

SUOMALAISTURISTEN NÄKEMYKSIÄ KREIKKALAISTEN
KAUPANKÄYNTIViestinnästä TURISTISTEN KOHTAAMISTEN AIKANA

Puheviestinnän
laudatur-tutkielma
Syksy 1997

Betty Järvinen
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Järvinen, Betty	
Työn nimi Suomalaisturistien näkemyksiä kreikkalaisten kaupankäyntiviestinnästä turististen kohtaamisten aikana	
Oppiaine Puheviestintä	Työn laji Laudatur - tutkielma
Aika Syksy 1997	Sivumäärä 109
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>Tutkimuksessa tarkastellaan suomalaisturistien näkemyksiä kreikkalaisesta viestinnässä turististen kohtaamisten aikana. Viestintäkontekstina ovat kaupankäyntitilanteet. Tutkimus sijoittuu puheviestinnän ja kulttuurienvälisen viestinnän välimaastoon. Suomalaisten ja kreikkalaisten puheviestintäeroja tarkasteltiin pääosin E. T. Hallin ja G. Hofsteden kulttuuriluokittelujen valossa.</p> <p>Tutkimusjoukon muodostivat 50 Kreikkaan kuuluvalla Rodoksen saarella kesällä 1995 lomailutta suomalaista turistia, joilta kerättiin tietoa sekä kyselylomakkein että haastatteluin. Lisäksi haastateltiin kahta kreikkalaista henkilökohtaisella kontaktilla asiakkaita hankkivaa henkilöä eli sisäänheittäjää.</p> <p>Tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten ja kreikkalaisten puheviestintäeroja kaupankäyntitilanteissa, suhtautumista sisäänheittäjiin, näiden suostuttelukeinoja, suostuttelun pitkäaikaisuutta ja suomalaisturistien kehittämiä suostuttelun välttämiskeinoja. Lisäksi kartoitettiin kulttuurienvälisen koulutuksen järjestämistarvetta. Tuloksia analysoitiin sekä kvantitatiivisin että kvalitatiivisin menetelmin.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan suomalaisten ja kreikkalaisten kauppiaiden puhekäyttäytymisessä on huomattavia eroja. Kreikkalaiskauppiaiden todettiin puhuvan suomalaiskauppiaita enemmän ja olevan heitä eloisampia ja palvelualttiimpia. Toisaalta heidän koettiin olevan tyrkyttävämpiä ja pakko-kauppaavampia kuin suomalaisten kauppiaiden. Sisäänheittäjien suostuttelukeinot liikkuiivat verbaalisista tervehdyksistä nonverbaalisiin käsiksikäymisiin. Heidän toimintansa koettiin miellyttävävoittoiseksi. Siitä huolimatta suomalaisturistit olivat kehittäneet erilaisia keinoja välttääkseen heidän suostutteluaan. Suurin osa keinoista oli sisäänheittäjien fyysistä välttämistä. Turistit saattoivat myös jättää heidät tietoisesti huomaamatta. Kulttuurienvälinen koulutus nähtiin tärkeänä.</p> <p>Hallin ja Hofsteden kulttuuriluokittelujen anti todettiin melko rajalliseksi turististen kohtaamisten analysoinnin kannalta.</p>	
Asiasanat kreikkalainen viestintä, kulttuurienvälinen viestintä, puheviestintä, turistinen kohtaaminen	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto/Tourulan kirjasto	
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	4
2	KREIKKA	8
	2.1 Kreikan historiaa ja nykypäivää	8
	2.2 Rodoksen historiaa ja nykypäivää	9
3	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	11
	3.1 Kulttuurienväliset turistiset kohtaamiset	11
	3.2 Turismi, turisti ja turistien matkustus- syyt	12
	3.3 Kulttuuri, kommunikaatio ja kulttuurien- välinen viestintä	14
	3.3.1 Kulttuuri ja kommunikaatio	14
	3.3.2 Kulttuurienvälinen viestintä	15
	3.3.3 Kulttuuriluokittelut	16
	3.3.3.1 Kulttuuriluokittelut ja viestintä	16
	3.3.3.2 Suomen ja Kreikan kulttuu- riluokittainen vertailu	22
	3.4 Kreikkalainen ja suomalainen viestintä	25
	3.4.1 Kreikkalainen viestintä	25
	3.4.2 Suomalainen viestintä	31
	3.4.3 Kreikkalaisen ja suomalaisen viestinnän vertailu	33
	3.5 Suostuttelu turististen kohtaamisten viestintänä	34
	3.5.1 Suostuttelu	34
	3.5.2 Suostuttelu turistisissa kohtaamisissa	40
	3.5.2.1 Suostuttelu turistisissa kohtaamisissa yleensä	40
	3.5.2.2 Suostuttelu suomalais- kreikkalaisissa turis- tisissa kohtaamisissa	40
	3.6 Tutkimuksen keskeiset käsitteet	44
	3.7 Tutkimuskysymykset	45

4	TUTKIMUSMENETELMÄT	49
	4.1 Tutkimusmenetelmien tarkastelua	49
	4.2 Tutkimusaineiston hankinta	50
	4.2.1 Kohderyhmä	50
	4.2.2 Aineiston keruu	53
	4.3 Tutkimusaineiston analysointi	54
5	TULOKSET	55
	5.1 Suomalaisten ja kreikkalaisten puhe- käyttäytymiserot kaupankäyntilanteissa	55
	5.2 Sisäänheittäjien toiminta	58
	5.2.1 Millaiseksi sisäänheittäjien toiminta koettiin?	58
	5.2.2 Miksi sisäänheittäjien toiminta miellytti tai ei miellyttänyt?	60
	5.2.3 Millaisia suostuttelukeinoja sisäänheittäjät käyttivät?	61
	5.2.4 Miten sisäänheittäjistä selvittiin?	62
	5.2.5 Sisäänheittäjien toiminta yksin tai ryhmässä kulkevia kohtaan	64
	5.2.6 Sisäänheittäjien toiminta eri puolilla Kreikkaa	65
	5.2.7 Kieliongelmat sisäänheittäjien kanssa	66
	5.2.8 Suostuttelun vaikutuksen kesto	67
	5.2.9 Sisäänheittäjän "uhriksi" joutuminen	67
	5.3 Kulttuurienvälisen koulutuksen järjestäminen	68
	5.4 Keskustelut sisäänheittäjien kanssa	71
6	POHDINTA	72
	6.1 Tutkimustulosten tarkastelua	72
	6.1.1 Suomalaisten ja kreikkalaisten väliset puhekäyttäytymiserot	72
	6.1.2 Sisäänheittäjien toiminta suoma- laisturistien kokemana	75

6.1.3 Sisäänheittäjien käyttämät suostuttelukeinot	75
6.1.4 Sisäänheittäjistä selviäminen	79
6.1.5 Kulttuurienvälisen koulutuksen tarve	82
6.1.6 Yhteenveto tutkimustuloksista kulttuuriluokitteluiden valossa	83
6.2 Tutkimusmenetelmien arviointia	86
6.3 Ehdotuksia jatkotutkimuksiin	87
6.4 Lopuksi	88
KIRJALLISUUS	93
LIITTEET	105

1 JOHDANTO

Tämän tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa ja selittää suomalaisturistien näkemyksiä ja kokemuksia kreikkalaisesta viestinnästä turististen kohtaamisten (touristic encounters) aikana. Viestintäkontekstina ovat erilaiset kaupankäyntitilanteet.

Eri kulttuurien edustajien välinen vuorovaikutus on jatkuvasti lisääntynyt mm. kansainvälisen turismin vuoksi. Monet nykyajan suhteellisen hyvin toimeentulevat ihmiset ympäri maailmaa pitävät ulkomaille suuntautuvia lomamatkoja itsestään selvyytenä. Matkailun merkitys onkin vuosi vuodelta lisääntynyt niin yksityisten ihmisten elämässä kuin myös elinkeinona ja valuutan tuojana eri valtioille. Koko maailman tilastoissa vuonna 1994 ulkomaille matkustaneita matkailijoita oli 546,3 miljoonaa ja vuonna 1995 ennakkotiedon mukaan jo 567 miljoonaa. Turistien lukumäärä on ollut jatkuvassa nousussa. (Matkailun... 1995.)

Myös suomalaiset ovat matkustaneet innokkaasti seuramatkojen yleistyttyä. Esim. vuonna 1970 n. 200 000 suomalaista matkusti ulkomaille, mutta vuonna 1979 heitä oli jo 800 000 (Krohn 1991). Tilauslennot Suomesta ulkomaille lisääntyivät aina vuoteen 1990, jolloin niiden määrä oli suurimmillaan yli miljoonan eli 1 200 000. (Rouhiainen 1994:150 - 151). Laman myötä tilauslentojen määrät laskivat, mutta vuonna 1995 niitä oli taas jo noin puolimiljoonaa. Tilauslentojen matkailijoista noin 100 000 matkustaa vuosittain Kreikkaan. (Matkailun kehitys 1993, 1995.) Kaikki nämä suomalaismatkailijat kohtaavat vuosittain eri kulttuurien edustajia monenlaisissa viestintätilanteissa.

Laajuudesta huolimatta kansainväliseen turismiin on kiinnitetty vain vähän huomiota kulttuurienvälisen viestinnän kirjallisuudessa. Bristlin & al. (1986:131 - 150) esittelevät turistisissa kokemuksissa (touristic experiences) syntyneitä väärinkäsityksiä sekä kertovat niihin mahdollisesti johtaneita syitä teoksessa "Intercultural Interactions. A Practical Guide."

Sosiaalitieteilijät, etenkin antropologit ja tulkitsevat sosiologit, ovat tutkineet turistista kokemusta. Myös mm. joissakin kielitieteen tutkimuksissa on esimerkinomaisesti sivuttu turistien ja isäntäkulttuurin edustajien tapaamisia kuvaamassa osanottajien kulttuurista käyttäytymistä. Nämä vähät kulttuurienvälisiä kohtaamistasoa kuvaavat tilanteet auttavat kuitenkin alkuun pohdittaessa sitä kulttuurista kenttää, mihin turistiset kohtaamiset sijoittuvat, ja missä kontekstissa kontaktit kansallisen ja/tai etnisten rajojen välillä ovat rutiinia. (ks. esim. Katriel 1995: 271 - 284.)

Suomessakaan ei ole tutkittu kulttuurienvälisiä turistisia kohtaamisia viestinnän kannalta. Joissakin tutkimuksissa sivutaan tätä aihepiiriä. Näitä ovat esim. Tom Selänniemen (1994) tutkimus "Pakettimatka pyhään paikkaan - suomalaisturistit Ateenassa" ja Selänniemen (1996) tutkimus "Matka ikuiseen kesään." Viimeksi mainitussa tutkimuksessa käsitellään myös suomalaisturistien lomanviettoa Rodoksella. Eeva Jokinen ja Soile Veijola (1990) käsittelevät tutkimuksessaan "Oman elämänsä turistit" myös etelänmatkailua, mutta se sijoittuu ensisijassa Espanjaan. He pyrkivät selvittämään, mitä turismi nykyihmiselle merkitsee ja tarkastelevat mm. turistien alkoholin käyttöä ja sukupuolten käyttäytymiseroja turistimatalla.

Suomalaisten viestintää on tutkittu muilla tavoin melko paljon viimeisen viidentoista vuoden aikana. Sitä on verrattu mm. yhdysvaltalaiseen, saksalaiseen, japanilaiseen ja kiinalaiseen viestintään. Näissä tutkimuksissa on yleensä ollut tutkimusjoukkona opiskelijoita ja liikemiehiä. Viestintäeroja ja -yhtäläisyyksiä on etsitty mm. ns. kriittisten tilanteiden kuvausten avulla, mutta myös erityyppisiä muita tutkimuksia on tehty. (Lehtonen & Sajavaara 1985, Sallinen-Kuparinen 1986, Hiukka 1987, Marsh 1993, Rusanen 1993, Lehtonen 1994, Carbaugh 1995, Del Garant 1995, Salo-Lee & Winter-Tarvainen 1995, Sajavaara & Lehtonen 1997.)

Tämän tutkimuksen juuret ovat yli kymmenen vuoden takaisessa Ateenan

matkassani. Olin silloin ensimmäistä kertaa Kreikassa. Kulkiessani toisten suomalaisturistien kanssa Ateenan vanhan kaupungin Plakan kauppakujilla kreikkalaiset kauppiaat ja ravintoloiden tarjoilijat houkuttelivat meitä erilaisin keinoin asiakkaikseen. Jo kokeneemmat suomalaisturistit neuvoivat minua, miten houkuttelut voisi parhaiten torjua. Ohjeet olivat yksinkertaisia: "Ei niiden kanssa kannata alkaa puhua mitään. Parempi on, kun kulkee niiden ohi, kun niitä ei olisikaan, muuten niistä ei pääse eroon."

Minusta tällaiset ohjeet tuntuivat oudoilta. Näin kyseessä olevan puheviestintätilanteen, jossa ihmiset ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa enkä kokenut tilannetta mitenkään pakonomaisena tai vaarallisena, josta pitäisi mahdollisimman nopeasti selvitä.

Myöhempien Kreikan matkojeni aikana, joita olen tehnyt eri puolille Kreikkaa lähes 30, olen osallistunut monenlaisiin turistisiin kohtaamisiin yksin ja toisten turistien seurassa sekä havainnoinut niiden tapahtumia. Olen kuullut monen turistin kertovan kokemuksistaan ja keinoistaan selvitä innokkaista asiakkaiden hankkijoista, sisäänheittäjistä. Olenpa itsekin kulkenut eri katuja tai siirtynyt kadun toiselle puolelle välttääkseni ennakoimani mielestäni liiallisen suostuttelun. Tuntuu jotenkin vaikealta antaa ystävällisesti käyttäytyvälle henkilölle kielteinen vastaus.

Tällaiset tilanteet ovat saaneet minut pohtimaan, mistä tässä suomalais-kreikkalaisessa puheviestintätilanteessa on kyse. Mikä suomalaisturisteja aristuttaa ja ahdistuttaa kohtaamisissaan kreikkalaisten kauppiaiden ja "sisäänheittäjien" kanssa? Voiko selitys löytyä mahdollisista kulttuurieroista?

On tärkeää kartoittaa myös turistien näkemyksiä ja kokemuksia kreikkalaisten kanssa viestimisestä turististen kohtaamisten aikoina, sillä kohtaamisten jatkuvasti yleistyessä myös väärinymmärrysten määrä kasvaa. Se on luonnollista, sillä jokaisella kulttuurilla on omat tapansa toimia. Mutta, kuten esim. Triandis (1975:40 - 41) toteaa: "Monet näistä ongelmista eivät ole välittömästi näkyviä,

koska suhteet kulttuurien välillä ovat usein muodollisia, kohteliaita ja etäisiä. Siitä huolimatta ihmisten välinen yhteistyömalli kärsii ja suhteet eivät ole niin tehokkaita kuin se saattaisivat olla ilman näitä epämiellyttäviä tapahtumia. Yksittäinen tapaus ei vahingoita suhdetta kestävästi, mutta tapausten sarja usein vahingoittaa ja yksi tavallisimmista vastauksista siihen on pakeneminen. Vastenmielisyyttä kokeva vierailija lähtee eikä koskaan palaa."

Gudykunstin (1994:32) mukaan olemme eri tavoin tietoisia viestiessämme vieraiden kulttuurien edustajien kanssa, koska heidän vastauksensa tai käyttäytymisensä poikkeavat siitä, mitä olemme odottaneet tai meiltä puuttuu ohje, miten toimia heidän kanssaan. Ongelma on kuitenkin siinä, että me määrittelemme asian lopputuloksesta emmekä prosessista. Meillä on taipumus tulkita toisten käyttäytyminen oman viitekehiksemme pohjalta. Siksi meidän täytyy kommunikoidaksemme tehokkaasti vieraiden kanssa tulla tietoisiksi omasta kommunikaatioprosessistamme, jopa tavanomaisesta käyttäytymisestämmekin. Ja mitä paremmat tiedot meillä on toisten kulttuurien edustajien kommunikaatioprosessista, sitä paremmin selviämme heidän kanssaan.

Kun suomalaisturistit voivat nähdä viestiessään kreikkalaisten kanssa oman toimintansa perusteita uudella tavalla, he voivat päästä kreikkalaisen kulttuurin ymmärtämisessä syvemmälle tasolle kuin mihin pelkästään turistiset kokemukset ilman älyllistä analyysiä voisivat johdattaa (Hanvey 1979:53, Pietilä 1989:9).

Tässä tutkimuksessa käytetään sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisiä tutkimusmenetelmiä. Tutkimus sijoittuu puheviestinnän ja kulttuurienvälisen viestinnän välialueelle. Tutkimusaineisto on kerätty pääosin kyselylomakkein, joita on täydennetty haastatteluilla. Kulttuurin kuvauksessa on ollut apua tutkijan omista matkustuskokemuksista. Tutkimuspaikka on Rodoksen saari.

2 KREIKKA

2.1 Kreikan historiaa ja nykypäivää

Kreikkalainen kulttuuri on kuulunut vuosisatoja länsimaisen sivistyksen peruspilareihin. Siihen on kuulunut myös retoriikan historia. Tällöin on kuitenkin kyse antiikin aikaisesta kreikkalaisesta kulttuurista. Kreikka oli kulttuurin ja sivistyselämän keskus vielä Rooman valtakunnan alaisuudessa, sillä Rooman keisarit arvostivat kreikkalaisten saavutuksia. Rooman imperiumin jakauduttua kahtia Kreikka kuului Itä-Roomaan. Tätä aikaa nimitetään bysanttilaiseksi ajaksi. Sitä kesti käytännössä siihen asti, kun ottomaanit valloittivat Konstantinopolin vuonna 1453. Tämän jälkeen Kreikan alueesta käytiin kiistaa mm. Venetsian ja Turkin välillä. (ks. esim. Boatswain & Nicolson 1992.)

Nykyinen Kreikan tasavalta itsenäistyi vuonna 1829. Kreikan sijainti ilmenee kartasta. (ks. liite 1) Vuoden 1995 tilastojen mukaan asukkaita on 10 647 511, joista 98 % on kreikkalaisia ja 2 % muita etnisiä ryhmiä. 98 % väestöstä tunnustaa kreikkalaiskatolista uskontoa. Kreikan virallinen kieli on kreikka. Ulkomaan valuutasta suurin osa saadaan turismista.

(<http://www.odci.gov/cia/publications/95fact/gr.html>) Kreikka onkin ollut sekä historiallisten nähtävyyksiensä että ilmastollisten olosuhteidensa vuoksi suosittu turistimaa. Kreikkaan saapuvia matkailijoita oli vuonna 1993 lähes 9,5 miljoonaa (STV 1996:603).

Kreikka on ollut jo vuosia myös suomalaisturistien suosiossa. Vuonna 1995 sinne matkusti tilauslentoilla kaikkiaan 109 278 matkustajaa. Tällä lukumäärällä se nousi suomalaisten suosituimmaksi turistikohteeksi. (Matkailun kehitys 1995.) Se on siten suomalaisten kannalta keskeisin kulttuurienvälisen turististen kohtaamisen paikka.

Vaikka suomalaisia turisteja on jo vuosikymmenien ajan käynyt Kreikassa suuria määriä, Suomen ja Kreikan välistä kanssakäymistä on haitannut mm. kielimuuri. Suomessa on voinut opiskella nykykreikkaa vain Helsingin yliopistossa ja sielläkin vain approbatur -tason opintoja vuoteen 1993, jolloin alkoi myös cumlaude -tason opetus. Lisäksi opetusta on järjestetty kansalais- ja työväenopistoissa. Nykykreikan opiskelua on haitannut mm. se, että vasta vuonna 1985 julkaistiin ensimmäinen varsinainen Suomalais-kreikkalainen sanakirja, jonka olivat laatineet Kim Schneider ja Eleftherios Gavrielides, vuonna 1992 julkaistiin heidän laatimansa Kreikkalais-suomalainen sanakirja. Tämän jälkeen ilmestyi vuonna 1993 myös Jussi Korhosen ja Dimitrios Papageorgioun laatima Suomi-Kreikka-Suomi -taskusanakirja. Lisäksi televisiossa esitettiin vuonna 1994 ensimmäinen Nykykreikan alkeiskurssi, joka on esitetty jo uusintanakin. Nämä uudet opiskelumahdollisuudet ovat helpottaneet merkittäväällä tavalla suomalaisten nykykreikan opiskelua. Sanakirjat auttavat myös kreikkalaisia heidän pystyessään selviämään aikaisempaa paremmin suomen kielellä.

2.2 Rodoksen historiaa ja nykypäivää

Rodos on Kreikalle kuuluva Dodekanesian saariryhmän suurin saari Egeanmeressä 20 km Turkin lounaisrannikolta. (ks. liite 1) Saaren pinta-ala on 1398 km² ja asukkaita on 89 000. Turisteja kiehtovia antiikin ajalta peräisiä nähtävyyksiä ovat mm. Lindos, Kamiros sekä keskiajalta johanniittaritareiden palatsit ja niiden ympärillä oleva muuri. (Suomalainen ... 1993:10 - 11.)

Rodoksen historia juontaa juurensa mykeneläiselle ajalle. Rodoksen kaupunkivaltio syntyi jo vuonna 408 eKr. ja se oli yksi Kreikan rikkaimmista kaupunkivaltioista Rooman vallan aikana ja kulttuuri kukoisti Rodoksella koko Rooman keisarikauden ajan. Rodos oli tuolloin myös suosittu retoriikan opiskelupaikka. Davaris (ei painovuotta:18) toteaa: "Rodoksella asui pidempiä tai lyhyempiä aikoja monia kuuluisia miehiä, jotka opiskelivat erityisesti

retoriikkaa ja filosofiaa." Heihin kuuluivat mm. Tiberius Craccus, Julius Caesar, Pompeijus, Brutus ja Cassius. Myös Ciceron opiskelusta Rodoksella on tietoja. (Neumann-Adrian & Dierza 1990:37). "Cicero kuunteli Ateenassa johtavien filosofien luentoja ja opiskeli Rhodoksella puhetaitoa reetori Molonin johdolla, joka oli ollut hänen opettajansa jo Roomassa" (Itkonen-Kaila (1967:VI). Durrell (1978:26) pahoittelee Rodoksen retoriikan opiskelusta kirjoittaessaan sitä, että noista ajoista on jäänyt niin vähän tietoa nykyajan ihmisille.

Arabit pitivät Rodosta vallassaan vuodesta 661. Heidän jälkeensä tulivat johanniittarit, jotka hallitsivat saarta vuosina 1308-1523, jona aikana Rodos koki uuden nousukauden. Tämän jälkeen Rodos kuului Turkille vuoteen 1912 ja Italialle vuoteen 1947, jonka jälkeen Rodos liitettiin Kreikkaan. (Glogg 1979:159, Neumann-Adrian & Dierza 1990:141.)

Rodos on nykyisin hyvin suosittu turistikohte. Eri puolilta maailmaa sinne saapuu vuosittain maaliskuun lopusta marraskuun alkuun satoja tuhansia turisteja. Esim. vuonna 1993 heitä oli 900 000 (Minaidis 1994). Turismi onkin Rodoksen tärkein elinkeino, ja se työllistää eri tavoin suurta osaa rodoslaisista (Kokkinos 1994).

Rodoksen suosion syitä on monia. Yleisesti voidaankin todeta, kuten Nikos Alexis (1985:112), että "Rhodoksella vierailleva matkailija vie mukanaan lähtiessään saarelta selkeän käsityksen siitä, että tässä auringon, valon ja meren paratiisissa on mahdollista erottaa vuosituhansia vanhan kulttuurin jäljet. Tämä kulttuuripiiri käsittää sen syntymäalueen lisäksi manner-Kreikan Vähään Aasiaan asti, Kyproksen ja vielä kauempaa Syyrian ja Palestiinan tienoot."

Suomalaisista Kreikan matkailijoista noin kolmannes eli reilut 33 000 matkustaa Rodokselle (Puhelintiedustelu 7.8.1995 Suomen Matkatoimistoalan liitosta). Vuonna 1990 suomalaisturisteja oli jopa 68 000 (Minaidis 1994). Rodos onkin suomalaisturistien suosituin lomakohte Kreikassa. Se on myös perinteisimpiä suomalaisten lomakohteita. Rodoksen kaupungissa on eräänlainen "pikku-Suomi", jossa palvelut

saa suomen kielellä. Tämä auttaa monia sellaisia turisteja, jotka eivät osaa suomen lisäksi muita kieliä. Rodokselle on kehittynyt myös pysyvä suomalaisasutus, joka koostuu pääosin kreikkalaisten kanssa avioituneista suomalaisnaisista. (Selänniemi 1996b:59.) Monet näistä naisista toimivat mm. suomalaisten oppaina, kaupoissa myyjinä ja ravintoloissa tarjoilijoina. Suomalaiset kokevatkin Rodoksella lomailun helpoksi tietynlaisen tuttuuden vuoksi.

3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

3.1 Kulttuurienväliset turistiset kohtaamiset

Katriel (1994) on vertaillut erilaisia kulttuurienvälisen viestinnän konteksteja sekä pohtinut konteksti-käsitteen monimutkaisuutta. (ks. myös Isotalus 1996). Katriel käyttää turistisia (touristic) ja institutionaalisia kohtaamisia esimerkkeinä kulttuurienvälisen viestinnän konteksteista. Ne eroavat paljon toisistaan etenkin valtasuhteiden laajuudessa. Maahanmuuttajat edustavat Katrielin kirjoituksessa institutionaalista kohtaamista valtakulttuurien kanssa. Heidän on sopeuduttava valtakulttuuriin. Turistit puolestaan, vaikka ovatkin vieraalla maalla, harvoin pyrkivät sopeutumaan isäntäkulttuuriin. Sen sijaan he liikkuvat turistikohdeesta toiseen ja kohtaamiset isäntäkulttuurin kanssa raamittuvat osana vapaaehtoista, virkistyksellistä sitoutumista turistiseen kokemukseen. Turistien näkökulmana on löytää vierasta kulttuuria, erilaista elämänmenoa kuin jokapäiväinen elämä, saada hyväksyty pako ja kokemus toiseudesta. Isäntämaan edustajat opettelevat turistien kieliä ja sopeuttavat toimintaansa turistien toiveiden mukaisesti. Isäntämaan edustajille turistien palvelu on ensisijaisesti työtä, mutta joillekin myös mahdollisuutta tavata eri kulttuurien edustajia matkustamatta kotoa minnekään.

Katrielin (1994:283 - 288) mukaan kulttuurienvälisen turististen kohtaamisten ymmärtäminen vaatii, että turismi nähdään kulttuurisena käytäntönä. Esimerkiksi kaupankäyntitilanteissa ei ole kysymys vain kahden tai useamman kulttuurin edustajan kohtaamisesta, vaan myös turistikokemuksista isäntien ja vieraiden kesken. Ne saavat merkityksensä, muotonsa ja vuorovaikutukselliset ohjailunsa yhtä paljon turismin maailmasta (paikallisesti tulkittuna) kuin kulttuurimaailmoista, jotka ne tuovat yhteen.

Hofstede (1992:308) toteaa matkailun edustavan kulttuuristen kohtaamisten kaikkein pinnallisinta muotoa. Hän näkee sen kuitenkin voivan toimia syvällisempienkin kulttuurienvälisen kohtaamisen käynnistäjänä, sillä se murtaa kulttuuristen ryhmien eristyneisyyden ja luo tietoisuuden siitä, että on olemassa ihmisiä, joilla on toisenlaiset tavat. Lisäksi se saattaa edesauttaa mm. ystävyysuhteiden syntymistä näiden ryhmien jäsenten välille. (ks. myös Hanvey 1979, Pietilä 1989, Katriel 1995.)

Tietynlaisiksi turistikokemuksiksi voidaan luokitella myös vieraisissa kulttuureissa lyhyitä aikoja esim. matkailun, vierailun, työn tai opiskelun vuoksi oleskelevien henkilöiden (sojourners) ja isäntämaan edustajien kohtaamiset (Ady 1995:92 - 114). Bristlin & al. (1985:131 - 150) käsittelee näitä molempia ryhmiä (turistit ja sojourners) yhdessä esitellessään turistikokemuksia ja niihin suhtautumista. Nämä ryhmät lähentyvätkin toisiaan turismin lisääntyessä ja oleskeluaikojen pidentyessä turistikokemuksissa useiksi kuukaussiksi kerrallaan, kuten esim. suomalaisturistien oleskelu Espanjassa, Kyproksella ja Floridassa.

3.2 Turismi, turisti ja turistien matkustusyyt

Selänniemen (1994:7 - 8) mukaan "Turismi voidaan parhaiten ymmärtää valtavana liiketoimintana tai teollisuudenalana,

jossa turisti on samanaikaisesti kuluttaja ja tuote. Turisti voidaan käsittää tuotteeksi siinä mielessä, että turismiteollisuus tavallaan luo turistin synnyttämällä halun matkustaa tiettyyn paikkaan tai pois kotimaasta mainonnan avulla. Kun tämä turismiteollisuuden välillinen tuote ryhtyy tyydyttämään tarvettaan matkustaa, hän ostaa turismiteollisuuden varsinaisia palveluja matkan ja matkakohteen palvelujen muodossa... Mittavien turistijoukkojen palveluun tarvitaan valtavat määrät työntekijöitä sekä turismia synnyttävissä maissa että etenkin sitä vastaanottavissa maissa." (ks. myös Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1982, Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, Gunn 1988, Jokinen & Veijola 1990, Urry 1990, Hemmi & Vuoristo 1993, Selänniemi 1996b.)

