

Riikka Laine

KANSAINVÄLISTEN VAIHTO-OPISKELIJOIDEN SUOMI-KUVA  
KOHTEENA

Matkailun koulutusohjelma  
2017

## KANSAINVÄLISTEN VAIHTO-OPISKELIJOIDEN SUOMI-KUVA KOHTEENA

Laine, Riikka  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Maaliskuu 2017  
Sivumäärä: 53  
Liitteitä: 1

Asiasanat: Suomi, mielikuva, kulttuuri, tutor, opiskelijavaihto

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tutkia Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskelevien vaihto-opiskelijoiden Suomi-kuva. Tavoitteena oli selvittää eri kulttuureista saapuvien opiskelijoiden mielikuvia Suomesta ja suomalaisten kansainvälisten tutoreiden (kv-tutor) vaikutusta Suomi-kuvan muodostumiseen. Lisäksi tutkimuksella haluttiin selvittää, millaisia paikkoja ja matkailuvinkkejä kansainväliset tutoropiskelijat olivat Suomesta antaneet.

Teoriaosuudessa tarkasteltiin Satakunnan ammattikorkeakoulua, sen tarjoamia vaihto-ohjelmia ja kv-tutorointia sekä Suomi-kuvaan että kulttuurien kohtaamiseen liittyviä tekijöitä. Tietoperustana käytettiin alan kotimaista ja ulkomaista kirjallisuutta, Internet-lähteitä sekä aikaisempia tutkimuksia aiheesta.

Työssä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää ja aineiston keruumenetelmänä toimi sähköinen kyselylomake. E-lomake lähetettiin sähköpostilinkkinä lukuvuonna 2015-2016 Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskeleville vaihto-opiskelijoille. Kyselyyn vastasi eri puolilta Eurooppaa olevia vaihto-opiskelijoita. Kysely toteutettiin kevään 2016 aikana ja vastaukset analysoitiin teemoittelun avulla.

Vastaukset osoittivat, että Suomi-kuva oli eri puolilta Eurooppaa tulevien vaihto-opiskelijoiden mielestä varsin positiivinen, joskaan suurimmalla osalla vastaajista ei ollut ennakkokäsityksiä –tai odotuksia Suomesta. Ulkomailla Suomi oli tunnettu lähinnä upeasta luonnostaan, lumesta ja Lapista. Identiteetiltään Suomi katsottiin rauhalliseksi, turvallisesti ja ystävälliseksi. Koulutus, luonto ja hyvät sosiaalipalvelut miellettiin Suomen vahvuuksiksi. Negatiivista mielikuvaa herättivät ihmisten ujous, kylmyys ja kallis hintataso. Lisäksi koulutuksen tasoon oltiin pettyneitä, mikä johtui muun muassa ohjauksen puutteen, opettajien tasoerojen sekä kurssien sisältöjen takia, näiden lisäksi opiskelu oli liian oma-aloitteista ja itsenäistä. Kuitenkin vaihto-aikaan Suomessa oltiin hyvin tyytyväisiä ja Suomeen tultaisiin uudelleen vaihtoon jos siihen tulisi mahdollisuus.

# INTERNATIONAL EXCHANGE STUDENT'S IMAGE OF FINLAND AS A DESTINATION

Laine, Riikka

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

March 2017

Number of pages: 53

Appendices: 1

Keywords: Finland, image, culture, tutor, student exchange

---

The purpose of this thesis was to examine what kind of image does the exchange students who are studying in Satakunta University of Applied Sciences have about Finland. The aim was to find out what students from different countries think about Finland and what kind of impact did the international tutors have to their image.

This thesis also contains information about places and travelling tips what the international tutors recommended to the exchange students during their stay in Finland.

The theoretical part of this thesis examined the concepts of international SAMK, its exchange programs and international tutoring as well as Finnish image and reputation. It also presented theory about culture encounters. The theoretical framework of the thesis was gathered from domestic and foreign literature, information found on the Internet related to the field of study together with previous researches on the topic.

The thesis was carried out as a qualitative research and the used research method was an online questionnaire. The questionnaire was sent via email to the exchange students who studied at SAMK in 2015-2016. Exchange students from all over the Europe responded to the questionnaire. The research took place in spring 2016 and the answers were analyzed by thematizing.

The results indicated that the Finnish image is mainly positive, although most of the respondents did not have any expectations about Finland. Finland is mostly known with its beautiful nature, snow and Lapland. Finland's identity was described as peaceful, safe and friendly. Furthermore, education, nature and well organized social services were named as some of Finland's assets. At the same time people's shyness, cold climate and high prices and were regarded as downsides. Couple of respondents was disappointed with the level of education because it did not meet with their expectations. Main reasons for the negative feedback were lack of guidance, knowledge differences among teachers and course contents. Some felt that the teaching was based too much on your own initiative and independent working. However, majority of the respondents were very pleased with their exchange period in Finland and would choose Finland as their exchange destination if they had the chance.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT.....	6
2.1	Tutkimuksen tavoite ja tutkimustehtävät.....	6
2.2	Teoreettinen viitekehys ja tutkimuksen kohderyhmä.....	7
3	SATAKUNNAN AMMATTIKORKEAKOULU JA SEN KANSAINVÄLISYYS... 8	
3.1	Satakunnan ammattikorkeakoulun kansainvälisyyden näkyminen.....	8
3.2	Opiskelijavaihto.....	9
3.3	Kansainvälinen tutorointi Satakunnan ammattikorkeakoulussa.....	11
4	SUOMI-KUVA.....	13
4.1	Imago ja mielikuva.....	13
4.2	Suomen ja suomalaisuuden kokeminen.....	16
4.3	Suomen maakuva ja maine.....	18
4.4	Suomen erottuvuustekijät matkailun näkökulmasta.....	22
5	KULTTUURIEN KOHTAAMINEN.....	25
5.1	Kulttuuri.....	25
5.2	Kulttuurishokki.....	26
5.3	Suomalainen kulttuuri.....	28
5.4	Kulttuurien kohtaaminen ja monikulttuurisuus.....	29
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	32
6.1	Kvalitatiivinen tutkimus.....	32
6.2	Kyselylomake ja sen laadinta.....	34
6.3	Tutkimuksen toteuttaminen.....	36
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	37
7.1	Vastaajien taustatiedot.....	37
7.2	Vaihto-opiskelijoiden Suomi-kuva.....	38
7.3	Suomalaisuuden kokeminen tutoreiden välittämänä.....	41
7.4	Suomi-kuva vaihdon jälkeen.....	43
8	YHTEENVETO.....	45
9	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS.....	47
10	POHDINTA.....	49
	LÄHTEET.....	51
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Nykyajan kansainvälistyneessä maailmassa, jossa välimatkat ovat lyhentyneet ja tiedonkulku nopeutunut, joka paikkaan on suhteellisen helppo matkustaa. Korkeakouluopiskelijat tänä päivänä ympäri maailman voivat lähteä opiskelijavaihtoon tutustumaan uusiin kulttuureihin ja kansainvälisyydestä onkin tullut yksi tärkeimpiä asioita suomalaisille korkeakouluille. Viimeisen kymmenen vuoden aikana opiskelijaliikkuvuus Suomessa on jatkanut kasvuaan. Vuonna 2012 opiskelijavaihtoon tai harjoitteluun tulevien ulkomaalaisten lukumäärä oli lähes 10 000. Ulkomaalaisten vaihto- ja tutkinto-opiskelijoiden määrä vastaakin jo lähes 10 % kaikista korkeakouluopiskelijoista. Kansainvälisyyden johdosta eri kulttuurien kohtaamisesta on tullut monelle nuorelle arkipäivää. (CIMOn www-sivut 2016.)

Suomi on maailman mittakaavassa suhteellisen pieni maa ja sen sanotaan olevan pohjoisen sijaintinsa takia eristyksissä muusta maailmasta. Jotta maamme pärjäisi nykyajan taloustilanteessa, pitäisi meidän kansainvälistää toimintaamme entistä laajemmin. Yksi kansainvälistämisen keinoista on koulutus, jonka avulla Suomeen toivotaan saavan lisää kansainvälisen tason osaamista. Koulutuksen kansainvälistämisen yksi osa-alueista on vaihto-opiskelu, joka on lähivuosina kasvanut kovaa vauhtia ja ollut osana auttamassa Suomea kansainvälistymistavoitteessaan. Jotta Suomen tavoitteet kansainvälistymisessä täyttyisivät ja esimerkiksi vaihto-opiskelun avulla saisimme lisää kansainvälistä osaamista maahamme, tulee Suomen jatkuvasti miettiä uusia keinoja kehittää ja lisätä viehätysvoimaansa korkeatasoisena ja viihtyisänä opiskelumaana. Kansainvälisyys onkin tärkeä osa korkeakoulujen opintosuunnitelmaa ja kansainvälisyyttä tuodaan laajemmin esiin. Kansainvälisyys otetaan huomioon myös Satakunnan ammattikorkeakoulussa, jonka takia tämä tutkimus on ajankohtainen ja tarpeellinen.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Suomessa opiskelijavaihdossa olleiden opiskelijoiden Suomi-kuvaa. Tutkimuksessa selvitetään, millainen kuva opiskelijoilla on Suomesta ja millaisen Suomi-kuvan heitä auttaneet tutoropiskelijat ovat antaneet.

Tutor on ohjaaja, avustaja, tukea antava kaveri, joka tarkoittaa kokeneempaa ja opinnoissaan pidemmälle edennyttä opiskelijaa. Tutoropiskelija auttaa, tukee ja ohjaa aloittavaa opiskelijaa opiskeluun ja korkeakouluun liittyvissä asioissa. Tutoroinnin tavoitteena on helpottaa opiskelijoita sopeutumaan uuteen kouluympäristöön, parantaa koulun ilmapiiriä ja vahvistaa yleistä me-henkeä. Lisäksi tutor on omalta osaltaan edustamassa oppilaitostaan ja omalla persoonallaan vaikuttamassa koulutuksen markkinoinnissa. (Ammattiopisto Keskuspuiston www-sivut 2016.)

Työn teoriaosuuden keskeiset aihealueet ovat Satakunnan ammattikorkeakoulun (SAMK) kansainvälinen toiminta ja sen tärkeys sekä suomalaisuus, kulttuurien kohtaaminen ja vieraaseen kulttuuriin sopeutuminen. Lisäksi käsiteltäviä aiheita ovat erilaiset vaihto-ohjelmat, jotka mahdollistavat opiskelijan tulemaan opiskelemaan Satakunnan ammattikorkeakouluun. Teoria pohjautuu aiheesta julkaistuihin kirjallisiin ja sähköisiin lähteisiin. Teorian pohjalta laadittiin opinnäytetyön tutkimuksessa käytetyt sähköisen kyselylomakkeen kysymykset. Tutkimus toteutettiin kyselynä, vaihto-opiskelijoille lähetetyn sähköisen kyselylomakkeen (Liite 1) avulla.

Teoriaosuuden jälkeen siirrytään empiiriseen osaan, tutkimuksessa tuodaan esille tutkimustulokset, jotka saatiin kyselyiden avulla. Tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista eli laadullista menetelmää ja tutkimuksen tulokset on analysoitu teemoittelun ja luokitteluiden avulla. Opinnäytetyön lopussa arvioidaan tutkimustulosten luotettavuutta ja tutkimuksessa onnistumista, pohdinnassa käydään läpi saatujen tulosten hyötyä sekä jatkotutkimusehdotuksia.

## 2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

### 2.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimustehtävät

Tutkimuksen tavoitteena on tutkia, millainen Suomi-kuva eri kulttuureista saapuvilla vaihto-opiskelijoilla on ja millaisen kuvan suomalaiset kv-tutorit ovat Suomesta antaneet. Lisäksi tutkitaan, mitä kansainväliset tutoropiskelijat ovat kertoneet Suomesta ja millaisia matkailuvinkkejä Suomesta tutorit ovat antaneet.

Tutkimustehtävänä on tutkia eri kulttuureista tulevien vaihto-opiskelijoiden Suomi-kuva ja sen mahdollinen muuttuminen suomalaisten tutoreiden kertomana. Vastauksia haetaan vaihto-opiskelijoiden kokemusten ja mielikuvien kautta. Tutkimuksen teoria muodostuu Suomi-kuvasta ja kulttuurien kohtaamisista. Teorian avulla pyritään selvittämään, millainen Suomen imago on tällä hetkellä, mitkä ovat Suomen vetovoimatekijät ja millaisia asioita liittyy kulttuuriin ja kulttuureiden kohtaamiseen.

## 2.2 Teoreettinen viitekehys ja tutkimuksen kohderyhmä

Teoreettinen viitekehys koostuu Suomen matkailuun ja suomalaisuuden mielikuviin sekä erilaisiin kulttuureihin ja niiden kohtaamisiin liittyvästä materiaalista. Lähteinä käytetään sekä kotimaista että ulkomaista kirjallisuutta ja julkaisuja sekä aikaisempia tutkimuksia aiheesta. Näiden teoreettisten lähtökohtien pohjalta rakennetaan kysely kohderyhmälle. Työ antaa tietoa koskien Suomea, SAMKIn kansainvälisyyttä ja vaihtoprosesseja, suomalaista kulttuuria sekä kulttuurikohtaamisia eri kansallisuuksien välillä.

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat vaihto-opiskelijat, jotka opiskelivat Satakunnan ammattikorkeakoulussa lukuvuonna 2015-2016. Kohderyhmän tutkittavat ovat kyselyn hetkellä olleet suunnilleen yhtä pitkän ajan Suomessa, joten kaikilla olleet samantyyppiset lähtökohdat nähdä ja kokea Suomea. Tutkimuksessa otetaan ainoastaan huomioon vaihto-opiskelijoiden mielipiteet, kv-tutoreiden näkemykset on rajattu pois.

### 3 SATAKUNNAN AMMATTIKORKEAKOULU JA SEN KANSAINVÄLISYYS

#### 3.1 Satakunnan ammattikorkeakoulun kansainvälisyyden näkyminen

Satakunnan ammattikorkeakoulu (SAMK) on yksi Suomen 26 ammattikorkeakoulusta ja on opiskelijamäärältään kahdeksanneksi suurin. Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskelee noin 6000 opiskelijaa ja työskentelee noin 400 henkilöä. Koulutusta järjestetään neljällä eri paikkakunnalla: Porissa, Raumalla, Huittisissa ja Kankaanpäässä. SAMK:ssa on tarjolla 28 eri koulutusohjelmaa, joihin sisältyy yhdeksän ylempää AMK-tutkintoa sekä neljä englanninkielistä koulutusohjelmaa. Satakunnan ammattikorkeakoulu Oy:n operatiivista toimintaa johtaa rehtori, joka toimii myös yhtiön toimitusjohtajana. Korkeakoulun organisaatio koostuu neljästä osaamisalueesta, joita ovat hyvinvointi ja terveys, palveluliiketoiminta, logistiikka ja meriteknologia sekä teknologia. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

Kansainvälisyys on osa Satakunnan ammattikorkeakoulun toimintaa ja se toteutuu koulutuksessa, opiskelijaprojekteissa, vaihto-opiskelijaohjelmissa, ulkomaan harjoittelujaksoissa, konferenseissa ja seminaareissa, tutkimustyössä sekä kehittämistoiminnassa. Tavoitteena on opiskelijoiden kansainvälistäminen ja kansainvälisyyden näkyminen osana jokapäiväistä opiskelua ja tutkimustoimintaa. Tämä onnistuu esimerkiksi ottamalla huomioon kansainvälinen liikkuvuus eli erilaiset liikkuvuusohjelmat sekä monimuotoiset sisällöt opetussuunnitelmissa. Opintojaksoja kehitetään yhteistyössä kansainvälisten yhteistyökorkeakoulujen kanssa. Lisäksi kansainvälisyys näkyy konkreettisesti muun muassa erilaisissa tapahtumissa, kuten kesäkoulussa (International Summer School), kaksi kertaa vuodessa järjestettävässä kansainvälisessä kahvitilaisuudessa (International Cafe) ja kansainvälisen viikon (International Week) ohjelmassa. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

Satakunnan ammattikorkeakoulu on yksi Suomen johtavista korkeakouluista ulkomaille lähtevien harjoittelijoiden määrässä. Noin 200 opiskelijaa SAMKista lähtee vuosittain vaihtoon Eurooppaan, Aasiaan ja Yhdysvaltoihin. Satakunnan



ammattikorkeakouluun taas tulee eniten opiskelijoita Alankomaista, Espanjasta, Saksasta, Britanniaista, Irlannista, Venäjältä ja Kiinasta. Korkeakoulu tukee alueen kansainvälisyyttä hakemalla kansainvälisiä harjoittelijaopiskelijoita Satakuntaan. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

