



Kainuun liitto



Kainuu - kaunis mutta kaukana?

Kainuun maakuntakuvatutkimus 2012

Kainuun liitto ja Kajaanin ammattikorkeakoulu

www.kainuu.fi



Kainuun liitto



**KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Kainuu - kaunis mutta kaukana?

Kainuun maakuntakuvatutkimus
2012

Kainuun liitto
2013

B:1

Julkaisun tekijä:

Jari Järviluoma
Kajaanin ammattikorkeakoulu

Julkaisija:

Kainuun liitto
Kauppakatu 1
87100 Kajaani

Kannen kuva:

Suomen Ilmakuva Oy

ISBN

978-952-6685-00-7 (painettu)
978-952-6685-01-4 (pdf)

ISSN

2323-752X (painettu)
2323-7538 (pdf)

Paino:

Kajaanin Kirjapaino Oy

Kajaani 2013

Mielikuvien muuttaminen on kovaa työtä

Kainuun liitto on teettänyt maakuntakuvatutkimuksen neljän vuoden välein alkaen vuodesta 1997. Kajaanin ammattikorkeakoulu on tehnyt 2000-luvulla kaksi matkailuimagotutkimusta. Tutkimusten lähestymistavat ovat olleet hieman erilaisia. Tulos on kuitenkin aina sama: Kainuu tunnetaan luonnostaan.

Myös tämä yhdistetty maakuntakuva- ja matkailututkimus kertoo samaa: kainuulaiset elävät maa- ja metsätaloudesta, matkailusta, kaivosteollisuudesta ja puunjalostuksesta. Metallialaa ja tietotekniikkaa ei mielletä Kainuun vahvoiksi osaamisalueiksi, Kainuussa viime vuosina paljon esillä olleen pelialan yhdistää Kainuuseen vain kaksi prosenttia vastaajista.

Kainuussa on parhaillaan käynnistymässä maakuntastrategian päivitys. Nyt on siis aika ottaa kantaa siihen, miltä Kainuu-mielikuvan toivotaan tulevaisuudessa näyttävän. Halutaanko maakuntamielikuvaa muuttaa johonkin suuntaan? Jos halutaan, muutoksen toteuttaminen vaatii paljon pitkäjänteistä työtä ja yhteen hiileen puhaltamista koko maakunnassa. Jokainen on omalta osaltaan maakunnan markkinoija.

Seuraavien kahden vuoden aikana käytettävissä on tavallista enemmän keinoja päivittää maakuntakuvaa 2000-luvulle. Made in Kainuu -markkinointiviestintähanke nostaa esiin kainuulaisia menestystarinoita, Kainuu Helsingissä 2014 -hanke vie kainuulaiset yritykset ja kulttuurintekijät vierailulle pääkaupunkiin. Näin voidaan tuoda esille toistaiseksi tuntemattomaksi jääneitä Kainuun vahvuuksia – jo nyt tunnettuja toki unohtamatta.

Olemme Kainuun liitossa iloisia siitä, että maakuntakuvatutkimukselle on tiedossa käyttöä muun muassa näissä hankkeissa, maakuntasuunnitelman teossa ja Kainuun edun ajamisessa. Toivomme, että tutkimus suorastaan kuluu käsissä. Mahdollisesti jo kahden vuoden kuluttua voimme sitten katsoa maakuntana seuraavan kerran yleisen mielipiteen peiliin.

Kainuun liitto kiittää Kajaanin ammattikorkeakoulua erittäin hyvästä yhteistyöstä. Tällä tiellä on hyvä jatkaa!

Kajaanissa 21.2.2013

KAINUUN LIITTO



Pentti Malinen
vs. maakuntajohtaja



Eeva Mäntymäki
viestintäpäällikkö

SISÄLTÖ

1	MAAKUNTAKUVATUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT	2
2	TUTKIMUSAINEISTOT JA -MENETELMÄT	3
3	VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT	5
4	KAINUUN MAAKUNTAKUVA	7
	4.1 Spontaanit miellelyhtymät	7
	4.2 Maakunnan perusviestit	8
	4.3 Kainuuseen yhdistettävät asiat	11
	4.4 Merkittävimmät toimialat	13
	4.5 Kainuun parhaimmat ja huonoimmat puolet	14
5	MIELIKUVA KAINUUSTA MATKAILUALUEENA	16
	5.1 Yleismielikuvan myönteisyys/kielteisyys	16
	5.2 Kyselylomakkeessa nimettyjä vetovoimatekijöitä koskevat mielikuvat	17
	5.2.1 Kainuun luonto, harrastusmahdollisuudet ja kulttuuri	17
	5.2.2 Kainuun palvelutarjonta, vieraanvaraisuus ja saavutettavuus	18
	5.2.3 Kainuuta kuvaavat laatusanat	20
6	MIELIKUVIIN VAIKUTTANEET TIETOLÄHTEET	22
7	YHTEENVETO	24
	LÄHTEET	27

LIITTEET 1-3

1 MAAKUNTAKUVATUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Lähes kaikilla suomalaisilla on jonkinasteinen käsitys siitä, minkälainen maakunta on esimerkiksi Lappi, Pohjois-Karjala, Etelä-Pohjanmaa tai Kainuu. Mielikuvat eri maakunnista ovat osin kaukaa, aina Topeliuksen Maamme kirjasta lähtöisin olevia, osin niihin vaikuttavat ihmisten omat kokemukset, tunteet ja mitä erilaisimmista lähteistä tulviva informaatio.

Vaikka maakuntakuvat ovat suhteellisen vakiintuneita ja stereotyyppisiäkin, niihin voidaan vaikuttaa ja niihin myös pyritään vaikuttamaan. Alueiden välinen kilpailu asukkaista, yrityksistä ja matkailijoista on kovaa ja kisassa menestymiseen tarvitaan aktiivista maakuntamarkkinointia.

Kainuun maakuntakuvaa on 1990-luvulta lähtien tutkittu suhteellisen paljon ja systemaattisesti. Alkaneella vuosituhanella Kainuuta koskevia mielikuvia on selvitetty Kainuun liitossa (Kainuun liitto 2004; Kainuun maakunta -kuntayhtymä 2008) ja samanaikaisesti myös Kajaanin ammattikorkeakoulussa (Juntheikki & Määttä 2004; Järviluoma 2011). Kainuun liitossa maakuntakuvaa on tarkasteltu laajemmin ja yleisesti eri toimialoja koskien, kun taas Kajaanin ammattikorkeakoulussa aihetta on lähestytty nimenomaan matkailun katsannosta. Näkökulmaerosta huolimatta kumpikin organisaatio on selvittänyt pitkälti samaa asiaa. Päällekkäisen työn karsimiseksi ja resurssien säästämiseksi käsillä oleva vuoden 2012 tutkimus tehtiin yhteistoteutuksena. Mahdollisuuksien mukaan maakuntakuvatutkimukset toteutetaan vastaisuudessaakin tällä periaatteella.

Toinen vuoden 2012 maakuntakuvatutkimukselle erityinen piirre on tutkimuksen kytkeytyminen Kainuun Etu Oy:n hallinnoimaan Made in Kainuu -markkinointiviestintähankkeeseen. Kyseinen hanke käynnistyi vuoden 2013 alussa jatkuen vuoden 2014 loppuun. Hankkeen päätavoitteena on ”koota yhteen toimintamalli viestiä Kainuusta, erityisesti Etelä-Suomeen, yhtenäisesti, aktiivisesti, oma-aloitteisesti, oikea-aikaisesti ja suunnitelmallisesti” (Kainuun Etu Oy 2012). Maakuntakuvatutkimus toimii markkinointiviestintähankkeen lähtötilannekartoituksena tarjoten samalla verrantoaineiston myöhemmälle hankkeen tuloksellisuuden arvioinnille.