Hemmi & Vuoristo (1993:126) pohtivat matkailijan käsitettä kansainvälisenä tilastollisena yksikkönä, jolloin se heidän mielestään on selkeä. "Matkailijoilla tarkoitetaan henkilöä, joka vapaa-aikanaan tai ammatillisista syistä matkustaa tilapäisesti kotipaikkakuntansa ulkopuolelle." He toteavat, että tämä ei päde kansainvälisellä tasolla luokitteluksi, koska on monia ihmisryhmiä, joita ei lueta matkailijoiksi. Heihin kuuluvat mm. maahanmuuttajat ja diplomaatit. Kansainväliset tilastot eivät kuitenkaan ole yhteismitallisia, joten niiden vertailu on vaikeaa. (ks. myös Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1982, 1987, Selänniemi 1994.)

Middelton (1995:5) määrittelee kansainvälisen turistin seuraavasti: "Ihmiset, jotka matkustavat ja viipyvät muissa kuin kotimaissaan vähemmän kuin yhden vuoden kuvataan normaalisti kansainvälisiksi turisteiksi".

Turistien matkustussyitä on luokiteltu mm. heidän matkustusmotiivinsa, elämäntyylinsä ja persoonallisuutensa pohjalta (ks. esim. Mill 1990, Hemmi & Vuoristo 1993). Selänniemi (1994:60 - 74, 126) on tutkinut suomalaisia turisteja ja heidän etelänmatkailujaan. Hän jaottelee heidät heidän matkustusmotiivinsa mukaan kolmeen ideaalityyppiin: lomailijaan, kulttuurimatkailijaan ja pyhiinvaeltajaan. Lomailijalle on tärkeintä rentoutuminen ja virkistäytyminen, lepo, sosiaalinen kanssakäyminen,

huvittelu ja ostokset. Kulttuurimatkailija ja pyhiinvaeltaja arvostavat eniten itse matkustuskohdetta, paikalliskulttuuria, historiaa ja nähtävyyksiä. Matkailu voi olla myös pakoa jokapäiväisyydestä. Tällöin tärkeää ei ole itse lomapaikka, vaan se elämäntapa, jota loma edustaa. Selänniemi (1996a:34 - 35) toteaaakin, että "Etelänmatkailussa ei ole kyse halusta päästä johonkin uuteen paikkaan - eli matkasta jonnekin. Kyseessä on pikemminkin matka täältä pois. Useimmat etelänmatkaajat lähtevät lomalle katkaistakseen arjen rutiinit, eikä arki ole vain työtä vaan myös kotiympäristö." (ks. myös Jokinen & Veijola 1990, Selänniemi 1996b.)

Suurin osa Rodoksen matkailijoista sijoittuu todennäköisesti Selänniemen (1994:60 - 74) jaottelun mukaan lomailijatyyppeihin. Tosin osa turisteista voidaan luokitella myös kulttuurimatkailijoihin. He osallistuvat esim. matkatoimistojen järjestämiin retkiin tai tutustuvat omin päin saaren moniin historiallisiin nähtävyyksiin.

3.3 Kulttuuri, kommunikaatio ja kulttuurienvälinen viestintä

3.3.1 Kulttuuri ja kommunikaatio

Osa kulttuurin tutkijoista pitää kulttuuria ja kommunikaatiota läheisinä tai jopa samana asiana, kuten Hall (1959:93, 169), joka toteaa, että "kulttuuri on kommunikaatiota ja kommunikaatio on kulttuuria". Myös Andersen (1994:229) tähdentää kulttuurin ja kommunikaation yhteyttä. Hänen mielestään kulttuuri on ensisijaisesti nonverbaalinen ilmiö, koska useimmat kulttuurin aspektit opitaan ensisijaisti havainnoimalla ja matkimalla kuin selkeästi verbaalisin ohjein tai ilmaisin.

Hofsteden (1992:17) määrittelyn mukaan: "Kulttuuri on ihmismielen opittua ohjelmointia, joka erottaa jonkin ihmisryhmän tai luokan ihmiset toisista. Kulttuuri koostuu useista kerrostumista. Symbolit edustavat lähinnä pintaa olevaa ja arvot syvintä kulttuurin kerrostumaa, sen ydintä.

Arvoista monet jäävät yksilöiltä itseltäänkin tiedostamattomiksi." Liisa Salo-Lee (1996a:6 - 11) tarkastelee kulttuuria mm. "jäävuori" metaforan avulla. Kulttuuri on kuin jäävuori, josta näkyy vain osa vedenpinnan yläpuolella. Suurin osa jäävuoresta on näkymättömissä. Silti tämä näkymätönkin osuus vaikuttaa kulttuurienvälisessä viestinnässä. (ks. myös Jandt 1995.)

3.3.2 Kulttuurienvälinen viestintä

Viestintää voidaan tarkastella myös kulttuurisesta näkökulmasta. Tällöin otetaan huomioon, millaisia vaikutuksia kulttuurilla saattaa olla viestintään. (esim. Sallinen-Kuparinen 1986:17 - 22.)

Kulttuurienvälistä viestintää on määritelty monin tavoin. Esim. Porterin ja Samovarin (1994:7) mukaan: "Kulttuurienvälistä viestintää tapahtuu aina, kun toisessa kulttuurissa tuotettu viesti täytyy käsitellä toisessa kulttuurissa".

Andersonin (1994:229) mukaan: "Kulttuurienvälistä viestintää tapahtuu, kun kaksi tai useampia erilaisista kulttuuritaustoista olevaa henkilöä ovat vuorovaikutuksessa keskenään."

Jandt (1995:30) toteaa, että kulttuurienvälinen viestintä yleisesti viittaa eri kulttuureista olevien henkilöiden keskinäisviestintään. Salo-Leen (1996a:11) määrittely on samansuuntainen. Hän tähdentää viestintää eri kulttuuria edustavien ryhmien jäsenten välillä. Hän myös toteaa, että vaikka puhummekin eri kansallisuuksien ihmisistä, on vältettävä yksinkertaistamista ja yleistämistä, sillä ihmisten väliset vuorovaikutustilanteet ovat monimutkaisia tapahtumia, joiden dynamiikan syvällinen ymmärtäminen vaatii aina sekä kulttuurin, kontekstin että yksilöllisten tekijöiden huomioon ottamista. (ks. Edelsten et al. 1989, Hecht et al. 1989.)

3.3.3 Kulttuuriluokittelut

3.3.3.1 Kulttuuriluokittelut ja viestintä

Kulttuureja on pyritty luokittelemaan eri tavoin. Esim. Hall (1959, 1981) on luokitellut kulttuureita mm. kontaktin, kontekstin ja aikakäsityksen mukaan.

1. "Kontaktikulttuureissa" (contact) ja "alhaisen kontaktin kulttuureissa" (low-contact) läheisyys on luokitteluperusteena. Sitä viestitään mm. etäisyydellä, kosketuksilla, katsekontaktilla, eleillä, ilmeillä ja äänellä. (ks. myös Salo-Lee 1996c:59.) "Kontaktikulttuureihin" kuuluu pääosin lämpöisen ilmaston ja "alhaisen kontaktin kulttuureihin" kylmän ilmaston maita. Skandinavian maat, Suomi niiden joukossa, on luokiteltu "alhaisen kontaktin kulttuureihin" ja Kreikka "kontaktikulttuureihin". (Andersen 1994:232). Mäkisalón (1987:30) tutkimuksessa kontaktikulttuureja edustavien italialaisten ja latinalaisamerikkalaisten vaihto-oppilaiden mukaan Suomessa on selkeä ero koskettelukäyttäytymisessä verrattuna heidän kotimaahansa. Vaihto-oppilaat luokittelivat suomalaisen koskettelukäyttäytyminen ei-kontaktikulttuurin ääripäähän. (ks. myös Marsh 1993.)

2. Sana- ja asiakeskeisissä (low-context LC) ja ihmissuhdekeskeisissä kontekstiin tukeutuviissa (high context HC) kulttuureissa viestit tulkitaan ja lähetetään eri tavoin. HC -viestit tulkitaan pääosin joko fyysisestä ympäristöstä tai henkilön nonverbaalista käyttäytymisestä. LC -viestinnässä suurin osa informaatiosta viestitään sanallisesti, eksplisiittisesti. (Hall 1981:91, Salo-Lee 1996c:59 - 60.) LC -kulttuureihin lasketaan kuuluviksi mm. amerikkalainen valtakulttuuri ja skandinaaviset kulttuurit ja HC -kulttuureihin mm. aasialaiset ja latinalaiset kulttuurit. (Hall 1981, 1994a,

Samovar & Porter 1991, 232 - 236, Salo-Lee 1996c:59.) Kreikka on luokiteltu HC -kulttuuriksi ja Suomi välillä kuuluvaksi HC -kulttuuriin, välillä taas LC -kulttuuriin. (Widen 1991:29 - 30, Porter & Samovar 1994:22 - 23, Salo-Lee 1996c:60.)

3. Yksiaikaisissa (monokronisissa) ja moniaikaisissa (polykronisissa) kulttuureissa suhtautuminen aikaan ja ajankäyttöön on erilainen. Yksiaikaisissa kulttuureissa ajankäyttö suunnitellaan eteneväksi lineaarisesti etukäteissuunnitelmien mukaisesti ja pyritään suorittamaan yksi asia kerrallaan loppuun. Moniaikaisissa kulttuureissa ajalla itsessään ei ole samanlaista merkitystä, vaan pelkkä oleskelu voidaan katsoa tekemiseksi. Samalla hoidetaan luontevasti useita asioita ja henkilöitä samanaikaisesti. (Hall 1959:15 - 30, 128 - 145, 1994b, Salo-Lee 1996c:61.) Kreikkalaiset on luokiteltu moniaikaisiksi ja suomalaiset eri tutkimuksissa yksi- tai moniaikaisiksi (ks. esim. Widen 1991:11, Hall 1994b, Salo-Lee 1996c:62).

Hofstede (1992:17) esittelee kirjassaan "Kulttuurit ja organisaatiot - Mielen ohjelmointi" tutkimusta, jossa on kokemusperäisesti tutkittu kulttuuri- ja arvoeroja yli 50 maasta kerätyn aineiston pohjalta. Tutkimuksessa kansalliset kulttuurierot sijoittuvat neljän avainulottuvuuden alueelle. Näistä muodostuu neliulotteinen kansallisten kulttuurierojen malli (4-D), jossa kutakin maata luonnehtii kullakin ulottuvuudella saatu pistemäärä. Näitä pistemääriä hän kutsuu indekseiksi. Tutkimukseen osallistuneille maille on annettu sijaluku (1-53) kullakin ulottuvuudella indeksilukujen perusteella.

Hofstede (1992) nimitti löytämänsä ulottuvuudet seuraavasti:

1. Valtaetäisyys (asteikolla pieni-suuri). Sitä mitataan valtaetäisyysindeksillä. Valtaetäisyyttä on katsottu vähiten valtaa käyttävien näkökulmasta ts. missä määrin he jonkin maan sisällä sijaitsevissa instituutioissa tai organisaatioissa odottavat tai hyväksyvät vallan jakautumisen epätasaisesti. Suuren valtaetäisyyden kulttuureissa esim. lasten odotetaan olevan

vanhemmilleen kuuliaisia, heitä ei kannusteta riippumattomuuteen. Pienen valtaetäisyyden kulttuureissa lapsia kannustetaan itsenäisyyteen ja heitä kohdellaan enemmän tai vähemmän tasapuolisesti. Työelämässä suuri valtaetäisyys näkyy esim. esimiesten ja alaisten välisenä suurempana eriarvoisuutena kuin pieni valtaetäisyys.

Suurimmat valtaetäisyyserot ovat Latinalaisen Amerikan maissa, Arabimaissa sekä Aasian ja Afrikan maissa. Pienimmät erot ovat Itävallassa, Israelissa, Tanskassa, Uudessa Seelannissa, Irlannissa, Ruotsissa, Norjassa ja Suomessa. Melko pienet valtaetäisyyserot ovat myös Isossa-Britanniassa, Länsi-Saksassa ja Yhdysvalloissa. Kreikka sijoittuu valtaetäisyys ulottuvuudella keskivaiheille.

2. Kollektiivisuus vastakohtanaan

yksilöllisyys. Sitä mitataan yksilöllisyysindeksillä. Yksilöllisissä kulttuureissa yksilöiden väliset siteet ovat löyhät, ja jokaisen odotetaan pitävän huolta itsestään ja lähimmäisistään. Perheet ovat yleensä pieniä ns. ydinperheitä. Kollektiivisissa kulttuureissa "ihmiset ovat syntymästään lähtien integroituneet voimakkaisiin ja kiinteästi yhteenkuuluviin lähiryhmiin, jotka suojelevat heitä koko eliniän vaatien vastineeksi ehdottoman uskollisuuden". Perheet ovat yleensä suuria ja perheeseen lasketaan kuuluviksi vanhempien ja sisarusten lisäksi isovanhemmat, sedät, tädit, serkut jne. Kollektiivisessä yhteiskunnassa esim. kaupankäynnissä luottamuksellinen henkilökohtainen suhde liikekumppaniin on tärkeä. Se olisi solmittava ensin, ennen kuin varsinaista liiketoimintaa voidaan harjoittaa. Yksilöllisessä yhteiskunnassa puolestaan itse liiketoiminta on tärkeimmällä sijalla ja vasta sen jälkeen siihen liittyvät ihmissuhteet.

Yksilöllisimpiä maita ovat Yhdysvallat, Australia, Iso-Britannia, Kanada, Hollanti ja Uusi-Seelanti. Kollektiivisimpia maita ovat Latinalaisen Amerikan maat, Indonesia, Pakistan, Peru ja Taiwan. Suomi sijoittuu ulottuvuuden yksilölliseen päähän (sijaluku 17), kun

Kreikka sijoittuu ulottuvuuden kollektiiviseen päähän (sijaluku 30).

3. Feminiinisyys vastakohtanaan maskuliinisuus.

Sitä mitataan maskuliinisuusindeksillä. Maskuliinisisissa yhteiskunnissa sukupuolten sosiaaliset roolit ovat selkeästi eriytyneet. Miehiltä odotetaan jämakkyyttä, kovuutta ja keskittymistä aineelliseen menestykseen. Naisilta odotetaan puolestaan vaatimattomuutta, hellyyttä ja kiinnostusta elämänlaatuun. Feminiinisisissä yhteiskunnissa sukupuolten sosiaaliset roolit ovat päällekkäisiä. Sekä miehiltä että naisilta odotetaan vaatimattomuutta, pehmeyttä ja kiinnostusta elämänlaatuun.

Maskuliinisisissa kulttuureissa ihaillaan vahvuutta, feminiinisisissä kulttuureissa myötätuntoa heikompia kohtaan. Esim. työelämässä kilpailuhenkisyys on yleistä maskuliinisisissa kulttuureissa ja solidaarisuuspyrkimys feminiinisisissä kulttuureissa.

Maskuliinisisimpia maita ovat Japani, Itävalta, Venetsuela, Italia, Meksiko, Irlanti ja Jamaika. Feminiinisisempiä maita ovat Ruotsi, Norja, Hollanti, Tanska, Costa Rica, Jugoslavia ja Suomi. Kreikka sijoittuu maskuliinisisimpiin maihin (sijaluku 18/19).

4. Epävarmuuden välttäminen (asteikolla vähäinen-

voimakas). Sitä mitataan epävarmuuden välttämisindeksillä. "Epävarmuuden välttämisen voidaan siten luonnehtia mittaavan sitä, miten uhkaavilta epävarmat ja tuntemattomat tilanteet tuntuvat johonkin kulttuuriin kuuluvista. Tämä tunne ilmenee mm. stressinä ja ennustettavuuden tarpeena, kirjallisten ja kirjoittamattomien sääntöjen tarpeena." Jos epävarmuus on hyvin voimakasta, se synnyttää sietämätöntä ahdistusta. Epävarmuutta välttävät kulttuurit kaihtavat moniselitteisiä tilanteita. Tällaisissa kulttuureissa ihmiset kaipaavat jäsentyneisyyttä, organisaatioita, instituutioita ja suhteita, joissa tapahtumat ovat selkeästi tulkittavissa ja ennustettavissa.

Voimakkainta epävarmuuden välttäminen on Kreikassa (sijaluku 1), Portugalissa, Guatemalassa, Uruguayssa, Belgiassa, Salvadorissa ja Japanissa. Pienintä epävarmuuden

välttäminen on Singaporessa, Jamaikalla, Tanskassa, Ruotsissa, Hongkongissa, Irlannissa ja Isossa-Britaniassa. Suomi sijoittuu epävarmuuden välttämislottuvuudella lähes keskivälille (sijaluku 31/32), kuitenkin hiukan vähäisemmän epävarmuuden välttämisen puolelle.

Kulttuurienvälisen viestinnän kirjallisuudessa on yhdistelty erilaisia kulttuuriluokitteluja ja viestintätyylejä. Esimerkiksi on esitetty, että HC -kulttuureissa käytetään pääosin epäsuoraa ja LC -kulttuureissa suoraa viestintää (ks. esim. Hall 1981: 101, Gudykunst 1994:44 - 46). Lisäksi suora viestintätyyli on yleisempää yksilöllisissä, epäsuora viestintätyyli yhteisöllisissä kulttuureissa (Gudykunst & Ting-Toomey 1988:44, Burgoon 1995, Salo-Lee 1996:37). Yksilöllisiä kulttuureita on kuvattu aikaorientuneiksi ja yhteisöllisiä kulttuureita ihmissuhdeorientoituneiksi (Gudykunst & Ting-Toomey (1988:128 - 130, Salo-Lee 1996c:62).

Gudykunst (1994:39) tarkastelee sekä Hallin että Hofsteden kulttuuriluokitteluja ja katsoo niistä viestinnän kannalta keskeisiksi yksilöllisen ja kollektiivisen sekä sana- ja asiakeskeiset (LC) sekä ihmissuhdekeskeiset kontekstisidoksissa olevat (HC) kulttuuriulottuvuudet. Hän käsittelee myös lyhyemmin kolmea muuta ulottuvuutta, jotka myös vaikuttavat viestintään. Nämä ovat epävarmuuden välttäminen, valtaetäisyys ja maskuliinisuus. Hän toteaa, että voimakkaasti epävarmuutta välttämissä kulttuurissa on yleensä tarkat säännöt, rituaalit ja kohteliaisuussäännöt vieraiden kanssa seurusteltaessa. Jos sääntöjä ei ole tai niitä ei havaita, muukalaisiin voidaan suhtautua kuin heitä ei olisikaan. Samalla tavalla voidaan suhtautua vieraisiin, jos joudutaan outoihin tilanteisiin. Niistä selviytyminen voi aiheuttaa huolestuneisuutta. (Gudykunst 1994:165 - 167.) Tehokas viestintä vaatii, että huolestuneisuus ja epävarmuus eivät ole liian korkeita tai matalia, vaan niiden välillä. Lisäksi se vaatii, että viestintää on mukautettava tilanteen vaatimalla tavalla. (Gudykunst 1995:8 - 58; ks. myös Barna 1994:342 - 345, Gallois et al. 1995:115 - 147.)

Eri tutkijat ovat kritisoineet sekä Hallin että Hofsteden luokitteluja sekä niihin liitettyjä viestintätyylejä. Esimerkiksi Watson (1970:115 - 116) toteaa, että Hallin kontakti- ja alhaisen kontaktin kulttuuriluokittelu on hyvin korkean abstraktiotason luokittelu. Hänen mukaansa tarkemman alaluokittelun avulla päästäisiin selkeimpiin tuloksiin. Kim (1995:148 - 169) kritisoi vain pelkkiin kulttuuriulottuvuuksiin rajoittuvaa luokittelua tutkittaessa kulttuurienvälistä viestintää. Se ei ole hänen mielestään riittävä, vaan pitäisi kiinnittää huomiota kulttuurierojen ja yksilöllisten prosessien suhteeseen. Kimin mukaan korkean tason käsitteet, kuten individualismi ja kollektivismi näyttävät olevat löysästi määriteltyjä. Minärakenteen voidaan todistaa olevan vahva väliintuleva muuttuja, joka voi selittää, miten kulttuuri vaikuttaa käyttäytymiseen. Hän kritisoi myös sitä, että kollektiivisissa kulttuureissa olisi epäsuora ja yksilöllisissä kulttuureissa suora viestintätyyli. Kollektiivisissa kulttuureissa voidaan esimerkiksi viestiä eri tavoin sisä- ja ulkoryhmien jäsenten kanssa. Myös naisten ja miesten viestintä vaihtelee eri kulttuureissa. Myös Hall (1994b) tähdentää, että aikakäsityksissä esim. naisten ja miesten välillä samoissakin kulttuureissa on eroja. Naiset elävät, etenkin kotitöissä, yksiaikaisissakin kulttuureissa usein moniaikaisen aikakäsityksen mukaan.

Burgoon (1995:194 - 214) pohtii sekä kulttuurienvälisiä että kulttuuriensisiä viestintätilanteita. Hän toteaa, että eri kulttuureissa ihmisten käyttäytymiselle on erilaisia odotuksia. Jos he käyttäytyvät eri tavoin eli rikkovat odotuksen, tästä seuraa jonkinlainen "rangaistus". Tässä yhteydessä hän lainaa mm. Broomen (1993) näkemyksiä kreikkalaisten viestinnästä sisä- ja ulkoryhmien edustajien kanssa. (ks. myös Gallois & al. 1995:115 - 147.)

Huolimatta kulttuuriluokittelujen ja niihin liitettyjen viestintätyylien kritiikeistä sekä Hallin että Hofsteden luokituksia käytetään paljon eri tutkimuksissa. (ks. esim. Gudykunst & Ting-Toomey 1988.) Myös joissakin suomalaisissa tutkimuksissa on käytetty hyväksi Hofsteden

ja Hallin kulttuuriluokitteluja. Esim. Mikel Del Garant (1995) tutki kulttuurienvälisiä eroja vieraan kielen luokkakeskustelussa Japanissa ja Suomessa. Hänen tuloksensa olivat pitkälti Hofseden luokittelun mukaisia. Liisa Salo-Lee ja Annette Winter-Tarvainen (1995) vertasivat suomalaista ja saksalaista kulttuuria Hallin ja Hofsteden luokittelujen avulla tutkiessaan kriittisiä tilanteita kulttuurien kohtaamisessa suomalaisten ja saksalaisten opiskelijoiden näkökulmasta katsottuna.

3.3.3.2 Suomen ja Kreikan kulttuuriluokittainen vertailu

Hallin (1959, 1981) luokittelun mukaan Suomi on on pääosin alhaisen kontaktin kulttuuri ja Kreikka kontaktikulttuuri. Sana- ja asiakeskeisten (LC) ja ihmissuhdekeskeisten (HC) kulttuureiden osalta luokittelu on epävarmempi, sillä Suomi on luokiteltu välillä sekä LC että HC -kulttuuriksi. Kreikka on puolestaan eri tutkijoiden luokitteluissa katsottu vain HC -kulttuuriksi. Aikaluokittelun osuudelta Suomi on pääosin yksiaikainen ja Kreikka moniaikainen.

Hofsteden (1992) luokittelussa Suomella ja Kreikalla on eri kulttuuriulottuvuuksissa tarkat pisteluvut, joiden ansiosta maiden vertailu on selkeämpää.

Valtaetäisyysluokittelussa indeksin vaihteluväli on 104-11. Suurimman indeksin omaavassa maassa valtaetäisyys on suurinta. Valtaetäisyysasteikolla Suomi ja Kreikka ovat melko etäällä toisistaan, sillä Suomen indeksi on 33 ja Kreikan 60. Kreikassa valtaetäisyys on melko paljon suurempaa kuin Suomessa.

Kollektivisuus-yksilöllisyysluokittelussa indeksin vaihteluväli on 91-6. Suurin indeksi kuvaa suurinta yksilöllisyyden määrää. Suomen ja Kreikan välillä ero on melko suuri, sillä Suomen indeksi on 60 ja Kreikan 33. Suomi on täten huomattavasti Kreikkaa yksilöllisempi kulttuuri.

Maskuliinisuus-feminiinisyysluokittelussa indeksin vaihteluväli on 95-5. Suurin indeksi kuvaa suurinta

maskuliinisuuden määrää. Suomen ja Kreikan ero on tässäkin asteikossa melko suuri, sillä Suomen indeksi on 26 ja Kreikan 57. Tämän luokittelun mukaan Kreikka on huomattavasti maskuliinisempi maa kuin Suomi.

Epävarmuuden välttämislukittelussa (vähäinen-voimakas) indeksin vaihteluväli on 112-8. Suurin indeksi kuvaa suurinta epävarmuuden välttämistä. Tässä luokittelussa Suomen ja Kreikan erot ovat suurimmat, sillä Suomen indeksi on 59 ja Kreikan 112. Kreikka onkin luokiteltu kaikista Hofsteden tukimukseen osallistuneista maista voimakkaimmin epävarmuutta välttäväksi. Suomi sijoittuu epävarmuuden välttämisessä ulottuvuuden keskivaiheille.

(Hofsteden luokituksia selostavat myös mm. Malmberg 1996a:72 - 87, Malmberg 1996b:88 - 98, Malmberg 1996c:99 - 103, Malmberg 1996d:104 - 114, Salo-Lee 1996a:13, Salo-Lee 1996b:36.)

Gudykunst & Ting-Toomey (1988:58 - 59) ovat laatineet yhteenvedon Hallin ja Hofsteden luokitteluista, jossa ovat mukana sekä Suomi että Kreikka. Jo mainittujen Hofsteden neljän ulottuvuuden lisäksi mukana on Hallin LC ja HC luokittelu. Heidän luokittelussaan Kreikka on luokiteltu HC-kulttuuriksi ja Suomi LC-kulttuuriksi.

Yhteenveto Suomen ja Kreikan sijoittumisesta Hallin (HA) ja Hofsteden (HO) kulttuuriluokitteluihin ilmenee taulukosta 1.

TAULUKKO 1 Suomen ja Kreikan sijoittuminen
kulttuuriluokitteluihin

Kulttuuriluokittelu	Suomi	Kreikka
Kontakti (HA)	alhainen	korkea
Konteksti (HA)	* sana- ja asia- keskeinen (LC)	ihmissuhde- keskeinen (HC)
Aika (HA)	* yksiaikainen	moniaikainen
Valtaetäisyys (HO)	pieni	suuri
Maskuliinisuus (HO)	pieni	suuri
Yksilöllisyys (HO)	suuri	pieni
Epävarmuuden välttäminen (HO)	keskinkertainen	suuri

* tarkoittaa, että näissä kulttuuriluokitteluissa Suomen sijoittuminen eri tutkimusten mukaan on vaihtelevaa.

Kun tarkastellaan Suomen ja Kreikan sijoittumista Hallin ja Hofsteden esittelemillä kulttuuriluokittelu-
ulottuvuuksilla, voidaan todeta, että Suomi ja Kreikka sijoittuvat lähes kaikissa luokittelu-ulottuvuuksissa melko etäälle toisistaan.

Kulttuuriluokitteluihin tulee suhtautua tietyin varauksin, kuten jo aiemmassa niitä kohtaan esitetyissä kritiikeissä on mainittu. Liiallinen rajoittuminen

kulttuuriluokitteluihin ja stereotyyppioihin saattaa aiheuttaa viestijöiden kesken väärinkäsityksiä, jos yksittäiset henkilöt nähdään vain tietyn ryhmän edustajina (Sallinen-Kuparinen 1986:21 - 22).

Myös Triandis (1975:44) toteaa, että tarvitaan monenlaista tietoa eri kulttuureista, ennen kuin voidaan hyvin ymmärtää toisen kulttuurin ihmistä. Hän jatkaa: "Tehokas kulttuurienväläinen henkilö tietää, miten analysoida toisen käyttäytymistä ja hän kohdistaa palkkiot ja rangaistukset siten, että toinen kokee ne johtuviksi jostakin tietystä käyttäytymisestä. Tällöin hän näkee sellaisena käyttäytymisen syyn tilanteen monimutkaisessa vuorovaikutuksessa ja subjektiivisissa tekijöissä mieluummin kuin vain toisen kulttuurissa."

Myös läheisissä kulttuureissa saattaa olla melko suuria eroja. Tähän viittaavat mm. Laine-Sveibyn (1991) näkemykset suomalaisten ja ruotsalaisten välisistä kulttuurieroista. Samoin samankin kulttuurin sisällä voi olla suuriakin vaihteluja mm. eri alueiden, ryhmien ja sukupuolten välillä. Kulttuuriluokittelujen avulla voidaan saada eri kulttuureista karkea yleistys, joka voi olla apuna pyrkittäessä ymmärtämään eri kulttuurista kotoisin olevien ihmisten viestintäkäyttäytymistä.

3.4 Kreikkalainen ja suomalainen viestintä

3.4.1 Kreikkalainen viestintä

Kulttuurienvälisen viestinnän kirjallisuudessa on melko vähän käsitelty kreikkalaista viestintää. Siitä ei myöskään Suomessa ole tehty tutkimusta. Siksi tähän tutkimukseen on kerätty tietoja hyvin erilaisista lähteistä, esim. tieteellisistä tutkimuksista, nykykreikkalaisesta kirjallisuudesta, erilaisista tapaoppaista ja matkatoimistojen tuottamasta materiaalista.