### 3.2 Opiskelijavaihto

Opiskelijavaihdolla tarkoitetaan osan tutkinnon suorittamisesta ulkomailla. Tällöin ei siis suoriteta koko tutkintoa ulkomailla, vaan ulkomailla suoritettavat opinnot luetaan hyväksi omaan suomalaiseen tutkintoon. Vaihtoaika vaihtelee omasta korkeakoulusta sekä vastaanottavasta korkeakoulusta riippuen, yleensä ollen lukukauden tai yhden lukuvuoden. Lukukaudella tarkoitetaan syys- tai kevätlukukautta eli noin 4-5 kuukauden pituista jaksoa ja lukuvuodella näiden kahden yhdistelmää eli noin 9 kuukauden ajanjaksoa. Useimmiten vaihtoon lähdetään toisen opiskeluvuoden jälkeen, syys- tai kevätlukukaudeksi tai koko lukuvuodeksi. Opiskelijavaihto kuuluu merkittävänä osana Satakunnan ammattikorkeakoulun kansainväliseen toimintaan. Satakunnan ammattikorkeakoulu tekee maailmanlaajuisesti yhteistyötä muiden ammattikorkeakoulujen kanssa ja SAMKiin saapuukin joka vuosi noin 300 kansainvälistä opiskelijaa eri puolelta maailmaa. Satakunnan ammattikorkeakoululla on laajat kansainväliset siteet ja yhteistyökouluja löytyy Euroopasta, Aasiasta, Yhdysvalloista ja Venäjältä. Näissä korkeakouluissa opiskelevilta vaihto-opiskelijoilta ei veloiteta lukukausimaksuja, sillä vaihtosopimukseen kuuluu, että mahdollista lukukausimaksua ei tarvitse maksaa. Useimmiten vaihto-ohjelmiin kuuluu pieni apuraha. Lisäksi korkeakoulut saattavat myöntää apurahaa matkakuluja varten, jos vaihtosopimukseen ei liity apurahaa. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

SAMKilla on tarjottavana erilaisia vaihto-ohjelmia, joiden kautta opiskelijat voivat lähteä ulkomaille vaihtoon tai ulkomaalaiset opiskelijat tulla Satakunnan ammattikorkeakouluun. Näitä vaihto-ohjelmia ovat Erasmus+, Magellan, Nordplus ja FIRST. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

European Region Action Scheme for the Mobility of University Students (Erasmus) on vuonna 1987 perustettu Euroopan laajin korkeakouluopiskelijoiden vaihto-ohjelma, jonka kautta opiskelijat voivat lähteä vaihtoon tai harjoitteluun ympäri Eurooppaa. Vaihto-ohjelmassa mukana olevia maita ovat EU-maat, Norja, Islanti, Liechtenstein, Makedonia ja Turkki. Erasmus + jatkaa Erasmus-ohjelman keskeisiä toimintoja ja on Euroopan unionin vaihto- ja yhteistyöohjelma korkeakouluille vuosille 2014–2020. Erasmus+ yhdistää aikaisemmat EU-ohjelmat, kuten Elinikäisen oppimisen ohjelman sekä nuorisotoimintaohjelman Youth in Action, ja jatkaa niiden toimintaa. (CIMOn www-sivut 2016.) Magellan Exchange on vaihtoverkosto, jonka kautta voi opiskella ulkomailla lukukauden, lukuvuoden tai lyhyemmän vaihtojakson ajan. Magellan toimii 13 maassa ja 35 eri korkeakoulussa, mukana on yliopistoja ja ammattikorkeakouluja niin Euroopasta, Amerikasta kuin Aasiasta. Suomessa vaihto-ohjelmassa mukana ovat Satakunnan sekä Lapin ammattikorkeakoulu. (The Magellan Exchange www-sivut 2016.)

Nordplus (Nordiskt program för studenter, lärare och administratörer inom högre utbildning) on Pohjoismaiden ministerineuvoston vaihto-ohjelma, jonka tarkoituksena on pohjoismaisen yhteistyön ja liikkuvuuden lisääminen pohjoismaisten korkeakoulujen kesken. Nordplus-vaihto-ohjelman kautta voi lähteä opiskelemaan Ruotsiin, Norjaan, Tanskaan, Islantiin tai Baltian maihin. Finnish-Russian Student and Teacher Exchange Programme (FIRST) on vaihto-ohjelma, joka edistää Suomen ja Venäjän lähialueiden korkeakoulujen yhteistyötä ja jonka avulla tuetaan Suomen ja Venäjän korkeakoulujen välistä opiskelija- ja opettajavaihtoa. (CIMOn www-sivut 2016.)

Satakunnan ammattikorkeakoululla on myös kahdenvälisiä eli bilateraalisia sopimuksia eri korkeakoulujen kanssa muun muassa Aasiassa ja Venäjällä. Opiskelijan ei tarvitse lähteä vaihtoon ohjelman kautta, vaan hän voi etsiä vaihtopaikan myös itsenäisesti niinsanotusti free-moverina. Tällöin täysi vastuu opiskelupaikan etsimisestä, sinne hakemisesta ja opintotarjonnan selvittämisestä on opiskelijalla. Myös lukukausimaksut ovat tässä tilanteessa mahdollisia. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

Vaihto-opiskelijaksi haku SAMKiin tapahtuu kaksi kertaa vuodessa, keväällä ja syksyllä. Kun ulkomaalainen opiskelija hakee vaihtoon SAMKiin, tulee hänen ensin keskustella vaihtoon hausta oman korkeakoulunsa kansainvälisistä asioista vastaavan kanssa. Hakijan tulee etukäteen päättää ja tietää, missä koulutusohjelmassa ja millä kampuksella tulee opiskelemaan SAMKissa. Normaali kurssimäärä SAMKissa lukukautta kohden on noin 30 opintopistettä. Haku SAMKiin tapahtuu sähköisen lomakkeen kautta. Jokaiselle vaihtoon hakeneelle ilmoitetaan valinnasta henkilökohtaisesti sähköpostilla. Opiskelijan tulee vahvistaa vaihtopaikan vastaanotto tai mahdollisesti perua saatu vaihtopaikka mahdollisimman pian saatuaan tiedon hyväksynnästä. Valintojen jälkeen opiskelijat saavat enemmän lisätietoa esimerkiksi majoituksesta, opinnoista ja opiskelukaupungista. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

Ennen vaihtoon hakua ulkomaalaiset opiskelijat voivat etsiä lisätietoa hakuprosessista, opiskelusta Satakunnan ammattikorkeakoulussa sekä opiskelupaikkakunnista SAMKin verkkosivuilta. SAMKin kotisivut on käännetty englanniksi, tietoa löytyy runsaasti eikä käännöksiä ole rajoitettu pelkästään vaihtoon liittyviin asioihin, vaan sivut on kokonaisvaltaisesti käännetty englannin kielellä. Vaihtoasioihin käsittelevään sivuun pääsee verkkosivujen etusivulta, klikkaamalla linkkiä ”Exchange students”, jolloin pääsee helposti vaihto-opiskelijoille tarkoitettuun osioon. Vaihtoasioihin koskevaan infoon pääsee myös muita pidempiä reittejä pitkin. Sivuilta löytyy paljon ajankohtaista tietoa niin hakuvaihtoehdoista, hakuprosessista kuin yhteyshenkilöistäkin. Vaihto-opiskelijoille kohdistettua kurssitarjontaa voisi tuoda paremmin esille, tällä hetkellä niiden löytäminen saattaa olla ensikertalaiselle hankalaa, sillä verkkosivuilla ohjataan suoraan korkeakoulun käyttämään opetuksen suunnittelujärjestelmään eli SoleOPSiin, josta on vaikeaa löytää oikeita kursseja. (Kts. Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2016.)

### 3.3 Kansainvälinen tutorointi Satakunnan ammattikorkeakoulussa

Kansainvälisellä tutoroinnilla (kv-tutor) tarkoitetaan kokonaisvaltaista vaihto-opiskelijan avustamista uuden ympäristön ja kulttuurin kohtaamisessa (Huovinen 2005, 32). Kv-tutorointi on Suomeen saapuvien ulkomaalaisten vaihto-opiskelijoiden

ohjausta, jonka tavoitteena on helpottaa opiskelijan sopeutumista. Kv-tutorointi lievittää kulttuurishokkia ja tuo turvaa opiskelijan alkuhämmennykseen. Kv-tutorit ovat tärkeässä asemassa vaihto-opiskelijan sopeutumisen kannalta, sillä he ovat ensimmäisiä henkilöitä, joihin opiskelija tutustuu uudessa maassa. Onnistuneen kv-tutoroinnin ansiosta ulkomaalainen opiskelija saa perusteellista tietoa suomalaisesta koulutusjärjestelmästä, opiskelupaikkakunnasta ja käytännön asioista. Opiskelijan sopeutuminen uuteen kulttuuriin, elämäntilanteeseen ja opiskeluun vieraalla kielellä helpottuu merkittävästi, kun heillä on joku, johon turvautua ja kysyä apua tarvittaessa. (Niemelä 2008, 61.)

Kv-tutorin tehtävänä on auttaa ulkomaalaista opiskelijaa tutustumaan suomalaiseen kulttuuriin ja opiskelijaelämään. Tavoitteena on antaa positiivinen ja realistinen kuva niin SAMKista, Porista kuin Suomesta. Kv-tutorit opastavat ja ovat henkisenä tukena tuleville kansainvälisille opiskelijoille. Tutorit auttavat, neuvovat, tiedottavat ja vastaavat vaihto-opiskelijoiden kysymyksiin sekä auttavat heitä ymmärtämään uuden maan ja korkeakoulun toimintatapoja. Lisäksi he järjestävät opiskelijoille erilaisia sosiaalisia tapahtumia ja retkiä, jotta vaihtoaika ei olisi pelkkää opiskelua. (Isomäki henkilökohtainen tiedonanto 4.4.2016.)

Vaihto-opiskelijoita saapuu vuosittain Porin, Rauman ja Kankaanpään toimipisteille. Kaikki saapuvat opiskelijat saavat SAMKissa avukseensa kv-tutorin, joka opastaa vaihto-opiskelijaa suomalaiseen korkeakoulutukseen ja kulttuuriin liittyvissä asioissa. Kv-tutorin tärkeimpiä konkreettisia tehtäviä alussa ovat vaihto-opiskelijan noutaminen juna- tai linja-autoasemalta, opiskelija-asuntolaan vieminen joko omalla autolla tai julkisilla kulkuvälineillä, koulureitin näyttäminen, suomalaisen liittymän oston avustaminen sekä kaupungin keskustassa kiertely yhdessä ulkomaalaisen opiskelijan kanssa. Lisäksi opiskelijan auttaminen paikallisissa asiointitoimistoissa, kuten poliisiasemalla, maistraatissa, postissa tai pankissa, on erittäin tärkeää. (Isomäki henkilökohtainen tiedonanto 4.4.2016.)

Joka kevät SAMKin kansainvälinen toimisto hakee uusia opiskelijoita kv-tutoreiksi seuraavalle lukuvuodelle. Haku järjestetään kerran vuodessa ja ilmoittautuminen tapahtuu oman kampuksen kv-yhdyshenkilölle. Kv-tutoriksi tulisi sitoutua vähintään yhdeksi lukuvuodeksi ja tänä aikana ohjattavia vaihto-opiskelijoita on vähintään

kaksi lukukautta kohti, riippuen Suomeen saapuvien opiskelijoiden ja ilmoittautuneiden tutoreiden määrästä. Valinnan jälkeen järjestetään kv-tutorkoulutus, jonka kesto on 1,5 päivää. Koulutuksessa käydään muun muassa läpi tutoroinnin perusasioita ja vaatimuksia sekä kuunnellaan entisten tutor-opiskelijoiden kokemuksia. Jokainen kv-tutor pitää tuntilistaa tekemästään tutoroinnista. Kv-tutoroinnista opiskelija saa kahdesta kolmeen opintopistettä vapaasti valittaviin opintoihin. Lisäksi kv-tutoroinnin kautta tutustuu uusiin ihmisiin ja kulttuureihin, saa uusia ystäviä ympäri maailman, kokemusta muiden ohjaamisesta sekä varmuutta vieraan kielen käyttöön. (Isomäki henkilökohtainen tiedonanto 4.4.2016.)

## 4 SUOMI-KUVA

### 4.1 Imago ja mielikuva

*Imagolla* tarkoitetaan yksilön subjektiivista käsitystä, kuvaa tai vaikutelmaa jostakin kohteesta. Se on kaikkien niiden asioiden yhteisvaikutus, joita yksilöllä, yhteisöllä tai sidosryhmillä on kohteesta. Imago syntyy monista eri elementeistä, joihin ei pysty suoraan itse vaikuttamaan. Imagoon vaikuttavat tiedot, uskomukset, asenteet, arvot, ennakkoluulot sekä kokemukset ja kuulopuheet. Imagon lähikäsitteenä voidaan pitää mainetta, jolla tarkoitetaan ihmisille ajan mittaan syntyneitä arvioita ja käsityksiä yrityksen toiminnasta ja tuotteista. Maineseen usein liitetään mielikuvan lisäksi laatu- ja kokemukset sanoista ja teoista. Imago mielikuvat ja maine ovat termejä, jotka ohjaavat jokapäiväistä toimintaamme, valintojamme ja päätöksiämme. (Vuokko 2003, 102,111.)

Imagoa voidaan pitää tietoisesti rakennettuna kuvana, kun taas mielikuva on kohteen viestinnän seurauksena syntynyt vastaanottajan tulkinta. Arkielämässä käsitteitä harvoin erotetaan toisistaan, vaan imagoa käytetään tarkoittamaan myös tarkastelijan käsitystä jostakin kohteesta. (Zimmerbauer 2007, 33.) Imagon ja mielikuvan eroa voidaan ajatella niin, että imago on sekä tietoisesti rakennettu, että yleinen vaikutelma, joka pysyy melko samana vaikka tarkastelija muuttuisi. Mielikuva taas on yksilöllisempi käsitys, joka saattaa muuttua kohteen tarkastelijan mukaan.

Mielikuvaa voidaan pitää omakohtaisempana käsityksenä, joka syntyy yksittäisen henkilön mielessä. (Komppula 2014)

*Mielikuvalla* tarkoitetaan yksilöllistä käsitystä, joka voi vaihdella sen mukaan, kuka tarkastelija on. Mielikuva on omakohtaisempi käsitys, joka syntyy yksittäisen tarkastelijan mielessä, kun taas imago syntyy vuorovaikutuksessa ihmisten tai ihmisryhmien välillä. (Komppula 2014) Imago voi muodostua ilman omaa kokemuspohjaa kohteesta, kun taas mielikuvat syntyvät kuuleman, lukeman tai yleistämisen perusteella. Kohteesta syntyy mielikuvia, vaikkei niitä tietoisesti rakennettaisikaan. (Vuokko 2003, 105.)

Imagoa käsiteltäessä maan näkökulmasta voidaan puhua yleisestä mielikuvasta, joka maasta on muodostunut. Kun imagon eri ulottuvuuksia tarkastellaan tietyn alueen, kuten kaupungin tai valtion näkökulmasta, voidaan puhua alueellisesta imagosta. Alueellista imagoa voidaan kutsua ihmisen alueeseen liittämien uskomusten, ideoiden ja vaikutelmien yhteissummaksi. Alueen imago ilmentää kaikkia kyseiseen alueeseen liittyviä mielikuvia ja miellelyhtymiä, jotka herättävät vastaanottajassa joko positiivisia tai negatiivisia tunteita. Tällaisia mielikuvia ovat esimerkiksi historia, erilaiset palvelut, ilmapiiri, kulttuuri, elämäntavat tai fyysinen ympäristö. (Kainulainen 2005, 276-277.)

Imagoa voidaan käsitellä kahtena eri ulottuvuutena; materiaalisena sekä symbolisena, jotka molemmat ovat vahvasti maantieteellisiä. Materiaalisilla imagoresursseilla on selvä fyysisen ympäristön luonne, ne ovat kaupungeista havaittavia piirteitä, joiden alkuperä tulee historiasta tai kohteen muusta kehityksestä. Näitä imagoresursseja ei ole tietoisesti rakennettu imago mielessä, ne ovat useimmiten hallinnollisia, kirkollisia tai muita kulttuurihistoriallisia kohteita, joiden imagollinen hyöty on tajuttu vasta myöhemmin. Kaupunkimarkkinointi koostuu materiaalisista imagoresursseista, jotka muodostuvat perinteisistä kaupunkiympäristön ominaisuuksista ja historiallisista alueista. Tällaisia Suomessa ovat esimerkiksi Vanha Rauma, Suomenlinna, Porvoon kansallismaisema sekä Helsingin senaatintori. Symbolinen imago puolestaan tarkoittaa tekijöitä, joista kaupunki on nykyään tunnettu. Symbolisissa imagoresursseissa on kyse ominaisuuksista, joiden avulla luodaan käsitys kansainväliseen liiketoimintaan liittyvistä kaupunkikehityksistä.

Tällainen kaupunki on osana kansainvälisiä kaupankäynnin piiriä. Yleisimpiä symbolisia imagoresursseja ovat esimerkiksi ostoskeskukset sekä teknologiapuistot ja kylät, jotka ilmentävät kansainvälistä, monipuolista ja alati muuttuvaa kaupunkikuvaa. (Äikäs 2004, 79.)

Globalisoitumisen myötä yksittäisten alueiden sosiaaliset, fyysiset ja kulttuuriset erot ovat pienentyneet, jonka johdosta kaupungeilla ja mailla on yhä suurempi kilpailu ja tarve erottua joukosta menestyäkseen kansainvälisesti ja kasvattaakseen maidensa turismia. Myös Suomi joutuu tarkkailemaan asemaansa osana kansainvälistä kilpailujärjestelmää. Maiden imagosta on näin tullut osaksi kilpailukyvyn keskeistä osaa, joihin pyritään tietoisesti vaikuttamaan. Ratkaisevaksi tekijäksi muodostuu se, miten maat rakentavat vetovoimaisen, ainutlaatuisen ja muista erottuvan imagon. (Kainulainen 2005, 276-277)

Markkinoitaessa maata tai aluetta on merkittävää miettiä, miten kohteen imago vaikuttaa ihmisten päätöksiin matkustaa kyseiselle alueelle. Kohteiden ja yritysten päämääränä on suunnitelmallisella toiminnalla, kuten mainonnalla, kehittää matkakohteen haluttua imagoa. Matkailijan mielikuvat maasta muodostuvat etenkin aiemmista kokemuksista. Ostaessaan matkaa kuluttaja ei usein tiedä mitä ostaa, mutta käyttää mielikuviaan ja kohteesta muodostunutta imagoa tehdessään valintaa sopivasta kohdevaihtoehdosta. Maan markkinointiviestinnän yhtenä tavoitteena onkin houkutella turisteja mielikuvia käyttämällä. (Saraniemi & Komppula 2003, 8.)