Made in Kainuu -markkinointiviestintähankkeen lisäksi tutkimus tukee Kainuun maakuntastrategiatyötä ja Kainuu Helsingissä 2014 teemavuoden suunnittelua.

2 TUTKIMUSAINEISTOT JA -MENETELMÄT

Maakuntakuvatutkimuksen aineistot kerättiin puhelinhaastatteluilla ja postikyselyllä. Haastattelu- ja postikyselylomakkeet koostuivat valmiiksi strukturoiduista monivalintakysymyksistä ja avoimista vapaasti täytettävistä kysymyksistä. Haastattelu- ja kyselylomake sisälsivät osin samoja ja osin toisistaan poikkeavia kysymyksiä. Haastattelulomakkeen kysymykset muokattiin Kainuun liiton aiemmissa maakuntakuvatutkimuksissa käytettyjen lomakkeiden pohjalta, postikyselylomake taas tukeutuu Kajaanin ammattikorkeakoulun aiempiin Kainuun matkailuimagoa käsitteleviin tutkimuksiin. Vastaajien taustatiedot, Kainuusta syntyvät spontaanit mielleyhtymät, mielikuviin vaikuttaneet tietolähteet sekä näkemykset Kainuun parhaimmista ja huonoimmista puolista kysyttiin puhelinhaastattelu- ja postikyselylomakkeessa täysin samalla tavalla (lomakkeet liitteissä 1 ja 2).

Puhelinhaastattelujen kohderyhmänä olivat pääkaupunkiseudun sekä Oulun, Jyväskylän ja Tampereen seutukuntien väestöstä satunnaisesti valitut 18-65 -vuotiaat henkilöt. Puhelinhaastattelujen otos vakioitiin iän suhteen, jotta aineistoon saataisiin mukaan vastaajia kaikista ikäryhmistä suunnilleen ikäryhmien väestöosuuksia vastaava määrä. Puhelinhaastattelut teki Eniro Sentraali Oy aikavälillä 27.9. – 6.11.2012. Haastattelujen kokonaismäärä oli 582.

Puhelinhaastattelujen tavoin myös postikyselyt suunnattiin pääkaupunkiseudun sekä Oulun, Jyväskylän ja Tampereen seutukuntien asukkaille. Postikyselyn otannassa käytettiin ikähaarukkaa 30-55 -vuotiaat, mikä on sama kuin aiemmissa Kajaanin ammattikorkeakoulun tekemissä vastaavissa tutkimuksissa. Postikyselyä varten kultakin kohdealueelta poimittiin 500 henkilön satunnaisotokset eli kaikkiaan lomakkeita lähetettiin 2000 kappaletta. Kyselylomakkeet postitettiin 5.10.2012 ja viimeiseksi palautuspäiväksi määriteltiin 19.10.2012. Käytännössä aineistoon otettiin kuitenkin mukaan kaikki 2.11.2012 mennessä tulleet analysointikelpoiset vastaukset. Kyselyn saaneet henkilöt palauttivat vastauksensa postitse tai täyttämällä sähköisen lomakkeen. Postitse lähetetyistä lomakkeista palautui 435 (22 %), joista vain 39 sähköisessä muodossa. Postikyselyaineiston tallentamisen suoritti Kajaanin ammattikorkeakoulun opiskelija Hanna Paasimaa. Hän teki postikyselyaineistosta myös opinnäytetyönsä (Paasimaa 2012).

Puhelinhaastattelut ja postikysely yhteen laskien tutkimukseen osallistui kaikkiaan 1017 henkilöä. Heistä lähes puolet (46 %) asui tutkimuksen tekohetkellä pääkaupunkiseudulla. Pääkaupunkiseudulta kotoisin olevia on erityisen paljon puhelinhaastatteluaineistossa, sen sijaan postikyselyyn tuli eniten vastauksia Oulun seutukunnasta (taulukko 1).

Taulukko 1. Tutkimukseen osallistuneiden asuinseudut.

	Puhelin- haastattelu %	Posti- kysely %	Koko aineisto %
Jyväskylän seutukunta	10,8	24,5	16,7
Oulun seutukunta	11,4	30,7	19,7
Pääkaupunkiseutu	64,2	22,7	46,4
Tampereen seutukunta	13,6	22,0	17,2
yhteensä	100 (n=582)	100 (n=435)	100 (n=1017)

Aineiston keruun ajoituksen suhteen on huomattava, että haastattelut ja postikysely tehtiin käytännössä kokonaan ennen Talvivaaran kipsisakka-altaan vuodosta noussutta kohua. Altaan vuoto tuli julkisuuteen 4.11.2012.

Puhelinhaastattelujen ja postikyselyn tulosten esittely pohjautuu strukturoitujen kysymysten osalta muuttujien prosenttijakaumien ja keskiarvojen tarkasteluun. Lomakkeiden Likert-asteikollisten monivalintakysymysten muuttujat tulkittiin välimatka-asteikollisiksi (tasavälisiksi), mikä selittää keskiarvon käytön muuttujia kuvaavana tunnuslukuna. Muuttujien keskiarvojen vertailun tukena käytettiin t-testejä tai yksisuuntaista varianssianalyysia. Keskiarvojen tilastollisesti merkitsevällä erolla viitataan yleisen tavan mukaisesti riskitasoon 0,01, jolloin virheellisen tulkinnan riski on pienempi tai yhtä suuri kuin yksi prosentti (ks. Metsämuuronen 2009).

Lomakkeiden avointen kysymysten analysointiin sovellettiin laadullisten aineistojen sisällönerittelyä (ks. Tuomi & Sarajärvi 2002). Avoimet vastaukset esimerkiksi Kainuun synnyttämistä spontaaneista miellelyhtymistä luokiteltiin aluksi sisällöltään samankaltaisiin teemaryhmiin. Klusteroinnin jälkeen kuhunkin teemaryhmään luokiteltujen vastausten lukumäärät laskettiin yhteen, millä osoitettiin eri aihealueiden yleisyys vastaajien Kainuu-mielikuvissa.

3 VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT

Vuoden 2012 tutkimukseen otti osaa kaikkiaan 545 naista ja 472 miestä. Naisia oli hieman enemmän niin puhelinhaastatteluihin osallistuneissa kuin postikyselyn palauttaneissa. Vastaa-
jien ikärakenne koko aineistossa muodostui suhteellisen tasaiseksi mediaani-
iän ollessa 44 vuotta. Keski-ikä puhelinhaastatteluaineistossa oli 44,0 vuotta, postikyselyaineistossa
43,4 vuotta ja koko aineistossa 43,7 vuotta. Vastaa-
jien ikärakenteen suhteen puhelinhaas-
tattelu- ja postikyselyaineistot erosivat sikäli, että haastatteluissa käytetyn ikävakioidin joh-
dosta haastateltaviksi valikoitui postikyselyyn vastanneita selvästi yleisemmin ikäkohorttien
ääripäiden edustajia eli alle 30-vuotiaita ja vähintään 55-vuotiaita (taulukko 2).

Taulukko 2. Tutkimukseen osallistuneiden taustatietoja.