Lähtökohtana on ollut, millaista tietoa suomalaisturisti voi saada eri lähteistä, jos hän haluaa tutustua kreikkalaiseen viestintään ja kulttuuriin. Osa

turisteista ei luultavasti osaa muuta kuin suomea, joten he joutuvat turvautumaan mm. matkatoimistojen tuottamaan materiaaliin. Turistin kannalta niissä on ensisijaisesti tietoja, missä mikin paikka sijaitsee, miksi sinne kannattaa mennä, miten sinne matkustetaan ja mitä kannattaa ostaa. Niissä saattaa olla myös joitakin kreikan kielisiä sanoja ja sanontoja, jotka liittyvät ensisijaisesti ruokailuun ja ostostilanteisiin. Kuitenkaan varsinaisesta viestinnästä, eikä ainakaan kaupankäynnissä tapahtuvasta viestinnästä juuri kerrota.

Kansainvälisiä tapoja käsittelevistä oppaista saa jonkinlaista perustietoa kreikkalaisista viestinnästä. Esim. Mole (1991:165 - 167) mainitsee, että kreikkalaisten kommunikoinnissa henkilökohtainen kontakti on tärkeä pienimmässä asioissa, sillä kirjallista viestintää kohtaan tunnetaan epäluuloa. Hän näkee osasyiksi tähän erillisen kirjakielen katharevousan käytön, jota kaikki kreikkalaiset eivät hallitse riittävästi. Mole toteaa myös kreikkalaisten olevan väittelijöitä. Väittelyssä he käyttävät sanallisten ilmausten ja elekielen koko asteikkoa. Ulkopuolisesta, joka on tottunut pidättäväisempään tyyliin, kreikkalaisten väittely saattaa vaikuttaa ehkä täydeltä rähinältä, vaikka kreikkalaisista se saattaa olla jokseenkin viatonta mielipiteiden vaihtoa.

Axtell (1988:67 - 68)) toteaa, että Kreikassa kunnioitetaan vanhempia ihmisiä, heitä puhutellaan kohteliaasti, palvellaan ensimmäisinä ja heillä on paljon vaikutusvaltaa. Hän kuvaa myös kreikkalaisten erilaisia tervehtimiskäytänteitä. (ks. myös Luoto (1993:84 - 85, Halinoja 1996b:136.)

Joissakin oppaissa annetaan yksityiskohtaisia viestintäohjeita mm. seuraavasti: kättä ei saa heilauttaa kämmen ulospäin, sillä kreikkalaiset tulkitsevat tämän liikkeen (muntsa) kiroukseksi. Tuijottamista ei pidetä Kreikassa epäkohteliaana, sillä voi päinvastoin ilmaista kohteliaisuutta tai vain yksinkertaisesti tyydyttää uteliaisuuttaan. (Berlitz 1991/1992:110 - 111.). Pieni pään nykäys ylöspäin merkitsee "ei" (Axtell 1988:67 - 68).

Kreikkalaisten vieraanvaraisuudesta ja siihen suhtautumisesta mainitaan useissa oppaissa. Esim. Berlitzin matkaoppaassa (1991/1992:110 - 111) varoitetaan suhtautumasta tähän vieraanvaraisuuteen välinpitämättömästi. "Älkää missään tapauksessa kieltäytykö kahvikupillisesta tai vesilasillisesta, jos ei ole aivan ilmeistä, että tarjoaja yrittää myydä jotakin" (alleleviivaus BJ). (myös Axtell (1988:68, Louhisola 1993:22.)

Sellainen turisti, joka haluaa syvällisemmin perehtyä suomen kielellä nykykreikkalaiseen kulttuuriin ja viestintään, voi lukea joko suomalaisten kirjoittamia kirjoja kreikkalaisesta elämästä tai kreikkalaisten kirjailijoiden suomennettuja teoksia. Varsinaista tutkimustietoa ei juuri ole suomenkielisenä saatavana.

Suomalaisista kirjailijoista esimerkiksi Göran Schildt (1990) kuvaa kirjassaan "Dianan saari" elämänsä Leroksen saarella. Leros kuuluu samaan Dodekanesian saariryhmään kuin Rodoskin, joten viestintäkin on luultavasti samantapaista. Schildt kuvaa mm. kreikkalaista vieraanvaraisuutta ja siihen suhtautumista sekä kunniantunnon yhteyttä siihen. Naisnäkökulmaa edustaa Kirsti Lakopuloksen kirjoittama kirja "Rakkauden rippuja". Lakopulos kuvaa mm. suomalaiskreikkalaisen avioparin viestintää ja kreikkalaisten naapuriensa värikkäitä perheymp. keskusteluja. Sekä Schildt että Lakopulos ovat suomalaisia, jotka ovat asuneet pitkiä aikoja ainakin osan vuodesta Kreikassa. He ovat joutuneet jokapäiväisessä elämässään kokemaan niitä kulttuurieroja, joita myös suomalaisturistit saattavat kohdata Kreikkaan suuntautuvilla matkoillaan. (ks. myös Rapeli 1984:33 - 37.)

Moni suomalainen on saanut käsityksen nykykreikkalaisesta, nyt tosin jo vanhanaikaisesta, kulttuurista Nikos Kazantzakiksen tunnetun teoksen "Kerro minulle Zorbas" perusteella. Siitä on tehty myös elokuva, jota on esitetty Suomen televisiossa useita kertoja. Kirjan esittely puolustaa paikkaansa, sillä esim. Hofstede (1992:344) toteaa seuraavasti: "Kaikkien kehittyneimpiä kansalaisia lukuunottamatta useimpien ihmisten muita kulttuureja koskevat uskomukset ovat television ja radion

suosikkiohjelmien ja sanomalehdistön heijastelemia." Siten suomalaisturistitkin saattavat katsella Kreikkaa Zorbasta käsittelevän elokuvatodellisuuden läpi. Kazantzakis'n kirjoissa tulee selvästi esille kreikkalaisten miesten ja naisten roolit ja niihin liittyvät keskustelukäytännöt. (ks. esim. Kazantzakis 1969, 1981.)

Nuorempaa kirjailijapolvea edustaa Ruotsissa asuva ja ruotsiksi kirjoittava kreikkalainen kirjailija Theodor Kallifatides, jonka monia teoksia on käännetty suomeksi. Näissä kirjoissa on värikkäitä kohtauksia kreikkalaisesta arkielämän viestinnästä. Kallifatides kuvaa mm. kreikkalaisten miesten kahvilakeskustelujen käytänteitä. Kahviloissa oleskeleminen on keskeisellä sijalla heidän elämässään. Kahvilakeskustelussa on tarkat säännöt ja rajoitukset. Itselle nauraminen on tärkeää, samoin paikkansa tiedostaminen ja puhuminen. "On osattava 'puhua' pitkään ja hyvin sekä oman asiansa että kaikkien muiden asian puolesta. Kreikkalaisessa kahvilassa ketään ei sanota viisaaksi vaiteliaisuutensa ansiosta. Vaitioloa pidetään yleisesti huijauksena, ja tässä kyllä piilee jotain." (Kallifatides 1975:38 - 39, 128, Kallifatides & Tikkanen 1976:26, Kallifatides 1989:105 - 112.)

Englantia ja muita vieraita kieliä taitava turisti voi löytää hyvinkin monenlaista tietoa kreikkalaisesta viestinnästä, etenkin kaunokirjallisuudesta. Onpa kreikkalaisten nonverbaalisesta viestinnästäkin laadittu humoristinen englanninkielinen opas, jossa piirrosten avulla selvitetään, mitä mitkin eleet, ilmeet ja liikkeet tarkoittavat, ja milloin niitä käytetään (Papas 1980).

Kulttuurienvälisen viestinnän tutkijoista Harry Triandisin kirjoituksissa on esimerkkejä kreikkalaisesta viestinnästä mm. amerikkalaisten kanssa. Hän on itse syntynyt kreikkalainen (Bibliographical Statements... 1980) ja on ehkä siksi ottanut esimerkkeihinsä nimenomaan kreikkalaisen viestinnän.

Triandis (1975:42 - 43/ref. Gudykunst 1994:28 - 29) esittelee kreikkalaisen psykiatrin George Vassilioun esimerkin kreikkalaisen työntekijän ja yhdysvaltalaisen työnjohtajan keskustelusta ja niistä väärinkäsityksistä,

mitä heidän viestinnässään erilaisista odotuksista johtuen seuraa. (ks. myös Malmberg 1996a:84 - 85.)

Myös Tannen (1994:65 - 67) on käsitellyt tutkimuksissaan kreikkalais-kreikkalaista viestintää ja verrannut sitä kreikkalais-yhdysvaltalaiseen viestintään perhepiirissä. Hän toteaa, että kreikkalaiset näyttävät käyttävän epäsuoraa viestintätyyliä ja odottavat toistenkin toimivan samoin. Yhdysvaltalaiset taas käyttävät suoraa viestintätyyliä ja olettavat toisten toimivan samoin. Erilaisten viestintätyylien ja odotusten täyttämättä jättäminen aiheuttaa monenlaisia väärinkäsityksiä. (ks. myös Burgoon 1995.)

Broome (1994:113 - 116) käsittelee kreikkalaista viestintää selvittäen, mikä merkitys konfliktilla ja keskustelulla on kreikkalaisessa kulttuurissa. Hän toteaa, että länsimaisessa kirjallisuudessa konflikti nähdään pääasiallisesti haitallisena tilanteena, josta halutaan päästä eroon mm. käyttäen erilaisia konfliktin ratkaisukeinoja. Tätä näkemystä hän pitää kulttuurisidonnaisena. Hänen mukaansa esimerkiksi kreikkalaissa kulttuurissa konflikti on osa jokapäiväistä elämää tai paremminkin tapa elää. Konflikti antaa elämälle tietynlaista jännitystä, jota ei suinkaan pidetä negatiivisena. (ks. myös Kallifatides 1975:128.)

Broome (1994:113 - 116) toteaa, että ymmärtääkseen kreikkalaisten lähestymistapaa konfliktiin ja taisteluun elämäntapana on tarpeellista tuntea kaksi traditionaalisen kreikkalaisen kulttuurin aspektia, joilla on voimakas vaikutus nykykreikkalaisten ajatteluun ja toimintaan. Nämä ovat kulttuurin jakautuminen sisä- ja ulkoryhmiin sekä "philotimon" eli arvonnannon, kunniantunnon, merkitys kreikkalaisten elämään.

Sisäryhmään kuuluvat perinteisesti kreikkalaisessa yhteiskunnassa perhe, sukulaiset, ystävät ja jopa ystävien ystävät. Vieraat ja toiset ihmiset, joiden havaitaan osoittavan hyväksyttävää lämpöä, hyväksyntää ja avuliaisuutta, tulevat helposti ystäviksi ja siten osaksi sisäryhmää. Sisäryhmän jäsenet suhtautuvat toisiinsa uhrauten, luottaen, tukien ja ihaillen. Sisäryhmäläisiä

kohtaan tunnetaan sympatiaa ja heidän kanssaan tehdään yhteistyötä. He ovat suoja ja apu jäsenilleen voimakkaasti kilpailevassa sosiaalisessa ympäristössä. Ulkoryhmän jäseniin suhtaudutaan vastakkaisin tuntein kuin sisäryhmän jäseniin. Ulkoryhmäläisiin ei luoteta eikä heidän kanssaan toimita yhdessä. Heitä ei myöskään herkästi auteta. Sisäryhmäläisille ei ole lupa valehdella, kun taas ulkoryhmäläisille valehteleväminen on yksi kilpailumuoto. Muutenkaan valhe ei ole kreikkalaisille yhtä kielteisesti mielletty asia kuin länsimaisissa kulttuureissa on totuttu ajattelemaan. (Broome 1994:116 - 117, ks. myös Triandis 1975:67.)

"Philotimolla", arvonannolla, kunniantunnolla, on keskeinen asema kreikkalaisten minäkäsityksessä. Arvonanto tarkoittaa useita eri asioita mm. uskollisuutta sisäryhmälle ja erityisesti perheelle sekä hyväksyttävää käyttäytymistä sisäryhmässä. Monet konfliktitkin tapahtuvat arvonannon vaatimuksesta. Ne voivat jatkua pitkiä ajanjaksoja ja korkealla intensiteetillä ilman että tunnetaan syyllisyyttä ja tunnontuskia. Kunnioituksen menetystä pelätään ja itsetuntoa suojellaan mm. naurettavaksi tulemiselta. Samalla arvonannon varjelu luo yksilöiden välille tasavertaisuuden tunteen. Kreikkalaiset tuntevatkin harvoin alemmuutta erilaisten ihmisten seurassa, vaikka esim. näiden status olisi hyvinkin erilainen kuin heillä. (Broome 1994:118, myös Schildt 1990:134 - 135, 167 - 175.)

Broome (1994) käsittelee myös keskustelun keskeistä asemaa kreikkalaisten elämässä. Keskustelun avulla persoonalliset suhteet kehittyvät ja lujittuvat. Se toimii tasa-arvoisuuden välineenä keskustelijoiden välillä. Keskustelussa taistellaan eri näkemysten välillä eivätkä loogiset perusteet aina riitä voittoon, kun keskustelija haluaa säilyttää kasvonsa muiden keskustelijoiden silmissä. Kreikkalaisille keskustelu on myös viihdettä, mutta se on myös keino saavuttaa itsearvostusta. Keskustelun avulla keskustelijat voivat myös vakuuttua henkilökohtaisesta voimastaan.

Keskustelutyö ei ole kuitenkaan samanlaista länsimaissa kuin Kreikassa. "Haasteet, loukkaukset ja hyökkäykset ovat hyväksyttävissä rajoissa melkein keskustelun synonyymeja", toteaa Broome (1994:119) ja jatkaa, että usein on monta monologia menossa samaan aikaan, kun keskustelijat haluavat ilmaista mielipiteensä ja tuoda persoonallisuuttaan esille. Keskustelu on myös kilpailua, jossa tärkeintä ei ole lopputulos, vaan itse prosessi. Ilman kilpailua elämä voisi tuntua virikkeettömältä, niinpä uudet ihmistenväliset taistelut muotoutuvat jatkuvasti. Samalla ne tuottavat kreikkalaisille suuren osan henkilökohtaisesta ja sosiaalisesta tyydytyksestä.

Sisä- ja ulkoryhmät muodostavat näihin ryhmiin kuuluville erilaiset keskustelutavat, jotka puolestaan luovat kreikkalaisten jokapäiväistä elämää muuttuvassa maailmassa. (Broome 1994:121 - 122; ks. myös Burgoon 1995:194 - 214.)

3.4.2 Suomalainen viestintä

Suomalaisten puheviestintää on viimeisten viidentoista vuoden aikana tutkittu melko paljon. Usein sitä on verrattu muiden kulttuurien edustajien viestintään. Esimerkiksi Jaakko Lehtonen (1994) on pohtinut suomalaisia vaikenevan kulttuurin edustajina. Heille hiljaisuus on kommunikoinnin keino, jossa vaikeneminen nähdäänkin positiivisena toisin kuin puhuvissa kulttuureissa, joissa arvostetaan puhumista ja joissa hiljaisuus nähdään kielteisenä. Lehtonen näkee, että Suomi on siirtymässä kohti puhumista arvostaviin kulttuureihin. (ks. myös Lehtonen 1983a, Sajavaara & Lehtonen 1997.)

Aino Sallinen-Kuparinen (1986) käsittelee väitöskirjassaan suomalaista viestintäarkkuutta ja vertaa suomalaisten nuorten puheviestintätaitoja muiden maiden edustajien taitoihin. Hänen tutkimustulostensa mukaan suomalaisten ujous tai viestintäarkkuus osoittautui kansainvälisessä vertailussa alhaiseksi. Suomalaisille oli

sen sijaan tyypillistä yksilöesiintyminen pelko ja sosiaalinen ahdistuneisuus. Suomalainen puhekulttuuri nähtiin kuulijakeskeiseksi. Puhumisen asema suomalaisessa yhteiskunnassa miellettiin yhdeksi ryhmäharmonian ja konsensuksen ylläpitämiskeinoksi. (Sallinen-Kuparinen 1986: 238.)

Soile Rusanen (1993) puolestaan on tutkinut suomalaisia kansainvälisessä viestintätilanteessa. Tämän tutkimuksen mukaan suomalaisia pidettiin kansainvälisissä työpaikoissa sosiaalisina, yhteistyökykyisiä ja hyvinä kuuntelijoina. Suomalainen mieluummin vaikenee kuin ilmaisee ääneen eriävän mielipiteensä. Suomalaisten nonverbaaliviestintä (ilmeiden ja eleiden käyttö) oli vähäisintä tutkimusjoukon keskuudessa. Suomalaiset koettiin osallistumattomiksi ja passiivisiksi, hiljaisiksi ja pidättyväisiksi. (Rusanen 1993:31 - 75, ks. myös Mäkisalo 1987, Hiukka 1988.)

Suomalaisten puhumista ja keskustelua ohjailevia sääntöjä ovat etsineet mm. Donal Carbaugh (1995), Jaakko Lehtonen ja Kari Sajavaara (1985) sekä Kari Sajavaara ja Jaakko Lehtonen (1997). Liisa Salo-Lee (1996b:42 - 44) on tehnyt yhteenvedon heidän näkemyksistään. Hänen mukaansa Carbaugh löysi mm. seuraavia puhumista koskevia sääntöjä:

"Älä puhu itsestänselvyyksiä!"

"Älä tuo esiin ristiriitaisia tai kyseenalaisia puheenaiheita!"

"Pyri ylläpitämään harmoniaa läsnäolevien kesken!"

"Sitoudu henkilökohtaisesti siihen, mitä sanot!"

Sajavaaran ja Lehtosen esittelemiä puhumista koskevia sääntöjä Salo-Leen esittelemänä ovat mm.:

"Suomalaiset puhuvat vain silloin, kun heillä on jotakin asiaa."

"Suomalainen kunnioittaa toisen yksityisyyttä ja jättää muut ihmiset rauhaan."

"Suomalainen katsoo, että hänellä on oikeus kuunnella."

"Suomalaisille hiljaisuus ei ole häiriötekijä."

Salo-Leen mukaan suomalaisen keskustelun säännöt myötäilevät puhumisen sääntöjä. Tyypillistä niille on Lehtosen ja Sajavaaran mukaan:

"tiukka roolijako puhujan ja kuulijan välillä:

yksi puhuu: muut kuuntelevat"

"puhujan asemaa ei kyseenalaisteta"

"puhujaa ei kritisoida"

"kuulija on hiljainen"

Myös suomalaisten small talkia ja sen sääntöjä on tutkittu. Kristiina Ailinpietin, Hilikka Järvinen-Kinnusen, Mari Peltosen ja Elisabeth Ungerin (1995/ref. Salo-Lee 1996b:48 - 50) tutkimuksen mukaan niitä ovat mm.

"Älä puutu tuntemattomien keskusteluun!"

"Älä puhuttelu tuntemattomia julkisessa paikassa muulloin kuin poikkeustilanteessa!"

"Älä kysele henkilökohtaisia!"

"Puhu itsestäsi ironisesti!"

"Puhuttele toista epäsuorasti!"

Suomalaisessa small talkissa käytetään passiivista lähestymisstrategiaa, johon kuuluu asioiden selvittäminen omin avuin havainnoimalla tilannetta ja tekemällä siitä johtopäätöksiä. Aktiiviseen lähestymisstrategiaan kuuluu esimerkiksi kysymysten tekeminen ja asioiden selvittäminen puhumalla tai kirjallisen informaation avulla.

Lähestymisstrategioiden avulla voidaan poistaa vieraiden kohtaamisesta johtuvaa epävarmuutta. (Berger 1979/ ref. Gudykunst & Ting-Toomey 1988:22, Salo-Lee 1996b:48, myös Salo-Lee & Winter-Tarvainen 1995)

3.4.3 Suomalaisen ja kreikkalaisen viestinnän vertailu

Kun verrataan suomalaisten ja kreikkalaisten viestintää, huomataan monia eroja. Kreikkalaisille ristiriitatilanteet ovat haasteellisia, konflikteja ei vältellä. Suomalaiset pyrkivät harmoniaan ja välttävät konfliktitilanteita. Kreikkalaisille miehille esimerkiksi keskusteleminen on olennainen osa jokapäiväistä elämää kahvilassa

istumisineen. Suomalaiset, etenkin miehet, eivät ole kovin innokkaita keskustelijoita. Suomalaisia pidetään ilmeettöminä, passiivisina osallistujina. Kreikkalaiset taas nähdään eloisina, vilkkaina ja aktiivisina. Suomalaiset varovat henkilökohtaisia kysymyksiä. Kreikkalaiset kysyvät helposti mm. turisteilta heidän henkilökohtaisista asioistaan. Suomessa ei myöskään ole sisä- ja ulkoryhmien välillä niin suurta eroa kuin Kreikassa. Suomessa rehellisyyden vaatimus koskee kaikille puhumista, ei vain sisäryhmäläisille puhumista.

3.5 Suostuttelu turististen kohtaamisten viestintänä

3.5.1 Suostuttelu

Reardon (1991:3) toteaa suostuttelun olevan toimintaa, joka yrittää muuttaa vähintään yhden henkilön käyttäytymistä symbolisen vuorovaikutuksen avulla. Hän katsoo interpersonaalisen suostuttelun olevan monimutkaisen tapahtuman, jossa jokainen osallistuva henkilö voi olla sekä suostuttelija että suostuteltava. Etukäteen on vaikea suunnitella yksityiskohtaisesti toimintaa, koska se elää kaiken aikaa. (Reardon 1991:134 - 135, ks. myös Gunn 1988:22, Heath & Bryant 1992:126, Middleton 1995:164 - 166.)

Suostuttelua on tutkittu retoriikan historiassa pitkään. Suostuttelun ja retoriikan on katsottu olevan läheisessä yhteydessä toisiinsa. Osa tutkijoista pitää niitä synonyymeina. Larson (1992) kuvaa, miten suostutteluprosessia on määritelty eri aikoina, ja ketkä sitä ovat määritelleet. Hänen mukaansa tämän päivän viestinnän tutkimuksen juuret voidaan löytää antiikin Kreikasta, jossa systematisoitiin suostuttelun käyttö ja sitä kutsuttiin retoriikaksi. Esimerkiksi Aristoteles (1975) määritteli retoriikan Wilson (1992:53) suomennoksen mukaan taidoksi löytää kussakin tapauksessa mahdolliset suostuttelun keinot. Nämä keinot on valittava tilanteen ja

sanoman vastaanottajan mukaan. Wiion (1992:52) mukaan: "... suostuttelua voitiin tehdä kolmella tavalla: persoonallisuuteen vetoamalla eli eetoksella, tunteeseen vetoamalla eli paatoksella ja järkeen vetoamalla eli logoksella".

Larson (1992) toteaa, miten Cicero tunnisti viisi suostuttelevan puheen elementtiä: puheen ainesten keksimisen, niiden järjestämisen, tyylin valinnan, muistamisen ja taitavan esittämisen. Quintilianus lisäsi tähän vielä, että suostuttelijan tulisi olla myös "hyvä mies". Larson esittelee myös Brembeckin ja Howellin määritelmät suostuttelusta. Niissä korostuu kuulijoiden motiiveihin vaikuttaminen. Larsonin oma määritelmä suostuttelulle myötäilee Burken määrittelyä: "the co-creation of the state of identification or alignment between a source and a receiver that results from the symbols". Larsonin mielestä itseasiassa kaikki suostuttelu on itsesuostuttelua, sillä meitä voidaan harvoin suostutella, jollemme osallistu suostutteluprosessiin. (Larson 1992:9 - 11, ks. lisää suostuttelusta mm. Miller 1980, Burgoon & Bettinghaus 1980, Chestnut 1980, Jowett ja O' Donnell 1986.)

Suostuttelu, vakuuttaminen ja vaikuttaminen tulevat esille myös monissa muissa retoriikan määritelmissä, vaikka ei aivan samanlaisin sanakääntein. Retoriikkaa pidetään kuitenkin monimerkityksellisenä käsitteenä, jota on vaikea yksiselitteisesti määritellä. (Hellspong 1992: 11 - 12, Haapanen 1996:23, Hänninen 1996:162.)

Mehrabian (1981:150 - 152) esittelee suostuttelua myyntitapahtumissa käytettävän implisiittisen kommunikaation avulla. Hänen mukaansa myyjät ilmaisevat ilmeillään, eleillään ja liikkeillään pitävänsä asiakkaasta. He tietävät että heidän ei pidä vain itse osoittaa innostuneisuuttaan myytävää tuotettaan kohtaan, vaan heidän on myös jollakin keinoin saatava mahdolliset ostajat tuntemaan samoin. Kauppiaat tietävät intuitiivisesti, että jos he haluavat vaikuttaa johonkin, tämä käy helpommin, jos he saavat tämän henkilön ensiksi pitämään itsestään. Usein tämä pitäminen täytyy saada

aikaan hyvin lyhyessä ajassa. Myyjät saavat sen aikaan implisiittisesti osoittamalla miellyttäviä tunteita, esimerkiksi he saattavat teeskennellä hyvin kunnioittavaa asennetta ja hymyillä tai olla erityisen tarkkaavaisia asiakkaan puhuessa. He toivovat, että tämä johtaa vastavuoroisuuteen ja asiakas tulee myötämieliseksi ja tahtoo ostaa myytävän tuotteen.

Tannen (1989:103 - 104) mainitsee myös suostuttelun yhteydessä solidaarisuuden ja kontrollin välisen suhteen, joka perustuu siihen, että myyjä toimii ystävän tavoin, jolloin asiakas kokee hänen toimintansa ystävän toimintana ja vastavuoroisesti palkitsee myyjän ostamalla hänen tuotteitaan.

Puheviestinnän oppikirjoissa esitellään erilaisia malleja, jotka auttavat asenteiden ja käyttäytymisen muuttamisessa. Yksi tunnetuimmista oppikirjoista on Gronbeckin, Ehningerin ja Monroen (1988) "The Principles of Speech Communication". Gronbeck & al. (1988:260 - 280) kuvaavat Monroen suunnitteleman motivoituneen jaksottelun mallin, jossa on viisi vaihetta:

Huomio (on saatava kuulijoiden huomio herätettyä)

Tarve (on vedottava kuulijoiden tarpeisiin käyttämällä vaikutinvetoa)

Toteutus (kerrotaan, miten tarve voidaan tyydyttää)

Kuvailu (kuvaillaan positiivisia tai negatiivisia puolia asiasta tai vertaillaan erilaisia vaihtoehtoja)

Toiminta (ohjataan toimimaan toivottuun suuntaan)

Larson (1992:159 - 163) esittelee myös Maslowin tarvehierarkian ja toteaa sen olevan käyttökelpoisen vieläkin pohdittaessa suostuteltavien tarpeita ja niihin vetoamista. Maslowin tarveluokittelusta voidaan löytää myös motivoituneen jaksottelun tarvevaiheeseen monipuolisia vaikutinvetoa.

Erilaisia suostuttelutekniikoita on kehitelty mm. myyntihenkilöstön ja poliitikkojen työhön. Tekniikat on mallinnettu menestyneiksi havaituista tekniikoista.

Esim. Larson (1992:314 - 317) esittelee seuraavia tekniikoita:

Kyllä, kyllä -tekniikka

Siinä tavoitteena on saada suostuteltava vastaamaan mahdollisimman usein kyllä suostuttelijan kysymyksiin. Lopussa oleva tärkeä suostuttelu tulee silloin kuin vaistomaisesti myös olemaan kyllä. Suostuttelija siis kuljettaa suostuteltavaa läpi tiettyjen asteiden lopulliseen myöntymiseen.

Älä kysy jos, kysy mikä, kumpi -tekniikka

Tämän tekniikan ydin on siinä, että suostuteltavalle ei anneta mahdollisuutta vastata, sopisiko hänelle tietty asia, tavara jne. Hänelle annetaan yleensä kaksi vaihtoehtoa, joista hän voi valita. Esim. ostatko pelkän puvun vai puvun ja solmion tai mikä puku on teille paras - sininen vai ruskea. Tekniikka on manipulatiivinen, mutta sen arvo on siinä, että se pakottaa toimintaan, kun esim. ostajat, äänestäjät jne. haluavat välttää päätöksen teon.

Kysymyksellä kysymykseen vastaamistekniikka

Silloin kun vastataan kysymyksellä kysymykseen, saadaan itselle lisää aikaa miettimiseen ja toinen joutuu pohtimaan asiaa. Vaikkapa pyytämällä suostuteltavaa vain toistamaan kysymyksensä, se tekee saman vaikutuksen. Esim. silloin, kun toinen yrittää nolata, on hyvä keino käyttää tällaista tekniikkaa.

Pyydä enemmän, niin he suostuvat vähempään -tekniikka

Kauppias voi esim. pyytää jostakin tuotteesta korkeaa hintaa. Kun hän tinkimisen jälkeen alentaa sitä huomattavasti, ostaja on tyytyväinen. Tämä taktiikka sopii etenkin silloin, kun tuote on vaikeasti myytävä.

Istuttamistekniikka (planting)

Jos halutaan tietyn kohderyhmän esim. muistavan tietyn tuotteen, siihen pyritään lisäämään useiden aistien havainnot. Osa lisäyksestä saattaa olla sanallisia, joilla kuvaillaan esim. ulkonäköä, makua, hajua, kuulemista tai tunnetta. Kun sidotaan suostuteltava asia johonkin viidestä aistista, yleisö muistaa viestin paremmin.

