



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Afrikan imago matkakohteena Suomessa

Petra Garam

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma
2015



Tekijä	
Petra Garam	
Koulutusohjelma	
Matkailun koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi	Sivu- ja liitesivumäärä
Afrikan imago matkakohteena Suomessa	56 + 6
<p>Tämä opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa suomalaisten mielikuvia Afrikasta matkakohteena. Sen lisäksi tutkimuksella pyrittiin selvittämään suomalaisten matkustushalukkuutta Afrikkaan sekä mihin osiin mannerta he mieluiten matkustaisivat. Tulosanalysissä otettiin huomioon mahdolliset erot ikäryhmien, sukupuolen sekä siviilisäädyn välillä. Työn toimeksiantajana oli konsultointitoimisto RHEA ja sen tavoitteena on toimia taustatutkimuksena ja apuna toimeksiantajan myöhemmin toteutettavassa projektissa.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen kyselyn avulla ja siihen saatiin yhteensä 120 vastausta. Heistä vain 27,4 % oli miespuolisia ja iän puolesta kaikista vastaajista suurin osa oli 21 – 30-vuotiaita. Kysely luotiin sähköiselle Webropol –alustalle ja vastauksia kerättiin sosiaalisessa mediassa sekä muutamalla keskustelupalstalla. Kyselyn linkki oli auki 31.10. – 16.11.2015.</p> <p>Raportissa tutustuttiin ensin imagoon, brändiin sekä niihin liittyviin muihin käsitteisiin matkailualan näkökulmasta. Toisessa luvussa käsiteltiin Afrikkaa sekä yleisesti että matkailullisesta näkökulmasta ensin kokonaisuudessaan ja sitten alueittain. Neljännessä luvussa käsiteltiin tutkimusta teoriassa sekä tämän tutkimuksen etenemistä. Lopuksi kyselystä saadut vastaukset analysoitiin ja niiden perusteella tehtiin johtopäätöksiä ja pohditaan kehitysehdotuksia sekä koko projektin etenemistä.</p> <p>Tutkimuksesta kävi ilmi, että suomalaisten imago Afrikasta matkailumaana on pääosin myönteinen. He tiedostavat myös ongelmat, kuten köyhyyden ja sodat, eivätkä ole innokkaita matkustamaan ongelma-alueille. Afrikasta tiedetään melko vähän ja eniten mielikuvia herättivät luonto, eläimet sekä erilaiset ongelmat.</p>	
Asiasanat	
Imago, brändi, mielikuva, Afrika, matkailu	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Imago matkailun näkökulmasta	3
2.1	Imagon merkitys ja piirteitä.....	4
2.2	Imagon rakentuminen	6
2.3	Matkakohteen imagoon vaikuttavia tekijöitä ja haasteita	9
3	Afrikka ja matkailu	11
3.1	Afrikan vetovoimatekijöitä	12
3.2	Afrikan ongelmat ja uhat matkailijoille	14
3.3	Afrikka osissa.....	16
3.3.1	Pohjois-Afrikka	17
3.3.2	Itä-Afrikka.....	19
3.3.3	Eteläinen Afrikka	22
3.3.4	Länsi-Afrikka	25
3.3.5	Keski-Afrikka	28
4	Tutkimus ja sen kulku.....	32
4.1	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	32
4.2	Aineiston hankinta kyselyn avulla.....	33
4.3	Tutkimuksen luotettavuus	34
5	Tutkimustulokset	36
5.1	Vastaajien taustatiedot.....	36
5.2	Mielikuvat Afrikasta	37
5.3	Vastaajien matkakokemukset ja -halukkuus.....	43
6	Pohdinta.....	48
	Lähteet	51
	Liitteet.....	57
	Liite 1. Kyselylomake.....	57
	Liite 2. Mitä sinulle tulee mieleen Afrikasta? – avoimet vastaukset.....	60

1 Johdanto

”Once Africa has you in its thrall, it very rarely lets go” (Ham ym. 2010, 14).

Afrikka on suuri ja monimuotoinen maanosa ja sieltä löytyy noin 50 maata ja vielä useampia kulttuureita ja kieliä. Siellä on useita eri kasvillisuusvyöhykkeitä aina autiomaasta sademetsään, joten myös kasvillisuus ja eläimistö vaihtelevat suuresti maanosan sisällä. Kaikesta kauneudesta huolimatta Afrikasta löytyy myös paljon ongelmia, kuten köyhyyttä ja sotia, jotka hidastavat sen taloudellista kehitystä ja kansalaisten hyvinvointia.

Ihmisten mielikuvat jostakin asiasta muodostavat imagon ja sitä kautta tietynlaisen maineen. Pikkuhiljaa imagosta ja maineesta muodostuu yrityksen tai asian brändi. Sekä imago, maine että brändi vaikuttavat ihmisten ostokäyttäytymiseen niin päivittäisten ruokaostosten kuin matkakohteen valinnassa. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on ottaa selvää siitä, minkälainen imago meillä suomalaisilla on Afrikasta ja sen eri osista matkakohteina. Työn tärkein tutkimusongelma kuuluukin näin: ”Minkälainen imago suomalaisilla on Afrikasta matkakohteenä?” Muita kysymyksiä, joihin tutkimuksella pyritään vastaamaan, on:

- Millaisia mielikuvia maanosa suomalaisissa herättää?
- Ovatko suomalaiset valmiita matkustamaan Afrikkaan?
- Mihin Afrikan osiin/maihiin suomalaiset todennäköisimmin matkustaisivat?
- Mitä ikäryhmiä Afrikan matkailu kiinnostaa eniten?

Teoriaosion pohjalta laaditaan kvantitatiivinen eli määrällinen kyselylomake, jolla pyritään selvittämään yllä esiteltyjä ongelmia. Kyselylomake julkaistaan Internetissä Webropol – alustalle. Lomaketta pyritään levittämään sosiaalisessa mediassa, keskusteluforumeilla sekä joidenkin lehtien verkkosivuilla. Jos netistä ei saada tarpeeksi vastauksia, voidaan niitä yrittää kerätä myös henkilökohtaisesti esimerkiksi Helsingin kaduilla.

Oletetaan, että Afrikan matkailusta kiinnostuneet ovat pääasiassa 20 – 65-vuotiaita naimattomia tai parisuhteessa olevia ihmisiä, joten tutkimuksessa pyritään saamaan vastauksia pääosin tästä kohderyhmästä. Oletus perustuu siihen, että Afrikka – erityisesti Saharan eteläpuolella olevat alueet – ovat joko niin köyhiä ja ongelmariikkaita, että niihin on sen puolesta miltei mahdotonta matkustaa, tai kohteet ovat niin kaukana ja vaikeasti saavutettavissa, että muut kohteet nähdään helpompina ja loogisempina vaihtoehtoina. Paikoitellen myös tiet ja liikenne ovat huonoja, rajanylitys hankalaa ja jopa luksuskohteisiin saattaa olla hankala päästä (Ham ym, 2010, 14). Erityisesti alle 20-vuotiaiden tai lapsiperheiden

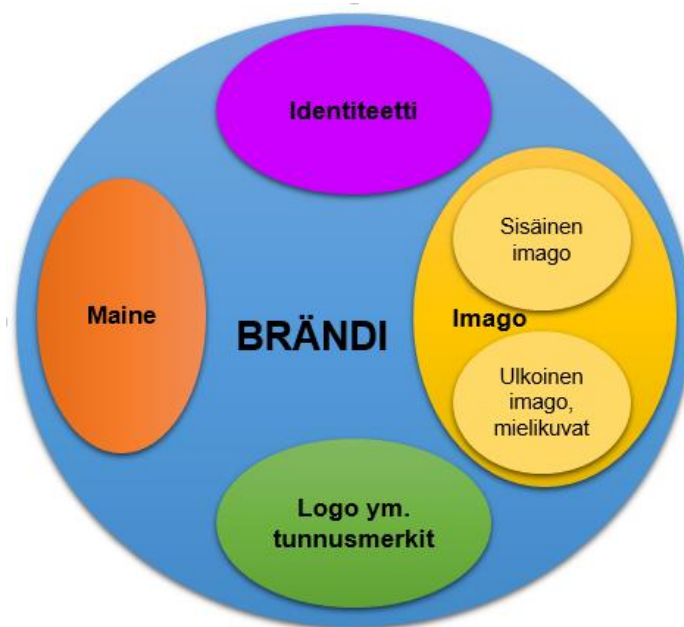
sekä iäkkäämpien matkajien ajatellaan valitsevan niin sanottuja helppoja kohteita enemmän. Afrikasta kuitenkin löytyy myös lapsiystävällisiä matkakohteita, joten lapsiperheitä ei suljeta kokonaan pois mahdollisista matkustajista (Ham ym. 2010, 1136).

Työn toimeksiantajana toimii konsultointitoimisto RHEA, joka pyrkii neuvomaan muun muassa yrityksiä toimimaan vastuullisemmin ja edesauttamaan kestävästä kehitystä. Eräs heidän projekteistaan liittyy matkailun sosiaalisen hyödyn kehittämiseen esimerkiksi Itä-Afrikassa. (RHEA 2015a; RHEA 2015b.) Tämän työn tarkoituksena on toimia tutkimustyönä ja apuna osana myöhemmin toteutettavaa projektia.

Työssä perehdytään ensin imagoon, sen tärkeyteen, sen luomiseen ja siihen liittyviin käsitteisiin, kuten brändiin. Sen jälkeen käsitellään Afrikkaa matkakohteena: aluksi lyhyesti sen maantiedosta ja sitten vetovoimatekijöitä sekä uhkia ja ongelmia. Lopuksi tehdään kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, jossa kartoitetaan suomalaisten mielikuvia Afrikasta. Tutkimuksen tuloksia analysoidaan ja pohditaan, mitä Afrikan matkojen myyjät voisivat tehdä, jotta kohteesta tulisi houkuttelevampi ja suosituampi suomalaisten keskuudessa.

2 Imago matkailun näkökulmasta

Imago ja maine ovat erittäin tärkeitä jokaiselle asialle, henkilölle ja organisaatiolle. Imago tarkoittaa ihmisten näkemyksiä ja mielikuvia jostakin asiasta ja maine muodostuu enem- minkin siitä, mitä ihmiset puhuvat, sanovat tai kertovat eli mainitsevat. Identiteetti tässä yhteydessä tarkoittaa sitä, miltä yritys tai muu kohde haluaa näyttää ulospäin. Brändi taas on kaikkien edellä mainittujen asioiden sekä logojen ynnä muiden tunnusmerkkien yhteis- tuotos eli tuote- tai tavaramerkki. Alla olevassa kuviossa (Kuvio 1) on pyritty kuvaamaan käsitteiden suhdetta toisiinsa. Kuviossa olevista ulkoisesta ja sisäisestä imagosta kerro- taan tarkemmin alaluvussa ”Mitä imago ja maine ovat matkailussa”. (Dinnie 2008, 14, 42; Karvonen 1999, 17-18, 47; Mainostoimisto Artmocca 2015; Moilanen & Rainisto 2009, 6- 7; Turtia 2001, 134.)



Kuvio 1. Mistä brändi koostuu? (Muokailen Dinnie 2008, 14, 42; Dinnie 2011, 9; Karvonen 1999, 17-18, 44, 47; Mainostoimisto Artmocca 2015; Moilanen & Rainisto 2009, 6-7; Tur- tia 2001, 134)

Kaikki edellä mainituista käsitteistä ohjailevat kuluttajien käyttäytymistä usealla elämän- alueella, myös matkakohteen valinnassa. Vaikka imago ei ole fyysinen ominaisuus vaan sarja ihmisten ajatuksissa olevia ideaalisia mielikuvia, on se tärkeä nyky-yhteiskunnan kil- pailunpaljouden keskellä. (Dinnie 2011, 15; Karvonen 1999, 17-18.) Matkakohteen brän- däys on hyvin samankaltaista kuin yrityksillä, mutta se on vielä astetta monimutkaisem- paa. Ohjeita ja teoriaa aiheesta löytyy etenkin organisaatioille paljon, mutta brändiä raken-

nettaessa on hyvä muistaa, että tilaa löytyy myös mielikuvitukselle ja uusille ideoille (Dinnie 2008, 45; Moilanen & Rainisto 2009, 3-4.) Seuraavaksi perehdytään tarkemmin imagon määritelmiin ja siihen, miten mainetta ja brändiä voi hankkia ja kasvattaa.

2.1 Imagon merkitys ja piirteitä

Sana ”imago” tulee englannin kielen sanasta ”image”, joka tarkoittaa muun muassa kuvaa, henkilö- tai yrityskuvaa, mielikuvaa, kuvitelmaa tai mainetta (Karvonen 1999, 36; Tuturia 2001, 393; Valpola 2000, 477). Termi voidaan myös käsittää yleisölle muodostuneena käsityksenä esimerkiksi henkilöstä tai liikeyrityksestä (Valpola 2000, 477). Karvosen (1999, 39) mukaan vuoden 1989 The Oxford English Dictionary –sanakirjan tärkein määritelmä englannin kielen sanalle ”image” on kovin samanlainen kuin ylläoleva Valpolan (2000) käsite: ”Yleisön mieliin luotu käsitys tai vaikutelma jostakin henkilöstä, laitoksesta tai tuotteesta.” Sekä mielikuvat, maine että imago ovat siis niin sanotun vastaanottajan omia käsityksiä kohteesta sen perusteella, mitä hän on itse tietyn elämänvaiheessa ja mielentilassa kokenut tai aikaisemmin oppinut. (Karvonen 1999, 52-53.)

Edellä oleva määritelmä löytyy edelleen Oxfordin sanakirjasta, mutta sen tärkeys näyttää muuttuneen ja sen rinnalle on tullut monia muita ja uudempia käsitteitä. Nykyään ensimmäinen hakutulos sanalle ”image” kuuluu vapaasti suomennettuna näin: ”Henkilön tai taiteessa olevan asian ulkoinen edustus”. (Oxford Dictionaries 2015.) James E. Grunig toteaa kirjassaan ”Image and Substance: From Symbolic to Behavioral Relationships” (1993, teoksessa Karvonen 1999, 41), että sanalla ”image” on olemassa suunnilleen yhtä monta merkitystä kuin sillä on käyttäjiä.

Imago ja mielikuvat ohjailevat suurta osaa päätöksistämme ja usein niitä käytetään helpottamaan omaa harkintaa ja päätöksentekoa. Usein valitsemme sen tuotteen, josta olemme kuulleet aikaisemmin tai joku tuttu on meille suositellut. Esimerkiksi matkakohdetta valittaessa päädyimme todennäköisemmin siihen vaihtoehtoon, josta olemme kuulleet jotain mukavaa eli joka omaa hyvän imagon tai maineen, kuin siihen, jonka olemassaolosta emme edes tiedä. Uusi ja tuntematon saattaa herättää kuluttajissa jopa kielteisiä tunteita. Näin ollen uudelle ja tuntemattomalle yritykselle tai muulle asialle näkyvyys ja positiivisen maineen rakentaminen on erityisen tärkeää. Usein tuotteiden sijaan kuluttajat ostavat ennemminkin brändejä ja niiden imagoita, ja parhaimmillaan pelkät brändit ovat miljoonien eurojen arvoisia. (Karvonen 1999, 18, 28-29; Moilanen & Rainisto 2009, 11; Vuokko 2003, 105.)

Tuotteen, palvelun tai esimerkiksi valtion brändin päämäärinä onkin muun muassa saada asiakkaista kanta-asiakkaita ominaispiirteiden perusteella sekä lisätä tätä kautta kulutusta tai matkailua myös pitkällä aikatahtimella. Muita hyvän brändin hyötyjä ovat esimerkiksi muista erottuminen, kuluttajan valinnan helpottuminen, kuluttaja luo tunnesiteitä tuotteeseen tai kohteeseen, markkinoinnin tehostuminen sekä laadun takaaminen. Hyvästä maabrändistä puhuttaessa ei tarkoiteta pelkästään turisteille houkuttelevaa kohdetta, vaan se elävöittää myös liike-elämää, vahvistaa kansallista identiteettiä ja itsekunnioitusta sekä edistää julkista diplomatiaa. Valtioiden tapauksessa vahvan brändin onkin väitetty vaikuttavan myös esimerkiksi valuutan vakauteen, vaikutusvaltaan kansainvälisessä politiikassa ja kansainvälisten suhteiden luomiseen. (Dinnie 2008, 17; Dinnie 2011, 9; Moilanen & Rainisto 2009, 7-8, 11.)

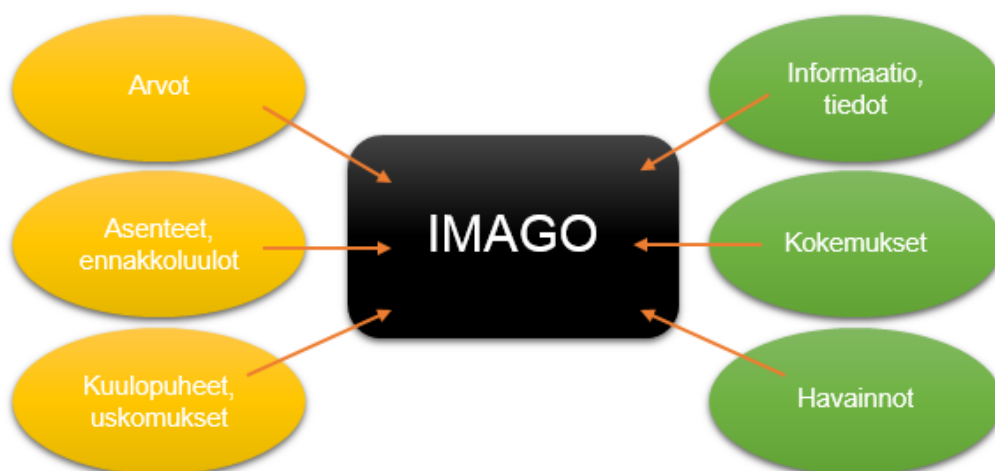
Jokaisella ihmisellä tai organisaatiolla on oma käsityksensä itsestään. Sitä, miten organisaation työntekijät tai henkilö itse kokee oman imagonsa, kutsutaan sisäiseksi imagoksi. Omien tekojen tai yrityksen palvelun kautta muodostuu toinen imago niille, jotka vastaanottavat teot tai palvelun. Tätä taas kutsutaan ulkoiseksi imagoksi. Jos imago on sisäisesti myönteinen ja organisaation työntekijät tai matkakohteen asukkaat tyytyväisiä, myös ulkoisesta imagosta muodostuu helposti positiivinen. Ulkoisesta imagosta on aika ajoin hyvä ottaa selvää tutkimuksilla ja verrata sitten tutkimustuloksi omaan tavoitekuvaan eli siihen, miten yritys haluaisi itsensä nähtävän. Jos ulkoinen imago ja tavoitekuva eivät täsmää, tulee ryhtyä toimenpiteisiin, esimerkiksi viestinnän tai toimintatapojen muokkaamisen kautta. (Karvonen 1999, 44; Dinnie 2011, 9.) Tämän opinnäytetyön tarkoitus on ottaa selvää mahdollisen muutoksen ensimmäisestä vaiheesta eli tutkia Afrikan ulkoista imagoa matkakohteena.

Kokonainen imago muodostuu sekä ulkoisesta että sisäisestä imagosta. Sisäinen imago näkyy asiakaskontaktien ja julkisten tiedotusten välityksellä kohdeyleisölle ja muodostaa sitä kautta ulkoista imagoa. Imagon rakentaminen on siis koko organisaation tai yhteisön vastuulla eikä vain yhden henkilön tai pienen ryhmän. Sen takia onkin tärkeää, että kaikki joita imagon rakentaminen hyödyttää, ottavat siitä vastuuta. Hyvä tapa kasvattaa tätä imagon rakentamisen verkostoa on sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden, kuten matkakohteiden tapauksessa asukkaiden ja paikallisten organisaatioiden, avulla. (Dinnie 2011, 5-6, 12; Karvonen 1999, 44.) Varsinkin, kun tarkastellaan niinkin isoa aluetta kuin Afrikka, on erittäin tärkeää, että maanosan sisällä eri maat ja niiden asukkaat, alueet ja organisaatiot tekevät sellaista yhteistyötä, joka hyödyttää kaikkia mahdollisen yhteisen päämäärän saavuttamisessa.

Vaikka organisaatiolla, matkakohteella tai muulla imagon kohteella olisi sekä hyviä että huonoja puolia, imagosta muodostuu lopulta positiivinen, kunhan kohteella on enemmän myönteisiä piirteitä kuin kielteisiä (Dinnie 2011, 9; O’Flaherty 2005, 12). Joskus hyvä maine peittoaa kuitenkin negatiiviset piirteet kun taas huonon maineen takaa ei ehkä nähdä positiivista kehitystä. Jos maineesta ja mielikuvista muotoutuu jostain syystä negatiivisia, on sitä erityisen vaikea korjata ja se saattaa aiheuttaa todella paljon harmia yritykselle, alueelle tai muulle imagon kohteelle muun muassa taloudellisesti. (Dinnie 2008, 42; Karvonen 1999, 20.) Vaikka yritys, jokin tuote tai esimerkiksi Afrikka olisi todellisuudessa kehittynyt paremmaksi ja houkuttelevammaksi, voivat ihmiset silti pitkään nähdä sen negatiivisena, eli Afrikan tapauksessa mahdollisesti sotien runtelemana, köyhänä ja pelottavana matkakohteena.

2.2 Imagon rakentuminen

Jokainen ihminen rakentaa mielikuvat ja imagon asioista, kuten organisaatiosta tai matkakohteesta, jonkinasteisen viestinnän, kuten mainonnan, tai kontaktin kautta. Tällaisia kontakteja voivat olla esimerkiksi vierailu jossakin valtiossa tai tuttavien kertomat tarinat omista kokemuksistaan. Kontaktin ei siis tarvitse olla oma kokemus vaan riittää, että kohteesta on kuullut tai lukenut (Vuokko 2003, 105). Kontaktien ja viestinnän perusteella jokainen kokoaa itselleen yhtenäisen ja subjektiivisen mielikuvan kyseisestä asiasta, aivan kuten palapeli kootaan yhtenäiseksi useista palasista. Imagon muodostumiseen vaikuttaa vahvasti ihmisen senhetkinen tilanne ja ympäristö, mutta myös aikaisemmat kokemukset ja tausta, kuten oma ja kohteen kulttuuri, kohteen stereotyytit, politiikka sekä jopa oma äidinkieli. Näin ollen, kun maailma ympärillä muuttuu, täytyy imagon, maineen ja brändin muuttua sen mukana. (Dinnie 2008, 47, 151; Karvonen 1999, 40, 52-53, 91, 97; Moilanen & Rainisto 2009, 14.)