	Puhelin- haastattelu %	Posti- kysely %	Koko aineisto %
Sukupuoli			
nainen	54,3	52,6	53,6
mies	45,7	47,4	46,4
yhteensä	100 (n=582)	100 (n=435)	100 (n=1017)
Ikäryhmä			
18–29 vuotta	23,0	0,2	13,3
30–34	9,5	17,9	13,1
35–39	8,6	15,4	11,5
40–44	8,6	17,0	12,2
45–49	10,1	20,0	14,4
50–54	11,0	25,5	17,2
55 vuotta tai yli	29,2	3,9	18,4
yhteensä	100 (n=582)	100 (n=435)	100 (n=1017)
Koulutus			
peruskoulu, kansa- tai keskikoulu	12,0	7,4	10,0
ylioppilas	14,6	4,8	10,4
kouluasteen ammatillinen tutkinto	29,9	18,9	25,2
opistoaste/alempi korkeakoulutut.	20,8	38,1	28,2
ylempi korkeakoulututkinto	22,7	30,7	26,1
yhteensä	100 (n=582)	100 (n=433)	100 (n=1015)

Tutkimukseen osallistuneista 28 prosentilla oli opistoasteen koulutus tai alempi korkea-
koulututkinto. Lähes yhtä suuri osuus vastaajista oli suorittanut ylemmän korkeakoulutut-
kinnon tai kouluasteen ammatillisen tutkinnon. Postikyselyn palauttaneiden koulutusaste oli
huomattavasti korkeampi kuin haastatelluilla henkilöillä (taulukko 2).

Kainuusta kotoisin olevia tai siellä asuneita oli tutkimukseen osallistuneissa verraten vähän,
yhteensä 65 (6,4 %). Heistä 26 asui nykyään Oulun seutukunnassa ja 20 pääkaupunkiseu-
dulla. Suhteessa eniten Kainuussa joskus asuneita oli Oulun seutukunnan vastaajissa (tau-
lukko 3).

Taulukko 3. Tutkimukseen osallistuneiden kiinnittymistavat Kainuuseen.

	Puhelin- haastat. %	n	Posti- kysely %	n	Koko aineisto %	n
Asunut Kainuussa						
Jyväskylän seutukunta	3,2	2	8,4	9	6,5	11
Oulun seutukunta	13,6	9	12,7	17	13,0	26
Pääkaupunkiseutu	3,2	12	8,1	8	4,2	20
Tampereen seutukunta	3,8	3	5,3	5	4,6	8
yhteensä	4,5	26	9,0	39	6,4	65
Vieraillut Kainuussa						
Jyväskylän seutukunta	77,8	49	73,6	78	75,1	127
Oulun seutukunta	92,4	61	96,3	129	95,0	190
Pääkaupunkiseutu	69,2	258	66,3	65	68,6	323
Tampereen seutukunta	64,6	51	57,3	55	60,6	106
yhteensä	72,1	419	75,3	327	73,5	746

Toisin kuin aiempi asuminen, Kainuussa vierailu oli vastaajien keskuudessa yleistä. Kaikista tutkimukseen osallistuneista lähes kolme neljästä (73,5 %) oli ainakin kerran elämänsä aikana käynyt Kainuussa paikan päällä. Oulun läheisyydestä johtuen eniten Kainuun kävijöitä oli Oulun seutukunnan vastaajissa, heistä 95 prosenttia oli joskus vieraillut Kainuussa. Pienimmät maakunnassa vierailneiden osuudet olivat Tampereen seutukunnan (60,6 %) ja pääkaupunkiseudun (68,6 %) otosjoukoissa (taulukko 3).

Mikäli vastaaja oli vieraillut Kainuussa, häntä pyydettiin vielä nimeämään kohde, joka on erityisesti jäänyt hänen mieleensä. Mieleen jääneistä kohteista yli kymmenen kertaa mainittiin:

- Vuokatti (156 mainintaa)
- Kajaani (64)
- Katinkulta (45)
- Raatteen tie / Raatteen Portti (29)
- Sotkamo (24)
- Oulujärvi (23)
- Hossa (20)
- Kajaanin linnanrauniot (20)
- Kuhmo (20)
- Kainuun prikaati (19)
- Suomussalmi (18)
- Ukkohalla (13)
- Kuhmon Kamarimusiikki (12)
- Paljakka (11)

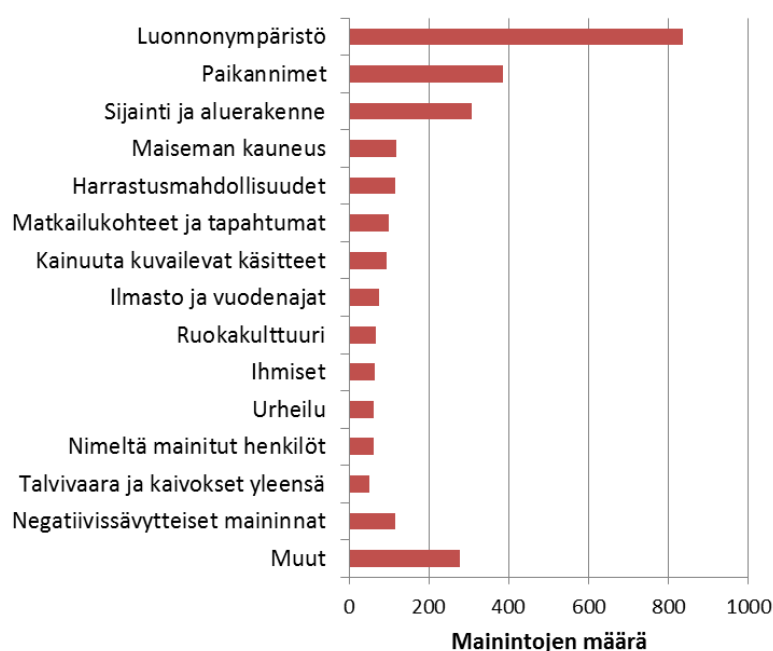
Vuokatin merkitystä matkailualueena ja Kainuuta koskevien mielikuvien synnyttäjänä kuvaa se, että Vuokatin ja Katinkullan yhteisösuus mainintojen kokonaismäärästä oli 32 prosenttia.

4 KAINUUN MAAKUNTAKUVA

4.1 Spontaanit mielleyhtymät

Puhelinhaastattelu- ja postikyselylomakkeen alussa vastaajia pyydettiin nimeämään kolme asiaa, jotka ensimmäisenä tulevat mieleen Kainuusta. Näitä spontaaneja mielleyhtymiä kerätyi huomattava määrä, yhteensä yli 2700 kappaletta. Sisällöltään mielleyhtymien skaala oli sangen laaja. Toisille Kainuusta nousi mieleen maakuntaa ja sen luonnonolosuhteita yleisesti kuvailevia seikkoja, toisille taas esimerkiksi paikkojen, matkailukohteiden, henkilöiden tai ruokalajien nimiä. Seuraavassa Kainuusta mieleen tulleita asioita esitellään vastauksissa esiintyneiden teemojen mukaisesti ryhmiteltyinä (kuvio 1). Ryhmittely ei kaikissa tapauksissa ollut aivan yksiselitteistä, esimerkiksi paikkojen nimien ja matkailukohteiden erottaminen omiksi ryhmikseen oli osin tulkinnanvaraista. Spontaanit mielleyhtymät on listattu kattavasti liitteeseen 3.

Tutkimukseen osallistuneiden vastauksissa useimmin esiintyneet mielleyhtymät koskivat Kainuun *luonnonympäristöä*. Luonnonympäristöön luokiteltuja vastauksia oli kaikkiaan 839. Luonto-sanan yksittäisenä, ilman tarkentavia määritteitä nimesi 235 vastaajaa Kainuusta mieleen tulleeksi asiaksi. Luonto esiintyi vastauksissa myös määritteiden kanssa, esimerkiksi ”puhdas luonto” mainittiin vastauksissa 29 kertaa. Luonnonympäristöön liittyen Kainuu toi mieleen varsin yleisesti metsiin (156 mainintaa), vaaroihin (77), korpiin (65), erämaihin (61), järviin (30), vesistöihin (27) ja soihin (17) viittaavia asioita. Niin ikään alueen eläimistö, erityisesti karhut (40 mainintaa), olivat monien mielestä Kainuulle leimallisia asioita.