Saada kuulijat tuntemaan, että he ovat velkaa suostuttelijalle jotakin -tekniikka

Tässä tekniikassa suostuttelija esim. käyttää omaa aikaansa näennäisesti toisen hyväksi. Kyse voi olla esim. vakuutusasiamiehestä, joka suunnittelee perheen vakuutuksia tuntikausia. Myös ilmaisten lahjojen antaminen tai erilainen auttaminen saa kuulijat tuntemaan, että heidän täytyy maksaa velka takaisin. Vanha sanonta, että ei ole ilmaisia lounaita, sopii tähän tekniikkaan.

Myös Perloff (1993:282 - 295) esittelee suostuttelutekniikoita. Näitä ovat esim. **Jalka ovenväliin -tekniikka** ja **Ovi vasten kasvoja -tekniikka**. Ensimmäisessä tekniikassa esim. ovelta ovelle myyjät suostuttelevat ostajia aluksi pienellä tarjouksella. Kun se on hyväksytty he lisäävät vähitellen tarjouksia saadakseen ostajan sitoutumaan. Toisessa tekniikassa kerrotaan esim. aluksi korkea hinta, joka saattaa pelästyttää suostuteltavan. Sitten pudotetaan hintaa huomattavasti, jolloin ostaja on helpommin suostuteltavissa. Tämä on sama tekniikka kuin Larsonin esittelemä **Pyydä enemmän, niin he tyytyvät vähempään -tekniikka**. (ks. myös Burgoon et al. (1994:141 - 169)

Suostuttelutekniikoiksi voidaan lukea myös erilaiset pyrkimykset saada suostuteltavat myöntymään joihinkin heille suunnattuihin viesteihin. Näistä käytetään nimeä "Compliance-gaining -strategiat".

Monet tutkijat ovat luokitelleet myönnyttämistekniikoita. Esim. Cody et al. (1994:30-90) esittelevät lukuisia tutkimuksia ja niiden tuloksia. Myös Reardon (1991:113 - 135) käsittelee myönnyttämistä (compliance-gaining). Hän esittelee Marwellin and Smithin (1967) 16-luokkaisen luokituksen, johon kuuluvat: 1. lupaus (promise), 2. uhka (threat), 3. positiivinen odotus (positive expertise), 4. negatiivinen odotus (negative expertise), 5. pitäminen (liking), 6. etukäteen palkitseminen (pre-giving), 7. negatiivinen ärsyke (negative stimulation), 8. velka (debt), 9. moraaliin vetoaminen (moral appeal), 10. positiivinen itse-arvostus (positive self-feeling), 11. negatiivinen itsearvostus (negative self-feeling), 12. positiivinen rooli (positive altercasting), 13. negatiivinen rooli (negative altercasting), 14. altruismi (altruism), 15. positiivinen arvostus (positive esteem) ja 16. negatiivinen arvostus (negative esteem. (ks. myös Lukkari 1994.)

Myös suostuttelun vastustamista on tutkittu, mutta melko vähän. Siitä ei paljon löydy kirjallisuudesta esimerkkejä. Ne joita on, liittyvät hyvin usein suuriin kampanjoihin ja mediaviestintään. Suostuttelun vastustamisen taito on oleellinen osa elämää eikä sitä tule liittää vain kaupankäyntitilanteisiin.

Burgoon et al. (1994:176 - 221) toteavat, että jotta voimme kontrolloida suostuttelutilanteita, meidän pitää osata suostutella, mutta myös vastustaa suostuttelua, silloin kun katsomme sen tarpeelliseksi. Kun osaamme laatia sellaisia suostutteluviestejä, jotka vaikuttavat ihmisiin, meillä pitäisi olla myös valmius vastustaa suostuttelua purkamalla meihin kohdistuvat viestit, ts. löytämällä ne keinot, joita suostuttelija käyttää.

3.5.2 Suostuttelu turistikissa kohtaamisissa

3.5.2.1 Suostuttelu turistikissa kohtaamisissa yleensä

Turististen kohtaamisten aikana viestintä on hyvin pitkälti suostuttelua, sillä esim. kauppiaiden ja sisäänheittäjien tavoitteena on myydä palvelujaan turisteille. Toisaalta myös turistit voivat suostutella kauppiaita myymään tavaroita edullisemmin. Kyse on kaksisuuntaisesta vaikuttamisesta. (ks. mm. Reardon 1991:3.)

Turistit viipyvät yleensä lyhyitä aikoja turistikohdeissa, jolloin suostuttelun on oltava nopeaa verrattuna paikallisväestön tai pitkiä aikoja maassa asuvien kanssa käytävään suostutteluun. Heillä on ehkä vuosia kestäneet kauppasuhteet, jolloin mm. suostuttelun eettinen puoli on vakiintunut. Tiettyihin kauppiaisiin luotetaan. Samoin kauppiaat ovat oppineet tuntemaan asiakaskuntansa, heidän tarpeensa ja maksukykynsä. Turistit eivät yleensä tunne kauppiaiden mainetta eivätkä kauppiaat turistien taustoja. Lisäksi turisteille suunnattu suostuttelu käydään usein vieraalla kielellä, jota ei ehkä itse osata hyvin tai sitten turistit eivät osaa sitä. Tällöin suostuttelun kielelliset perustelukeinot jäävät vähemmälle huomiolle ja nonverbaalinen viestintä korvaa osan kielellisestä viestinnästä.

Turistien ja isäntäkulttuurin edustajien viestintä liittyy esim. kaupankäynnissä luottamukseen tai sen puutteeseen. Turistit kertovat usein tarinoita, miten heitä petettiin tai miten he onnistuivat tinkimisessä. Turistiset kohtaamiset nähdäänkin usein kilpailuna, joissa kumpikin osapuoli pyrkii hyötymään toisistaan mahdollisimman paljon. (Katriel 1994.)

3.5.2.2 Suostuttelu suomalais-kreikkalaisissa turistikissa kohtaamisissa

Turistiaikana keväästä syksyyn kreikkalaiset kauppiaat ja ravintoloiden sisäänheittäjät ovat hyvin paljon ulkona

katujen varsilla, kauppojen ja ravintoloiden edustalla, paikoissa, missä turistit pääosin liikkuvat. Sääolosuhteet sallivat ulkoravintolat ja tavaroiden ulkonaolon. Esim. Rodoksella on monilla kaduilla vierä vieressä kauppiaita, baareja ja ravintoloita. Kaikkien niiden pitäisi saada asiakkaita ja asiakkaiden rahoja. Kilpailu on kova, sillä monilla kauppiailta on suurin piirtein samanlaisia tavaroita esittelytelineissä kauppojen ulkopuolella. Kauppiain omat taidot asiakkaiden hankkimiseksi ovat tärkeitä. On mentävä kauppaamaan ja esittelemään tavaroita. Jos odottaa kaupassa sisällä silloin, kun asiakkaat tarkastelevat esillä olevia tavaroita, naapurikaupan kauppias saattaa houkutella asiakkaat omaan liikkeeseensä.

Osa kauppatavaroista tuntuu suomalaisturisteista hämmentäviltä. Näihin kuuluvat mm. kesäkuumalla kaupattavat turkit. Turkiskauppiat ovat kuitenkin hyvin aktiivisia kauppiaita. He istuskelevat tai seisoskelevat myymälän ulkopuolella. Kun turisteja kulkee lähetyvillä, he tervehtivät ja kyselevät suomeksi, mistä päin turistit ovat kotoisin, kertovat usein itse käyneensä Suomessa eri paikkakunnilla, pyytävät katsomaan valokuvia ja nauttimaan virvokkeita. Vasta sisällä liikkeessä turistit toteavat olevansa turkisliikkeessä ja myyntitilanteessa. Kauppia ei kuitenkaan käydä välittömästi. Ensin katsellaan valokuvia, joissa tunnettuja suomalaisia on heidän liikkeissään ja heidän turkeissaan. Asiakkaille tarjotaan mm. erilaisia juomia. Kaupankäynti alkaa vähitellen. Maksumahdollisuuksia esitellään ja jopa luvataan tuoda turkki Suomeen, jos asiakas ei syystä tai toisesta voi sitä ottaa mukaansa. Palvelu on nopeaa. Jos sopivaa turkkia ei löydy, sellainen saatetaan tehdä muutamassa päivässä. Joissakin turkiskaupoissa on myös suomalaisia naismyyjiä, mutta heidän lähestymistapansa on paljon vaimeampaa ja arempaa kuin kreikkalaisten. Osa tiedustelee kuin anteeksi pyydellen, mistä päin turistit ovat kotoisin. Lieneekin niin, että kreikkalainen liikkeen omistaja on määrännyt suomalaisnaiset myös asiakkaiden hakuun kreikkalaisten menetelmillä. Tämä ei oikein tunnu luontevalta, ei myyjistä eikä asiakkaista. Suomalaiset ovat tottuneet suoraan

viestintätyyliin, jossa esim. tervehtiminen ja suora pyyntö liikkeen tavaroihin tutustumiseen, tuntuisi luontevammalta kuin kreikkalaisen tyylin käyttäminen.

Erilaisten virvokkeiden tarjoilu on yleistä myös monissa muissa kaupoissa. Virvokkeet voivat olla kahvista erilaisiin alkoholijuomiin. Virvokkeiden tarjoilun lomassa keskustellaan asiakkaan kanssa erilaisista asioista. Monesta suomalaisesta tällainen tuntuu oudolta. Kun on nauttinut toisten vieraanvaraisuudesta, on vaikeata kieltäytyä ostamasta jotakin.

Ravintoloiden ja baarien sisäänheittäjät seisoskelevat yleensä työpaikkojensa ulkopuolella siten, että he voivat hyvin nähdä, milloin mahdollisia asiakkaista on tulossa. Toiset ravintolat tai baarit sijaitsevat siten, että itse ravintolarakennus on kadun tai kulkutien toisella puolella ja ulkoravintola toisella. Ihmiset kulkevat itseasiassa ravintola-alueen läpi. Tällöin sisäänheittäjät ovat jo vastassa läpikulkijoita pyrkien saamaan heidät juuri oman paikkaansa asiakkaiksi. Turisteille suunnataan kutsut, tarjoukset ja muut palvelut.

Rodoksella esimerkiksi Mandrakin satamassa on kahvila-alue, jossa on useita kahviloita vierä vieressä. Kullakin kahvilalla on läpikulkualuetta kymmenisen metriä. Tuon kymmenen metrin aikana kunkin kahvilan sisäänheittäjät pyrkivät saamaan läpikulkijoista asiakkaita itselleen.

Sisäänheittäjät ovat enimmäkseen nuorehkoja miehiä, jotka esimerkiksi kädet levällään lähestyvät kulkijoita pyrkien ohjaamaan heitä lasivitriinien luo, joissa on esillä kahvilatuotteita. He hymyilevät, laskevat leikkiä kulkijoiden kanssa, kehuvat tuotteitaan ja esimerkiksi suomalaisille turisteille saattavat huudella suomeksi: "Tule kahville, presidenttikahville!" Turistin kieltäydyttyä ensimmäisestä sisäänheittoyrityksestä häntä vastassa on toinen ja kolmas jne. niin kauan kuin kahviloita riittää.

Silloin kun asiakkaita ei ole, eri kahviloiden sisäänheittäjät saattavat seisoskella ja jutella keskenään. Mutta kun mahdollinen asiakas tulee, heistä tulee kilpailijoita. Heidän ulkonäkönsä, erilaiset

suostuttelutaitonsa ja erilaiset yhteistyönsä auttavat asiakkaiden hankinnassa.

Goffman (1971) on kirjassaan "Arkielämän roolit" kuvannut mm. palveluammattissa toimivien henkilöiden roolisuorituksia ja heidän yhteistyötään tietynlaisten vaikutelmien luomisessa samoin heidän yleisönsä suhtautumista kulloisinkin esityksiin. Sisäänheittäjien ja heidän asiakkaittensa, "yleisönsä", yhteistoimintaa voidaan tarkastella eräänlaisena teatteriesityksenä. (ks. myös Heiskala 1991) Kumpikin osapuoli esittää rooliaan. Sisäänheittäjä voi esimerkiksi olla olevinaan ihastunut johonkin turistinaiseen. Hän käyttäytyy kuin olisi odottanut juuri häntä asiakkaakseen. Turistinainen puolestaan on uskovinaan sisäänheittäjän aitouteen, jolloin näytelmä on onnistunut. Kumpikin on tyytyväinen suoritukseensa. Asiakassuhde on saatu tuntumaan henkilökohtaiselta suhteelta.

Sisäänheittäjien työskentelyn seuraaminen on kuin seuraisi teatteriesitystä. He saattavat iloisen innokkaana kohdata kulkijat, mutta jos tämä ei tule asiakkaaksi, näyttää todella murtuneelta. He saattavat hassutella keskenään ja asiakkaiden kanssa. He saavat myös kulkijat näyttämölle. Heidän on otettava oma roolinsa näytelmässä.

Suostuttelu ei jää vain asiakkaiden hankintaan, vaan asiakkaat täytyy saada viihtymään esim. kahviloissa, jotta he tulisivat uudelleen. Eräässä kahvilassa omistaja toimi sekä sisäänheittäjänä, tarjoilijana että yleisön huvittajana. Jos kahvilassa oli hiljaista, hän saattoi alkaa huvittaa asiakkaita mm. pelleilemällä, tanssimalla kreikkalaisia tansseja, hakemalla turisteja tanssiin mukaan. Yhteistanssi olikin yksi suosituimmista yhdessäolon muodoista eri asiakkaiden kanssa. Asiakaspalvelu oli muutenkin joustavaa. Jos isompi ryhmä asiakkaita halusi istua yhdessä, heille järjestettiin nopeasti paikat. Myös useamman kerran kahvilassa asioineet tunnistettiin ja heidän lempijuomansa muistettiin. Yleensä asiakkaiden lähtiessä kahvilasta heidät saateltiin pois ja samalla kosketettiin esim. hartioista tai käsivarresta ja käteltiin.

Monet Rodoksen kauppiat ja sisäänheittäjät ovat opetelleet myös suomea ja pystyvät siten puhumaan asiakkaille heidän omalla kielellään. Tämä on suuri apu varsinkin sellaisille suomalaisille, jotka eivät osaa esim. kreikkaa tai englantia. Kuitenkin eniten suomalaisiin vetoavat sellaiset ravintolat ja baarit, jotka ovat suoraan suomalaisille suunnattuja. Näitä on esim. Demiksen suomalainen baari, jossa on tarjoilijoina pääasiassa kreikkalaisten kanssa aviossa olevia suomalaisnaisia. Näissä baareissa on mahdollisuus saada suomalaista kahvia ja sillivoileipiä kreikkalaisleivonnaisten ja -juomien ohella. Näissä paikoissa suomalaisturisti kokee elävänsä osittain tutussa, osittain vieraassa kulttuurissa.

3.6 Tutkimuksen keskeiset käsitteet

Turistiset kohtaamiset

Turistisilla kohtaamisilla (engl. 'touristic encounters') tarkoitetaan yleensä turistien ja turistikohteina olevien isäntämaiden kulttuurin edustajien välistä kohtaamista.

Käsitteellä ei ole sanatarkkaa suomalaista vastiketta. Mutta esim. Selänniemi (1996:11) käyttää tätä käsitettä kuvatessaan suomalaisten etelänmatkailua seuraavasti: "Etelänmatkailu ei ole vain osa nykyistä 'kansankulttuuriamme'... vaan suomalaisturistit, samoin kuin muutkin turistit, muodostavat vierailtavassa kohteessa oman turistisen kulttuurinsa. Tämä turistinen kulttuuri...sijaitsee normaalin kontekstinsa...ajan ja paikan ulkopuolella." Tässä työssä käsitettä käytetään sekä yleisessä merkityksessä että kuvaamassa suomalaisturistien ja kreikkalaisten isäntämaan edustajien välistä vuorovaikutusta, jolloin viestintäkontekstina ovat erilaiset kaupankäyntitilanteet. Näitä voivat olla myös erilaisten ravintolapalveluiden käytöstä neuvottelemisen.

Kulttuurienvälinen viestintä

Kulttuurienvälisellä viestinnällä viitataan tässä työssä ensisijaisesti suomalaisturistien ja kreikkalaisten isäntämaan edustajien väliseen viestintään.

Suomalaisturisti

Suomalaisturistista käytetään Middeltonin (1995:5 ks. luku 3.2.) kansainvälistä turistia kuvaavaa määritelmää, koska useimmat Kreikkaan matkustavat suomalaiset täyttävät tämän määritelmän vaatimuksen. He viettävät Kreikassa lomaa, jonka pituus on yleisemmin viikosta kolmeen viikkoon. Eli siis suomalaisturistiksi määritellään henkilö, joka viipyy Kreikassa, tässä tapauksessa Rodoksella, alle vuoden. Tämä raja on tarpeen, sillä Rodoksella on myös useita suomalaisia, jotka ovat asuneet siellä useita vuosia.

Sisäänheittäjä

Sisäänheittäjällä (kreikaksi 'krahtis', englanniksi 'tout') tarkoitetaan tässä tutkimuksessa henkilöä, joka hankkii kauppaan, ravintolaan, baariin jne asiakkaita henkilökohtaisen kontaktin avulla, esimerkiksi pysähdyttämällä heidät kaupan, ravintolan, baarin jne. edustalla ja kertomalla heille mm. myytävistä tavaroista, ruuista ja juomista, joita heidän kannattaisi ostaa. Lyhyesti sanottuna sisäänheittäjä on henkilökohtaisella kontaktilla asiakkaita hankkiva henkilö.

3.7 Tutkimuskysymykset

Aiemmin tässä tutkimuksessa (luku 3.3.3) tarkasteltiin erilaisia kulttuuriluokitteluja. Suomen ja Kreikan havaittiin sijoittuvan joka luokittelussa melko etäälle toisistaan. Myös suomalaisten ja kreikkalaisten

viestintätyylien todettiin monissa kohdin eroavan toisistaan. Tältä perustalta lähdettiin etsimään tarkemmin, millaisia viestintäeroja konkreettisissa puheviestintätilanteissa saattaisi ilmetä, ja miten suomalaisturistit ne kokevat.

Puheviestintätilanteet rajattiin koskemaan keskeisiä turistisissa kohtaamisissa tapahtuvia vuorovaikutustilanteita. Näitä katsottiin olevan erilaiset kauppa- ja ravintolapalvelujen käyttöön liittyvät tilanteet. Tämä rajoitus on lähellä Bristlinin et al. (1986: 48) määrittelyä turistisista kokemuksista (touristic experiences).

Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä haluttiin selvittää yleisellä tasolla, havaitsevatko suomalaisturistit eroa suomalaisessa ja kreikkalaisessa puhekäyttäytymisessä kaupankäyntitilanteissa.

Kysymys 1. Kokevatko suomalaisturistit, että puhekäyttäytymisessä on eroja kreikkalaisessa ja suomalaisessa kaupankäynnissä?

Sisäänheittäjien toiminta on vierasta suomalaisessa kulttuurissa. Aikaisempien kokemusteni ja toisten turistien kanssa käymieni keskustelujen mukaan suomalaisturistit eivät oikein tienneet, miten sisäänheittäjiin tulisi suhtautua. Tarkkaa tietoa siitä, koettiinko sisäänheittäjien toiminta kielteisenä, myönteisenä vai neutraalina ei ollut. Selänniemen (1994: 58) tutkimuksessa oli maininta, että osa Ateenan matkalla olleista suomalaisturisteista oli pitänyt heidän toimintaansa kielteisenä. Siksi haluttiinkin tietää, miten suomalaisturistit suhtautuvat siihen, että heitä hankitaan asiakkaisiksi henkilökohtaisella kontaktilla.

Kysymys 2. Miten suomalaisturistit kokevat sisäänheittäjien toiminnan?

Ensimmäistä tutkimuskysymystä puhekäyttäytymiseroista haluttiin tarkentaa selvittämällä erityisesti kaupankäyntitilanteissa käytettyjä suostutteluokeinoja. Koska kreikkalaisessa viestinnässä kulttuuriluokittelujen mukaan pitäisi olla mm. enemmän epäsuoraa viestintää, nonverbaalisesta viestinnästä mm. läheisyyttä ja kosketusta, pyrittiin saamaan selville havaitsevatko suomalaisturistit sellaista. Tähän osuuteen liittyivät myös kysymyslomakkeen kysymykset suostuttelun pitkäaikaisuudesta ja mahdollisista väärinkäsityksistä.

Kysymys 3. Millaisia suostutteluokeinoja suomalaisturistit ovat havainneet sisäänheittäjien käyttävän?

Minulle on tullut useiden Kreikan matkojeni perusteella sellainen käsitys, että suomalaisturistit tuntevat itsensä hiukan avuttomiksi ja ahdistuneiksi kohdatessaan kreikkalaisia kauppiaita ja ravintoloiden sekä baarien sisäänheittäjiä. Tämä käsitykseni perustuu omien havaintojeni ja kokemusteni lisäksi monien turistien kanssa käymiini keskusteluihin eri aijankohtina Kreikkaan suuntautuneilla matkoillani.

Osalle suomalaisista on Sallinen-Kuparisen (1986) mukaan tyypillistä sosiaalinen ahdistuneisuus. Leary (1983/ref. Lehtonen 1983b: 144-146) jaottelee sosiaalisen ahdistuneisuuden sen mukaan, miten viestintätilanteeseen osallistuja voi ohjata vuorovaikutusta. Hänen mukaansa vuorovaikutusahdistuneisuutta (interaction anxiety) on ahdistuneisuus, joka liittyy keskusteluun ja muihin sellaisiin vuorovaikutustilanteisiin, joissa henkilön toimintavalinnat ovat riippuvaisia toisten käyttäytymisestä.

Lehtonen (1983b: 146) toteaa, että on odotuksen mukaista, että sellainen henkilö, jolle vuorovaikutustilanteet aiheuttavat ahdistuneisuutta, pyrkii välttämään niitä eri tavoin. (ks. myös McCroskey 1984: 27 - 30, Phillips 1984: 51 - 66, Robinson 1988: 85 - 97, Gudykunst 1994.)

Siksi haluttiinkin tietää, ovatko suomalaisturistit kehittäneet joitakin keinoja selvittääkseen kokemastaan, mahdollisesti jollakin tavoin epämiellyttävästä tilanteesta. Johdannossa jo mainitsin itselleni annetun ohjeen, että ei puhuta niille mitään eikä olla huomaavinaankaan. Lähtökohtana seuraavan kysymyksen laadinnassa olikin, että jos sisäänheittäjien kohtaaminen on koettu vaikeaksi, heitä vältetään.

Kysymys 4. Ovatko suomalaisturistit kehittäneet joitakin strategioita välttääkseen sisäänheittäjiä?

Vaikka matkailu edustaakin Hofsteden (1992:308) mukaan kulttuuristen kohtaamisten kaikkein pinnallisinta muotoa, sen ei tarvitse jäädä sellaiseksi. Jotkut matkailijat saattavat saada lyhyenkin matkan aikana kimmokkeen tutustua isäntämaahan perusteellisemminkin. Osa voi haluta palata uudelleen matkakohteeseen ja alkaa opiskella maan kieltä ja historiaa. (Esim. itse innostuin ensimmäisen Kreikan matkani jälkeen opiskelemaan 20 opintoviikkoa nykykreikkaa Helsingin yliopistossa) Joidenkin turistien ja isäntämaan edustajien kesken saattaa syntyä ystävyyssuhteita (Rodoksella jopa avioliittoon päätyviä). Nämä puolestaan voivat saada eri kulttuurien edustajat perehtymään monin tavoin toistensa kulttuureihin. (ks. myös Hanvey 1979:53, Pietilä 1989:9, Katriel 1995:277)

Kulttuurienvälisen ymmärtämyksen lisäämistä tähdennetään monissa kulttuurienvälisen viestinnän kirjoissa. Niissä myös esitellään erilaisia koulutustapoja. (esim. Bennet 1986, 1993, Triandis 1975, 1983, Bristlin et al. 1986, Triandis et al. 1988, Halinoja 1996, Salo-Lee 1996.)

Tässä tutkimuksessa haluttiin tietää, kuinka suomalaisturistit suhtautuvat kulttuurienväliseen koulutukseen. Esimerkkinä koulutuksesta mainittiin kaupankäyntitavat kreikkalaisten kanssa. Sitä koskikin viimeinen tutkimuskysymys.

Kysymys 5. Pitäisikö suomalaisturisteja heidän mielestään kouluttaa kohtaamaan eri kulttuurien kaupankäyntitapoja, esimerkiksi kreikkalaisten.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Tutkimusmenetelmien tarkastelua

Berry (1980) käsittelee monipuolisesti niitä vaatimuksia, mitä kulttuurienvälisen psykologian tutkimus edellyttää. Vaikka kyse on psykologisesta tutkimuksesta, se on osittain samaa kuin kulttuurienvälisen viestinnän tutkimus. Kulttuurienvälisessä tutkimuksessa keskeistä on vertailu kahden tai useamman kulttuurin kesken. Berry esittelee Piken (1954/1966) käsitteet "emic" ja "etic". "Emic" lähestymistavassa tutkitaan pääosin käyttäytymistä yhden systeemin sisällä, tutkitaan vain yhtä kulttuuria, tutkija itse keksii tutkimuksen rakenteen ja arvosteluperusteet (kriteerit) ovat suhteessa kulttuurin sisäisiin piirteisiin. "Etic" lähestymistavassa tutkitaan käyttäytymistä ensisijaisesti systeemin ulkopuolelta, tutkitaan useita kulttuureita ja verrataan niitä keskenään, tutkija luo tutkimuksen rakenteen ja arvosteluperusteet (kriteerit) ovat absoluuttisia tai universaaleja. Kummatkin lähestymistavat voivat vuorotella yhden tutkimuksen aikana. (ks. myös Berry 1996.) Tämän tutkimuksen voi katsoa edustavan ensisijaisesti Berryn esittelemää "etic" lähestymistapaa.

Tässä tutkimuksessa on käytetty tutkimusmenetelminä sekä kyselyä että haastattelua. Näitä menetelmiä on kuvattu monissa tutkimusta käsittelevissä kirjoissa (ks. esim. Eskola 1973, Hirsjärvi ja Hurme 1985, Anderson 1987, Alasuutari 1989, Uusitalo 1991, Alasuutari 1994, Erätuuli et al. 1994, Syrjälä et al. 1995, Rubin & al. 1996)

Kyselyssä ja haastattelussa on tukeuduttu ensisijaisesti Hirsjärvi & Hurmeen (1985:28 - 35)

näkemyksiin erilaisista tutkimushaastatteluista. He erottelevat ne lähinnä sen perusteella, miten kiinteästi kysymykset on muotoiltu ja missä määrin haastattelija jäsentää tilannetta. Tältä perustalta he puhuvat kysymysten standardoinnista ja tilanteen strukturoinnista.

Lomakehaastattelu on sellainen, jossa tutkija lukee lomakkeessa olevat kysymykset ja kirjaa vastaukset lomakkeessa niille varattuun paikkaan. Vaikeuksia tuottaa haastattelulomakkeen ja kysymysten muotoilu. Haastattelua voi olla vaikeata mukauttaa kulloiseenkin haastattelutilanteeseen. Avoin haastattelu on lomakehaastattelulle vastakkainen haastattelulaji. Se on kaikista haastattelun lajeista lähimpänä keskustelua. Haastattelija strukturoi haastattelua haastatteluprosessin aikana. Tämä haastattelulaji vaatii yleensä paljon aikaa ja useita haastattelukertoja. Lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuotoja nimitetään puolistrukturoiduiksi tai puolistandardoiduiksi haastatteluiksi. Niistä on erilaisia muunnelmia.

Pohtiessani eri haastattelumuotoja päädyin puolistrukturoituun haastatteluun. Se sijoittuu Hirsjärvi & Hurmeen (1985:29) esittämällä ulottuvuudella lähelle lomakehaastattelua. Kysymyslomakkeessa (liite 2) on kaksi kysymystä (nrot 17 ja 19), joihin halusin saada vastauksen haastatteleamalla koehenkilöitä avoimen haastattelun menetelmällä. Niissä oli kyse kuvauksista ja asioista, joihin oletin tarvittavan lisätietoa, mitä haastateltavilla ei ehkä olisi. Lisäksi haastattelin avoimella haastattelulla kahta rodoslaista sisäänheittäjää.

4.2. Tutkimusaineiston hankinta

4.2.1 Kohderyhmä

Tutkimuksen kohderyhmän muodostavat Rodoksella lomailevat suomalaisturistit, joista haastattelin 18.7.-1.8. 1995 välisenä aikana 53 henkilöä. Kaksi haastatelluista ei täyttänyt turistin vaatimusta, koska he olivat asuneet

Rodoksella yli vuoden. He kuitenkin pyysivät saada täyttää kyselylomakkeen ja osallistua tutkimukseen, joten annoin heidän tehdä sen. Poistin heidät kuitenkin lopullisesta aineistosta. Yksi haastateltava vastasi niin epäselvästi ja puutteellisesti, että en pystynyt käsittelemään hänen vastaustaan muun aiheiston yhteydessä. Lopulliseksi tutkimushenkilömääräksi jäi 50.