Maan positiivinen imago on matkailun ja kansainvälisen osaamisen lisäksi tärkeä tekijä myös viennille. Imagosta on hyvä huolehtia, mikäli halutaan pysyä mukana kansainvälisessä virrassa ja valtioiden rajoja ylittävässä tavaran vaihdannassa. Imago nimittäin vaikuttaa myös siihen, kuinka haluttuja maan vientituotteet ja brändit ovat. (Laurinoli 2013.)

Suomi-kuva ulkomailla on pääasiassa myönteinen ja Suomea pidetään mallimaana kun puhutaan teknologiasta, koulutustasosta, innovaatioista ja toimivasta yhteiskunnasta. Muita ominaisuuksia, jotka nousevat usein esiin ovat vauraus, puhdas luonto ja ruoka sekä design, arkkitehtuuri ja musiikki. Ulkomaisessa mediassa Suomi ei ole paljoa esillä, mutta keskustelu on valtaosaltaan positiivista.

Toisaalta mediakuvassa näkyy se, että Suomea pidetään usein neutraalina ja värittömänä ilman selkeää profiilia ja erottuvuutta. Lisäksi tunnettuus on vähäisempää kuin muissa Pohjoismaissa. Suomella ei ole selkeää mainetta ja imago on usein harmaa, hahmoton tai neutraali. Tällaisia tuloksia antaa kysely, jonka ulkoministeriö kokoaa vuosittain Suomen suurlähetystöverkostosta. Ulkoasiainministeriö on koonnut tiedot 70 suurlähetystöstä ja pääkonsulaatista jotka toimivat 62 maassa. Suurlähetystöt tutkivat joka vuosi sitä, millaiset uutiset ovat esillä maailmalla, minkälaiset Suomen maakuvan teemat nousevat esiin ja millaisessa sävyssä. (Ulkoasiainministeriön www-sivut 2016.)

Koulutus on kyselyn mukaan ylivoimaisin teema, jolla Suomen maa saa näkyvyyttä eri medioissa. Negatiivisena puolena Suomen talousongelmat ovat alkaneet näkyä ulkomaisessa mediassa ja horjuttaa Suomen imagoa hyvinvointivaltiona. Lisäksi Euroopan turvallisuuspoliittisen tilanteen muutoksen vuoksi näkemys Suomen ja Venäjän suhteista ei ollut enää niin selkeä kuin ennen. Kuitenkin matkailumaana Suomi koetaan olevan kaikille soveltuva matkakohde. Kaiken kaikkiaan vaikka Suomi-kuva on tutkimuksen mukaan positiivinen, se on myös hajanainen eikä Suomea ole pidetty yksilöllisenä maana. (Ulkoasiainministeriön www-sivut 2016.)

#### 4.2 Suomen ja suomalaisuuden kokeminen

Suomalaisilla on aina ollut tarve tietää ja pohtia, mitä muut meistä ajattelevat. Elinkeinoelämän valtuuskunnan tekemän arvo- ja asennetutkimuksen mukaan suomalaiset arvostavat ahkeruutta, mutta pitävät itseään ahneina ja yhteistyökyvyttöminä. Suomalaiset pitävät itseään työkeskeisinä, jopa 84 prosenttia suomalaisista mieltää suomalaiset ahkeriksi ja 77 prosenttia työtä arvostaviksi. Analyysin mukaan yhteistyökeskeisyys ei ole suomalaisten keskeinen piirre, sillä vain 43 prosenttia kansasta pitää yhteistyöhenkisyttä suomalaisille ominaisena piirteenä. Suomalaiset pitävät itseään perinteisiä arvoja kunnioittavana. Myös isänmaallisuus ja kansallistunne mielletään leimallisina piirteinä. Oman käsityksemme mukaan avarakatseisuus puuttuu suomalaisilta, sillä vain 37 prosenttia tutkimukseen osallistuneista piti suvaitsevaisuutta ja avarakatseisuutta



suomalaisuuden piirteinä. Suomalaisuuden omakuvaan sisältyvät rehellisyys, isänmaallisuus, sisu, kateus ja oikeudenmukaisuus. (Haavisto 2014, 1.)

Matkailun edistämiskeskus (MEK) teetti Matkailualan verkostoyliopistolla tutkimuksen vuonna 2002 spontaaneista mielikuvista Suomesta seitsemällä matkailumarkkinoinnin päämarkkina-alueella Euroopassa. Näitä alueita olivat Iso-Britannia, Saksa, Ranska, Hollanti, Venäjä, Ruotsi ja Italia. Tutkimukseen osallistui yli 2000 vastaajaa. Tutkimuksessa tutkittiin mielikuvien mahdollisia eroja maiden välillä sekä selvitettiin olemassa olevia positiivisia mielikuvia Suomesta. Tulosten mukaan yleisimmin matkailijoille nousevia Suomesta mieleen tulevia asioita olivat kylmä, ”ei mitään”, lumi, järvet, maa, metsät, pohjoinen, sauna ja ystävät. Jotkin mielikuvat vaihtelevat maittain, esimerkiksi kylmä korostuu hollantilaisten ja ranskalaisten vastauksissa, kun taas järvet ruotsalaisilla, saksalaisilla ja hollantilaisilla. Muita esiin tulleita yleisiä miellelyhtymiä olivat Skandinavia, porot, suomenlaivat, urheilu ja alkoholi. (Saraniemi & Komppula 2003, 37–38, 68-71.)

Samaisesta tutkimuksesta kävi ilmi, että Suomi on yleisesti vielä suhteellisen tuntematon maa, mutta Ruotsissa mielikuvat ovat konkreettisempia ja liittyvät enemmän kulttuuriin ja ihmisiin. Suomalaisia ihmisiä kuvaavia adjektiiveja nimettiin enemmän positiivisia kuin negatiivisia. Yleisimmät positiiviset adjektiivit olivat hyvä, mukava, kiva, ihana, leppoisa, vieraanvarainen, ystävällinen ja alkuperäinen. Yleisimmät neutraalit adjektiivit olivat pieni ja kesyttämätön. Negatiivisiksi adjektiiveiksi nimettiin tylsä ja epäkiinnostava. Suomalaiset koettiin vieraanvaraisina, ystävällisinä, sisukkaina sekä sydämellisinä. Huonoina puolina tuli esiin karkeus, hitaus, tyylyys ja jurous. Matkailukohteena Suomea kuvailtiin hyväksi, kivaksi, eksoottiseksi ja vieraanvaraiseksi. Muita Suomea kuvaavia adjektiiveja olivat ystävällinen, aito, jännittävä ja luonnonkaunis. (Saraniemi & Komppula 2003, 37–38, 68-71.)

Lewisin (2008, 331-332.) mukaan suomalaiset ovat perinteisesti olleet pidättäytyvää ja kulttuurieroja karsastavaa kansaa. Suomalaiset ovat nöyriä, rehellisiä, vaatimattomia, käytännöllisiä ja hiljaisia. Suomalaiset ovat individualisuutta arvostavia, mutta noudattavat lakeja ja sanovat mitä tarkoittavat. Lisäksi faktatietous on arvossaan suomalaisten keskuudessa. Suomalaiset ovat sydämellisiä, mutta

arvostavat myös yksinäisyyttä. Suomalaiset asettavat vapauden ja itsenäisyyden korkeaan arvoon. Suomalaiset tarvitsevat oman yksityisen tilansa erityisesti vuorovaikutustilanteessa ja ovat tarkkoja aikatauluista ja täsmällisyydestä.

Kun puhutaan suuresta joukosta ihmisiä, yleistykset ovat väistämättömiä ja saattavat kuulostaa stereotyyppisiltä. Tarkasteltaessa suomalaisen kulttuurin ominaispiirteitä, tulee muistaa, että läheskään kaikki kulttuurin edustajat eivät välttämättä ole yleistettävissä. Kulttuurilliset ominaisuudet näkyvät kuitenkin parhaiten enemmistön toiminnassa, jolloin näitä voidaan kutsua suomalaisen kulttuurin erityispiirteiksi. Stereotyyppiä eivät siis päde kaikkiin, mutta näkyvät tarpeeksi monessa ihmisessä, jolloin niiden voidaan katsoa ilmentävän suomalaista kulttuuria. (Lewis 2005, 191.)

### 4.3 Suomen maakuva ja maine

Maakuva perustuu maineeseen eli siihen, miten maasta ajatellaan muualla maailmassa. Suomi-kuvalla voidaan tarkoittaa myös suomalaisten sisäistä identiteettiä ja ulkomaalaisten käsitystä Suomesta ja suomalaisista, eli maan imagoa. Globalisaation myötä maat kilpailevat keskenään eri tavoin ja pyrkivät tekemään omasta maastaan mielenkiintoisemman ja oman maansa tuotteet ja palvelut kiinnostaviksi. Positiivisen Suomi-kuvan avulla voidaan edesauttaa ulkomaalaisten valintojen suuntautumista suomalaisiin tuotteisiin, palveluihin sekä osaamiseen. Sen takia maakuva on erittäin tärkeä tekijä. (Team Finlandin [www-sivut](#) 2015.)

Maine tarkoittaa ihmisten muodostamien mielikuvien joukkoa tietystä kohteesta sekä kohteen omaa toimintaa. Maineen muodostaa toiminnan, kokemusten ja mielikuvien kokonaisuus. Kohteella voi olla vain yksi maine, mutta se koostuu muuttuvista tekijöistä, kuten ajasta, paikasta sekä ympäröivästä kulttuurista. Lisäksi ympäristön sosiaaliset muutokset ja trendit vaikuttavat kohteen maineeseen eli siihen, mitä eri ihmiset arvottavat eri ajankohtina. Maine rakentuu aina todelliselle toiminnalle. Vaikka maine koostuukin mielikuvista ja tarinoista, näiden tarinoiden on kuitenkin kohdattava todellisuus, jotta maine olisi oikea. Imagon, brändin ja maineen merkitys sekoitetaan usein arkikielessä, mutta ne voidaan erotella niin, että imago rakennetaan, brändi tehdään ja maine ansaitaan. (Aula & Heinonen 2002, 61, 39-44.)

Maakuvan tulee perustua todellisiin vahvuuksiin, ei keksittyihin mielikuviin. Suomi on toimiva ja ratkaisukeskeinen maa, jonka koulutustaso ja teknologiaosaaminen ovat korkealle arvostettuja. Lisäksi Suomen vahvuutena ovat rikas kulttuurielämä sekä tärkeänä voimavarana toimiva luontoympäristö. Suomi tarjoaa toimivan ja kestävän yhteiskunnan sekä tuotteet ja palvelut, neuvottelukyvyn, puhtaan veden, ruoan ja luonnon sekä näihin liittyvän osaamisen ja tasokkaan koulutuksen. Team Finlandin keskeisiin tehtäviin kuuluu Suomen maakuvan kehittäminen ja tämän verkoston muodostavat viennin, kansainvälistymisen ja investointien edistämiseksi työskentelevät ministeriöt, kuten työ- ja elinkeinoministeriö, ulkoasianministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö ja valtioneuvoston kanslia sekä niiden ohjauksessa olevat organisaatiot. Maakuvan rakentaminen on kuitenkin kaikkien suomalaisten ja Suomesta pitävien yhteinen asia. (Team Finlandin www-sivut 2015.)

Suomen suurimmat vahvuudet muodostuvat kolmesta teemasta: toimivuus, luonto ja koulutus. Maabrändivaltuuskunnan mukaan näiden teemojen avulla Suomi rakentaa itsestään vahvemman brändin, perustelee arvonsa ja tulee tunnetuksi koko maailmalle. (Maabrändiraportti 2010, 5.)

Toimivuudessa yhdistyvät kaksi suomalaisille ominaista asiaa, luotettavuus ja luova ratkaisukyky. Lisäksi toimivuus näkyy yhteistyönä sekä käytännönläheisenä että kestäväenä muotoiluna ja suunnitteluna. Luonto on selkein tekijä, josta Suomi parhaimmin tunnetaan. Suomea pidetään tuhansien järvien maana ja luonto on vahvasti läsnä kansallisessa identiteetissämme ja kulttuurissamme. Suomessa luontoon liittyvä osaaminen on huippuluokkaa ja jokamiehenoikeuksien kautta luonto ja sen kunnioittaminen on kaikkia suomalaisia yhdistävä tekijä. Koulutus on suuressa arvossa Suomessa, siihen panostetaan ja kaikkia kannustetaan opiskelemaan. Menestyminen kansainvälisessä PISA eli Programme for International Student Assessment-tutkimuksessa osoittaa suomalaisen perusopetuksen laadun, tasapuolisen koulutusmahdollisuuden sekä tuo Suomelle kilpailuvaltin. (Maabrändiraportti 2010, 41-43.)

Tutkimuslaitos Reputation Institute tekee vuosittain G8-maille suunnatun mainekyselyn, jossa mittauskohteina ovat arvostus, luottamus ja ihailu jokaista maata

kohtaan sekä vastaajien käsitykset maiden taloudesta, fyysisestä ympäristöstä sekä politiikasta. Kyselyn kolme osa-aluetta keskittyvät maiden talouteen, ympäristöön ja hallintoon. Vuonna 2015 tutkimukseen osallistui yli 40 000 vastaajaa ja tutkimus toteutettiin lähettämällä verkkokysely tavallisille G8-maissa asuville ihmisille, jotka arvioivat yhteensä 55 eri maata. (Reputation Instituten [www-sivut 2016.](#))

G8-maaryhmittymästä puhuttaessa tarkoitetaan niitä kahdeksaa maata, joiden väestö kattaa 14 prosenttia maailman väestöstä. Nämä johtavat teollisuusmaat saavat eniten valtaa maailmassa ja ne hallitsevat maailmankauppaa 66,5 prosentin osuudella. Tähän maaryhmittymään kuuluvat Yhdysvallat, Kanada, Japani, Venäjä, Ranska, Italia, Iso-Britannia sekä Saksa. (Suomen YK-liiton Globalis [www-sivut 2016.](#))

Alla oleva taulukko (Kuvio 1) esittelee tutkimuksen 20 parasta maata vuonna 2015. Suomi tippui kuudenneksi viime vuoden neljänneltä sijalta. Suomi ylsi kuitenkin kaikkien aikojen parhaimpaan pistemääräänsä 75,1 pisteellä. (Suomi putosi mainevertailussa... 2015.) Kyselyn mukaan kolme kärkeä olivat Kanada, Norja ja Ruotsi. Ensimmäisellä sijalla oleva Kanada sai 78,1 pistettä ja kolmanneksi tullut Ruotsi 76,6 pistettä. (Suomi hävisi taas... 2015.)

Vihreät tai keltaiset pallot lipun vieressä kertovat maan tämän vuotisista pisteistä, pisteytys lasketaan asteikolla 0–100. Pallon väri ja pistemäärä kertovat maiden menestyksestä tutkimuksessa sekä niiden maineesta: 0-40 pistettä katsotaan huonoksi, 40-60 pistettä tarkoittaa heikkoa, 60-70 kohtalaista, 70-80 vahvaa ja 80-100 pisteellä yltää vihreään eli erinomaiseen tasoon. Vuonna 2015 tutkimuksessa erinomaisen tason on saavuttanut on vielä 12.sijalla oleva Itävalta, joten Suomi on putoamisestaan huolimatta vielä hyvillä sijoilla ollessaan top 10:ssä sijoittuen Pohjoismaiden kolmanneksi parhaaksi. Numerot pallojen vieressä kertovat viime vuoden sijoituksen eli mahdollisen putoamisen tai nousun. (Reputation Instituten [www-sivut 2016.](#))



Kuvio 1. Suomen maamainesijoitus vuonna 2015 (Reputation Instituten www-sivut 2016.)

Tutkimuksen tuloksina Suomen valtteinä olivat turvallisuus, eettisyys, toimiva sosiaalijärjestelmä ja koulutus. Turvallisuudessa Suomi päihitti naapurivaltionsa Ruotsin. (Suomi putosi mainevertailussa... 2015.) Suomen sijoitus oli kuitenkin yhä kymmenen parhaan maan joukossa, vaikka putosikin kaksi sijaa alaspäin edellisvuodesta. Yllämainitut ominaisuudet ovat maamme vahvuuksia, joita ei osata muualla arvostaa. Näiden lisäksi kansainvälisissä vertailuissa Suomi on yksi maailman vakaimmista valtioista, Suomessa on yksi maailman parhaimmista hallinnoista, Suomella on riippumattomin oikeuslaitos, maamme on viidenneksi onnellisin maa sekä Suomi on maailman toiseksi tasa-arvoisin valtio. (Ulkoasianministeriön www-sivut 2016.)