Kuvio 1. Spontaanit mielleyhtymät teemaryhmittäin.

Seuraavaksi yleisimmin Kainuu yhdistettiin *paikannimiin*. Paikannimistä eniten mainintoja keräsi Vuokatti (142 mainintaa). Muita vähintään kymmenen kertaa nimettyjä paikkoja olivat Kajaani (103), Oulujärvi (25), Sotkamo (22), Kuusamo (15), Ruka (11) ja Suomussalmi

(10). Kuusamon ja Rukan tavoin osa muistakin vastauksissa nimetyistä paikoista sijaitsi Kainuun ulkopuolella.

Sijaintiin ja aluerakenteeseen luokitelluissa mielleyhtymissä useimmin esiintynyt yksittäinen termi oli ”kaukana” (44 mainintaa). Paitsi kaukana, Kainuun katsottiin olevan myös syrjäistä periferiaa. Sijainti Pohjois-Suomessa tai Itä-Suomessa olivat myös yleisiä Kainuulle annettuja määrittäviä. Viidelletoista vastaajalle Kainuusta tuli mieleen Venäjä tai Venäjän raja, yhdelle jopa Siperia. Kolmessatoista vastauksessa esitettiin kysymys ”Missä se on?”. Aluerakenteeltaan Kainuu yhdistettiin harvaan asutukseen (44 mainintaa) ja maaseutuun (40).

Maisemat ja niiden kauneus nimettiin yli sadassa vastauksessa Kainuusta mieleen tulleeaksi asiaksi, samoin *harrastusmahdollisuudet*. Harrastusmahdollisuuksista Kainuuseen liitettiin useimmin laskettelu, hiihto, retkeily, kalastus ja metsästys. *Matkailukohteista ja tapahtumista* Katinkulta mainittiin 47 kertaa. Katinkullan jälkeen yleisimmin nimettyjä kohteita tai tapahtumia olivat Raatteen tie, Kuhmon Kamarimusiikki, Kajaanin linnanrauniot ja Kainuun rasti-
tiikko.

Kainuun olosuhteita kuvailevista käsitteistä tavallisimpia olivat rauhallisuus ja rauha (53 mainintaa). Rauhallisuuden ohella Kainuu toi mieleen hiljaisuuden (12) ja puhtauden (13). *Ilmaston ja vuodenaikojen* suhteen Kainuusta tuli vastaajien mieleen erityisesti lumi (24 mainintaa), kylmä (18) ja talvi (14). Eräänä erityisteenä peräti 66 vastaajaa yhdisti Kainuun *ruoka-*
kulttuuriin, erityisesti leipäjuustoon / juustoleipään / juustoon (47 mainintaa).

Termi *ihmiset* mainittiin spontaaneissa mielleyhtymissä 22 kertaa. Paikallisväestön luonnehinnat vaihtelivat ihmisten eloisuudesta, ystävällisyydestä, vieraanvaraisuudesta ja letkeydestä kateuteen, epäkohteliaisuuteen ja ksenofobiaan. *Urheiluun* viittaavia mainintoja oli aineistossa suhteellisen paljon, yksistään Sotkamon Jymyn ja pesäpallon saamien mainintojen määrä oli yhteensä 38. *Henkilönimenä* Kainuu yhdistettiin selvästi yleisimmin Ilmari Kiantoon (31 mainintaa). Muita enemmän kuin kerran nimettyjä kainuulaisia tai sellaiseksi katsottuja olivat Urho Kekkonen (8), Veikko Huovinen (6), Kalle Päätaalo (5) ja Eino Leino (3).

Talvivaara tai kaivokset yleensä tulivat Kainuusta mieleen 51:lle vastaajalle. *Negatiivisissä* maininnoissa Kainuuseen assosioitiin useimmin työttömyys (49 mainintaa), köyhyys (19) ja muuttotappiot (9). Muutamissa vastauksissa Kainuuta pidettiin kehitysalueena ja kuihtuvana maakuntana.

Muista luokittelemattomista maininnoista yleisimpiä olivat Nälkämaan laulu (42 mainintaa), Kainuun prikaati / varuskunta / armeija (26), Kainuun murre (16) ja Metsolat (14). Myös sukulaisiin ja tuttaviiin, kotiseutuun, kulttuuriin ja elinkeinoihin liittyviä mainintoja esiintyi runsaasti. Näiden lisäksi luokittelemattomat vastaukset sisälsivät paljon yksittäisiä ja hyvin monenkirjavia mielleyhtymiä, kuten hiki, Keskustapuolue, kaiuttimet, 70-luvun kerrostalo, viiden markan olut Kajaanin Dominossa, Kainuusta haettu koira, keltainen, sininen, vihreä ja niin edelleen.

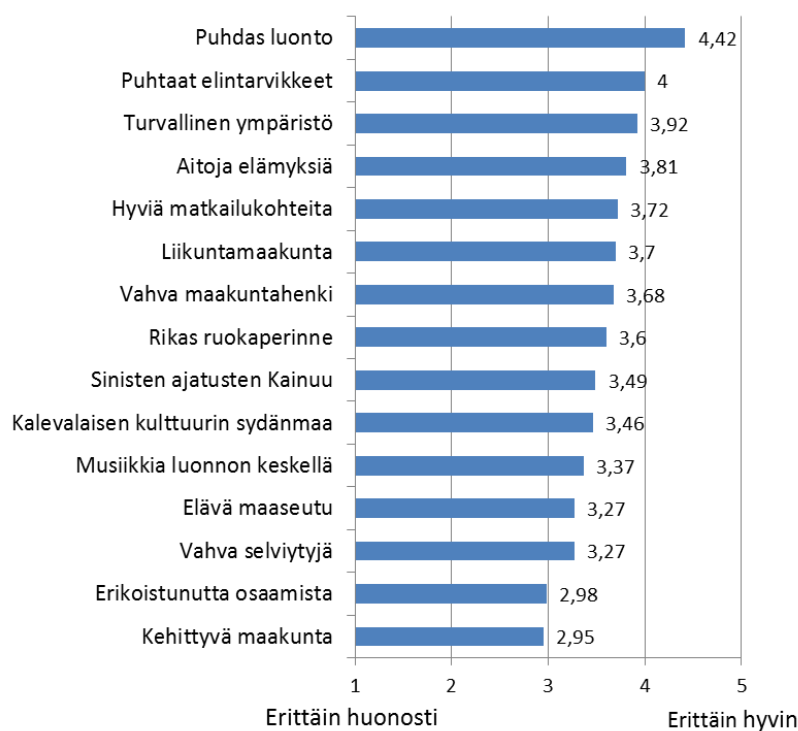
4.2 Maakunnan perusviestit

Puhelinhaastatteluun osallistuneita pyydettiin arvioimaan eräiden maakuntamarkkinoinnissa esille nostettujen perusviestien soveltuvuutta Kainuuseen. Kysymykseen ”Miten hyvin seuraavat väittämät soveltuvat kuvaamaan Kainuuta?” annettiin vastausvaihtoehdoiksi viisi-

portainen asteikko, jossa ykkönen tarkoitti perusviestin sopivan erittäin huonosti Kainuuseen viitosen puolestaan osoittaessa viestin erittäin hyvää osuvuutta.