Pyrin saamaan kohderyhmään naisia ja miehiä suurin piirtein saman verran, jotta tuloksista ilmenisivät molempien sukupuolten näkemykset. Lopputulokseksi tuli 29 naista ja 21 miestä. Naisten suuremman määrän selittää osittain se, että hotelli Rivierassa, jossa asuin ja paikoissa, joissa suomalaisturisteja tapasin, oli enemmän naisia kuin miehiä. Suomalaisturistien asuinpaikkana olevan Hotelli Elite Achilleonin baarissa oli miehiä, mutta osa heistä oli niin humalassa, että epäilin heidän mahdollisuuksiaan vastata asiallisesti haastattelukysymyksiin. Lisäksi halusin haastateltavien olevan aikuisia, jotka itse tekevät päätöksen suhteestaan kauppiaisiin ja sisäänheittäjiin. Kohderyhmässä on nuoria 16-vuotiaita tyttöjä, mutta he olivat keskenään matkalla ilman vanhempiaan tai holhoojiaan. Tällöin katsoin heidän olevan aikuisten asemassa. Taulukossa 2 kohderyhmäläiset on luokiteltu iän ja sukupuolen mukaan.

TAULUKKO 2 Ikä

Ikä	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
16-20	8	-	8
21-30	3	4	7
31-40	1	4	5
41-50	14	11	25
51-60	3	1	4
61-66	-	1	1
Yhteensä	29	21	50

Puolet kohderyhmästä sijoittuu ikäluokkaan 41-50 vuotta. Heistä naisten ja miesten osuudet eivät juuri eroa toisistaan. Nuorempaan ikäryhmään kuuluu vain 8 naista. Muihin ikäryhmiin sijoittuu melko tasaisesti sekä naisia että miehiä. Vanhimmassa ikäryhmässä on vain 1 mies.

Kohderyhmältä tiedusteltiin myös Kreikassa ja Rodoksella käyntikertoja. Nämä tiedot näkyvät taulukoissa 3 ja 4.

TAULUKKO 3 Kreikassa käyntikerrat

Käyntikerrat	Naiset f	Miehet f	Kaikki f
ensimmäinen kerta	6	6	12
kerran aikaisemmin	6	3	9
2-5 kertaa	12	6	18
6-10 kertaa	4	3	7
yli kymmenen kertaa	1	3	4
Yhteensä	29	21	50

Kohderyhmäläisistä ensimmäistä kertaa Kreikassa oli vajaa neljännes. Naisten ja miesten lukumäärä oli yhtä suuri. Kerran aikaisemmin oli käynyt 9 henkilöä, joista naisten osuus oli 6 ja miesten 3. Suurimman ryhmän muodostivat 2-5 kertaa käyneet, joita oli kaikkiaan 18. Naisten osuus oli huomattavasti suurempi kuin miesten. 6-10 kertaa oli ollut kaikkiaan 7 henkilöä. Naisten ja miesten osuudessa ei ollut juuri eroa. Yli 10 kertaa oli ollut 4 henkilöä, joista miehiä 3 ja naisia 1.

Yhteenvetona voidaan todeta, että yli puolet vastaajista oli käynyt yli kaksi kertaa Kreikassa ja vähintään kerran aikaisemmin oli käynyt yli kolmeneljäsosaa. Ensikertalaisia oli vain vajaa neljäsosa.

TAULUKKO 4 Rodoksella käyntikerrat

Käyntikerrat	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
ensimmäinen kerta	9	8	17
kerran aikaisemmin	4	2	6
2-5 kertaa	12	8	20
6-10 kertaa	4	2	6
yli 10 kertaa	-	1	1
Yhteensä	29	21	50

Noin kolmasosa vastaajista oli käymässä ensimmäistä kertaa Rodoksella. Naisten ja miesten osuudessa ei ollut eroja. Kerran aikaisemmin oli käynyt 6 henkilöä, joista naisia oli 4 ja miehiä 2. Suurin osa kohderyhmästä, 20 henkilöä, oli ollut Rodoksella 2-5 kertaa. Naisten lukumäärä oli 12 ja miesten 8. 6-10 kertaa oli ollut 6 henkilöä, joista naisia oli 4 ja miehiä 2. Yli 10 kertaa oli vierailnut 1 mies.

Kaiken kaikkiaan yli puolet vastaajista oli nyt vähintään kolmatta kertaa Rodoksella. Heidän joukossaan oli sellaisiakin turisteja, jotka olivat käyneet yli kuusi kertaa.

Kun vertaillaan taulukoiden 3 ja 4 tuloksia, voidaan todeta, että Rodoksella käyneiden lukumäärä etenkin ensimmäistä kertaa ja kerran aikaisemmin käyneiden joukossa ei täsmää. Joko kohderyhmäläiset eivät ole osanneet sijoittaa Rodosta Kreikkaan tai sitten he ovat syystä tai toisesta vastanneet jompaan kumpaan osuuteen virheellisesti.

4.2.2 Aineiston keruu

Koska olin lomailnut useita kertoja Rodoksella, tiesin, missä suomalaisturistit pääosin liikkuisivat, ja mistä voisin heitä tavoittaa. Yli puolet haastatelluista turisteista asui samassa hotellissa Rivierassa, missä itsekin asuin. Heitä haastattelin hotellin aulassa olevissa

seurustelutiloissa. Osa täytti kysymyslomakkeen melko itsenäisesti, mutta selvensin joitakin kysymyksiä, jos he eivät ymmärtäneet niitä. Lopuksi haastattelin heitä haastattelukohtien osalta. Osa haastateltavista halusi tutustua rauhassa kyselylomakkeeseen ja palauttaa sen myöhemmin täytettynä. Kun he palauttivat lomakkeen, tarkistin sen ja haastattelin puuttuvat osiot. Loppuosan haastatteluista tein hotelli Elite Achilleonin terassibaarissa tai Demiksen suomalaisessa baarissa tapaamilleni turisteille. Tässä baarissa käy paljon suomalaisia. Lisäksi sen henkilökunta on pääosin suomalainen. Muutamaa henkilöä haastattelin tavatessani heidät kaupungilla olevissa ravintoloissa. Nämä haastattelut olivat vaikeampia toteuttaa kuin ne, jotka tein omassa hotellissani. Haastateltavat eivät olleet tavanneet minua ennen, joten heitä piti suostutella haastatteluun. Samaan aikaan myös loma-osakekauppiat haastattelivat suomalaisturisteja. Osa haastateltavista oli joutunut heidän haastattelunsa vuoksi harhaanjohtetuiksi ja he olivat minuakin kohtaan hiukan epäluuloisia.

Kaksi haastateltavaa kieltäytyi haastattelusta. Toinen totesi olevansa lomalla ja toinen taas ei halunnut periaatteesta täyttää lomaketta.

Olin aikonut nauhoittaa kyselylomakkeen haastatteluosuudet, mutta koska haastattelut tehtiin yleisissä tiloissa, erilaiset häiriötekijät, mm. liian kova melu häittivät niin paljon, että luovuin nauhoituksista.

Sisäänheittäjiä haastattelin heidän työpaikallaan työn lomassa. Kumminkin olivat noin 30-vuotiaita miehiä, jotka olivat vuosia toimineet tarjoilijoina ja sisäänheittäjinä. Toinen omisti baarin, jossa työskenteli. Kummankin työpaikalla vierailin useamman kerran lomani aikana ja toisen olen tuntenut vuosien ajan. Tästä syystä haastattelujen saanti kävi helposti.

4.3 Tutkimusaineiston analysointi

Osa kyselylomakkeen tiedoista on analysoitu kvantitatiivisten analyysimenetelmien mukaan, mutta osa

haastattelua kvalitatiivisten analyysimenetelmien mukaan. Sisällön analyysia on käytetty kysymyslomakkeiden avoimien vastauksien ja haastatteluiden analyysissa.

5 TULOKSET

5.1 Suomalalaisten ja kreikkalaisten puhekäyttämismiserot kaupankäyntitilanteissa

Puhekäyttämismiseroja tiedusteltiin seuraavalla kysymyksellä:

"Onko mielestäsi puheen osuudella eroja kreikkalaisilla ja suomalaisilla kaupankäynnissä?"

Vastaukset ilmenevät taulukosta 5

TAULUKKO 5 Puhekäyttämismiserojen kokeminen

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Eroja on	29	16	45
Eroja ei ole	-	3	3
Ei osaa sanoa	-	2	2
Yhteensä	29	21	50

Vastaajista lähes kaikki eli 45 olivat sitä mieltä, että puhekäyttämismisessä on eroja. Naisista kaikki olivat tätä mieltä, mutta miehistä vain 16. 3 miestä katsoi, että eroja ei ollut ja 2 miestä ei osannut sanoa oliko eroja vai ei.

Edellistä kysymystä puheen osuuden eroista täydennettiin seuraavalla avoimella kysymyksellä:

"Jos eroja on, niin millaisia ne ovat?"

Tähän kysymykseen vastasi 39 henkilöä. Vastauksia oli kuitenkin kaikkiaan 63, sillä monet vastaajat kuvasivat eroja useammalla tavalla. Tämän vastauksen luokittelussa on pyritty löytämään jonkinlaista erottelua vastausvaihtoehtojen välillä. Jokaisen vastausryhmän yleisesittelyn jäljessä on muutama esimerkki, millaisia vastauksia on luokiteltu mihinkin luokkaan. Lisäksi on merkitty vastaajan sukupuoli N (nainen) ja M (mies) sekä havaintoyksikön numero väliltä 01 - 53. Tätä merkintätapaa käytetään kaikissa avointen kysymysten vastausesimerkeissä. (Havaintoyksiköitä on kaikkiaan 50, mutta alunperin niitä oli 53, joista 3 poistettiin aineistoon sopimattomina. Tarkempi selvitys tästä on aineiston hankinnan osuudessa.)

Ryhmä I sisältää yleensä puhekäyttämiseen liittyviä vastauksia, joita oli 18 kaikista vastauksista. Tähän ryhmään on luokiteltu esimerkiksi seuraavanlaisia vastauksia:

"Kreikkalaiset myyvät puhumalla" (N27)

"Kaupankäynnissä Suomessa ei tarvitse ostaa tuotteita puhumalla, mutta Kreikassa asiat ostetaan mielestäni puheiden myötä ns. houkuttelupuhumista" (M30)

"Kreikkalaiset puhuvat tavaran maasta taivaisiin.

"Kovia puhumaan" (M42)

Ryhmä II koostuu puhekäyttämiseen liittyvistä positiivisista piirteistä. Osassa vastauksista on tulkinta tehty yleisten sävyjen perusteella. Tähän ryhmään luokiteltuja vastauksia oli 17. Esimerkkejä tähän ryhmään luokitelluista vastauksista.

"Kreikkalaiset ovat ystävällisempiä ja avoimia kertomaan tuotteistaan" (N24)

"Kreikkalaiset ovat ehkä avuliaampia ja tulevat heti kysymään voivatko auttaa ja saattavat 'neuvotella' myös hinnasta" (N29)

"Kreikkalaiset ovat joustavampia,
kaupallisempia, puhuvat enemmän. Suomalaiset
jöröt ei puhu kuin pikkukaljoissa" (N31)

Ryhmä III sisältää puhekäyttäytymiseen liittyviä negatiivisia piirteitä. Myös tässä ryhmässä, kuten edellisessäkin, luokittelu on tehty osittain kokonaistulkinnan pohjalta. Vastauksia tähän ryhmään tuli kaikkiaan 15 eli hiukan vähemmän kuin ryhmään II. Tähän ryhmään on luokiteltu mm. seuraavanlaisia vastauksia:

"Kreikkalaiset ovat ahdistelempia ja painostavampia kuin suomalaiset" (N 22)

"Kreikkalaisilla enemmän tyrkytystä ja puhetta.

"Kreikkalaiset suunnilleen työntävät sisään kauppoihin, Suomessa hieman erilaista" (N26)

"Kreikkalaisten kaupankäynti on vilkkaampaa ja jotenkin juonikkaampaa" (M44)

Ryhmä IV muodostuu neutraalista puhekäyttäytymisestä, jota ei ole luokiteltu positiiviseksi eikä negatiiviseksi. Vastaukset ovat kaupankäyntiin liittyviä esittelyjä ja tuotteiden kehumisia. Mukaan on otettu myös pari nonverbaalia käyttäytymistä kuvaavaa vastausta. Tähän ryhmään sijoittui 12 vastausta, joista seuraavia esimerkkejä:

"Kreikkalaisten kanssakäyminen vilkkaampaa, elehtivämpää" (N08)

"Kreikkalaiset kehuvat paljon, halpa hinta" (N17)

"Kreikkalaiset osaavat enemmän myydä. Ovat sinnikkäämpiä" (N23)

Ryhmä V koostuu sekalaisista vastauksista, sellaisista seikoista, joita ei Suomessa juuri tapaa kaupankäyntitilanteissa, esimerkiksi erilaisten juomien tarjoilu. Tämän ryhmän vastauksia oli 3. Esimerkkejä tämän ryhmän vastauksista:

"Kauppiaat tarjoavat viinaryyppyjä" (M49)

"Kreikkalaiset (Rhodos) käyttävät edukseen oppimiaan vieraskielisiä myynninedistämiseen tarkoitettuja sanoja, mitä suomalaiset eivät koskaan käytä" (M36)

Osa vastaajista mainitsi, että myyjissä on persoonallisia eroja ja myös eri tilanteissa heidän käyttäytymisensä vaihtelee.

Kokonaisuudessaan puhekäyttäytymisessä todettiin monenlaisia eroja suomalaisten ja kreikkalaisten välillä. Kreikkalaisten koettiin olevan puheliaampia, innokkaampia kauppamaan ja kehumaan kauppamiaan tuotteita. Osaa kreikkalaisten toiminnasta pidettiin myönteisenä, mutta liiallinen tyrkyttäminen ja kaupantekoon painostaminen koettiin kielteisenä. Tämän vastauksen yhteydessä ei tiedusteltu eroja positiivisuus - negatiivisuusulottuvuudella, mutta joistakin vastauksista tämä tuli ilmi.

5.2 Sisäänheittäjien toiminta

5.2.1 Millaiseksi sisäänheittäjien toiminta koettiin?

Asiaa tiedusteltiin tutkimusjoukolta viisiluokkaisen asteikon avulla seuraavalla kysymyksellä:

"Millaisena koet kauppojen, baarien ja ravintoloiden 'sisäänheittäjien' toiminnan?"
(Lisäksi oli selvitetty, mitä sisäänheittäjällä tarkoitettiin)

Vastaukset on esitelty taulukossa 6.

TAULUKKO 6 Sisäänheittäjien toiminnan kokeminen

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Hyvin miellyttävä	2	1	3
Melko miellyttävä	14	10	24
Melko epämiellyttävä	10	9	19
Hyvin epämiellyttävä	2	1	3
Ei osaa sanoa	1	-	1
Yhteensä	29	21	50

Hyvin miellyttäväksi sisäänheittäjien toiminnan koki 3 vastaajaa. Naisten ja miesten vastausten välillä ei ollut juuri eroa. Melko miellyttäväksi toiminnan koki lähes puolet eli 24 kaikista vastaajista. Sekä naiset (14) että miehet (10) olivat tästä samaa mieltä. Melko epämiellyttävänä sisäänheittäjien toimintaa piti 19 vastaajaa. Naisten ja miesten vastauksissa ei ollut suurta eroa. Hyvin epämiellyttävänä sisäänheittäjien toimintaa piti 3 vastaajaa. Jakauma naisten ja miesten vastausten välillä oli sama kuin hyvin miellyttävässäkin. Yksi naisvastaaja ei osannut määritellä kantaansa.

Jos jaotellaan vastaukset miellyttävä - epämiellyttävä -ulottuvuudella, voidaan todeta, että 27 vastaajaa, joista naisia oli 16 ja miehiä 11, piti sisäänheittäjien toimintaa hyvin miellyttävänä tai melko miellyttävänä. 22 vastaajaa piti sisäänheittäjien toimintaa hyvin epämiellyttävänä tai melko epämiellyttävänä. Naisten ja miesten vastauksissa ei ollut suurta eroa. Sisäänheittäjien toiminta koettiin kokonaisuudessaan jonkin verran miellyttävämmäksi kuin epämiellyttäväksi eikä miesten ja naisten vastausten erot poikenneet paljoa toisistaan.

5.2.2 Miksi sisäänheittäjien toiminta miellytti tai ei miellyttänyt?

Edellistä kysymystä tarkennettiin kysymällä tutkimusjoukolta seuraava avoin kysymys:

"Mikä mielestäsi tekee 'sisäänheittäjien' toiminnan miellyttäväksi tai epämiellyttäväksi?"

Tähän kysymykseen vastasi kaikkiaan 46 henkilöä. 25 vastaajaa esitteli miellyttäväksi ja 26 epämiellyttäväksi tekevää toimintaa. Kuuden henkilön vastauksissa oli molempia vaihtoehtoja. Yksi vastaaja ei osannut määritellä kantaansa.

Sisäänheittäjien toiminnan tekevät miellyttäväksi mm. seuraavat seikat:

Ystävällisyys, kohteliaisuus, asiallisuus, iloisuus, hyvä henkilökohtainen kontakti ja tuotteiden että tarjottavien soviiva esittely. Näistä vastauksista tarkempia esimerkkejä:

"Ei tyrkytetä, esittelevät, eivät suutu, jos et osta, toivottavat toiste tervetulleeksi, hyvä henkilökohtainen kontakti" (N16)

"He osaavat usein suomea, jolloin pystyy jo kommunikoimaan ja sanomaan, että katselen vain tai ei ole nälkä jne." (N19)

"Tuntuu mukavalta, kun kohteliaasti pyytävät sisään" (M52)

Epämiellyttäväksi sisäänheittäjien toiminnan tekevät mm. tyrkyttäminen, pakkokauppaaminen, ylituttavallisuus, liiallinen imartelu, asiakkaan pysäyttäminen ja yritys väkisin saada ostamaan tai menemään johonkin paikkaan. Vastausesimerkkejä tästä ryhmästä:

"Asiakas suorastaan "revittää" sisään yllämainittuihin kohteisiin. Se tyyli ei välttä-

mättä sovi suomalaiseen tyyliin" (N10)

"Jos et osta, haukkuvat" (N16)

"Jos on kerran käynyt asioimassa heidän kanssaan, he heittäytyvät niin tuttavalliseksi, että se velvoittaa menemään uudestaan" (M37)

"Koska ei vain tavaran esittelyä, vaan tartutaan kiinni, yritetään myydä puoliväkisin.

"Käytös ei aina kohteliasta" (M50)

5.2.3 Millaisia suostuttelukeinoja sisäänheittäjät käyttivät?

Sisäänheittäjien käyttämiä suostuttelukeinoja kysyttiin seuraavalla avoimella kysymyksellä:

"Minkälaisia keinoja 'sisäänheittäjät' ovat käyttäneet yrittäessään saada sinut asiakkaakseen?"

Vastaukset on luokiteltu verbaalisiin ja nonverbaalisiin suostuttelukeinoihin. Osa keinoista on päällekkäisiä eikä niitä voi tarkasti erottaa toisistaan, koska ne liittyvät kiinteästi toinen toisiinsa. Erottelu onkin osittain keinotekoista.

Ryhmä I sisältää maininnan erilaisista verbaalisista suostuttelukeinoista huuteluista vetoamisiin. Suomen kielen käyttö on yleistä. Esimerkkejä tämän ryhmän vastauksista:

"Huutamalla "tärke, tärke" ja onks' maha tyhjä?" (N12)

"Huutavat jo kaukaa "suomeksi", jolloin olo on jotenkin kotoinen ja tulee joskus mentyä sisään" (N19)

"Pyytämällä katsomaan valokuvia, tavaran ylistys, kuinka halpaa" (M42)

Ryhmä II koostuu nonverbaaleista suostuttelukeinoista. Näitä ovat erilaiset eleet, ilmeet mm. hymyily ja flirtti. Kosketusta käytetään myös runsaasti. Se voi olla kättelyä, halausta, hihasta vetämistä ja/tai suoranaista tien tukkimista. Sisäänheittäjien keinoihin kuuluu myös makuaistiin vetoaminen tarjoamalla erilaisia maistiaisia, virvokkeita ja alkoholijuomia sekä haju- ja näköaistiin vetoaminen tarjoamalla esim. naisasiakkaille ruusuja. Yksi vastaaja mainitsi sisäänheittäjien ulkonäön. Nonverbaalin viestinnän osa-alueet menevät usein päällekkäin ja niitä käytetään yhdessä. Yleisin yhdistelmä muodostuu hymyilystä ja kosketuksesta. Esimerkkejä tämän ryhmän vastauksista.

"Hymy & pyyntö katsomaan sisälle" (N27)

"Kosketus (ottavat kiinni kädestä ja alkavat työntää sisäänpäin), lopulta suunnilleen kantavat sisään" (N26)

"Yleensä tukkimalla eteneminen. Olen tavannut jopa ns. käsiksi käymistä" (M49)

"Tarjoavat esimerkiksi Uzoa" (N23 ja M45)

Yksi vastaaja ei eritellyt suostuttelukeinoja, vaan mainitsi: "Kaikki mielistely, mitä on olemassa" (M37)

Kaikenkaikkiaan sisäänheittäjät käyttivät monipuolisesti sekä verbaalisia että nonverbaalisia keinoja. Ne saattoivat olla hienotunteisista pyynnöistä lähes väkivaltaisiksi koettuihin käsiksikäymisiin.

5.2.4 Miten sisäänheittäjistä selvittiin?

Sisäänheittäjistä selviämistä tiedusteltiin erilaisia vaihtoehtoja sisältävällä kysymyksellä.

"Jos olet kokenut 'sisäänheittäjien' toiminnan epämiellyttäväksi, oletko kehitellyt erilaisia keinoja selvittääksesi heistä mahdollisimman helposti?

Taulukossa 7 esitellään vastaukset.

TAULUKKO 7 Keinot sisäänheittäjistä selviämiseksi

Keinot	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Olen kulkenut toista katua	4	1	5
Olen siirtynyt kadun toiselle puolelle	9	6	15
En ole ollut huomaavani heitä	15	7	22
Olen laskenut leikkiä heidän kanssaan	10	2	12
Olen kuunnellut heidän esityksensä ja tehnyt sitten päätökseni	9	9	18
Jollain muulla tavoin, miten	3	3	6
Yhteensä	50	28	78

Tähän kysymykseen ottivat kantaa kaikki naiset ja 18 miestä. Kolme miestä ei vastannut. He olivat kokeneet sisäänheittäjien toiminnan miellyttäväksi. Vaikka monet vastaajista kokivat sisäänheittäjien toiminnan hyvin miellyttäväksi tai melko miellyttäväksi, he silti olivat kehittäneet erilaisia keinoja selviytyäkseen heistä. 26 vastaajaa mainitsi käyttäneensä vain yhtä selviytymiskeinoa, mutta 20 vastaajalla oli useampia keinoja hallussaan.

Taulukosta 7 näkyy, että 5 vastaajaa oli kulkenut eri katua. Heistä naisia oli 4 ja miehiä 1. 15 vastaajaa oli myös siirtynyt kadun toiselle puolelle. Naisia heistä oli 9 ja miehiä 5. 22 vastaajaa oli ollut myös huomaamatta sisäänheittäjiä. Naisia tähän ryhmään kuului 15 ja miehiä 7. Leikinlaskun välttämiskeinokseen oli valinnut 12 vastaajaa. Naisista 10 oli käyttänyt tätä keinoa, mutta miehistä vain 2. 18 vastaajaa oli kuunnellut

sisäänheittäjien esityksen ja sitten tehnyt päätöksensä. 9 vastaajaa sekä naisista että miehistä oli käyttänyt tätä keinoa. Joitakin muita keinoja oli käyttänyt 6 vastaajaa. Sekä naisia että miehiä oli 3 tässä ryhmässä. Muita keinoja olivat olleet esimerkiksi kreikan kielen puhuminen sisäänheittäjien kanssa tai nonverbaalisin keinoin viestitty kieltäytyminen.

Yhteenvedona voidaan todeta, että erilaisia varsinaisia välttämiskeinoja on ollut yli puolet kaikista keinoista. Naisten ja miesten välillä ei ole ollut tässä suhteessa eroa. Leikinlaskukin voidaan tietyllä tavalla laskea välttämiskäyttämiseksi. Vain noin neljännes selvitysmiskeinoista on ollut sisäänheittäjien kohtaaminen siten, että heidän esityksensä on kuunneltu ja sitten tehty päätös.

5.2.5 Sisäänheittäjien toiminta yksin tai ryhmässä kulkevia kohtaan

Sisäänheittäjien toimintaa on tarkasteltu myös siltä kannalta, miten he käyttäytyivät, jos suomalaisturisti liikkui yksin tai ryhmässä. Tulokset näkyvät allaolevassa taulukossa 8.

TAULUKKO 8 Erot sisäänheittäjien toiminnassa yksin tai ryhmässä kulkevia kohtaan

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Eroja on	6	6	12
Eroja ei ole	16	9	25
Ei osaa sanoa	7	6	13
Yhteensä	29	21	50

12 vastaajaa ilmaisi eroja olleen, jos oli liikkunut yksin verrattuna toisten seurassa liikkumiseen. Naisten ja miesten vastausten lukumäärä oli sama. Puolet kaikista vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että eroja ei ole

ollut. Naisista tätä mieltä oli 16 ja miehistä 9. 13 vastaajaa ei osannut osaa sanoa oliko eroja ollut vai ei. Naisten ja miesten vastauksia tässä ryhmässä oli lähes yhtä paljon.

Tähän kysymykseen pyrittiin saamaan lisävalaistusta avoimella kysymyksellä havaituista eroista. Kaikkiaan 11 henkilöä vastasi tähän kysymykseen. Vastauksista kävi ilmi, että jos kulki yksin, "kimppuun käytiin" herkemmin. Naisturistit mainitsivat myös flirttailun lisääntymisen yksin kulkiessa verrattuna miesseurassa kulkemiseen.

5.2.6 Sisäänheittäjien toiminta eri puolilla Kreikkaa

Tutkimusjoukolta tiedusteltiin myös, olivatko he huomanneet sisäänheittäjien toiminnassa eroja eri puolilla Kreikkaa, jos he olivat olleet Rodoksen lisäksi muualla Kreikassa. Tähän kysymykseen vastasi 40 henkilöä. Vastaamattomat lienevät sellaisia henkilöitä, jotka olivat olleet ainoastaan Rodoksella. Tällöin he eivät olleet pitäneet ehkä mielekkäänä vastata tähän kysymykseen. Vastauksia on esitelty taulukossa 9.

TAULUKKO 9 Koetut erot sisäänheittäjien toiminnassa eri puolilla Kreikkaa

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Eroja on	6	1	7
Eroja ei ole	10	10	20
Ei osaa sanoa	7	6	13
Yhteensä	23	17	40

Puolet vastaajista ei ollut huomannut eroja. Nais- ja miesvastaajien lukumäärä oli sama. Naisista 6 vastasi eroja olevan ja miehistä yksi. Kolmasosa vastaajista ei osannut sanoa oliko eroja vai ei.

Tähänkin kysymykseen pyydettiin erillisellä kysymyksellä lisätietoja mahdollisista eroista. Vastauksia oli vain 8. Niistä kävi ilmi, että Rodoksella sisäänheittäjien toiminta koettiin pahimmaksi ja tyrkytys kovemmaksi kuin esim. pienemmissä kreikkalaisissa paikoissa.

5.2.7 Kieliongelmat sisäänheittäjien kanssa

Rodoksella monet kauppiaat, tarjoilijat ja sisäänheittäjät osaavat melko hyvin suomea. Monet suomalaisturistit taas eivät osaa suomen lisäksi muita kieliä. Siksi haluttiinkin selvittää, oliko heillä ollut kieliongelmiä sisäänheittäjien kanssa. Taulukossa 10 on esitelty vastaukset.

TAULUKKO 10 Kieliongelmien kokeminen

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
On ollut	3	2	5
Ei ole ollut	23	19	42
Ei osaa sanoa	3	-	3
Yhteensä	29	21	50

Vastauksista käy ilmi, että suomalaisturistit eivät juuri koe kärsineensä kieliongelmistä Rodoksella ollessaan. Ainoastaan 5 vastaajaa mainitsi heillä olleen kieliongelmiä. Tässä ei ollut suuria eroja naisten ja miesten vastausten välillä. 3 naista ei osannut sanoa oliko kokenut kieliongelmiä vai ei. Vain kaksi henkilöä selvitti tarkemmin, millaisia kieliongelmiä heillä oli ollut. Toinen vastasi, ettei ollut aina ymmärtänyt, mistä on kyse ja toinen mainitsi osaavansa vain suomea.

5.2.8 Suostuttelun vaikutuksen kesto

Kysymyksellä "Jos olet mennyt 'sisäänheittäjän' pyynnöstä johonkin ravintolaan tai baariin, oletko käynyt samassa paikassa myöhemmin uudelleen?" haluttiin selvittää, miten pitkävaikutteista sisäänheittäjien suostuttelu oli vai jäikö mahdollinen vaikutus vain yhteen kertaan. Vastauksia käsitellään taulukossa 11.

TAULUKKO 11 Samaan paikkaan uudelleenmeno

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Olen mennyt	23	10	33
En ole mennyt	6	6	12
En osaa sanoa	-	5	5
Yhteensä	29	21	50

Taulukosta 11 näkyy, että kaksikolmasosaa vastaajista oli mennyt samaan paikkaan uudelleen. Naisista jopa 23 ja miehistäkin lähes puolet. Noin neljännes vastaajista ei ollut mennyt uudelleen. Naisten ja miesten vastausten välillä ei ole suurta eroa. Miehistä 5 kuului luokkaan en osaa sanoa.