Kuvio 2. Imagoon vaikuttavat tekijät (Vuokko 2003, 111)

Yllä oleva kuvio (Kuvio 2) on muokattu Vuokon (2003, 111) kiteyttämästä kuviosta yrityksen imagoon vaikuttavista tekijöistä. Kuviossa vasemmalla puolella keltaisella on tekijöitä, joihin yritys ei suoranaisesti voi vaikuttaa ja niitä on todella hankala muuttaa. Sieltä löytyvät kohderyhmän arvot, asenteet ja ennakkoluulot sekä kuulopuheet ja uskomukset. Kuvion oikealla puolella on vihreällä niitä tekijöitä, joihin yritys voi ja pitäisikin aktiivisesti itse vaikuttaa. Näitä ovat informaatio ja tiedot, kokemukset sekä havainnot. Palvelualoilla asiakas kohtaamiset ovat ehkä kriittisimpiä imagon rakentajia siinä mielessä, että epäonnistunut asiakas kohtaamista ei pysty helposti korjaamaan niin, että asiakas rakentaisi kohteesta positiivisen imagon (Moilanen & Rainisto 2009, 16).

Imagon kohteen, kuten matkakohteen tai organisaation, näkökulmasta on tärkeä löytää selkeät ominaispiirteet ja arvot, joiden avulla pystytään luomaan vahva, yhtenäinen ja myönteinen imago usealle eri kohderyhmälle. Näiden ominaispiirteiden, kuten nähtävyydet tai ruokakulttuuri, olisi tarkoitus olla sellaisia asioita, jotka tulevat ihmisille mieleen, kun he kuulevat kohteen nimen. Piirteiden tulisi todella erottua muiden kilpailijoiden joukosta ja niitä tulisi mainostaa jokaisessa mahdollisessa markkinoinnin kanavassa. Arvot sen sijaan näkyvät jokaisen asukkaan tai työntekijän käyttäytymisessä. (Dinnie 2008, 16, 19; Dinnie 2011, 5.)

Imagon ja mielikuvien rakentaminen valheilla ja kaunistelulla on houkuttelevaa, mutta pidemmällä tähtäimellä valheet mitä todennäköisimmin paljastuvat. Esimerkiksi jos matkakohte on antanut itsestään ja paikallisista asukkaista tietynlaisen kuvan markkinoinnin kanavilla, mutta todellisuus onkin jotain muuta, syntyy vierailijoille ristiriitainen imago kohteesta. Sen sijaan asioiden kertomatta jättäminen on toimittajille yleinen tapa kiertää valheita. Tällöin imagosta rakentuu ikään kuin vajaa eikä se anna kokonaista kuvaa kohteesta. Tässä tapauksessa esimerkiksi joidenkin maiden on hankala elävöittää kansainvälistä liike-elämää, jos yleinen mielikuva paikasta on vapaa-ajan kohde. ”Imago on kuin *lupaus* ihmisille, ja lupaukselle täytyy löytyä *katetta*. Muuten ihmiset pettyvät, ja heille muodostuu kielteinen mielikuva kohteesta.” Median luomiin mielikuviin ei voi itse vaikuttaa, mutta valtiolle tai muulle kohteelle on tärkeä korostaa sen kertomia positiivisia asioita ja pyrkiä hiljentämään negatiiviset kohut. (Dinnie 2008, 70-72; Karvonen 1999, 21-22, 314.)

Asioiden kertomatta jättäminen on yleistä, koska näin mainokset ovat kohderyhmälle houkuttelevampia. Tämä edesauttaa sitä, että ihmiset usein rakentavat imagon kohteesta sen näköiseksi kuin miltä he sen haluavat näyttävän. Toisaalta suurimman osan ajasta eri median kanavat myyvät paremmin negatiivisilla asioilla, kuten uutisilla sodista, ja siksi media

rakentaa erittäin tehokkaasti erityisesti negatiivisia mielikuvia ihmisten ajatuksiin. (Karvonen 1999, 82-83.) Ihmisillä onkin Afrikasta enimmäkseen kielteisiä mielikuvia, koska monet uutiset maanosasta ovat negatiivisia eivätkä positiiviset uutiset ylitä kansainvälisen median uutiskynnystä (Ham ym. 2010, 14). Kuten aikaisemmin tässä työssä todettiin, imago ja maine vaikuttavat ihmisten päätöksiin ja Afrikan tapauksessa media on mahdollisesti muokannut sen imagon siten, että matkustajat eivät näe sitä kovin houkuttelevana matkakohteena.

Usein esimerkiksi matkatoimistot myyvät tuotteitaan paremmin mainostamalla elämyksiä ja mielikuvia kuin matkaa. Vaikka matkojen välittäjät eivät voi tietää sitä, millaisia asiakkaan todelliset elämykset matkan aikana ovat, he tietävät ihmisten tahtovan pikemminkin ostaa hyötyä, kuten rentoutumista, kuin tuotteita eli esimerkiksi lentomatkaa itsessään. (Karvonen 1999, 21-22, 30-31.) Asiakkaan ollessa matkalla esimerkiksi jossain lomakohteessa hän ei varsinaisesti välitä siitä, mitkä yritykset siellä tarjoavat palveluita. Sen sijaan, että matkustaja rakentaisi matkakohteessa oleville yrityksille omat imagot hän rakentaa yhden imagon koko kokemuksesta, jota hän sitten vertaa ennalta saatuihin lupauksiin elämyksistä. Näin hän muokkaa imagoa edelleen yhtenä, vaikka lupauksista poikkeava kokemus olisi koskenut vain yhtä monista matkan aikana tapahtuneista asiakaskohtaamisista. Paikan brändi muodostuu useista palveluntarjoajista, tuotteista sekä paikan kaikista ominaispiirteistä ja kulttuurista. (Moilanen & Rainisto 2009, 17-19.)

Media ja markkinointi vaikuttavat imagon rakentamiseen, mutta valtioiden tai muiden alueiden brändäystä ei voi jättää pelkästään mainosten varaan. Tähän yksi merkittävä syy on, että alueilla on niin paljon kulttuuria, jota ei pysty mainoksin kuvailemaan. Lisäksi jos alueella ei ole varaa markkinoida itseään paljon, kannattaa mainostaminen ehkä jättää vähemmälle ja vaihtoehtoisesti esimerkiksi tehdä julkisuuden henkilöstä ”lähettilään” tai jonkin tuotteen brändistä valtion brändin, kuten Chilen viini. Lähettiläs tai maan brändi tuovat tunnettavuutta ja toivottavasti positiivista mainetta alueelle. Myös internet on edullisempi työväline ja se auttaa luomaan kohteesta kansainvälisesti tunnetun. (Dinnie 2008, 72-73, 111-112, 225, 246.)

Jotta brändistä muodostuu tehokas ja onnistunut, tulee sen rakentamiseen laatia selkeä suunnitelma, jota ohjaavat visio sekä tarpeeksi hyvät voimavarat (Moilanen & Rainisto 2009, 6). Brändiä rakennettaessa tulee myös muistaa, että se vaatii kärsivällisyyttä ja monen vuoden sitoutumisen ennen kuin työ tuottaa konkreettista tulosta, mutta toisaalta kaikki tämä työ on vaivan arvoista (Dinnie 2008, 15, 23-24).

2.3 Matkakohteen imagoon vaikuttavia tekijöitä ja haasteita

Valtion tai alueen brändi rakentuu sekä sellaisista tekijöistä, joita alueella on luonnostaan että niistä tekijöistä, jotka ovat syntyneet ihmisten tekojen seurauksena. Esimerkiksi jokaisella alueella on jonkinlainen maisema ja oma kulttuurinsa, mutta maailman ihmeet on rakennettu tietyihin paikkoihin. Nämä tekijät ovat niitä, joista on helppo rakentaa kohteen ominaispiirteitä. (Dinnie 2008, 68-69.) Monet matkakohteet ovat pyrkineet tekemään itsensä houkuttelevammaksi erityisesti niin sanotun luovan kohderyhmän (kirjailijat, tiedemiehet, taiteilijat) silmissä muun muassa aktiivisen kulttuurillisen elämän avulla (Dinnie 2011, 4). Kulttuurillisen elämän lisäksi perinteiden kulttuuri (historia, musiikki, kirjallisuus, urheilutottumukset) on valtion tai muun alueen imagon ja brändi yksi tärkeistä osa-alueista, jotka tekevät brändistä syvemmän ja aidomman. Toisaalta kulttuuria on hankala markkinoida ja muotoilla sanoiksi sen monimuotoisuuden takia, kuten edellisessäkin luvussa todettiin. (Dinnie 2008, 43, 111-112.)

Myös alueen asukkaat vaikuttavat keskeisesti matkakohteen imagoon. He luovat ulkoista imagoa normaalilla elämällään, taidoillaan ja osaamisellaan, asenteellaan kotiaan kohtaan ja käyttäytymisellään turisteja kohtaan. Joskus heidän tapansa toimia saattaa rakentaa hyvinkin erilaista imagoa, kuin mitä kohteen brändin rakentamisen suunnitelmat pyrkivät rakentamaan. On tärkeää, että esimerkiksi kaupungin asukkaat eivät koe alueen brändiä loukkaavana omasta näkökulmastaan. Asukkaiden mielipiteen kysyminen on yksi tapa ehkäistä heidän loukkaamistaan ja saada asukkaat aktiivisesti mukaan brändäykseen. Kuten aiemmin tässä työssä mainittiinkin, asukkaiden tyytyväisyys kotiseutuunsa näkyy myös ulkopuolisille ja lisää kotimaan matkailuna. Näin myös ulkoisesta imagosta rakentuu myönteisempi. (Dinnie 2011, 8-10, 14-15, 172.)

Kestävä kehitys, ihmisoikeudet ja ympäristöystävällisyys ovat mahdollisia positiivisen imagon rakentavia tekijöitä. Toisaalta edellä mainitut asiat vaativat pitkäjänteisyyttä ja omistautumista pitkällä aikavälillä, mutta matkakohteesta puhuttaessa siitä on hyötyä sekä turisteille että kohteen asukkaille. Imagon ja pitkän aikavälin suunnitelmien rakentamisen haasteena saattavat olla poliittiset tekijät. Kohdemaan poliittisen tilan täytyy olla tarpeeksi vakaa, jotta turismin kasvaminen on ylipäätään mahdollista. Hallituksen vaihtuminen ja sen mukana ideologioiden muuttuminen saattaa pahimmillaan muokata koko brändin rakentamiseen liittyviä suunnitelmia ja heittää jo tehdyn työn hukkaan. Muita haasteita saattavat olla esimerkiksi pitkän tähtäimen rahallinen riittävyys, brändin rakentamiseen vaikuttajien sitoutuminen sekä julkisten ja yksityisten tahojen yhteistyö. (Dinnie 2008, 45; Dinnie 2011, 6; Moilanen & Rainisto 2009, 11; Vuoristo 2003, 119.)

Suurimpia haasteita valtion, kaupungin tai alueen matkailullisessa brändäyksessä ovat kohderyhmät. Matkakohteiden tarkoitus on usein houkuttaa monia erilaisia ryhmiä sekä kotimaasta että ulkomailta. Eri kohderyhmät kuitenkin hakevat eri asioita alueelta, mutta silti brändin pitäisi olla yhtenäinen ollakseen onnistunut. (Dinnie 2011, 15.) Yhtenäisen brändin rakentamisessa tulisi kehittää sellaiset logot, iskulauseet ja muut mainonnan keinot niin, että ne puhuttelevat jokaista kohderyhmää, mutta eivät ole loukkaavia ketään kohtaan. Tämä takia valtioiden tai muiden suurempien alueiden mainonta on monesti neutraalia, mutta persoonatonta eikä puhuttele kunnolla ketään. Toisaalta kokonaisen brändin lisäksi alueet voivat segmentoida kohderyhmät ja markkinoida ominaispiirteitä ja kulttuuria eri tavalla eri kohderyhmille. (Dinnie 2008, 52, 147.) Joka tapauksessa tärkeintä on, että brändin suunnittelussa ja luomisessa kohderyhmän tarpeet ovat etusijalla (Moilanen & Rainisto 2009, 13).

Usean kohderyhmän lisäksi valtioilla ja alueilla olisi hyvä olla, ja usein onkin, useita sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita. Niistä on toki suuri apu, mutta brändi myös vaikuttaa heihin kaikkiin ja se vaikeuttaa brändin yhtenäistä rakentamista, koska sidosryhmät ja yhteistyökumppanit toimivat useilla eri aloilla ja osittain eri tavoitteita kohti. (Dinnie 2008, 145; Moilanen & Rainisto 2009, 20-21.) Brändin ja imagon hallinnassa on asioita, joita voi kontrolloida ja asioita, joita ei voi itse kontrolloida. Sidosryhmien kanssa voi pyrkiä yhdessä hallitsemaan esimerkiksi mainostamista ja asiakaspalvelua. Toisaalta sidosryhmät itsessään saattavat olla brändin rakentajan kontrolloimattomissa, kuten yksilöiden toiminta tai blogit. Jokainen tietoinen ja tiedostamaton teko kuitenkin rakentaa, ylläpitää tai muokkaa kohteen imagoa. (Dinnie 2008, 192.)

3 Afrikka ja matkailu

On hankala puhua Afrikasta yhtenä kohteena, koska maanosasta löytyy noin 50 maata ja jopa kymmeniä tuhansia eri etnisiä ryhmiä. Lisäksi maanosan luonto jakautuu moneen eri kasvillisuus- ja lämpövyöhykkeeseen. (Ham ym. 2010, 13). Alla on satelliittikuva, josta voidaan havainnoida Afrikan sijaintia ja laajuutta. Maanosa sijaitsee Välimeren eteläpuolella, Atlantin valtameren itäpuolella sekä Intian valtameren länsipuolella. Sen kasvillisuus koostuu pääosin sademetsästä, aavikoista sekä arosta tai savannista ja asutusta löytyy melkein kaikkialta muualta paitsi aavikon ja puoliaavikon alueilta. (Ertimo, Lanz & Liinaharja 2011, 42-45.)



Kuva 1. Satelliittikuva Afrikasta (Wikimedia Commons 2009)

Vaikka Afrikasta löytyy useita kasvillisuusvyöhykkeitä, siellä on vain kolme lämpövyöhykettä: päiväntasaajalla sijaitseva trooppiikki, sen molemmin puolin sijaitseva subtropiikin ilmastovyöhyke sekä pienet alueet Välimeren ilmastoa aivan Pohjois-Afrikassa ja Etelä-Afrikassa. Troopiikin vyöhykkeellä lämpötila pysyy vuoristoalueita lukuun ottamatta $+20^{\circ}\text{C}$ yläpuolella läpi vuoden ja jopa kylmimmän Välimeren ilmaston talvien keskilämpötila on $+10 - +20^{\circ}\text{C}$. Suomesta katsottuna Afrikassa on siis aina lämmintä. (Boniface, Cooper & Cooper 2012, 62, 68-72.) Lisäksi mantere jakautuu neljään aikavyöhykkeeseen (Ertimo

ym. 2011, 81). Afrikan väkiluku on noin 1,17 miljardia ja väkiluvultaan suurin valtio on Nigeria. (World Population Review 2015).

Afrikan väkilukuun ja maantieteelliseen kokoon nähden sillä on yllättävän vähän ulkomalaisia turisteja; vuonna 2014 vain 5% maailman kansainvälisistä matkailijoista saapui maanosaan. Silti Afrikkaan saapuvien matkailijoiden määrä kasvoi kahdella prosentilla suurimmaksi osaksi Saharan eteläpuolella ja ebola –viruksen skandaalista huolimatta. (UNWTO 2015b, 11-12). Suomesta tehtiin 7,8 miljoona erilaisia vapaa-ajan matkoja ulkomaille vuonna 2012, josta Afrikkaan suuntautui vain 89 000 (Tilastokeskus 2013).

Vuoristo (2003, 193) mainitsee kirjassaan, että ilmaston lämmitessä epämiellyttävän kuumaksi muun muassa Itä- ja Etelä-Afrikassa, saattaa matkailu kasvamisen sijaan kuitenkin kääntyä laskuun. Toisaalta Boniface ym. (2012,68) väittävät juuri tropiikin ilmastoalueilla olevan mahdollisesti parhaat mahdollisuudet matkailun kehitykseen. Turismin kehittämiseksi Afrikassa UNWTO ja African Union eli AU kirjoittivat vuonna 2014 yhteistyösopimuksen, jonka tarkoituksena on yhdistää näiden järjestöiden voimat ja työskennellä tehokkaammin yhteisiä päämääriä kohti. (UNWTO 2015b, 62.)

3.1 Afrikan vetovoimatekijöitä

Loma-ajan matkustamisen motiiveja ovat esimerkiksi ilmasto ja erilainen ympäristö. Erityisesti niin sanotuissa epäedullisissa vyöhykkeissä, kuten kylmässä ja pimeässä pohjolessa, asuvat lähtevät mielellään lomalle jonnekin lämpimämpään ja eksoottiseen paikkaan. (Vuoristo 2003, 29.) Tässä suhteessa Afrikalla on etuoikeus Suomesta katsottuna sijaitessaan trooppisen ja subtrooppisen ilmaston alueella (Boniface ym. 2012, 62). Trooppisen ilmaston lisäksi eräs vetovoimatekijä on Afrikan monimuotoinen luonto. Eläimet aina leijonista virtahepöihin, joista Suomessa kuullaan vain kirjoista ja televisiosta, elävät Afrikassa vapaana, ja mahtavat dyyni- ja savannimaisemat saattavat avautua afrikkalaisten takapihalle. (Ham ym. 2010, 13.) Villieläimet ja niiden katselu ovatkin Afrikan yksi suurimmista matkailun muodoista (UNWTO 2015b, 35).

Suosittuja lämpimän ilmaston kohteita eli mainioita rantalomakohteita ovat pitkään olleet Välimeren sekä Kalifornian rannat. Samantyyppisen ilmaston muut alueet, kuten eteläinen Afrika, ovat jääneet vähemmälle huomiolle, vaikka Etelä-Afrika kuuluu eurooppalaiseen kulttuuripiiriin. Syitä Etelä-Afrikan vähäisempään turismiin ovat ehkä muista länsimaista katsottuna kaukainen sijainti sekä aikaisemmin mahdollisesti myös rotusyrjintä ja ennakkoluulot. (Vuoristo 2003, 77, 87.)

Afrikan kulttuurit ja perinteet ulottuvat pitkälle menneisyyteen, ja osa vanhoista tavoista ja kulttuureista ovat edelleen elossa. Sen muinaiskulttuureista ehkä tunnetuin on Egyptin valtakunta. Tältä aikakaudelta, tarkemmin sanottuna vuodesta 1450 eaa. lähtien, on jäljellä muun muassa kuningasten laakso eli 63 faaraon ja kuninkaallisen hautaholvien laakso, joka pitää Egyptiin matkailijoiden kohdelistalla. (Ham ym. 2010, 13; Supreme Council of Antiquities 2015; Vuoristo 2003, 92-93.) Toisaalta Ham ym. (2010, 4) listaavat Lonely Planetin kirjassaan Egyptin – ja koko Afrikan – tärkeimmäksi nähtävyydeksi Gizan pyramidit. Kirjassa mainitaan myös, että parhaiden nähtävyyksien valitseminen koko Afrikan alueelta on mahdoton tehtävä. Tämän kappaleen perusteella voidaan siis päätellä, että Egyptissä ja muualla maanosassa on runsain mitoin näkemisen arvoisia kohteita ja nähtävyyksiä, jotka voidaan luokitella parhaiden ja vetovoimaisimpien joukkoon.



Kuva 2. Kilimanjaron alue (Wikipedia 2015)

Muita Lonely Planetin Afrikan Top 13 nähtävyyksien listalle päässeitä nähtävyyksiä ovat muun muassa Viktorian putoukset Zambiassa ja Zimbabwessa, Serengetin kansallispuisto sekä KilimanjaroTansaniassa (kuva 2), Dogonien maa Malissa ja Sossusvleinin aavikko dyyneineen Namibiassa. (Ham ym. 2010, 4-8, 995-996.) Osa Lonely Planetin mainitsemista nähtävyyksistä löytyy myös UNESCO:n maailmanperintökohteiden listalta. Yllä mainittujen nähtävyyksien lisäksi listalta löytyy lukuisia muita kohteita useista eri maista ympäri Afrikkaa. Maanosassa löytyy UNESCO:n luokittelun mukaan kulttuuri- ja luontokohteita, ja osa kummankin kategorian kohteista on luokiteltu olevan vaarassa. (UNESCO 2015a.)

3.2 Afrikan ongelmat ja uhat matkailijoille

Kaiken kauneuden ja monimuotoisuuden keskellä maanosasta löytyy myös tragediaa. Afrikka on maanosista taloudellisesti ja sosiaalisesti heikoiten kehittynyt, ja sen suurimpia ongelmia ovatkin köyhyys, työttömyys, alkoholi ja aids. Ongelmien syntyyn ja jatkumiseen on suuresti vaikuttanut maanosan siirtomaatausta, mutta nykyään myös Afrikan maiden omat teot ja päätökset kuten korruptio, sisällissodat, kansanmurhat, valtioiden velat, ympäristöongelmat kuten aavikoituminen ja luonnonvarojen tuhlaaminen. Myös salametsästyksen ongelma ja kohdistuu monien Afrikan maiden tärkeimpään matkailun vetonaulaan eli eläimistöön. Monet kansainväliset järjestöt kuten UNWTO taistelevatkin yhdessä sitä vastaan ja pyrkivät saamaan sen loppumaan vuoteen 2020 mennessä. Suuressa osassa Afrikkaa on yllä mainittuja ongelmia ja konflikteja, mutta silti väestönkasvu on suurinta maailmassa juuri Afrikan maanosassa. Ongelmat vaikuttavat varmasti myös matkailuun ja mielikuviin maanosasta, mutta onneksi sieltä löytyy myös rauhallisempia ja turistiystävällisempiä alueita. (Ham ym. 2010, 13-14; Paukku, T. 2014; UNWTO 2015b, 61; Wienecke-Janz 2009, 6.)