Vastaajien mielestä kysytyistä perusviesteistä Kainuuseen sopivat parhaiten puhdas luonto ja puhtaat elintarvikkeet. Haastatelluista yli puolet (53 %) arvioi puhtaan luonnon kuvaavan Kainuuta erittäin hyvin, puhtaiden elintarvikkeiden osalta tätä mieltä oli neljännes (26 %) vastaajista. Maakunnan puhtautta korostavien viestien lisäksi Kainuuseen katsottiin sopivan varsin hyvin turvallista ympäristöä, aitoja elämyksiä ja hyviä matkailukohteita koskevat väittämät (kuvio 2).

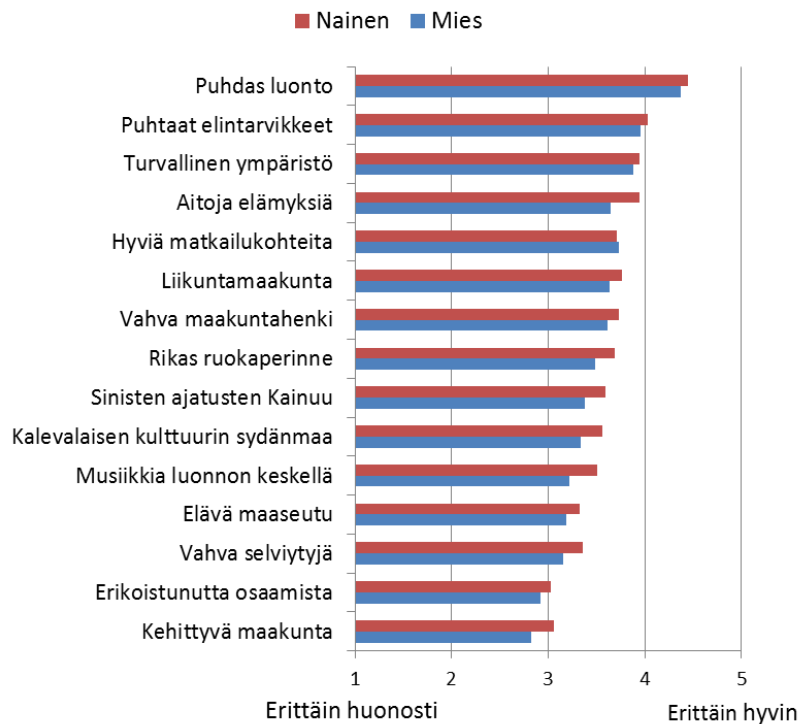
Kysytyistä perusviesteistä huonoiten Kainuuseen sopivina pidettiin taloudellista edistyskäsitystä tavalla tai toisella kuvaavia viestejä (kehittyvä maakunta, erikoistunutta osaamista, vahva selviytyjä, elävä maaseutu). Näidenkin osalta vastausten keskiarvot sijoittuivat neutraalin tuntumaan eli viestien sopivuutta Kainuuseen ei pidetty erityisen hyvänä, mutta ei myöskään erityisen huonona (kuvio 2).



Kuvio 2. Puhelinhaastatteluihin osallistuneiden näkemykset maakunnan perusviestien sopivuudesta Kainuuseen. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

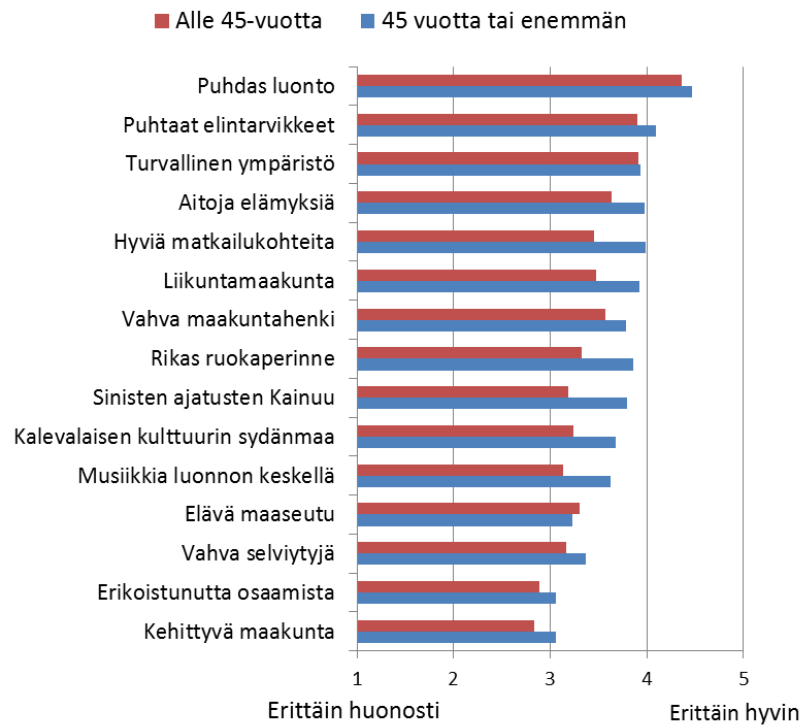
Kokonaisuutena perusviestien soveltuvuutta mittaavan kysymyspatteriston tulokset vastaavat paljolti edellä tarkasteltuja spontaaneja miellelyhtymiä: luonto ja puhtaus painottuvat, samoin matkailu, muu taloudellinen aktiivisuus ja innovatiivisuus eivät niinkään.

Haastateltavan sukupuoli vaikutti perusviestien arviointeihin siten, että naiset omaksuivat perusviestit yleensä hieman paremmin kuin miehet, pois lukien hyviä matkailukohteita koskeva väittämä (kuvio 3). Tilastollisesti merkitsevää arviointien ero oli väittämissä ”Aitoja elämyksiä” ($t -4,6$; $p 0,000$), ”Musiikkia luonnon keskellä” ($t -3,6$; $p 0,000$), ”Kehittyvä maakunta” ($t -3,1$; $p 0,002$), ”Vahva selviytyjä” ($t -2,9$; $p 0,004$), ”Rikas ruokaperinne” ($t -2,7$; $p 0,008$) ja ”Kalevalaisen kulttuurin sydänmaa” ($t -2,6$; $p 0,009$).



Kuvio 3. Sukupuolen vaikutus maakunnan perusviestien koettuun osuvuuteen.

Sukupuolen tavoin puhelinhaastatteluihin osallistuneiden ikä heijastui mielenkiintoisella tavalla perusviestien osuvuuden arviointeihin. Ikävaikutusten havainnollistamiseksi haastatteluaineisto jaettiin mediaani-ikä kohdalta kahtia. Tällöin nuoremmat, alle 45-vuotiaat, suhtautuivat perusviesteihin kriittisemmin kuin 45-vuotiaat tai sitä vanhemmat, pois lukien elävää maaseutua koskeva väittämä (kuvio 4). T-testien perusteella ikäryhmien erot olivat tilastollisesti merkitseviä kaikissa muissa tapauksissa paitsi turvallista ympäristöä, elävää maaseutua ja puhdasta luontoa koskevissa väittämissä.