Suomen haasteena on, miten kääntää vahvuutemme näkymään ulkomaille asti maabrändimme parantamiseksi, sillä mitä paremmin vahvuutemme tunnetaan, sitä paremmin maa pärjää niin poliittisesti kuin kaupallisestikin. Maamaine on merkittävä kilpailutekijä niin Suomessa kuin muualla maailmassa. Maine vaikuttaa suoraan lainan saantiin, investointeihin, asumiseen, työntekoon sekä maan vientituotteiden ostohaluun. Lisäksi hyvämaineiset maat vetävät paremmin puoleensa turisteja, kansainvälisiä opiskelijoita ja muita huippuosajia. (Ulkoasianministeriön www-sivut 2016.)

#### 4.4 Suomen erottuvuustekijät matkailun näkökulmasta

VisitFinland on listannut internet-sivuillaan tekijöitä, jotka erottavat Suomen muista maista ja joiden takia kannattaa vierailla Suomessa. Heidän mukaansa Suomea tulisi markkinoida erikoisena lomakohteena, jolla on erityislaatuisia piirteitä. Näitä piirteitä ovat erilaiset luonnonilmiöt kuten revontulet ja yöttömät yöt, sauna, puhtaat järvet ja vesistöt, luonto ja sen koskemattomuus, suomalainen muotoilu sekä monet hiihtokeskukset ja -reitit. Suomessa ainutlaatuista on neljä toisistaan selkeästi erottuvaa vuodenaikaa ja Suomessa on paljon tunnettuja hahmoja kuten oikea Korvatunturin joulupukki, Muumit ja Angry Birdsit. Lisäksi Suomi on nykyaikainen, turvallinen, luotettava ja toimiva valtio. VisitFinlandin tavoitteena onkin tehdä Suomesta enemmän kuin portti Eurooppaan aasialaisille. (VisitFinlandin www-sivut 2016.)

Muita Suomea kuvaavia tekijöitä ovat julkisen liikenteen helppous ja luotettavuus, vesialueiden huomattava määrä suhteessa maaalueisiin, kesämökit, rannikolla ja saaristoissa asustava eläimistö, luonnossa liikkuminen ja retkeily, hiljaisuus, rauhoittuminen ja mietiskely, ihmisten vähäisyys, suomalaiset ruoka-aineet ja maut sekä saamelaiskulttuuri. Suomi on tunnettu koulutuksen korkeasta tasosta, sosiaaliturvasta, terveydenhuollosta ja puu-, paperi-, metalli-, kone- ja kemianteollisuudesta. (ThisisFinlandin www-sivut 2016.)

VisitFinland markkinoi Suomea matkailijoille kolmella erilaisella englanninkielisellä teemalla, jotka ovat muotoutuneet kysynnän pohjalta ja ovat näin lähempänä kuluttajien toiveita ja ajatuksia Suomesta. Teemat pohjautuvat Suomen vahvuuksiin ja keskeisimpiin arvoihin. Teemojen avulla toivotaan, että Suomen matkailutarjonnan hahmottaminen olisi helpompaa. Nämä kolme tuoteteemaa ovat Silence, please (hiljaisuutta kiitos), Wild & Free (villi ja vapaa) ja Cultural Beat (kulttuurinen rytmi). (VisitFinlandin www-sivut 2016.)

Silence, peace teeman avulla tuodaan hiljaisuutta, luonnonläheisyyttä ja rentoutumista vastapainona arjen stressaaviin tilanteisiin ja kiireiseen elämäntyyliin. Tuotteita ovat esimerkiksi mökkeily, sauna, erilaiset hyvinvointipalvelut sekä suomalainen lähiruoka kuten marjat ja sienet. Hyvinvointipalveluihin kuuluvat

rentouttavat kasvo- ja vartalohoidot, liikunnalliset palvelut kuten jooga ja pilates tai hyvinvointiaktiviteetit kuten sauvakävely, patikointi, lumikenkäily, hiihto, uinti tai avantouinti. Wild & Free puolestaan keskittyy erilaisiin luontoaktiviteetteihin ja luonnossa tai vesistöissä toteutettaviin retkiin. Suomen luonto tarjoaa vesistöineen upeat mahdollisuudet esimerkiksi moottorikelkka- ja koirasafareihin tai veneilyyn ja melontaan liittyviin aktiviteetteihin. (VisitFinlandin www-sivut 2016.)

Cultural Beat taas tuo esiin suomalaisen kulttuuriin liittyvät, maailmanlaajuisesti tunnetut ilmiöt, kuten suomalainen ruoka, joulu, design ja musiikki. Suomalainen design on tunnettu puhtaista linjoista ja pelkistetyistä tyylikkyydestä, joka kunnioittaa perinteitä, mutta osaa myös yhdistää innovaatioita. Maamme pääkaupunki vetääkin puoleensa muotoilun ja arkkitehtuurin harrastajia ympäri maailmaa. Lisäksi Suomi tunnetaan kansainvälisesti melankolisesta musiikkityylistään ja metallimusiikista. Ulkomailla mainetta niittävät suomalaiset metalliyhtyeet, kuten Children of Bodom, Apocalyptica ja Nightwish tuovat Suomea pikkuhiljaa tunnetummaksi. Lisäksi kevyempää pop-musiikkia soittavat Sunrise Avenue ja The Rasmus ovat esimerkkejä suomalaisista yhtyeistä jotka ovat luoneet menestyksestä uraa ulkomailla. (VisitFinlandin www-sivut 2016.)

Suomea ei voida ajatella massaturismin kohteena, eikä sillä ole välttämättä sille edes edellytyksiä. Maan tarjoamat vetovoimatekijät ja sijainti mahdollistavat kuitenkin monipuolisen matkailun. Visit Finland on määritellyt matkailumarkkinointia ajatellen Suomelle aluejaon, jossa matkailu-Suomi on jaettu neljään eri alueeseen. Näin ollen matkailija saa helpommin käsityksen Suomesta matkailumaana. Näitä alueita ovat Helsinki, Lappi, Järvi-Suomi sekä rannikko- ja saaristoalueet. (VisitFinlandin www-sivut 2016.) Suomen matkailua voidaan pitää pääosin luonto- ja kulttuuripainotteisena. Suomi on harvaanasuttu maa väestötiheyden ollessa 18,1 neliökilometriä kohden ja tämän vuoksi tila ja rauhallisuus ovat maan vetovoimatekijöitä. Suomeen saapuvat matkailijat arvostavat luonnonrauhaa. Tilan lisäksi Suomen maa-alasta 68% on metsän peitossa, joka mahdollistaa luonnonympäristön virkistyskäyttönä. (Vuoristo & Vesterinen 2002, 34.)

Suomi on sijainniltaan erikoislaatuinen, sillä se on sekä kylmän että lauhkean vyöhykkeen maa, jonka ansiosta vuodenaikojen vaihtelut näkyvät maassa selvästi.

Sijainnilla on vuodenaikojen lisäksi vaikutusta esimerkiksi ilmasto- ja sääoloihin sekä kasvillisuuteen. Vuodenaikojen keston ja säännöllisyyden ansiosta sekä kesä- että talvimatkailu on mahdollista, eikä ääriolosuhteista, kuten myrskyistä tai hirmupakkasista, tarvitse huolehtia. Toisaalta meneillään oleva ilmastonmuutos horjuttaa matkailusesonkia niin kesällä kuin talvella, sillä sääolot voivat olla vaihtelevia ja lämpötilat saattavat heitellä suuresti. Kesä ja talvi ovat kuitenkin Suomen matkailun päävuodenaikoja. (Vuoristo & Vesterinen 2002, 22, 25.)

Suomen kesä on muihin Euroopan maihin verrattuna viileäkö sekä epävakainen, mutta aktiivinen lomavietto erilaisine aktiviteetteineen on silti erittäin mahdollinen. Kesäaikaan valoisuus ja erityisesti yötön yö tuo kesäaikaan eksoottisuutta. Talvi on suurin osa Suomen matkailupotentiaalista. Talvikaudella lumi ja jää ovat ne vahvuudet, jotka mahdollistavat monipuoliset aktiviteetit koko Suomessa ja erityisesti Itä- ja Pohjois-Suomessa. Lunta on näillä alueilla yleensä riittävän paljon riittävän kauan aikaa. Lapissa talvikauden pituus saattaa olla jopa yli puoli vuotta. Talviaikaan suosittuja aktiviteetteja ovat hiihto, laskettelu, lumilautailu, lumikävely, moottorikelkkailu ja huskysafarit. Talven ihmeellisyyteen kuuluu lisäksi kaamos eli päivätön päivä. Talvimatkailu ei ole kuitenkaan itsestäänselvyys kaikilla alueilla, Etelä- ja Länsi-Suomen epävarmat sääolot ovat haitaksi kunnan talvimatkailukauden kehittymiselle. (Vuoristo & Vesterinen 2002, 27-28.)

Kevät- ja syyskaudet ovat siirtymiä tulevaa talvea tai kesää kohti niiden lyhyytensä takia. Näillä kausilla on kuitenkin omat erityispiirteensä, joita Suomessa ei ole vielä täysin ymmärretty. Kevät on Lapissa hyvää aikaa lintumatkailijoille lumien sulaessa, kun taas samaan aikaan Etelässä aloitetaan mökkikautta. Syyskausi on kevättä suositumpi ja erityisesti pariviikkoinen ruskakausi houkuttelee matkailijoita Lappiin. Ruska on mahdollinen myös maan eteläosassa, mutta pohjoisessa se tulee paremmin esille maaruskan eli aluskasvin värjäytymisen vuoksi. Syksy on hyvä aika liikkua luonnossa ja erilaiset aktiviteetit, kuten metsästys, marjastus, sienestys, patikointi ja retkeily ovat mahdollisia. (Vuoristo & Vesterinen 2002, 31-32.)



## 5 KULTTUURIEN KOHTAAMINEN

### 5.1 Kulttuuri

Kulttuurilla on monia merkityksiä. Arkikielessä kulttuuri yhdistetään usein taiteeseen, musiikkiin tai käsitöihin; kaikkeen sellaiseen, mitä pidetään hienona ja hienostuneena. Kulttuurilla on kuitenkin laajempi merkitys. Sillä tarkoitetaan kaikkea ihmisen toimintaa jokaisessa yhteiskunnassa, joka siirtyy oppimisen kautta ihmiseltä toiselle. Kulttuuri ilmentää sitä, miten henkilö reagoi kohtaamiinsa tilanteisiin, tapahtumiin, muihin ihmisiin tai tarinoihin. (Hansel 2007, 31.) Kulttuuri on ikäänkuin yhteiskunnallinen malli, jonka tietty ryhmä on ottanut itselleen, pitää sitä oikeana ja noudattaa sitä jokapäiväisessä elämässään. Kulttuuri on tällöin yleisesti ryhmässä hyväksytty ohjenuora, jonka mukaan toimitaan yksilötasolla ja jonka sääntöjä noudatetaan. Kaikki ryhmän jäsenet eivät toimi yleisesti hyväksytyyn toimintamallin mukaan, mutta suuri osa kuitenkin noudattaa tätä huomaamattaan ja mukavuudenhalusta. (Vartia 2009, 15.)

Henkilö ei ole usemmiten tietoinen kulttuurillisista tavoistaan ja kaavoista, vaan ne tulevat automaattisesti ja ovat itselle luonnollisia. Tällaista kulttuurin aluetta kutsutaan myös nimellä syväkulttuuri, sillä se koskee ihmisen tietoisuuden ulkopuolella olevaa syvää tietoa. Ihminen oppii kulttuurinsa tavat jo lapsuudessa ja ne sisältävät kaiken mitä tarvitsee tietää, jotta voi elää, työskennellä, saada ystäviä ja olla osa kulttuurista yhteisöä. Kulttuuri sisältää kirjoittamattomia sääntöjä, jotka ohjaavat ihmisen käytöstä ja tapaa katsoa maailmaa. (Hansel 2007, 31.)

Ihmiset, jotka ovat eläneet vain yhdessä kulttuurissa, eivät välttämättä tiedosta kulttuurien välisiä eroja. Asiat, joita itse pitää oikeana ja hyväksyttävänä, saattavat olla toisessa kulttuurissa täysin päinvastaisia, esimerkiksi logiikka ja totuus ovat asiota, joilla on erilainen merkitys ja arvo eri kulttuureissa. Lisäksi jokaisessa kulttuurissa on omat tapansa esimerkiksi ystäväysty, hoitaa lapsia, aloittaa keskustelu tai myydä ja ostaa tuotteita. Mentäessä tuntemattoman kulttuurin keskelle ei tarvitse tietää kaikkia näitä asioita, mutta mitä enemmän kulttuurista tietää, sitä helpommin pääsee osaksi kulttuurin yhteisöä ja sen normeja. Toiseen kulttuuriin sopeutuminen ei

ole aina helppoa, sillä omat kulttuurin arvot ja normit ovat vuosien aikana juurtuneet syvälle ihmiseen. (Hansel 2007, 32-33.)

Esimerkiksi kulttuurien välisiä eroja havaitsee usein vaihto-opiskelija muuttaessaan vieraaseen maahan, aluksi opiskelijalle voi olla vaikeaa tunnistaa oman ja vaihtomaansa kulttuurisia eroja. On kuitenkin olemassa tekniikoita, joiden avulla voidaan helpottaa kulttuurieroja ja auttaa ymmärtämään niitä. Punaiset liput eli ”red flags” on termi, joka viittaa ihmisen välittömiin reaktioihin uudesta kulttuurista. Ideana on käyttää näitä reaktioita varoittaakseen itseä kulttuurillisista eroista, jotka saattaisivat johtaa väärinymmäryksiin. (Hansel 2007, 33.) Esimerkiksi Suomeen saapuva vaihto-opiskelija saattaa aluksi pelästyä suomalaisten hiljaisuutta, ujoutta tai oman tilan arvostamista. Nämä tunteet pitäisi muuttaa niin sanotuiksi punaisiksi lipuiksi, jotta opiskelija ymmärtäisi että nämä tekijät ovat osa suomalaista kulttuuria eikä niistä kannata loukkaantua tai ymmärtää väärin. Vaihto-opiskelijat, jotka käyttävät tätä tekniikkaa, voivat oppia uuden kulttuurin syviä tapoja omista reaktioistaan ja havainnoistaan.

Nämä niin kutsutut punaiset liput voivat olla myös positiivisia reaktioita, joihin ihmisen tulisi kiinnittää huomiota. Esimerkiksi Yhdysvaltoihin mentäessä vaihto-opiskelijat saattavat iloisesti yllättyä kuinka ystävällisiä ja huomioonottavia paikalliset ovat ja saattavat väärinymmärtää nämä eleet läheiseksi ystävyudeksi. Yhdysvalloissa ystävällisyys ja kohteliaisuus ovat kuitenkin tavanmukaisia ja luonnollisia eleitä kun tavataan uusi ihminen. Se ei välttämättä kuitenkaan johda läheiseen ystävyuteen. Tämän tekniikan tarkoituksena on siis huomauttaa ihmistä erilaisista väärinymmärryksistä ja rohkaista löytämään selityksiä niille uusille tai erilaisille asioille, joita on huomannut uudessa kulttuurissa. (Hansel 2007, 34-35.)

## 5.2 Kulttuurishokki

Hämmennyksen tunteet uudesta maasta ja sen kulttuurista saattavat joskus tuntua niin epämukavilta, että ihminen kokee niin sanottua kulttuurishokkia. Kulttuurishokilla tarkoitetaan elämänmuutosten aiheuttamaa painetta tai jännitystä, joka ilmenee ihmisen yrittäessä elää vieraassa kulttuurissa. Se on vieraan kulttuurin

kohtaamisen sekä vanhan kulttuurin menettämisen yhteistulosta. Kulttuurishokki on normaali ja yksilöllinen reaktio ja siihen liittyy sekä psyykkisiä että fyysisiä oireita, kuten päänsärky, mahakipu, unikyvyttömyys sekä ruokahalun menettäminen. Kokiessaan kulttuurishokkia ihminen saattaa itkeä helposti tai suuttua nopeasti. Myös asioiden unohtaminen ja lievät pakkomielleet kuten tavaroiden jatkuva järjestely oikeille paikoilleen ovat mahdollisia kulttuurishokin oireita. (Hansel 2007, 65.)

Koska vaihto-opiskelijat viettävät pidemmän aikajakson itselleen uudessa ja erilaisessa kulttuurissa, heille kulttuurishokin kokeminen on erittäin yleistä. Toiset kokevat kulttuurishokin vahvempana kuin toiset, mutta voidaan sanoa että kaikki vaihto-opiskelijat kohtaavat uusia tilanteita ja haasteita, jotka voivat olla vaikeita ja kuohuttavia. Tällaiset tuntemukset voivat herätä jo heti kokemuksen alussa, usein opiskelijat kuitenkin tunnistavat syvemmät kulttuurierot vasta vaihtovuotensa lopussa kun he alkavat oppia ja ymmärtää enemmän paikallista kulttuuria. Nämä kulttuurierot voivat olla vaikeimpia ja tuoda esiin vahvempia kulttuurishokin tunteita kuin aiemmin. (Hansel 2007, 65-66.)

