaistu paikallisia matkailulehtiä venäjäksi.

Suomessa on alkanut ilmestyä kiinankielinen aikakauslehti, Santa24. Ensimmäisen numeron pääosassa ovat Lappi ja Helsinki. Lehden tarkoitus on kertoa Suomen tarjoamista palveluista, kuten muun muassa peruspalveluista, majoituksesta, aktiviteeteistä, designistä ja koulutuksesta. Lehden kustantajan Jorma Aulan mukaan kiinankielistä informaatiota tarvitaan, sillä kaikki kiinalaiset eivät osaa englantia. (Yle uutiset 5.12.2016)

Eräs mielenkiintoisimmista huomiointiaiheisista uutisista on kulttuuriuutinen. Rovaniemen teatteri esitti Marko Leinon romaaniin pohjautuvaa, Juha Wuolijoen ohjaamana elokuvanakin tunnettua Joulutarinaa talvella 2017-2018. Teatteri halusi houkutella ulkomaalaisia matkailijoita ja päätti siksi tekstittää esityksen. Tekstitys on tyypillistä esimerkiksi oopperoissa, joissa tarinaa eteenpäin vievä libretto on usein saksaksi tai italiaksi, jolloin kielitaidottoman on vaikea seurata tarinan etenemistä.

Rovaniemen teatteri tavoittelee matkailijoita katsomoonsa tekstittämällä ensimmäistä kertaa teatteriesityksensä. Musiikinäytelmä Joulutarina palaa näyttämölle ensi kuun alussa. Kaikki Joulutarinan näytökset on tekstitetty englanniksi ja kiinaksi.

Teatterin markkinoija Kati Kuha kertoo, että esitykset päätettiin tekstittää kahdella kielellä. Mielipidettä toisesta kielestä englannin lisäksi kysyttiin paikallisilta matkailuuhmisiltä, ja he suosittelivat kiinaa. (Yle uutiset 16.10.2017)

Huomiointi-kategoriaan olen myös laskenut mukaan erilaiset suomalaiselle henkilökunnalle tarjottavat koulutukset. Yle uutisoi Saimaan alueen markkinointiongelmasta. Kiinalaiset haluavat valmiin matkapaketin, jota matkatoimisto voisi myydä matkailijoille.

Saimaan alueella matkailuyrittäjille on järjestetty Kiina-koulutusta viime syksystä lähtien ja matkailun markkinointiyhtiö GoSaimaa päättää lähipäivinä osallistumisesta Visit Finlandin markkinointitapahtumaan Hongkongissa. Etelä-Karjalasta tutustumismatkoja Kiinaan tekee myös paikallinen yrittäjäjärjestö. Puutteena on kuitenkin incoming-toiminnan järjestäminen, eli majoituksen ja eri matkailupalvelujen räätälöiminen yhdeksi matkapaketiksi, jota kiinalaiset matkanjärjestäjät voivat myydä edelleen osana valmismatkaa. (Yle uutiset 29.1.2016)

Haasteena on kilpailu, samassa jutussa (Yle uutiset 29.1.2016) puhutaan markkinoinnista. Esimerkiksi Norja käyttää matkailumarkkinointiin huomattavasti enemmän rahaa kuin Suomi. Turisti saattaa paremman markkinoinnin vuoksi valita matkakohteekseen Norjan eikä Suomen.

Kiinalaisten matkailijoiden huomioiminen ei välttämättä toimi halutulla tavalla kulttuurierojen vuoksi. Kemin kaupunki halusi järjestää kiinalaisille turisteille opastettuja ostoskierroksia, jotta matkailijat pääsisivät helpommin tutustumaan suomalaisiin tuotteisiin. Ongelmaksi osoittautui se, että kiinalaisen kulttuurin mukaan järjestetty ostoskierros tarkoittaa myös ostopakkoa, joten turistit eivät siksi kierroksille halunneet osallistua. (Yle uutiset 5.2.2016.)

Toisaalta huomioiminen voi olla myös periaatteessa yksinkertaisia asioita. Heikosti englantia osaava kiinalainen kokee olonsa paremmaksi, kun esimerkiksi Helsinki-Vantaan lentoasemalta löytyy opasteet myös kiinaksi (Yle uutiset 26.8.2016). Zhang, Pearce, Chen (2019, 73) mainitsevat kiinalaiseen kulttuurin kuuluvan kasvojen käsitteen. Kasvot liittyvät siihen, kuinka ihminen ankkuroi itsensä toisten silmissä. Kiinan kielessä englannin face-sanaa vastaavat sekä maineeseen ja saavutuksiin liittyvä *mianzi* että *lian*, joka tarkoittaa velvollisuuksien täyttämistä ja kelpoisena ihmisenä olemista. Turistien huono käytös voi johtaa kasvojen menettämiseen muiden ihmisten silmissä. Ylen uutisessa 26.8.2019 muun muassa todetaan, ettei kiinalaiselle matkailijalle ole soveliaista sanoa suoraan sanaa ei. Parempi tapa kertoa esimerkiksi, ettei tuotteesta voi antaa alennusta, on vain sanoa, että tuotteella on ”vakiohintaa”. Kiinalainen voi kokea, että suomalainen myyjä menettää kasvonsa, mikäli myyjä sanoo suoraan ei.

5.3.5 Eksoottinen Suomi

Lappi ja Suomi ovat kiinalaisille eksoottisia matkakohteita. Teema olikin selvästi useimmin toistuva, Helsingin Sanomilla 33 jutussa ja Ylellä 47 jutussa. Yle uutiset kirjoitti syyskuussa 2016 kiinalaismatkatoimisto Alitripin ensimmäisistä Suomeen saapuneista matkailijoista. Samassa jutussa mainitaan myös se, että Suomeen saapuvat kiinalaiset ovat hyvätuloisia, joten juttu voidaan laskea sekä kategoriaan eksoottinen Suomi että kategoriaan rikkaat turistit. Jutussa haastateltu hotelliketjun johtaja kertoo myös uskovansa siihen, että lähitulevaisuudessa Kiinasta on suoria lentoja Lappiin. Lennot eivät varsinaisesti kuulu huomioiva Suomi -kategoriaan, sillä lentoreittien avaaminen on monimutkainen prosessi eivätkä suorat lennot välttämättä ole kotimaisen Finnairin lentämiä.

[Santa's Hotelsin myyntijohtaja Jussi] Perkkiön mukaan kiinalaisille Lapin hiljaisuus, rauhallisuus ja esimerkiksi revontulet ovat todellista eksotiikkaa, eikä Lappia myydä heille vain lumisena joulupukin maana. (Yle uutiset 19.9.2016)

Eksoottisuus ja erilaiset elämykset ovat osa matkailua. Kiinan lisäksi japanilaiset ovat kiinnostuneita Suomen-matkailusta. Kaikki aasialaiset matkailijat eivät ole kiinnostuneita samoista asioista. Yle uutisten juttu 5.9.2016 kertoo matkailuhankkeista, joilla kiinalaisia ja japanilaisia matkailijoita houkutellaan Suomeen sekä myös kahden Aasian maan ihmisten erilaisista kiinnostuksenkohteista. Kainuussa oli tuolloin suunnitteilla leirikouluja japanilaisille ja kiinalaisille koululaisille.

Japanilaiset matkailijat ovat jutun mukaan hyvin kiinnostuneita suomalaisesta kulttuurista ja elämäntavasta. Jutussa haastatellun projektipäällikön Topi Sarparannan mukaan esimerkiksi mustikat, saunat ja metsä liittyvät siihen. Uusi trendi ovat vierailut suomalaisten kodeissa, mikä mahdollistaa tavallisen suomalaisen elämäntavan näkemisen. Kiinalaiset ovat erilaisia. Vaikka jutussa ei suoraan puhuta tiukasta aikataulusta, sana ”multiaktiiviteettiviikko” kuvastaa halua kokea paljon lyhyessä ajassa. Jutussa on siten myös piirteitä kiireinen turisti -kategoriasta.

– Kiinalaisille voi edelleen markkinoida Vuokattia myös revontulien kautta. He hakevat tällaisia perinteisiä multiaktiiviteettiviikkoja, joissa on laskettelua, moottorikelkkailua ja Husky-ajelua. Paikallisen kulttuurin kokeminen ei ole niin vahvassa asemassa kiinalaisilla, kun se on japanilaisilla, kertoo Sarparanta. (Yle uutiset 5.9.2016)

5.3.6 Markkinointi

Yksittäiset hotellit voivat panostaa Kiina-markkinointiinsa. Asikkalassa sijaitseva Hotelli Tallukka jopa palkkasi oman työntekijän Kiinaan itseään markkinoimaan. (Yle uutiset 21.3.2018). Jutussa näkyy myös massaturismin kritiikkiä. Osa suomalaisista ei halua matkustaa Espanjan Aurinkorannikolle, koska suomalaisia on siellä jo niin paljon. Käykö Lapille samoin kiinalaisten silmissä?

Markkinointiin voi toisaalta saada apua kiinalaisilta itseltään. Keväällä 2016 Rovaniemellä ja Levillä kuvattiin suosittua kiinalaista We are in love -realitysarjaa (Yle

uutiset 29.3.2016). Suuryhtiö Alibaba ja sen omistama matkatoimisto Alitrip järjestivät Rovaniemellä Voice of China -laulukilpailun voittajien konsertin, joka striimattiin suosittuun kiinalaiseen videopalveluun (Yle uutiset 27.10.2016). Lapin näkyminen paikallisissa televisio-ohjelmissa voi tuoda Suomeen lisää matkailijoita Kiinasta.

Matkailumarkkinointia ja palveluiden testaamista voi tehdä myös yhteistyössä erilaisten bloggareiden ja muiden sosiaalisen median toimijoiden kanssa. Finavia rakensi syksyllä 2017 Helsinki-Vantaan lentoasemalle pienen mökin, johon kiinalainen bloggari Ryan Zhu asettui asumaan. (Yle uutiset 8.11.2017). Tarkoituksena oli sekä markkinoida Suomea ja Helsinki-Vantaata kiinalaisissa sosiaalisen median kanavissa, mutta Zhu myös antoi neuvoja siitä, miten lentokentästä saisi kiinalaisille matkailijoille paremman. Esimerkiksi siellä tulisi olla kuumavesipiste sekä kiinalainen ravintola.

Matkailu ja vienti liittyvät oleellisesti yhteen. Yle uutiset (22.2.2016) kertoi Lahden seudulla vierailleista kiinalaisista talviurheiluihmisistä. Pekingissä järjestetään talviolympialaiset vuonna 2022. Kiina haluaa saada miljoonat kansalaisensa innostumaan talviurheilulajeista. Suomella on osaamista esimerkiksi hiihdon MM-kisojen järjestämisestä, joten toisaalta yhteistyö voisi olla sitä, että autetaan Kiinaa talviurheilukeskusten rakentamisessa, mutta samalla Kiinasta voisi tulla Suomeen myös tavallisia matkailijoita talviurheilua harrastamaan.

Markkinointihaasteena on myös alueiden yhtenäisyys. Eri kaupungeilla ja seuduilla on omia matkailumarkkinointihankkeita sekä erilaisia ”Visit Kaupunki/Alue”-nimisiä markkinointisivustojaan. Esimerkiksi Itä-Suomesta löytyy Visit Saimaa, Go Saimaa, Visit Varkaus, Visit Mikkeli, Visit Savitaipale, Visit Lappeenranta, Visit Imatra, Visit Punkaharju, Visit Savonlinna, Visit Lakeland sekä Visit Karelia. Runtasivustojen määrä voi hämmentää matkailijaa. Etelä-Karjalan kauppakamarin toimitusjohtaja Mika Peltosen mukaan ”Matkailua tehdään monessa paikassa ja tämän vuoksi kokonaistilanne saattaa olla hahmottomaton” (Yle uutiset 9.6.2016).

Jutun mukaan erilaisten matkanjärjestäjien vierailusta kestää yleensä noin vuosi, ennen kuin kiinalaiset matkailijat saapuvat. Eurooppaan matkustaville aasialaismatkailijoille suunnattu stopover-palvelu näkyy sekin Saimaan alueella. (Yle uutiset 9.6.2016.) Matkaa Helsinki-Vantaalta on muutama tunti. Matkailijoille on tarjolla eksoottisia kokemuksia kuten metsän tuoksut ja avantouinti.

Mikkelissä turistit majoittuvat kahdeksi päiväksi liikunnalliselle lomalle Anttolanhoviin, josta heidät viedään metsään nauttimaan tuoksuista ja äänistä. [...] Etelä-Karjalasta myyntiin on tulossa kahden yön paketti, jossa majoitutaan kylpylään, vierailaan Saimaan kanavalla ja mennään saunaan. Talvella aasialaisturistit voivat myös kokeilla avantouintia. [...] Tähän mennessä kaksi kiinalaista matkatoimistoa on sopinut Stopover-matkoja myyvän Finland Toursin kanssa matkojen välittämisestä yksittäisten matkailijoiden ohella myös ryhmille. (Yle uutiset 9.6.2016)

Sääolojen käyttäminen markkinointiin nousee myös esiin Ylen uutisessa 6.8.2017. Juttu keskittyy pääasiassa teknologia- ja kasvuyritystapahtuma Slushiin sekä Suomen markkinointiin Arabian niemimaalla, mutta myös kiinalaiset ja intialaiset on mainittu kiinnostuneina Suomen sääoloista. Kuten muissakin aineistooni kuuluvissa jutuissa on tullut ilmi, saasteisessa ja kuumassa suurkaupungissa asuvalle viileä ja raikas ilma on erikoinen asia. Suomalaisten vaatimattomuus ja väitetty huono itsetunto näkyvät jutussa esimerkiksi kerrottaessa kuinka Saksan jalkapallomaajoukkue harjoitteli Suomessa ennen vuoden 1998 MM-kisoja, koska täällä on ”täydellinen 15–16 asteen keli”. Kisat eivät kuitenkaan sujuneet.

Tuolloin Saksassa Suomea markkinoinut Paavo Virkkunen muistaa 19 vuoden takaiset tapahtumat ja repeää nauruun.

– Suomalaisittain kuuluu tietysti ajatella, että pieleen meni juuri sen takia, että he valmistautuivat Suomen säässä....