Lokakuussa Yhdysvaltojen ulkoministeriön matkustusvaroitusten listalta vuodelle 2015 löytyy varoituksia tai suositus jättää matka väliin 17 Afrikan maalle. Syitä varovaisuuteen ovat muun muassa terrorismi ympäri maanosaa, yleinen turvattomuus, väkivaltaisuuDET, ebola ja puutteet sairaanhoidossa. (U.S. Passports and International Travel 2015a-g.) Tähän työhön tarkasteltiin Tansanian, Somalian, Sierra Leonen, Tunisian sekä Keski-Afrikan tasavallan matkustustiedotteita. Valinnat perustuvat siihen, että matkustustiedotteita pyrittiin tarkastelemaan mahdollisimman monipuolisesti eri puolilta Afrikkaa. Esimerkiksi eteläisen Afrikan maista yhdelläkään tai esimerkiksi Egyptillä ei ollut matkustustiedotetta Yhdysvaltain ulkoministeriön verkkosivuilla, joten joitain suosittuja matkailumaita ja -alueita jouduttiin jättämään edellä olevasta tarkastelusta kokonaan pois.

Eri maiden välillä on kuitenkin eroavaisuuksia varoitusten ja matkustustiedotteiden välillä. Yhdysvallat kehottaa jättämään Sierra Leoneen matkustamisen kokonaan pois, kun taas Suomen ulkoasiainministeriöllä ei edes ole matkustustiedotetta maahan. Tämä johtuu tosin siitä, että Sierra Leonessa ei ole Suomen edustoa. Sen sijaan Suomen ulkoasiainministeriö saattaa varoittaa joidenkin maiden, kuten Etelä-Afrikan, oloista matkailijoille, kun taas Yhdysvalloilla ei ole kyseiselle maalle minkäänlaista varoitusta. Onkin hyvä tutustua mahdollisimman monen maan matkustustiedotteisiin, kuten muun muassa Suomen ulkoasiainministeriö suosittelee. (Ulkoasiainministeriö 2015 a-c; U.S. Passports and International Travel 2015a-b.)

Ebola virus aiheutti vuonna 2014 kansainvälisen hätätilan päästessään valloilleen Länsi-Afrikassa. Tauti levisi äkillisesti hieman myöskin muihin maanosiin ja tappoi yli 10 000 ihmistä pääosin Afrikassa. On sanomattakin selvää, että tällainen epidemia on takaisku, mutta kun on kyse köyhistä maista, kuten Sierra Leone, pääsee tauti leviämään nopeammin ja sen aiheuttamat taloudelliset vaikeudet tuntuvat pahemmin. Myös kouluja suljettiin jopa puoleksi vuodeksi taudin takia. Vuoden 2015 alkupuoleen mennessä epidemia oli saatu kuriin, mutta tutkijat arvioivat, ettei ebolaa saada koskaan kokonaan poistettua. (Mundasad 2015; Turtiainen 2014.)

Afrikassa on myös muita tauteja, joita ei Euroopassa juurikaan ole. Vaarallisimpiin tauteihin kuuluvat muun muassa hepatiitti A, malaria, keltakuume, aids sekä ebola. (Vuoristo 2003, 73-74). Suurin osa aids tartunnoista löytyy juuri Afrikasta, vaikka tartuntojen ja siihen kuolleiden määrä laskee koko ajan tietoisuuden, testien, lääkityksen sekä niistä seuraavien tekojen ansiosta (Avert 2015). Maanosaan suositellaan Euroopassa tarvittavien rokotteiden lisäksi hepatiitti A –rokote ja päiväntasaajalla tarvitaan tai vaaditaan keltakuume –rokote. Lisäksi alueesta riippuen suositellaan rokotteita esimerkiksi aivokalvontulehdusta, lavatautia, kausi-influenssaa ja hepatiitti B:tä vastaan sekä malarialääkitystä tai hyttysiltä suojautumista. (Terve Media Oy 2014; Terveystieteiden tutkimuskeskus 2015.)

Suurin osa Afrikan valtioista ovat vähiten kehittyneitä maailmassa, joten ulkomaanmatkailu on pelkästään rikkaiden etuoikeus ja kotimaanmatkailu lähes olematonta. Turismi on jo nyt yksi maailman suurimmista vientituotteista ja lähes puolien vähiten kehittyneiden maiden tärkein tai toiseksi tärkein vientitulonlähde. Matkailun odotetaan kasvavan edelleen myös kehitysmaissa, joten ehkä osasta köyhistä maista voisi syntyä potentiaalisen vetovoimansa ansiosta tulevaisuudessa trendikkäitä matkakohteita. Monissa maissa matkailu auttaa taloudellisessa kehityksessä muun muassa ulkomaanvaluutan tuloina sekä uusien työpaikkojen tuojana, ja sitä kautta voi auttaa vähentämään joitakin ongelmia, kuten köyhyyttä. (Boniface ym. 2012, 366, 567; UNWTO 2015a: Vuoristo 2003, 113.)

Vaikka Afrikassa ja siellä matkustelussa on paljon vaaroja ja riskejä, voi niitä välttää muun muassa ottamalla tarvittavat rokotukset, tutustumalla kohteeseen kunnolla ja käyttäytymällä paikalliselle kulttuurille sopivalla tavalla. Köyhyydestä ja muista paikallisten ongelmista huolimatta rikollisuus on pääosin suhteellisen alhaista, mutta riskit kannattaa joka tapauksessa tiedostaa ja pitää mielessä. Suurin osa turisteista palaakin kotiinsa sen suurempia vaaroja kohtaamatta. (Ham ym. 2010, 1138-1139, 1164.)

Afrikka ei kuitenkaan ole yksin ongelmiansa kanssa. Muut maat Afrikan ulkopuolella ja järjestöt, kuten UNWTO, UNESCO ja Punainen Risti, pyrkivät jatkuvasti auttamaan Afrikkaa erilaisin keinoin kohti parempaa elämänlaatua. (Suomen Punainen Risti 2015a; UNESCO 2015b; The EIU. 2014.) Esimerkkinä UNWTO auttoi useita Afrikan maita matkailun edistämässä ja kriiseistä toipumisessa, kuten Keniaa ja sen rantakohteiden matkailualan toimijoita kolme kuukautta kestäväällä koulutuksella sekä toimijoiden yhteistyön edistämässä vuonna 2014. UNWTO osallistui myös projektiin, joka auttoi Ugandan köyhiä ja paikallisia yhteisöitä kehittämään matkailualan työmahdollisuuksia ja yrityksiä. (UNWTO 2015b, 43, 61.) Suomen Punainen Risti puolestaan tarjoaa maille humanitaarista apua, katastrofityötä ennaltaehkäisevästi ja vaikutuksia lieventävästi sekä terveystyötä fyysisiin, psyykkisiin ja sosiaalisiin ongelmiin (Suomen Punainen Risti 2015b).

3.3 Afrikka osissa

Afrikan maanosa voidaan jakaa monella eri tavalla osiin ilmaston, maantieteen, kulttuurin tai vaikka kasvillisuuden perusteella. Tässä työssä tarkastellaan maanosaa lähemmin viidessä osassa, jotka ovat Pohjois-, Itä-, Etelä-, Länsi- ja Keski-Afrikka. Työn jako perustuu Boniface ym. (2012) tekemään jakoon sillä poikkeuksella, että Egypti on Lähi-Idän sijasta osa Pohjois-Afrikkaa. Jokaisen otsikon alla on kartta alueesta, jotta sen hahmottaminen on lukijalle helpompaa (kuviot 3, 4, 5, 6 ja 7). Aivan luvun lopusta löytyy vielä yhteenveto alueiden lentoyhteyksistä taulukoissa 1 ja 2.

Näiden manneralueiden lisäksi Afrikkaan kuuluu saaria sekä Atlantin valtamerellä että Intian valtamerellä. Atlantin valtameren saaret eivät ole löytäneet turismia tai kansainvälistä kaupankäyntiä vielä kaukaisen sijaintinsa takia. Ainoa poikkeus on Senegalin länsipuolella sijaitseva Kap Verden saaristo, joka muistuttaa paljolti Kanarian saaria ja jonne pääsee lentäen esimerkiksi Lissabonista. (Boniface ym. 2012, 399-400.)

Intian valtamerellä sijaitsevien saarien matkailu on hieman edistyneempää etenkin Mauritiuksella ja Seychelleillä, jotka ovat osanneet käyttää rantojaan ja muita luonnonvarojaan hyväkseen matkailun edistämiseksi. Saarten eläimistö ja kasvillisuus poikkeavat suuresti mantereesta ja niiden kulttuurit ovat saaneet vaikutteita Aasiasta sekä siirtomaaisäntä Ranskasta. Saarten ekosysteemit ovat vaarassa ilmastonmuutoksen takia ja ihmisten on helppo tuhota niiden luontoa esimerkiksi pois lentokenttien tieltä, etenkin kun osassa saarista matkailu on nousussa. (Boniface ym. 2012, 390- 392; UNWTOc 2015, 19.)

3.3.1 Pohjois-Afrikka

Moniin muihin Afrikan alueisiin verrattuna Pohjois-Afrikan turismia on paljon, Libyaan lukuun ottamatta: jo ilman Egyptiä yli kolmannes koko Afrikan matkailusta keskittyy tähän alueeseen. Yli puolet alueelle suuntaavista matkailijoista ovat eteläeurooppalaisia rantaja pakettimatkalomailijoita, vaikka maantieteellisesti se on monipuolista aluetta aina Marokon Atlas –vuoresta sekä Välimeren ilmastoalueesta Saharan autiomaahan. Pohjois-Afrikan maat kilpailevatkin Välimeren rantalomailijoista ja pakettimatkaajista Etelä-Euroopan kohteiden kanssa, mutta afrikkalaisilla on etuna eurooppalaisesta kulttuurista paljolti eroava arabilainen kulttuurinsa. Suurin osa Pohjois-Afrikan majoitusmahdollisuuksista on hotelleja ja alueella on yli 18 000 hotellihuonetta, mutta myös hostelleja, leirintäalueita ja mökkejä. Helpointa on saavuttaa alueen maat lento teitse, mutta paikoitellen myös juna- ja bussiliikenne toimii. (Boniface ym. 2012, 367-375.)



Kuvio 3. Pohjois-Afrikan kartta (Google 2015)

Pohjois-Afrikan mailla on kulttuurillisesti paljon samoja piirteitä Lähi-Idän kulttuureiden kanssa. Siksi Egypti ehkä on Bonifacen ym. (2012) kirjassa käsitelty muiden Lähi-Idän maiden kanssa, vaikka se maantieteellisesti kuuluukin Afrikkaan. Suuri osa pohjoisafrikkalaisista on muslimeja ja arabia on kaikkien Pohjois-Afrikan maiden virallinen kieli. Alueella, pääosin Atlas -vuoristossa, on jäljellä myös alkuperäiskansaa eli berbereitä, ja lisäksi Marokossa, Algeriassa ja Tunisiassa puhutaan ranskaa arabian ohella. 1900-luvun alkupuolen Ranskan siirtomaatausta jätti jälkeensä kielen lisäksi paikoitellen myös kulttuurisia vaikutteita, laadukkaan tieverkoston sekä eurooppalaiseen tyyliin rakennettuja kaupunkeja. perinteinen kulttuuri on kuitenkin tärkeä paikallisille eikä esimerkiksi Niilin ympäristön

maaseudun kulttuuri ole juurikaan muuttunut faaraoiden ajoista. Etenkin turismin innoittamana perinteiset käsityöt ovat edelleen tärkeä taloudellinen tulonlähde monille. (Boniface ym. 2012, 343 – 351, 365-368.)

Suurimpia ongelmia Pohjois-Afrikan alueella ovat köyhyys, työttömyys, lukutaidottomuus sekä nuori väestö; noin puolet väestöstä on alle 21 vuotiaita. Maiden talouksista johtuen työpaikkoja ei pystytä tarjoamaan tarpeeksi, joten niitä luodaan epävirallisesti esimerkiksi tarjoamalla länsimaisille turisteille opastettuja kiertoajeluita epävirallisten oppaiden johdolla. (Boniface ym. 2012, 368.)

EGYPTI

Tähän työhön valittiin Egypti lähempään tarkasteluun, koska se on suurin matkailumaa Pohjois-Afrikan alueen maista (UNWTO 2015c, 18, 95).

Jo paljon enne massaturismin alkua Egypti oli yksi suosituista kohteista pyhien alueiden sekä ikivanhan sivilisaationsa ansiosta. Poliittisista myrkyistä huolimatta maa on nykyään arabiankielisen ja -kulttuurillisen alueen keskus, ja sen pääkaupunki Cairo toimii Aasian, Euroopan ja Afrikan välisenä keskiönä lentoliikenteessä kun taas Egyptin itäpuolen Suezin kanava on yksi maailman tärkeimmistä laivareiteistä. Se on myös arabimaista kehittynein, vaikka on myös riippuvainen muista maista esimerkiksi polttoaineen suhteen. Kuten muut Pohjois-Afrikan maat, myös Egyptissä on korkea työttömyysaste, jota pyritään vähentämään kasvattamalla turismin tuomia työmarkkinoita. Matkailua pyritään laajentamaan myös muille kuin Niilin alueelle esimerkiksi uusilla tuotteilla, kuten golf -kentillä. Egypti toivoo, että uusilla nähtävyyksillä esimerkiksi pyramidien huomio lievenisi ja ne säilyisivät ehkä pidempään. (Boniface ym. 2012, 347-351.)

Egypti on pääosin aavikon peittämä, mutta Niili, joka ulottuu Saharan eteläpuolelle asti, suo maalle vihreän ja hedelmällisen kaistaleen ja ikään kuin jakaa autiomaan kahteen eri osaan. Joki on pitkään ollut myös keskeinen vetonaula risteilyiden ansiosta pyramidien ja muiden ikivanhojen kohteiden ohella. Kaksi suurinta matkailijaryhmää Egyptissä ovat Lähi-Idän arabit ja länsimaalaiset ja he saapuvat pääosin vapaa-ajan matkoille. Suurin osa Egyptin 6440 (luku vuodelta 2015) hotellihuoneesta ovat Cairossa, mutta myös Alexandriasta, Luxorista ja Sinaista löytyy joitakin. Suosituimmat nähtävyydet Egyptissä ovat pyramidit Cairon lähistöllä, temppelit, kuten Kuninkaiden laakso, Luxorin lähetyillä sekä Abu Simbelin temppeli Aswanin lähellä. (Boniface ym. 2012, 349-351; UNWTO 2015c, 95.) Egyptissä on yhteensä seitsemän UNESCO:n maailmanperintölistan kohdetta ja

kaikki edellä mainitut kolme maan suosituinta nähtävyyttä ovat osa jotakin suojeltua kohdetta. Lisäksi listalta löytyy myös muun muassa historiallinen Cairo sekä Valaiden laakso. (UNESCO 2015a.)

Helsingistä ei ole suoria yhteyksiä Egyptiin (marraskuu 2015) vaan sinne lennettäessä Suomesta täytyy vaihtaa konetta jossain Euroopan kaupungissa, kuten Lontoossa, Ateenassa, Moskovassa tai Barcelonassa. Kairon lisäksi Suomesta pääsee koneen vaihtojen kautta myös muihin Egyptin kaupunkeihin, kuten Hurghadaan, Luxoriin ja Alexandriaan. (Finavia 2015.) Perjantaina 6.11.2015 halvin yhteys yhdensuuntaisesti Helsingistä Kairoon maksoi 292,11€, mutta yhteydellä oli kaksi vaihtoa ja matka aikaa 19h 40 min. Tällä lennolla lentoyhtiönä toimi Aegean Airlines, joka liikennöi myös Lufthasan koneella. (Matkavaraukset.fi 2015.) Ajallisesti lyhyin yhteys kesti 8h 30min, jolloin hinta oli 344,29€. Tässä yhteydessä oli yksi koneen vaihto Kööpenhaminassa ja lentoyhtiönä toimi Egyptair. (Supersaver 2015.) Ajallisesti pisimmät yhteydet olivat jopa yli 40 tunnin kestoisia ja kallein Vertaa.fi –sivuston löytämä lento maksoi liki 4000€, ja sekin yhteys oli kahdella pysähdyksellä ja kestää 19h 35min. (Vertaa.fi 2015a.)

3.3.2 Itä-Afrikka

Itä-Afrikan tärkeimmät matkailumaat ovat Tansania, Kenia ja Uganda, joiden tärkeimpiä matkailuvetonauloja ovat suojellut luonnonpuistot ja safarit. Ennen itsenäisyyttään nämä maat sekä osa Somaliasta olivat Iso-Britannian vallan alla. Muista Itä-Afrikan maista Eritrea sekä toinen osa Somaliaa olivat Italian vallan alla ja Djibouti on ollut aikoinaan Ranskan siirtomaa. Edellä mainittujen maiden lisäksi Itä-Afrikkaan lasketaan Sudan ja Etiopia. Alueen maiden kulttuurit eroavat toisistaan ja jopa maiden sisäisesti; rannikkoalueella on piirteitä islamilaisesta ja arabikulttuureista. Kuitenkin swahilinkieltä ymmärretään suuressa osassa aluetta, vaikka siirtomaatausta on vaikuttanut maiden identiteetteihin. (Boniface ym. 2012, 375-381.)



Kuvio 4. Itä-Afrikka (Google 2015)

Kulttuurin lisäksi tämän alueen luonto on hyvin monimuotoista ja maisemat ovat Bonifacen ym. (2012, 375-376) mukaan mahtavia. Sieltä löytyy sekä suolaisen että makean veden järviä, jyrkänteitä ja hautavajoamia, vuoria, kuten Kilimanjaro, sekä laaksoja, joista esimerkiksi Ngorongoro on luonnonsuojelualuetta. Lisäksi kasvillisuus ja sen myötä eläimistö vaihtelee puoliaavikosta aina sademetsään asti, mikä on ollut alueen turismin perusta jo 1800-luvun lopusta asti. Itä-Afrikka sijaitsee päiväntasaajan molemmin puolin, joten sen ilmasto on pääosin trooppista ilmastoaluetta ja siellä on kaksi kuivaa kautta sekä kaksi sadekautta vuodessa. Joulukuusta maaliskuuhun ajoittuva kuiva kausi on suosituinta matkailun aikaa Itä-Afrikkaan, koska silloin villieläimiä ja luontoa on helpoin ja ilmaston kannalta miellyttävintä tarkkailla.

Luontoon ja sen suojeluun liittyy myös ristiriitoja. Joidenkin alueiden suojelun aloittaminen on tarkoittanut sitä, että edes paikallisilla yhteisöillä ei enää ole oikeutta käydä suojelluilla alueilla. Safariturismi myös kuluttaa luonnonpuistoja ja muita alueita, joten turistien määrää tulisi säännöstellä. Olisi myös hyvä, jos paikalliset hyötyisivät matkailusta, kuten Tansaniassa pyritään tekemään. Muita Itä-Afrikan ongelmia ovat muun muassa salametsästys ja väestön nopea kasvu. Väestön kasvaessa ihmiset tarvitsevat enemmän elintilaa, joka on pois eläinten elinalueesta. Kaiken lisäksi isolla osalla viljelyaluetta kasvatetaan

muun muassa rahakasvia myyntituotteeksi, joten syötäväksi kelpaavia kasveja viljellään vähemmän. (Boniface ym. 2012, 376.)

TANSANIA

Vaikka Kenia on matkailumaana Itä-Afrikassa kehittynein, valittiin tarkasteluun Tansania, koska sen ennustetaan olevan yksi niistä maista, joiden matkailu kasvaa nopeiten Afrikassa. Kenian suosiota on kasvattanut sen poliittinen vakaus, kehittyneisyys ja hyvät turistinähtävyydet. Viime aikoina sen turismin määrä on kuitenkin ollut laskussa, kun taas Tansania on alkanut kehittää omaa matkailuimagoaan. Sijaintinsa ja luontonsa takia molemmat maat ovat kuitenkin suhteellisen samanlaisia matkakohteina ja pyrkivät edistämään esimerkiksi paikallisyhteisöitä hyödyntävää matkailua. (UNWTO 2015c, 66; Boniface ym. 2012, 378-379.)

Tansanian tärkeimpiä nähtävyyksiä ovat UNESCO:n maailmanperintölistaltakin löytyvät Kilimanjaro eli Afrikan korkein vuori, Serengetin kansallispuisto ja Ngorongoron kraatteri, joka on otollista aluetta villin luonnon tarkkailemiseen. Nämä nähtävyydet ovat Pohjois-Tansaniassa lähellä toisiaan ja ne on helpompi saavuttaa Kenian Nairobin kautta kuin Tansanian pääkaupungista. Tämän takia tansanialaiseen kaupunkiin Arushaan on esimerkiksi rakennettu lentokenttä ja hotelleja, jotta nähtävyydet olisi helpompi saavuttaa Tansaniasta. Yllämainittujen nähtävyyksien lisäksi Tansanian vetonauloja ovat sen pääkaupunki Sansibar ja sen lähistöllä sijaitsevat rannat sekä länsirajalla sijaitseva Tanganyika -järvi, jolla olisi vielä paljon kehittämispotentiaalia. Eteläisessä Tansaniassa on myös suuria safarialueita, mutta matkailijat eivät ole vielä kunnolla löytäneet näitä alueita. (Boniface ym. 2012, 379-380; UNESCO 2015a.) Sekä Tansaniassa, Keniassa että Ugandassa safariturismi on niin näkyvää ja huomiota vievää, että maiden historialliset nähtävyydet jäävät sen varjoon, vaikka monet kulttuurillisista kohteista, kuten Sansibarin kivikaupunki, ovat UNESCO:n maailmanperintölistalla. (UNWTO 2015c, 74-76.)

Tansaniassa on 90-luvulla aloitettu paikallisyhteisöitä hyödyntävän sekä kulttuurillisen matkailun kehittäminen ja siitä onkin tullut yksi tärkeä matkailun muoto maassa. Paikallisyhteisöitä hyödyntävän matkailun kehittäminen toi aluksi lähinnä Pohjois-Tansaniaan uusia matkailualan yrityksiä, jotka muun muassa tarjoavat kävelyretkiä kiehtovalla maaseudulla ja paikallisissa kylissä. Viime vuosien aikana myös muualle Tansaniaan on perustettu yrityksiä, jotka tarjoavat erilaisia aktiviteettejä, kuten pyöräily- ja kanoottikerroksia sekä paikalliseen ruokakulttuuriin tutustuttavia kursseja. Tansania on myös onnistunut maan matkailuimagon markkinoinnissa, sillä kulttuurista kiinnostuneiden matkailijoiden

määrä tuplaantui vuodesta 2007 vuoteen 2013, mikä tuotti lisätuloja paikallisille ja yrityksille. Osalla tuloista yritykset auttavat paikallisia yhteisöitä ja kyliä rahallisesti esimerkiksi koulutuksen edistämiseksi. (UNWTO 2015b, 44-45.)