Uuteen maahan sopeutumisen prosessin voi jakaa neljään vaiheeseen. Ensimmäinen vaihe on alkuinnostus, niin sanottu kuherruskuukausi. Kaikki tuntuu aluksi hienolta, ihminen kokee uuden kulttuurin positiivisena ja kiehtovana. Toinen vaihe on päinvastainen, shokkivaihe, jossa pienetkin asiat koetaan negatiivisina ja ärsyttävinä. Asiat, jotka aluksi tuntuivat hienoilta, ovatkin nyt vastenmielisiä ja uusista asioista innostuminen tuntuu hankalalta. Kolmannessa vaiheessa ihminen oppii hyväksymään vieraan kulttuurin erilaisia piirteitä ja tajuaa, ettei voi muuttaa ympäristöään. Hän alkaa hyväksyä uuden kulttuurin tavat ja toimii niiden mukaisesti. Viimeisessä eli neljännessä kulttuurishokin vaiheessa ihminen viihtyy uudessa kulttuurissa ja on sopeutunut ymmärtämään uuden ympäristön erilaisuutta. Hän saattaa jopa tuntea olevansa kuin kotonaan uudessa ympäristössä. (Frisk & Tulkki 2005, 56-57.)

Kulttuurishokki on normaali osa vieraaseen kulttuuriin integroitumista, mutta pitkään ulkomailla vietetyn ajan jälkeen myös kotimaahan paluu saattaa aiheuttaa sopeutumisvaikeuksia. Uudelleensopeutuminen entiseen elämään voi tuntua vaikealta, koska vieraassa kulttuurissa ollessaan ihminen oppii uutta ja saa uusia

kokemuksia. Tätä kutsutaan paluushokiksi, ja se saattaa olla jopa voimakkaampi kokemus kuin alkuperäinen kulttuurishokki. Poissaolon aikana kotimaassa on saattanut tapahtua muutoksia, joihin on sopeuduttava ja oma kulttuuri saattaa tuntua vieraalta pitkän poissaolon jälkeen. Lisäksi oman kulttuurin näkee uudella tavalla saatuaan uusia vertailukohtia ulkomailta. (Frisk & Tulkki 2005, 57.)

### 5.3 Suomalainen kulttuuri

Vuoden 2015 lopussa ulkomaalaisten osuus koko Suomen väestöstä oli noin kuusi prosenttia. Ulkomaalaisten määrän jokavuotisesta kasvusta huolimatta Suomessa asuu muihin läntisen Euroopan maihin verrattuna vähiten ulkomaalaisia. Koska ulkomaalaisten osuus Suomessa on vielä pieni, ei Suomea pidetä monikansallisena valtiona. (Tilastokeskuksen www-sivut 2016.) Suomi on kuitenkin ollut vuosisatojen ajan monikulttuurinen yhteiskunta erilaisine kulttuurivähemmistöineen. Perinteiset vähemmistökulttuurien edustajat, kuten romanit ja saamelaiset, ovat saaneet elää omien perinteidensä ja tapojensa mukaan, mutta olleet myös luontevasti osana kansaa. Pakolaisten ja maahanmuuttajien lisääntyminen nyky-yhteiskunnassa aiheuttaa osaltaan paineita suomalaiselle kulttuuri-identiteetille, sillä pelätään että kansainvälistymisen seurauksena suomalaisen kulttuurin piirteet saattaisivat ajan saatossa kadota. (Frisk & Tulkki 2005, 32.)

Suomalaiseen kulttuuriin kuuluu voimakkaasti suomen kieli, joka on nuorta verrattuna moniin länsieurooppalaisiin kieliin. Suomalaisilla ei ole yleistä puhekieltä ja kaikki eivät puhu samanlaisesti kuin kirjoittavat, vaan eri alueilla on omat murteensa ja kirjoitustapansa. (Alho, Raunio & Virtanen 1989, 15-16.) Suomalaiset eivät aloita helposti keskustelua vieraan ihmisen kanssa ja siksi suomalaiset saattavat vaikuttaa hiljaisilta ja ujoilta. Suomalaisten puhetyyli on yleensä mutkaton ja rehti, asiat sanotaan suoraan ja rehellisesti. Suomen kielessä puhutaan hitaasti ja taukoja on useita sanojen välissä. Hiljaisuus ei kuitenkaan ole huono asia eikä hiljaisia hetkiä tarvitse täyttää turhalla puheella, vaan sitä pidetään normaalina tapana. Suomessa vain yksi puhuu samaan aikaan ja on epäkohteliasta keskeyttää toista. Tavallisesti suomalaiset odottavat, että toinen on saanut sanottua asiansa ennen kuin itse aloittavat puhumisen. (Infopankin www-sivut 2014.)

Suomalaisille tärkeitä arvoja ovat tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus ja näitä arvoja halutaan vaalia yhteiskunnassa. Naisten ja miesten asema on Suomessa tasa-arvoinen. Esimerkiksi nainen ja mies ovat molemmat vastuussa lasten ja kodin hoitamisesta. Suomalaisille on tärkeää pitää kiinni lupauksista ja sopimuksista ja Suomessa arvostetaan paljon. Lisäksi työnteko ja ahkeruus ovat arvostettavia tekijöitä. Suomalaiset ovat aina ajoissa ja täsmällisyys on erittäin tärkeää. Tapaamisiin tulee saapua paikalle ajoissa. Lisäksi vaatimattomuus on vaalittu arvo Suomessa. Suomalaiset eivät nosta itseään jalustalle suuressa ihmisjoukossa eivätkä kehu tai puhu suureen ääneen itsestään. Tärkeämpää on muiden huomointi ja kuuntelu. (Infopankin www-sivut 2014.)

Sauna on suomalaisille tärkeä osa kulttuuria. Alastomuus on luonnollinen asia ja saunassa käydään niin perheenjäsenten, ystävien kuin liikekumppaneidenkin kanssa. Sauna on paikka, jossa voi rentoutua ja siihen liittyy vahvasti hiljaisuus ja rauha. Suomalaiseen kulttuuriin liittyy myös vahvasti alkoholi, joka vie usein hiljaisuuden ja ujuden pois hetkellisesti. Suomalaisen juomakulttuurin perimmäinen syy onkin rentoutua, tulla sosiaalisemmaksi ja päästä irti rajoitteista. (Alho 2010.)

Suomalaiset kuuluvat yksilökeskeiseen kulttuuriin ja he kunnioittavat toisen yksityisyyttä. Keskustelun aikana pidetään tietty välimatka toiseen eikä tunteita näytetä välttämättä julkisesti. Jokaiselle Suomessa kasvaneelle on syntynyt vahva suomalainen kulttuuri-identiteetti eli kuva suomalaisuudesta ja itsestä suomalaisena. Suomalaiset tuntevat oman historiansa viime vuosisadan ja siitä ollaan ylpeitä. Myös suomalaisten menestys urheilussa ja tietotekniikassa vahvistaa suomalaista kulttuuri-identiteettiä. (Alho 2010.)

#### 5.4 Kulttuurien kohtaaminen ja monikulttuurisuus

Kulttuurien kohtaamisessa on kyse kanssakäymisestä, vuorovaikutuksesta ja joskus myös konflikteista eri kulttuureista tulevien ihmisten välillä. Yksinkertaisesti kaksi eri kulttuuria edustavaa ihmistä tapaavat toisensa oikeassa elämässä ja yrittävät selvittää arjen kohtaamistilanteista. Eri kulttuurit voivat kohdata missä vain ja

kulttuurinen monimuotoisuus näkyy entistä selkeämmin niin Suomessa kuin ulkomailla. Uuteen maahan saapuva joutuu luonnollisesti mukautumaan vieraaseen kulttuuriin ja matkaja saattaa huomata omien totuttujen tapojensa poikkeavan muualla ja häneltä vaaditaan usein sopeutumista uusiin tapoihin. Entistä useammin ihmisen on panostettava kulttuurien väliseen kommunikaatioon niin, että asiat hoituvat haluamalla tavalla. Parhaimmassa tapauksessa eri kulttuurien kohtaaminen on opettava kokemus, joka tarjoaa mahdollisuuden kehittää kulttuurien välistä viestintää. Toimiva kulttuurien välinen kommunikaatio vähentää epä tietoisuutta ja epäluuloisuutta sekä helpottaa mahdollisten ristiriitojen ratkaisua. (Pitkänen 2011, 17.)

Etnosentrismillä tarkoitetaan ihmisten vahvaa mieltymystä omaan kulttuuriin ja toisen kulttuurin arvostelua oman kulttuurin lähtökohdista. Etnosentrismi on hyvin yleinen piirre ja se on luonnollinen lähtökohta hahmottaa maailmaa, sillä jokainen ihminen arvioi muiden kulttuuria oman kulttuurin ja kokemuksen perusteella. Etnosentrinen ihminen pitää omia kulttuurisia arvojaan oikeina ja väheksyy näiden perusteella muiden kulttuureiden tapoja. Etnosentrismillä voi olla hyviä seurauksia, kuten ryhmän sisäinen yhteneväisyyden parantaminen, mutta etnosentrismi voi helposti johtaa vähemmistöjen tai maahanmuuttajien syyttämiseen ja halveksuntaan. Etnosentrismillä voi myös syntyä rasismia, joka tarkoittaa muiden kulttuurien näkemistä ala-arvoisempina omaan kulttuuriin nähden ja se on yksi suurimpia ongelmia kulttuurien kohtaamisessa. Jokaisella meistä on kuitenkin etnosentrisiä taipumuksia ja ne ilmenevät eri tavoilla. On luonnollista, että oman kulttuurin tavat koetaan oikeiksi ja muiden kulttuureiden normit vääriksi. (Cantell 2000, 26–27.)

Kulttuurirelativismi on etnosentrismen vastakohta ja tarkoittaa oikeanlaista asennoitumista vieraan kulttuurin kohtaamiseen. Se on kyky jättää oma etnosentrismi taakse ja ymmärtää toisen kulttuurin tapoja ja arvoja. Kulttuurirelativistisuus on usein vaikeaa, sillä ihmisille ei ole helppoa luopua omasta näkökulmastaan ja kulttuuristaan, varsinkin silloin, kun muiden tavat tuntuvat oudoilta ja epänormaaleilta. Ihminen voi toimia inhimillisesti ja tuottaa hyvää mieltä vaikkei tuntuksikaan täysin toisen kulttuuria. Tärkeämpää on aito halu auttaa ja kunnioitus toisen persoonaa kohtaan kuin yksityiskohtaiset tiedot vieraasta kulttuurista. (Laine, Ruishalme, Salervo, Sivén & Välimäki 2005, 196.)

Kulttuurien kohtaamisissa tapahtuu väistämättä väärinymmärryksiä, mutta näitä voidaan välttää kuvailemalla, tulkitsemalla ja arvioimalla tilannetta ennen kuin tekee minkäänlaisia johtopäätöksiä. Vieraasta kulttuurista tulevien ihmisten käytöstä ei tulisi tulkita ja arvioida oman kulttuurin arvojen kautta, vaan arvostaa toista kulttuuria ja sitä kautta yrittää ymmärtää toisen käyttäytymistä. (Hansel 2007, 36-37.) Kulttuurierojen väärinymmärryksiä voidaan myös ehkäistä välttämällä stereotypioita. Kalliopuskan (2005, 190) mukaan stereotypia eli ennakkoluulo tarkoittaa ihmisryhmän jakamaa yleistettyä ja kaavamaisista mielikuvaa jostakin ihmisestä, ihmisjoukosta tai asiasta. Usein stereotypiat ovat vain alkuolettamia ja antavat väärän kuvan ihmisen käyttäytymisestä. Kulttuuriset stereotypiat saattavat olla vahvoja ja vaikeasti hävitettävissä. Turistit saattavat usein saada vahvistusta ennakkoluuloilleen ollessaan vain lyhyen ajan uudessa maassa. Vaihto-opiskelijat viiptyvät kohdemaassa kauemmin ja siten heillä on parempi mahdollisuus ymmärtää uutta kulttuuria, vaikka hekin saattavat löytää vahvistusta ennakkoluuloilleen kokemansa perusteella. Stereotypiat saattavat olla osaksi totta, mutta tosielämän tilanteet ja ihmiset niissä ovat paljon monimutkaisempia kuin mitä stereotypiat antavat ymmärtää. Stereotypiota tulisi tarkastella kriittisesti ja omat ennakkoluulot kannattaa tiedostaa ennen uuteen maahan lähtemistä. Näin olet avoimempi tapaamaan uusia ihmisiä eikä mielipide näistä ihmisistä muodustu pelkkien ennakkoluulojen perusteella. (Hansel 2007, 37-38.)

Monikulttuurisuus tarkoittaa eri kulttuuristen, kielellisten ja etnisten ryhmien rinnakkaiseloja. Sillä tarkoitetaan myös poliittisia ohjelmia, joiden avulla valtio pyrkii huomioimaan eri kulttuurista tulevien ihmisten tarpeet ja takaamaan oikeuksia toteuttaakseen tasa-arvon ja ehkäistääkseen riitatilanteet. (Järvinen, Tontti, Lindblom-Yläne, Niemelä & Päivänsalo 2009, 144.) Monikulttuurisella osaamisella tarkoitetaan kykyä reagoida ja toimia oikein erilaisissa kulttuurienvälisissä tilanteissa. Se koskettaa meitä kaikkia tavalla tai toisella. Monikulttuurinen yhteiskunta on avoin ja suhtautuu joustavasti erilaisuuteen. Monikulttuurinen osaaminen on halua oppia ymmärtämään toisen tarkoitusta ja toisen kulttuurien toimintatapoja. Omien ja muiden virheiden salliminen sekä epävarmuuden sietäminen on tärkeä osa kulttuurienvälisestä osaamisesta. (Rastas, Huttunen, Löytty 2005, 22–23.) Monikulttuurisen yhteiskunnan rakentaminen on haasteellista niin

kantaväestölle kuin uusille muuttajille. Suomalaiseen yhteiskuntaan muuttaminen aikuisiässä ei ole aina helppoa, sillä ihminen on sosiaalistunut elämään erilaisessa ympäristössä. Monikulttuurisessa yhteiskunnassa yhteisten arvojen löytäminen on haastavaa ja yhdenmukaisuuden vaatiminen erilaisista taustoista tulevilta ihmisiltä luo helposti konflikteja ja vihamielisyyttä. (Järvinen ym. 2009, 130-131.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 6.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Tässä työssä käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on kuvata todellista elämää ja ymmärtää kohteen tai ilmiön merkittävyyttä kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksen aineisto kerätään luonnollisissa tilanteissa ja tutkittavina on tarkoin valittu kohdejoukko. Laadullinen tiedonkeruu koostuu omista havainnoista ja vuorovaikutuksesta tutkittavien kanssa. Suosituimpia tutkimusmenetelmiä ovat ne, joissa tutkittavien näkökulmat ja mielipiteet pääsevät esille. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 160.)

Kanasen (2008, 24) mukaan laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erona on se, että laadullisessa tutkimuksessa pyritään käyttämään sanoja, kun taas määrällisessä hyödynnetään lukuja. Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii selvittämään ja antamaan uuden syvällisemmän näkökulman ilmiöön. Laadullisessa tutkimuksessa otanta ei ole oleellisessa roolissa, sillä usein kysymykset ovat avoimia, jonka takia tutkimustulosten analysointi on haasteellista. Kvalitatiiviseen tutkimukseen on vaikeaa määritellä sopivaa määrää. Usein todetaan, että määrä on hyvä, kun tutkimuksesta ei enää kerry uutta tietoa. Laadullisessa tutkimuksessa puhutaankin usein aineiston saturaatiosta eli kylläntymisvaiheesta. Useissa tapauksissa näin on huomattu tapahtuvan noin kymmenen haastattelun kohdalla. (Kananen 2008, 34.)

Laadullisen tutkimuksen tutkimustyypejä ovat muun muassa ryhmäkeskustelut, kyselyt, haastattelut, havainnointi sekä tekstianalyysit. Kyselylomake voidaan lähettää suurelle vastausjoukolle, jolloin voidaan kerätä hyvinkin laaja



tutkimusaineisto. Havainnoinnilla puolestaan voidaan saada välitöntä ja suoraa tietoa tutkittavan kohteen toiminnasta ja käyttäytymisestä. Haastattelulla aineiston keruuta voidaan säädellä joustavasti ja vastauksia on mahdollista tulkita eri tavoilla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193-220.) Valitsin oman työni tutkimustyyppiksi kyselytutkimuksen.

Kysely- eli survey-tutkimuksen tarkoitus on koota vastauksia tietyin ehdoin valitulta ryhmältä samoihin kysymyksiin. Kyselytutkimukseksi voidaan kutsua sitä, että tutkitaan suurehkoa rajattua joukkoa, joskus taas puhutaan tutkijan käyttävän kyselymenetelmää. Yleisimmin kysymys on molemmista. Kyselytutkimus on toteutettavissa joko määrällisenä tai laadullisena, joten se ei ole siis pelkästään kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. Tutkimus toteutetaan yleensä sähköisenä lomakekyselynä tai kenttäkyselynä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitä ihmiset ajattelevat, tuntevat tai uskovat. Tarkoituksena on koota tietoa, mitä muut tekevät samankaltaisessa tilanteessa ja samanlaisille ongelmille ja hyötyä näistä kokemuksista. Kyselytutkimus soveltuu siis hyvin käyttäjien taustamuuttujien ja mielipiteiden selvittämiseen. (Anttila 2005, 260.)