Puhdas luonto ja talvi ovat Suomen vetovoimatekijä. Kiinalaiselle vaurastuvalle keskiluokalle matkailu tuo statusta. (Yle uutiset 22.3.2016) Kuten todettua, monella kiinalaisella on varaa käyttää matkallaan rahaa, mutta toistaiseksi luksusmatkailu on Suomessa vielä vähäistä. Visit Finlandin tutkimus- ja kehitysjohtaja Kristiina Hietasaaren mielestä monet aasialaiset turistit kaipaavat matkoiltaan ylellisyyttä ja luksusta. Se tarkoittaa hänen mukaansa, että matkan aikana kaikkien asioiden pitää osua kohdalleen ja matkailijan odotukset pitää ylittää.

– Meillä suomalaisilla se tasa-arvo menee niin pitkälle, että asiakas on sille palvelijalle ihan samalla viivalla kuin hän itsekin on. Meillä ei olla totuttu siihen, että asiakasta pitää

kohdella kuin kuningasta tai kuningatarta ja täyttää ne pienimmätkin toiveet, vaikka ne olisivat hankalia pyyntöjä keskellä yötä. [Visit Finlandin tutkimus- ja kehitysjohtaja Kristiina Hietasaari] (Yle uutiset 22.3.2016)

Luksusmatkailu ja ylellisyys ovat kuitenkin näkyneet uutisissa viime vuosina. Joka talvi iltapäivälehdet kertovat jonkun maailmanluokan julkisuuden henkilön, oli kyseessä sitten poptähti Madonna, jalkapalloilija Lionel Messi tai joku muu, lomailleen perheineen salaa Lapissa ja lähteenä ovat julkisuuden henkilön omat kuvat esimerkiksi kuvapalvelu Instagramissa. Toisaalta luksusmatkailuun liittyy kysymys siitä, mikä kaikki voi kuulua Hietasaaren mainitsemaan ”täyttää pieninkin toive, vaikka keskellä yötä” -kategoriaan.

Välillä matkailua käsittelevissä jutuissa on kerrottu muun muassa ulkomaalaisista turisteista, jotka eivät ymmärrä revontulten olevan luonnonilmiö. Niitä ei siis voi sytyttää ja sammuttaa matkailijan oman tahdon mukaan, ei vaikka kuinka matkailijalla olisi rahaa miljoonia euroja. Suurissa hiihtokeskuksissa on lumetusjärjestelmät, mutta myöskään sääolosuhteille ei ihminen voi juuri mitään. Jos juhannuksena sataa vettä, niin siinäkin eivät luksusmatkailijan miljoonat auta saamaan aurinkoa taivaalle. Jos joulukuussa ei ole tarpeeksi lunta eikä järvi ole jäässä, pilkille ei pääse.

Markkinointiin liittyvät olennaisesti erilaiset mielikuvat. Kiinassa oli pitkään voimassa yhden lapsen politiikka ja poikalapset nähtiin pitkään parempina kuin tyttölapset. Eräissä Saimaan matkailua käsittelevässä Ylen jutussa (Yle uutiset 13.8.2015) mielikuvat ja taikausko yhdistyvät uhanalaiseen ja sympaattiseen suomalaisen järviluonnon eläinlajeihin.

Suomen Shanghain pääkonsulaatissa työskentelevä Suomi-promoottori Ding Ma muistuttaa, että kiinalaiset rakastavat tarinoita ja mytologiaa ja ovat useimmiten myös taikauskoisia. Mytologinen tarina saimaannorpasta nostaa Saimaan alueen esille, kun kiinalainen valitsee kohteita Euroopan matkalle.

– Saimaannorpan näkemisen uskotaan tuovan kiinalaisperheelle onnea ja varmistavan poikalapsen saamisen, sanoo Ding Ma. (Yle uutiset 13.8.2015)

Jutussa ei kuitenkaan käy ilmi, mistä usko saimaannorpan näkemisen ja poikalapsen saamisen yhteydestä on peräisin.

Matkailussa nivoutuvat yhteen monet tekijät. Kiinan suurlähettiläs Chen Li vieraili Etelä-Savossa kesällä 2017 ja kertoi perusteluja sille, miksi Suomi kiinnostaa kiinalaisia. Juttu käsittelee myös teollisuuden mahdollisia investointeja sekä matkailijoiden houkuttelemista Suomeen.

Maakuntahallituksen keskustalainen puheenjohtaja Jarkko Wuorinen muistutti, että kiinalaisten investoinnit ovat maakunnalle hyvin tärkeitä.

– Me tarvitsemme täällä investointeja ja työpaikkoja. Sitä kautta me saamme niitä tuloja, joilla rahoitamme kansalaisille välttämättömät palvelut. [...]

– Oikeastaan nyt pitäisi poistaa esteitä kasvulta. Tiedän, että esimerkiksi Pietarissa käy miljoonia kiinalaisia. Heidät pitäisi saada houkuteltua nyt vain tänne. Onko esimerkiksi viisumiasioissa jotain sellaista, joka jarruttaa turistien matkaa, kysyy Chen Li. (Yle uutiset 18.7.2017)

5.3.7 Sijoitukset

Kiinalaisten sijoituksia käsitteleviä matkailujuttuja löytyi 12 kappaletta. Yksi niistä käsitteli muumiaiheista lumilinnaa. Jutun kytkös matkailuun on yrityksen hallituksen jäsenen sitaatti, jossa mainitaan, että matkatoimistot ovat kiinnostuneita asiasta. Juttu on melko lyhyt, lähinnä tiedotteen tyyppinen ”lumilinna rakennetaan”-uutinen, mutta olen laskenut sen mukaan aineistooni koska taustalla on kiinalaisia sijoituksia.

Gemette Oy:n takana on suomalais-kiinalainen pariskunta. Yrittäjäpari aikoo rakentaa tulevaisuudessa myös ympärivuotisen lumilinnan Rovaniemelle. Se on tarkoitus toteuttaa kiinalaisen sijoittajaryhmän tuella. (Yle uutiset 29.10.2018)

Kesällä 2016 Yle kertoi napapiirille ja Joulupukin Pajakylän läheisyyteen suunnitteilla olevista mökeistä (Yle uutiset 20.6.2016). Vajavaisen majoituskapasiteetin takia muun muassa Santa Park -huvipuiston toimitusjohtaja Ilkka Länkinen valittaa haastattelussa yhtiön menettäneen kauppaa yli 600 000 euron edestä, koska turisteille ei ollut majapaikkaa. Samassa uutisessa puhutaan myös kiinalaisten sijoituksista ja havaittavissa on kriittisiä ja epäileviä sävyjä, koska mainittu yritys, jolle on varattu 8 000 kerrosneliön tontti Pajakylän läheltä, ei vastaa toimituksen yhteydenottoihin ja on tehnyt tappioita.

[Belgiaan rekisteröity] Kiinalaistaustainen KingsBerry BVBA ei vastaa soittoihin eikä yhteydenottopyyntöihin. Julkisten tietojen mukaan yritys teki tappiota ainakin vuosina 2013 ja 2014. Yhtiön toimitusjohtaja Zhang Shaowei kävi Rovaniemellä alkukevästä.

– Kyllä he olivat vakavalla mielellä Rovaniemelle tulossa, eikä meillä tietysti ole varaa ylenkatsoa, jos joku haluaa investoida. Nyt heillä on vuosi aikaa esittää

rahoitussuunnitelmansa, sanoo Rovaniemen Kehityksen varatoimitusjohtaja Heikki Kontiosalo.

Kaupunginhallituksen elinkeinojaosto hyväksyy varsinaiset vuokrasopimukset sen jälkeen, kun yrittäjät ovat esittäneet rakennus- ja rahoitussuunnitelmansa vuoden kuluessa. Kiinalaistaustainen yritys tähyää samalle tontille, jonne viime vuosikymmenellä oli tulossa venäläisomisteinen mökkikylä. (Yle uutiset 20.6.2016)

Kiinan sijoituksia Suomeen on toistaiseksi vähän, eikä esimerkiksi peliyhtiö Supercellin ostaminen ole ollut Pireuksen sataman tai robotiikkayhtiö KUKAn kaltainen strategisesti merkittävä ostos. Toisaalta vieraan vallan investoinnit ovat Suomessa aiemmin huolestuttaneet esimerkiksi silloin, kun venäläiset ovat ostaneet kesämökkejä liian läheltä laivareittejä tai Puolustusvoimien toimipaikkoja.

Yle uutisoi (11.10.2016) kiinalaisomisteisen Nova-Roi Oy:n saaneen rakennusluvan Pajakylän lähistölle valmistuville mökeilleen. Jutussa tulee ilmi, että Belgiaan rekisteröity Kingsberry on muutaman kiinalaisen omistama Nova-Roi Oy:n taustayhtiö. Myös muut aineistoni kiinalaisia sijoituksia käsittelevistä uutisista kertovat samasta, Nova-Roi Oy:n omistamasta Rovaniemen ja Lapin ensimmäisestä kiinalaisomisteisesta hotellista Nova Skylandista. (Yle uutiset 1.11.2017). Hotellissa on päärakennuksen lisäksi lomahuoneistoja ja petipaikkoja on jutun mukaan 78. Hotellin omistavan Nova-Roi -osakeyhtiön taustalla olevilla kiinalaisilla rahoittajilla on jo entuudestaan hotelli Kiinassa ja toinen Ranskassa.

Kiinnostus Lappiin syntyi jutun mukaan erään sijoittajan vierailtua pohjoisessa. Uutisen mukaan suunnitelmassa on rakentaa lisää majoituskapasiteettia. Jutussa ei tarkemmin avata esimerkiksi sitä, missä ja millaiset ovat Nova-Roin aiemmat hotellit tai ketä rahoittajat ovat. Rovaniemen ympäristölautakunta myönsi kesällä 2018 hotellin laajennukseen rakennusluvan kaksikerroksiselle rivitalomaiselle hotellille, jossa on 39 huoneistoa (Yle uutiset 30.8.2018).

Nova-Roi ja sen varatoimitusjohtaja Tian Zhang ovat mukana myös Helsingin Sanomien jutussa 4.11.2017 *Missä ovat Rovaniemelle tänä vuodeksi luvatut 50 000 kiinalaismatkailijaa? Monelle turistille kävelymatka ravintolasta mökkiin on liian*

pelottava. Jutussa mainitaan, että hotellihanke on puhuttanut paljon Rovaniemellä ja myös muista kiinalaisinvestoinneista on kiertänyt huhuja.

Kaupungintalolta vahvistetaan, että suunnitteilla on ainakin mökkikylä lammen rannalle. Rovaniemellä pohditaan, että investoijia tarvitaan – mutta entä jos matkailun tuloja menee paljon Kiinaan? Novan tapauksessa näin ei ole, Zhang vakuuttaa.

”Hotellin design, rakentaminen, materiaalit ja lähes kaikki työntekijät ovat Suomesta. Kun hotelli alkaa tuottaa, tuotto käytetään laajentamiseen.”

Ylen 28.1.2017 uutisessa Kiina-konsultti Mikko Puustinen antaa neuvoja Lapin matkailuyrittäjille. Jutussa nousevat esiin kiinalaisten investoinnit, jotka kuitenkin Puustisen mukaan ovat esimerkiksi Ranskassa ja Italiassa eri luokkaa kuin Suomessa. Hänen mielestään ei ole syytä olla huolissaan, että Lapista tulisi kiinalaisten leikkikenttä: ”Jos nopea kasvu edellyttää, että tarvitaan kiinalaista rahaa kasvattamaan sitä Lapin kapasiteettia, niin ei sitä kannata uhkana nähdä. Varmaankin sopivat ehdot löytyvät.”

5.3.8 Kritiikki

Kaikkiaan kritiikin piirteitä löytyi seitsemästä Helsingin Sanomien ja seitsemästä Ylen jutusta. Kriittisten juttujen vähyys voi esimerkiksi liittyä siihen, että monessa jutussa on haastateltu matkailusta hyötyviä ihmisiä. Mikäli jossakin kunnassa paikallisen asukkaan kesämökin naapuriin olisi rakennettu mökkikylä, joka olisi pilannut asukkaan rauhan, olisi juttu luultavasti hyvin kriittinen. Tällaisia juttuja ei aineistostani kuitenkaan löytynyt.

Kriittisenä äänenä esimerkiksi Helsingin Sanomien 4.11.2017 Nova-Roita ja kiinalaishotellia käsitelleessä jutussa toimii yksi haastatelluista, Lapin yliopiston Kiinan yhteiskunnan ja kulttuurin professori Matti Nojonen. Yhtäältä hän nostaa esiin, että hiljaisuutta etsivät turistit kaikkoavat, jos Lappiin tulee liikaa kiinalaisia. Toisaalta hän kuitenkin nostaa esiin sen, että läheinen side kiinalaisiin voi luoda poliittisia jännitteitä.

”Vaarana on, ettei ole varaa olla kriittinen Kiinaa kohtaan. Kiina pani Norjan boikottiin toisinajattelijan palkitsemisen vuoksi. Miten voi käydä pienelle Suomelle tai sen yhdelle kaupungille?” (Helsingin Sanomat 4.11.2017)

Vaikutusvalta nousee esiin Helsingin Sanomien Alitrip-utisessa (27.10.2016). Rovaniemellä järjestetty tapahtuma oli jutun mukaan kokoluokaltaan Euroviisujen kaltainen. Investoinnit ovat kalliita, joten esimerkiksi uusia hotelleja ei noin vain rakenneta 50 000 kiinalaista varten. Jutussa kysytäänkin, onko Lappi kestokohde vai ainoastaan hetkellinen muoti-ilmiö.

Paljon riippuu vaikutusvaltaisesta kiinalaisyhtiöstä. Pienen kansan huolet tuntemattomasta maabrändistä hymyilyttävät Alibaban markkinointijohtajaa Chris Tungia.

Alibaban kautta käydään vuosittain kauppaa yli kaksi kertaa Suomen koko bruttokansantuotteen edestä. Yhtiön markkina-arvo on noin 235 miljardia euroa.

”Ei meille ole väliä, tuntevatko turistit Suomen. Alibaba omistaa Kiinan Youtuben Youkun ja osan Kiinan Twitteristä Weibosta. Voimme kanaviemme kautta brändätä hetkessä uuden älypuhelinmallin tai vaikkapa Suomen revontulet”, Tung kertoo HS:lle.