Tansania on jo pitkällä oman matkailunsa kehittämisessä, kun taas esimerkiksi Burundi on vasta oppimassa, että turismista voisi tehdä yhden tärkeimmistä kehityksen edistäjistä ja tulonlähteistä. UNWTO on auttanut kaikkia näitä maita pääsemään alkuun muun muassa nähtävyyksien kartoittamisessa, ja Tansanian tapauksessa se on auttanut paikallisyhteisöitä kehittävän matkailun edistämässä. Lisäksi Tansania saa matkailun edistämiseen tukea valtion turismikomitealta (Tanzanian Tourism Board) sekä Netherlands Development Organization SNV –järjestöltä. (UNWTO 2015b, 45-46.)

Sansibar on Helsingistä saavutettavissa lennoilla, jossa on vaihto esimerkiksi Frankfurtissa tai Roomassa. Myös Dar-es-Salaamiin voi lentää Amsterdamin, Istanbulin tai Dubain kautta. (Finavia 2015.) Maanantaina 9.11.2015 yhdensuuntaisia lentoja Sansibariin etsittäessä seuraavalle maanantaille 16.11.2015 halvin lento maksoi Vertaa.fi –sivuston mukaan 573,78€ (Vertaa.fi 2015b). Yhteys kesti 21h 10 min ja lentokonetta täytyi vaihtaa ensin Lontoossa ja toisen kerran Muscatissa Omanissa. Ensimmäisellä lennolla lentoyhtiönä toimi Finnair ja kahdella jälkimmäisellä Oman Air. Ajallisesti lyhimmät lennot kestivät 14h 10min ja menivät Amsterdamin ja Nairobien kautta. Tällaisen lennon sai noin 1500 eurolla ja lentoyhtiönä toimi KLM. (Supersaver 2015.) Lyhimmälle lennolle oli tarjolla myös kalleimmat löydetty liput, jotka maksoivat yli 7000€ (Vertaa.fi 2015b).

3.3.3 Eteläinen Afrikka

Etelä-Afrikan valtiot pitävät erittäin tärkeänä luontonsa suojelua, joten he ovat muun muassa perustaneet kansallispuistoja, jotka ulottuvat valtioiden rajojen yli. Puistot mahdollistavat villieläinten vapaan liikkuvuuden ja niillä pyritään taistelemaan salametsästäystä, kiviä ja muita ongelmia vastaan. Esimerkkinä tällaisesta ”rauhan puistosta” voidaan mainita 35 000 neliökilometrin laajuinen Great Limpopo Transfrontier –puisto, joka ulottuu Etelä-Afrikan, Mozambiquen ja Zimbabwen valtioihin. (Boniface ym. 2012, 382.) Alueella on myös UNESCO:n suojelemia kohteita, kuten Namibian hiekkameri, Mozambiquen saari ja Victorian putoukset (UNESCO 2015a).



Kuvio 5. Eteläinen Afrikka (Google 2015)

Useiden alueen valtioiden kulttuuri on saanut vaikutteita Iso-Britanniasta ja niiden talous on samaa luokkaa kuin entisellä siirtomaaisännällään, minkä ansiosta alueella on myös kohtuullisesti matkailijoita. Iso-Britannian lisäksi myös esimerkiksi Portugalilla oli aikoinaan siirtomaita alueella. Lentoyhteydet alueelle paranivat huomattavasti 90-luvulla ja siellä toimii järjestöjä, jotka pyrkivät helpottamaan sekä alueen maidenvälistä sekä muualle maailmaa suuntautuvaa rajojen ylitystä ja matkailua, kuten Southern Africa Development Community eli SADC. (Boniface ym. 2012, 382.)

Maastoltaan eteläinen Afrikka on pääosin vuorista ja ylänpäästä pitkä rantaviivaa unohtamatta. Rannikolla sijaitsevia valtioita on kuitenkin vain vähän, joten suurimmalla osalla eteläisen Afrikan maista ei ole rantaviivaa ollenkaan. Siksi ne ovat erityisesti riippuvaisia Mozambiقي'sta sekä hyvin toimeentulevasta Etelä-Afrikasta, ja jos esimerkiksi Etelä-Afrikan poliittinen tai taloudellinen tilanne muuttuisi radikaalisti, vaikuttaisi se myös muihin alueen valtioihin. (Boniface ym. 2012, 382-389.)

ETELÄ-AFRIKKA

Eteläisen Afrikan tärkein ja vakain valtio on Etelä-Afrikka. Siellä käy eniten matkailijoita koko Saharan eteläpuolisessa Afrikassa, vaikka maan matkailu ei ole enää kasvussa. (Boniface ym. 2012, 382; UNWTO 2015c, 19.) Näistä syistä juuri tähän valtioon perehdytään tarkemmin.

Suurella osalla eteläafrikkalaisista on eurooppalaista perimää, ja noin viidesosa onkin eurooppalaisten tai aasialaisten jälkeläisiä tai niin sanottua sekarotua. Monimuotoisesta väestöstä kertoo myös se, että valtiolla on 11 virallista kieltä (UNWTO 2015c, 58). Valkoihoisten hallitessa maata sitä pidettiin jopa eräänlaisena osana Eurooppa etenkin kun eteläisessä Etelä-Afrikassa on samantyyppinen ilmasto kuin Välimerellä. Nykyäänkin valkoihoiset ovat paremmin toimeentulevia kuin köyhyydessä elävä alkuperäisväestö. Poliittisten muutosten seurauksena 90-luvun puolivälin jälkeen maata ei ole koettu enää eristetynä osana Eurooppaa vaan se on alkanut kasvattaa omaa afrikkalaista identiteettiään. Se mielletään kuitenkin edelleen länsimaiseksi valtioksi johtuen muun muassa siitä, että Etelä-Afrikan talous on edistyksestä, noin puolet Afrikan sähköstä tuotetaan siellä, luku-aidottomia on vähän muihin Afrikan maihin nähden sekä kehittyneiden tieverkostojen ja terveydenhuollon ansiosta. (Boniface ym. 2012, 382-383.)

Matkailu on Etelä-Afrikalle tärkeä elinkeino. Maan turismi on niin edistynyt, että Kapkaupungin ”Tourism team” julkaisi sähköisen informaatiokeskuksen. Se on mobiililaitteella toimiva portaali, josta voi etsiä turisteille hyödyllistä tietoa ilman, että ensin tarvitsisi löytää turistipiste. (UNWTO 2015c, 58-59.) Suurin osa matkailusta on autolla tehtyä kotimaanmatkailua, mutta turisteja saapuu myös Yhdysvalloista sekä Euroopasta, esimerkiksi Saksasta ja Iso-Britanniasta. Paikalliset matkustavat paljon yleisten lomien kuten joulun aikaan ja yksi suosituimmista kohteista on Natal -alueen rannikko maan itäosassa. Myös UNESCO:n suojelema vuoristoinen Drakensbergin puistoalue on suosittu kohde erityisesti kuumina kesäkuukausina. Maan majoitusmahdollisuudet ovat laajat aina luksushotelleista afrikkalaisiin mutta moderneihin majoihin ja Afrikan ulkopuolelta tuleville matkustajille se on helpoin saavuttaa Johannesburgiin lentämällä. Maan sisäisesti matka taittuu mukavasti joko lentäen, junalla, linja-autolla tai autolla. (Boniface ym. 2012, 383-384; UNESCO 2015a.)

Miellyttävän lämmin ilmasto luo otolliset olosuhteet rantalomakohteille ja esimerkiksi vesiturheiluille, kuten sukeltamiselle ja surfaamiselle. Sisämaa on vuoristoista ja talvikuukausina yölämpötila putoaa paikoitellen jopa pakkasen puolelle, kun taas kesäkuukausina eli lokakuusta huhtikuuhun alueella vallitsee sadekausi. Maisemien ja lämpimän ilmaston lisäksi matkailun mahdollisia muotoja ovat muun muassa viininmaisteluturismi, kasviston

innoittamat kiertomatkat, kulta- ja timanttikaivoksiin tutustuminen sekä urheilutapahtumiin osallistuminen. Etelä-Afrikassa on myös lukuisia kansallispuistoja ja eläimille varattuja alueita sekä kauniita maisemia, kuten Kapin niemimaa Pöytävuorineen. Lisäksi terveysturismilla on hyvät mahdollisuudet kasvaa maan edistyneen lääketieteen mutta edullisten hintojen sekä otollisten toipumismahdollisuuksiensa ansiosta. (Boniface ym. 2012, 383-385.)

Helsingistä on yhteyksiä Etelä-Afrikkaan kolmeen kaupunkiin: Johannesburgiin, Kapkaupunkiin sekä Durhaniin. Jokaiseen kaupunkiin yhteydet kulkevat kuitenkin esimerkiksi Lontoon, Amsterdamin tai Istanbulin kautta. (Finavia 2015.) Vertaa.fi –sivuston mukaan halvin yhdensuuntainen lento Johannesburgiin maksoi 421,19€ ja kesti kahdella koneen vaihdolla 34 tuntia. Yhteyden vaihdot olivat Berliinissä sekä Abu Dhabissa, johon kuului myös yöpyminen, ja lentoyhtiönä toimi Air Berlin. Kallein yhteys maksoi 8682,88€ ja kesti 19h 40min yhdellä vaihdolla Frankfurtissa. Lentoyhtiönä tässä toimi Lufthansa. Lyhyin lento ajallisesti oli noin 14h 35min ja maksoi halvimmillaan 864,62€ kun taas pisimmät lennot kestivät liki 40 tuntia. (Travelstart 2015; Ticket 2015; Vertaa.fi 2015c.) Nämä yhteydet ja hinnat on haettu tiistaina 10.11.2015 seuraavalle maanantaille 16.11.2015.

3.3.4 Länsi-Afrikka

Länsi-Afrikan alue on niin laaja, että sen sisältä voidaan erottaa kaksi erilaista aluetta. Näistä ensimmäinen käsittää viisi alueen pohjoisosassa sijaitsevaa maata, joita kutsutaan Sahel valtioiksi: Mauritania, Burkina Faso, Mali, Niger ja Tsad. Burkina Faso jää autiomaan ja metsäalueen välimaastoon, mutta muut maat sijaitsevat suurelta osin Saharan autiomaassa, kuten kuviosta 6 nähdään. Toiseen osaan kuuluu loput Länsi-Afrikan maat eli Gambian ja Gabonin väliin jäävät metsän peittämät valtiot. Koko alueella on sijaintinsa takia erittäin kuuma etenkin kesällä. Metsän peittämässä valtioissa on lisäksi kosteaa lukuun ottamatta joulukuun ja maaliskuun väliin jäävää kuivaa kautta, jolloin Saharasta puhaltaa kuiva tuuli ja hiekkapilvet. Hiekkapilvet saattavat joskus olla niinkin sakeat, että ne häiritsevät lentoliikennettä. (Boniface ym. 2015, 393, 398.)



Kuvio 6. Länsi-Afrikka (Google 2015)

Monet Länsi-Afrikan maista ovat poliittisesti niin epävakaita, että matkailu on jäänyt vähäiseksi ja siitäkin suuri osa on liikematkustusta. Liikematkustuksen syitä ovat muun muassa luonnonvarat kuten öljy ja mineraalit. Esimerkiksi Gambian ja Kanarian saarten ilmaston ja rantojen samankaltaisuudesta huolimatta saaret houkuttelevat enemmän turisteja, ja ranskalaisten suosiossa ovat lähinnä Ranskan entiset siirtomaat, kuten Senegal. Ranskankieliset maat, eli suurin osa alueen valtioista, pitävät välinsä Ranskaan edelleen läheisinä. Rantojen lisäksi alueella on tarjota muun muassa omanlaistaan kulttuuria sekä luontoa ja eläimistöä, kuten sademetsiä ja safareita. Lentoyhteydet alueelle ovat keskittyneet Senegalin, Nigerian ja Norsunluurannikon tärkeimpiin kaupunkeihin, ja osa maista suosii tilauslentoja, jotta matkailijat välttyisivät kalliilta reittilennoilta. (Boniface ym. 2012, 393-398.)

NORSUNLUURANNIKKO JA NIGERIA

Boniface ym. (2012) kirjassa ei ole paljon tietoa mistään yksittäisestä Länsi-Afrikan valtiosta, joten tarkasteluun valittiin kaksi valtiota alueelta. Norsunluurannikon valinta perustuu

siihen, että sen matkailun kasvu oli suurinta Afrikassa vuonna 2014. Nigeria taas on tärkeä liikematkustuksen kohde. Lisäksi näissä valtioissa on eniten lentoliikennettä alueella, kuten edellä mainittiin. (Boniface ym. 2012, 393-397; UNWTO 2015c, 19, 95.)

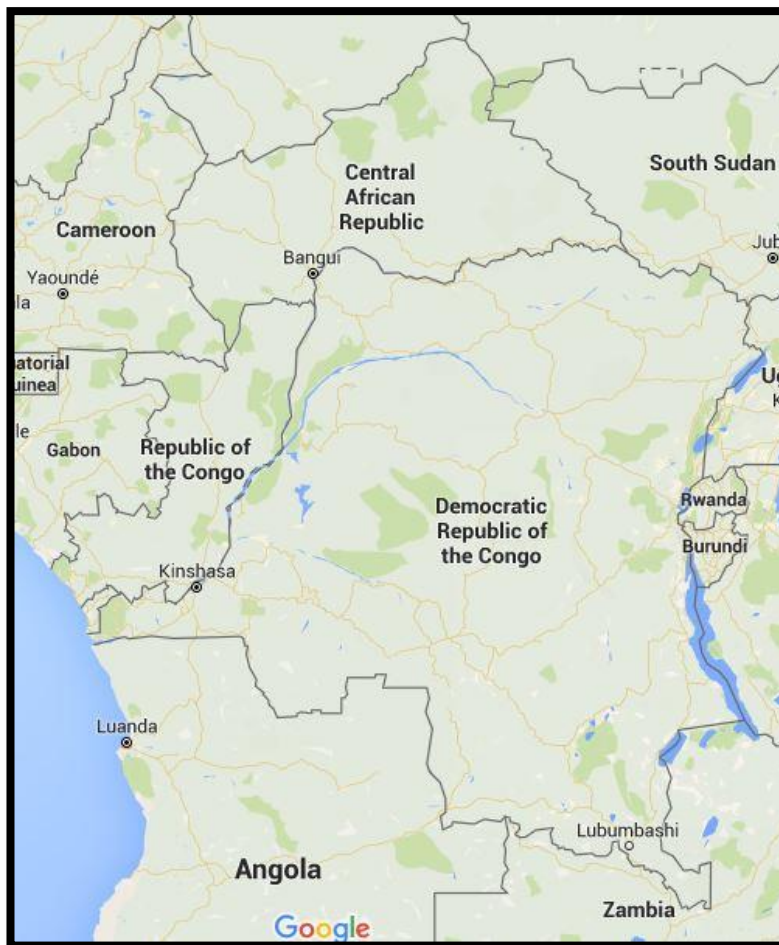
Vuoden 2004 heimojen levottomuuksien rauhoituttua Norsunluurannikon matkailun kehittäminen on ollut tuloksellista, ja vuonna 2014 sen matkailu nousi huimat 24 %. Kasvuun vaikuttaa pitkään jatkuneen vakaudenlisäksi pääosin ranskalaisten merkittävät sijoitukset. Maan tärkein kohde on rannikkoalue, etenkin kaupallisen keskuksen Abidjanin lähistön laguunien ympäröivät rannat, missä sijaitsee myös suurin osa valtio omistamista hotelleista. Sisämaan vetonaulana on lukuisat rauhoitetut puistot sekä pääkaupungissa Yamoussoukrossa sijaitseva maailman toiseksi suurin katedraali. (Boniface ym. 2012, 396; UNWTO 2015c, 19.)

Nigeria on väkiluvultaan Afrikan suurin valtio ja siellä on myös enemmän hotelleja kuin muissa maanosan maissa. Valtio on maailman viidenneksi suurin öljytuottaja ja osittain siksi sen turismi koostuu pääasiassa liikematkailusta. Öljystä saatujen tulojen ansiosta nigerialaisilla on ollut varaa ulkomaanmatkoihin ja länsimaisille tuotteille on ollut kysyntää. Maa ei kuitenkaan ole enää niin rikas kuin voisi kuvitella johtuen 90-luvun öljyn hintojen romahduksesta. Valtion pääkaupunki on Abuja maantieteellisesti keskeisen sijaintinsa ansiosta, mutta Lagos on kaupallisesti tärkein kaupunki. Matkailu on edelleen kasvussa Nigeriassa ja eniten vapaa-ajan matkajia kiinnostaa pohjoisen kaupunkien perinne kulttuuri sekä beniniläisten metallityöskentelyn taidot. (Boniface ym. 2012, 396-397; UNWTO 2015c, 18, 95.)

Helsingistä on Nigeriaan yhteyksiä Lagosiin, Abujaan, Kanoon sekä Port Harcourtiin ja Norsunluurannikolle Abidjaniin. Näihin kaupunkeihin löytyy yhteyksiä esimerkiksi Istanbuliin, Amsterdamin tai Lontoon kautta. (Finavia 2015.) Kun lentoja haettiin tiistaina 10.11.2015 seuraavalle maanantaille 16.11.2015 Lagosiin, niin halvin lento maksoi 416,60€ ja kesti 19h 44min. Konetta täytyi tällöin vaihtaa Tukholmassa sekä Addis Abebassa ja lentoyhtiöinä olivat Finnairi sekä Ethiopian Airlines. Kallein yhteys maksoi 6002,71€ ja kesti 37h 10min, koska Dusseldorfissa jouduttaisiin yöpymään ja Abu Dhabissa olisi toinen liki 7 tunnin vaihto. Lentoyhtiöinä oli tässä yhteydessä Finnair, American Airlines ja Etihad Airways. Ajallisesti pisimmät lennot kestivät yli 50 tuntia, mutta suuri osa lennoista oli alle 20 tuntia. Lyhyin lento kesti 10h 30min, mutta maksoi jopa halvimmillaan yli 3300€. (Travelstart 2015; Vertaa.fi 2015d.)

3.3.5 Keski-Afrikka

Keski-Afrikan alue on pienempi kuin muut ja sillä on vain lyhyt kaistale rannikkoa. Sen sijaan siellä on Afrikan laajin jokiverkosto sekä suurin osa sademetsästä. Silti alue on miltei saavuttamattomissa etenkin sadekautena, mikä on päivántasaajan sijainnista johtuen lähes koko vuoden mittainen. Hotelleita alueella on vähän ja nekin on suurimmissa kaupungeissa, joihin liikematkustajat saapuvat mineraalien perässä. Keski-Afrikkaan kuuluvat valtiot ovat Keski-Afrikan tasavalta, Kongon demokraattinen tasavalta, Kongo, Ruanda sekä Burundi. (Boniface ym. 2012, 398-399.)



Kuvio 7. Keski-Afrikka (Google 2015)

Kongon demokraattisessa tasavallassa on kiinnitetty paljon huomiota luonnon suojelemiseen, ainakin teoriassa. Luonnosta löytyykin valtion parhaat voimavarat, kuten Ugandan kanssa jaettu Virungan kansallispuisto sekä Pygmien kotimetsä Ituri. Silti maassa ei ole turismia juuri ollenkaan. Matkailijoiden puute johtuu pääasiassa tehokkaan johtamisen puutteesta sekä sisällissodasta. Matkailun kannalta Kongon demokraattinen tasavalta on käytännössä saavuttamattomissa, sillä Kongo –joen liikenne on heikkoa ja maan ulkopuolelle suuntautuva lentoliikenne ei ole kansainvälisten standardien mukaista. Maan sisäistä

lentoliikennettä kuitenkin on jonkin verran, mutta tie- ja junaverkostoa puuttuu melkein kokonaan. (Boniface ym. 2012, 398-399.)

Ruanda sen sijaan on löytänyt poliittisen vakauden ja saanut jonkin verran kansainvälistä huomiota. Maasto on vuorista ja se on tiheästi asutettu, mutta luonnonvaroja on vähän. Turisteja kiinnostaa Ruandassa lähinnä luonnonpuistot ja niissä asuvat gorillat, apinat ja linnut, ja suurin osa kävijöistä saapuukin maahan osana safarikierrosta Keniassa tai Tansaniassa eivätkä viivy kolmea päivää pidempään. (Boniface ym. 2012, 398-399.) Burundissa tehtiin vuonna 2014 projekteja, joiden avulla valtio muun muassa tunnisti mahdollisia turismin voimavarojaan sekä suunnitteli tärkeimpien nähtävyyksien informaatiopaneelleita. Vapaaehtoistyön avulla UNWTO auttoi paikallisia naisia ja nuoria osallistumaan matkailupalveluiden tarjoamiseen Bujumburan kaupungissa Tanganyikan järvellä. (UNWTO 2015b, 46, 50.)

Kaikki Keski-Afrikan maat ovat UNWTO:n jäseniä, mutta silti järjestön vuosikertomuksissaan ja verkkosivuilla on erittäin vähän tietoa koko alueesta. Tämä johtuu ehkä osittain siitä, että alueen valtiot kuuluvat maailman hankalimmin saavutettavissa oleviin maihin tällä hetkellä – IATA:n ennusteen mukaan Keski-Afrikan tasavalta, Ruanda sekä Burundi ovat niiden kymmenen valtion joukossa, joiden lentoliikenteen odotetaan kasvattavan eniten. (UNWTO 2014, 16, 63; UNWTO 2015b; UNWTO 2015c.) Alueelta löytyy myös UNESCO:n maailmanperintökohteita, kuten Manovo-Gounda St. Florisin kansallispuisto Keski-Afrikan tasavallassa; Kongon, Keski-Afrikan tasavallan ja Camerounin rajalla sijaitseva Sanga Trinationalin luonnonpuisto sekä viisi muuta luonnonpuisto Kongon demokraattisessa tasavallassa (UNESCO 2015a; UNESCO 2015c).

Finavian nettisivustot löytävät Helsingistä lentoyhteyksiä pelkästään Burundiin ja Ruandaan tältä alueelta, mutta Vertaa.fi –nettisivusto löytää mahdollisia lentoja myös muihin alueen maihin. Esimerkiksi Kongon ja Kongon demokraattisen tasavallan rajalla sijaitsevaan Brazzavilleen halvimmat lennot maksoivat 417,60€, kun yhdensuuntaisia lentoja etsittiin keskiviikkona 11.11.2015 seuraavalle maanantaille 16.11.2015. Tällä yhteydellä oli vaihto Tukholmassa ja Addis Abebassa, se kesti 19h 28min ja lentoyhtiöinä toimivat SAS sekä Ethiopian Airlines. Ajallisesti lyhyin lento kesti 13h 40min ja maksoi reilut 2800€, kun taas kallein lento maksoi yli 6300€. Pisin sivuston löytämä lento kesti 53h 30min. (Finavia 2015; Travelstart 2015; Vertaa.fi 2015.)