Tutkimuskohde on yleensä otoksella valittu ryhmä jostakin tietystä perusjoukosta ja kohderyhmä voi olla suurikin. Survey-tutkimuksessa käytetään yleisimmin kyselylomaketta, mikä tarkoittaa sitä, että kyselyyn liittyvien muuttujien määrää ja sisältöä tulee tarkoin harkita. Kyselyyn osallistuvien vastaajien on kyettävä vastaamaan jokaiseen kysymykseen yksiselitteisesti ja empimättä. (Anttila 2005, 260.) Huolellisuus on kysymysten laadinnan ydin, sillä kysymykset luovat perustan tutkimuksen onnistumiselle. Lomakkeen huolellinen suunnittelu ja testaaminen ovat ratkaisevia asioita tutkimuksen onnistumiseen. Kyselyn onnistuminen on myös riippuvainen siitä, miten tutkija osaa ottaa huomioon vastaajien ajan, halun ja taidot vastata kyselyyn. (Tietoarkiston www-sivut 2016.)

Kyselylomake kannattaa pitää mahdollisimman tiiviinä ja yksinkertaisena, sillä liian vaikeaselkoiset ja monimutkaiset kyselyt karkoittavat vastaamishalun ja vastausprosentti on yleensä suurempi lyhyissä kyselyissä. Lomakkeen tiiviys ja selkeys ovat tärkeitä tekijöitä sekä vastaajalle että tutkijalle tietojen tallennusvaiheessa. Keskimääräisen vastausajan ei tulisi olla yli 15-20 minuuttia.

Kysymysten yksiselitteisyyteen ja loogisuuteen tulee kiinnittää huomiota, sillä tulokset vääristyvät jos vastaaja ei ajattele samalla tavalla kuin kyselyn tekijä. Kyselyyn on helpompi vastata, kun kysymykset ovat loogisesti aseteltu. Samassa lomakkeessa voi olla sisällöltään hyvinkin erilaisia asioita, mutta samaan asiaan liittyvät kysymykset tulisi sijoittaa peräkkäin järkevään järjestykseen. Tämä koskee myös aihealueesta toiseen siirtymistä. Lomake kannattaa yleensä aloittaa helpoilla taustakysymyksillä eli niin sanotuilla lämmittelykysymyksillä, joihin on varmasti helppo vastata. Arkaluonteiset kysymykset kannattaa jättää kyselyn loppuun. (Tietoarkiston www-sivut 2016.)

## 6.2 Kyselylomake ja sen laadinta

Tässä tutkimuksessa käytetään laadullista tutkimusmenetelmää, sillä tutkimuksen kohderyhmä on pieni määrä ihmisiä ja haluttiin saada kokemusperäistä tietoa. Kyselylomakkeeseen haluttiin avoimia kysymyksiä, jotta vastaajilta saadaan omia rehellisiä mielipiteitä johdattelematta vastauksien suuntaa. Vastaajien on tällöin mahdollista ilmaista omat mielipiteet ja kehitysehdotukset avoimesti eikä tutkija pysty vaikuttamaan olemuksellaan tai läsnäolollaan vastauksiin. Ihmiset käsittelevät asioita yksilöllisesti ja omista näkökohdista ja siksi kvalitatiivinen tutkimusmetodi soveltui parhaiten tutkimuksen tarkoitukseen.

Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä toimii sähköinen kysely. Tutkimusaineisto kerättiin sähköpostitse lähetetyn strukturoidun kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake luotiin E-lomakkeella (Liite 1). Kyselylomaketta laatiessa hyödynnettiin teoriaa tieteellisestä kirjoittamisesta, laadullisesta tutkimuksesta, metodin valinnasta sekä kvalitatiivisesta aineistonkeruusta.

E-lomake on selainkäyttöinen ohjelma, jonka avulla voidaan luoda erilaisia verkkolomakkeita. Ohjelma luo tehdyille lomakkeelle oman internet-osoitteen, jossa vastaaja voi sen käydä täyttämässä. (E-lomakkeen www-sivut 2016.)

E-lomake tuntuu toimivalta vaihtoehdolta tässä työssä, sillä se on nykyisin hyvä vaihtoehto saada yhteys kohderyhmään ja saada vastaukset kysymyksiin, joita voi

edelleen analysoida. Sähköisen kyselylomakkeen avulla tutkimustulosten anonymiteetti säilyy eli vastaajat voivat vastata täysin rehellisesti ja avoimesti kysymyksiin ilman pelkoa ”paljastumisesta”. E-lomaketta käyttämällä vastaajat saavat rauhassa miettiä vastauksiaan, toisin kuin esimerkiksi face-to-face tai puhelinhaastatteluuissa. Lomakkeella on helppo kerätä vastauksia suurelta joukolta ja tällöin varmistetaan, että kaikilta vastaajilta kysytään täysin samat kysymykset. Lisäksi E-lomakkeella tavoitetaan paremmin kaikki haastateltavat, sillä osa vastaajista on palannut takaisin jo kotimaahansa.

Kyselylomakkeesta haluttiin selkeä, helppolukuinen ja tiivis, jotta mahdollisimman moni innostuisi vastaamaan kyselyyn. Nykypäivänä sähköpostit ovat täynnä erilaisia kyselypyyntöjä, joten massasta on vaikea erottua eduksi. Kyselyssä keskityttiin vaihto-opiskelijoiden käsityksiin Suomesta, Suomen maineeseen ja kv-tutoreiden antamiin käsityksiin Suomi-kuvasta. Tällöin voitiin muodostaa johtopäätöksiä ja saada vastaus opinnäytetyön alussa olevaan tutkimustehtävään. Kysely koostui muutamaa alun peruskysymystä lukuunottamatta pääosin avoimista kysymyksistä, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman monipuolisia ja omakohtaisia. Tässä kyselyssä vaihtoehtojen antaminen olisi saattanut johdattaa vastauksien suuntaa. Kyselylomaketta esiteltiin kahden koehenkilön toimesta ja testauksen jälkeen lomaketta muokattiin poistamalla samantapaiset kysymykset toiston välttämiseksi sekä tarkennettiin kahta kysymystä mahdollisimman tarkan ja kattavan vastauksen saamiseksi.

Tutkimustietojen käsittelyyn liittyy kaksi tärkeää tekijää, jotka tulee ottaa huomioon: luottamuksellisuus ja anonymiteetti. Tämä tarkoittaa sitä, että kenenkään tutkittavan henkilön henkilöllisyys ei saa paljastua eikä vastauksia voi pystyä yhdistämään tiettyihin henkilöihin. (Tietoarkiston www-sivut 2016.) Tutkijan vastuuna on antaa vastaajille riittävä tieto siitä, millainen tutkimus on kyseessä, mihin tarkoitukseen sitä tehdään ja mihin tutkimustuloksia käytetään. Vastaajalle tulee lisäksi kertoa, että heidän henkilösuojaansa on aina turvattu eikä tuloksia kerrota henkilötasolla. (Anttila 2005, 267.) Tutkimuksen kyselylomakkeessa on otettu huomioon nämä tutkimustietojen käsittelyyn liittyvät seikat. Vastaukset käsiteltiin luottamuksellisesti ja nimettömästi. Luottamuksellisuus ja nimettömyys tuotiin esille hyvin selvästi myös opiskelijoille lähetetyssä saatekirjeessä sekä kyselylomakkeen alussa.

### 6.3 Tutkimuksen toteuttaminen

Sähköinen kysely SAMKissa lukuvuonna 2015–2016 opiskeleville vaihto-opiskelijoille toteutettiin 29.4–13.5.2016 välisenä aikana. Kysely piti toteuttaa mahdollisimman nopeasti kevään aikana, viimeistään toukokuun loppuun mennessä, sillä suurin osa vaihto-opiskelijoista joko teki lähtöä tai oli jo palannut takaisin kotimaahansa. Tuolloin asiat olivat vielä tuoreessa muistissa ja opiskelijoilla oli mielenkiintoa vastata kyselyyn. Kysely toteutettiin sähköisesti SAMKin E-lomaketta käyttäen. Linkki kyselyyn lähetettiin saatekirjeen mukana sähköpostitse opiskelijoiden omiin sekä SAMKin sähköpostiosoitteisiin ja vastausaikaa oli kaksi viikkoa yllämainittuna ajanjaksona. Kysely lähetettiin kaikille Tiedepuiston kampuksella opiskeleville 87 opiskelijalle, jotka opiskelevat joko liiketaloutta, tietojenkäsittelyä, matkailua tai tekniikan alaa ja vastauksia saatiin 26 kappaletta. Kyselyn tulokset analysoitiin teemoittelun avulla.

Teemoittelu on laadullisen analyysin perusmenetelmä, jossa pyritään hahmottamaan aineistoa erilaisten aihepiirien mukaan. Teemoittelu muistuttaa luokittelua, mutta teemoittelussa korostuu teeman sisältö lukumäärien sijasta. Oleellista on, mitä teemasta on sanottu tai mitä asioita siihen on liitetty. Aineisto järjestellään varsinaisten teemojen mukaan ja teemoittelun tueksi voidaan tehdä eräänlainen teemakortisto, jossa aineisto on järjestelty aihealueittain omiksi kokonaisuuksiksi. Tarkoituksena on etsiä erilaisia kokemuksia, jotka kuvaavat tiettyä teemaa. Kokemukset ja näkemykset siirretään kortistoon sopivan teeman alle ja näin saadaan ryhmiteltyä sisällöllisiä näkemyseroja, joita eri teemat sisältävät. (Hiltunen 2016.)

Teemoja muodostaessa voidaan myös käyttää apuna koodausta. Koodauksella tarkoitetaan aineistoon merkittyjä jäseniteleviä luokitteluja tai merkkejä, kuten numeroita tai kirjaimia. Koodaaminen helpottaa aineiston käsittelyä, sillä sen avulla haluat kohdat löytää helpommin ja nopeammin aineistosta. Jotta aineistoon saataisiin ryhtiä ja analyysia helpommaksi, kannattaa samoista asioista puhuttavat kohdat merkitä samoin koodein. (Tietoarkiston www-sivut 2016.)

Taulukoiden avulla voidaan havainnoida aineiston keskeisiä seikkoja ja miettiä näille yhdistäviä tekijöitä eli teemoja. Tutkimusraportissa voidaan esittää teemojen

käsittelyn yhteydessä erilaisia aineistosta poimittuja kohtia eli sitaatteja. Sitaatti tarkoittaa ovat sanatarkkaa lainausta alkuperäisestä tekstistä. Sitaateilla pyritään kuvaamaan aineistoa ja siitä ilmenneitä teemoja ja niitä voidaan käyttää tulkintojen ja johtopäätösten tulkintojen tukena. Näiden näytepalojen tarkoitus on siis havainnollistaa aineistoa ja esitellä lukijalle esimerkkejä, joiden avulla voidaan todistaa että aineisto, johon analyysi on pohjattu, on ollut todellinen ja että aineistosta on saatu johtopäätöksiä juuri kyseisiä teemoja ajatellen. Sitaattien käyttöä tulisi kuitenkin tarkastella kriittisesti ja miettiä kuinka tarpeellisia ja olennaisia ne ovat raportin kussakin kohdassa. (Tietoarkiston www-sivut 2016.)

Aineiston analysointi aloitettiin hahmottamalla teemat, jotka muodostuivat kyselylomakkeen rakenteen mukaan. Näitä teemoja olivat Suomi, suomalaisuus ja mielikuvat ennen Suomeen tuloa, kansainvälisten tutoreiden vaikutus mielikuvien muuttumiseen sekä viimeisenä mielikuva Suomesta ja suomalaisuudesta vaihtojakson jälkeen. Näiden teemojen alle kerättiin kaikki kyseistä teemaa koskevat näkemykset. Vastauksista poimittiin oleellimmat tiedot eli vastauksista etsittiin usein toistuvia aiheita, perusteluja ja mielipiteitä, jotka jaoteltiin eri teemojen alle. Näin vastaukset saatiin ymmärrettävään järjestykseen. Vastauksia ja niiden yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia vertailtiin teemojen sisällä ja jokaisesta teemasta tehtiin oma koonti. Jokaisen teeman alle kerätyt vastaukset koottiin johdonmukaiseksi kokonaisuudeksi niin, ettei yksittäisen haastateltavan vastauksia voitu tunnistaa. Tutkimuksen tuloksia analysoitaessa haastateltavat koodattiin kirjain-numeroyhdistelmällä, mikä on nähtävissä sitaateissa. Näin aineiston käsittely ja vastauksien hahmottaminen helpottui. Koodaus toimii niin, että kirjain H merkitsee haasteltavaa ja kirjaimen jälkeen oleva numero identifioi vastaajan.

## 7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 7.1 Vastaajien taustatiedot

Alussa selvitettiin vastaajien taustatietoja. Kysymykset muodostuivat vastaajien sukupuolesta, iästä, kotimaasta, vaihto-opintojen kestosta sekä opiskellusta

opintoalasta. Vastaajat edustivat laajaa eurooppalaista mittakaavaa. Enemmistö vastauksista tuli Ranskasta (7 kappaletta) ja Belgiasta (5 kappaletta). Muut vastanneet jakautuivat ympäri Euroopan: kolme vastannutta oli Saksasta, kaksi Itävallasta, Alankomaista sekä Espanjasta ja yksi Latviasta sekä Unkarista. Lisäksi kolme vastausta tuli Euroopan ulkopuolelta, Kiinasta. CIMOn (CIMOn [www-sivut](http://www.cimon.fi) 2016) mukaan Suomeen tulevien vaihto-opiskelijoiden yleisimmät kotimaat ovat Saksa, Ranska ja Espanja ja se osoittautui suhteellisen oikeaksi myös tässä työssä.

Kyselyyn vastanneista 17 oli miehiä ja yhdeksän naisia. Vastaajilla oli valittavana neljä eri ikäluokkaa: suurin osa vastaajista oli iältään 21–25-vuotiaita (19 kappaletta). 18–20-vuotiaita oli neljä kappaletta ja 26–30-vuotiaita kolme. Kukaan vastaajista ei ollut yli 31-vuotias. Melkein kaikki vastaajista oli opiskellut yhden lukukauden ajan, vain kolme vastaajaa oli ollut Suomessa kokonaisen lukuvuoden. Yhtään ulkomaalaista koko tutkinnon suorittavaa tutkinto-opiskelijaa ei vastannut kyselyyn. Enemmistö vastaajista opiskeli SAMKissa liiketalouden (14 kappaletta) ja tekniikan (11 kappaletta) alalla. Yksi vastaajista opiskeli matkailua.

## 7.2 Vaihto-opiskelijoiden Suomi-kuva

Ensimmäisenä pääteemana kyselylomakkeessa oli Suomi-kuva sekä Suomeen opiskeluun tulon syyt. Tutkimustuloksissa ensimmäinen esiin nouseva seikka oli se, että monella oli hyvin erilaisia käsityksiä ja mielikuvia Suomesta ja suomalaisista. Kuitenkin useita samankaltaisuuksiakin löytyi vastausten kesken. Lähes kaikki vastanneista muodosti Suomi-kuvansa näiden asioiden ympärille: kaunis luonto, kylmä ilmasto, lumi ja Lappi, kallis hintataso sekä laadukas koulutusjärjestelmä. Erityisesti revontulet mainitsi kolme vastaajista. Suomalaisten ajateltiin olevan ujoja, hiljaisia ja etäisiä tuntemattomille ihmisille. Suomalaisten englanninkielen taito, kuten myös hyvä elämänlaatu ja hyvin toteutetut sosiaalipalvelut tulivat myös muutamissa vastauksissa esiin. Lisäksi suomalaisten alkoholinkäyttö, hyvät matkustusmahdollisuudet, pienet kaupunkirakenteet sekä turvalliset olosuhteet olivat tiedossa pienellä osaa vastaajista. Kolme vastaajaa ei pystynyt esittämään minkäänlaista Suomi-kuvaa.

Yksi belgialaisista vaihto-opiskelijoista kertoi odottavansa Suomesta matkustelua, kaunista luontoa, kylmyyttä, järviä sekä lunta. [H1] Toinen espanjalainen vaihto-opiskelija nimesi Suomen tunnusmerkeiksi rikkaan yhteiskunnan sekä parhaan koulutuksen. [H3] Ranskalaisen opiskelijan mielestä taas Suomessa on hyvä sosiaalijärjestelmä, mutta suomalaiset ovat ujoja, joilta puuttuu kohteliaisuus vieraita ihmisiä kohtaan. [H14]

*“Travel, beautiful nature, cold, lakes, snow.”[H1]*

*“A rich society and the best education.”[H3]*

*“Shy people, good social services, great quality of life, people not friendly with strangers.”[H14]*

Tutkimuksessa kysyttiin vastaajien käsitystä Suomesta ennen maahan tuloa ja vastausvaihtoehtoina olivat positiivinen, negatiivinen tai neutraali. Suurin osa vastaajista valitsi positiivisen vaihtoehdon (19 kappaletta). Seitsemällä vastaajalla 26:sta ei ollut mielikuvia Suomesta, kallistumatta siis kummankaan adjektiivin puoleen. Kenelläkään vastaajista ei ollut negatiivista käsitystä Suomesta. Käsitysten muodostumiseen olivat vaikuttaneet uutiset, Internet, elokuvat, kirjat ja artikkelit sekä ystävien tai muiden vaihto-opiskelijoiden kokemukset ja suositukset Suomesta ja elämisestä Suomessa. Seitsemän vastaajista kertoi, ettei Suomi näkynyt heidän maassaan millään tavalla, eivätkä he tienneet Suomesta mitään, joten heillä ei ollut kummempaa mielikuvaa maasta. Hei eivät olleet kuulleet myöskään mitään negatiivista, jolloin he eivät olleet muodostaneet mielikuvaa. Lisäksi neljällä muulla vastaajalla oli yleisesti positiivinen käsitys kaikista Pohjoismaista, mutta he eivät osanneet nimetä tarkempaa syytä kyseisen mielikuvan muodostumiselle.