Kritiikki ja matkailun rajat näkyvät jutussa myös. Majoituskapasiteetti on rajallinen, joten aivan heti kaikki kiinalaiset eivät voi saapua Suomeen.

”Aiomme ensi vuoden aikana lähettää 50 000 kiinalaisturistia Suomeen. Kysymys kuuluu, oletteko valmiina?”, kysyi Alitripin pääjohtaja Li Shaohua Rovaniemen tiedotustilaisuudessa.

Hurjaa puhetta. Ihan tällaiseen ruuhkaan Lappi ei ole valmis. [...] Pilottihankkeessa Rovaniemelle tulee tänä talvena 3 000 kiinalaisturistia. Alitrip olisi halunnut tuoda heti 10 000, mutta majoitustila ei kuumimpaan sesonkiaikaan riittänyt. (Helsingin Sanomat 27.10.2016)

Toisaalta Alibaban markkinointijohtaja Tung myöntää itsekin matkailun kapasiteetin rajat ja toteaa jutussa, että Alibaba voisi tuoda Suomeen vaikka miljoona turistia, mutta käyttäjäkokemus kärsisi eli se ei olisi viisasta. Eräs mahdollinen markkinointiongelma nousee esiin Helsingin Sanomissa Riku Rantalan kolumnissa (10.11.2018). Menestyneillä matkailumailla, kuten Thaimaalla, Tansanialla ja Mauritiuksella on erillinen matkailuministeriö ja matkailuministeri. Suomessa taas Rantalan mukaan työ- ja elinkeinoministeriössä vain pari ihmistä tekee täysipäiväisesti työtä matkailun parissa.

Matkailuteollisuus ei ole nappikauppaa, vaan Suomen viidenneksi suurin vientiteollisuus. Turistit tuovat Suomen talouteen 22 miljardia euroa ja työllistävät 140 000 ihmistä, joista kolmasosa on nuoria. Näitä työpaikkoja ei voi ulkoistaa Kiinaan tai Intiaan.

Samaan aikaan kun Helsingin maine maailmalla on kasvanut positiivisen mediahuomion myötä, on Helsinkiin suuntautuva matkailu kasvanut vain muutaman prosentin vuodessa. (Helsingin Sanomat 10.11.2018)

Kriittisiä sävyjä liittyy myös matkamuistojen ostamiseen. Helsingissä Kauppatorilla ja muiden turistikohteiden lähellä olevissa matkamuistoköydyissä ei myydä aitoja suomalaisia käsitöitä, vaan tuotteita, joissa lukee ”Made in China”. Helsingin Sanomat selvitteli asiaa jutussaan 13.7.2016. Toisaalta jutussa on haastateltu omia käsitöitään myyvää Alpo Ahokasta, mutta käsityöläisten määrä on selvästi vähentynyt. Jääkaappimagneettien perusteella voisi ajatella, että porot, hirvet ja huskyt kuuluvat olennaisena osana Helsingin kaupunkikeskustaan.

Kritiikki voi myös liittyä kiinalaisten suomalaisista poikkeaviin tapoihin. Yle uutisoi (Yle uutiset 5.6.2017a) helsinkiläisen koru- ja kultasepäntuotteiden saamista kyselyistä. Kiinalaiset matkaoppaat ovat yrittäneet tarjota kauppoille sopimuksia, joissa oppaat toivovat palkkiota kiinalaisille matkailijoille myydyistä tuotteista. Mikäli yritys ei halua solmia sopimusta, vie opas matkailijat toiseen liikkeeseen. Oppaan palkkio voi myös liittyä osin siihen, että opas toimii myyntitilanteessa tulkkina. Jutussa mainitaan myös kiinalaisten perustamat omat koruliikkeet. Ilmiö ei ole ainutlaatuinen, myös monessa suomalaisten suosimassa lomakohteessa opas saattaa viedä linja-autollisen matkailijoita syömään juuri tiettyyn ravintolaan tai ostoksille juuri tiettyyn myymälään.

Toisessa samana päivänä julkaistussa jutussa (Yle uutiset 5.6.2017b) eräs matkatoimistoyrittäjä kertoo, että erilaiset oppaalle maksettavat palkkiot kuuluvat kiinalaiseen bisneskulttuuriin. Siinä on kuitenkin riskinä Pietarissa nähty tilanne, jossa kiinalainen käyttää ulkomailla vain kiinalaisomisteisia palveluita, jolloin myös raha virtaa takaisin Kiinaan eikä jää kohdemaahan. (ks. Johdanto)

Kaikki kritiikki ei suoraan kohdistu kiinalaisiin. Helsingin Sanomat (17.2.2017) kertoo Lapin matkailun ennätyksistä, mutta nostaa samalla esiin erilaisia alueellisia kiistoja. Kuusamo ja Ruka sijaitsevat Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa, joten Lapin matkailuelinkeinon liitto LME kielsi Kuusamoä käyttämästä markkinoinnissa sanaa Lapland, koska Kuusamo ei ole Lapissa. Liittoon ei myöskään kuulu esimerkiksi Santa’s Hotels -hotelliketju. Keskinäinen riitely ei välttämättä ole eduksi, jos tarkoitus on yhdessä markkinoida Lappia matkailijoille. Yhdessä Helsingin Sanomien uutisessa (1.10.2018)

nousee Pohjoismaiden eksoottisuuden lisäksi esiin Tukholmassa kohua herättänyt kiinalaisperheen poistaminen hotellista (ks. luku 4.3 Tutkimuskysymykset). Jutussa arvioidaan, että tapahtunut voi vaikuttaa kiinalaisten intoon matkustaa Pohjoismaihin.

Lapin lisäksi myös muut Suomen alueet haluavat uutisten perusteella osansa aasialaisten matkailijoiden virrasta. Myyntivalttina on, jälleen kerran, Suomen eksoottisuus. Toisaalta hauholaista yrittäjää käsittelevässä uutisessa näkyy myös hieman kritiikkiä Lapin massaturismia kohtaan. Kun tiettyyn kohteeseen menee liikaa matkailijoita, haluavat autenttisuutta etsivät mennä jonnekin muualle.

Talven aikana Hauholla on käynyt matkanjärjestäjiä Japanista, Kiinasta, Australiasta, Singaporesta, Intiasta ja Virosta. Suomea esitellään matkailumaana, jossa on tarjolla puhdasta ruokaa ja luontoa.

– Sitä he hakevat. Monen ulkomaisen matkanjärjestäjän mielestä Lappi on jo täynnä kiinalaisia tai singaporelaisia. Turistit haluavat nähdä myös autenttisuutta ja aitoa elämää, [Hauhon Ilorannan yrittäjä] Samu Lescelius vakuuttaa. (Yle uutiset 22.3.2018)

Yksi matkailun ongelmista on työvoimapula. Mikäli Suomeen tulee lähivuosina tuhansia kiinalaisia matkailijoita, heitä varten tarvitaan myös palveluja: safarioppaita, hotellivirkailijoita ja bussikuskeja. Helsingin Sanomat käsitteli 7.11.2016 vuokratyöntekijöiden oikeuksia ja palkkausongelmia. Jutussa mainitaan Alibaban suunnitelmat tuoda 50 000 kiinalaismatkailijaa Suomeen, joten olen laskenut jutun mukaan aineistooni. Jutussa ilmenee selvästi kritiikkiä ja matkailun huonoja puolia, koska työntekijöitä on vaikea löytää ja palkanmaksu ei ole ollut sitä, mitä sen pitäisi olla.

Pohjoiseen odotetaan turisteja etenkin Kiinasta. HS kertoi lokakuun lopussa, että maailman suurin verkkokauppayhtiö Alibaba aikoo tuoda Lappiin ensi vuonna jopa 50 000 kiinalaisturistia.

Vuokratyövoiman käyttö ei ole sujunut pelkästään ongelmitta. Lapin Kansa paljasti lokakuussa, että Kakslauttanen lomakylässä Lapin Saariselällä työskenteli viime talvena kymmeniä liettualaisia vuokratyöntekijöitä – pahimmillaan vain muutaman euron tuntipalkalla. Kakslauttanen tunnetaan etenkin iglukylästä ja revontulielämyksistä. (Helsingin Sanomat 7.11.2016)

5.3.9 Muita havaintoja

Matkailun nopeaa kasvua käsitteleville jutuille en ole tehnyt omaa kategoriaa, vaan ne kuuluvat kategoriaan muut. Majoituskapasiteetin riittämättömyys voi olla ongelma matkailun kasvun kannalta. Toisaalta massaturismin yksi ongelma voi myös olla siinä, ettei lentovuoroja ole tarpeeksi tai niitä ei lennetä tarpeeksi isoilla koneilla. Yle uutisten juttu 14.1.2017 käsittelee tätä ongelmaa, mutta nostaa myös majoituskapasiteettiin liittyen ongelman, jonka olen laskenut mukaan eksoottinen Suomi -kategoriaan: Suomi voi nimittäin olla liiankin eksoottinen aasialaismatkailijoille.

Ullkomaiset matkanjärjestäjät haluavat varmaa ja tasalaatuista majoitusta ja mökit eivät kelpaa esimerkiksi aasialaisille matkailijoille, joille luonto on elämys mutta hieman outo ja pelottavakin elementti. Toisin on eurooppalaisten matkailijoiden kanssa, joille juuri mökki voi olla elämys. (Yle uutiset 14.1.2017)

Suomen koulujärjestelmän erinomaisuudesta ja loistavista Pisa-tuloksista on tehty lukuisia juttuja ja Suomeen on vuosien saatossa tullut paljon opettajia tutustumaan ”ihmeelliseen” ja kehuuttuun kouluun. Koulutus on myös vientituote eli suomalaisen koulujärjestelmän mukaisia kouluja on perustettu mm. Qatarin sekä lisäksi Saudi Arabiasta on tullut opettajia kouluttautumaan Suomeen. Koulutus on myös matkailumarkkinointiin liittyvä asia. Koulutukseen liittyvät jutut olen laskenut kategoriaan ”muut”.

Erityisen merkittävänä mahdollisuutena [Oulun Matkailu Oy:n toimitusjohtaja Janne] Soini näkee Aasian markkinat, etenkin koulutuksen ympärillä liikkuvan matkailijavirran. Soini myös vakuuttaa, että asian eteen tehdään paljon käytännön toimenpiteitä.

– Uskon, että jatkossa erilaiset kouluvierailut, leirikoulut ja samalla meidän palkittuun opetusjärjestelmään tutustuminen yhdistettynä ainutlaatuisen luontokokemukseen toimii meidän alueen ”joulupukkina” ja vetovoimatekijänä. (Yle uutiset 14.1.2017)

Kuten monessa muussakin kiinalaisiin matkailijoihin liittyvissä jutuissa, myös tässä 14.1.2017 julkaistussa Ylen jutussa nousee esiin puhdas luonto matkailuvalttina. Juttu käsittelee kuitenkin myös markkinointia ja sitä, että matkailussa tulisi hyödyntää paremmin Suomeen kohdistunut kasvava kiinnostus. Esimerkiksi Lonely Planet ja National Geographic olivat juuri tuolloin nostaneet Suomen vuoden 2017 kiinnostavimpien matkailukohteiden listalle. Jos maailmalla hehkutetaan Suomea, siihen

kannattaa iskeä kiinni, koska muutaman kuukauden päästä joku toinen maa onkin hehkutuksen kohteena ja Suomi jo ”unohtunut”.

Eksoottisten, mutta tavallisten suomalaisten luontoelämysten markkinoiminen ja myyminen voi aiheuttaa yllättäviä ongelmia. Yle uutiset teki jutun (26.8.2017) Orivedellä järjestetystä mustikkaretkestä metsässä. Mukana oli muun muassa kiinalainen opiskelija sekä pitkään Suomessa asunut srilankalainen. Suomalainen ymmärtää, että jokamiehenoikeudet mahdollistavat marjojen poimimisen metsästä. Ulkomaalainen matkailija ei todennäköisesti osaa ja uskalla mennä metsään yksin. Suomalaiselle yksinkertainen ja itsestään selvä asia ei siis ole sitä ulkomaalaiselle.

Suomalainen metsä kiinnostaa ulkomaalaisia todella paljon, mutta ei sinne meneminen ole helppoa. Jos ulkomaalainen kysyy turisti-infosta, voisiko päästä marjaan, hänelle sanotaan, että voitte mennä vapaasti, [eräopas Heidi] Savolainen kertoo.

– Mutta miten turisti löytää paikan, jossa on marjoja ja miten hän uskaltaa mennä sinne? Se onkin jo toinen juttu. Pitää olla välineet, kumisaappaat ja sadevaatteet. Tämänkin ryhmän ulkomaalaiset olivat lähteneet marjaretkelle tennareissa, asiaankuuluvan varustuksen toi eräopas. (Yle uutiset 26.8.2017)

Imatran kaupunki haluaa yhteistyötä Kiinan itärannikolla sijaitsevan Jiaxingin kanssa. Kaupungit ovat ystävyyskaupunkeja. (Yle uutiset 25.12.2018) Juttu liittyy Suomen eksoottisuuteen ja markkinointiin, mutta laskeen sen myös muu-teemaan, koska siinä puhutaan esimerkiksi koulutusyhteistyöstä.

Eräs mielenkiintoisimmista aineistoni uutisista (Yle uutiset 25.4.2018) käsittelee Etelä-Karjalaa. Lappeenrannasta on lyhyt matka Pietariin, mikä toisaalta näkyy venäläisten matkailijoiden määrässä, mutta vaikuttaa yllättäen myös aasialaismatkailijoiden määrään. Lappeenrannassa oltiin varauduttu kiinalaisten matkailijoiden tuloon, mutta sen sijaan he saivatkin eteläkorealaisia matkailijoita, jotka viipyvät yhden yön matkallaan Pietarista kohti Tukholmaa. Taustalla on muun muassa se, että lentoyhtiö Korean Air aloitti huhtikuussa 2018 suorat lennot Soulista Pietarin Pulkovon lentoasemalle

Jutussa ei suoraan mainita, että aasialaisilla matkailijoilla on kiire, mutta jutun mukaan matkailijat viipyvät Lappeenrannassa vain yhden yön. Silloin kaupungin täytyy lyhyessä

ajassa kyetä esittelemään itsestään parhaat puolet, jotta matkailija kenties haluaisi saapua sinne uudestaankin. Kaakkois-Suomen ja Pietarin yhteistyötä käsittelee myös Kotkan kaupungin suunnitelmista kertova Ylen uutinen (17.10.2017). Syksyllä 2017 arvioitiin, että aasialaisille stopover-matkailijoille tarkoitetut risteilyt Kotkasta Pietariin voisivat alkaa keväällä 2020.