Syy siihen, että Finavian sivustoilta ei löydy yhteyksiä Kongon tai Kongon demokraattiseen tasavaltaan, löytyy EU:n kiellettyjen lentoyhtiöiden listalta. Listan mukaan yksikään näiden valtioiden luvan saaneista lentoyhtiöistä ei saa lentää EU:n alueelle. Muiden Keski-

Afrikan valtioiden lentoyhtiöitä ei kuitenkaan löydy listalta. (European Commission 2015.)
 Alla oleviin taulukoihin 1 ja 2 on koottu kaikkien alueiden halvimmat sekä lyhimmät yhteydet.

Taulukko 1. Halvimmat lennot (Matkavaraukset.fi 2015; Supersaver 2015; Ticket 2015; Travelstart 2015; Vertaa.fi 2015a-d)

Valtio	Hinta	Kesto	Koneen vaihto	Lentoyhtiöt
Egypti/Kairo	292,11 €	19h 40min	2kpl	Aegean Airlines
Tansania/Sansibar	573,78 €	21h 10min	2kpl/Lontoo, Muscat	Finnair, Oman Air
Etelä-Afrikka/Johannesburg	421,19€	34h	2kpl/Berliini, Abu Dhabi	Air Berlin
Nigeria/Lagos	416,60€	19h 44min	2kpl/Tukholma, Addis Abeba	Finnair, Ethiopian Airlines
Kongo/Brazzaville	417,60€	19h 28min	2kpl/Tukholma, Addis Abeba	SAS, Ethiopian Airlines

Taulukon 1 perusteella Suomesta on edullisinta lentää Kairoon kun taas kalleimmat taulukon lennot suuntautuivat Sansibariin. Kairon yhteydet ovat myös lyhimpien joukossa sekä taulukon 1 että taulukon 2 mukaan. Jokaisessa taulukon yhteyksissä on kaksi koneen vaihtoa, ja kolmessa viidestä yhteydestä vaihtuu myös lentoyhtiö.

Taulukko 2. Ajallisesti lyhimät lennot (Supersaver 2015; Ticket 2015; Travelstart 2015; Vertaa.fi 2015a-d)

Valtio	Hinta	Kesto	Koneen vaihto	Lentoyhtiöt
Egypti/Kairo	344,29€	8h 30min	1kpl/Kööpenhamina	Egyptair
Tansania/Sansibar	n. 1500€	14h 10min	2kpl/Amsterdam, Nairobi	KLM
Etelä-Afrikka/Johannesburg	864,62€	14h 35min		
Nigeria/Lagos	yli 3300€	10h 30min		
Kongo/Brazzaville	yli 2800€	13h 40min		

Taulukossa 2 osan yhteyksistä tiedot ovat puutteelliset, mutta kuten aiemmin tässä luvussa kerrottiin, ei yhteenkään tarkasteltuun Afrikan kohteeseen ollut suoria lentoja Helsingistä tarjolla marraskuussa 2015. Taulukon 2 lentoyhteydet ovat useita tunteja lyhempiä, kuin taulukon 1 halvimmat löydetyt lennot, mutta ne ovat myös usein huomattavasti kalliimpia. Esimerkiksi Lagosiin pääsee noin 9 tuntia nopeammin, jos on valmis maksamaan lentolipuista jopa 3000€ enemmän. Kaikista nopeinta on saavuttaa Suomea lähinnä oleva Kairo, kun taas kauimpaan kohteeseen eli Johannesburgiin kestää pisimpään.

4 Tutkimus ja sen kulku

Tällä opinnäytetyöllä pyritään kartoittamaan Afrikan imagoa matkakohteena Suomessa. Tähän tutkimusongelmaan päädyttiin, kun työn toimeksiantaja RHEA oli kiinnostunut aiheesta ja tarvitsi tietoa osaksi omaa projektiaan. Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen luotettavuutta sekä aineiston hankinnan menetelmiä.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen tekeminen alkaa tutkimusongelmasta. Ongelman tulisi olla mahdollisimman selkeä ja se tulee rajata tarkasti, jotta sitä pystytään käyttämään tutkimuksen johtoajatukseksi, kuten tässäkin projektissa on tehty. Varsinkin määrällisessä tutkimuksessa on tärkeä pysyä päätetyssä tutkimusongelmassa. Kyselylomake tai muu tiedonkeruumenetelmän laatiminen perustetaan tutkimusongelmaan ja sillä haetaan tutkimukseen vastausta eli ongelma ratkaistaan tutkimuksesta kerätyllä tiedolla. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2008, 122; Kananen 2008, 11, 14.)

Määrällisellä eli kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään yleistämään ja selittämään tutkittavaa ilmiötä. Jotta tulosten yleistäminen olisi luotettavaa, tulee havaintoyksiköitä eli tutkimukseen vastanneita olla tarpeeksi monta. ”Tarpeeksi monta” tarkoittaa tässä yhteydessä useita kymmeniä vastauksia rajatun joukon edustajilta. Kun tutkitaan uutta asiaa tai halutaan täsmentää aikaisempaa tietoutta, on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus parempi vaihtoehto. Laadullista menetelmää käytetään myös silloin, kun halutaan ymmärtää tutkittavaa ilmiötä ja saada yksityiskohtaista ja ehkä yllättävää tietoa siitä. Kolmantena perinteisenä tutkimustyyppinä on kokeellinen tutkimus, jossa tutkitaan yhden muuttujan vaikutusta toiseen muuttujaan. Tutkimusmetodeita voi käyttää rinnakkain ja varsinkin laadullinen ja määrällinen tutkimusmenetelmä nähdään enemminkin toisiaan täydentävinä kuin kilpailevina metodeina. (Hirsijärvi ym. 2008, 130-132, 160; Kananen 2008, 10-11.)

Myös tutkimusmenetelmät vaihtelevat laadullisessa ja määrällisessä tutkimusmenetelmässä. Laadulliseen tutkimukseen hyödynnetään muun muassa haastatteluja, tekstianalyysiä ja havainnointia, kun taas määrälliseen tutkimukseen käytetään valmiiksi aseteltuja kysymyksiä kyselylomakkeella tai haastattelun muodossa. Määrällisessä tutkimuksessa on keskeistä, että tulokset saadaan taulukon muotoon eli ne ovat määrällisesti mitattavissa. Laadullisessa tutkimuksessa sen sijaan pyritään kuvaamaan todellista elämää kokonaisvaltaisesti esimerkiksi havainnoimalla tai keskustelemalla, joten tuloksia ei pysty tarkasti mittaamaan. (Hirsijärvi ym. 2008, 130, 136, 157-160; Kananen 2008, 11.) Usein metodien

takia tutkittava ongelma muuttuu laadullisen tutkimuksen edetessä ja tutkimusongelma on häilyvämpi kuin määrällisessä tutkimuksessa (Hirsijärvi ym. 2008, 122).

Valittu lähestymistapa tutkittavaan aiheeseen määrää osan tutkimuksen luonteesta ja tavon, jolla ongelmaa lähestytään. Tämä ei tarkoita sitä, että toinen menetelmä olisi parempi kuin toinen vaan sitä, että eri menetelmillä pyritään ottamaan selvää erilaisista asioista tai eri näkökulmista. Tässä tutkimuksessa pyritään pääasiassa selvittämään, minkälainen imago suomalaisilla on Afrikasta matkakohteena, joten tutkimus on kuvaileva. Parhaaksi tavaksi saada asiasta selvää todettiin kysely kvantitatiivista tutkimustapaa seuraten, koska tutkimuksessa pyritään nimenomaan yleistämään suomalaisten käsitys Afrikasta matkakohteena. (Hirsijärvi ym. 2008, 119, 125; Kananen 2008, 15.)

4.2 Aineiston hankinta kyselyn avulla

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen kyselyn avulla, ja kyselylomake löytyy työn lopusta liitteenä (liite 1). Lomake julkistettiin Webropol –tutkimuspalvelustalle ja se avattiin lauantaina 31.10.2015 ja sitä levitettiin Facebookissa. Siellä kyselyn linkki jaettiin tekijän omalla sivulla ja muutaman ystävän sivuilla sekä joissain ryhmissä, kuten ”Kannelmäki kierrättää”. Pelkästään Facebook -sivuston kautta vastauksia saatiin viikon sisällä noin 90, mutta suurin osa vastaajista oli 21-30 –vuotiaita naishenkilöitä. Facebookissa kyselystä muistutettiin 6.11.2015 sekä 13.11.2015 niin, että etenkin mieshenkilöt huomioisivat kyselyn. Linkin ollessa auki noin viikon eli sunnuntaihin 8.11.2015, sitä jaettiin lisäksi ET-lehden, Pallontallaaja.net:in ja Matkalehden keskustelupalstoilla. ET-lehden keskustelupalstaa siksi, että sieltä pyrittiin tavoittamaan myös hieman iäkkäämpiä vastaajia. Pallontallaaja.net ja Matkalehden keskustelupalsta olivat niitä harvoja matkailuaiheisia verkkosivustoja, joilla pystyi yksityishenkilönä levittämään tutkimuksen linkkiä.

Ensimmäisen viikon jälkeen vastauksia kertyi kaikesta huolimatta hitaasti ja suurin osa vastaajista oli edelleen naishenkilöitä. Sen takia tutkija pyysi henkilökohtaisesti joiltakin miespuolisia tuttaviaan vastaamaan kyselyyn. Nämä tuttavat olivat eri-ikäisiä, eri aloilta sekä joitakin myös muualta Suomesta kuin Helsingistä. Kysely suljettiin maanantaina 16.11.2015 päivällä, jolloin vastauksia oli saatu 120 kappaletta.

Kyselyn alussa jokaiselta vastaajalta kysyttiin kolme peruskysymystä. Näiden kysymysten tarkoituksena oli saada selville, minkä tyyppiset ihmiset ovat kiinnostuneita Afrikan matkailusta ja minkä tyyppiset ihmiset ovat sitä vastaan. Ensimmäisenä kysyttiin vastaajien ikää. Ikää kysymällä voidaan nähdä, minkä ikäisiä Afrikan matkailu houkuttelee eniten. Seuraa-

vaksi kysyttiin sukupuolta sekä vastaajien perhestatusta, jotta saataisi selville, matkustavatko perheelliset, pariskunnat tai naimattomat muita enemmän vai vaikuttaako se ja sukupuoli asiaan ollenkaan.

Peruskysymysten jälkeen vastaajilta kysyttiin mielikuvia Afrikasta. Mielikuviin liittyviä kysymyksiä oli kaksi, joista ensimmäinen oli laadittu avoimeksi kysymykseksi, jotta vastaukset olisivat ihmisten omia ensimmäisiä mielikuvia eivätkä valmiiksi annettuja. Toisessa kysymyksessä oli väittämiä, kuten ”Afrikassa on paljon tauteja”, ja vastaaja valitsi asteikolta 1-5 kuinka samaa mieltä hän on väittämän kanssa. Lopuksi kysyttiin vielä, oliko vastaaja koskaan matkustanut Afrikkaan. Niille, jotka eivät olleet koskaan käyneet maanosassa, kysyttiin jatkokysymyksissä miksi eivät sekä olisivatko he valmiita harkitsemaan matkaa sinne ja minne päin Afrikkaa. Jos vastaaja oli käynyt Afrikassa, kysyttiin häneltä maata, matkan syytä sekä olisivatko he valmiita matkustamaan sinne joskus uudestaan.

4.3 Tutkimuksen luotettavuus

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa vastausten luotettavuuteen vaikuttaa otoksen määrä ja vastaajien ”erilaisuus”. Jotta tuloksia voidaan yleistää, tulee vastaajia olla tarpeeksi monta; mitä enemmän vastaajia, sitä todenmukaisempia tuloksia. Jos oletetaan, että esimerkiksi kaupunkilaiset ja maalaiset ajattelevat tutkittavasta asiasta eri tavalla, tulisi sekä kaupunkilaisia että maalaisia olla vastaajien joukossa samassa suhteessa. (Hirsijärvi ym. 2008, 175.) Tulokset saattavat olla epäluotettavia myös siinä tapauksessa, jos tutkimukseen vastanneet henkilöt eivät kuulukaan asetettuun kohderyhmään (Kananen 2008, 13). Esimerkiksi tässä tutkimuksessa tutkitaan suomalaisten näkemyksiä, mutta jos vastaajat ovatkin ruotsalaisia, eivät tulokset ole todellisia.

Tässä tutkimuksessa otos oli 120 henkilöä, mikä on vähän ottaen huomioon, että kohderyhmä eli perusjoukko oli koko Suomen kansa. Toisaalta jo yli sadasta vastauksesta saa jonkinlaisen käsityksen siitä, mitä mieltä ihmiset ovat tutkittavasta asiasta, etenkin kun hajontaa oli suhteellisen vähän vastauksissa. Kyselyn tulosten luotettavuutta vähentää se, että suurin osa vastaajista eli noin 44,2 % oli 21 – 30 -vuotiaita ja 72,5 % naisia. Lisäksi vain yksi vastaajista oli yli 66-vuotias. Vastaajilta ei kysytty kotipaikkakuntaa, joten siinä mielessä otoksen monimuotoisuutta on vaikea arvioida, mutta kyselyn ollessa suomenkielinen voidaan olettaa, että vastaajat olivat kuitenkin suomalaisia.

Tutkimuksen tulokset ovat luotettavia silloin, jos ne ovat toistettavissa eli jos tutkimusta toistettaessa saadaan sama tulos. Luotettavuuteen vaikuttaa myös validius eli se, että mit-

tarilla – tässä tapauksessa kyselylomakkeella – saadaan mitattua sitä mitä pyrittiinkin mitataamaan. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että vastaajat ymmärtävät kysymykset oikein ja tutkija tulkitsee niitä objektiivisesti. Luotettavuutta voidaan ja joskus jopa täytyy tarkentaa käyttämällä useampaa kuin yhtä tutkimusmenetelmää ja sillä, että tutkijoita ja varsinkin tulosten tulkitusjohjoita on enemmän. (Hirsijärvi ym. 2008, 226-228; Kananen 2008, 11.)

Tässä kyselyssä päätutkimusongelmaa eli suomalaisten imagoon Afrikasta matkakohteenä selvitetiin pääosin kahden kysymyksen avulla (kysymykset 4 ja 5), joista ensimmäinen oli avoin kysymys. Avoimella kysymyksellä pyrittiin nimenomaan kysymään vastaajien aitoja mielipiteitä Afrikasta ilman vaihtoehtoja. Vasta tämän kysymyksen jälkeen kysyttiin toinen mielikuvakysymys, jossa oli valmiiksi annettuja väittämiä ja vastaajat valitsivat asteikolla 1-5 kuinka samaa mieltä he asiasta ovat. Yhdistelemällä kvantitatiiviseen tutkimukseen kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillinen avoin kysymys pyrittiin kyselystä tekemään mahdollisimman luotettava.

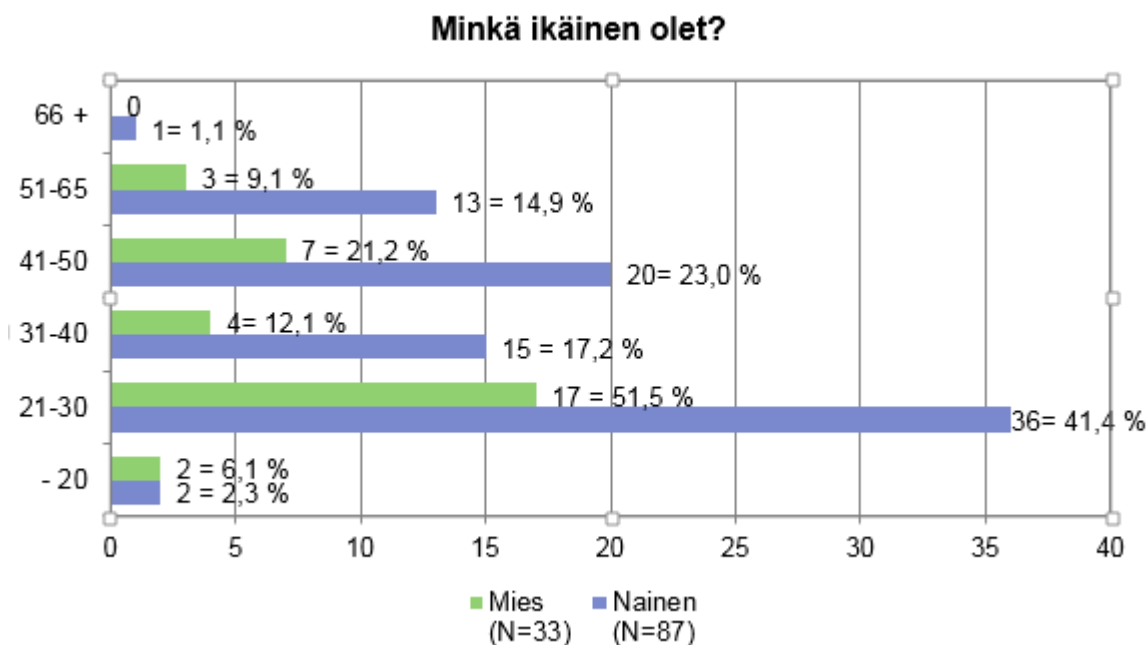
Jälkimmäisessä mielikuvakysymyksessä asteikko oli niin, että arvo 1 oli täysin samaa mieltä ja arvo 5 ei ollenkaan samaa mieltä. Nämä ilmeisesti ovat yleensä tutkimuksissa toisin päin, sillä tutkijat keskustellessa kysymyksestä tuttaviansa kanssa, hän huomasi, että kaikki vastaajat eivät olleet lukeneet ohjeistusta asteikkoon. Lisäksi vastauksia tarkemmin tutkittaessa huomattiin erään vastaaja ilmoittaneen, ettei tahtoisi matkustaa Afrikkaan, koska hän pelkää terveytensä puolesta. Hän oli kuitenkin myös valinnut vaihtoedon 5 (ei ollenkaan samaa mieltä) kysyttäessä, onko hänen mielestään Afrikassa paljon tauteja. Myös toinen vastaaja oli kirjoittanut avoimeen mielikuvia kartoittavaan kysymykseen näin: ”Köyhyys, ebola, sota, diktatuuri, korruptio”. Silti hän oli seuraavassa kysymyksessä ilmoittanut, ettei ole ollenkaan samaa mieltä seuraavien ”Afrikassa/Afrikka on...” väittämiä kanssa: ”...paljon sotia ja väkivaltaa”, ”...paljon tauteja”, ”Paljon köyhyyttä ja muita ongelmia”. On mahdotonta sanoa, kuinka moni on ollut huolimaton kysymyksen ohjeistuksen kanssa, ja siksi kaikesta huolimatta tämäkin kysymys analysoidaan normaaliin tapaan.

5 Tutkimustulokset

Tässä luvussa käsitellään kyselystä saatuja tuloksia. Aluksi analysoidaan kyselyyn osallistuneet taustatietojensa perusteella. Sen jälkeen perehdytään mielipiteisiin ja viimeiseksi analysoidaan vastaajien aikaisemmat matkakokemukset ja matkustushalukkuus Afrikkaan. Jokaiseen ”Miksi” –kysymykseen eli syytä matkustushalukkuuteen kartoittavaan kysymykseen vastaajat pystyivät valitsemaan useamman vaihtoehdon.

5.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastasi yhteensä 120 henkilöä, joista 87 eli 72,5 % oli naisia ja 33 eli 27,5 % miehiä. Vastaajat oli jaettu kuuteen ikäryhmään ja heidän ikänsä vaihteli alle 18-vuotiaista yli 66 vuotiaisiin. Ylivoimaisesti suurin osa vastaajista eli 44,2 % oli 21 – 30-vuotiaita ja yli 66 vuotiaita vastaajia oli vain yksi. Ikäryhmissä oli jonkin verran eroja vastaajien suhteellisessa sukupuolijakaumassa, eli esimerkiksi naisista 14,9 % oli 51 – 65-vuotiaita ja miehistä 9,1 % kuului samaan ikäryhmään, kun taas kaikkiaan tähän ryhmään kuului 13,3 % vastaajista. Ikäjakaumaan voi tutustua tarkemmin kuviosta 8, jossa vasemmalla on ikäryhmät ja alla vastaajien lukumäärä. Jokaisen ikäryhmän palkit on jaettu vastaajien sukupuolen mukaan ja prosenttiluvut on laskettu suhteuttamalla kunkin ikäryhmän sukupuolen edustajat kyseisen sukupuolen kokonaisvastaajamäärään.



Kuvio 8. Vastaajien ikäjakauma sukupuolien perusteella (N=120)

Vastaajilta kysyttiin myös ovatko he parisuhteessa, perheellisiä vai naimattomia. Tällä kysymyksellä pyrittiin kartoittamaan sitä, matkustavatko perheelliset yhtä mielellään kuin parisuhteessa olevat tai yksin asuvat henkilöt. Avio- tai avoliitossa olevia oli 44 eli 36,7 %, naimattomia 48 eli 40,0 % ja perheellisiä 28 eli 23,3 % vastaajista. Perheellisten lasten iät vaihtelivat aina 1-vuotiaista 29-vuotiaisiin, ja sellaisia perheellisiä, joiden nuorin lapsi oli 10-vuotias tai vanhempi, oli 16 eli lähes puolet.

5.2 Mielikuvat Afrikasta

Ensimmäiseen mielikuvakysymykseen eli avoimeen kysymykseen ”Mitä sinulle tulee ensimmäisenä mieleen Afrikasta?” saatiin sekä positiivisia että negatiivisia vastauksia. Kysymys oli pakollinen ja osa vastaajista kirjoitti monta mieleen tulevaa asiaa, joten mielikuvia saatiin runsain määrin. Jotkin sanat tai asiat toistuvat usein, kuten köyhyys, savannit, nählähätä tai tummat ihmiset. Analysoimisen helpottamiseksi vastaukset jaettiin kahdeksaan kategoriaan, jotka ovat pienimmästä suurimpaan seuraavat: maat ja maanosa, kulttuuri, ihmiset, ilmasto, eläimet, ongelmat, luonto sekä sekalaiset. Sekalaisten ryhmästä löytyy kaikenlaista nähtävyyksistä kuuluisiin ihmisiin ja väreistä ruuhkaiseen liikenteeseen. Liitteenä 2 on täydellinen lista kaikista vastauksista siinä muodossa kuin vastaajat ovat ne kirjoittaneet. Lisäksi taulukkoon 3 on tehty yhteenveto tärkeimmistä mielikuvista kategorioittain.