Yksi ranskalaisista vaihto-opiskelijoista kertoi unelmoineensa pitkään tulevansa Suomeen ja oli kuullut hyviä asioita maasta ystävaltään, joka oli käymässä Suomessa kaksi vuotta sitten. [H13] Latvialaisen vastaajan mukaan hänellä oli positiivinen mielikuva Suomesta, sillä hänellä ei ollut mitään syytä negatiivisiin mielikuviin. [H15] Itävaltalainen vaihto-opiskelija perusteli omaa positiivista käsitystään sillä, että Pohjoismaalaisia ihmisiä pidetään yleisesti ystävällisinä. [H18]

*“A friend of mine came over there two years ago and it she told me a lot of good things about the country.”[H13]*

*“Didn't have any reason to have a negative image.”[H15]*

*“It is said that Northern people are friendly. General sayings.”[H18]*

Pääasialliset syyt, miksi vastanneet halusivat tulla nimenomaan Suomeen opiskelemaan, olivat suomalainen luonto, lumi ja kylmyyden kokeminen, revontulet, huippuluokan koulutus sekä uuden maan ja kulttuurin kokeminen. Monet vastanneista olivat kiinnostuneet Skandinaviasta, halusivat tutustua eri Pohjoismaihin ja pitivät Suomea erityisen kauniina maana. Muutama vastaaja halusi tulla Suomeen alhaisen väkiluvun takia, he olivat myös erityisen kiinnostuneita Lapista, kaksi vastaajaa halusi saada uusia ystäviä ympäri maailman ja yksi nosti esiin suomalaisen teknologian ja korkean turvallisuuden tason. Vastanneista kaksi kertoi olevansa kiinnostuneita suomalaisesta saunakulttuurista ja yksi halusi kokeilla avantouintia. Ranskalainen vaihto-opiskelija vastasi halunneensa tulla Suomeen uuden kulttuurin ja alhaisen väkiluvun takia. Lisäksi hän halusi tutustua Pohjoismaihin. [H4] Hollantilaisen opiskelijan syyt Suomeen tulolle olivat kauniin maan ja erityisesti revontulien kokeminen sekä hyvä koulutusjärjestelmä. [H10] Toinen ranskalainen vastaaja taas halusi tulla Suomeen mahtavien kokemusten takia ja rakkaudesta matkailuun, sillä Suomi ei hänen mukaansa ollut yleisin matkustusmaa. [H12]

*“New culture, low population, also wanted to discover the Nordic countries.”[H4]*

*“1. Beautiful country, 2. The northern lights, 3. A good education system.”[H10]*

*“Not a common country to visit: amazing experience, the love of travelling.”[H12]*



### 7.3 Suomalaisuuden kokeminen tutoreiden välittämänä

Seuraavassa teemassa painotettiin suomalaisten omaa käsitystä suomalaisuudesta ja Suomi-kuvasta ja kysyttiin, miten suomalaisten tutoreiden omat kuvitelmat suomalaisuudesta ovat välittyneet vaihto-opiskelijoille. Vaihto-opiskelijoiden vastauksissa toistuvivat sanat hiljaisuus, varautuneisuus, ujous, ystävällisyys ja alkoholi. Vastausten mukaan tutorit ovat kertoneet suomalaisten pitävän itse itseään ujoina, sisäänpäin kääntyneinä, mutta kuitenkin ystävällisinä. Tutorit ovat kertoneet useimpien vastausten mukaan, että suomalaiset juovat alkoholia ujouteensa ja tulevat sosiaalisemmiksi ja avoimemmiksi humalan avulla. Yhden vastaajan mukaan, jos haluaa tutustua suomalaisiin, pitää juoda heidän kanssaan. Toisten vastaajan mielestä Suomessa on erittäin kylmää erityisesti talvella. 26 vastaajasta kuusi oli sitä mieltä, etteivät suomalaiset kv-tutorit antaneet minkäänlaista kuvaa suomalaisista tai suomalaisuudesta. Yksi vastaaja kirjoitti ettei ollut kovin tyytyväinen omaan tutoriinsa, eivätkä he keskustelleet mistään kulttuurisista asioista. Kolme vastaajaa toi esille saunan ja sen merkityksen suomalaisessa kulttuurissa sekä sen, että suomalaiset ovat omasta mielestään hyvin täsmällistä ja rehellistä kansaa. Yksi vastaajista osasi kertoa, että Suomen maasta 70% on luontoa, jääkiekkoa pidetään kansallisurheiluna sekä sen, että Turku oli ennen Helsinkiä Suomen pääkaupunki. Espanjalaisen vaihto-opiskelijan mukaan suomalaiset itse kertoivat olevansa varautuneita, mutta kuitenkin ystävällisiä. [H5] Saksalainen opiskelija vastasi suomalaisten rakastavan saunaa ja inhoavan epärehellisiä sekä myöhästeleviä ihmisiä. [H21] Yksi belgialaisista vaihto-opiskelijoista vastasi, ettei saanut tutorilta minkäänlaista kuvaa Suomesta tai suomalaisuudesta. Tätä mieltä olivat myös toinen espanjalainen sekä ranskalainen opiskelija. [H3]

*“People are reserved but very friendly.”[H5]*

*“They love sauna and they don't like dishonest and unpunctual people.”[H21]*

*“Nothing.”[H3]*

Kysyttäessä vastaajilta tutoreiden suosittamia paikkoja Suomesta ja Satakunnasta, vastauksissa oli erittäin paljon yhtäläisyyksiä ja vastaukset olivat lähes samat kaikilla

26 vastaajalla. Vastausten perusteella kv-tutorit olivat eniten suositelleet Pohjoista-Suomea, pääkaupunkiseutua, Porin lähikaupunkeja sekä porilaisia ajanviettopaikkoja, baareja ja nähtävyyksiä. Lappi ja Helsinki nousivat esille useimmissa vastauksissa. Muita yleisiä kaupunkikohteita olivat Turku, Tampere ja Rauma. Lisäksi ruotsinristeilyt ja laivoilla matkustettavat kohteet, kuten Ahvenanmaa sekä Tukholma nostettiin monissa vastauksissa esille. Porilaisista baareista eniten esille nousivat Cabaret, Kino, Havana, Amarillo, Soma ja Saikku. Suosituimpia ajanviettokohteita Porissa olivat Yyteri, Kirjurinluoto sekä keskusta. Vaihto-opiskelijoille oli myös suositeltu kirpputoreja Porin alueelta sekä erilaisia opiskelijatapahtumia kuten Kurnajaisia.

Seuratessaan suomalaisia kv-tutoreita vaihdonsa aikana, suurin osa vastaajista huomasi, että suomalaiset ovat juuri sellaisia kuin ovat itse kuvailleetkin; ujoja, auttavaisia, varautuneita, mutta ystävällisiä. Toisaalta muutama kertoi myös huomanneensa, että kaikki eivät ole ujoja, vaan hyvinkin avoimia persoonia. Enemmistö vastaajista oli saanut vaihdon aikana sellaisen kuvan, että suomalaiset ovat ylpeitä maastaan ja sen historiasta, luonto, erilaiset urheilulajit kuten jääkiekko ja sauna ovat suuressa arvostuksessa, ihmiset ovat mukavia ja kilttejä ja aina valmiina auttamaan tarvittaessa. Vastaajat olivat hyvin yksimielisiä siitä, etteivät kv-tutorit vaikuttaneet heidän mielipiteeseensä suomalaisista. Käsitukset paikallisista ihmisistä eivät muuttuneet vaihdon aikana, vaan pysyivät positiivisina eikä vastaajilla ollut stereotypioita suomalaisista ennen vaihtoon lähtöä. Vain yksi vastaaja oletti suomalaisten olevan puheliaampia ja sosiaalisempia.

Latvialainen vaihto-opiskelija kertoi, että juttelemalla paikallisille ihmisille hänelle avartui käsitys suomalaisten avoimuudesta, ihmiset eivät olleetkaan niin ujoja kuin hän oli ajatellut. [H15] Yksi ranskalaisista opiskelijoista kehui omaa tutoriaan auttavaiseksi, tutor piti hyvää huolta hänestä, oli aina tavoitettavissa ja häneltä sai aina vastauksia opiskelijaa askarruttaviin kysymyksiin. [H13] Toisen hollantilaisen opiskelijan mukaan hänen tutorinsa ei vaikuttanut hänen mielikuvaansa Suomesta, toisaalta hänellä oli entuudestaan jo hyvä käsitys suomalaisista ihmisistä. [H10]

*” Just by talking to other Finnish people, it was clear that they are not that shy, most of them were very open.”[H15]*

*“She advised me lot of places to visit and she took care about me very well. She was very available and didn’t hesitate to tell me some stories or explanations when I had questions.”[H13]*

*“Not much actually, but I already had a good perception of Finnish people.”[H10]*

#### 7.4 Suomi-kuva vaihdon jälkeen

Vaihdon jälkeen 23 vastaajaa piti omaa Suomi-kuvaansa positiivisena, yksi negatiivisena ja kahdella ei ollut asiaan mielipidettä. Tämä tarkoittaa sitä, että vaihdon aikana seitsemän vastaajan käsitys Suomesta parani mitäänsanomattomasta positiiviseen, yhden muuttui positiivisesta hyvän ja huonon väliin ja yksi muuttui positiivisesta negatiiviseen. Käsitykset paranivat suurimman osan mielestä, koska vastaajat saivat tutustua uusiin ihmisiin ja kulttuuriin, saivat unohtumattomia uusia kokemuksia ja pääsivät kokemaan, kuinka mukavia ihmisiä suomalaiset oikeasti ovat. Kahden vastaajan mielestä vaihto aika sujui Suomessa paremmin kuin odotti, yhden ranskalaisen vastaajan mielestä elämä oli jopa parempaa Suomessa kuin kotimaassa. Lapin reissut ja revontulien näkeminen vahvistivat monien positiivista käsitystä Suomesta, lisäksi yksi vastaaja koki olonsa erittäin turvalliseksi Suomessa ja siksi oli iloisesti yllättynyt. 16 vastaajan käsitykset Suomesta pysyivät yhtä positiivisina kuin alussa, sillä vastaajien mielestä odotukset eivät muuttuneet suuntaan tai toiseen eikä pettymyksiä tullut. Yhden vastaajan käsitys muuttui positiivisesta mitäänsanomattomaan ja toisen positiivisesta negatiiviseen, sillä Suomen koulutusjärjestelmä oli heille pettymys eikä vastannut heidän odotuksiaan.

Ranskalainen opiskelija oli sitä mieltä, että hänen mielikuvansa Suomesta muuttui, koska alussa hänellä ei ollut minkäänlaisia odotuksia vaihdon suhteen, mutta lopulta hän palasi kotimaahansa monta mahtavaa kokemusta ja uutta ystävää rikkaampana. [H4] Yhden saksalaisen opiskelijan mielikuva Suomesta muuttui positiivisesta negatiiviseen, koska oli pettynyt koulutuksen tasoon eikä se vastannut vastaajan

odotuksia. [H21] Unkarilaisen vastaajan mukaan hänen mielikuvansa ei muuttunut, sillä hänellä oli oikeanlaista tietoutta Suomesta ja suomalaisista. [H23]

*“My image of Finland change, because at the beginning I was expecting nothing and finally, I just came back in my home country with a lot of amazing memories, and with the meeting of some peoples I will never forget.”[H4]*

*“Expectations about the High Level of Education were missed.”[H21]*

*“My image has not changed, because I had correct information.”[H23]*

Jos vastaajat saisivat mahdollisuuden, heistä 16 tulisi uudelleen Suomeen vaihtoon, yhdeksän kieltäytyi ja yksi ei osannut vastata, haluaisiko tulla uudelleen. Kahden mielestä Suomessa oli liian kylmä ja tylsää ja Pori koettiin liian pienenä kaupunkina. Kahden muun mielestä Suomi oli liian rauhallinen paikka, ja vaihtoaika tuli liian kalliiksi korkean hintatason takia. Viisi muuta kieltäytyivät siksi, etteivät haluaisi uudelleen samaan paikkaan, vaan tutustua mahdollisimman moneen eri maahan. Vastaajista kaksi kertoi rakastuneensa täysin Suomeen ja tulevansa ehdottomasti uudelleen, yksi vastaajista ei olisi vielä halunnut lähteä Suomesta ja kolme vastannutta kertoi haluavansa tulla takaisin Suomeen lyhyemmälle loma- tai työmatkalle.

Toinen espanjalaisista vastasi haluavansa palata Suomeen ainoastaan työskentelemään ja vain lyhyen ajanjakson ajaksi. [H3] Hollantilainen vaihtop opiskelija kertoi, ettei haluaisi tulla samaan paikkaan vaihtoon, koska haluaa vieraila mahdollisimman monessa eri maassa. Hän haluaisi kuitenkin tulla käymään Suomessa jossakin vaiheessa. [H10] Kiinalainen opiskelija rakastui maahan ja haluaisi ehdottomasti tulla uudelleen vaihtoon Suomeen. [H25]

*“I would only return to work and for a short period.”[H3]*

*“No, because I'd like to visit many countries. I would, however, like to come back to Finland at some point.”[H10]*

*“Definitely Yes! I love the entire country.”[H25]*

## 8 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millainen Suomi-kuva eri maista saapuvilla vaihto-opiskelijoilla on ja millaisen kuvan suomalaiset kansainväliset tutoropiskelijat ovat Suomesta antaneet. Lisäksi tutkimuksessa haluttiin selvittää, mitä kv-tutorit ovat kertoneet Suomesta vaihto-opiskelijoille ja millaisia matkailuvinkkejä tutorit ovat antaneet Suomesta. Tämä tutkimus oli kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja tutkimusmenetelmänä käytettiin sähköistä kyselylomaketta, joka lähetettiin vaihto-opiskelijoille ajalla 29.4–13.5.2016, ja siihen vastasi 26 vaihto-opiskelijaa.

Kyselyyn vastanneista enemmistö oli miehiä 17 vastauksella ja naisten osuus jäi vähemmistöön yhdeksällä vastauksella. Suurin osa vastanneista oli 21–25-vuotiaita. Tutkimuksen tuloksista voidaan nähdä että kyselyyn vastanneet olivat suurimmalta osaltaan Euroopasta ja Erasmus+ oli suosituin vaihto-ohjelma, jonka kautta Suomeen tultiin. Eniten vastauksia tuli Ranskasta ja Belgiasta. Kun tarkastellaan koko tutkimusta, voidaan todeta, että teoriaosuudessa esitetty Suomi-kuva oli yhtenevä tutkimuksen tuloksien kanssa. Suomesta ei tiedetä paljoakaan ja Suomi ei maana herätä monelle minkäänlaisia tunteita. Vaihto-opiskelijoiden mielikuva Suomesta ennen ja jälkeen on kuitenkin positiivisempi kuin niillä, jotka eivät ole vierailleet maassa. Lisäksi yleiseen Suomi-kuvaan liitetään perinteiset stereotyyppit Suomesta kuten kaunis luonto, kylmä ilmasto ja varautuneet ihmiset, jotka ovat vain osiltaan totta.

Sekä teoriaosuus että tutkimustulokset tukevat sitä päätelmää, että kansainväliset vaihto-opiskelijat tulevat Suomeen uusien ja erilaisten kokemusten perässä sekä tapaamaan uusia ihmisiä ja tärkeimmät vaikuttimet Suomeen tulon päätöksenteossa ovat ystävät ja muut vaihto-opiskelijat. Suomea arvostetaan turvallisenä maana, jossa yhteiskunta ja siihen liittyvät sosiaaliset palvelut toimivat hyvin. Niin teorian kuin

tulostenkin perusteella, ulkomaalaisten sekä suomalaisten mielestä Suomi-kuvaan kuuluvat puhdas ja kaunis luonto, korkea elintaso ja koulutus, saunakulttuuri, kylmä ilmasto sekä tila ja rauha. Toteutetun kyselytutkimuksen vastaukset heijastivat mielikuvia, joita suomalaiset haluavat välittää, mutta toisaalta myös hyvin yleisiä eurooppalaisia käsityksiä Suomesta ja suomalaisuudesta, esimerkiksi liittyen suomalaiseen kuvankauniiseen luontoon, suomalaisten alkoholinkäyttöön ja juroon luonteeseen. Samat teemat toistuivat kyselytutkimuksessa vastauksesta toiseen.

Ennako-odotukset Suomesta ennen vaihtoon tuloa olivat kyselyyn vastanneilla varsin positiivisia ja realistisia. Toisaalta vastaajat kokivat etukäteen, etteivät tiedä Suomesta paljoakaan, mutta vaihdon aikana huomasivat, että arvaukset Suomesta osuivat melko oikeaan. Vaihdon aikana Suomi näyttäytyi kauniina, turvallisena ja rauhallisena paikkana, jossa luonto ja siellä liikkuminen olivat isossa roolissa. Toisaalta Suomea pidettiin aivan liian kalliina ja säätä liian kylmänä. Mielikuvat Suomesta myös vaihdon jälkeen olivat hyvin positiivisia ja samansuuntaisia ennen vaihtoon lähtöä. Vaihdon jälkeen mielikuvat olivat muuttuneet hieman konkreettisimmiksi ja koskivat useammin vaihdon aikana koettuja asioita. Yleinen mielipide Suomesta pysyi vastausten perusteella positiivisena. Erityisesti kylmyys, aktiviteettien vähäisyys sekä pettymys opetuksen tasoon heikensivät maan mielikuvaa muutamien osalta. Opettajien tasoerot sekä itsenäisen työskentelyn ja tiedonhaun painottaminen koettiin negatiivisina tekijöinä suomalaisessa koulutusjärjestelmässä.