Uutisissa näkyy myös matkailijakunnan muutos. Yle uutiset (14.5.2018) kertoi Järvi-Suomen päässeen Kiinan suurimman matkatoimiston Ctripin palveluun. Myytäviin paketteihin kuuluvat lennot Helsinkiin, vuokra-auto ja majoitus Saimaalla. Jutun mukaan matkailijat eivät enää halua pysähtyä vain päiväksi tai kahdeksi. Lisäksi 1980- ja 1990-luvulla syntyneet ovat kielitaitoisia ja haluavat mieluummin lomailla omatoimisesti, kuin osana isoa turistiryhmää.

Toimittajan tärkeä työväline on suomen kieli. Sanavalinnoilla on merkitystä. Vuonna 2015 Eurooppaan saapui paljon turvapaikanhakijoita muun muassa Irakista ja Afganistanista. Tuolloin monet ihmisoikeustoimijat kritisoivat mediaa, joka puhui turvapaikanhakijatulvasta tai turvapaikanhakijoiden vyörystä. Tulva ja vyöry ovat negatiivissävytteisiä sanoja, etenkin kun puhutaan siitä, kuinka hädänalaisia ihmisiä saapuu paljon.

Tammikuussa 2017 Yle uutisoi Finnairin kapasiteetista ja Alitripin kautta tulevista kiinalaismatkailijoista otsikolla *Kiinalaisturistien vyöry Lappiin ylitti odotukset – Finnair lisää yhteistyötä Alitripin kanssa* (Yle uutiset 13.1.2017). Vyöry mainitaan myös Helsingin Sanomien (14.5.2018) otsikossa *Matkailijoiden vyöry Kiinasta halutaan nyt ulottaa JärviSuomeen – pääsy mökeille aukeaa, kun auton vuokraaminen sallittiin kiinalaisille*, Ylen otsikossa (16.4.2015) *Kiinalaisturistien vyöryä odotetaan Lappiin* sekä Ylen otsikossa (19.9.2016) *Maailman suurin nettikauppa myy matkoja Lappiin – pohjoiseen odotetaan kiinalaisten vyöryä*. Voikin pohtia, onko tuhansien kiinalaisturistien saapuminen Suomeen hyvä vai huono asia, jos siitä puhutaan turistien vyörynä. Maanvyöry on asia, jota ihmisen on vaikea hallita. Onko turistien vyöry asia, jota yksittäinen valtio tai alue pystyy hallitsemaan?

Muu-kategoria löytyy myös Saimaan aluetta käsittelevästä Ylen jutusta *Saimaalla kelpaa matkailla, jos tänne osaa ja pääsee* (Yle uutiset 5.4.2016). Matkailu tarvitsee investointeja, mutta varsinaisesti jutussa ei puhuta, että rahan tulisi olla tai että se voisi olla juuri kiinalaista rahaa. Enemmän haluja on saada valtio ottamaan vastuuta markkinoinnista. Miten Suomeen saadaan lisää matkailijoita, jos Suomen valtion mielestä matkailumarkkinointi ei ole rahanarvoista?

Lisäksi jutussa muu-kategoriaan sopii se, että siinä toivotaan parempia kulkuyhteyksiä Savonlinnaan. Juna- ja bussiyhteydet eivät palvelisi ainoastaan matkailijoita, vaan myös paikallisia, joten varsinaisesti kyseessä ei ole huomioiva Suomi -kategoriaan kelpaava juttu. Kulkuyhteydet mainitaan myös Helsingin Sanomien jutussa 30.11.2016, johon on haastateltu kiinalaista matkailijaa Wang Weitä. Hänellä on pari viikkoa lomaa ja hän haluaisi Suomen lomallaan vieraillla Inarissa Saamelaismuseo Siidassa, mutta bussiyhteydet Inariin ovat hankalat, joten tällä matkalla Inari jäi kokematta.

Rekrytointiongelmien ja kulttuurieroihin liittyy myös kielitaito ja tulkkaus. Yle uutiset 6.7.2017 kertoo ulkomaalaisten muuttuvasta rekrytointiprosessista ja pääpaino jutussa on tulkeissa ja ”niin sanotuissa tulkeissa”. Tulkin ammatti ei ole suojattu, joten kuka tahansa voi käyttää itsestään nimitystä tulkki, koulutuksesta ja osaamisesta riippumatta. Usein ajatus saattaa olla, että kuka tahansa kahta eri kieltä osaava voi toimia kääntäjänä tai tulkkina. Huono tulkki voi pahimmillaan aiheuttaa tulkattavan henkilön kuoleman. Esimerkiksi lääkärikäynnillä tai laitteen käyttöohjeita kerrottaessa oikea tulkkaus on tärkeää. Jutussa on haastateltu Lapin safariyrittäjiä, jotka kertovat vaikeuksista huonojen tulkkien kanssa.

– Ryhmien mukana tulee omia tulkkeja, mutta emme koskaan oikeasti tiedä, että kääntääkö hän sen viestin, jonka me haluamme viedä. Meillä on sattunut jopa onnettomuustilanteita, joiden poliisitutkinnassa on selvinnyt että tulkki on tietoisesti jättänyt kääntämättä tai tulkannut väärin. [Safarctica Oy:n toimitusjohtaja Raimo Kuru] (Yle uutiset 6.7.2017)

Joskus taustalla on tulkin oma huono kielitaito ja joskus taas kasvojen menettämisen pelko. Jutussa arvellaan, että joissakin tilanteissa kiinalaiset tulkit ovat jättäneet jotakin tulkkaamatta, koska se olisi saattanut pelottaa asiakkaita. Jos asiakas jää pelon vuoksi

pois esimerkiksi koskenlaskuretkeltä, saattaa tulkinakin toimiva opas saada vähemmän provisiopalkkiota.

5.3.10 Havainnot pääkirjoituksista ja kolumneista

Helsingin Sanomien kolumnissaan 27.1.2017 Kiinassa asunut toimittaja Mari Manninen antaa vinkkejä suomalaisille, jotta kiinalaisen matkailijan Suomen loma onnistuisi. Aamupalalla tulee olla tarjolla jotakin lämmintä (huomioiva Suomi) ja shoppailu on olennainen osa matkaa (rikas turisti). Manninen huomauttaa, että keskustelu ihmisoikeusloukkauksista tai kiinalaisturistien törttöilystä on syytä jättää väliin. Mitä erilaisiin huonoihin käytöstapoihin tulee, toinen Helsingin Sanomien toimittaja Mikko Paakkanen taas mainitsee omassa kolumnissaan 3.10.2015, että kiinalaisturistin tulisi käyttäytyä todella huonosti, jotta käytös eroaisi keskimääräisen helsinkiläisen viikonloppuyön tyypillisestä keskustakäyttäytymisestä. Toisaalta Paakkanen mainitsee, että suomalaisten palvelualoilla työskentelevien olisi syytä opiskella kiinaa (huomioiva Suomi).

Mielenkiintoista näkökulmaa kiinalaisiin matkailijoihin tuovat myös Helsingin Sanomien pääkirjoitukset, joissa matkailijoita on käsitelty. Kaikkiaan niitä oli aineistossani seitsemän. Tyyllillisesti pääkirjoitus on lehden mielipide johonkin ajankohtaiseen aiheeseen liittyen. Helsingin Sanomien pääkirjoitus 16.8.2015 nostaa esiin matkailun potentiaalin. Matkailu voi tuoda työpaikkoja ja vientiin rinnastettavaa matkailutuloa. Kun suomalaista harmittaa kylmä ja sateinen heinäkuu, voi kuumasta ja ruuhkaisesta maasta tullut matkailija olla säästä onnellinen. Pääkirjoitus nostaa myös esiin, onko valtio tarpeeksi kiinnostunut asiasta. Matkailun edistämisen budjetti on ollut vähemmän kuin muilla Pohjoismailla. Kyseessä on markkinointiin ja eksoottisen Suomen teemoihin kuuluva kirjoitus.

Helsingin Sanomien pääkirjoitus 4.12.2015 puolestaan muistuttaa kiinalaisten runsaasta rahankäytöstä. Shoppailu on kiinalaisille tärkeää, koska luksustuotteet ovat Euroopassa Kiinaa halvempia. Pääkirjoitus nostaa myös esiin Kiinan sijoitukset Euroopassa,

esimerkiksi Suomeen ei ole sijoitettu miltei lainkaan. Olisi tärkeä saada Suomeen kiinalaisturismien rahavirta, mutta kiinalainen haluaa pääkirjoituksen mukaan mieluummin ostoksille kuin järven rannalle. Olen lukenut kirjoituksen mukaan rikas turisti- ja sijoitukset -teemoihin.

Helsingin Sanomien pääkirjoitus 16.1.2017 puolestaan pohtii matkailun markkinointia ja vetovoimaa. Saastuneesta kiinalaiskaupungista tulevalle puhdas ilma on houkutin tulla Suomeen eikä rahastakaan ole pulaa (eksoottinen Suomi ja rikas turisti). Alitriipin markkinointi on toiminut ja kiinalaismatkailijoiden määrä kasvaa. Samalla kuitenkin suomalaisen turismiteollisuuden tulisi pääkirjoituksen mukaan muuttua. Kiinalainen haluaa valmiin paketin ja mielellään myös kiinankieliset opasteet. Matkailuelinkeinon kannalta sesonkiluonteisuudesta irti pääseminen olisi eduksi, sillä kaikki matkailijat eivät mahdu Lappiin talvella.

Suomalaiselle massaturismille on riittänyt Lapissa se, että latu on aurattu, suksivuokraamon löytää ja illalla jostain saa ananaspitsan. Kiinalaiset kaipaavat eheää matkailupalveluketjua. Olut muovimukissa itse pöytään haettuna ei ole Lappi-kokemus, vaikka sen kokisi Levillä. (Helsingin Sanomat 16.1.2017)

Suomalainen sää sekä perinteiset vientiteollisuuden alat nousevat esiin Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa 25.12.2017. Toisaalta menestys matkailualalla voi myös nostaa suomalaisten (väitetyksi huonoa) itsetuntoa. Pääkirjoituksessa toivotaan, että matkailun merkitys heijastuisi myös suomalaisten asenteisiin sekä kielitaitoon.

Suomalaiset itse moittivat täkäläistä säätä, mutta helteiden riivaamissa maissa asuvat nauttivat kesäpäivistä, jolloin ulkona on miellyttävää olla ja jopa harrastaa liikuntaa. Suuressa osassa Suomea voi edelleen kokea neljä hyvin erilaista vuodenaikaa.

Muutos on Suomen kannalta sekä taloudellinen että henkinen. Suomessa on totuttu siihen, että kansantalouteen tulee ulkomaista rahaa tavaroiden kuten metsäteollisuuden tuotteiden tai koneiden ja laitteiden viennistä. Palveluiden merkitys kuitattiin aiemmin väheksyen keskinäisenä paidanpesuna.

Yksi Ylen jutuista on Anne Moilasan kirjoittama analyysi eli ei siis uutinen (Yle uutiset 17.6.2017). Jutun aiheena on saavutettavuus. Olen lukenut jutun muu- ja huomioiva Suomi -teemoihin. Suomesta löytyy kauniita luontokohteita, joihin on vaikea päästä. Mikäli matkailijalla ei ole omaa autoa ja kun julkinen liikenne ei kulje, on esimerkiksi Kainuun Hossan kansallispuistoon vaikea päästä. Moilanen viittaa Valtioneuvoston

julkaisemaan luontomatkailuraporttiin³, jonka mukaan asiakkaita kannattaa tavoitella esimerkiksi Kiinasta, Japanista, Venäjältä ja Saksasta.

Raportti on näiden maiden osalta jännää luettavaa. Esimerkiksi kiinalaisia ei korpi kiinnosta pätäkään, vaan heidän mielestään koskematon, villi luonto on luotaantyöntävä ja jopa pelottava.

Ja kuten raporttikin kertoo, kiinalaisia ei näy Hossassa, eikä aasialaisia ylipäätään. Ei myöskään kesämökkeilystä ja kylpylöistä nauttivia venäläisiä [...] Ympäristötietoiset, patikointia rakastavat saksalaiset ja ranskalaiset sen sijaan ovat Hossan karuista selkosista aivan hurmioituneita. (Yle uutiset 17.6.2017)

Kiinalaisia matkailijoita korpimaisema siis enemmän pelottaa kuin innostaa. Kuitenkin monen muun aineistoni jutun perusteella erilaiset luontokohteet nimenomaan kiinnostavat kiinalaisia. Kenties suomalainen metsä on, kuten eräässä aineistoni jutussa haastateltava kertoi, parempi kun sitä voi varovasti ihailla hotellihuoneen ikkunasta käsin. Kolumneissa, pääkirjoituksissa ja analyysissa toistuvat pitkälti samat aiheet kuin uutisjutuissakin.

³ Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta (28.4.2017) *Raportti: Luontomatkailussa korostuu matkailun kestävyys* https://vnk.fi/artikkeli/-/asset_publisher/raportti-luontomatkailussa-korostuu-matkailun-kestavyys

6 Loppupäätelmät

6.1 Johtopäätökset

Tutkimukseni tarkoituksena oli selvittää, millainen kuva kiinalaisista matkailijoista Ylen ja Helsingin Sanomien juttujen perusteella syntyy ja näkyykö Kiinan kasvava vaikutusvalta myös matkailuaiheisissa jutuissa. Aineistostani ei voi tehdä yleistystä kaikkien suomalaisten medioiden suhtautumisesta Kiinaan, mutta vuosien 2015–2018 Ylen ja Helsingin Sanomien jutuista voi tutkimukseni perustella päätellä, että suurin osa kiinalaisia matkailijoita käsittelevistä jutuista kertoo erilaisista markkinointikeinoista sekä siitä, mitä kaikkea hienoa Suomesta löytyy.