5.2.9 Sisäänheittäjien "uhriksi" joutuminen

Seuraavaksi haluttiin tietoa, oliko joskus tapahtunut niin, että vastaaja ei ollut pystynyt vastustamaan sisäänheittäjiä, vaan oli lähes pakosta joutunut johonkin kauppaan, ravintolaan, baariin jne. Tästä pyydettiin kertomaan jokin mahdollinen tapaus. Tätä tietoa etsittiin haastattelun avulla. Vain neljä henkilöä mainitsi

joutuneensa pakonomaiseen tilanteeseen. Nämä kaikki liittyivät turkiskauppiaisiin. Heitä oli pyydetty katsomaan esim. valokuvia tai nauttimaan jotakin juomaa, mutta tarkoituksena olikin ollut myydä turkki tai nahkatakki.

5.3 Kulttuurienvälisen koulutuksen järjestäminen

Suomalaisturistien suhtautumista kulttuurienvälisen viestinnän koulutukseen tiedusteltiin kysymyksellä "Pitäisikö suomalaisia kouluttaa kohtaamaan eri kulttuurien kaupankäyntitapoja, esimerkiksi kreikkalaisia?"

Vastaukset ilmenevät taulukosta 12.

TAULUKKO 12 Eri kulttuurien kaupankäyntitapoihin kouluttaminen

	Naiset	Miehet	Kaikki
	f	f	f
Kyllä	15	13	28
Ei	4	4	8
Ei osaa sanoa	10	4	14
Yhteensä	29	21	50

Reilusti yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että suomalaisia pitäisi kouluttaa. Naisista hiukan yli puolet ja miehistä reilusti yli puolet vastasi näin. Kielteisen vastauksen antoi kaikkiaan 8 vastaajaa, joista naisia ja miehiä oli molempia 4. 14 vastaajaa ei osannut sanoa, pitäisikö kouluttaa vai ei. Epätietoisempia olivat naiset, sillä heistä noin kolmannes kuului tähän ryhmään, kun taas miehistä vain vajaa viidennes.

Tähän kysymykseen hankittiin lisätietoa haastattelun avulla. Kaikkiaan 28 henkilöä osallistui haastatteluun. Heistä naisia ja miehiä oli kumpiakin 14. Monet

haastateltavat innostuivat vastaamaan melko laajasti. Heidän mielestään koulutus ei saisi jäädä vain kaupankäyntiä koskevaksi, vaan sen tulisi lisätä laajemmin kulttuurienvälistä ymmärtämistä. Monet haastateltavat kertoivat lisäksi, miten koulutusta tulisi antaa, kenen sitä tulisi järjestää ja milloin. Osa vastaajista mainitsi nuorten jo nykyisinkin saavan mm. koulussa enemmän tietoa kuin vanhemman polven edustajien. Kaksi haastateltavaa suhtautui osittain kielteisesti koulutukseen. Toisen mielestä paikan päällä oppii ja toisen mielestä jokaisella matkalaisella on oltava itsellään arvostelukykyä, että tietää, mihin menee ja mihin ei.

Vastaukset on luokiteltu koulutuksen osuudelta **tietoihin, taitoihin ja asenteisiin.**

Tietoa pitäisi saada yleisesti eri kulttuureista 8 haastatellun mielestä. 11 haastateltua rajasi vastauksensa koskemaan vain kaupankäyntiä ja vuorovaikutusta. Tällöin tietoa tulisi antaa sisäänheittäjistä, tinkimisestä, kreikkalaisten vilkkaudesta ja erilaisista tarjoiluista. Esimerkkejä annetuista vastauksista:

"Tietoa, miten täällä toimitaan, hyväksytään tavaran suullinen kaupittelu, kertoa sisäänheittäjien toiminnasta" (N31)

"Pitäisi kertoa kulttuurieroista ja etelämaalaisten vilkkaudesta. Puhelissä tunnettava" (M45)

"Kertoa perusasiat, miten heikompiluonteisetkin selviävät" (M51)

Taito-opetuksessa tulisi kiinnittää huomiota jonkin asteiseen kreikan kielen ja kohteliaisuusfraasien osaamiseen. Turistit kaipaisivat taitoja pitää puolensa kaupankäyntitilanteissa sekä tinkimistaitoja. Taitosuuteen voidaan lukea myös käytöstavat ja niiden hallinta sekä pukeutumisohteet, jotka muutaman vastaajan mielestä ovat tarpeen. Seuraavanlaisia vastauksia on esimerkkinä taitojen opettamisesta:

"Suomalaisille pitäisi opettaa selviytymistaitoja, etteivät ole avuttomia kreikkalaisten kauppiaiden kanssa. Puolensapitämistä ja tinkimistä" (N02)

"Suomalaisille tulisi antaa opetusta käytössä, pukeutumisessa yms." (N03)

Asenneopetukseen kuuluisivat kahdeksan vastaajan mielestä positiivisuus, asiakasystävällisyys, avoimuus ja joustavuus. Tähän ryhmään voi myös lukea käytöstavat ja pukeutumisen, koska ne ovat osaltaan myös asennoitumisesta riippuvia. Esimerkkejä annetuista vastauksista:

"Suomalaisia tulisi kouluttaa joustavimmiksi, nyt torjuvia" (N15)

"Kouluissa opetetaan niin paljon turhaa. Osa opinnoista pitäisi käyttää kansainvälisyyden opettamiseen, koska suomalaiset ovat niin 'juroja' ja muualla maailmalla ollaan paljon avoimempia" (N21)

"Positiivisuus, aktiivisuutta suomalaisiin, palveluallttius, jatkuva tilanteen seuranta (M48)

Koulutuksen järjestämisestä annettiin myös ehdotuksia. Haastateltavien mielestä koulutukseen voisi laatia esimerkiksi erilaisia tietopaketteja, joista selviäisivät keskeiset asiat kaupankäynnistä, sisäänheittäjistä, tinkimisestä, tarjoilusta ja kohteliaisuusfraaseista. Osa opetuksesta voisi olla videoitua, osa demonstraatioita. Videoituna voisi olla esimerkiksi kuvaus tyyppillisistä kaupankäyntitapauksista. Eräs vastaaja selvitti näkemystään koulutuksesta seuraavasti:

"Kansainvälisessä busineksessä ostaminen on lähes yhtä tärkeää kuin myyminen (siis sen osaminen). Koulutuksen pitäisi olla käytännönläheistä, ei siis pelkkää luennointia. Kaupankäynnin kanssa tekemisiin joutuvia voitaisiin

saattaa demonstraatioluontoisesti tekemisiin eri kulttuurien kaupankäyjien kanssa" (M53)

Koulutuksen perusopetus tulisi kuulua koululaitokselle, mutta erityistiedot matkatoimistoille ja oppaille. Opaskirjoissa tulisi olla tietoja myös erilaisista kaupankäyntitavoista ja miten eri tilanteissa tulisi toimia. Turisteille voisi näyttää lennon aikana videoita, joissa kerrottaisiin pääasiat kaupankäynnistä ja sisäänheittäjistä. Opas voisi kertoa paikallisista tavoista esimerkiksi tervetuloilaisuudessa tai vaikkapa erilaisten retkien aikana. Tällainen tieto olisi etenkin ensikertalaisille turisteille tarpeellista.

5.4 Keskustelut sisäänheittäjien kanssa

Sisäänheittäjien kanssa käydyissä keskusteluissa keskityttiin suomalaisturistien suostuteltavuuteen ja suomen kielen osaamisen tärkeyteen. Kumpikin sisäänheittäjä piti tärkeänä suomen kielen osaamista. Toinen halusi keskustelummeikin aikana tarkentaa joitakin sanontoja, joita hän käytti suostuttelussaan. Tiedusteluun, miten he pystyvät erottamaan suomalaisturistit muista turisteista ja suunnata heille suomen kieliset kutsut, he eivät kumpikaan osanneet antaa yksiselitteistä vastausta. He totesivat, että ulkonäöstä, vaatetuksesta, tavasta kulkea ja puheesta, jos sen kuulevat. Toinen sisäänheittäjä piti suomalaisia helppoina suostuteltavina etenkin silloin, kun hän oli ollut pääasiassa suomalaisille suunnatussa baarissa töissä. Nyt työskennellessään norjalaisille suunnatussa baarissa hän koki suomalaisten suostuttelun sinne olevan vaikeampaa. Hän oletti, että suomalaiset halusivat olla pääosin toisten suomalaisten seurassa.

6 POHDINTA

6.1 Tutkimustulosten tarkastelua

6.1.1 Suomalaisten ja kreikkalaisten puhekäyttäytymiserot

Ensimmäinen tutkimuskysymys koski suomalaisten ja kreikkalaisten puhekäyttäytymiseröjen kokemista kaupankäyntitilanteissa. Kaikki naiset havaitsivatkin eroja ja valtaosa miehistäkin. Selityksenä miesten ja naisten vastausten eroihin voinee olla mm. se, että naiset käyvät enemmän ostoksilla ja siten kiinnittävät huomiota kaupankäyntitapoihin miehiä herkemmin.

Vastaajien mielestä kreikkalaiset puhuivat paljon, olivat vilkkaita, elehtivät runsaasti, kehuivat tavaroita ja käyttivät ns. houkuttelupuhetta enemmän kuin suomalaiset. Kreikkalaisten käyttäytymisen koettiin suomalaisiin verrattuna olevan toisaalta ystävällisempää, avuliaampaa ja joustavampaa, mutta myös tyrkyttävämpää, painostavampaa, juonikkaampaa ja ahdistelevampaa. Kreikassa saatetaan Suomesta poiketen kauppaa hierottaessa tarjota erilaisia juomia vedestä ilmaisiin viinaryyppyyihin, mitä Suomessa yleensä ei tapahdu.

Puheviestintäerojen syitä voidaan etsiä mm. maiden erilaisista maantieteellisestä sijainnista, ilmastoista, kulttuureista ja kaupankäyntitavoista.

Kreikkalaiset on kautta historiansa olleet vilkkaassa kanssakäymisessä eri kulttuureista olevien ihmisten kanssa. He ovat merenkulkijakansana tottuneet tekemään kauppaa: niin ostamaan kuin myymään. Retoriikan perinne elää Kreikassa voimakkaana ja puhumista arvostetaan. Basaarikauppatyyliin kuuluu tavaroiden suullinen kaupittelu ja monimutkaiset kaupantekorituaalit. Kreikan lauhkea ilmasto ja runsas kulttuuriperintö ovat houkutelleet turisteja maahan yhä uudelleen. Suuri turistimäärä on opettanut kreikkalaiskauppiaita ottamaan tilanteesta vaarin

ja kehittelemään eri keinoja, jolla turistikit saadaan ostamaan tuotteita ja palveluita.

Suomen syrjäinen maantieteellinen sijainti ja kylmä ilmasto ovat osaltaan vaikuttaneet siihen, että suomalaiset ovat voineet elää omassa rauhassaan. Suomalaiset itse ovat laajemmin matkustaneet ulkomaille vasta muutamien kymmenien vuosien aikana. Suomessa on yhtenäinen kulttuuri, jossa tosin on jonkin verran ruotsalaista, venäläistä ja saksalaista viestintäperinnettä. Suomeen ei ole liiemmin saapunut turisteja, joten suomalaisten ei ole tarvinnut muuttaa heidän vuokseen vallitsevaa viestintäkäyttäytymistään. Vasta viime vuosina on alettu erityisesti kiinnittää huomiota suomalaisten ja muiden kulttuurien edustajien viestintäeroihin mm. kulttuurienvälisen viestinnän koulutuksessa.

Kreikan historiallinen menneisyys, kuten turkkilaisvallan aika, erilaiset miehitykset, omassa maassa tapahtuneet mullistukset, Kreikan vaikeakulkuiset vuoristoalueet ja laaja saaristo ovat vaikeuttaneet lasten normaaleja koulunkäyntimahdollisuuksia. Epäsäännölliset olot ovat vaikuttaneet myös siihen, että koulunkäynti on jäänyt monilta varsinkin vanhemman polven kreikkalaisilta vähäiseksi. Tämä ja kaksikielisyys (uusi kirjakieli katharevusa ja nykykreikka dimotiki) ovat osaltaan vaikuttaneet siihen, että osa kansasta on ollut ja on lukutaidotonta tai heikosti lukutaitoista. (ks. esim. Glogg 1979, Boatswan & Nicholson 1992, Korhonen 1970, Rapeli 1984, Kivikoski et al. 1994.)

Vuoden 1991 tilastojen mukaan yli 15 -vuotiaista kreikkalaisista 95 % oli lukutaitoisia (<http://www.odci.gov/cia/publications/95fact/gr.html/12.7.1996>). Käytännössä asia ei ole aivan näin selkeä. Etenkin vähemmän koulutusta saaneet iäkkäämmät kreikkalaiset kokevat kirjoitetun kielen vaikeaselkoiseksi. He ovat tottuneet luottamaan puhuttuun kieleen ja asioimaan sillä. Tietyin rajauksin voitaneen sanoa Kreikassa eletävän oraalista kulttuuria, jolloin puheella on suuri merkitys mm. kaupankäynnissä (ks. esim. Ong 1987).

Suomessa puolestaan luotetaan kirjoitettuun markkinointiin ja asiakkaiden lukutaitoon, joka onkin maailman huippuluokkaa (Linnakylä 1995). Kotiin lähetetään erilaista mainosmateriaalia, josta voidaan omassa rauhassa etsiä tarvittavat tuotteet. Torikaupassa, joka lähinnä voisi vastata kreikkalaisten tuotteiden ulkona tapahtuvaa myyntiä, myyjät harvoin kaupittelevat tavaroita huutelemalla esiakkaille. He odottavat tiskiensä luona, jonne asiakkaat menevät. Vain arpojenmyyjät ja "helppoheikit" ovat yleensä poikkeuksia. He voivat hankkia asiakkaita myös huutelemalla. Lisäksi Suomessa kaupankäynti on nykyisin pitkälti itsepalvelua. Myyjiä etsitään silloin, kun on jotain erityistä kysyttävää tuotteista tai niitä ei itse löydetä. Asiakkaat haluavat rauhassa tarkastella kaupoissa tavaroita, sillä kaupoissa kiertelemisestä on tullut myös ajanvietettä, jolloin ei ole tarkoitukseen varsinaisesti ostaa mitään. Tällaista "shoppailua" harrastetaan sekä koti- että ulkomailla (T-K. Lehtonen 1994).

Myös suomalainen ravintolakulttuuri eroaa kreikkalaisesta. Suomessa moniin ravintoloihin ja baareihin pääsyyn on voimakas karsinta. Vahtimestarit tarkastavat asiakkaiden sopivan pukeutumisen ja humala-asteen. Ei ole sisäänpyytäjiä, vaan paremminkin ulosheittäjiä. Voidaankin sanoa, että tässä näkyy kreikkalaisten positiivissävytteinen ja aktiivinen kontakti asiakkaisiin, kun taas suomalaisilla kontakti on passiivista tai negatiivissävytteistä aktiivisuutta. (ks. Gudykunst ja Ting-Toomey 1988, Salo-Lee 1996b).

Kärjistäen voisi sanoa, että suomalaisten ja kreikkalaisten puhekäyttämiserot ilmenevät kaupankäyntitilanteissa siinä, että suomalainen kauppias odottaa asiakkaan tulevan luokseen esim. mainostietojen ohjaamana, jolloin hän tarvittaessa esittelee myytävän tuotteen. Kreikkalainen kauppias lähtee hakemaan asiakasta, taivuttelee häntä eri tavoin ostamaan myytävän tuotteen.

6.1.2 Sisäänheittäjien toiminta suomalaisturistien kokemana

Toisena tutkimuskysymyksenä oli, miten suomalaisturistit kokevat sisäänheittäjien toiminnan. Sekä naiset että miehet kokivat sisäänheittäjien toiminnan hiukan enemmän miellyttäväksi kuin epämiellyttäväksi.

Miellyttävyyteen vaikuttivat mm. ystävällisyys, kohteliaisuus, asiallisuus, iloisuus, hyvä henkilökohtainen kontakti sekä tuotteiden että tarjottavien soviiva esittely. Epämiellyttävyyteen puolestaan vaikuttivat mm. tyrkyttäminen, pakkokauppaaminen, ylituttavallisuus, liiallinen imartelu, asiakkaan pysäyttäminen ja pyrkimys saada asiakas ostamaan jotain tai menemään johonkin paikkaan.

Selänniemen (1996:100) tutkimuksen Rodosta käsittelevässä osuudessa suomalaisturistit mainitsivat myös kreikkalaisten hyvän ja ystävällisen palvelun. Selänniemen mukaan "turismielinkeinossa, jossa myydään turisteille elämyksiä, onkin hyvällä palvelulla merkittävä sija tuotteen kokonaisilmeessä. Hyvä ystävällinen palvelu on merkittävä markkina-avain kilvoittelussa turistien sieluista."

6.1.3 Sisäänheittäjien käyttämät suostuttelukeinot

Kolmannessa tutkimuskysymyksessä haluttiin selvittää sisäänheittäjien suostuttelukeinoja. Ne voidaan luokitella verbaalisiin ja nonverbaalisiin. Verbaalisia suostuttelukeinoja olivat erityyppiset sisäänpyynnöt huuteluista vetoamisiin. Suomen kielen käyttäminen ja tuttuihin asioihin vetoaminen oli keskeistä. Tämä tuntui joidenkin vastaajien mielestä kotoiselta, toisia sama asia saattoi puolestaan ärsyttää. Osa pyynnöistä oli epäsuoria myynnin kannalta. Näihin kuuluivat mm. valokuvien katselupyynnöt, joiden kautta edettiin kaupantekoon.

Nonverbaaleja suostuttelukeinoja olivat mm. erilaiset eleet, ilmeet mm. hymyily ja flirtti. Kosketusta käytettiin

myös runsaasti. Se saattoi olla kättelyä, halausta, hihasta vetämistä ja suoranaista tien tukkimista. Nonverbaalit osat alueet menevät päällekkäin. Yleisintä tässä ryhmässä olivat hymyily ja kosketus. Sisäänheittäjien keinoihin kuului myös makuaistiin vetoaminen erilaisten maistiaisten, virvokkeiden ja alkoholijuomien tarjoamisella. Myös Selänniemen (1996:134) tutkimukseen osallistuvat kertoivat tästä: "Torin tavernoilla tuntuu olevan kova kilpailu, kun houkuttelivat meitä tulemaan syömään, tarjosivat maistiaisia grillistä ja viiniä ja ouzon. Toki myös ihan kivaa juttuseuraa."

Sisäänheittäjät näyttivät käyttävän aiemmin esitellyistä suostuttelutekniikoista (ks. luku 3.5.1.) mm. eri aisteihin vetoamista (planting). Osaksi ne olivat ilmaisia maistiaisia ja tarjoiluja (pregiving) (ks. Larson 1992, Reardon 1991)

Sisäänheittäjien ulkonäöllä oli suostuttelukeinona myös vaikutusta. Komea sisäänheittäjä sai paremmin suostuteltua kuin rumempi. Mehrabian (1981:151 - 153) mukaan fyysisesti miellyttävämmät kommunikoijat on todettu paremmiksi suostuttelijoiksi kuin fyysisesti vähemmän miellyttävät. Suostuttelun onnistumisen kannalta miellyttävyys ja palvelun laatu ovat tärkeitä. (ks. myös Urry 1990: 66 - 83.)

Kun aiemmin pohdittiin, mitkä seikat tekivät sisäänheittäjien toiminnan miellyttäväksi, tuli esille, mm. ystävällisyys ja hyvä henkilökohtainen kontakti. Näiden voi katsoa olevan myös suostuttelukeinoja, joissa suhtautuminen turistiin kuin ystävään, vaikuttaa myönteiseen ostopäätökseen. Ystävällisyyttä voidaan käyttää Tannenin (1989:103 - 104) mukaan tietynlaisena kiristyskeinona. Suostuttelija toimii ystävän tavoin esim. koskettamalla asiakasta tai keskustelemalla hänen kanssaan, kuten ystävän kanssa keskustellaan. Kauppiaan tarkoituksen on käyttää ystävällisyyttä myynnin edistämiseen. Asiakas saattaa kokea vain ystävyyden mutta ei suostuttelua. Hänestä tuntuu, että ystävyyden vaatii vastapalveluksen ts. hänen on ostettava kauppiaan, ystävän, tuotteita. (ks. myös Mehrabian 1981.)

Myös jotkut suomalaisturistit kokivat kauppiaiden ystävällisyyden vastapalvelua vaativana.

Osa vastaajista oli myös joutunut sellaiseen tilanteeseen jota he eivät olleet etukäteen mieltäneet kauppatilanteeksi. Nämä kaikki olivat tutkiskauppiasiin liittyviä. Heitä oli pyydetty katsomaan esim. valokuvia tai nauttimaan jotakin juomaa, mutta tarkoituksena olikin ollut myydä turkki tai nahkatakki. Samanlaiseen käyttäytymiseen on viittauksia myös Selänniemen (1996:124 - 135) lomalaisten päiväkirjamerkinnöissä esim. " ... ja sitten kiertelemään kaupunkia sillä seurauksella että huomasimme istuvamme ... hienossa turkisliikkeessä maistellen omistajan tarjoamaa kirsikkalikööriä, ja minä sovittamassa upeaa sinikettuturkkia...Turkkikauppias tietysti tarjosi ousot ja siinä mukavia jutellessaan yritti myydä."

Hofsteden (1992) mukaan kollektiivisessa kulttuurissa, johon Kreikkakin on luokiteltu, asiakkaiden kanssa luodaan ensin henkilökohtainen suhde ja sitten vasta siirrytään kaupantekoon. Yksilöllisessä kulttuurissa, mihin Suomi on luokiteltu, itse ostaminen on ensisijaista. Suomalaiset, jotka ovat tottuneet suorempaan viestintätyyliin, eivät heti ymmärtäneet, kreikkalaisten epäsuorempaa viestintää ts., että kyse olikin kaupankäynnistä eikä vain hyväntahtoisuudesta vieraanvaraisuudesta.

Sisäänheittäjien suostuttelua voidaan analysoida myös Aristoteleen (1975) suostuttelunäkemyksen mukaan. Kauppiaat ja sisäänheittäjät analysoivat kunkin myyntitilanteen nopeasti ja käyttivät kullekin asiakkaalle analysoimansa suostuttelun keinot. He vetosivat suostuteltavien järkeen mm. hinnan alhaisuudella ja tuotteiden laadulla, tunteeseen esim. suomalaisille tutuilla tarjottavilla ja musiikilla. Suostuttelijan ulkonäkö, ystävällisyys ja arvostavuus, toimivat omalta osaltaan suostuttelukeinona.

Monroen (1988:268 - 280) kehrittelemän motivoituneen jaksottelun eri vaiheiden voidaan katsoa ainakin osittain toteutuneen sisäänheittäjien toiminnassa.

Huomio kiinnitettiin huutelemalla, tervehdyksillä, viitteloinnilla, hymyilyllä, kohtitulemisella, kosketuksella ja näiden yhdistelmillä. Kun turisti oli

saatu pysähtymään tai vaikei olisikaan, myyjä kulki vierellä ja jatkoi suostutteluaan.

Tarve herätettiin vetoamalla mm. virkistäytymiseen, nautintoon, säästämiseen (halpa hinta, erityistarjoukset) matkimiseen (se ja sekin henkilö osti tällaisen turkin), seksuaaliseen vetovoimaan (erityyppinen flirtti) ja totuttuihin tapoihin (Presidenttikahvi ja sillivoileipä)

Toteutusvaiheessa osoitettiin esim. erilaisia leivoksia, turkkeja, tavaroita, tuotiin ruokalista, annettiin maistiaisia, kerrottiin muuta asiatietoa esim. maksuehdot

Kuvailuvaihe jäi etenkin kahvila-asiakkaiden osalta melko vähäiseksi, koska aikaa oli vähän (riippuen kahvilan sijainnista), mutta esim. turkiskauppiat saatuaan houkuteltua asiakkaan liikkeeseensä saattoivat kuvailla, miten Suomessa kylmillä ilmoilla turkki olisi lämmin, kestävä, kaunis jne., ja jos asiakas ei nyt tekisi ostopäätöstä, hän jäisi kaipaamaan edullista ostosta, jota ei enää Suomesta voisi saada.

Toiminta oli kaikkien myyjien ensisijaisena tavoitteena. Se voitiin hoitaa ohjaamalla asiakkaat liikkeeseen, kahvilaan istumaan, kysymällä, mitä he tilaavat, mikä juoma ostetaan. Myös tulevaan toimintaan haluttiin vaikuttaa mm. tarjoamalla ylimääräinen drinkki tms. ja toivottamalla tervetulleeksi uudelleen.

Suostutteluun liittyi myös yhteisen kielen löytäminen. Rodoksella monet kauppiat, tarjoilijat ja sisäänheittäjät osaavat melko hyvin suomea. Monet suomalaisturistit taas eivät osaa muita kieliä, mutta vain pari turistia vastasi kärsineensä kieli ongelmista. Tähän saattaa vaikuttaa mm. se, että kauppatilanteissa ei välttämättä tarvita suurta kielitaitoa. Osa viestinnästä voidaan hoitaa nonverbaalisesti. Ruokalista on usein kirjoitettu suomeksi ja hinnat voidaan kirjoittaa näkyviin. Voidaan myös liikkua ryhmissä, jolloin joku ryhmän jäsen osaa esim. englantia ja toimii tulkkina. Saatetaan myös käydä sellaisissa paikoissa, missä on suomalaista tai suomea puhuvaa henkilökuntaa.

Suostuttelun vaikutuksen kesto on yksi suostuttelun menestymisen mitta. Leiwo & Pietikäinen (1996:95) toteavat: "Se kuinka hyvin retoriikalla onnistutaan vaikuttamaan yleisöön, näkyy yleisön toiminnassa tai reagoimisessa..." Tämän tutkimuksen mukaan sisäänheittäjät olivat onnistuneet vaikuttamaan yleisöönsä, sillä kaksi kolmasosaa vastaajista oli mennyt samaan paikkaan uudelleen. Naisten osuus oli huomattavasti suurempi kuin miesten. Mitään yksimielistä näkemystä tutkimuskirjallisuudesta ei löydy, mikä tukisi yleensä naisten suurempaa suostuteltavuutta (Burgoon et al. (1994:77 - 78).

6.1.4 Sisäänheittäjistä selviäminen

Neljäs tutkimuskysymys koski suomalaisturistien mahdollisesti kehittämiä strategioita, joiden avulla he pyrkivät välttämään sisäänheittäjiä. Vastaajat olivatkin kehittäneet erilaisia selviytymiskeinoja. He olivat ennakoineet mahdollisia suostuttelutilanteita ja kulkeneet esim. jotain toista kautta tai myöhemmässä vaiheessa huomattavasti sisäänheittäjiä siirtyneet kadun toiselle puolelle. Näiden keinojen voidaan katsoa olevan ennakoivaa välttelyä, ettei tarvitsisi kohdata sisäänheittäjiä. Osa ei ollut fyysisesti siirynyt minnekään, vaan ei ollut huomaavinaan sisäänheittäjiä kulkiessaan heidän ohitse. Tämän voidaan katsoa olevan hiukan lievempää välttämistä kuin fyysinen välttäminen. Naiset olivat käyttäneet tätä keinoa huomattavasti enemmän kuin miehet. Tietyllä tavalla sisäänheittäjien suostuttelun välttämistä oli ollut myös leikinlaskeminen. Tämäkin keino oli ollut naisten käytössä huomattavasti yleisemmin kuin miesten. Siinä oli kuitenkin jo kohdattu sisäänheittäjät myös verbaalisella tasolla. Muita välttämiskeinoja olivat olleet mm. nonverbaalisin keinoin ilmaistut kiellot.

Huolimatta siitä, että sisäänheittäjien toiminta oli koettu miellyttäväksi, lähes kaikki vastaajat ottivat kantaa kysymykseen. Noin puolet vastaajista mainitsi käyttäneensä vain yhtä selviytymiskeinoa, mutta lähes puolella vastaajista oli useampia keinoja hallussaan.

Suomalaiset oli luokiteltu Hofsteden (1992) epävarmuuden välttämistästeikon keskivaiheille. Vieraassa kulttuurissa, missä totutut tavat eivät päde, ja jossa lisäksi puhutaan vierasta kieltä, epävarmuus saattaa kohota korkeammaksi kuin kotimaassa koetuissa uusissa tilanteissa. Gudykunst (1994:165 - 167) viittaa tämälantapaiseen käyttäytymiseen seuraavasti: "Jos ihmiset korkean epävarmuuden välttämiskulttuureista ovat vuorovaikutuksessa muukalaisten kanssa tilanteessa, missä ei ole selviä sääntöjä, he ovat huomaamatta muukalaisia, kohtelevat heitä kuin heitä ei olisi olemassakaan". Epävarmuuden lisäksi myös huolestuneisuus vaikuttaa viestintämotivaatioon. Jos huolestuneisuus on liian korkea, vältetään kommunikointia toisten ryhmien jäsenten kanssa huolestuneisuuden alentamiseksi. Kyse on lähestymisvälttämistäipumuksesta. Huolestuneisuutta hallitaan mm. rajoittamalla vuorovaikutus samanlaisiin ihmisiin ja tuttuihin alueisiin. (ks. myös Gudykunst 1995, Puro 1996a, 1996b.) Suomalaisturistien kannalta ilmeisesti uudet tilanteet ja oudot ihmiset aiheuttivat viestintäarkuutta (Sallinen -Kuparinen 1986:26). Vuorovaikutussäännöt koettiin ehkä epäselviksi, sillä ne eivät vastanneet heidän kokemuksiaan. Toisaalta Rodoksella erityisesti suomalaisille suunnattujen palveluiden käyttö saattoi antaa vieraan kulttuurin ympäröimille suomalaisturisteille mahdollisuuden nauttia lomastaan olematta liian huolestunut tai stressaantunut.