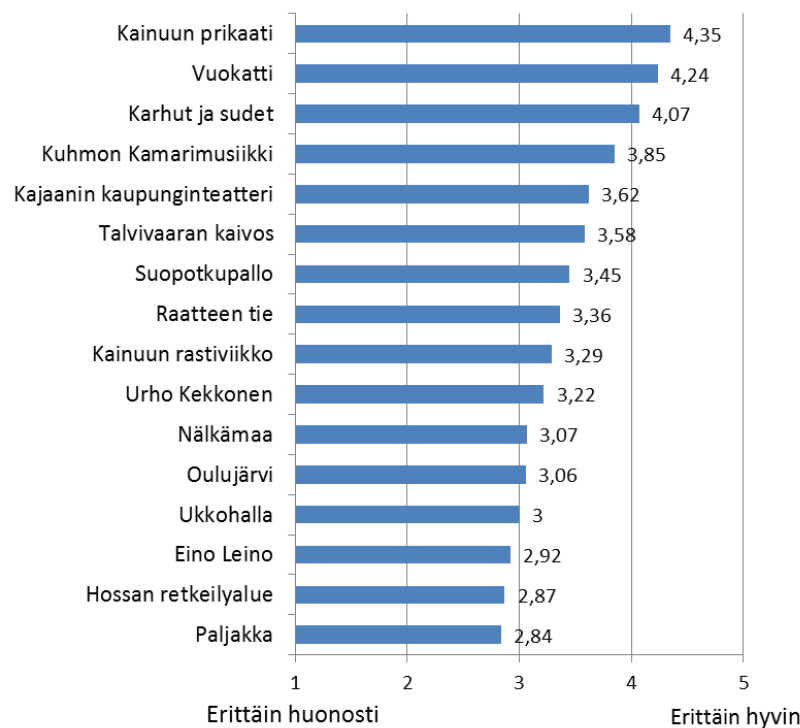
Kuvio 4. Iän vaikutus maakunnan perusviestien koettuun osuvuuteen.

Muista taustamuuttujista vastaajan asuinalue, aiemmat vierailut Kainuussa ja henkilön koulutustausta olivat jossain määrin yhteydessä perusviestien omaksumiseen. Oulun seutukunnan vastaajat näkivät Kainuun muita yleisemmin liikuntamaakuntana sekä hyvien matkailukohteiden ja Sinisten ajatusten Kainuuna. Näitä samoja kohtia painottivat myös vastaajat, jotka olivat käyneet Kainuussa paikan päällä. Haastateltujen koulutustausta vaikutti perusviestien koettuun osuvuuteen hieman yllättävällä tavalla: kaikkein pisimmälle koulutetut ylempään korkeakoulututkinnon suorittaneet suhtautuivat perusviestien oikeellisuuteen muita vastaajia kriittisemmin.

4.3 Kainuuseen yhdistettävät asiat

Puhelimitse haastatelluilta tiedusteltiin, kuinka hyvin tai huonosti he yhdistävät tietyt asiat Kainuuseen. Arviointi tapahtui asteikolla yhdestä viiteen (1=erittäin huonosti, 5=erittäin hyvin). Kysytyistä asioista kaikkein parhaiten vastaajat mielsivät Kainuuseen liittyviksi Kainuun prikaatin, Vuokatin sekä karhut ja sudet. Kainuun prikaatin – jonka nimessäkin kyllä jo Kainuu mainitaan – yhdisti Kainuuseen erittäin hyvin 60 prosenttia haastatelluista. Vastaavasti Vuokatin arvioi erittäin hyvin Kainuuseen liittyväksi 56 prosenttia ja karhut / sudet 41 prosenttia vastaajista. Toisessa ääripäässä keskiarvoltaan asteikon puoliväliin tai hieman sen alapuolelle sijoittuivat Paljakka, Hossa, Eino Leino, Ukkohalla, Oulujärvi ja Nälkämaa (kuvio 5).

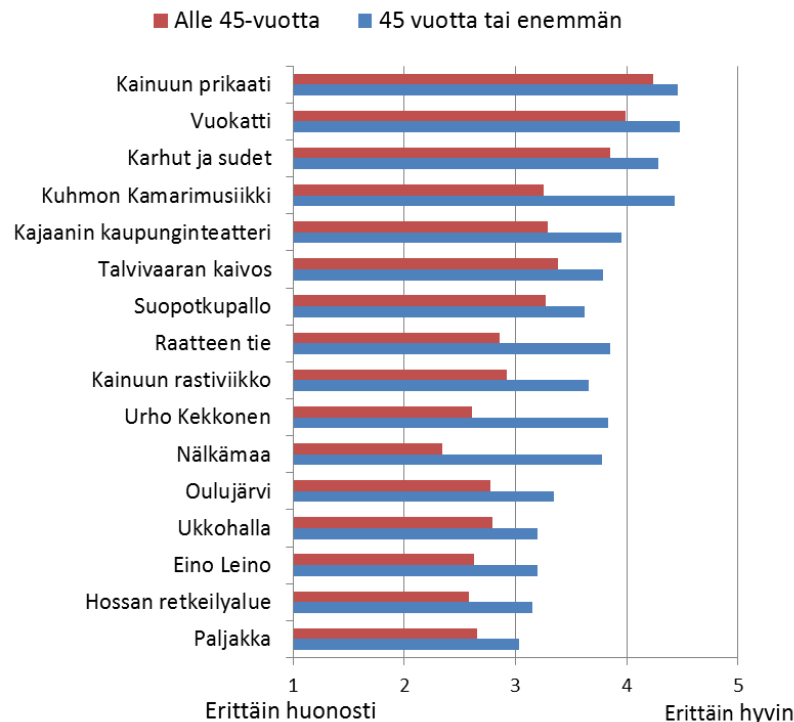
Talvivaaran kaivoksen kytki Kainuuseen erittäin hyvin kolmannes (32 %) vastaajista. Tuloksesta itsestään ei voida suoraan päätellä, yhdistivätkö vastaajat Talvivaaran Kainuuseen myönteisessä vai kielteisessä hengessä. Raportin myöhemmässä vaiheessa esiteltävien Kainuun huonoimmiksi katsottujen puolien perusteella vaikuttaisi siltä, että enimmäkseen Talvivaaran vaikutus Kainuu-mielikuvaan koettiin negatiiviseksi (kuvio 5).



Kuvio 5. Miten hyvin tietyt asiat yhdistetään Kainuuseen. Pylväät kuvaavat puhelinhaastatteluihin osallistuneiden keskiarvoja.

Vastaajan sukupuoli näkyi Kainuuseen yhdistettävissä asioissa odotetulla tavalla. Naiset mielsivät miehiä yleisemmin Kainuuseen kuuluviksi Kajaanin kaupunginteatterin ($t -2,6$; $p 0,010$) ja Kuhmon Kamarimusiikin ($t -2,4$; $p 0,010$), miehet taas naisia yleisemmin Raatteen tien ($t 3,3$; $p 0,001$) sekä tilastollisesti ei-merkittävästi myös Kainuun prikaatin ja suopotkupallon.

Haastateltujen iällä oli huomattava vaikutus siihen, miten vastaajat kytkivät eri asioita Kainuuseen. Alle 45-vuotiaat yhdistivät kaikki kysytyt asiat huonommin Kainuuseen kuin 45-vuotiaat tai sitä vanhemmat. Erot olivat kaikissa tapauksissa tilastollisesti merkitseviä. Esimerkiksi Nälkämaan, Urho Kekkosen, Raatteen tien ja Kuhmon Kamarimusiikin osalta ikäluokkien erot venyivät erityisen suuriksi (kuvio 6).