Lisäksi suuressa osassa juttuja tuodaan esiin kiinalaisten taloudellinen potentiaali. He käyttävät enemmän rahaa kuin esimerkiksi venäläiset tai saksalaiset turistit, joten suomalaisten yrittäjien kannattaa mahdollistaa maksaminen kiinalaisten suosimilla maksutavoilla kuten Alipay tai Unionpay. Kiinalaisen maksutavan tarjoaminen on myös matkailijoiden huomioimista. Kiinalaiset haluavat, että kuumaa vettä on saatavilla, ja kiinankielisten opastekylttien asentaminen Helsinki-Vantaalle edesauttaa kiinalaisten, huonosti englantia osaavien matkustajien liikkumista lentoasemalla. Kiinalainen raha näyttäytyy positiivisessa valossa: on hyvä, että kiinalaiset matkailijat käyttävät Suomessa paljon rahaa ja myös investoinnit ovat hyvä asia.

Aineistostani nousevat esiin markkinointitoimenpiteet. Suomen tulisi markkinoida itseään paremmin ja toisaalta tuoda esiin sitä, että Suomi on muutakin kuin Helsinki ja Lappi – väliin mahtuu monta mielenkiintoista kohdetta. Kenties taustalla on stereotyyppinen kuva vaatimattomasta suomalaisesta ”no enhän minä nyt mitään ihmeellistä tässä” -tyyppisen asenteensa kanssa. Kuten useissa jutuissa oli kerrottu, tavalliset suomalaiset asiat kuten mustikkametsä ja kesämökki ovat monelle ulkomaalaiselle eksoottinen ja erikoinen kokemus. Toisaalta mikäli Suomi ei käytä rahaa matkailumarkkinointiin, voivat matkailijat Suomen sijaan matkustaa naapurimaihin.

Markkinointi onnistuu paremmin yhteistyöllä. Eräässä jutussa muun muassa kerrottiin Saimaan alueen lukuisista Visit-sivustoista. Saimaasta ja Järvi-Suomesta kiinnostuvan ulkomaalaisen on helpompi mennä yhdelle Saimaa-sivustolle, josta löytyy tietoa eri kaupungeista ja alueista. Tuskinpa suomalainenkaan helposti eksyisi yksittäisen oklahomalaisen tai bajjerilaisen pikkukunnan matkailusivuille, ellei tarkoituksena ole vieraila juuri siellä.

Markkinointi nousee vahvasti esiin tutkimusaineistossani, mikä voi johtua muun muassa siitä, että monessa jutussa on haastateltu matkailun edistämiseen liittyviä toimijoita, kuten Visit Finlandin tai paikallisten matkailuyritysten edustajia. Paikallisia ihmisiä oli haastateltu joissakin jutuissa, esimerkiksi kun kyse oli huonosti ajavan turistin uhkasta kotitiellä tai omalle pihalle eksyneistä matkailijoista. Kuten Jokinen ym. ovat todenneet (ks. 3.3 Matkailu elinkeinona) paikallisilla tulee olla mahdollisuus osallistua päätöksentekoon, myös matkailuun liittyvissä asioissa. Konfliktitilanteita voi syntyä, jos paikalliset kokevat jäävänsä matkailubisneksen ulkopuolelle.

Toistaiseksi Lapissa on vain yksi kiinalaisomisteinen hotelli, mutta erilaisia hotellisuunnitelmia ja huhuja niihin liittyen on aineistoni juttujen perusteella olemassa. Tästä johtuen kiinalaismatkailijoita käsittelevissä jutuissa näkyi hyvin vähän mainintoja sijoittamisesta ja investoinneista. Kritiikkiä näkyi esimerkiksi matkailun liiallisen kasvun suhteen sekä toisaalta myös joidenkin Suomeen huonosti sopivien tapojen, kuten matkaoppaan korukaupoilta saamien provisiopalkkioiden suhteen. Joissakin jutuissa nousi esiin, että Kiina on ohjeistanut matkailijoita ja ettei huono käytös ole soveliaista. Matkailijat ilmeisesti osaavat käyttäytyä Suomessa verrattain hyvin, sillä tyhmit turistit-teemaan kuuluvia juttuja löytyi kaikkiaan melko vähän eikä niissäkään näkynyt esimerkiksi vakavia rikoksia, kuten väkivaltaa matkaoppaita tai toisia matkailijoita kohtaan.

Aineistoni kattaa vuodet 2015–2018. Vuoden 2019 aikana Kiina ja Yhdysvallat ovat käyneet kauppasotaa keskenään, mikä on vaikuttanut maailmantalouteen. Hongkongissa on kesäkuusta 2019 lähtien osoitettu mieltä. Aluksi mielenosoitukset vastustivat lakia,

joka sallisi rikoksesta epäiltyjen viemisen Manner-Kiinaan, mutta mielenosoitukset ovat laajentuneet suuremmaksi Manner-Kiinan hallinnon vastaisiksi, Hongkongin itsehallintoa ja demokratiaa puolustaviksi mielenosoituksiksi. Ainakaan lokakuussa 2019 Hongkongin tilanteelle ei näkynyt ratkaisua. Euroopan unionin jäsenmaat joutuvat yhdessä ja erikseen pohtimaan suhtautumistaan Kiinaan, mutta ainakaan tutkimissani jutuissa kritiikki tai epäily Kiinan vaikutusvallan ja matkailun kasvua kohtaan ei vielä näkynyt.

Vuoden 2019 aikana myös uiguurivähemmistön tilanne on noussut Suomenkin mediassa paljon esiin. Kiinan on uutisoitu valvovan tiukasti uiguureja ja vievän heitä uudelleen koulutuskeskuksiin, joissa muslimeista koulitaan tunnollisia kommunisteja ja ylpeitä kiinalaisia ja pakotetaan kieltämään oma uskonto. Lisäksi kuluvan vuoden aikana matkailun ongelmat sekä ilmastokriisi ovat olleet vahvasti esillä, samoin tietoon on tullut kiinalaisen teleyhtiö Huaweiin vakoilu epäilyjä muun muassa Afrikassa (ks. luku 2.3 Kiina muualla maailmassa). Onkin mahdollista, että kiinalaisia matkailijoita käsittelevistä Helsingin Sanomien ja Ylen jutuista olisi löytynyt enemmän kriittisiä sävyjä, mikäli tutkimusaineisto olisi kattanut myös vuoden 2019.

Matkailu ei ole muusta maailmasta ja toimialoista erillinen saareke. Matkailu tuo kohdemaahan merkittäviä tuloja ja matkailu liittyy myös eri valtioiden välisiin poliittisiin ja taloudellisiin suhteisiin.

6.2 Mahdolliset jatkotutkimuskohteet

Matkailu on maailmanlaajuisesti kasvava ala, ilmastokriisistä huolimatta. Kiinan vaikutusvaltaa Euroopassa ja Suomessa voisi tutkia enemmän. Mikäli kiinalaisomisteisia hotelleja tai mökkikyliä rakentuu Suomeen lisää, voisi niitäkin tutkia ja esimerkiksi vertailla kiinalaisten investointeja venäläisten joitakin vuosia sitten kohua herättäneisiin mökkikauppoihin. Myös Helsinki-Tallinna -tunnelin ja Jäämeren radan tulevaisuus ja Kiinan investoinnit niihin liittyen ovat mahdollisia tutkimuskohteita. Tutkimusta voisi myös laajentaa ja tarkastella kaikkia Kiina-aiheisia uutisia suomalaisessa mediassa tai

tietyissä medioissa tietyllä ajanjaksolla. Millainen vaikutelma syntyy, mikäli aineisto koostuu niin talousuutisista kuin revontulia etsivistä matkailijoista kertovista jutuista?

Matkailujournalismin tutkimisessa aiheesta voisi jatkaa tutkimalla kiinalaisia matkailijoita muissa medioissa tai pidemmältä aikaväliltä. Mahdollisesti voisi tutkia myös sitä, miten vaikkapa japanilaisia tai saksalaisia matkailijoita käsitellään mediassa ja eroaako se kiinalaismatkailijoita käsittelevistä jutuista jollakin tavalla.

Matkailututkimuksen osalta taas lisätutkimusta voisi suunnata markkinointiin. Kuinka kauan pelkät revontulet ja mustikkametsät ovat hyvä tapa markkinoida Suomea? Tarvitaanko kenties jotain muutakin? Matkailuun liittyy olennaisesti myös kielitaito. Lapin matkailukohteiden rekrytointiongelmat ja työntekijöiden alipalkkaus nousivat esiin myös tutkimusaineistostani. Yksi tutkimistani jutuista mainitsi jo otsikossaan ”niin sanotut tulkit” eli sen, että tulkkina toimivat ihmiset, jotka eivät aina oikeasti ole päteviä. Olen opiskellut myös saksan kääntämistä ja tulkkausta. Opinnoissani tulkkauksen laatu on noussut monesti esiin esimerkiksi oikeustulkkauksesta ja turvapaikanhakijoiden kuulemisista keskusteltaessa. Kielentutkimuksen kannalta matkailu tarjoaa mahdollisuuden tutkia esimerkiksi matkailuyritysten vieraskielistä markkinointimateriaalia tai henkilökunnan kielitaitoon liittyviä seikkoja.

Aineisto

Helsingin Sanomat (22.1.2015): Digipaastosta Lappi-matkailun uusin hitti: "Vain tavallinen kamera sallitaan" <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002794550.html>

Helsingin Sanomat (31.1.2015): 9 parasta asiaa Suomesta ulkomaisen matkailijan silmin. <https://www.hs.fi/matka/art-2000002796793.html>

Helsingin Sanomat (22.5.2015): Vauraista kiinalaisturisteista toivotaan merkittävää piristysruisketta Suomen taloudelle. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002826039.html>

Helsingin Sanomat (23.5.2015): Kiinalainen ei löysäile lomalla. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002826302.html>

Helsingin Sanomat (23.5.2015): Kiinalaiset matkailijat alkavat löytää Suomea. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002826294.html>

Helsingin Sanomat (11.6.2015): Kiinalaisten yöpymisten määrä kasvoi Suomessa reilusti – matkailuala haluaa lisää lahjoittamalla rahaa Guggenheimille. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002831059.html>

Helsingin Sanomat (16.7.2015): Venäläisturistien jättämiä hotelleja täyttävät nyt kiinalaiset ja saksalaiset. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002838739.html>

Helsingin Sanomat (25.7.2015): Pääkirjoitus: Kiinalaisturistit eivät vielä paikkaa venäläisten jättämää aukkoa matkailutuloissa. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000002840624.html>

Helsingin Sanomat (16.8.2015): Pääkirjoitus: Matkailu tulee ottaa vakavissaan. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000002845338.html>

Helsingin Sanomat (25.8.2015): Kolme joulupukkia taistelee Rovaniemen herruudesta – yhtä uhkaa konkurssi. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002847442.html>

Helsingin Sanomat (3.10.2015): Kolumni: Kiinalaisturistien tapoja kauhistellaan, mutta Suomessa he tuskin erottuisivat joukosta. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000002857067.html>

Helsingin Sanomat (20.11.2015): Visa ja Mastercard saavat haastajan – kiinalaiskortti rynnistää markkinoille. <https://www.hs.fi/talous/art-2000002867531.html>

Helsingin Sanomat (3.12.2015): Kiinalaisturistit ovat nyt Helsingin rahasampo. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000002870330.html>

Helsingin Sanomat (4.12.2015): Pääkirjoitus: Kiinalainen tulisi kaupolle, ei järvelle. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000002870510.html>

Helsingin Sanomat (25.1.2016): Puskaradio johdattaa turisteja helsinkiläisille tuntemattomaan ravintolaan – japanilaisten matkaoppaiden tarkkuudelle ei ole vertaa. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000002881941.html>

Helsingin Sanomat (14.2.2016): Suomesta halutaan pikainen pysähdyspaikka – tätä kaikkea turisti ehtii lentojen välissä. <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002885820.html>

Helsingin Sanomat (30.3.2016): Kiinalaisten matkailu Suomeen kovassa kasvussa – ulkoministeriö avaa Kiinaan 13 viisumikeskusta. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002893757.html>

Helsingin Sanomat (6.4.2016): ”Olen tulossa kuudeksi tunniksi, mitä suosittelet?” – Helsinki hakee lisätuloja lentokonetta vaihtavista. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000002894705.html>

Helsingin Sanomat (26.4.2016): Venäläismatkustajien määrä väheni Suomessa – tilalle tuli varakkaita aasialaisturisteja. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002898221.html>

Helsingin Sanomat (16.5.2016): ”Onko tuo eläin todella olemassa” – Kiinalaisen tvsarjan Suomi-jakso kerää miljoonia katsojia, mutta poro on vieras. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002901358.html>

Helsingin Sanomat (30.6.2016): Suomi on Pohjoismaiden heikoin matkailumaa. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002908658.html>

Helsingin Sanomat (13.7.2016): Tältä näyttää Helsinki matkamuistojen perusteella – ”Kiinalaiset ostavat kiinalaisia magneetteja”, huokaa kauppias. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000002910689.html>

Helsingin Sanomat (8.10.2016): Virolaiset toivat Helsinkiin eniten rahaa – japanilaiset matkaajat tuhlailevaisimpia. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002924621.html>

Helsingin Sanomat (27.10.2016): Maailman suurin verkkokauppa Alibaba haluaa tuoda 50 000 kiinalaisturistia Rovaniemelle ensi vuonna – Onko Lappi valmis? <https://www.hs.fi/talous/art-2000002927547.html>

Helsingin Sanomat (30.10.2016): Kiinalaisturistien määrä moninkertaistuu Lapissa – HS selvitti, millaisia matkoja kiinalaisille myydään. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002927953.html>

Helsingin Sanomat (7.11.2016): Idyllisestä iglukylästä tunnettu hotelli teetti töitä parin euron tuntipalkalla – ”Lipsahdus on sattunut ja otimme opiksi”. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002929152.html>

Helsingin Sanomat (18.11.2016): Kiinalaiset maksavat pian tuliaiset kännykällä – Suomeen tuleva Alipay-maksupalvelu voi yllyttää turistikin ostamaan lisää. <https://www.hs.fi/talous/art-2000004875627.html>

Helsingin Sanomat (22.11.2016): Kiinalaisten Suomi-huuma näyttää toteutuvan: yhtenä päivänä varattiin yli 5 000 Lapin-matkaa. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000004876210.html>