Sisäänheittäjien välttelyä voidaan tarkastella myös Burgoonin odotusten rikkoutumisteorian avulla. Hänen mukaansa ihmisten käyttäytymiselle on eri kulttuureissa erilaisia odotuksia. Odotusten rikkominen aiheuttaa jonkinlaisen "rangaistuksen". Suomalaisessa kulttuurissa kunnioitetaan toisten yksityisyyttä ja jätetään muut ihmiset rauhaan. Kreikkalaiset sisäänheittäjät puolestaan

pyrkivät oman kulttuurinsa mukaisesti esim. läheisyydellä ja kosketuksella saamaan suomalaisturistit asiakkaikseen. Voidaan olettaa, että suomalaisturistit odottivat oman kulttuurinsa mukaista etäistä käyttäytymistä kreikkalaisilta sisäänheittäjiltä. Kun se ei toteutunut "rangaistus" oli viestinnän välttely. (Burgoon 1995:194 - 214, ks. myös Gallois et. al. 1995:115 - 147.)

Lehtosen (1994) mukaan: "Puhumattomuus, vetäytyminen pois keskustelusta, vaikeneminen puhetilanteessa tai jopa sellaista tilanteiden tietoinen karttaminen, joissa voisi joutua puhumaan, ovat vaikenemisen muotoja, joiden syy on puhujan omissa asenteissa, peloissa tai tiedoissa. Vaitiolo silloin, kun ei ole sanottavaa tai kun on epävarma tilanteen edellyttämästä käyttäytymisestä, voi olla puhumista parempi ja palkitsevampi vaihtoehto." (ks. myös Phillips 1984:51 - 66, Robinson 1988:85 - 97.)

Suomalaisturistit saattoivat joutua käyttämään vierasta kieltä sisäänheittäjien kanssa tai saattoivat olettaa niin käyvän. Vaikka vain pieni osa vastaajista koki sen ongelmana, se silti saattoi vaikuttaa käyttäytymiseen. Lehtonen (1994:87) toteaa, miten "vieraan kielen käyttämisen pelko vaikuttaa kahdella tavalla: se vaikuttaa itse puhetilanteessa tai ennakoivasti. Puhetilanteessa vieraan kielen pelko lamauttaa ajatusta samalla tavalla kuin muutkin pelkotilat, ja kun oikeita sanoja tai järkevää ilmaisua ei löydy, kasvaa ahdistus yhä suuremmaksi. Koska ihminen pyrkii karttamaan sellaisia tilanteita, joissa tietää ja pelkää ahdistuvansa, hän alkaa ennakoida käyttäytymistään myös välttääkseen ahdistavan ja epäonnistumisen kokemuksen tuottaneen vieraan kielen käyttötilanteen."

Myös miessisäänheittäjien flirttailu saattoi vaikuttaa naisturisteihin siten, että he eivät halunneet kohdata heitä. Huomaamatta oleminen oli ehkä naisten tapa torjua sisäänheittäjät miehinä, ei niinkään kauppiaina.

Sisäänheittäjien käytös ei ole hämmentänyt vain suomalaisturisteja, sillä esim. Watson (1970:15) toteaa: "Matkustaessaan Välimeren maissa ja yrittäessään olla vuorovaikutuksessa alueen asukkaiden kanssa turistit

"Matkustaessaan Välimeren maissa ja yrittäessään olla vuorovaikutuksessa alueen asukkaiden kanssa turistit säikähtävät kohtaamaansa aggressiivista käyttäytymistä: läheistä keskusteluetäisyyttä, korkeaa äänen tasoa ja kohtuutonta kosketuksen määrää keskustelun aikana "

Sisäänheittäjien välttämiseen voidaankin todeta olevan monenlaisia syitä, joihin voivat vaikuttaa kulttuureista johtuvat käyttäytymismallit esim. liian läheinen keskusteluetäisyys, kosketuksen määrä ja niiden aiheuttamat väärinkäsitykset. Turistit eivät ole ehkä kehittäneet toimivia kohtaamismalleja, vaan katsovat parhaimmaksi välttää sellaisia tilanteita, joissa eivät osaa toimia. Myös sukupuoliroolin mukainen käyttäytyminen ja vieraan kielen käyttö aiheuttavat erilaisia lisäongelmia. Kaiken kaikkiaan sisäänheittäjien ja heidän suostuttelunsa välttäminen on monimutkainen prosessi, joka vaatii lisätutkimusta.

6.1.5 Kulttuurienvälisen koulutuksen tarve

Viidennessä tutkimuskysymyksessä haluttiin tietoa kulttuurienvälisen koulutuksen järjestämisestä. Reilusti yli puolet tutkimusjoukosta oli sitä mieltä, että suomalaisia pitäisi kouluttaa kohtaamaan eri kulttuurien edustajia. Koulutuksessa pitäisi saada yleistietoa eri kulttuureista ja niiden eroista. Taitojen opetuksessa tulisi opettaa puolensa pitämistä ja tinkimistä. Sekä taitojen että asenteiden opettamisessa pitäisi kiinnittää huomiota hyviin tapoihin. Myös jonkin asteista kreikan kielen ja kohteliaisuusfraasien opettelua suositeltiin. Tästä saattaisi olla turisteille erityisesti hyötyä, sillä Triandis (1983:84/ref. Gudykunst 1994:188) toteaa, että Kreikassa ei oleteta vieraan osaavan paikallista kieltä, vaikkakin muutamat kreikan kielen sanat ilahduttavat kreikkalaisia ja lisäävät merkittävästi vieraanvaraisuuden määrää.

Albert & Triandis (1994:425 -435) pitävät tärkeänä, että kouluissa olisi kansainvälisyyskasvatusta, jotta

perusopetuksen tulisi kuulua koululaitokselle. Matkatoimistot ja oppaat voisivat huolehtia erityistiedoista. Esim. lennon aikana voitaisiin näyttää kuvanauhoitettuja tilanteita kaupankäynnistä, tinkimisestä ja sisäänheittäjistä. Tästä saattaisi olla varsinkin ensikertalaisille Kreikkaan matkustaville olla hyötyä. Videon käyttöä kulttuurienvälisen viestinnän opetuksessa ovat suositelleet esim. Graham & Herberger Jr. (1986:73 - 87).

Kulttuurienvälisen viestinnän opetusta haluttiin joidenkin vastaajien mukaan laajemminkin, mitä kysymyslomakkeessa oli tiedusteltu. Tämä osoittanee halukkuutta perehtyä syvällisemminkin kulttuurienväliseen viestintään. Barnan (1994) mukaan kulttuurienvälistä viestintää tulisi opiskella tutustumalla esim. tietyn kohdemaan historiaan, poliittiseen rakenteeseen, taiteeseen ja kieleen. Tätä kautta saataisiin tietty viitekehys, jota kautta voitaisiin tehdä tarkempia havaintoja. Lisäksi tulisi kehittää erilaisuuden sietokykyä ja ei arvostelevaa asennetta. Triandis (1975: 68-72) suosittelee kulttuurienvälisen ymmärryksen lisäämistä esim. kulttuuriassimilaatiokoulutuksen avulla. Matkailijoiden kannalta koulutuksen lyhyys tosin rajoittaa sen hyötyä (ks. myös Bristlin (1989:441 - 457, Hofstede 1992:329 - 345.)

6.1.6 Yhteenveto tutkimustuloksista kulttuuri- luokittelujen valossa

Jos tarkastellaan suomalaisturistien vastauksia sekä Hallin (1959, 1981) että Hofsteden (1992) kulttuuriluokittelujen pohjalta, voidaan todeta, että joillakin kulttuuriluokitteluilta näyttäisi olevan merkitystä myös turististen kohtaamisten analysoinnissa.

Hallin (1959, 1981) mukaan Kreikka kuuluu kontaktikulttuureihin. Vastaajat mainitsivat usein sisäänheittäjien hymyilyn ja kosketuksen mm. suostuttelukeinojen yhteydessä. Nämä kuuluvat Hallin esittelemän kontaktikulttuurin piirteisiin. Osa vastaajista

koki myös sisäänheittäjien kosketuksen epämiellyttävänä etenkin silloin, kun sisäänheittäjä pyrki ohjaamaan asiakkaita esim. johonkin ravintolaan.

Epämiellyttävyyden kokemus saattoi johtua siitä, että kreikkalaisten keskusteluetäisyys oli suomalaisturisteille liian pieni. Läheisyys koettiin uhkana, samoin kuin läheisyyteen usein liittynyt kosketus. Suomalaisessa kulttuurissa vieraan kosketus saatetaan kokea hämmentävänä (Mäkisalonen 1987:30). Kontaktikulttuureissa voisi olla, että asiaan ei edes kiinnitettäisi huomiota. Pääosin suomalaiset kuitenkin kokivat kontaktin miellyttäväksi.

Hall jakaa myös kulttuurit sana- ja asiakeskeisiin (LC) sekä ihmissuhdekeskeisiin, kontekstiin tukeutuviin (HC) kulttuureihin. Kreikkalaiset on luokiteltu pääosin HC -kulttuuriin. Epäsuora viestintä pitäisi olla heille ominaista. Tätä ilmenikin esim. turkiskauppiaiden kanssa asioidessa. Kaupankäyntiin liittyi ensin yleistä keskustelua, suhteiden luontia ja sitten vasta siirryttiin itse kaupankäyntiin. Suomalaiset, jotka yleisimmin on luokiteltu LC -kulttuurin edustajiin, kokivat itsensä jollain tavoin petetyiksi, kun heille ei heti selvitetty, että oltiin kauppaa tekemässä. Heidän voidaan katsoa odottaneen suoraa viestintää, jossa selvitetään selkeästi, mistä kussakin tilanteessa on kyse. Myös nonverbaalin viestinnän runsas käyttö viittaisi HC -kulttuurin piirteisiin. Kulttuurienvälisen viestinnän kirjallisuudessa kollektiivisissa kulttuureissa on todettu käytettävän pääosin epäsuoraa ja yksilöllisissä kulttuureissa suoraa viestintää. Tässä yhdistyvät Hallin ja Hofsteden luokittelut.

Hallin kolmas luokittelu yksi- ja moniaikaisiin kulttuureihin ei erityisemmin tullut esille näissä turistisissa kohtaamisissa. Kreikka on luokiteltu moniaikaisiin kulttuureihin, joissa mm. voidaan tehdä useampaa tehtävää yhtäaikaan. Tästä voisi olla esimerkkinä mm. sisäänheittäjät ja kauppiaat, jotka huolehtivat monista asiakkaista samanaikaisesti. He saattoivat myös istuskella asiakkaiden kanssa ilman kiireen tuntua. Turistisissa kohtaamisissa ei näiden vastausten perusteella jouduttu

sellaisiin tilanteisiin, joissa eri kulttuureista olevien henkilöiden aikakäsityksistä olisi syntynyt konflikteja. Tällaisiin konfliktitilanteisiin saatetaan joutua esim. parisuhteissa. Esim. Marjut Ahvenlammen (1997) tutkimuksessa, joka koski kyproksenkreikkalaisten miesten ja suomalaisnaisten parisuhdeongelmia, juuri aikakäsitysten erot aiheuttivat suuria ongelmia.

Hofsteden luokitteluista valtaetäisyys ei ilmennyt turistikissa kohtaamisissa samanlaisena, kun se voisi ilmetä muunlaisissa konteksteissa. Tietyllä tavalla valtaetäisyys väheni, ainakin näennäisesti, kun esim. eri ravintoloiden, baarien ja kauppojen omistajat ja työntekijät, jotka omassa ympäristössään saattoivat omata hyvinkin korkean statuksen, palvelivat turisteja joskus jopa yliystävällisesti. Tässä tulee esiin Katrielin (1995) huomautus siitä, miten myös turismi vaikuttaa käyttäytymiseen eikä vain kulttuuri.

Hofsteden maskuliinisuuden ja feminiinisuuden luokittelussa Kreikka on luokiteltu maskuliiniseksi ja Suomi feminiiniseksi kulttuuriksi. Maskuliinisissa kulttuureissa roolijaot ovat selkeät. Miehitä odotettiin kovuutta ja kilpailua ja naisilta hellyyttä ja vaatimattomuutta. Feminiinisissä kulttuureissa roolit ovat osittain päällekkäisiä. Tämän tutkimuksen turistikissa kohtaamisissa maskuliinisuus näkyi mm. siinä, että sisäänheittäjät olivat lähes kaikki miehiä. He myös kilpailivat avoimesti asiakkaista. He toivat maskuliinisuutensa esille myös flirttailemalla avoimesti naisturistikien kanssa. Kreikkalaisia naisia ei paljon näkynyt ainakaan yksin ravintoloissa ja baareissa. Feminiinisestä kulttuurista ovat suomalaisnaiset olivat tottuneet liikkumaan yksin ja toimimaan ehkä kreikkalaisen kulttuurin mukaan miesten alueella. Turistikissa kohtaamisissa tästä ei ollut vastauksissa mainintaa. Parisuhteissa kyproksenkreikkalaisten miesten ja suomalaisten naisten kesken mm. tällainen käyttäytyminen aiheutti konflikteja (Ahvenlampi 1997).

Hofsteden epävarmuuden välttämistästeikolla Kreikka on ensimmäisenä ja Suomi keskivaiheilla. Suomalaisten ja

kreikkalaisten välisissä turistisissa kohtaamisissa kreikkalaisten epävarmuuden välttämistä ei havaittu. Suomalaisten epävarmuuden välttäminen lienee yhteydessä sisäänheittäjien välttämiseen. (ks. tarkemmin luku 6.1.4.) Hofsteden epävarmuuden välttämislukittelun sisällöstä saattaisikin olla apua pyrittäessä ymmärtämään suomalaisturistien välttämiskäyttäytymistä.

Kokonaisuutenaan Hallin ja Hofsteden kulttuuriluokittelut antavat jonkin verran mahdollisuuksia analysoida suomalaisten ja kreikkalaisten välisiä turistisia kohtaamisia. Silloin kun viestintäkontekstina ovat kaupankäyntitilanteet, niiden anti on melko rajallinen verrattuna esim. Katrielin (1995) mainitsemiin kulttuurienvälisiin institutionaalisiin kohtaamisiin.

6.2 Tutkimusmenetelmien arviointia

Tutkimuksen luotettavuutta on pyritty lisäämään kysymyslomakkeen haastatteluosuuksilla. Lisäksi oma tutkimuskentän tuntemukseni on auttanut niin kysymysten laadinnassa kuin tulosten tulkinnassakin. Esitetasin kysymyslomaketta muutamalla Rodoksella käyneellä suomalaisturistilla ja keskustelin heidän kanssaan lomakkeeseen tulevista asioista. Tarkensin joitakin kysymyksiä heidän ohjeidensa mukaisesti. Kun olen kertonut myöhemmin tutkimuksestani monille suomalaisille, jotka ovat olleet jossakin Kreikassa, mm. Rodoksella turistimatalla, he ovat alkaneet omaehtoisesti kertoa kokemuksistaan, jotka ovat olleet samansuuntaisia kuin tähänkin tutkimukseen raportoidut kokemukset.

Tutkimustuloksia ei voi yleistää siten kuin esimerkiksi otantatutkimuksissa. Tämän tutkimuksen tutkimusjoukko on näyte suomalaisturisteista. He edustavat eri sukupuolia, eri ikäisiä ja eri pituisia aikoja Kreikassa ja erityisesti Rodoksella lomailleita henkilöitä. Heidän ikärakenteensa on samansuuntainen kuin Selänniemen (1994:46) tutkimuksen kohderyhmällä. Koska haastattelut tehtiin kesäloma-aikana, myös ns. tavallisella

suomalaisella oli mahdollista viettää lomaa Rodoksella. Koska lisäksi valitsin suurimman osan haastateltavista samassa hotellissa asuvista turisteista, jossa itsekin asuin, saatoin seurata heidän elämäänsä. He eivät olleet vain baareissa ja ravintoloissa aikaansa viettäviä lomailijoita, vaan monenlaisia vapaa-ajanpalveluja käyttäneitä turisteja. Näytteestä voikin sen sanoa olevan harkinnanvarainen, ja antavan perustietoa tutkimuskysymyksiin.

6.3 Ehdotuksia jatkotutkimuksia varten

Salo-Lee (1996a:11) toteaa, että "ihmisten väliset vuorovaikutustilanteet ovat monimutkaisia tapahtumia, joiden dynamiikan syvällinen ymmärtäminen vaatii aina sekä kulttuurin, kontekstin että yksilöllisten tekijöiden huomioon ottamista". Tässä tutkimuksessa on pyritty ottamaan huomioon kulttuuri ja turistikonteksti. Yksilöllisiin tekijöihin ei ole riittävästi paneuduttu. Niihin tulisi tulevissa tutkimuksissa kiinnittää enemmän huomiota. Tämä ajatus myötäilee Johnsonin & Tuttlen (1989:478) näkemystä, jonka mukaan : "Results are often treated as endings rather than as beginnings. They are really transitions to thinking about the next study in a line of research. Thus implications and discussions are a way of pausing and noting where we have been, but, most important, they provide clear direction as to where we should be going."

Myös osallistuvalla havainnoinnilla sekä esim. erilaisten kaupankäyntitilanteiden kuvanauhoituksilla voitaisiin saada sellaista tietoa, josta voisi analysoida mm. nonverbaalista viestintää. Turistit voisivat myös pitää päiväkirjaa erilaisista kohtaamistilanteista ja kuvata niitä sekä niiden aiheuttamia tuntemuksia. Tässä tutkimuksessa kreikkalaisten viestintää tarkasteltiin pitkälti miesten viestintäkäytännön pohjalta. Siksi seuraavissa tutkimuksissa tulisikin tarkastella, eroavatko

seuraavissa tutkimuksissa tulisikin tarkastella, eroavatko naisten ja miesten viestintätavat toisistaan jollakin tavalla.

Mielenkiintoista olisi myös tutkia, väheneekö ahdistuneisuus, jos tunnetaan sekä oman että isäntämaan kulttuurin arvoja, normeja ja käytänteitä paremmin. Keskustellessani tutkimuksestani nuorehkon naisen kanssa, joka on opiskellut kreikkaa ja matkustaa Kreikkaan vuosittain, tuli esille, miten hän ystävättärensä kanssa Kreikan matkoillaan lähtee nykyisin "ärsytyskierrokselle", toisin sanoen ärsyttämään sisäänheittäjiä. Olisiko niin, että kielitaidon lisääntyessä ja itsevarmuuden kasvaessa ei ainakaan uhrin osaan enää suostuta, vaan lähdetään kohtaamaan sisäänheittäjät heidän omilla keinoillaan.

6.4 Lopuksi

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa ja selittää suomalaisturistien näkemyksiä ja kokemuksia kreikkalaisesta viestinnästä turististen kohtaamisten aikana. Viestintäkontekstina olivat erilaiset kaupankäyntitilanteet Kreikkaan kuuluvalla Rodoksen saarella.

Tutkimustietoa hankittiin puolistrukturoidun kysymyslomakkeen ja haastattelun avulla. Aineiston analysoinnissa käytettiin sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä. Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat 50 suomalaisturistia, jotka lomailivat Rodoksella kesällä 1995

Tutkimuskysymykset koskivat suomalaisten ja kreikkalaisten välisiä puheviestintäeroja kaupankäyntitilanteissa, kreikkalaisten sisäänheittäjien toimintaa ja heidän suostuttelukeinojaan sekä niiden vaikutuksen kestoa. Lisäksi tutkimuskysymyksillä hankittiin tietoa, millaisia keinoja suomalaisturistit olivat kehittäneet välttääkseen sisäänheittäjiä silloin, kun kokivat heidän toimintansa epämiellyttäväksi sekä lisäksi suomalaisturistien mahdollista kulttuurienvälisen koulutuksen tarvetta.

Teoriataustana oli kulttuurienvälisen turististen kohtaamisten konteksti, jonka katsottiin eroavan monin tavoin esimerkiksi kulttuurienvälisistä institutionaalisista kohtaamisista. Kulttuurienvälisen turististen kohtaamisten ymmärtämisen katsottiin edellyttävän turismin näkemistä kulttuurisena käytäntönä, jossa sekä turismin että kulttuurin maailmat ovat vuorovaikutuksessa keskenään. (Katriel 1994.)

Turismin maailmassa tukeuduttiin pitkälti Tom Selänniemen (1994, 1996) näkemyksiin turismista. Kulttuurin maailmasta teoriatukea etsittiin ensisijaisesti Edward T. Hallin (1959, 1981) ja Geert Hofsteden (1992) kulttuuriluokitteluista ja niihin tehdyistä viestintää koskevista lisäyksistä. Suomalaisten ja kreikkalaisten todettiin kuuluvan pääosin eri kulttuuriluokkiin tai luokittelussa käytetyillä ulottuvuusasteikoilla melko etäälle toisistaan. Myös suomalaista ja kreikkalaista viestintää esiteltiin ja verrattiin toisiinsa. Niissä havaittiin huomattavia eroja.

Tutkimustulosten mukaan suomalaisten ja kreikkalaisten puhekäyttäytymisessä oli kaupankäyntitilanteissa selvästi eroja. Kreikkalaisten todettiin käyttävän puhetta enemmän kuin suomalaisten. Kreikkalaisten kauppiaiden myyntipuheeseen sisältyi suomalaisia kauppiaita enemmän tavaroiden esittelyä, kehumista, tyrkyttämistä ja heidän käytökseensä enemmän ystävällisyyttä, mutts myös enemmän ahdistelevuutta.

Sisäänheittäjien toiminta koettiin hiukan enemmän miellyttäväksi kuin epämiellyttäväksi. Miellyttävyyteen vaikuttivat ystävällisyys, iloisuus, avuliaisuus ja epämiellyttävyyteen ahdistelevuus, tyrkyttäminen ja kiinnikäyminen. Sisäänheittäjien suostuttelukeinot olivat osittain samoja kuin heidän miellyttävän toiminnan piirteensä. Lisäksi he käyttivät runsaasti verbaalisia keinoja, joita olivat mm. hienotunteiset pyynnöt, tervehdykset ja ylipuhumiset. Nonverbaaleja keinoja olivat mm. hymyily, katse ja erityyppinen kosketus tervehtimisistä väkivaltaiseksi koettuihin käsiksikäymisiin. Suostuttelujen vaikutus oli melko

kestävää, sillä suurin osa vastaajista meni uudelleen heidän suositteliinsa paikkoihin.

Vastaajat pyrkivät välttämään sisäänheittäjiä ja heidän suostutteluaan mm. fyysisti eli he valitsivat kulkureittinsä siten, etteivät kohdanneet sisäänheittäjiä. Jos tämä ei ollut mahdollista he siirtyivät kadun toiselle puolelle. Psyykkisiin välttämiskeinoin kuului mm. jättää kulkiessaan sisäänheittäjät huomaamatta. Myös leikinlaskun avulla pyrittiin sisäänheittäjistä eroon. Lähes puolet vastaajista käyttivät useampaa kuin yhtä välttämiskeinoa.

Vaikka kreikkalaisten sisäänheittäjien suostuttelu olikin koettu tehokkaaksi, heidän keinonsa olivat heidän oman kulttuurinsa mukaisia ja ainakin osaksi liian voimakkaita suomalaisille. He eivät olleet osanneet mukauttaa omaa käyttäytymistään riittävästi vastaanottajien mukaan ja siten he olivat menettäneet ainakin osan mahdollisista asiakkaistaan.

Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että jonkinasteista kulttuurienvälisestä koulutuksesta tulisi järjestää. Sen tulisi käsittää sekä tietojen, taitojen ja asenteiden opetusta.

Hallin ja Hofsteden kulttuuriluokittelujen käyttö osoittautui melko rajalliseksi turististen kohtaamisten tutkimisessa. Turistiset kohtaamiset suomalaisturistien ja kreikkalaisten välillä, silloin kuin viestintäkontekstina ovat kaupankäyntitilanteet, kattavat vain pienen osan kulttuurienvälisistä turistikokemusten kohtaamisista, puhumattakaan muista kohtaamisista. Turismin vaikutus väärentää etenkin valtaetäisyyttä, sillä kaupankäyntitilanteissa kreikkalaiset luopuvat tietyllä tavalla vallasta turistin suostuttelemiseksi tai oikeastaan he muuttavat vallan eri tyyppiseksi vallaksi, jossa ystävällisyydellä kontrolloidaan turisteja (Tannen 1989).

Käyttökelpoiseksi osoittautui Hallin luokittelu kontaktikulttuuriin ja alhaisen kontaktin kulttuuriin. Kreikkalaisten kontaktin eri muodoista oli monia esimerkkejä vastauksissa. Samoin vastauksissa oli sellaisia, joita saattoi luokitella Hallin ihmissuhdekeskeisiin, kontekstiin tukeutuviin (high context

HC) kulttuureihin sekä Hofsteden kollektiiviisiin kulttuureihin etupäässä kaupankäyntitavan ja epäsuoran viestintätavan vuoksi. Hofsteden luokittelu epävarmuuden välttämiseksi osoittautui kuitenkin tutkimuksen "syntyongelman" kannalta kaikkein hedelmällisemmäksi. Suomalaisturistien pyrkimys välttää sisäänheittäjiä liittyykin ilmeisesti paljon suurempaan ongelmaan eli epävarmuuden välttämiseen yleensä uusissa ja oudoissa tilanteissa. Epävarmuuden aiheuttamaa huolestuneisuutta ja ahdistusta pyritään välttämään eri kulttuureissa eri tavoin. Suomessa esim. puhumattomuus ja vetäytyminen voivat olla keinoja selviytyä vaikeaksi koetuista keskustelutilanteista. Vaitiolo on silloin parempi keino kuin puhuminen, kun ei tarkkaan tiedä, miten tulisi toimia. (Lehtosen 1994.)

Larsonin (1992) mukaan kaikki suostuttelu on perimmäältään itsesuostuttelua. Meitä voidaan harvoin suostutella, jos emme osallistu suostutteluprosessiin. Ehkä suomalaisturistit ovat ajatelleet etenkin fyysisiä välttämistästrategiota kehitellessään vanhaa suomalaista kansanviisautta: "Parempi virsta väärään kuin vaaksa vaaraan." Vaaraa turistille sisäänheittäjien kanssa keskusteltaessa voisi edustaa esim. taloudellinen tappio.

Vaikka suomalaisturistit ajoittain välttelivätkin kreikkalaisia sisäänheittäjiä, he silti pitivät sekä Kreikkaa yleensä että Rodosta erityisesti miellyttävänä lomakohteena. Tämän tutkimuksen kohderyhmästä yli puolet oli vähintään kolmatta kertaa Rodoksella ja vähintään kerran aikaisemmin oli Kreikassa käynyt kolmeneljäsosaa vastaajista. Tämä todistaa siitä, että vaikka suomalaisten ja kreikkalaisten välillä on monenlaisia kulttuuri- ja viestintäeroja, ne eivät ole kovin haittaavia. Tätä kuvaa Rauni Vornasen (1988) maininta: "Suomalaiset löysivät Kreikan varsinaisesti 70 -luvulla, ja seuraavalla vuosikymmenellä se kehittyi suomalaisten rakkaimmaksi kesälomamaaksi...Suomalaiset ovat sulkeneet Kreikan sydämeensä."

Tämä tutkimus on ollut haasteellinen ja sen avulla olen oppinut niin suomalaisesta kuin kreikkalaisestakin

kulttuurista ja viestinnästä mielenkiintoisia uusia puolia. Niiden jatkokehittely monipuolisemman teoreettisen ymmärryksen ja täydentävien tutkimusmenetelmien avulla syventänee näkemystäni kulttuurienvälisen viestinnän kentältä ja tuo tätä tutkimusta syvällisemmän lisän suomalaiseen kulttuurienvälisen viestinnän tutkimukseen.

KIRJALLISUUS

- Ahvenlampi, M. 1997. "Kestääkö rakkaus kaiken?"
Konfliktit ja niiden selvittäminen suomalais-
kyproksenkreikkalaisissa parisuhteissa.
Julkaisematon proseminaariesitelmä. Puheopin laitos,
Tampereen yliopisto.
- Alasuutari, P. 1989. Erinomaista, rakas Watson. Johdatus
yhteiskuntatutkimukseen. Helsinki: Hanki ja jää.
- Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere:
vastapaino.
- Albert, R. D. & H. C. Triandis, 1994. Intercultural
Education of Multicultural Societies: Critical
Issues. In L. A. Samovar & R. E. Porter. (Eds.),
Intercultural Communication. A Reader. Belmont:
Wadsworth.
- Alexis, N. 1985. Rhodos. Ateena: Efstathiadis Group.
- Andersen, P. 1994. Explaining intercultural differences
in nonverbal communication. In L. A. Samovar & R. E.
Porter (Eds.), Intercultural Communication: A
Reader. Belmont: Wadsworth.
- Andersson, J. A. 1987. Communication Research. Issues
and Methods. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Ady, J. C. 1995. Toward a Differential Demand Model of
Sojourner Adjustment. In R.L. Wiseman (Ed.),
Intercultural Communication Theory. Thousand Oaks:
Sage.
- Aristotle XXII 1975. The "Art of Rhetoric". Gould. G.P.
(toim.) The Loeb Classical Library. Cambridge,
Massachusetts: Harvard University Press.
- Axtell, R. E. (toim.) 1988. Maailmanmatkaajan hyvät
Kokooja The Parker Pen Company. Oy Rastor
Ab/Rastorjulkaisut. Jyväskylä: Gummerus.
- Barna, L. M. 1994. Stumbling Blocks in Intercultural
Communication. In L. A. Samovar & R. E. Porter
(Eds.), Intercultural Communication: A Reader.
Belmont: Wadsworth.
- Bennett, M. J. 1986. A developmental approach to training
for intercultural sensitivity. International
Journal of Intercultural Relations 10 (2), 179-195.
- Bennet, M. J. 1993. Towards Ethnorelativism: A
Developmental Model of Intercultural Sensitivity.