Tutkimustulosten mukaan kv-tutorit eivät juurikaan vaikuttaneet vaihto-opiskelijoiden mielikuviin Suomesta tai suomalaisista. Tuloksista voidaan nähdä, etteivät kv-tutorit myöskään panostaneet tähän asiaan kovinkaan paljon tai ajatelleet olevansa edustamassa suomalaisuutta tai suomalaista kulttuuria. Vaihto-opiskelijoille suositellut matkakohteet olivat hyvin perinteisiä ja suurpiirteisiä ja keskittyivät Suomen suurimpiin kaupunkikohteisiin. Hieman yllättävää oli se, kuinka moni vastaajista mainitsi porilaiset yökerhot suositeltuina kohteina. Matkakohteet Satakunnan ja Porin alueella olivat hyvin yksipuoliset, suurin osa mainitsi Yyterin, kun taas esimerkiksi Kalloa tai Reposarta ei maininnut kukaan.

Kyselytutkimuksen tulokset eivät juuri osoita uutta ja mullistavaa tietoa. Saadut tulokset kuitenkin vahvistavat sitä käsitystä, mikä käsitys maailmalla on yleisesti Suomesta. Tutkimustulosten perusteella voidaan havaita, että Suomi on onnistunut itsensä tunnetuksi tekemisessä suhteellisen hyvin, sillä ulkomaalaisen käsitykset Suomesta ovat varsin idylliset ja maa sopii niille, jotka arvostavat matkakohteessaan rauhaa ja luonnon läheisyyttä eivätkä pelästy vaihtelevia sääolosuhteita tai kallista hintatasoa.

## 9 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan mitata tutkimuksen reliabiliteetilla ja validiteetilla. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetti voidaan todeta esimerkiksi silloin, kun kaksi eri arvioijaa päätyy samaan tulokseen, tällöin tutkimusta voidaan pitää luotettavana ja tarkkana. Validiteetin eli pätevyyden avulla tiedetään, onko tutkimuksessa pystytty mittaamaan sitä mitä oli tarkoituskin mitata. Jotta tutkimuksen validius olisi hyvä, kyselylomakkeessa ei saa olla virheitä ja kysymykset on oltava niin selkeästi esitettyinä, että vastaajien on ne helppo ymmärtää. (Vilka 2007, 149–150.) Reliabiliteetti ja validiteetti muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Tutkimuksen luotettavuus on hyvä, kun tehty otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisvirheitä. (Vilka 2007, 51, 152.)

Tämän tutkimuksen luotettavuuteen kiinnitettiin erityistä huomiota, koska kyselylomakkeen tavoitteena oli saada selkeät vastaukset esitettyihin kysymyksiin ja välttää virheitä, joten virhetulosten ja väärinkäsitysten minimoimiseksi kyselylomake esitettiin muutaman koehenkilön toimesta. Esitestauksen jälkeen tehtiin tarvittavat muokkaukset, jonka jälkeen se oli valmis lähetettäväksi vastaajille. Kyselyyn pystyi vastaamaan sähköisesti tietyn ajanjakson ajan. Kyselylomake lähetettiin 87 vaihtopiskelijalle ja siihen vastasi 26 opiskelijaa. Luotettavuutta saattaa viedä hieman pois se, ettei vastaajia ollut enempää. Vastauksissa oli kuitenkin havaittavissa

kylläntymistä eli saturaatiota, jolloin samat vastaukset tulevat esiin uudelleen ja uudelleen eikä uutta tietoa enää kerry ja siksi tutkimusta voidaan tässä tapauksessa pitää suhteellisen luotettavana.

Kyselylomakkeen alussa kerrottiin selkeästi, mihin tarkoitukseen vastaajien vastauksia käytetään ja korostettiin vastausten ja vastaajien mielipiteiden merkitystä. Tutkimustuloksia arvioidessa ei voi olla koskaan täysin varma siitä, että vastaajat ovat ymmärtäneet kaikki kysymykset oikein eikä väärinymmärtämistä voida kontrolloida esitestauksesta huolimatta. Haasteena on varsinkin kyselyn kieli; kyselylomake on laadittu englanniksi eikä yhdenkään vastaajan saatika tutkijan äidinkielenä ole englanti. Lisäksi ongelmana saattaa olla vastaajien suhtautuminen kyselyyn eli kuinka vakavasti vastaajat suhtautuvat ja vastaavatko he huolellisesti sekä rehellisesti.

Tutkimusta voidaan kuitenkin pitää luotettavana, sillä tavoitteet, teoriaosuus sekä lomakkeen runko ovat yhtenevässä linjassa ja tutkimustehtävään saatiin tutkimuksen onnistumisen kannalta tarpeeksi riittävästi vastauksia. Tutkimus on ymmärrettävä, sillä termistö on selkokielistä ja tutkimus etenee johdonmukaisesti. Tutkimuksen sekä teoreettinen että empiirinen osio ovat molemmat objektiivisia. Teoriaosassa on käytetty monipuolisesti erilaisia aineistoja, jotta teoria olisi mahdollisimman kattavaa.

Tutkimuksen eettiseen vastuuseen on kiinnitetty huomiota, tutkija ei ole valehdellut eikä vääristellyt tutkimustuloksia, tutkimusaineisto on käyty läpi luottamuksellisesti ja tutkimuksessa esiin nousseet asiat on rehellisesti nostettu esiin. Tutkimus on tehty Satakunnan ammattikorkeakoululle ja tutkimukseen on anottu tutkimuslupa Satakunnan ammattikorkeakoulun laaturaporttikolmelta. Tutkimuksessa ei ole paljastettu vastaajien henkilöllisyyttä eikä tuloksista pysty selvittämään, kenen vastaajan mielipide on kyseessä. Tutkimuksen kyselyosiossa haluttiin korostaa sitä, että vastaajat voivat kertoa mielipiteensä luottamuksellisesti ja nimettömästi. Vastaajille kerrottiin kyselylomakkeen alussa, miksi kyseistä tutkimusta tehdään ja mihin tarkoitukseen vastauksia käytetään.



## 10 POHDINTA

Tutkimustulokset ovat kiinnostavia niin suomalaisen kuin matkailun opiskelijan näkökulmasta, sillä on mielenkiintoista tietää mitä suomalaisista ja maastamme ajatellaan muualla maailmassa. Tuloksista on kuitenkin varmasti myös hyötyä Satakunnan ammattikorkeakoululle, sillä tutkimuksesta saatujen tulosten myötä voidaan pohtia, mitä muita asioita Suomesta, suomalaisista ihmisistä ja kulttuurista voitaisiin jatkossa tuoda esille vaihto-opiskelijoille esimerkiksi tutoroinnin kautta.

Tutkimuksesta selvisi, että kaikilla vaihto-opiskelijoilla ei ollut vahva Suomi-kuva ennen vaihtoon lähtöä, mutta kotiin palatessa suurimmalla osalla oli hyvät mielikuvat maasta. Oli mielenkiintoista tutkia erilaisia näkemyksiä ja niiden eroja Suomesta ja suomalaisista sekä oli ilahduttavaa kuulla että vaihto-aika oli ollut positiivinen kokemus suurimmalle osalle vastaajista.

Tutkimus oli ajankohtainen, sillä kansainvälisyyden merkitys korostuu vuosi vuodelta enemmän suomalaisessa työ- ja opiskelumaailmassa. Ulkomaalaisten opiskelijoiden määrää halutaan kasvattaa, jotta Suomeen jäisi opiskeluiden jälkeenkin hyödyllistä monikulttuurista tietotaitoa, jota käyttää hyväksi kansainvälisessä yritys ympäristössä. Lisäksi Suomen asema saattaa heikentyä koulutusmaana ja korkeakoulujen välinen kilpailu uusista vaihto-opiskelijoista kiristyy, jos suunnitellut lukukausimaksut EU:n ulkopuolelta tuleville opiskelijoille käyvät toteen. Jos Suomi menettää yhden suurimman kilpailuvaltinsa poistamalla ilmaisen koulutuksen vaihto-opiskelijoilta, nousee Suomen ja suomalaisuuden mielikuvan vahvistaminen maailmalla entistä tärkeämmäksi tekijäksi.

Tämän tutkimuksen tuloksia voitaisiin hyödyntää myöhemmin tekemällä jatkotutkimuksena uusi samankaltainen mielikuvakysely ja tutkia, mihin suuntaan tutkimustulokset ovat muuttuneet ja onko Suomen yleinen tunnettuus parantunut ulkomailla. Tutkimustuloksista voitiin myös huomata, että Pohjoismaista ei saapunut kyseisenä lukuvuotena yhtäkään vaihto-opiskelijaa. Tähän saattaa olla syynä läheinen sijainti ja maiden sekä kulttuurien samankaltaisuus. Toisena mielenkiintoisena jatkotutkimusaiheena voisi olla tämän ilmiön tutkiminen; miten Pohjoismaiden vaihtoliikkuvuutta pystyttäisiin parantamaan ja millaisia seikkoja

Suomesta pitäisi nostaa esille, jotka kiinnostaisivat muita pohjoismaalaisia ja jotta kiinnostus Suomeen tulolle kasvaisi.

## LÄHTEET

- Alho, O. 2010. A Guide to Finnish customs and manners. This is Finland magazine. Viitattu 20.4.2016. <http://finland.fi/>
- Anttila, P. 2005. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Hamina: Akatiimi.
- Ammattiopisto Keskuspuiston www-sivut. Viitattu 12.8.2016. <http://www.keskuspuisto.fi/>
- Aula, P. & Heinonen, J. 2002. Maine: menestystekijä. Helsinki: WSOY.
- Cantell, M. 2000. Monikulttuurisen nuorisotyön käsikirja. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.
- CIMOn www-sivut. Viitattu 5.5.2016. <http://www.cimo.fi/>
- E-lomakkeen www-sivut. Viitattu 10.5.2016. <https://e-lomake.fi/web/>
- Frisk, O. & Tulkki, H. 2005. Kulttuuriavain. Helsinki: Otava.
- Haavisto, I. 2014. Työlle ahneet. Suomalaiset arvostavat ahkeruutta, mutta ovat huonoja jakamaan. Elinkeinoelämän valtuuskunta. Arvo- ja asennetutkimus. Viitattu 27.4.2016. <http://www.eva.fi/>
- Hansel, B. 2007. The Exchange Student Survival Kit. London: Intercultural press.
- Hiltunen, L. 2016. Luentomateriaali: Graduaineiston analysointi. Jyväskylän yliopisto.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Huovinen, Jan 2005. Kv-tuutorointi Turun ammattikorkeakoulun terveystalalla. Turun ammattikorkeakoulun raportteja 33. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.
- Infopankin www-sivut. Viitattu 20.4.2016. <http://www.infopankki.fi/>
- Isomäki, L. 2016. Kansainvälisten asioiden sihteeri, Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 4.4.2016.
- Järvinen, K., Tontti, J., Lindblom-Ylänne, S., Niemelä, R. & Päivänsalo, T. M. 2009. Sosiaalipsykologia. Helsinki: Otava.
- Kainulainen, K. 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampereen yliopistopaino Oy.
- Kalliopuska, M. 2005. Psykologian sanasto. Helsinki: Otava.
- Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän yliopistopaino.

Komppula, R. 2014. Luentomateriaali: paikan imago ja siihen vaikuttaminen. Itä-Suomen yliopisto, Joensuu.

Laine, A., Ruishalme, O., Salervo, P., Sivén, T. & Välimäki, P. 2005. Opi ja ohjaa sosiaali- ja terveysalalla. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Laurinolli, H. 2013. Maabrändillä samanlaiseksi. Tampereen yliopisto. Aikalainen. Viitattu 20.4.2016. <http://aikalainen.uta.fi/>

Lewis, R. 2005. Finland, Cultural Lone Wolf. Boston: Intercultural Press.

Lewis, R. 2008. When cultures collide: Leading across cultures. Boston: Nicholas Brealey Publishing.

Maabrändiraportti 2010. Tehtävä Suomelle! Miten Suomi ratkaisee maailman viheliäisimpiä ongelmia. Consider it solved. Maabrändivaltuuskunta 25.11.10. Helsinki: Finland Promotion Board. Viitattu 26.4.2016. <http://team.finland.fi/>

Niemelä, N. 2008. Kansainväliset tutkinto-opiskelijat Suomen yliopistoissa. SYL-julkaisu 3/2008.

Pitkänen, P. 2011. Kulttuurien kohtaamisia arjessa. Tampere: Vastapaino.

Rastas, A., Huttunen, L., Löytty, O. 2005. Suomalainen vieraskirja: kuinka käsitellä monikulttuurisuutta. Tampere: Vastapaino.

Saraniemi, S., Komppula, R. Matkailun edistämiskeskus MEK. 2003. Spontaanit mielikuvat Suomesta seitsemällä päämarkkina-alueella Euroopassa. Viitattu 27.4.2016. <http://www.visitfinland.fi/>

Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut. Viitattu 5.5.2016. <http://www.samk.fi/>

Suomen YK-liiton Globalis www-sivut. Viitattu 12.8.2016. <http://www.globalis.fi/>

Suomi hävisi taas Ruotsille – Olemme maailman 6. paras maa. 2015. Uusi Suomi 15.7.2015. Viitattu 26.4.2016. <http://www.uusisuomi.fi/>

Suomi putosi mainevertailussa – ei yltänyt enää kärkikahinoihin. 2015. Keski-suomalainen 16.7.2015. Viitattu 26.4.2016. <http://www.ksml.fi/>

Team Finlandin www-sivut. Viitattu 26.4.2016. <http://team.finland.fi/>

The Magellan Exchange www-sivut. Viitattu 5.5.2016. <http://www.magellanexchange.org/>

ThisFinlandin www-sivut. Viitattu 26.4.2016. <http://finland.fi/>

Tietoarkiston www-sivut. 2016. Viitattu 19.5.2016. <http://www.fsd.uta.fi/>

Tilastokeskuksen www-sivut. Viitattu 20.4.2016. <http://tilastokeskus.fi/>

Ulkoasiainministeriön www-sivut. Viitattu 26.4.2016. <http://formin.finland.fi/>

Vartia, N. 2009. Kotona kaikkialla. Kansainvälisen kanssakäymisen taitoja. Helsinki: Kirjapaja.

Vilka, H. 2007. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

VisitFinlandin www-sivut. Viitattu 26.4.2016. <http://www.visitfinland.com/>

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

Vuoristo, K. & Vesterinen, N. Lumen ja Suomen maa. 2002. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Zimmerbauer, K. 2007. Imago ja kuntarakenteen muutos. Seinäjoen ja Peräseinäjoen kuntaliitoksen vaikutus alueellisen imagon kehittämiseen. Alue ja ympäristö. Viitattu 20.4.2016. <http://www.ays.fi/>

Äikäs, T. 2004. Imagoa etsimässä. Kaupunki- ja aluemarkkinoinnin haasteista mielikuvien mahdollisuuksiin. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Saatekirje & kyselylomake

Dear Exchange Student,

I'm studying tourism at SAMK and doing my bachelor's thesis about exchange students. My research is about what images you had about Finland before you came here, how the images changed during your stay and how did the international tutors influenced your image to Finland and Finnish people.

Therefore I would appreciate it if you could have few minutes to read and fill this questionnaire. By answering these questions, you will help me to complete my research and improve the stay of following exchange students.

Responses will be handled confidentially and anonymously and your names will not be mentioned in my research or thesis.

I appreciate your cooperation and am thankful if you could complete the following questions by Friday 13.5.2016. If you have any further questions feel free to contact me by email on:

riikka.laine@student.samk.fi

Best Regards,

Riikka Laine

## Questionnaire about Exchange students at the Satakunta University of Applied Sciences: Image of Finland by SAMK international tutors

Please read the following questions carefully and answer them all honestly, providing additional information where required.  
Responses will be handled confidentially and anonymously.  
Responding to the questions will take approximately 5-10 minutes.  
Thank you!

### Background information

Gender  Female  
 Male

Age  18-20  
 21-25  
 26-30  
 31-

Home country

How long did you study in Finland?  One semester  
 One year  
 Whole degree programme

What did you study in SAMK?  Business  
 Tourism  
 Engineering  
 Information Technology  
 Maritime Management  
 Logistics  
 Health Care  
 Physiotherapy  
 Fine Arts

### Finland

What kind of expectations did you have about Finland before you came here?

What kind of image did you had about Finland and Finnish people before your arrival?  Positive  
 Negative  
 Neutral

Please explain why did you had this image

Name 3 most important reasons that made you come to Finland

### Communication with the tutors

What did the tutors tell you about Finland and Finnish people?

What places did the tutors recommend you to go in Finland and in Pori? List at least 3 different places

What kind of image did the tutors give you about Finland and Finnish culture?

How did the tutors change your stereotypes or expectations about Finland and Finnish people?

#### Country image at the moment

What kind of image do you have about Finland now after your exchange period?

- Positive  
 Negative  
 Neutral

Please explain why did your image change or not

If you had the chance, would you choose Finland again as an exchange country? Please explain

Proceed

Save

Thank you very much for your time and your answers! I hope you have enjoyed your stay in Finland and I wish you all the best in the future.

Rikka Laine

riikka.laine@student.samk.fi