Helsingin Sanomat (30.11.2016): Lappi houkuttelee Kiinasta nyt myös reppureissaajia – Wangin unelmakohde Inari jää väliin huonon julkisen liikenteen takia. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000004888663.html>

Helsingin Sanomat (13.12.2016): ”Saamelaiden hoitama erämaa” ja jopa 40 asteen pakkasia – Lappi odottaa matkailun supertalvea, ja näin matkoja myydään ulkomailla. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005005371.html>

Helsingin Sanomat (15.01.2017): Matkailijoiden kerma saapuu yksityiskoneilla Lappiin ja vaatii revontulia – pohjoisen luksusmatkailu ”voimakkaassa kasvussa”. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005046435.html>

Helsingin Sanomat (16.1.2017): Pääkirjoitus: Latu, ananaspitsa ja olut muovituopissa ei ole Lappi-kokemus – aasialaisille ei riitä perinteinen suomalainen massaturismi. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005046480.html>

Helsingin Sanomat (27.1.2017): Kolumni: Kiinalaisturistien miellyttäminen on taitolaji – tarjoa viinapaukku lämpimänä ja ymmärrä erilaista jonotuskulttuuria. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005063927.html>

Helsingin Sanomat (29.1.2017): Aasialaiset valtaavat Tallinnanlaivoja – kuumaa nuudelivettä pitää olla aina saatavilla. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000005065158.html>

Helsingin Sanomat (17.2.2017): Lapin turismi tekee huimia ennätyksiä – ja suurimmat voitot on käärinyt mies, joka omistaa jopa joulupukin. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005091473.html>

Helsingin Sanomat (2.4.2017): Rypsi voisi olla huikea matkailuvaltti, sillä Kiinassa turistit maksavat pääsymaksun keltaisille pelloille. <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005151386.html>

Helsingin Sanomat (6.4.2017): Alibabasta irtautunut maksupalveluyhtiö yrittää tuhota käteisen ja luottokortit – Alipay rynnistää Suomen markkinoille turistibuumin vauhdittamana. <https://www.hs.fi/paivanlehti/06042017/art-2000005157902.html>

Helsingin Sanomat (18.6.2017): Pääkirjoitus: Matkailualalle kuuluu nyt Suomessa hyvää – kasvu on Pohjoismaiden nopeinta. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005258906.html>

Helsingin Sanomat (18.6.2017): Kiinalaiset tulevat kesällä Lapin kultamaille – aiemmin hipuilla ostettiin juomia, nyt valtauksille rakennetaan mobiilimaksu-järjestelmiä. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005259165.html>

Helsingin Sanomat (20.9.2017): Nuoret kiinalaiset matkailijat haluavat Suomesta mustikkapiirakkaa ja prinsessa Leian koruja – ”He ostivat 42 000 euron edestä kelloja ja koruja. <https://www.hs.fi/talous/art-2000005374833.html>

Helsingin Sanomat (4.11.2017): Missä ovat Rovaniemelle täksi vuodeksi luvatut 50 000 kiinalaismatkailijaa? Monelle turistille kävelymatka ravintolasta mökkiin on liian pelottava. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005436170.html>

Helsingin Sanomat (16.12.2017): Hiljaisuus kiinnostaa nyt turisteja – ”Monet matkailijat haluavat, että heille annetaan lupa olla hiljaa”, tutkija sanoo. <https://www.hs.fi/matka/art-2000005491707.html>

Helsingin Sanomat (25.12.2017): Pääkirjoitus: Suomi vasta totuttelee asemaansa suosittuna matkailumaana. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005501893.html>

Helsingin Sanomat (30.12.2017): Turistit levittävät kursailematta hilloa karjalanpiirakoille ja rahkaa ruisleivälle – Hotellit kertovat, mitä turistit haluavat aamupalaksi Suomessa. <https://www.hs.fi/matka/art-2000005506244.html>

Helsingin Sanomat (12.1.2018): Lakimuutos helpottaa turistien ja maahanmuuttajien pääsyä rattiin – kiinalaisella tai irakilaisella kortilla voi pian vuokrata auton. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005521959.html>

Helsingin Sanomat (20.2.2018): Matkailu kasvaa Helsingissä nyt paljon kovempaa kuin aina trendikkäissä Tukholmassa ja Kööpenhaminassa – Katso HS:n laskurista, mistä turistit tulevat. <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000005575201.html>

Helsingin Sanomat (14.5.2018): Matkailijoiden vyöry Kiinasta halutaan nyt ulottaa JärviSuomeen – pääsy mökeille aukeaa, kun auton vuokraaminen sallittiin kiinalaisille. <https://www.hs.fi/talous/art-2000005679669.html>

Helsingin Sanomat (16.5.2018): Pääkirjoitus: Turisteille tarjotaan Lapin lisäksi myös järviä ja saaria. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005681295.html>

Helsingin Sanomat (21.6.2018): Näinkin sen voi nähdä: ”Suomen 20 asteen kesä on täydellinen keidas” – Täkäläistä kesää tuoteistetaan maailmalla hurjaa vauhtia. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005729527.html>

Helsingin Sanomat (3.9.2018): Suomen ja Venäjän välisellä rajavyöhykkeellä harhailleet kiinalaiset turistit saivat sakot valtionrajarikoksesta. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005814260.html>

Helsingin Sanomat (15.9.2018): Aasialaisten turistien aikataulu Suomessa on tehokas ja siihen sisällytetään ”maistiaisista kaikesta” – Kiinalaisia tulisi enemmänkin, jos Lapissa olisi aina talvi. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005828706.html>

Helsingin Sanomat (1.10.2018): Kiinalaisturistien ryntäystä Pohjolaan varjostaa kohu, joka yllätti Ruotsin täysin – perheen kantaminen kadulle ja karkea vitsi kiinalaisista tulehduttivat maiden suhteet. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005847315.html>

Helsingin Sanomat (10.11.2018): Kolumni: Kaikissa menestyneissä matkailumaissa on turistiministeriö – Suomessa seteleitä heitetään hukkaan. <https://www.hs.fi/matka/art-2000005893990.html>

Yle uutiset (2.1.2015): "Turistin univormu" on välttämätön arktisella safarilla. <https://yle.fi/uutiset/3-7716868>

Yle uutiset (17.1.2015): Venäläisturistien kato havahdutti matkailuyrittäjät – Saimaalle tavoitellaan turisteja Italiasta ja Kiinasta. <https://yle.fi/uutiset/3-7742214>

Yle uutiset (27.1.2015): Japanin matkailumarkkinoilla Suomi jo tunnetaan, mutta Kiinassa ei. <https://yle.fi/uutiset/3-7760786>

Yle uutiset (28.1.2015): Suomalaisille tavalliset asiat ovat eksoottisia kiinalaisille matkailijoille. <https://yle.fi/uutiset/3-7765870>

Yle uutiset (27.2.2015): Matkailijat saatu yöpymään Kemissä – aasialaiset täyttävät hotellit. <https://yle.fi/uutiset/3-7834606>

Yle uutiset (14.4.2015): Kiinalaisten kasvavasta matkailusta suuret odotukset – kainuulaiset palkitaan Pekingissä. <https://yle.fi/uutiset/3-7925381>

Yle uutiset (16.4.2015): Kiinalaisturistien vyöryä odotetaan Lappiin. <https://yle.fi/uutiset/3-7932641>

Yle uutiset (26.5.2015): Matkailussa katseet käännetään itään – "Aasia on markkina-alueena käsittämättömän iso". <https://yle.fi/uutiset/3-8015706>

Yle uutiset (28.5.2015): "Paljon puita, vähän ihmisiä" – Kiinalaiset uskovat suomalaisen luonnon ja luotettavuuden vetovoimaan. <https://yle.fi/uutiset/3-8021098>

Yle uutiset (29.5.2015): Metsähallitus panostaa kasvavaan kiinalaismatkailijoiden virtaan. <https://yle.fi/uutiset/3-8027952>

Yle uutiset (13.8.2015): Kiinalainen mytologia: Saimaannorpan näkeminen takaa poikalapsen – ja turisteja Saimaalle. <https://yle.fi/uutiset/3-8224117>

Yle uutiset (7.12.2015): Kemi järjestää aasialaisturisteille keskustan kauppoihin kiinankielisiä ostoskierroksia. <https://yle.fi/uutiset/3-8508702>

Yle uutiset (4.1.2016): "Miksi te ette tuotteista tätä puhdasta ilmaa, kysyvät kiinalaiset vieraamme". <https://yle.fi/uutiset/3-8564642>

Yle uutiset (6.1.2016): Lapin matkailun kolme pointtia: Joulupukki, revontulet ja Euroopan puhtain ilma. <https://yle.fi/uutiset/3-8569668>

Yle uutiset (7.1.2016): Kiinalaisturistit löysivät Lapin raikkaan ilman. <https://yle.fi/uutiset/3-8573308>

Yle uutiset (18.1.2016): Napapiirin info kiinalaisomistukseen. <https://yle.fi/uutiset/3-8604853>

Yle uutiset (22.1.2016): Kiinalaiset matkailevat kuten ruokailevat – asiantuntijan vinkit matkailuyrittäjille <https://yle.fi/uutiset/3-8614433>

Yle uutiset (27.1.2016): Kiinalaiset testaavat koiravaljakot ja lumikengät – "Odotukset ovat korkealla". <https://yle.fi/uutiset/3-8628424>

Yle uutiset (29.1.2016): Kiinalaisten tulo Saimaalle epävarmaa – kukaan ei kokoa tuotteita yhdeksi matkapaketiksi. <https://yle.fi/uutiset/3-8632427>

Yle uutiset (5.2.2016): Ilmaiset ostoskierrokset saavat aasialaisturistit varovaiseksi: "Kiinassa se merkitsee ostopakkoa" <https://yle.fi/uutiset/3-8649260>

Yle uutiset (22.2.2016): Tässäkö Suomen uusi vientivaltti? – "Tavoitteena on opettaa 300 miljoonaa kiinalaista nauttimaan talvesta" <https://yle.fi/uutiset/3-8690585>

Yle uutiset (22.3.2016): Suomeen halutaan lisää luksusmatkailijoita: "Asiakasta pitää kohdella kuin kuningasta tai kuningatar". <https://yle.fi/uutiset/3-8759754>

Yle uutiset (24.3.2016): Asiantuntijat: Turistit valitsevat turvallisen Suomen Euroopan terrori-iskujen vuoksi. <https://yle.fi/uutiset/3-8757814>

Yle uutiset (29.3.2016): Lappi saa suosituksen kiinalaissarjan kautta miljardiyleisön mediassa. <https://yle.fi/uutiset/3-8767917>

Yle uutiset (30.3.2016): Ulkoministeriö vauhdittaa matkailua – uusia viisumikeskuksia Kiinaan. <https://yle.fi/uutiset/3-8777058>

Yle uutiset (5.4.2016): Saimaalla kelpaa matkailla, jos tänne osaa ja pääsee <https://yle.fi/uutiset/3-8789724>

Yle uutiset (5.4.2016): Kiinalainen haluaa järviluonnon ihmeet turvallisessa päiväpaketissa. <https://yle.fi/uutiset/3-8786547>

Yle uutiset (11.4.2016): Kiinalaismatkailijoita houkutellessaan nyt myös maakuntiin – vetonaulana marjastus puhtaassa luonnossa. <https://yle.fi/uutiset/3-8797506>

Yle uutiset (26.4.2016): Näillä Suomeen matkustavilla on rahaa kuin roskaa – aasialaiset paikkaavat venäläisten katoa. <https://yle.fi/uutiset/3-8835068>

Yle uutiset (9.6.2016): Pelastaisiko Iloista Lomaa Itä-Suomessa -kampanja eteläisen Saimaan matkailun? <https://yle.fi/uutiset/3-8945054>

Yle uutiset (20.6.2016): Rovaniemen majoituspula helpottuu – Napapiirille suunnitteilla yli tuhat uutta petipaikkaa. <https://yle.fi/uutiset/3-8959697>

Yle uutiset (10.7.2016): Kerran elämässä päiväksi Suomeen: Mitä kiinalainen turisti täältä etsii – ja löytääkö hän sen? <https://yle.fi/uutiset/3-9011875>

Yle uutiset (19.7.2016): Finnair ja kiinalainen Alitrip aikovat tuoda Lappiin tuhansia kiinalaisturisteja. <https://yle.fi/uutiset/3-9035725>

Yle uutiset (11.8.2016): Kiinalainen voi valita järvenrannan ja lentoterminaalin väliltä – Keski-Suomi haluaa osansa Aasian matkailijoista. <https://yle.fi/uutiset/3-9085592>

Yle uutiset (16.8.2016): Matkakohteiden metsästäjä lumoutui Suomesta – "Kaunein kaikista". <https://yle.fi/uutiset/3-9097826>

Yle uutiset (26.8.2016): Kiinalaisten heikko englannin taito vaatii lentokentältä erityispanostuksen – jopa 300 000 läpikulkijaa vuosittain. <https://yle.fi/uutiset/3-9101706>

Yle uutiset (26.8.2016): Video: Nämä neljä seikkaa kiinalaisten turistien palvelemisessa on syytä huomioida. <https://yle.fi/uutiset/3-9111477>

Yle uutiset (5.9.2016): Elämys kookuttaa aasialaisturistin – matkailijat haluavat vieraaksi suomalaiskoteihin. <https://yle.fi/uutiset/3-9141860>

Yle uutiset (7.9.2016): Kiinalaisten tulo Saimaalle olisi jättipotti – turistit kuluttavat paljon rahaa lyhyessä ajassa. <https://yle.fi/uutiset/3-9150032>

Yle uutiset (19.9.2016): Maailman suurin nettikauppa myy matkoja Lappiin – pohjoiseen odotetaan kiinalaisten vyöryä. <https://yle.fi/uutiset/3-9177829>

Yle uutiset (11.10.2016): Lappi innostaa kiinalaisia matkailubisnekseen - ensimmäinen kiinalaisomisteinen majoituskohde Rovaniemelle. <https://yle.fi/uutiset/3-9223638>

Yle uutiset (26.10.2016): Aasiasta puhaltaa myötätuuli Saimaan matkailuun – Alueella kymmeniä matkanjärjestäjävierailuja. <https://yle.fi/uutiset/3-9253876>