Taulukko 3. Tärkeimmät mielikuvat kategorioittain

Kategoria	Suosituin asia	Toiseksi suosituin asia	Mainitsemisen arvoisia asioita
Maat ja maanosat	Suuri maanosa/man- ner	Mombasa	Suuri ja monivivahteinen maanosa
Kulttuuri	Erilaiset kulttuurit	Heimokulttuurit	Ei kulttuuria
Ihmiset	Tummaihoiset/mustat ihmiset	Heimot	Yksinkertaiset ihmiset
Ilmasto	Kuumuus ja lämpö	Kuivuus	Trooppinen ilmasto
Eläimet	Eläimet	Villieläimet	Tietenkin leijonat
Ongelmat	Köyhyys	Nälkä/nälänhätä	Riistetty
Luonto	Savanni	Safari	Monipuolinen ja upea luonto
Sekalaiset	Värikkyys	Kehitys, kehitysapu, savimajat, eksootikka, ruuhka,	Afriikkaa ei millään voi niputtaa yhteen mielipiteeseen.

Maat ja maanosat –kategoriaan luokiteltiin seuraavat asiat: ”Maailman suurin mantere”, ”Mahtava manner”, ”Afrikan muoto kartalla” sekä ” Suuri ja monivivahteinen maanosa”. Näiden lisäksi yksittäisistä maista tai alueista mainittiin Kenia ja Mombasa kahteen kertaan sekä Egypti, Zimbabwe, Marokko ja ”pohjoisen arabimaat” kerran. Lisäksi kolme vastaajaa oli yhdistänyt maat ja kulttuurin: ”Maanosa moninaisilla kulttuureilla sekä haasteilla”, ”monta eri maata ja kulttuuria” sekä ”—paljon erilaisia kulttuureja ja maita”. Ensimmäisen kommentin haasteellisuus on otettu huomioon myös sekalaisen ryhmässä. Kulttuureista erilainen/erilaiset kulttuurit tai pelkkä kulttuuri mainittiin viisi kertaa ja ”heimokulttuurit” kaksi kertaa. Myös ”Värikäs kulttuuri” sekä ”rikas ja minulle tuntematon kulttuuri” löytyy luettelosta ja lisäksi yksi vastaajista mainitsi islamin. Eräs 41 – 50-vuotias naishenkilö oli kirjoittanut ”ei kulttuuria”, ja sama henkilö oli maininnut myös primitiivisyyden. Näissä kategorioissa oli molemmissa alle 15 asiaa, mikä tekee niistä pienimmät kategoriaryhmät.

Seuraavaksi pienin ryhmä oli ihmiset, johon kerättiin 22 vastaajien mieleen tullutta asiaa. Yhdeksän näistä asioista oli tummaihoiset, tummat tai mustat ihmiset. Ihmisiä kuvailtiin myös iloisiksi, ystävällisiksi, yksinkertaisiksi sekä hymyileväisiksi. Elämänasenteesta oli myös kaksi vastausta, jotka ovat: ”Ystävälliset ihmiset ja rento asenne elämään” sekä ”iloi-

nen elämän asenne”. Eräs vastaaja kirjoitti vain ”ihmiset” ja toinen ”paljon ihmisiä” ja maahanmuuttajat oli tullut vain yhdelle vastaajalle mieleen. Myös heimot tai alkuperäiskansat mainittiin neljän kertaa. Ilmasto –kategoria keräsi 31 asiaa, joista 20 olivat kuumuus, kuuma tai lämpö. Kuiva tai kuivuus mainittiin kuusi kertaa, aurinko kolme ja lisäksi ilmasto sekä trooppinen ilmasto löytyivät listasta kerran.

Eläinten kategoriassa oli 38 asiaa, joista osa oli kerrottu esimerkiksi näin ”eksoottiset eläimet: kirahvi, apina, leijona” tai ”Norsut ja muut eläimet”. Seuraavassa erittelyssä lasketaan jokainen yksittäinen asia kuitenkin erikseen, jolloin eläimet, villieläimet tai eksoottiset eläimet tulivat mieleen yhteensä 24 vastaajalla, ja petoeläimetkin löytyvät listasta kerran. Loput eläimet –ryhmästä olivat yksittäisiä eläinlajeja, joista kirahvit ja leinojat – kertaalleen ”tietenkin leijonat” – olivat suosituimpia molempien kerättyä kuusi maininta. Seuraavaksi suosituin eläinlaji oli ”norsut” kolmella maininnalla ja lisäksi apina, sarvikuonot ja virtahevot löytyivät kaikki yhden vastaajan kommentteissa.

Toiseksi suurimmaksi kategoriaksi saatiin ongelmat 72 maininnalla. Näistä yleisin sana oli ”köyhyys”, joka toistui 21 kertaa, ja kerran muodossa ”Monien valtioiden köyhyys/korruptoituneisuus”. Korruptio oli kirjoitettu kerran myös niin sanotusti omana asianaan. Köyhyyden jälkeen toiseksi eniten huomioitu ongelma oli nälkä tai nälänhätä tullessaan esiin 15 vastauksessa. Myös sana ”taudit” mainittiin kahteen kertaan, yksittäisistä taudeista ebola neljä kertaa ja aids kerran. Sota tuli viiden vastaajan mieleen myös muodossa ”heimosodat” sekä ”sisällisodat useissa afrikan maissa”. Kahteen tai kolmeen kertaan mainittuja sanoja tai asioita olivat levottomuudet, poliittiset konfliktit/konfliktit, eläinten laitton salametsästys/salametsästys sekä tyttöjen syrjintä/ naisten toisarvoinen asema. Muita yksittäisiä ongelmia ja siihen liittyviä sanoja olivat heikompi elintaso, puute, vesipula, diktatuuri, ”eivät voi opiskella tarpeeksi”, humanitääriäinen kriisi, kurjuus, ongelmat, raakuudet, riistetty, turvaton sekä vaarallisuus.

Luontoon liittyviä asioita kertyi lopulta vain yksi enemmän kuin ongelmat –ryhmään eli 74 kappaletta. Useimmiten tässä kategoriassa toistuivat savanni (22 kertaa) sekä safari (19 kertaa), kun taas luonto itsessään muistettiin 11 kertaa. Luontoa kuvailtiin ihanaksi, kauniiksi, rikkaaksi, monipuoliseksi sekä kaikista eniten upeaksi. Sana ”aavikko” tai ”autionmaa” toistui kahdeksan kertaa. Lisäksi Sahara mainittiin kolme kertaa ja kertaalleen jopa hiekka. Afrikan korkeimman vuoren nimi ”Kilimanjaro” muistui kahden vastaajan mieleen ja eräs vastaajista osasi nimetä Serengetin kansallispuiston. Yksi vastaaja kuvaili maisemia kauniiksi kun taas toinen ilmoitti Afrikan olevan mielestään näköalaton. Loput esille tulleet asiat tai sanat olivat: palmuja, sademetsät, viidakko, luontomatkat.

Viimeisenä ryhmänä oli sekalaisten ryhmä eli niin sanotut loput 49 asiaa, jotka eivät sopineet mihinkään muuhun kategoriaan. Tässä kategoriassa oli myös asioita, jotka oli mainittu useampaan kertaan, enintään kuitenkin viidesti. Näitä olivat värit/värikkäät vaatteet/värikkyys, kehitys/kehitysapu ja sen avulla aikaan saatu kehitys, eksoottisuus, ruuhka (liikenne) sekä savimajat. Esiin tulleita adjektiiveja tai niistä johdettuja substantiiveja olivat kiinnostava, tuntematon, likainen, haasteellisuus, alkeellisuus, rentous, primitiivisyys, epä-mukavuus sekä oma tiedottomuus. Muita sanoja olivat mahdollisuudet, apartheid, jalkapallo, pienet kylät, viljelijät, viljelmät, rytmi, itikat, norsunluu, valo, pyramidit, selviytyminen, Jollof-riisi sekä loputtomat hiekkarannat. Henkilöistä mainittiin Mugabe, Mandela sekä Somalian merirosvot ja viihteestä nousi esiin Tribes –tietokonepeli, Afrikan tähti, Leijonakuningas sekä Minun Afrikkani –elokuva. Neljä viimeistä kommenttia kuuluvat näin: ”Toisaalta köyhät kylät ja isot suurkaupungit sitten”, ”Vaikeus matkakohteena muutamaa etelän ja pohjoisen maata lukuunottamatta”, ”Rikkaiden’ länsimaalaisten naisten perässä juoksevat onnenonkija miehet” sekä ”Afrikkaa ei millään voi niputtaa yhteen mielipiteeseen. Eurooppa ja Etelä-Amerikka jää Afrikan varjoon”.

Kyselyn toinen mielikuvia kartoittava kysymys oli kysymys numero 5 (liite 1), jossa annettiin väittämiä Afrikasta ja vastaaja valitsi asteikolta yhdestä (täysin samaa mieltä) viiteen (ei ollenkaan samaa mieltä) mielestään sopivimman vaihtoehdon. Väittämät löytyvät taulukon 4 vasemmasta sarakkeesta. Jokaisen väittämän rivissä on vastaajamäärät ja prosentit sen mukaan, kuinka moni on valinnut kyseisen vaihtoehdon kullekin väittämälle. Viimeisessä sarakkeessa on kunkin väittämän keskiarvo.

Taulukko 4. Afrikka/Afrikassa on... -kysymyksen vastaajajakauma (N=120)

	1 = täysin samaa mieltä	2	3	4	5 = ei ollenkaan samaa mieltä	Keskiarvo
Rikas kulttuuri	38 = 31,7 %	28 = 23,3 %	22 = 18,3 %	16 = 13,3 %	16 = 13,3 %	2,5
Mielenkiintoinen kulttuuri	31 = 25,8 %	33 = 27,5 %	24 = 20,0 %	17 = 14,2 %	15 = 12,5 %	2,6
Mielenkiintoinen historia	31 = 25,8 %	37 = 30,8 %	21 = 17,5 %	17 = 14,2 %	14 = 11,7 %	2,6
Miellyttävä ilmasto	9 = 7,5 %	34 = 28,3 %	49 = 40,8 %	21 = 17,5 %	7 = 5,8 %	2,9
Kiinnostavaa eläimistöä	62 = 51,7 %	20 = 16,7 %	4 = 3,3 %	11 = 9,2 %	23 = 19,2 %	2,3
Kiinnostavaa kasvillisuutta	35 = 29,2 %	31 = 25,8 %	19 = 15,8 %	21 = 17,5 %	14 = 11,7 %	2,6
Kiinnostavia nähtävyyksiä	38 = 31,7 %	23 = 19,2 %	23 = 19,2 %	24 = 20,0 %	12 = 10,0 %	2,6
Kauniita maisemia	55 = 45,8 %	23 = 19,2 %	6 = 5,0 %	12 = 10,0 %	24 = 20,0 %	2,4
Ystävällisiä ihmisiä	23 = 19,2 %	35 = 29,2 %	37 = 30,8 %	15 = 12,5 %	10 = 8,3 %	2,6
Paljon sotia ja väkivaltaa	23 = 19,2 %	46 = 38,3 %	25 = 20,8 %	16 = 13,3 %	10 = 8,3 %	2,5
Paljon tauteja	27 = 22,5 %	34 = 28,3 %	30 = 25,0 %	21 = 17,5 %	8 = 6,7 %	2,6
Paljon köyhyyttä ja muita ongelmia	48 = 40,0 %	33 = 27,5 %	8 = 6,7 %	16 = 13,3 %	15 = 12,5 %	2,3
Helposti saavutettavissa	6 = 5,0 %	20 = 16,7 %	50 = 41,7 %	32 = 26,7 %	12 = 10,0 %	3,2

Keskiarvojen perusteella vastaajat ovat olleet enemmän samaa mieltä tai valinneet vaihtoehdon asteikon keskivaiheilta suurimmassa osassa kysymyksiä. Vastauksia tarkemmin tutkittaessa niissä on pääosin selkeästi erotettavissa enemmistön mielipiteen suunta. Väitteiden mielipiteiden suuntaukset saattaisivat olla jopa selkeämpiä, jos jokainen vastaaja olisi lukenut ohjeistuksen huolella. Tästä aiheesta ja tämän kysymyksen tulosten luotettavuudesta kirjoitettiin tarkemmin luvussa ”Tutkimuksen luotettavuus”.

Suurin osa vastaajista on täysin samaa mieltä siitä, että Afrikassa on rikas kulttuuri. Kaikki heistä eivät silti pidä sitä yhtä mielenkiintoisena kuin rikkaana, mutta yli puolet olivat kuitenkin valinneet vaihtoehdon 1 tai 2 tähän väittämään. Afrikan historian mielenkiintoisuutta kysyttäessä suurin osa oli ollut täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä ihmisten ystävällisyys sen sijaan jakaa mielipiteitä hieman enemmän, sillä 30,8 % vastaajista valitsi arvon 3 väittämään. Toisaalta 29,2 % eli vain kaksi vastaajaa vähemmän valitsi arvon 2.

Näin ollen suurin osa kyselyyn vastanneista pitävät Afrikan kulttuuria sekä rikkaana että mielenkiintoisena, sen historiaa mielenkiintoisena sekä ihmisiä pääosin ystävällisinä.

Luontoon liittyviä väittämiä olivat, että Afrikassa on miellyttävä ilmasto, kiinnostava eläimistö sekä kasvillisuus. Ilmastosta vain 9 vastaajaa oli täysin samaa mieltä sen miellyttävyydestä ja 7 ei ollenkaan samaa mieltä. Suurin osa eli 40,8 % vastaajista olikin valinnut keskimmäisen vaihtoehdon eli eivät ole täysin samaa mieltä, mutta eivät täysin väittämää vastaanakaan. Noin puolet eli 51,7 % vastanneista olivat täysin samaa mieltä siitä, että Afrikan eläimistö on kiinnostavaa, mutta vain 29,2 % olivat sitä mieltä kasvillisuudesta. Tästä huolimatta 23 vastaajaa ei ollut pitänyt eläimistöä ollenkaan kiinnostavana kun taas he, joita kasvillisuus ei kiinnostanut ollenkaan oli vain 14. Tästä voidaan päätellä, että ilmastosta suurin osa ei ole oikein varma onko se miellyttävä vai ei. Lisäksi eläimistö kiinnostaa vastaajia enemmän kuin kasvillisuus, vaikka molemmat ovat enemmän kiinnostavia kuin tylsiä.

Kiinnostavista nähtävyyksistä mielipiteet jakoutuivat jonkin verran. Suurin osa eli 31,7 % oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja 19,2 % oli valinnut sekä 2 että 3 vaihtoehdot kun taas jopa 20,0 % valitsi arvon 4. Kauniista maisemista pääosalla oli sen sijaan selkeä mielipide; lähes puolet vastaajista eli 45,8 % oli täysin samaa mieltä ”Afrikassa on kauniita maisemia” -väittämän kanssa, mutta jopa viidesosa ei ollut ollenkaan samaa mieltä. Suurinta osaa siis kiinnostaa sekä Afrikan nähtävyydet että maisemat, mutta on myös niitä, joiden mielestä ne eivät ole ollenkaan kiinnostavia tai kauniita.

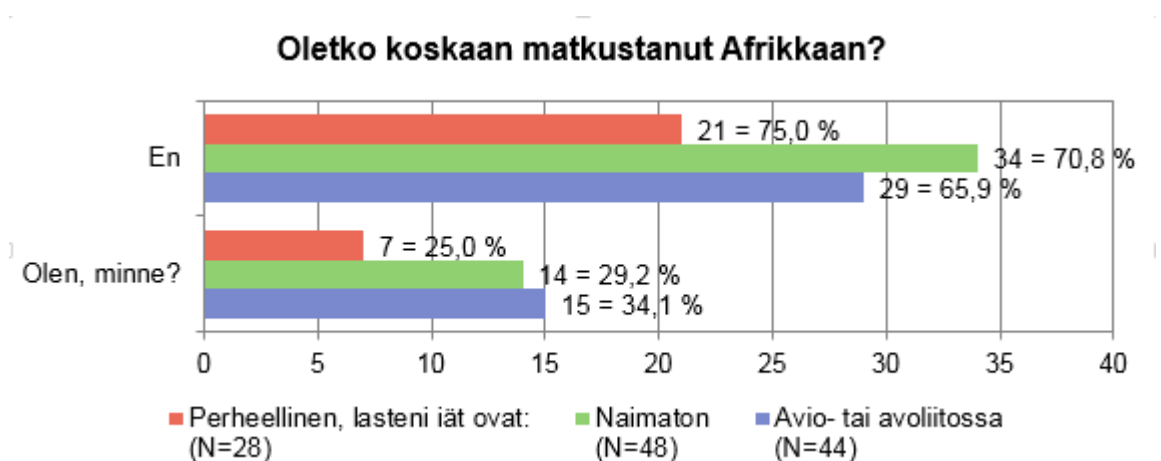
Afrikan ongelmiin liittyen kysymyksessä oli väittämiä sodista ja väkivallasta, taudeista sekä köyhyydestä ja muista ongelmista. Väittämän ”Afrikassa on paljon sotia ja väkivaltaa” vastaajista suurin osa eli 38,3 % oli valinnut vaihtoehdon 2 eli oli jokseenkin samaa mieltä. Seuraavaksi suosituimmat vaihtoehdot olivat arvot 1 ja 3, lisäksi vain 10 vastaajaa eli 8,3 % ei ollut ollenkaan samaa mieltä väittämän kanssa. ”Paljon tauteja” -kohdan vastaukset jakoutuivat suhteellisen tasaisesti vaihtoehtojen 1-4 välille ja eniten näistä, eli 28,3 % vastauksista, keräsi vaihtoehto 2. Ongelmiin liittyvistä väittämistä selkeästi eniten samaa mieltä oltiin siitä, että köyhyyttä ja muita ongelmia maanosassa paljon. Jopa 40,0 % vastaajista oli valinnut arvon 1 ja toiseksi eniten eli 27,5 % valintoja sai vaihtoehto 2.

Yhteenvetona näistä mielikuvia selvittävästä väittämistä voidaan todeta, että suomalaiset pitävät Afrikan kulttuuria, historiaa, luontoa ja nähtävyyksiä pääosin mielenkiintoisina ja kiinnostavina. He ovat kuitenkin myös sitä mieltä, että maanosasta löytyy ongelmia, kuten köyhyyttä ja tauteja. Lisäksi ”Afrikka on helposti saavutettavissa” -väittämään suurin osa eli 41,7 % vastaajista valitsi vaihtoehdon 3. Vaihtoehdon 4 valitsi 26,7 % ja arvon 2 valitsi

16,7 % vastaajista. Näin ollen tutkimukseen osallistuneet eivät osanneet kunnolla päättää ilmaston miellyttävyydestä tai maanosan savutettavuuden helppoudesta. Ilmaston miellyttävyydessä kuitenkin kallistuttiin enemmän ”samaa mieltä” –puolelle kun taas saavutettavuudesta oltiin hieman enemmän ”ei samaa mieltä” –vaihtoehdon kannalla.

5.3 Vastaajien matkakokemukset ja -halukkuus

Jokaiselta vastaajalta kysyttiin ovatko he koskaan matkustaneet Afrikkaan. Kysymyksen vastauksesta riippuen heiltä kysyttiin jatkokysymyksiä joko aiemmasta matkasta tai mahdollisesti tulevasta matkasta. Kaikista 120 kyselyyn osallistuneista 84 eli 70 % vastaajista ei ollut koskaan aikaisemmin käynyt Afrikassa. Loput 36 vastaajaa olivat, ja heistä suurin osa oli matkustanut yhteen tai kahteen maahan. Neljä henkilöä oli käynyt kolmessa eri maassa ja kaksi ilmoitti jopa neljä maata, jossa he olivat vierailleet. Tutkimuksesta ei käy ilmi oliko joku matkustanut samaan maahan useamman kerran. Tuloksista ei myöskään selviä olivatko neljässä maassa käyneet tehneet neljä matkaa vai kiertäneet samalla kertaa useammassa kohteessa.



Kuvio 9. Vastaajien matkatottumukset siviilisäädyn mukaan jaoteltuna

Suosituimmat matkailumaat tähän mennessä ovat olleet Egypti, Marokko ja Tunisia, mutta myös Etelä-Afrikka, Kenia, Tansania sekä Gambia ovat keränneet muutamia matkustajia. Yksi tai kaksi vastaajaa oli käynyt myös Botswanassa, Kap Verdessä, Namibiassa, Senegalissa, Swazimaassa, Ugandassa tai Zimbabwessa. Afrikkaan matkustaneista henkilöistä suhteutettuna koko otokseen on hieman enemmän naisia sekä avio- tai avoliitossa olevia. Kuvioista 9 nähdään, että peruskysymysten perusteella perheelliset ovat matkustaneet Afrikkaan suhteessa hieman vähemmän kuin naimattomat tai parisuhteessa elävät, mutta ero on kuitenkin melko pieni. Näin ollen voidaan kumota oletus siitä, että perheelliset eivät matkustaisi Afrikan kaltaiseen ”hankalaan” kohteeseen. Toisaalta perheelliset

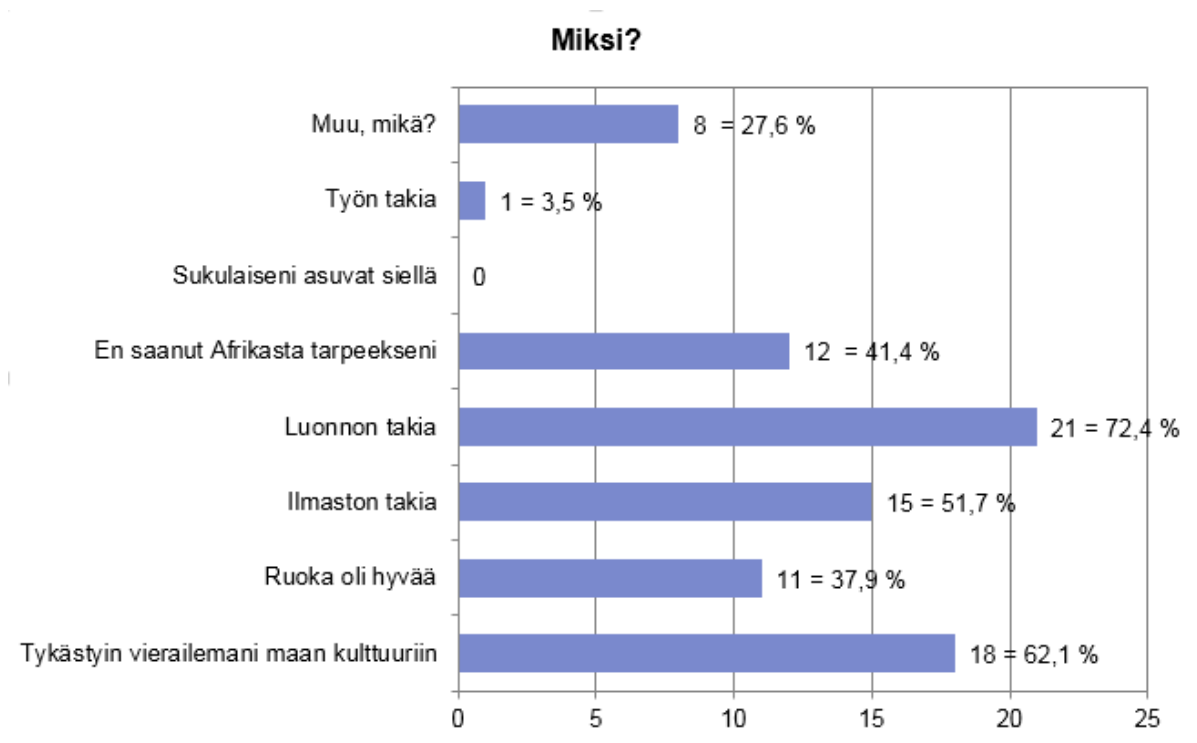
maanosassa vierailleet ovat erästä Etelä-Afrikan kävijää lukuun ottamatta kaikki matkustaneet yleisimpiin ja lähimpänä Eurooppaa oleviin Pohjois-Afrikan kohteisiin eli Marokkoon, Egyptiin tai Tunisiaan.