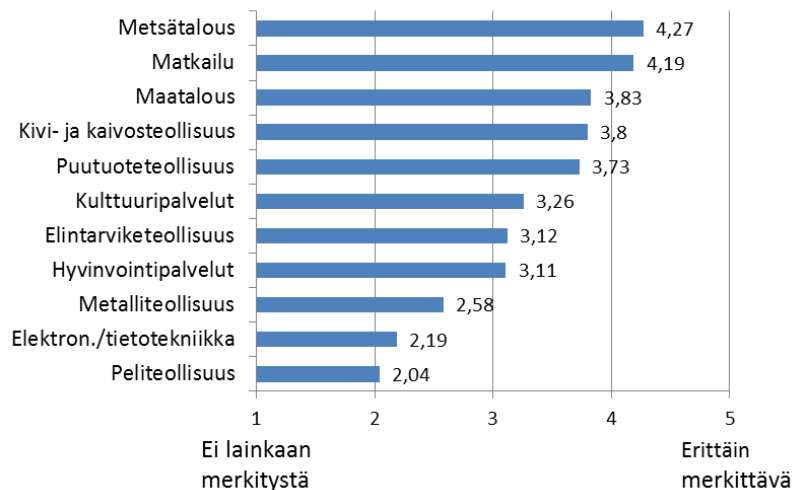


Kuvio 6. Iän vaikutus Kainuuseen yhdistettäviin asioihin.

Oulun seutukunnan vastaajat yhdistivät kysyttyjä asioita keskimääräistä paremmin Kainuuseen, mikä ei liene suuri yllätys. Varsinkin Oulujärven ($F 18,4$; $p 0,000$), Paljakan ($F 10,3$; $p 0,000$), Ukkohallan ($F 8,8$; $p 0,000$) ja Raatteen tien ($F 6,1$; $p 0,000$) oululaiset tunnistivat muita yleisemmin Kainuuseen kuuluviksi. Samoin Kainuu-tietouteen vaikuttivat aiemmat vierailut maakunnassa. Vastaajat, jotka olivat joskus vierailleet Kainuussa, yhdistivät kaikki kysytyt asiat Kainuuseen paremmin kuin maakunnassa käymättömät. Ryhmien väliset erot olivat tilastollisesti merkitseviä lukuun ottamatta Eino Leinoa, Kainuun prikaattia ja Kainuun rastiviikkoa. Vastaajan koulutustaustan suhteen riippuvuus oli sen sijaan jossain määrin ennakkokäsityksestä poikkeava: monissa tapauksissa kysytyt asiat liitti Kainuuseen parhaiten henkilöt, joiden ylin koulutusaste oli peruskoulu, kansa- tai keskikoulu tai koulusteen ammatillinen tutkinto.

4.4 Merkittävimmät toimialat

Puhelinhaastatteluun osallistuneilta kysyttiin, kuinka merkittäviä heidän mielestään tietyt toimialat ovat Kainuussa. Vastausasteikko oli tässäkin kysymyksessä viisiportainen (1=ei lainkaan merkitystä, 5=erittäin merkittävä). Vastaajat arvioivat Kainuun tärkeimmiksi toimialoiksi metsätalouden, matkailun, maatalouden, kivi- ja kaivosteollisuuden sekä puutuoteteollisuuden. Metsätaloutta piti Kainuulle erittäin merkittävänä toimialana 43 prosenttia ja matkailua 44 prosenttia haastatelluista. Luonto- ja luonnonvarat näyttäisivät siten korostuvan yleisemmän Kainuu-mielikuvan lisäksi myös maakunnan toimialoja koskeissa näkemyksissä. Kysytyistä toimialoista vähiten merkittäviksi arvioitiin peliteollisuus ja elektronikka-/tietotekniikkateollisuus. Vastaajista 36 prosenttia oli sitä mieltä, että peliteollisuudella ei ole lainkaan merkitystä Kainuussa (kuvio 7).



Kuvio 7. Haastateltujen näkemykset tiettyjen toimialojen merkityksestä Kainuussa.

Haastatelluista miehet korostivat hieman naisia yleisemmin metalliteollisuuden merkitystä kainuulaisena toimialana ($t\ 3,0$; $p\ 0,003$), naiset puolestaan kulttuuripalvelujen ($t\ -2,8$; $p\ 0,005$) ja matkailun ($t\ -2,6$; $p\ 0,009$) tärkeyttä. Vastaajien iän suhteen yli 45-vuotiaat ja sitä vanhemmat painottivat nuorempia enemmän matkailun ($t\ -6,9$; $p\ 0,000$), kulttuuripalvelujen ($t\ -5,0$; $p\ 0,0000$) ja hyvinvointipalvelujen ($t\ -2,7$; $p\ 0,007$) merkitystä Kainuun elinkeinoelämälle. Vierailu Kainuussa näkyi vastauksissa odotetusti siten, että Kainuussa käyneet arvioivat matkailun tärkeyden suuremmaksi kuin Kainuussa käymättömät ($t\ 4,8$; $p\ 0,000$). Vastaajan asuinalueella tai koulutusasteella ei ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä eri toimialojen merkitysarviointien kanssa.

4.5 Kainuun parhaimmat ja huonoimmat puolet

Vuoden 2012 puhelinhaastatteluihin ja postikyselyyn osallistuneita pyydettiin nimeämään sellaisia asioita, jotka heidän mielestään ovat Kainuun parhaimpia ja huonoimpia puolia. Kysymykset olivat lyhykäisyydessään ”Mikä on mielestänne parasta Kainuussa?” ja ”Mikä Kainuussa on huonointa?”. Osa vastaajista nimesi varsinkin parhaimmiksi puoliksi useamman kuin pyydetyn yhden asian. Kainuun parhaimpia puolia tiedusteltaessa vastauksia saatiin kaikkiaan 1301, huonoimmissa puolissa mainintojen kokonaismäärä oli 908.

Puhelinhaastattelujen ja postikyselyn perusteella Kainuussa on parasta alueen luonto. Luonto-sana yksistään ilman tarkennuksia oli kirjattu 443:een vastaukseen. Kun mukaan lasketaan muutkin luontoon liittyvät maininnat, kuten puhdas luonto, luonnonläheisyys, metsät, vaarat, erämaat, eläimistö ynnä muut vastaavat, nousee kainuulaista luonnonympäristöä kuvaavien mainintojen määrä yli kuuteensataan. Toisin sanoen lähes puolet Kainuun parhaimmiksi puoliksi nimetyistä vastauksista koski maakunnan luonnonympäristöä. Lisäksi useiden muidenkin Kainuun parhaiksi puoliksi katsottujen asioiden voidaan tulkita ainakin osiltaan viittaavan maakunnan luonnonympäristöön. Tällaisia ovat esimerkiksi rauha, hiljaisuus, puhtaus, avaruus, maisemat, kauneus ja retkeilymahdollisuudet. Ihmisiä piti Kainuun parhaana puolena puolensataa vastaajaa. Vuokatin nimesi maakunnan parhaaksi puoleksi 24 ja Katinkullan 14 vastaajaa (taulukko 4).

Taulukko 4. Kainuun parhaimmat puolet. Vähintään kymmenen kertaa nimetyt asiat.

	Mainintojen määrä
Luonto	443
Puhdas luonto	73
Rauha/rauhallisuus	63
Monipuoliset ulkoilu-/retkeily-/liikuntamahdollisuudet	61
Maisemat/järvimaisemat/korpimaisemat jne.	53
Ihmiset/lämpimät ihmiset/mukavat ihmiset	49
Luonnonläheisyys/luonnontilaisuus/koskemattomuus	38
Metsät/korvet/erämaat	27
Vuokatti	24
Hiljaisuus	20
Hyvät laskettelu-/hiihto-/kelkkailumahdollisuudet	17
Kauneus/kaunista	17
Puhtaus	17
Paljon tilaa/tilan tuntu/avaruus/ei ruuhkia jne.	16
Katinkulta	14
Maaseutumaisuus	12
Aitous	10

Taulukko 5. Kainuun huonoimmat puolet. Vähintään kymmenen kertaa nimetyt asiat.