Yle uutiset (27.10.2016): Kiina rynnistää Lappiin maailman suurimman verkkokaupan kautta – diginatiivit kiinalaiset etsivät suurta seikkailua. <https://yle.fi/uutiset/3-9256709>

Yle uutiset (5.11.2016): Rovaniemen matkailu sai mitä halusi – mutta tulevatko kymmenet tuhannet kiinalaiset matkailijat liian nopeasti? <https://yle.fi/uutiset/3-9263123>

Yle uutiset (5.12.2016): Suomen ensimmäinen kiinankielinen aikakauslehti ilmestyi. <https://yle.fi/uutiset/3-9335063>

Yle uutiset (4.1.2017): Ulkomaiset autonvuokraajat hämmentävät – kommelluksia sattuu päivittäin. <https://yle.fi/uutiset/3-9388005>

Yle uutiset (4.1.2017): Lapissa lähes -40 astetta ja paljaspäisiä kiinalaisturisteja: "Sitä onnellisempia, mitä kylmempää on". <https://yle.fi/uutiset/3-9387718>

Yle uutiset (12.1.2017): Kiinalaiset maksutavat yleistyvät vauhdilla Lapissa ja Helsingissä – turistien toivotaan kuluttavan yhä avokätisemmin. <https://yle.fi/uutiset/3-9396643>

Yle uutiset (13.1.2017): Kiinalaisturistien vyöry Lappiin ylitti odotukset – Finnair lisää yhteistyötä Alitripin kanssa. <https://yle.fi/uutiset/3-9401435>

Yle uutiset (14.1.2017): Lappi tarvitsee lisää hotelleja – mökkimajoitus ei käy kaikille. <https://yle.fi/uutiset/3-9401895>

Yle uutiset (14.1.2017): Suomi kiinnostaa nyt maailmalla – kansainväliseen myyntiin tarvittaisiin ripeyttä. <https://yle.fi/uutiset/3-9387900>

Yle uutiset (28.1.2017): Kiina-konsultin opetukset Lapin matkailuyrittäjille: Puhdasta ruokaa, murtomaahiihtoa ja väljemmät bussit. <https://yle.fi/uutiset/3-9429767>

Yle uutiset (2.2.2017): Turisti kaasutteli edessä väärällä kaistalla – Monella ulkomaalaisella ajokortilla pääsee ajamaan Suomessa. <https://yle.fi/uutiset/3-9438672>

Yle uutiset (2.6.2017): Kiinalaisten ensimmäiset lomamökit harjakorkeudessa Rovaniemellä – lisää mökkejä luvassa. <https://yle.fi/uutiset/3-9645673>

Yle uutiset (5.6.2017a): Erikoinen ilmiö korumarkkinoilla – Kultasepät Ylelle: Matkaopas haluaa korvauksen, jos tuo kiinalaisturistin liikkeeseen. <https://yle.fi/uutiset/3-9639774>

Yle uutiset (5.6.2017b): Kokenut matkanjärjestäjä: kiinalaisten matkanjohtajien välityspalkkiot Suomessa kuuluvat kiinalaiseen bisneskulttuuriin. <https://yle.fi/uutiset/3-9650951>

Yle uutiset (9.6.2017): Yrittäjä uskoo miljoonan kiinalaisen löytävän Suomeen – Turisti: "Tämä on unelmamaamme" <https://yle.fi/uutiset/3-9656018>

Yle uutiset (17.6.2017): Analyysi: Syrjäinen korpi on valttia luontomatkailussa – kunhan sinne ensin pääsee. <https://yle.fi/uutiset/3-9675614>

Yle uutiset (6.7.2017): "Niin sanottuihin tulkkeihin" kyllästynyt matkailuala iloitsee – kiinalaisten rekrytointi helpottuu. <https://yle.fi/uutiset/3-9707758>

Yle uutiset (18.7.2017): Kiinan suurlähettiläs Savonlinnassa – "Kiinalaiset näkevät Saimaassa koko Suomen." <https://yle.fi/uutiset/3-9729160>

Yle uutiset (1.8.2017): Turun turistikesä on vilkas: ohikiitäviä kiinalaisia, innokkaasti retkeileviä risteilyvieraita ja pitkään viihtyviä eteläeurooppalaisia. <https://yle.fi/uutiset/3-9744600>

Yle uutiset (1.8.2017): Kisa risteilymatkustajista on kovaa – kiinalaisia riittää molemmilla isoilla yhtiöillä. <https://yle.fi/uutiset/3-9751239>

Yle uutiset (6.8.2017): Nyt loppuu se säästä valittaminen – Suomen sää on yksi Suomen parhaista matkailuvalteista. <https://yle.fi/uutiset/3-9758559>

Yle uutiset (24.8.2017): Aasia-asiantuntija: Kiinalaisturistit pitää houkutelaa Saimaalle laivaristeilyillä <https://yle.fi/uutiset/3-9793723>

Yle uutiset (26.8.2017): Ulkomaalaiset pääsivät mummojen kanssa mustikkaan – metsä kiinnostaa, mutta sinne on vaikea päästä. <https://yle.fi/uutiset/3-9798446>

Yle uutiset (1.9.2017): Kuopio-Tahko aloitti täsmähankkeen kiinalaisturisteille – koemarkkinointia jo lokakuussa Shanghaissa ja Singaporessa. <https://yle.fi/uutiset/3-9810164>

Yle uutiset (7.9.2017): Kiinalaiset pääsevät autoilemaan Lapin lumisille teille – matkailuala odottaa innolla ajokorttilain muutosta. <https://yle.fi/uutiset/3-9821297>

Yle uutiset (23.9.2017): Kiinalaisturisteille myydään parin tunnin kotivierailuja suomalaisiin perheisiin – toivekohde omakotitalo luonnon helmassa. <https://yle.fi/uutiset/3-9841779>

Yle uutiset (16.10.2017): Rovaniemellä kokeillaan: Joulunäytelmä tekstitetään kiinaksi ja englanniksi. <https://yle.fi/uutiset/3-9885730>

Yle uutiset (17.10.2017): Kotkan ja Pietarin välille kaavaillaan kiinalaisille turisteille suunnattuja risteilyjä – "Pimeys, loska ja räntä ovat heistä eksoottisia". <https://yle.fi/uutiset/3-9887017>

Yle uutiset (1.11.2017): Napapiirillä aloitti ensimmäinen kiinalainen matkailuyritys. <https://yle.fi/uutiset/3-9909882>

Yle uutiset (8.11.2017): Kiinalainen tv-tähti asui 30 päivää lentoasemalla ja ihastui suomalaisiin – "Aion nukkua kokonaisen päivän, kun pääsen kotiin". <https://yle.fi/uutiset/3-9922417>

Yle uutiset (9.11.2017): Lapissa varaudutaan "pällistelyonnettomuuksiin", kun kiinalaiset pääsevät auton rattiin. <https://yle.fi/uutiset/3-9924443>

Yle uutiset (15.12.2017): Lapin pelastustehtävät ampaisivat kasvuun matkailun myötä – apua tarvitaan, kun turisti hyppää auton rattiin tai ryhtyy saunan lämmitykseen. <https://yle.fi/uutiset/3-9977830>

Yle uutiset (27.12.2017): Turistit poukkoilevat vaarallisesti Rovaniemen autoteillä. <https://yle.fi/uutiset/3-9991781>

Yle uutiset (23.1.2018): Lappia myydään kaukomaiden turisteille nyt kesä edellä. <https://yle.fi/uutiset/3-10036782>

Yle uutiset (16.2.2018): Ajokorttilain uudistus näkyy hitaasti Lapin matkailussa. <https://yle.fi/uutiset/3-10077142>

Yle uutiset (5.3.2018): Nyt pilkitään Amerikan malliin – järeät välineet ja toiveet suuresta saaliista lisääntyvät suomalaisessa talvikalastuksessa. <https://yle.fi/uutiset/3-10099224>

Yle uutiset (21.3.2018): Maaseutuhotellilta ennakkoluuloton avaus: palkkasi oman agentin Kiinaan. <https://yle.fi/uutiset/3-10126752>

Yle uutiset (22.3.2018): Hauholainen yrittäjä haluaa siivun Suomeen tulevista turisteista: "Lappi on jo täynnä kiinalaisia tai singaporelaisia". <https://yle.fi/uutiset/3-10128407>

Yle uutiset (25.4.2018): Saimaalla valmistauduttiin kiinalaisturisteihin, mutta yllättäen tuleekin tuhansia eteläkorealaisia – hotellin henkilökunta joutui tapakoulutuskurssille. <https://yle.fi/uutiset/3-10174936>

Yle uutiset (14.5.2018): Maailman toiseksi suurin matkatoimisto alkaa myydä matkoja Suomeen – Saimaalle odotettavissa tuhansia kiinalaisia. <https://yle.fi/uutiset/3-10203916>

Yle uutiset (24.5.2018): Shanghaiin matkamessut nostivat Saimaan kiinalaisten kesäkohteeksi. <https://yle.fi/uutiset/3-10220722>

Yle uutiset (26.6.2018): Kiinalaisten ajo-oikeus ei tuonut Lappiin pelättyjä "pällistelyonnettomuuksia". <https://yle.fi/uutiset/3-10269234>

Yle uutiset (28.6.2018): Saimaa viedään kiinalaiseen jättinettipalveluun – Suomeen odotetaan lisää kiinalaisturisteja. <https://yle.fi/uutiset/3-10278660>

Yle uutiset (4.7.2018): Kiinalaisturisteja houkutellaan tutustumaan suomalaisiin koteihin – lapsilla riittää ihmeteltävää havunneulasissa ja järven aalloissa. <https://yle.fi/uutiset/3-10285171>

Yle uutiset (30.7.2018): Kiinalaisturistin huippuhetki Saimaalla: Raakaa kalaa suoraan järvestä – ja wasabia päälle. <https://yle.fi/uutiset/3-10328594>

Yle uutiset (30.8.2018): Kiinalaishotelli sai luvan laajentaa Rovaniemellä. <https://yle.fi/uutiset/3-10378678>

Yle uutiset (31.8.2018): "Mustikoita turisteille ja taiteilijaresidenssi herättämään illalla kuoleva alue!" Professori saapui Hongkongista Vantaalle ja listasi 4 asiaa, joilla Aviapolis saadaan kukoistamaan. <https://yle.fi/uutiset/3-10382098>

Yle uutiset (30.9.2018): Japanilaiset matkailijat ovat harventuneet Lapissa, tilalle tullut kiinalaisia. <https://yle.fi/uutiset/3-10430941>

Yle uutiset (29.10.2018): Uusi lumilinna kohoaa Lappiin ensi jouluksi – kiinalaiset rahoittavat Muumi-aiheista linnaa. <https://yle.fi/uutiset/3-10481297>

Yle uutiset (7.11.2018): Lapin matkailubuumi työllistää turvallisuutta valvovia viranomaisia – nyt kiinnostaa se, miten aasialaisturisti perehdytetään moottorikelkkailuun. <https://yle.fi/uutiset/3-10490737>

Yle uutiset (30.11.2018): Piholla pyörivät ja sopimattomasti käyttäytyvät turistit aiheuttavat harmaita hiuksia pohjoisessa – Inarin kunta laati matkailijoille ohjeet. <https://yle.fi/uutiset/3-10533468>

Yle uutiset (25.12.2018): Imatra aikoo ottaa Kiina-huumasta kaiken irti – nyt alkaa yhteistyö miljoonakaupungin kanssa. <https://yle.fi/uutiset/3-10563054>

Lähdeluettelo

Tutkimuskirjallisuus

Andrijauskas, Konstantinas. (2013). *China's economic penetration into post-soviet central Asia and Eastern Europe*. Lithuanian Foreign Policy Review. Issue 30. 113–131.

Benner, Thorsten, Jan Gaspers, Mareike Ohlberg, Lucrezia Pogetti, Kristin Shi-Kupfer (2018): *Authoritarian Advance. Responding to China's Growing Political Influence in Europe*. Global Public Policy Institute (GPPI) und Mercator Institute for China Studies (MERICS), Berliini. <https://www.gppi.net/2018/02/05/authoritarian-advance-responding-to-chinas-growing-political-influence-in-europe> [Luettu 23.9.2019]

Buzan, Barry & Lene Hansen (2009): *The evolution of international security studies*. Cambridge University Press, Cambridge.

Cardenal, Juan Pablo & Heriberto Araújo (2017): *Kiinan maailmanvalloitus*. (suom. Konttinen, Arto) Into, Helsinki.

Giusti, Serena (2013): *China: an Emergent Stakeholder in Eastern Europe*. Istituto per gli Studi di Politica Internazionale. ISPI-Analysis 153.

Hakulinen, Sanna, Raija Komppula & Saira Saraniemi (2007): *Lapin joulumatkailutuotteen elinkaari. Concorde-lennoista laajamittaiseen joulumatkailuun*. Matkailun edistämiskeskus, Helsinki.

Honkanen, Antti (2008): Ulkomaalaisten ikääntyvien matkailijoiden kausiluontoisuus Suomessa, Helsingissä, Lapissa ja Järvi-Suomessa vuosina 2000-2007. Teoksessa: Toivonen, Timo & Maria Halme (toim.) *Kulttuurin, luonnon ja liiketoiminnan näkökulmia matkailuun*. 9–32. Turku School of Economics, Turku.

Hooijmaaijers, Bas (2019): *Blackening Skies for Chinese Investment in the EU?* Journal of Chinese Political Science, Volume 24: 451–470. <https://doi.org/10.1007/s11366-019-09611-4>. Springer Netherlands.

Howorth, Jolyon & Anand Menon (2015): *Wake up, Europe!*, Global Affairs, 1:1, 11–20, DOI: 10.1080/23340460.2015.995346

Jokinen, Mikko, Ilona Mettiäinen, Salla Sippola & Seija Tuulentie (2009): *Sosiaalinen kestävyys muuttuvissa matkailukylissä: Paikallisia näkemyksiä kehityksestä*. Teoksessa: Tuulentie, Seija (toim.): *Turisti tulee kylään – matkailukeskukset ja lappilainen arki*. 60–85. Minerva, Jyväskylä.