Seuraavaksi Afrikassa matkustaneilta kysyttiin matkan syytä ja vielä erikseen mikä heitä maanosassa oli kiehtonut. Yksi perheellinen naishenkilö oli käynyt työmatkalla Tunisiassa ja/tai Marokossa, mutta häntä oli kohteissa kiinnostanut myös ” Erilaiset ihmiset, perhekulttuuri, yhteisöllisyys”. Eräs 21 – 30-vuotias naishenkilö oli käynyt Etelä-Afrikassa ja/tai Swazimaassa tapaamassa sukulaisia ja häntä oli kohteissa kiehtonut kulttuuri sekä se, että siellä oli paljon nähtävää ja koettavaa. Myös yli 66-vuotias nainen oli viettänyt Pohjois-Afrikassa välivuoden asuntoautolla ja hän oli kirjottanut, että häntä kiehtoivat Afrikassa ” Erilaisuus, maasto, sahara, kulttuuri”. Loput 33 eli 91,7 % Afrikassa käynyttä olivat olleet vapaa-ajan matkalla.

Vapaa-ajan matkustajia oli kiehtonut Afrikassa selkeästi eniten luonto tai luontokohteet sekä kulttuuri. Luontoa oli kuvailtu upeaksi, kiinnostavaksi sekä monipuoliseksi ja kulttuuria erilaiseksi, kiinnostavaksi tai rikkaaksi. Luonnosta oli myös mainittu, että siinä kiehtoo erilaisuus pohjoisesta etelään sekä rannikoilta sisämaahan. Näiden jälkeen eniten kiinnostavuutta oli herättänyt erilaisuus joko sellaisenaan tai matkakohteena, eläimet, nähtävyydet, ihmiset sekä historia. Historiaa osa oli tarkentanut kerran antiikin historiaksi ja kertaalleen se oli rinnastettu nykyisyyteen. Ihmisistä mainittiin myös heidän tapansa suhtautua elämäänsä, ja nähtävyyksiä oli kuvailtu adjektiivilla ”upea” sekä kirjoitettu näin: ”nähtävyydet sekä maalla että meressä (sukellus)”. Muita kiehtovia asioita olivat esimerkiksi aurinko ja lämpö, ruokakulttuuri, ristiriitaisuus, hienot seikkailut, kieli, musiikki, maanosan moninaisuus, visuaalinen maailma, safari, stressittömyys sekä osalla tiedottomuus ja toisilla omat tuttavat, jotka asuvat maanosassa ja ovat kertoneet siitä vaikuttavia asioita.

Afrikassa jo vierailleilta kysyttiin vielä, että ovatko he harkinneet matkustavansa sinne uudestaan ja mistä syystä. Aina syytä kysyttäessä vastaajien oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. Kysymyksen 36 vastaajasta 29 eli 80,6 % vastasivat myöntävästi ja loput seitsemän taas kieltävästi. Uudestaan matkustavista naimattomat olivat selkeästi innokkaimpia sillä heistä 85,7 % olivat halukkaita kun taas perheelliset sekä parisuhteessa asuvista vain 57,1 % vastasivat myöntävästi. Iän tai sukupuolen ei huomattu juurikaan vaikuttavan tämän kysymyksen vastauksiin. Kuviosta 10 nähdään matkaa uudestaan harkinneiden syyt matkustamiselle Afrikkaan toistamisen. Selkeästi suosituimmat motivoijat olivat luonto sekä kulttuuri ja sen jälkeen ilmasto, ruoka ja se, ettei ollut saanut Afrikasta tarpeekseen. Vähintään kannatusta saivat jotkin muut syyt sekä työmatkat, ja oletettavasti vastanneilla ei enää asu sukulaisia maanosassa. Sen sijaan neljä vastaajaa oli kertonut muuksi vierailun

syyksi sen, että kummilapsi, ystäviä tai läheisiä asuu siellä. Kolme henkilöä haluaisi nähdä enemmän isosta mantereesta ja sen kulttuureista kuin mitä he ovat jo nähneet, ja erityisesti ensi kerralla he haluaisivat nähdä sitä oikeaa elämää eivätkä pelkästään turistikohteita. Avoimissa vastauksissa oli mainittu myös luonto kahteen kertaan, eläimet, kulttuuri sekä ystävälliset ihmiset.



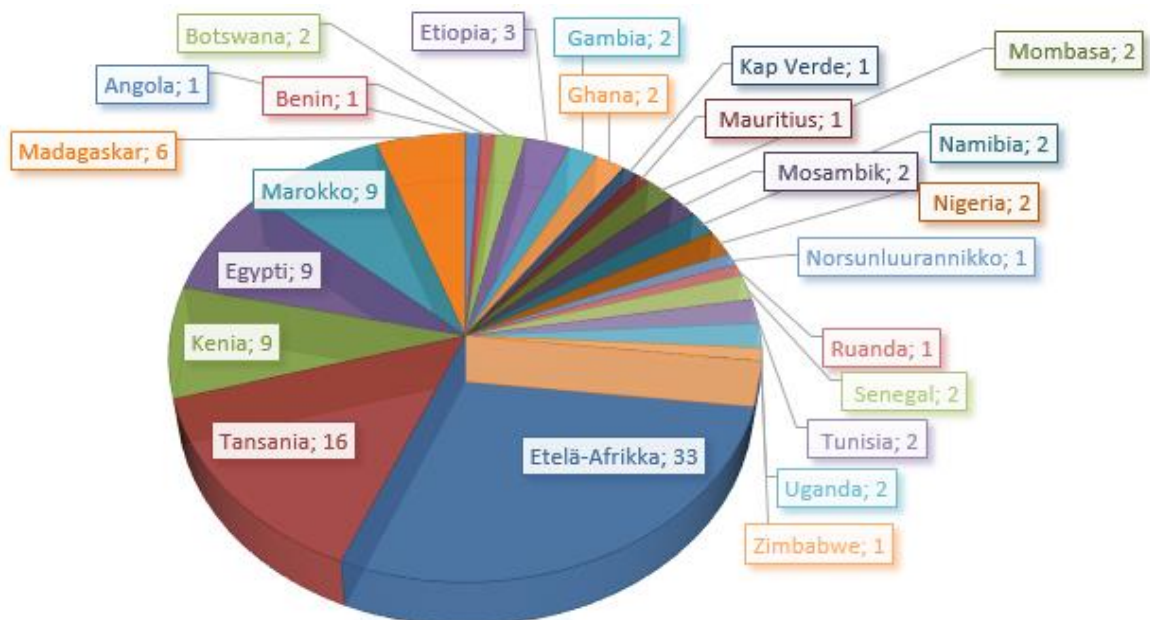
Kuvio 10. Syyt Afrikkaan uudestaan matkustamiselle (N=29)

Seitsemästä heistä, jotka eivät olleet harkinneet matkaa Afrikkaan uudestaan, neljä kertoi syyksi sen, että joku muu kohde houkuttelee heitä enemmän. Kolme oli pelännyt terveytensä puolesta ja kaksi vastaajaa pitää Afrikkaa turvattomana kohteena. Yhden valinnan olivat saaneet lisäksi vaihtoehdot ”ei ole sopivaa tilaisuutta”, ”minua pelottaa/jännittää erillaisuus” sekä jokin muu syy. Muuksi syyksi vastaaja oli kertonut, että hänellä on aikaisemmin ollut huonoja kokemuksia afrikkalaisista miehistä. Sama naishenkilö oli avoimeen mielikuvakysymykseen kirjoittanut ”onnenonkijamiehistä”. Kukaan ei kuitenkaan uskonut, ettei olisi löytänyt sopivaa kohdetta, lentoja tai matkanjärjestäjää.

Seuraavaksi analysoidaan vastaukset niiltä 84 henkilöiltä, jotka eivät ole koskaan aikaisemmin käyneet Afrikassa. Ensimmäisenä heiltä kysyttiin miksi he eivät ole matkustaneet maanosaan. Heistä 51 eli 60,7 % vastasivat, ettei heille ole tullut sopivaa tilaisuutta, ja 33 eli 39,3 % vastaajista kertoivat jonkin muun kohteen houkutelleen enemmän. Afrikan turvattomuus oli ollut syynä 27 eli 32,1 % vastaajista ja ”pelkään terveyteni puolesta” –vaihtoehdon oli valinnut 16 eli 19,1 % vastaajista. Myös vaihtoehdot ”en ole löytänyt sopivaa

kohdetta, lentoja tai matkanjärjestäjää”, ”minua pelottaa/jännittää erilaisuus” sekä muut vaihtoehdot olivat saaneet kahdeksasta yhteentoista valintaa. Muiksi syiksi viisi oli kertonut matkojen olevan liian kalliita heille, vaikka eräs vastaaja kirjoitti matkustamisen kalleuden Afrikkaan olevan hänen mielikuvansa eikä välttämättä varsinaisesti tosiasia. Lisäksi eräs vastaaja kertoi taloudellisen tilanteensa lisäksi matkustamisen niin kuumaan kohteeseen olevan hankalaa pienten lasten kanssa. Muita syitä olivat se, ettei vastaaja matkustele muutenkaan paljon, toisella tuhkapilvi oli estänyt matkan ja kolmas pelkäsi omien sairauksiensa puolesta.

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin olisivatko he valmiita harkitsemaan matkaa Afrikkaan tulevaisuudessa ja 73 eli 86,9 % olivat siihen valmiita. Eroja iän, sukupuolen tai siviilisäädyn välillä ei juurikaan ollut. Osa kertoi jo suunnittelevansa matkaa esimerkiksi seuraavalle vuodelle johonkin Afrikan maahan ja useilla vastaajilla oli monta vaihtoehtoa maista, joihin he olisivat kiinnostuneita matkustamaan. Ylivoimaisesti eniten kiinnostusta vastaajissa herrätti Etelä-Afrikka, joka oli ilmoitettu mahdolliseksi kohteeksi 33 kertaa. Seuraavaksi suosituin kohde oli 16 kertaa mainittu Tansania tai Sansibar. Muita suosiota keränneitä maita yli yhdeksällä maininnalla olivat Egypti, Kenia sekä Marokko. Madagaskarista kiinnostuneita oli kuusi vastaajaa ja monet valtiot olivat saaneet yhdestä kolmeen mainintaa. Kaikki maat ja niiden mainintojen määrät ovat kuviossa 11.



Kuvio 11. Maat, joihin vastaajat olivat valmiita matkustamaan

Muutamit olivat valmiita matkustamaan minne vaan, kuhan siellä ei olisi mitään konfliktia tai sisällissotaa eli maassa olisi meille länsimaalaisille turvallista olla. Esimerkkinä poissuljetusta konfliktialttiista valtiosta eräs vastaaja mainitsi Somalian. Yksi vastaajista oli myös

valmis matkustamaan ”paremmin kehittyneisiin maihin”. Jotkut eivät tienneet minne haluaisivat ja kaksi vastaajaa myönsivät sen johtuvan omasta tietämättömydestään maanosasta. Alueista mainittiin arabimaat ja Pohjois-Afrikka, yhteisfrangialueen maat, eteläinen Afrikka sekä Keski-Afrikka. Mainittujen maiden perusteella eteläinen Afrikka oli kuitenkin suosituin, sillä suurin osa alueen maista mainittiin mahdollisina tulevaisuuden kohteina, vaikka muutkin alueet Keski-Afrikkaa lukuun ottamatta herättivät kiinnostusta.

Ne 11 henkilöä, jotka ovat käyneet Afrikassa, mutta eivät halua matkustaa sinne uudestaan, antoivat useimmiten syyksi sen, että he pitävät Afrikkaa turvattomana tai että jokin muu kohde houkuttelee enemmän. Nämä vaihtoehdot saivat kannatusta viisi kertaa eli 45,5 % olivat valinneet sen. Seuraavaksi painavimmat syyt olivat neljällä tai kolmella valinnalla terveyden puolesta pelkääminen, erilaisuuden jännittäminen tai pelkääminen sekä muut syyt. Muita vastaajien kertomia syitä olivat kalleus, omat sairaudet sekä arvaamattomuus. Vaihtoehdot ”en usko löytäväni sopivaa kohdetta/lentoja/matkanjärjestäjää” ja ”ei ole sopivaa tilaisuutta” olivat molemmat syynä yhdellä vastaajalla Afrikkaan matkustushaluttomuudessa.

Lopuksi näiltä 11 vastaajalta kysyttiin, mikä muutos saisi heidät harkitsemaan matkaa Afrikkaan. Kolme ei nähnyt minkään muutoksen kasvattavan matkustushalukkuutta ja yksi sanoi, että aika monen asian täytyisi muuttua tai parantua ensin. Turvattomuudentunteen, sotien, köyhyyden sekä korruption loppuminen tai poisto ja vakaat olot saisivat neljän vastaajan harkitsemaan matkaa. Yhdellä vaikuttava tekijä olisi matkojen halpeneminen ja toisella tuttavien kokemukset maanosasta sekä luotettavat matkanjärjestäjät. Eräs alle 20-vuotias Aasia –fani suostuisi matkustamaan Afrikkaan, ” Jos Afrikasta tulis uus Aasia .. :)”.

6 Pohdinta

Yhteenvedon tutkimustuloksista voidaan päätellä, että suurimmalla osalla kyselyyn vastanneista on positiivinen mielikuva Afrikasta matkakohteena. Useiden maiden ongelmat, kuten sodat ja köyhyys, tiedostetaan myös hyvin, mutta pääosin luotetaan siihen, että maanosasta löytyy turvallisiakin kohteita. Luonnon ja eläimistön lisäksi juuri ongelmat herättävätkin eniten mielikuvia Afrikasta, kun taas kulttuuri ja ihmiset jäivät pienimmälle huomiolle. Kulttuuria kuitenkin pidetään pääosin rikkaana sekä mielenkiintoisena ja ihmisiä ystävällisinä. Maanosa nähdään kauniina ja kiinnostavana matkakohteena, vaikka noin 70 % ei siellä aikaisemmin ole vierailut. Jokaisella vastaajalla on siis jonkinlainen imago Afrikasta, vaikka heillä ei ole ollut omakohtaisia kokemuksia maanosasta. Kuten Vuokko (2003) sanoi, mielikuvat on mahdollista rakentaa myös muilla tavoin, kuten kuulemalla tai lukemalla kohteesta. He, jotka eivät olleet käyneet Afrikassa, ovat rakentaneet omat mielikuvansa kuulopuheiden pohjalta ja he, jotka ovat aiemmin matkustaneet Afrikkaan, ovat lisänneet näihin mielikuviin vielä omakohtaiset kokemuksensa.

Kaikista 120 vastaajista 102 henkilöä eli 85 % ovat valmiita matkustamaan Afrikkaan tulevaisuudessa. Halukkaissa matkustajissa ei huomattu suuria eroja ikäryhmien tai sukupuolen kesken, mutta Afrikassa aiemmin matkustaneista naimattomat olivat innostuneimpia käymään maanosassa uudestaan. Ensikertalaisissa ei huomattu merkittäviä eroja vastajaryhmien välillä. Tosin yli 66-vuotiaiden ja alle 20-vuotiaiden tuloksia ei voida tämän tutkimuksen perusteella yleistää, sillä näistä ikäryhmistä vastaajia oli aivan liian vähän suhteessa koko perusjoukon kyseisiin ikäryhmiin sekä muiden ikäryhmien vastaajamääriin. Tutkimusta olisi kannattanut levittää muuallakin kuin sosiaalisessa mediassa ja keskustelufoorumeissa. Toisaalta kysely toteutettiin internetissä, joten monipuolisemman vastaajakunnan saavuttamiseksi tutkimuksen tekijän olisi täytynyt teettää kyselyä kadulla joko mobiililaitteella tai tulostettuna versiona paperilla.

Kun tarkastellaan alueita, joissa suomalaiset ovat aiemmin matkustaneet, ovat Pohjois-Afrikka sekä Itä-Afrikka olleet suosituimpia matkustusalueita. Tämä vahvistaa Karvosen (1999), Moilasen & Rainiston (2009) sekä Vuokon (2003) väitteet siitä, että ihmiset valitsevat helpommin ne kohteet tai tuotteet, jotka ovat heille tuttuja ja omaavat positiivisen imagon. Afrikan tapauksessa suurimpia matkailumaita eli oletettavasti myös tunnetuimpia maita ovat osittain samat maat, kuin Bonifacen ym. (2012) painottamat valtiot ja kyselyyn vastanneiden mainitsevat kohteet, kuten Egypti, Etelä-Afrikka tai Kenia.

Tulevaisuuden matkakohteiksi kiinnostusta herätti kuitenkin jopa yli 20 maata eri puolilta Afrikkaa, joista selkeästi tutut Etelä-Afrikka ja Tansania olivat suosituimpia. Näin selkeä

suosio pelkästään muutamaa maata kohtaan saattaa johtua siitä, että suomalaiset eivät tiedä paljon Afrikasta ja sen eri alueista, kuten jotkut kyselyyn vastanneistakin kirjoittivat. Esimerkiksi Keski-Afrikan alueen maat eivät olleet kyselyn mukaan suosittuja matkakohteita, mikä ei ole kovin yllättävää. Kuten luvussa "Keski-Afrikka" kerrottiin, sinne ei ole vielä kovin helppo matkustaa ja se vaikuttaa olevan muutenkin suomalaisille tuntematon tai omaavan negatiivisen maineen.

Valtaosan imago Afrikasta on ilmeisesti jäänyt suomalaisille vajaaksi, kuten Dinnie (2008) ja Karvonen (1999) kertoivat joskus käyvän. Tässä tapauksessa se johtuu mitä todennäköisimmin Suomessa näytettävien uutisten yksipuolisuudesta. Näin ollen jos suomalaiset tietäisivät enemmän maanosasta, sen monista eri maista sekä monipuolisuudesta, voisivat he olla kiinnostuneita matkustamaan vieläkin useampaan eri maahan. Kiinnostuksen kasvattamiseksi heidän täytyisi oppia enemmän Afrikasta ja erityisesti turvallisista kohteista. Markkinoimalla kohteita turvallisina ja kriisittöminä saattaisi uskallus kohteita kohtaan kasvaa. Erityisesti luonto ja kulttuuri kiinnostivat kyselyyn vastanneita maanosan kohteissa, joten niiden tulisi myös olla esillä uusia Afrikkaan rakastuvia matkustajia etsittäessä, kuten Dinnie (2008) ja Karvonen (1999) kehottivat.

Jotta kyselystä olisi saatu luotettavampi ja toimivampi, olisi sitä voinut hahmotella aikaisemmin ja kokeilla sen toimivuutta ennen julkaisua. Näin mahdolliset puutteet tai ylimääräiset kysymykset olisi saatu karsittua pois. Esimerkiksi eri maiden todellista suosiota matkakohteena ei voi sanoa varmasti, sillä joku vastanneista on saattanut käydä samassa maassa useamman kerran. Lisäksi kysymys numero viisi aiheutti hämminkiä vaihtoehtojen valinnan suhteen, joten tekemällä testikierroksen olisi siitä kysymyksestä saatu luotettavampi. Mielikuvien luotettavuutta lisää kuitenkin se, että viidennen kysymyksen lisäksi oli avoin kysymys, jossa vastaajat kirjoittivat itse ensimmäisenä mieleen tulevat asiat Afrikasta. Lopulta molemmista mielikuvakysymyksistä saatiin nimittäin suhteellisen samanlaiset lopputulokset.

Opinnäytetyön kirjoittaminen ja toteuttaminen on ollut opettavainen ja kasvattava projekti. Epäilin alussa, että jaksanko keskittyä saman työn tekemiseen neljän kuukauden ajan ja miten osaan tehdä kaiken tarvittavan. Ajan myötä huomasin kuitenkin, että ohjaavan opettajan opastuksella ja ohjeilla sanoja alkoi syntyä paperille kuin itsestään. Työn tekemistä auttoi myös se, kun ymmärsi ottaa asian kerrallaan ja antaa itselleen luvan työstää raporttia omaan tahtiin. Raportointia ja tutkimuksen aikataulutusta olisi voinut suunnitella enemmän, jotta lopussa ei olisi tarvinnut stressata työn valmistumista. Myös tulosten analysointi olisi helpottunut ehkä paljonkin, jos jo valmistautumisvaiheessa olisi huomannut muistuttaa mieleen SPSS –analysointiohjelman toiminnot.

Projekti oli myös kasvattava ammatillisessa mielessä. Asioiden tutkiminen ja tiedon etsiminen opetti löytämään uusia kanavia, joista löytyy luotettavaa ja hyödyllistä matkailualan tietoutta. Esimerkiksi UNWTO:n vuosikertomukset osoittautuivat mielenkiintoisiksi ja opettavaisiksi tietolähteiksi, joiden avulla myös tulevaisuudessa pystyy pysymään ajan tasalla koko ajan kehittyvän alan muutoksista. Muun muassa niitä sekä Boniface ym (2012) *Worldwide Destination* –kirjaa lukiessani löysin Afrikasta niin monia minulle uusia ulottuuksia, jotka saivat minut suorastaan himoitsemaan matkaa eripuolille maanosaa.