In R. M. Paige (Ed.), *Education for the Intercultural Experience*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.

- Berlitz, 1990/1991. Rhodos. Sveitsi: Kustannusliike Berlitz.
- Berry, J. W. 1980. Introduction to Methodology. In H. C. Triandis J. W. & Berry (Eds.), *Handbook of Cross-cultural Psychology. Methodology. Volume 2*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Berry, J. W. 1996. Introduction to Cross-Cultural Psychology: Goals, Theories, and Methods. Luentomateriaali Åbo Akademin täydennyskoulutuskeskuksen Turussa 19.2.-24.2.1996. järjestämästä luento- ja seminaarisarjasta.
- Biographical Statements. 1980. In H. C. Triandis & J. W. Berry (Eds.), *Handbook of Cross-cultural Psychology. Methodology. Volume 2*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Boatswain, T. & C Nicolson. 1992. *Matkaopas historiaan: Kreikka*. Kuopio: Kustannusosakeyhtiö Puijo.
- Bristlin, R.W., K. Cushner, K., C.Cherrie & M.Yong. 1986. *Intercultural Interactions. A Practical Guide*. Beverly Hills: Sage.
- Bristlin, R. W. 1989. *Intercultural Communication Training*. In M. K. Asante & W. B. Gudykunst (Eds.), *Handbook of International and Intercultural Communication*. Newbury Park: Sage.
- Broome, B. J. 1994. *Palevome: Foundations of Struggle and Conflict in Greek Interpersonal Communication*. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural Communication: A Reader*. Belmont: Wadsworth.
- Burgoon, M. & E. P. Bettinghaus. 1980. *Persuasive Message Strategies*. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Persuasion: New Directions in Theory and Research*. Sage Annual Reviews of Communicastion Research. Volume 8. Beverly Hills: Sage.
- Burgoon, M., F. G. Hunsaker & E. J. Dawson. 1994. *Human Communication*. 3 rd ed. Thousand Oaks: Sage.
- Burgoon, J. K. 1995. *Cross-Cultural and Intercultural Applications of Expectancy Violation Theory*. In R.L. Wiseman (Ed.), *Intercultural Communication Theory*. Thousand Oaks: Sage.
- Carbaugh, D. 1994. *Toward a Perspective on Cultural Communication and Intercultural Contact*. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural Communication: A Reader*. Belmont: Wadsworth.

- Carbaugh, D. 1995. "Are Americans really superficial?": Notes on Finnish and American cultures in linguistic action. Teoksessa L. Salo-Lee (toim.), *Kieli & kulttuuri oppimisessa ja opettamisessa*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 12.
- Cody, M. J., D. J. Canary & S. W. Smith. 1994. *Compliance-Gaining Goals: An Inductive Analysis of Actors' Goal Types, Strategies, and Successes*. In J. A. Daly & J. M. Wiemann (Eds.) *Strategic Interpersonal Communication*. New Jersey: Hillsdale.
- Glogg, R. 1979. *A Short History of Modern Greece*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davaris, D. G. ei painovuotta. *Rhodos, solens ö - Turisthandbok*. Ateena: Dimitrios Davaris.
- Del Garant, M. 1995. *Intercultural Differences in Foreign Language Classroom Discourse in Japan and in Finland*. Teoksessa L. Salo-Lee (toim.), *Kieli & kulttuuri oppimisessa ja opettamisessa*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 12.
- Chesnut, R. W. 1980. *Consumer Information Processing Research*. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Persuasion: New Directions in Theory and Research*. Sage Annual Reviews of Communication Research. Volume 8. Beverly Hills: Sage.
- Durrell, L. 1978. *The Greek Islands*. London: Faber and Faber.
- Edelstein, A. S., Y. Ito, & H. M. Kepplinger. 1989. *Communicative & Culture: A comparative Approach*. New York: Longman.
- Erätuuli, M. & J. Leino, & P. Yli-Luoma. 1994. *Kvantitatiiviset analyysimenetelmät ihmistieteissä*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Eskola, A. 1973. *Sosiologian tutkimusmenetelmät I*. Porvoo-Helsinki: WSOY.
- Gallois, C., H. Giles, E. Jones, A. C. Cargile & H. Ota. 1995. *Accommodating Intercultural Encounters: Elaborations and Extensions*. In R.L. Wiseman (Ed.), *Intercultural Communication Theory*. Thousand Oaks: Sage.
- Goffman, E. 1971. *Arkielämän roolit*. Porvoo: WSOY.
- Graham, J. L. & R. A. Herberger, Jr. 1986. *Negotiators*

- Abroad - Don't Shoot from the Hip. In L. F. Luce & E. C. Smith (Eds.), *Toward Internationalism*. Cambridge MA: Newbury House.
- Gronbeck, B.E. & D. Ehninger & A. H. Monroe. 1988. *Principles of Speech Communication*. 10 th Brief Edition. Glenview: Scott, Foresman and Company.
- Gudykunst, W.B. 1994. *Bridging Differences: Effective Intergroup Communication*. 2 nd ed. Newbury Park: Sage.
- Gudykunst, W.B. 1995. *Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory: Current Status*. In R. L. Wiseman (Ed.), *Intercultural Communication Theory*. Thousand Oaks: Sage.
- Gudykunst, W.B. & S. Ting-Toomey. 1988. *Culture and Interpersonal Communication*. Newbury Park: Sage.
- Gudykunst, W. B. & N. Tsukasa. 1989. *Theoretical Perspectives for Studying Intercultural Communication*. In M. K. Asante, & W. B. Gudykunst (Eds.), *Handbook of International and Intercultural Communication*. Newbury Park: Sage.
- Gudykunst, W. B. & Y. Y. Kim. 1984. *Communicating with Strangers. An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Gunn, C. A. 1988. *Tourism Planning*. 2 nd ed. New York: Taylor & Francis.
- Haapanen, P. 1996. *Johdanto antiikin retoriikkaan*. Teoksessa K. Palonen & H. Summa (toim.), *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino.
- Halinoja, R. 1996a. *Kouluttautuminen monikulttuurisuuteen*. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), *Me ja muut. Kulttuurienvälinen viestintä*. Jyväskylä: Yle-opetuspalvelut.
- Halinoja, R. 1996b. *Kansainvälinen tapakulttuuri*. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), *Me ja muut. Kulttuurienvälinen viestintä*. Jyväskylä: Yle-opetuspalvelut.
- Hall, E. T. 1959. *The Silent Language*. Greenwich, Conn: A Fawcett Premier Book.
- Hall, E. T. 1981. *Beyond Culture*. New York: Anchor Book Doubleday.
- Hall, E. T. 1994a. *Context and Meaning*. In L. A. Samovar & R. E. Porter. (Eds.), *Intercultural Communication. A Reader*. 7 th ed. Belmont: Wadsworth.

- Hall, E. T. 1994b. Monochronic and Polychronic Time. In L. A. Samovar & R. E. Porter. (Eds.), Intercultural Communication. A Reader. 7 th ed. Belmont: Wadsworth.
- Hanvey, R. G. 1987. Cross-Cultural Awareness. In L. F. Luce & E. C. Smith (Eds.), Toward Internationalism. Readings in Cross-Cultural Communication. Second ed. Cambridge MA: Newbury House.
- Heath, R. L. & Bryant, J. 1992. Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts and Challenges. Hillsdale: Laurence Erlbaum Associates Publishers.
- Hecht, M. L., P. A. Andersen, S. & S. A. Ribeau. 1989. The Cultural Dimensions of Nonverbal Communication. In M. K. Asante & W. B. Gudykunst (Eds.), Handbook of International and Intercultural Communication. Newbury Park:Sage.
- Heiskala, R. 1991. Goffmanista semioottiseen sosiologiaan. Sosiologia 2/1991, 90-107.
- Hellspong, L. 1992. Konsten att tala. Handbok i praktisk retorik. Lund: Studielitteratur.
- Hemmi, J., J. R. Lehtinen & K-V. Vuoristo. 1982. Matkailun perusteet. Porvoo: WSOY.
- Hemmi, J. & J. R. Lehtinen & K-V. Vuoristo. 1987. Matkailu ja matkailijat. Porvoo: WSOY.
- Hemmi, J. & K-V. Vuoristo. 1993. Matkailu. Porvoo: WSOY.
- Hiukka, K. 1988. Communication Problems of Finnish Exporters in Intercultural Business Negotiations: A Qualitative study. Puheviestinnä pro gradu - tutkielma, viestintätieteiden laitos, Jyväskylän yliopisto.
- Hirsjärvi, S. & H. Hurme. 1985. Teemahaastattelu. 3. painos. Helsinki: Gaudeamus.
- Hofstede, G. 1992. Kulttuurit ja organisaatiot. Helsinki: WSOY Profit.
- Hänninen, S. 1996. Puhe on hyvinvoinnista - ja ehdollistamisen retoriikasta. Teoksessa K. Palonen & H. Summa (toim.), Pelkkää retoriikkaa. Tampere: Vastapaino.
- Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa. Televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylä Studies in Communication 5. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

- Itkonen-Kaila, M. 1967. Johdanto teoksessa Cicero: Vanhuudesta, ystävyyydestä, velvollisuuksista. Porvoo: WSOY.
- Jandt, F. E. 1995. Intercultural Communication. An Introduction. Thousand Oaks: Sage.
- Johnson, J. D. & F. Tuttle. 1989. Problems in Intercultural Research. In M. K. Asante & W. B. Gudykunst (Eds.), Handbook of International and Intercultural Communication. Newbury: Sage.
- Jokinen, E. & S. Veijola. 1990. Oman elämänsä turistit. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Jowett, G. S. & V. O'Donnell. 1986. Propaganda and Persuasion. Newbury Park: Sage.
- Kallifatides, T. 1975. Kastanjapuun kylä. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Kallifatides, T. & H. Tikkanen. 1976. Paluu kotiin. Kreikkalaisia kuvia. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Kallifatides, T. 1989. Pitkä päivä Ateenassa. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Katriel, T. 1995. From "Context" to "Contexts" in Intercultural Communication Research. In R. L. Wiseman (Ed.), Intercultural Communication Theory. Thousand Oaks: Sage.
- Kazantzakis, N. 1969. Kerro minulle Zorbas. Helsinki: Otava.
- Kazantzakis, N. 1981. Vapaus tai kuolema. 3. painos. Helsinki: Tammi.
- Kim, M-S. 1995. Toward a Theory of Conversational Constraints: Focusing on Individual-Level Dimensions of Culture. In R.L. Wiseman (Ed.), Intercultural Communication Theory. Thousand Oaks: Sage.
- Kivikoski, K.; W. Oudshoorn, W. & M. Wennekendonk. 1994. Kalimera Ellada. Nykykreikan alkeiskurssi. Jyväskylä: Oy Yleisradio Ab, Opetusjulkaisut.
- Kokkinos, M. 1994. Rodoksen pormestarin haastattelu F. Westin videokasetilla Rhodos: Matkalla maailmalla Folke Westin seurassa. Helsinki: Matkavideot.
- Korhonen, J. 1970. Nykykreikka. Teoksessa Tiedon portaat. Porvoo: WSOY.
- Korhonen, J. & D. G. Papageorgiou. 1993. Suomi-Kreikka-Suomi. Taskusanakirja. Juva: Wsoy.

- Krohn, A. 1991. Elämän lomassa. Suomalaisen loman historiaa. Helsinki: Lomaliitto.
- Laine-Sveiby, K. 1991. Suomalaisuus strategiana. Porvoo: WSOY.
- Lakopulos, K. 1990. Rakkauden rippuja. Porvoo: WSOY.
- Larson, C.U. 1992. Persuasion: reception and responsibility. 6 th ed. Belmont: Wadsworth.
- Lehtonen, J. 1983a. Puhetaito, yksilö ja yhteiskunta. Teoksessa J. Lehtonen. (toim.), Puhekasvatus koulussa ja yhteiskunnassa. Jyväskylän yliopiston suomen kielen ja viestinnän laitoksen julkaisuja 31.
- Lehtonen, J. 1983b. Viestintäaarkuus, esiintymispelko ja sosiaalinen ahdistuneisuus. Teoksessa J. Lehtonen (toim.), Puhekasvatus koulussa ja yhteiskunnassa. Jyväskylän yliopiston suomen kielen ja viestinnän laitoksen julkaisuja 31.
- Lehtonen, J. 1989. Yhteisöt, viestintä ja tietoyhteiskunta. Kirjoituksia työelämän viestinnästä. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 6.
- Lehtonen, J. 1993. Suomalaisuus, Suomi-kuva ja kansainvälistymisen haasteet. Teoksessa J. Lehtonen (toim.), Kulttuurien kohtaaminen. Näkökulmia kulttuurienväliseen kanssakäymiseen. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 9.
- Lehtonen, J. 1994. Vaikeneva kulttuuri ja vieraan kielen pelko. Miksi suomalainen vaikenee vieraallakin kielellä. Teoksessa Isotalus, P. (toim.), Puheesta ja vuorovaikutuksesta. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 11.
- Lehtonen, J. & K. Sajavaara. 1982. The Silent Finn. Jyväskylän yliopisto: Department of English. Selosteita No 5. (Myös In M. Saville-Troike and D. Tannen (Eds.), The Functions of Silence. Noewood, N.J.: Ablex)
- Lehtonen, T-K. 1994. Shoppailu sosiaalisena muotona. Sosiologia 3/1994, 192-203.
- Leiwo, M., M-R. Luukka & T. Nikula. 1992. Pragmatiikan ja retoriikan perusteita. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 8.
- Linnakylä, P. 1995. Lukutaidolla maailmankartalle. Kansainvälinen lukutaitotutkimus Suomessa. The IEA Study of Reading Literacy in Finland. Jyväskylän yliopisto: Kasvatustieteiden tutkimuslaitos.

- Louhisola, O. & R. 1993. EXPERT Kulttuuri- ja matkaopas. Vaasa: Editum.
- Lukkari, U. 1994. "Ei oppikirjaesittely ojaan kaada" - WSOY:n oppikirjaesittelyt markkinoistiviestintänä ja suostutteluprosessina. Jyväskylän yliopisto. Puheviestinnän pro gradu -tutkielma.
- Luoto, T.A. 1993. Kansainvälinen etikettikirja. Espoo: Fenix-kustannus Oy.
- Maailma nyt. 1994. Guterloh: Weilin + Göös. (Kreikan kartta, liite 1)
- Malmberg, R. 1996a. "Kuules johtaja!" - suhtautuminen valtaan. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurienvälinen viestintä. Jyväskylä: Yle- opetuspalvelut.
- Malmberg, R. 1996b. Minä, me ja muut. Teoksessa L. Salo-Lee, Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurienvälinen viestintä. Jyväskylä: Yle- opetuspalvelut.
- Malmberg, R. 1996c. Kovat ja pehmeät arvot. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurienvälinen viestintä. Jyväskylä: Yle-opetuspalvelut.
- Malmberg, R. 1996d. Miehet ja naiset. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurien välinen viestintä. Jyväskylä: Yle-Opetuspalvelut.
- Marsch, D. 1993. The Social Distance Factor in Research and Commentary on the Finnish Intercultural Communication. Teoksessa J. Lehtonen (toim.), Kulttuurien kohtaaminen. Näkökulmia kulttuurienväliseen kanssakäymiseen. Jyväskylän yliopiston viestintätieteen laitoksen julkaisuja 9.
- Matkailun kehitys 1993. Matkailualan tilastojulkaisu. MEK B:25 1994. Matkailun edistämiskeskus. Helsinki:Painatuskeskus.
- Matkailun kehitys 1995. Matkailualan tilastojulkaisu. MEK B:27 1996. Matkailun edistämiskeskus. Helsinki:Painatuskeskus.
- McCroskey, J. C. 1984. The Communication Apprehension Perspective. In J. A. Daly & J. C. McCroskey (Eds.), Avoiding Communication. Beverly Hills: Sage.
- Mehrabian, A. 1981. Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes. Second Ed. Belmont: Wadsworth.

- Middleton, V. T. C. 1995. Marketing in Travel and Tourism. 2 nd. ed. Avon: Bath Press.
- Mill, R. C. 1990. Tourism: the International Business. London: Prentence - Hall.
- Miller, G. R. 1980. On Being Persuaded: Some Basic Distinctions. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), Persuasion: New Directions in Theory and Research. Sage Annual Reviews of Communication Research. Volume 8. Beverly Hills: Sage.
- Minaidis, V. 1994. Rodoksen hotelliyhdistyksen puheenjohtajan haastattelu F. Westin videokasetilla Rhodos: Matkalla maailmalla Folke Westin seurassa. Helsinki: Matkavideot.
- Mole, J. 1991. Tiedä tavat. Mitä menestyvän liikemiehen tulee tietää EY-maiden oloista ja kulttuurista. Porvoo: WSOY.
- Mäkisalo, A. 1987. Suomalainen kommunikaatio ulkomaalaisen silmin. Jyväskylän yliopisto. Soveltavan kielitieteen pro gradu -tutkielma.
- Neumann-Adrian, M. & G. Dierza. 1990. Rhodos. Munchen: Bruckmann.
- Ong. W. J. 1982. Orality and literacy. The technologizing the word. London: Methuen.
- Papas, W. 1980. Instant Greek. Ateena: "Miskis".
- Perloff, R. M. 1993. The Dynamics of Persuasion. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Phillips, G. M. 1984. Reticence: A Perspective on Social Withdrawal. In J. A. Daly & J. C. McCroskey (Eds.) Avoiding Communication. Beverly Hills: Sage.
- Pietilä, I. 1989. Namibialaisten viestintä. Jyväskylän yliopisto. Puheviestinnän pro gradu -tutkielma.
- Puro, J-P. 1996. Johdatus puheviestinnän teorioihin. Tampere: Gaudeamus.
- Puro, J-P. 1996b. Towards a Phenomenological Theory of Interpersonal Communication. Jyväskylä Studies in Communication 6. Jyväskylä: Jyväskylä University.
- Rapeli, T. 1984. Lumoava Kreikka. Hämeenlinna: Arvi A. Karisto Oy.
- Reardon, K.K. 1991. Persuasion in Practice. Newbury Park: Sage.
- Robinson, G.L.N. 1988. Crosscultural Understanding. New

York: Prentice Hall.

- Rouhiainen, U-M. 1994. Satumaa: Matkailun perusteet 1. Tampere: Tammerpaino.
- Rubin, R. B., A. M. Rubin & L. J. Peale. 1996. Communication research: Strategies and sources. 4th ed. Belmont: Wadsworth.
- Rusanen, S. 1993. Suomalainen kansainvälisessä viestintätilanteessa. Teoksessa J. Lehtonen (toim.), Kulttuurien kohtaaminen. Näkökulmia kulttuurienväliseen kanssakäymiseen. Jyväskylän yliopiston viestintätieteen laitoksen julkaisuja 9.
- Sajavaara, K. & J. Lehtonen. 1997. The Silent Finn revisited. In A. Jaworski (Ed.), Silence - Interdisciplinary Perspectives. Studies in Anthropological Linguistics 10. Berlin - New York: Mouton de Gruyter.
- Sallinen-Kuparinen, A. 1986. Finnish Communication Reticence. Perceptions and Self-reported Behavior. Jyväskylän yliopisto. Studia Philologica Jyväskyläensia 19.
- Sallinen-Kuparinen, A. 1992. Puhu Sinä: suomalainen viestijänä. Teoksessa Peilikuvia puheviestinnän aakkoset. Joutsa: Oy Yleisradio Ab:n opetusjulkaisut.
- Salo-Lee, L. 1993. "Teillä on kaunis nappi" - small talk: tyhjänpuhumista vai mielekästä viestintää. Teoksessa J. Lehtonen (toim.), Kulttuurien kohtaaminen Näkökulmia kulttuurienväliseen kanssakäymiseen. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 9.
- Salo-Lee, L. 1995. Kielestä ja kulttuurista: Johdattelua kirjan artikkeleihin. Teoksessa L. Salo-Lee (toim.), Kieli & kulttuuri oppimisessa ja opettamisessa. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 12.
- Salo-Lee, L. 1996a. Kieli, kulttuuri ja viestintä. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurienväläinen viestintä. Jyväskylä: Yle-opetuspalvelut.
- Salo-Lee, L. 1996b. Kielellinen viestintä. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurienväläinen viestintä. Jyväskylä: Yle-opetuspalvelut.
- Salo-Lee, L. 1996c. Ei-kielellinen viestintä. Teoksessa L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja (toim.), Me ja muut. Kulttuurienväläinen viestintä. Jyväskylä: Yle-opetuspalvelut.

- Salo-Lee, L. & A. Winter-Tarvainen. 1995. Kriittiset tilanteet kulttuurien kohtaamisessa: suomalaisten ja saksalaisten opiskelijoiden näkökulma. Teoksessa L.Salo-Lee (toim.), *Kieli & kulttuuri oppimisessa ja opettamisessa*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 12.
- Samovar, L. A. & R. E. Porter. 1991. *Communication Between Cultures*. Belmont: Wadsworth.
- Selänniemi, T. 1994. Pakettimatka pyhään paikkaan - suomalaisturistit Ateenassa. Jyväskylän yliopisto, etnologian laitos. *Tutkimuksia* 25. Jyväskylä.
- Selänniemi, T. 1996a. Matka on riskitön seikkailu. *Tiede* 4/1996, 34-37.
- Selänniemi, T. 1996b. Matka ikuiseen kesään. Kulttuuri-antropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun. *Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia* 649. Helsinki.
- Schneider, K. & E. Gavrieliades. 1985. *Suomalais-kreikkalainen sanakirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Schneider, K. & E. Gavrieliades. 1992. *Kreikkalais-suomalainen sanakirja*. Jyväskylä: Gummerus.
- Schildt, G. 1990. *Dianan saari*. Keuruu: Otava.
- Suomalainen tietosanakirja*. 1993. Osa 7. Porvoo: Weilin & Göös.
- Suomen tilastollinen vuosikirja 1996*. Tilastokeskus SVT. 91. vuosikerta (uusi sarja) Jyväskylä: Gummerus.
- Syrjälä, L., S. Ahonen, E. Syrjäläinen & S. Saari. 1995. *Laadullisen tutkimuksen työtapoja*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Tannen, D. 1979. Ethnicity as conversational style. In *working papers in sociolinguistics* (Number 55). Austin, TX: Southwest Educational Development Laboratory.
- Tannen, D. 1994. *Det var inte så jag menade*. Trondhjem: Lennart Sade Agency AB.
- Triandis, H. C. 1975. Culture Training, Cognitive Complexity and Interpersonal Attitudes. In R. W. Bristlin, S. Bochner & W. J. Lonner, (Eds.), *Crosscultural Perspectives on Learning*. New York: John Wiley and Sons.

- Triandis, H. C. 1983. Essentials of studying culture. In D. Landis & R. Bristlin (Eds.), Handbook of intercultural training (Vol.1) Elmsford: Pergamon Press.
- Triandis, H. C., R. Bristlin & C. H. Hui. 1988. Cross-cultural training across the individualism-collectivism divide. International Journal of Intercultural Relations, 12, 269-289.
- Urry, J. 1990. The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage.
- Uusitalo, H. 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. Juva: WSOY.
- Watson, O.M. 1970. Proxemic Behavior. A Cross-Cultural Study. Haag: Mouton.
- Widen, P. 1991. Cross-cultural Communication. Kirjoituksia kulttuurienvälisestä kommunikaatiosta. Turun Kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja Keskusteluja ja raportteja 17:1991.
- Wiio, O.A. 1992. Viestinnän tutkimussuuntia. Viestintätutkimuksen Seuran julkaisusarja n:o 12. Helsinki: Yliopistopaino.
- Vornanen, R. 1988. Kreikkaa pintaa syvemmältä. Jyväskylä: Gummerus.
- Puhelintiedustelut:
- Suomen matkatoimistoalan liittoon 7.8.1995 ja elokuussa 1996.
- Internet: Keyword Search C.I.A. Publications. 1995 Factbook of Intelligence.
<http://www.odci.gov/cia/publications/95fact/gr.html>

LIITE 1

KREIKKA

Lähde: Maailma nyt. 1994. Guterloh:Weilin + Göös



LIITE 2

Arvoisa vastaaja, kerään tällä kyselylomakkeella ja kysymyksiin liittyvällä haastattelulla aineistoa puheviestinnän laudaturtyöhöni, jonka teen Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitokselle.

Toivon myönteistä suhtautumistasi tutkimustani kohtaan.

Betty Järvinen

KYSYMYKSET

1. Sukupuoli _____ nainen _____ mies _____
2. Ikä _____ vuotta
3. Montako kertaa olet ollut Kreikassa?
 - a) tämä on ensimmäinen kerta _____
 - b) kerran aikaisemmin _____
 - c) 2 - 5 kertaa _____
 - d) 6 - 10 kertaa _____
 - e) yli kymmenen kertaa _____
4. Montako kertaa olet ollut Rodoksella?
 - a) tämä on ensimmäinen kerta _____
 - b) kerran aikaisemmin _____
 - c) 2 - 5 kertaa _____
 - d) 6 -10 kertaa _____
 - e) yli kymmenen kertaa _____
5. Onko mielestäsi puheen osuudella eroja kreikkalaisilla ja suomalaisilla kaupankäynnissä?

kyllä _____ ei _____ en osaa sanoa _____

6. Jos eroja on, niin millaisia ne ovat?

7. Millaisena koet kauppojen, baarien ja ravintoloiden "sisäänheittäjien" toiminnan?

(Sisäänheittäjällä tarkoitan henkilöä, joka hankkii kauppaan, baariin, ravintolaan jne asiakkaita henkilökohtaisella kontaktilla, esimerkiksi pysädyttämällä heidät kaupan, baarin, ravintolan jne edustalla ja kertomalla heille tavaroista, ruuista jne, joita heidän kannattaisi ostaa.)

- a) hyvin miellyttävänä ___ b) melko miellyttävänä ___
c) melko epämiellyttävänä ___
d) hyvin epämiellyttävänä ___ e) en osaa sanoa ___

8. Mikä mielestäsi tekee "sisäänheittäjien" toiminnan miellyttäväksi tai epämiellyttäväksi?

9. Minkälaisia keinoja "sisäänheittäjät" ovat käyttäneet yrittäessään saada sinut asiakkaakseen?

10. Jos olet kokenut "sisäänheittäjien" toiminnan epämiellyttäväksi, oletko kehitellyt erilaisia keinoja selvittääksesi heistä mahdollisimman helposti?

- a) olen kulkenut toista katua _____
- b) olen siirtynyt kadun toiselle puolelle _____
- c) en ole ollut huomaavani heitä _____
- d) olen laskenut leikkiä heidän kanssaan _____
- e) olen kuunnellut heidän esityksensä ja tehnyt sitten päätökseni _____
- d) jollain muulla tavoin, miten? _____

g) en ole kiinnittänyt koko asiaan huomiota _____

11. Oletko huomannut joitakin eroja "sisäänheittäjien" toiminnassa, jos liikut yksin tai jonkun seurassa?

kyllä _____ en _____ en osaa sanoa _____

12. Jos vastasit kyllä, niin millaisia eroja olet huomannut?

13. Oletko huomannut eroja "sisäänheittäjien" toiminnassa eri puolilla Kreikkaa? (jos olet matkustellut muuallakin Kreikassa)

kyllä _____ en _____ en osaa sanoa _____

14. Jos vastasit kyllä, niin millaisia eroja olet huomannut?

15. Onko sinulla ollut kieliongelmia "sisäänheittäjien" kanssa? (onko teillä ollut yhteistä kieltä)

kyllä _____ (millaisia) ei _____ en osaa sanoa _____

16. Jos olet mennyt "sisäänheittäjän" pyynnöistä johonkin ravintolaan tai baariin, oletko käynyt samassa paikassa myöhemmin uudelleen?

kyllä _____ en _____ en osaa sanoa _____

17. Onko joskus tapahtunut niin, että et ole pystynyt vastustamaan "sisäänheittäjiä" ja olet lähes pakosta joutunut johonkin kauppaan, ravintolaan, baariin jne. Kerro jokin tapaus, jos sellaista on tapahtunut. (haastattelu)

18. Pitäisikö suomalaisia kouluttaa kohtaamaan eri kulttuurien kaupankäytitapoja, esimerkiksi kreikkalaisia?

Kyllä _____ ei _____ en osaa sanoa _____

19. Jos vastasit kyllä, millaista koulutuksen tulisi olla?

(haastattelu)

Kiitos vaivannäöstäsi!