Koivurova, Timo, Liisa Kauppila, Sanna Kopra, Marc Lanteigne, Mingming Shi, Malgorzata Smieszek, Adam Stepień, Juha Käpylä, Harri Mikkola, Egill Þór Nielsson, Matti Nojonen, (2019): *China in the Arctic; and the Opportunities and Challenges for Chinese-Finnish Arctic Co-operation*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 8/2019. Valtioneuvoston kanslia. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-636-2>

Lowyck, Els, Luk van Langenhove & Livin Bollaert (1994): *Typologies of Tourist Roles*. Teoksessa: Johnson, Peter & Barry Thomas (ed.): *Choice and demand in tourism*. 13–32. Mansell, London.

Luostarinen, Heikki (2017): *Kiinan median suuri harppaus*. Into, Helsinki.

Matkailun edistämiskeskus (2008): *Ulkomaiset matkailijat Suomessa: Kesä 2007: rajahaastattelututkimuksen maakohtaiset tulokset*. Matkailun edistämiskeskus, Helsinki.

Michalski, Wolfgang, Riel Miller & Barrie Stevens (1996): *China in the twenty-first century : an overview of the long-term issues*. 7–20. Teoksessa: *China in the 21st century: Long-term global implications*. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris, France.

Rantala, Outi (2009): *Lomalla luonnossa: Tunturikeskus matkailijan paikkana*. Teoksessa: Tuulentie, Seija (toim.): *Turisti tulee kylään – matkailukeskukset ja lappilainen arki*. 108-130. Minerva, Jyväskylä.

Tommasini, Daniela, & Zhou, Shenghan (2018): *Images and Expectations of Chinese Tourists Visiting an Arctic Destination: Rovaniemi, Finnish Lapland*. *The Yearbook of Polar Law Online*, 9(1), 313–322. doi: https://doi.org/10.1163/22116427_009010014 [Luettu 23.10.2019]

Tuomi, Jouni & Anneli Sarajärvi (2018): *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi, Helsinki.

Tuominen, Tong (2003): *A Study of Chinese Tourists in Finland: Winter 2003*. Helsinki: Finnish Tourist Board.

Tuulentie, Seija (2009): *Matkailun Lappi*. Teoksessa: Sarala, P., Lehmuspelto, P. & Suopajarvi, L. (2009). *Mikä Lappi on ja mikä siitä voi tulla?* 54–58. Rovaniemi: Lapin tutkimusseura.

Tuulentie, Seija & Simo Sarkki (2009): Johdanto: Kun kylästä tulee keskus. 9–28. Teoksessa: Tuulentie, Seija (toim.): *Turisti tulee kylään – matkailukeskukset ja lappilainen arki*. Minerva, Jyväskylä.

Tyrväinen, Liisa & Jari Järviluoma (2009): *Lappi ja Suomi maailman matkailumarkkinoilla*. Teoksessa: Tuulentie, Seija (toim.) (2009): *Turisti tulee kylään – matkailukeskukset ja lappilainen arki*. 29–52. Minerva, Jyväskylä.

Webber, Michael J., Mark Wang & Ying Zhu (2002): *China's transition to a global economy*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.

Westad, Arne (2012): *China and Europe: Opportunities or Dangers?* *Global Policy* 3: 96–100. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12014>

Zhang, Carol X, Philip Pearce, Ganghua Chen (2019): *Not losing our collective face: social identity and Chinese tourists' reflections on uncivilised behaviour*. Teoksessa: *Tourism Management*. Vol. 73. 71–82.

Medialähteet, verkkojulkaisut ja opinnäytteet

BBC News (26.9.2018): *Why Sweden and China have fallen out so badly*. <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-45635646> [Luettu 6.10.2019]

Business Finland (2018): *Ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttö kasvoi yli 20 % vuonna 2017*. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2018/ulkomaisten-matkailijoiden-rahankaytto-kasvoi-yli-20--vuonna-2017/> [Luettu 20.9.2019]

Business Finland (2019): *Ulkomailla asuvat tekivät yhteensä 8,5 miljoonaa matkaa Suomeen vuonna 2018*. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/ulkomailla-asuvat-tekivat-yhteensa-85-miljoonaa-matkaa-suomeen-vuonna-2018/> [Luettu 20.9.2019]

Finnair (2019) *Stop & Breathe Helsinki - Infinite ways to unwind*. <https://www.finnair.com/in/gb/stopover> [Luettu 16.9.2019]

Guide to Iceland (2018): *7 Things Icelanders HATE about Tourism in Iceland*.
<https://guidetoiceland.is/history-culture/7-reasons-icelanders-hate-tourism-in-iceland>
[Luettu 13.10.2019]

Haapanen, Liisa (2017): *Periferiaa ja edelläkävijyyttä. Lappi-representaatiot Helsingin Sanomissa syksyllä 2014*. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.
<https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/63077> [Luettu 21.10.2019]

Heikkinen, Sanna (2017): *"El silencio finlandés" : Suomen Lapin hiljaisuus nuorten espanjalaisten kokemana*. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto. Saatavilla:
<https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/62928> [Luettu 22.10.2019]

Helsingin Sanomat (11.8.2017): *Suomen viileä kesä on Etelä-Euroopan lapsiperheille paratiisi – Matkailijoita pitäisi houkutella tänne hanakammin*.
<https://www.hs.fi/elama/art-2000005321927.html> [Luettu 27.9.2019]

Human Rights Watch (13.3.2019): *NGOs Urge the EU to Press China on Human Rights*
<https://www.hrw.org/news/2019/03/13/ngos-urge-eu-press-china-human-rights>

Karjalainen, Suvi (2012): *Venäläisten matkailijoiden Kainuu-kuva*. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto. <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/61321> [Luettu 21.10.2019]

Kauppalehti (24.4.2018): *Pireuksen satamasta tuli Kiinan uuden Silkkiteien "lohikäärmeen pää" – EU epäilee nyt rikollisliigojen pyörittävän väarennöskauppaa*.
<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/pireuksen-satamasta-tuli-kiinan-uuden-silkkiteien-lohikaarme-paa-eu-epailee-nyt-rikollisliigojen-pyorittavan-vaarennoskauppaa/101988c4-9d18-3244-82f0-30cfa34101f1> [Luettu 23.9.2019]

KvaliMOTV (2019a): *7.3.4. Teemoittelu*.
https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html [Luettu 11.2.2019]

KvaliMOTV (2019b): *7.3.5. Tyypittely*.
https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_5.html [Luettu 11.2.2019]

Lapin yliopisto (2016): *Lapin yliopistolle miljoonalahjoitus Kiinasta*.
<https://www.ulapland.fi/news/Lapin-yliopistolle-miljoonalahjoitus-Kiinasta/mlw0yawm/585a741f-e8c5-4e2a-9be4-6f7d36b0fff0#> [Luettu 26.9.2019]

Lentoposti (27.7.2019) *Finnair lopettaa reitin Kiinan Chongqingiin - tuotot eivät vastanneet odotuksia*.

https://www.lentoposti.fi/uutiset/finnair_lopettaa_reitin_kiinan_chongqingiin_tuotot_eiv_t_vastanneet_odotuksia [Luettu 24.9.2019]

South China Morning Post (11.10.2019): *China is behaving badly and Australia won't stand for it, minister says.*

<https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3032530/china-behaving-badly-and-australia-wont-stand-it-minister-says> [Luettu 13.10.2019]

South China Morning Post (14.2.2019): *How the fear of losing 'face' can help more Chinese tourists behave better abroad.* https://www.scmp.com/comment/insight-opinion/hong-kong/article/2185985/how-fear-losing-face-can-help-more-chinese?utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR3B7xdb0hDkPuUCFxfjBxdOzku_cL4zUkOaZyUBqySw3lMBfNFLm_imMhwk# [Luettu 19.9.2019]

South China Morning Post (9.2.2018): *Hands off the penguins, China tells its tourists to Antarctica.* <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy-defence/article/2132756/hands-penguins-china-tells-its-tourists-antarctica> [Luettu 18.9.2019]

Suomen yrittäjät (2017): *Suomen markkina-arvo kasvaa Kiinassa kohisten: Tämä mies julistaa joulupukin ilosanomaa.* <https://www.yrittajat.fi/uutiset/567993-suomen-markkina-arvo-kasvaa-kiinassa-kohisten-tama-mies-julistaa-joulupukin#9a107057> [Luettu 11.9.2019]

The Diplomat (21.12.2016): *Norway-China Relations 'Unfrozen'.* <https://thediplomat.com/2016/12/norway-china-relations-unfrozen/> [Luettu 7.10.2019]

The Economist (18.1.2019): *Why China rents out its pandas.* <https://www.economist.com/the-economist-explains/2019/01/18/why-china-rents-out-its-pandas> [Luettu 5.10.2019]

The Ulkopolitist 19.3.2018: *Suomi ja Kiinan arktisen vallan anatomia: pehmeää, kovaa ja terävää?* <https://www.ulkopolitist.fi/2018/03/19/suomi-ja-kiinan-arktisen-vallan-anatomia-pehmeaa-kovaa-ja-teravaa/> [Luettu 23.10.2019]

The Ulkopolitist 6.10.2019: *Voimistuva Kiina ja liberaalin länsimaan lehmänkaupat.* <https://www.ulkopolitist.fi/2019/10/06/voimistuva-kiina-ja-liberaalin-lansimaan-lehmankaupat/> [Luettu 23.10.2019]

The Wall Street Journal (15.8.2019): *Huawei Technicians Helped African Governments Spy on Political Opponents.* <https://www.wsj.com/articles/huawei-technicians-helped-african-governments-spy-on-political-opponents-11565793017> [Luettu 14.10.2019]

Wang, Juan (2018): *Image of Finland as a Tourism Destination to Chinese Tourists*. Pro gradu-tutkielma. Itä-Suomen yliopisto. <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uef-20181244> [Luettu 19.10.2019]

Yle Elävä Arkisto (2013): *Massaturismi uhkasi Suomea 1973*. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/06/12/massaturismi-uhkasi-suomea-1973> [Luettu 27.9.2019]

Yle uutiset (19.12.2015) *Kiina nimesi ja häpäisi viisi huonosti käyttäytynyttä turistia*. <https://yle.fi/uutiset/3-8541703> [Luettu 24.9.2019]

Yle uutiset (24.8.2016) *Kiinasta suoria lentoja Lappiin?* <https://yle.fi/uutiset/3-9117411> [Luettu 23.9.2019]

Yle uutiset (1.7.2017): *Islanti uhkaa upota turisteihin – Kaksion vuokra Reykjavíkissa ampaisi yli 2 000 euroon*. <https://yle.fi/uutiset/3-9671344> [Luettu 14.10.2019]

Yle uutiset (16.8.2017): *Pietarilaiset pettyivät kiinalaisturisteihin – kiinalaisten omat ravintolat ja myymälät vievät tulot paikallisilta*. <https://yle.fi/uutiset/3-9779754> [Luettu 18.9.2019]

Yle uutiset (16.2.2018): *Kiinalaiset vaihtoivat suosikkejaan – Finnair: "Ivalo ja Rovaniemi ohittivat Pariisin ja Rooman"*. <https://yle.fi/uutiset/3-10079305> [Luettu 11.9.2019]

Yle uutiset (8.4.2018) *Finnair lensi ensimmäisen suoran lennon Helsingistä Pekingiin 30 vuotta sitten – "Kukaan ei osannut kuvitella, miten merkittävä verkosto syntyy Suomen ja Aasian välille."* <https://yle.fi/uutiset/3-10144283> [Luettu 24.9.2019]

Yle uutiset (15.6.2018): *Kiina ostaa Eurooppaa pala kerrallaan*. <https://yle.fi/uutiset/3-10248419> [Luettu 22.9.2019]

Yle uutiset (16.6.2018) *Kiinan raha haistaa menestyksen*. <https://yle.fi/uutiset/3-10248429> [Luettu 21.9.2019]

Yle uutiset (17.6.2018): *Kiina Kreikan raunioilla*. <https://yle.fi/uutiset/3-10253216> [Luettu 23.9.2019]

Yle uutiset (18.6.2018): *Kansallis-maisema vai kiinalaisten kulissi.*
<https://yle.fi/uutiset/3-10248441> [Luettu 23.9.2019]

Yle uutiset (4.8.2018) *Koululaisten kesälomien siirto kahdella viikolla saa varovaista kannatusta opettajilta – "Juhannukseen asti olisi liian pitkä siirto".*
<https://yle.fi/uutiset/3-10190215> [Luettu 16.9.2019]

Yle uutiset (8.1.2019): *Tunturikeskukset ratkovat jäteongelmia matkailijoiden vaatimuksesta – alkutekijöissään oleva kierrätys vaatisi roskarallia taksilla.*
<https://yle.fi/uutiset/3-10584548> [Luettu 11.10.2019]

Yle uutiset (11.1.2019) *Lapin tilauslennot jatkuvat kiivaan joulusesongin jälkeenkin - neljälle kentälle lennetään chartereilla maaliskuulle saakka.* <https://yle.fi/uutiset/3-10587888> [Luettu 16.9.2019]

Yle uutiset (8.3.2019): *Jos Helsinki–Tallinna-tunneli toteutuu, Suomesta tulee osa Kiinan arktista silkkietä – Peter Vesterbacka toivoo rahoitusta myös länsimaista.*
<https://yle.fi/uutiset/3-10680801> [Luettu 19.9.2019]

Yle uutiset (9.7.2019): *Kiinalaiset saattavat rakentaa Tallinnan tunnelin lisäksi Jäämeren radan – rahoitusta toivotaan etenkin Norjasta.* <https://yle.fi/uutiset/3-10868641> [Luettu 21.9.2019]

Yle uutiset (16.8.2019) *Suomeen halutaan kiinalaismatkailijoita – matkailualan ammattilaisia tuotiin laskemaan koskia ja syömään mämmiä.* <https://yle.fi/uutiset/3-10924755> [Luettu 22.9.2019]

Yle uutiset (25.9.2019): *Itämeri lämpenee, talvitulvat yleistyvät, lumiset talvet harvinaisuus Etelä-Suomessa 2070-luvulla – Näin IPCC-raporttia kommentoitiin.*
<https://yle.fi/uutiset/3-10987941> [Luettu 27.9.2019]

Zheng, Qiaoyin (2016): *Why Chinese Tourists Choose Finland as Travel Destination.* Lapin AMK. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201602092047> [Luettu 23.10.2019]