Lähteet

Avert 2015. Around the world. HIV and AIDS in Sub-Saharan Africa: regional overview. Luettavissa: <http://www.avert.org/professionals/hiv-around-world/sub-saharan-africa/overview>. Luettu: 10.10.2015.

Boniface, B., Cooper, C. & Cooper, R. 2012. Worldwide destinations: the geography of travel and tourism. Routledge. Abingdon.

Dinnie, K.2008. Nation Branding: Concepts, issues, practice. Butterworth-Heinemann. Burlington.

Dinnie, K. 2011. City Branding: Theory and Cases. Palgrave Macmillan. Basingstoke.

The EIU 2014. Kenya. US-Africa summit opens in Washington DC. Luettavissa: [http://country.eiu.com/\(F\(8albaPnT-M2c0zofzbNypJPw8kju7bmunVNtx1bZk-YaK836rjPmVFsO-hWEoPOzunzOy2Kr5sM5sv5Tj4stNOrqk68ovZljfwBK652QlpHkpN0gl-kEz8AdBvz0wMyzIWIZ3VJwiseNaheOL2ZAUZKydkyuQgNara1FppLAGUHPiy2o0\)\)/article.aspx?articleid=582121442&Country=Kenya&topic=Politics&subtopic=Forecast&sub-subtopic=International+relations&u=1&pid=1983685782&oid=1983685782&uid=1](http://country.eiu.com/(F(8albaPnT-M2c0zofzbNypJPw8kju7bmunVNtx1bZk-YaK836rjPmVFsO-hWEoPOzunzOy2Kr5sM5sv5Tj4stNOrqk68ovZljfwBK652QlpHkpN0gl-kEz8AdBvz0wMyzIWIZ3VJwiseNaheOL2ZAUZKydkyuQgNara1FppLAGUHPiy2o0))/article.aspx?articleid=582121442&Country=Kenya&topic=Politics&subtopic=Forecast&sub-subtopic=International+relations&u=1&pid=1983685782&oid=1983685782&uid=1). Luettu 10.10.2015.

Ertimo, L., Lantz, M., Liinaharja, P. 2011. Karttakeskuksen pieni maailmankartasto. Karttakeskus Oy. Helsinki.

European Commission 2015. List of airlines banned within the EU. Luettavissa: http://ec.europa.eu/transport/modes/air/safety/air-ban/doc/list_en.pdf. Luettu: 27.11.2015.

Finavia 2015. Lentoyhteydet. Luettavissa: <https://www.finavia.fi/fi/lentoyhteydet/>. Luettu: 6.11.2015.

Google 2015. Maps. Luettavissa: <https://www.google.fi/maps/@4.2068431,23.0211786,3z>. Luettu: 9.11.2015.

Ham, A., Armstrong, K., Bainbridge, J., Bewer, T., Butler, S., Carillet, J-B., Clammer, P., Corne, L., Filou, E., Firestone, M. D., Fitzpatrick, M., Lobeck Kane, K., Karlin, A., Luckham, N., Masters, T., Murphy, A., Ranger, H., Simmonds, N., Thomas, K. & Wheeler, D. 2010. Africa. Lonely Planet. Footscray.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Kananen, J. 2008. KVANTTI: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa: Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Gaudeamus. Helsinki.

Mainostoimisto Artmocca. 2015. Brändi = imago + maine. Luettavissa: <http://artmocca.fi/brandi-imago-maine/>. Luettu: 29.9.2015.

Matkavaraukset.fi 2015. Helsinki (HEL), Suomi - Kairo (CAI), Egypti 9.11.2015. Luettavissa: <http://www.matkavaraukset.fi/>. Luettu: 6.11.2015.

Moilanen, T. & Rainisto, S. 2009. How to brand nations, cities and destinations: A planning book for place branding. Palgrave Macmillan. Basingstoke.

Mundasad, S. 2015. How Ebola changed the world. BBC. Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/health-31982078>. Luettu: 21.11.2015.

O'Flaherty, B. 2005. City Economics. Harvard University Press. Cambridge.

Oxford Dictionaries. 2015. Image. Luettavissa: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/image>. Luettu: 20.9.2015

Paukku, T. 2014. YK ja Science-lehti: Maailman väkiluku kohoaa 11 miljardiin vuonna 2100. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <http://www.hs.fi/tiede/a1411102556118>. Luettu: 5.11.2015.

RHEA 2015a. Yritys. Luettavissa: <http://www.rhea.fi/yritys/>. Luettu: 8.10.2015.

RHEA 2015b. Reilu matkailu. Luettavissa: <http://www.rhea.fi/reilu-matkailu/>. Luettu: 8.10.2015.

Suomen Punainen Risti 2015a. Työmme maailmalla. Avun kohdemaat. Luettavissa: <https://www.punainenristi.fi/tutustu-punaiseen-ristiin/avun-kohdemaat/afrikka>. Luettu: 10.10.2015.

Suomen Punainen Risti 2015b. Työmme maailmalla. Avun muodot. Luettavissa: <https://www.punainenristi.fi/tutustu-punaiseen-ristiin/avun-muodot>. Luettu: 11.11.2015.

Supersaver 2015. Varaa matkasi. Luettavissa: <http://www.supersaver.fi/varaa-valitsemasi-lennot>. Luettu: 6.11.2015.

Supreme Coucil of Atiquities. 2015. Valley of the Kings. Luettavissa: http://www.sca-egypt.org/eng/SITE_VOK.htm. Luettu: 5.10.2015.

Ticket 2015. Lennot Helsinki, Suomi – Johannesburg Etelä-afrikka. Luettavissa: http://www.ticket.fi/lennot/tulokset.html?execution=e1s1&_eventId=search. Luettu: 10.11.2015.

Tilastokeskus 2013. Suomalaisten matkailu ulkomaille kasvoi vuonna 2012. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/smat/2012/smat_2012_2013-04-18_tie_001_fi.html. Luettu: 20.11.2015

Terve Media Oy 2014. Rokotukset maanosittain. Luettavissa: <http://www.toh-tori.fi/?page=7579539&id=6170117#afrikka>. Luettu: 8.10.2015.

Terveyden- ja hyvinvoinnin laitos 2015. Maittainen luettelo A-I. Luettavissa: http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p_artikkeli=mat00055#s42. Luettu: 11.11.2015.

Travelstart 2015. Varaa matkasi. Luettavissa: <http://www.travelstart.fi/varaa-valitsemasi-lenno>. Luettu: 10.11.2015.

Turtia, K. 2001. Sivistyssanat. Otava. Keuruu.

Turtiainen, T. 2014. Ebola-epidemiasta tuli koko maailman kriisi. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <http://www.hs.fi/ulkomaat/a1407480653330>. Luettu: 10.10.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015a. Matkustustiedotteet. Luettavissa: http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=15735&contentlan=1&culture=fi-FI#country_M. Luettu: 21.11.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015b. Suomen edustustot maailmalla. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=49529&contentlan=1&culture=fi-FI#palvelut>. Luettu: 21.11.2015.

Ulkoasiainministeriö 2015c. Matkustustiedotteet. Etelä-Afrikka: matkustustiedote. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=65400&nodeid=15735&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 26.11.2015.

UNESCO 2015a. World Heritage List. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/>. Luettu: 7.10.2015.

UNESCO 2015b. Priority Africa. Luettavissa: <http://www.unesco.org/new/en/africa/priority-africa/>. Luettu: 10.10.2015.

UNESCO 2015c. World Heritage List. Sangha Trinational. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/1380>. Luettu: 11.11.2015.

UNWTO 2014. UNWTO Annual Report 2013. The World Tourism Organization. Madrid. Luettavissa: http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf. Luettu: 11.11.2015.

UNWTO 2015a. Tourism and Poverty Alleviation. Luettavissa: <http://step.unwto.org/content/tourism-and-poverty-alleviation-1>. Luettu: 5.11.2015.

UNWTO 2015b. UNWTO Annual Report 2014. The World Tourism Organization. Madrid. Luettavissa: http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf. Luettu: 6.11.2015.

UNWTO 2015c. Affiliate Members Regional Reports, Volume four – Tourism in Africa: A Tool for Development. The World Tourism Organization. Madrid. Luettavissa: http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/tourism_africa_tool_development1.compressed_0.pdf. Luettu: 9.11.2015.

U.S. Passports & International Travel 2015a. Alerts and Warnings. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings.html>. Luettu: 10.10.2015.

U.S. Passports & International Travel 2015b. Sierra Leone Travel Warning. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/sierra-leone-travel-warning.html>. Luettu: 10.10.2015

U.S. Passports & International Travel 2015c. Tanzania Travel Alert. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/tanzania-travel-alert.html>. Luettu: 10.10.2015

U.S. Passports & International Travel 2015d. Somalia Travel Warning. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/somalia-travel-warning.html>. Luettu: 10.10.2015.

U.S. Passports & International Travel 2015e. Central African Republic Travel Alert. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/central-african-republic-travel-alert.html>. Luettu: 10.10.2015.

U.S. Passports & International Travel 2015f. Tunisia Travel Alert. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/tunisia-travel-alert.html>. Luettu: 26.11.2015

U.S. Passports & International Travel 2015g. Worldwide Caution. Luettavissa: <http://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings/worldwide-caution.html#Africa>. Luettu: 10.10.2015.

Valpola, V. 2000. Suuri sivistyssanakirja. WSOY. Juva.

Vertaa.fi 2015a. Lentoliput Helsinki (HEL) – Kairo (CAI). Luettavissa: <http://www.vertaa.fi/lentoliput/?departureIATACode=HEL&departureCountry=Suomi&departureCity=Helsinki&destinationIATACode=CAI&destinationCountry=Egypti&destinationCity=Kairo&departureDate=2015-11-09&adults=1&childrenAges=&type=one-way&class=economy&page=3>. Luettu: 6.11.2015.

Vertaa.fi 2015b. Lentoliput Helsinki (HEL) – Zanzibar (ZNZ). Luettavissa: <http://www.vertaa.fi/lentoliput/?departureIATACode=HEL&departureCountry=Suomi&departureCity=Helsinki&destinationIATACode=ZNZ&destinationCountry=Tansania&destinationCity=Zanzibar&departureDate=2015-11-16&adults=1&childrenAges=&type=one-way&class=economy&page=15>. Luettu: 9.11.2015.

Vertaa.fi 2015c. Lentoliput Helsinki (HEL) – Johannesburg (JNB). Luettavissa: <http://www.vertaa.fi/lentoliput/?departureIATACode=HEL&departureCountry=Suomi&departureCity=Helsinki&destinationIATACode=JNB&destinationCountry=Etel%C3%A4-Afrikka&destinationCity=Johannesburg&departureDate=2015-11-16&adults=1&childrenAges=&type=oneway&class=economy>. Luettu: 10.11.2015.

Vertaa.fi 2015d. Lentoliput Helsinki (HEL) – Lagos (LOS). Luettavissa: <http://www.vertaa.fi/lentoliput/?departureIATACode=HEL&departureCountry=Suomi&departureCity=Helsinki&destinationIATACode=LOS&destinationCountry=Nigeria&destinationCity=Lagos&departureDate=2015-11-16&adults=1&childrenAges=&type=oneway&class=economy&page=17>. Luettu: 10.11.2015.

Vertaa.fi 2015e. Lentoliput Helsinki (HEL) – Brazzaville (BZV). Luettavissa: <http://www.vertaa.fi/lentoliput/?departureIATACode=HEL&departureCountry=Suomi&departureCity=Helsinki&destinationIATACode=BZV&destinationCountry=Kongo&destinationCity=Brazzaville&departureDate=2015-11-16&adults=1&childrenAges=&type=oneway&class=economy&page=12>. Luettu: 11.11.2015.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma: Kansainvälisen matkailun maantiede. WSOY. Helsinki.

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

Wienecke-Janz, D. 2009. Maailmalla. Afrikka ja Oseania. Wilin+Göös Oy. Helsinki. Suomentanut Eichhorn, Elina.

Wikimedia Commons 2009. Category: PD World Wind. Luettavissa: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:PD_World_Wind. Luettu: 3.11.2015.

Wikipedia 2015. Kilimanjaro region. Luettavissa: https://en.wikipedia.org/wiki/Kilimanjaro_Region. Luettu: 3.11.2015.

World Population Review 2015. Africa Population 2015. Luettavissa: <http://worldpopulationreview.com/continents/africa-population/>. Luettu: 26.11.2015.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Tämän kyselyn on toteuttanut Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelija osana Afrikan imagoa käsittelevää opinnäytetyötä. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii konsultointitoimisto RHEA, joka pyrkii neuvomaan muun muassa yrityksiä toimimaan vastuullisemmin ja edesauttamaan kestävästä kehitystä. Kyselyn tuloksia hyödynnetään RHEAn myöhemmin toteutettavassa laajemmassa projektissa. Lisätietoa RHEAsta löytyy heidän nettisivuiltaan osoitteesta www.rhea.fi.

Kyselyn kysymykset ovat pääosin monivalintakysymyksiä ja siihen vastaaminen kestää noin 5 minuuttia. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettöminä. Vastauksianne arvostetaan kovasti.

1. Ikä

- – 20
- 21–30
- 31–40
- 41–50
- 51–65
- 66 +

2. Olen

- Mies
- Nainen

3. Olen

- Avo- tai avioliitossa
- Perheellinen, lasteni iät ovat:
- Naimaton

4. Mitä sinulle tulee ensimmäisenä mieleen Afrikasta?

5. Afrikassa/Afrikka on... (samaa mieltä asteikolla 1-5)

- Rikas kulttuuri
- Mielenkiintoinen kulttuuri
- Mielenkiintoinen historia
- Miellyttävä ilmasto
- Kiinnostavaa elämistä
- Kiinnostavaa kasvillisuutta
- Kiinnostavia nähtävyyksiä
- Kauniita maisemia
- Ystävällisiä ihmisiä
- Paljon sotia ja väkivaltaa
- Paljon tauteja

- Paljon köyhyyttä ja muita ongelmia
- Helposti saavutettavissa

6. Oletko koskaan matkustanut Afrikkaan?

- Olen, minne?

6.1. Mikä oli matkan syy?

- Työmatka
- Vapaa-ajan matka
- Sukulaisten tapaaminen
- Muu, mikä?

6.2. Mikä sinua kiehtoo/kiehtoi Afrikassa?

6.3. Oletko harkinnut matkustavasi Afrikkaan uudestaan?

- Kyllä

6.3.1. Miksi?

- Tykästyin vierailemani maan kulttuuriin
- Ruoka oli hyvää
- Ilmaston takia
- Luonnon takia
- En saanut Afrikasta tarpeekseni
- Sukulaiseni asuvat siellä
- Työn takia
- Muu, mikä?

- En

6.3.2. Miksi?

- Jokin muu kohde houkuttelee enemmän
- Ei ole sopivaa tilaisuutta
- En usko löytäväni sopivaa kohdetta/lentoja/matkanjärjestäjää
- Minua pelottaa/jännittää erilaisuus
- Pidän Afrikkaa turvattomana
- Pelkään terveyteni puolesta
- Muu, mikä?

- En

6.4. Miksi?

- Jokin muu kohde houkuttelee enemmän
- Ei ole sopivaa tilaisuutta
- En usko löytäväni sopivaa kohdetta/lentoja/matkanjärjestäjää
- Minua pelottaa/jännittää erilaisuus
- Pidän Afrikkaa turvattomana
- Pelkään terveyteni puolesta
- Muu, mikä?

6.5. Olisitko valmis harkitsemaan matkaa Afrikkaan tulevaisuudessa?

- Kyllä

6.5.1. Minne päin Afrikkaa olisit valmis matkustamaan?

- En

6.5.2. Miksi?

- Jokin muu kohde houkuttelee enemmän
- Ei ole sopivaa tilaisuutta
- En usko löytäväni sopivaa kohdetta/lentoja/matkanjärjestäjää
- Minua pelottaa/jännittää erilaisuus
- Pidän Afrikkaa turvattomana
- Pelkään terveyteni puolesta
- Muu, mikä?

6.5.3. Mikä muutos saisi sinut harkitsemaan matkaa Afrikkaan?

Liite 2. Mitä sinulle tulee mieleen Afrikasta? – avoimet vastaukset

Mitä sinulle tulee ensimmäisenä mieleen Afrikasta?

Maanosa moninaisilla kulttuureilla sekä haasteilla.

Maahanmuuttajat

Köyhyys

Tuntematon, monta eri maata ja kulttuuria, riistetty, kiinnostava.

Ebola, norsut, safarit, heimokulttuurit, apartheid, jalkapallo, kilimanjaro

savanni, tummat ihmiset, konfliktit, humanitääriin kriisi, mahdollisuudet

Maailman suurin mantere, paljon ihmisiä, paljon erilaisia kulttuureja, värit, iloinen elämän asenne, raakuudet, levottomuudet, näköalattomuus.

Safari ja sota

1. eksoottiset eläimet ja trooppinen ilmasto, 2. köyhyys, taudit ja konfliktit, 3. iloiset, ystävälliset ja yksinkertaiset ihmiset.

Savanni

Autiomaat ja safari

Luonto, erilaiset kulttuurit, kuumuus, köyhyys, leijonat ja kirahvit, ebola, sahara

Kuumuus, luonto

Upea luonto

Levottomuudet, erilainen kulttuuri. Naisten toisarvoinen asema.

safarit, eläimet, köyhyys, upea luonto, kilimanjaro, kulttuurit

Mahtava manner, jossa on paljon erilaisia kulttuureja ja maita. Afrikkaa ei millään voi niputtaa yhteen mielipiteeseen. Eurooppa ja Etelä-Amerikka jää Afrikan varjoon.

Viidakko ja safari

Safarit, tummat ihmiset, nälänhätä

Heikompi elintaso, tummaihoiset, kirahvit ja muut eläimet, safarit

Savanni, sen eläimet, kehitys, kehitysapu

Luontomatkat; safarit, eksoottiset eläimet; kirahvi, apina, leijona. Kuumuus, alkuperäiskansat, pienet kylät, villieläimet ja viljelmät, ongelmat; köyhyys, nälänhätä

Villieläimet, aavikot, heimot

Tummaihoiset, safari, timantit.

Serengetin kansallispuisto ja villieläimet

Savannit, safarit, virtahevot, köyhyys, savimajat

Aurinko, kuumuus, kuivuus, salametsästys, köyhyys, värikkäät vaatteet, heimot, oma tiedottomuus

marokko

Safarit

Safarit, jollof-riisi, rytmi

Kulttuurit, eläimet, ilmasto, aavikko

Lämpö

Monien valtioiden köyhyys/korruptoituneisuus. Kaunis ja rikas luonto.

Köyhyys ja luonto

Kuumuus, aurinko, itikat, iloiset ihmiset, köyhyys, heimosodat

Leijonat ja savannit

Nälänhätä

Kuumuus

Turvaton

Nälänhätä

Villieläimet

Pohjoisen arabimaat mutta taas toisaalta etelän loputtomat hiekkarannat

zimbabwe, mugabe, norsunluu, nälänhätä, sisällisodat useissa afrikan maissa, eläinten laitton salametsästys

Savannit, Leijonakuningas jne.

Ystävälliset ihmiset ja rento asenne elämään

"Rikkaiden" länsimaalaisten naisten perässä juoksevat onnenonkija miehet

Safari

Kirahvi, savanni, palmuja

Villieläimet

Köyhyys
 Savanni, eläimet, lämpö
 Tummaihoiset ihmiset, safarit ja värikkäät vaatteet
 Kiinnostava paikka, kaikin tavoin
 Värikäs kulttuuri, iloiset ihmiset ja kauniit maisemat
 Safari ja eläimet
 Savannit
 Lämpö
 Mombasa
 Ebola
 Aavikot, sademetsät, nälänhätä ja toisaalta kehitysavulla aikaansaatu kehitys useilla alueilla, rikas ja minulle
 tuntematon kulttuuri
 Kuuma, likainen ja ruuhkaisu
 Eläimet, luonto ja tummat ihmiset.
 Safari
 Kurjuus
 Kuumuus, kuivuus ja nälän hätä.
 Köyhyys, nälänhätä
 Nälänhätä.
 Köyhyys
 Aavikko, safari, tummat ihmiset, petoeläimet, kuivuus
 Savanni
 Kuivuus ja nälkä
 Kuumuus. Savimajat. Alkeellisuus.
 Savannit
 Norsut ja muut eläimet, lämpö ja savanni
 Aavikko, köyhyys, eksoottiset eläimet
 Elokuva Minun Afrikkani ja tietenkin leijonat ja savannit
 Mombasa
 Köyhyys
 Kuuma, kuiva, heimot, islam
 kuuma, kuivuus, nälänhätä
 Sahara
 Savannit ja villieläimet.
 Aavikko
 kuuma
 Savannit, nälänhätä, kehitysmaa, monipuolinen ja upea luonto, vaarallisuus
 Afrikan muoto kartalla
 Safari, eläimet, heimokulttuurit
 Nälkä
 Leijona
 Köyhyys, ebola, sota, diktatuuri, korruptio,
 Poliittiset konfliktit ja köyhyys.
 Puute, köyhyys, vesipula, kuumuus, tyttöjen syrjintä, eivät voi opiskella tarpeeksi
 Vaikeus matkakohteena muutamaa etelän ja pohjoisen maata lukuunottamatta, värikkyyden, rentous, haasteellisuus.
 primitiivisyys, ei kulttuuria, eläimiä, aavikkoa, tauteja, sotia, eksotiikkaa, epämukavuutta
 Monipuolinen luonto, villieläimet, eksoottisuus
 mustaihoiset ihmiset
 Eläimet, ihmiset sekä hiekka hehe
 Köyhyys ja nälänhätä, kirahvit
 köyhyys
 Kuumuus, ihana luonto, hymyilevät ihmiset, köyhyys.
 Villieläimet
 Suuri ja monivivahteinen maanosa
 Aurinko ja savannit

Sarvikuonot, savanni
Kenia
Mustat ihmiset
Savanni, upea luonto, villieläimet. Toisaalta köyhät kylät ja isot suurkaupungit sitten.
Egypti
savannit
Lämpö, savannit ja safarit
kenia
Tribes
Värit, valo, ruuhkainen liikenne
Afrikan tähti ja siihen liittyvät mielikuvat...
Lämpö, Mandela
Villieläimet
aids
nälkä, savanni ja eläimet
Aavikko, kiraffit, pyramidit, savannit ja sahara. Norsut ja leijonat. Selviytyminen.
Somalian merirosvot