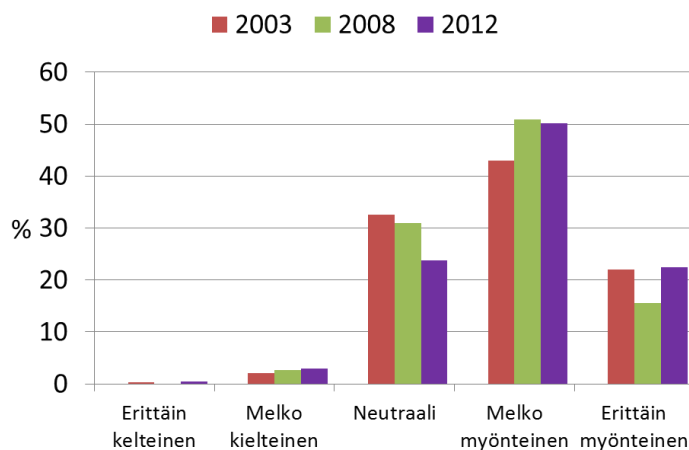
	Mainintojen määrä
Kaukana/pitkät välimatkat/etäisyydet/syrjässä/sivussa/sijainti	298
Työttömyys/työllisyystilanne	97
Palvelujen määrä/palvelujen saavutettavuus/palvelujen laatu	59
Talvivaara/kaivostoiminta	48
Väestökato/poismuutto/autioituminen	41
Liikenneyhteydet/kulkuyhteydet/julkinen liikenne	38
Huono tunnettuus/markkinoinnin puute/jäsentymätön matkailuimago	26
Köyhyys/vähäosaisuus	14
Kalleus/hintataso	14
Hyttiset/mäkäpäiset	10

Jos luonto on Kainuun parhaana puolena selkeästi ylitse muiden, niin melkein yhtä selkeästi maakunnan huonoimpana puolena pidetään Kainuun syrjäistä sijaintia. Vastauksista joka kolmanteen oli kirjattu Kainuun perifeerisyyteen viittaava asia. Seuraavaksi yleisimmiksi Kainuun huonoiksi puoliksi nousivat työttömyys, väestökato, heikko palveluvarustus ja muut taantuviksi katsotuille alueille tyypilliset ongelmat. Talvivaaran tai kaivostoiminnan nimesi Kainuun huonoksi puoleksi 48 vastaajaa. Talvivaaran ja muun kaivostoiminnan saamien mainintojen osuus kaikista Kainuun huonoimpia puolia käsittelevistä maininnoista oli viitisen prosenttia. Tässä yhteydessä on tosin jälleen huomioitava, että puhelinhaastattelun ja postikyselyaineistot kerättiin ennen 4.11.2012 havaittua Talvivaaran kaivoksen kipsisakka-altaan vuotoa, joka sai osakseen suurta negatiivista julkisuutta valtakunnallisessa mediassa (taulukko 5).

5 MIELIKUVA KAINUUSTA MATKAILUALUEENA

5.1 Yleismielikuvan myönteisyys/kielteisyys

Mielikuvia Kainuusta matkailualueena tiedusteltiin pelkästään postikyselyllä. Vuoden 2012 kyselyyn vastanneista 73 prosenttia arvioi mielikuvansa Kainuusta matkailualueena olevan joko melko tai erittäin myönteinen. Kainuun matkailun kannalta tulos on parempi kuin aiempina postikyselyjen toteutusvuosina: vuonna 2008 melko tai erittäin myönteisen mielikuvan omaavia oli 66 prosenttia vastaajista ja vuonna 2003 suunnilleen saman verran, 65 prosenttia. Tutkimusvuodesta riippumatta negatiivinen yleismielikuva Kainuun matkailullisista mahdollisuuksista oli huomattavan harvalla postikyselyn palauttaneella (kuvio 8).



Kuvio 8. Postikyselyihin vastanneiden yleismielikuva Kainuusta matkailualueena vuosina 2003, 2008 ja 2012.

Taustamuuttujien suhteen vuoden 2012 aineistossa selvin yhteys yleismielikuvalla oli Kainuussa vierailuun. Vastaajilla, jotka olivat käyneet Kainuussa, oli positiivisempi mielikuva maakunnan matkailutarjonnasta verrattuna vastaajiin, jotka eivät koskaan olleet vierailleet Kainuussa paikan päällä ($t\ 4,1$; $p\ 0,000$). Sama riippuvuus ilmeni myös vuoden 2003 ja 2008 aineistoissa (ks. Juntheikki 2004, 24; Järviluoma 2011, 20–21). Tuloksesta voidaan päätellä Kainuussa käyneiden olleen tyytyväisiä matkaansa tai matkoihinsa ja saaneen vierailultaan myönteisiä kokemuksia, jotka ovat heijastuneet positiivisella tavalla yleismielikuvaan Kainuusta. Toisaalta tulos on tulkittavissa myös siten, että Kainuussa ovat vierailleet muita yleisemmin sellaiset vastaajat, joiden Kainuu-mielikuva on ollut jo lähtökohtaisesti myönteinen.

Kainuussa vierailuun verrattuna muiden taustamuuttujien yhteys yleismielikuvaan jäi heikommaksi vuoden 2012 aineistossa. Vastaajan nykyinen asuinalue vaikutti tilastollisesti melkein merkitsevästi Kainuu-mielikuvaan ($F\ 2,9$; $p\ 0,033$) siten, että pääkaupunkiseudun vastaajien käsitys Kainuun matkailutarjonnasta ei ollut keskimääräisesti yhtä myönteinen kuin Oulun seutukunnan vastaajilla. Tämä selittyy ainakin osaksi sillä, että pääkaupunkiseudulla asuvissa Kainuussa vierailleita oli suhteellisesti vähiten ja Oulun seudun vastaajissa eniten. Kainuussa joskus elämänsä aikana asuneella 39:llä vastaajalla oli hieman positiivisempi mielikuva Kainuun matkailumahdollisuuksista kuin Kainuussa asumattomilla, ja vastaavasti yli 45-vuotiailla hienoisesti positiivisempi mielikuva kuin alle 45-vuotiailla, mutta kummassakaan tapauksessa riippuvuus ei ollut merkitsevää. Tilastollisesti merkitsevää riip-

puvuutta ei havaittu myöskään vastaajan sukupuolen tai koulutustaustan yhteydessä Kainuun matkailua koskevan yleismielikuvan kanssa.

5.2 Kyselylomakkeessa nimettyjä vetovoimatekijöitä koskevat mielikuvat

Postikyselylomakkeen laajimman osion muodosti koko sivun kattava kysymyspatteristo, jossa vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa erilaisiin Kainuun matkailun vetovoimatekijöitä koskeviin väittämiin. Väittämiin kuten ”Kainuuseen on hyvät liikenneyhteydet” annettiin vastausvaihtoehdoiksi viisiportainen Likertin asteikko ykkösen tarkoittaessa vastaajan olevan täysin eri mieltä väittämän kanssa viitosen puolestaan ilmaistessa täysin samaa mieltä olemista. Seuraavissa alaluvuissa lomakkeessa ennalta määritellyjä vetovoimatekijöitä koskevia mielikuvia tarkastellaan väittämävastausten prosenttijakaumien ja keskiarvojen perusteella vertailemalla vuoden 2012 tuloksia aiempien tutkimusvuosien aineistoihin.

5.2.1 Kainuun luonto, harrastusmahdollisuudet ja kulttuuri

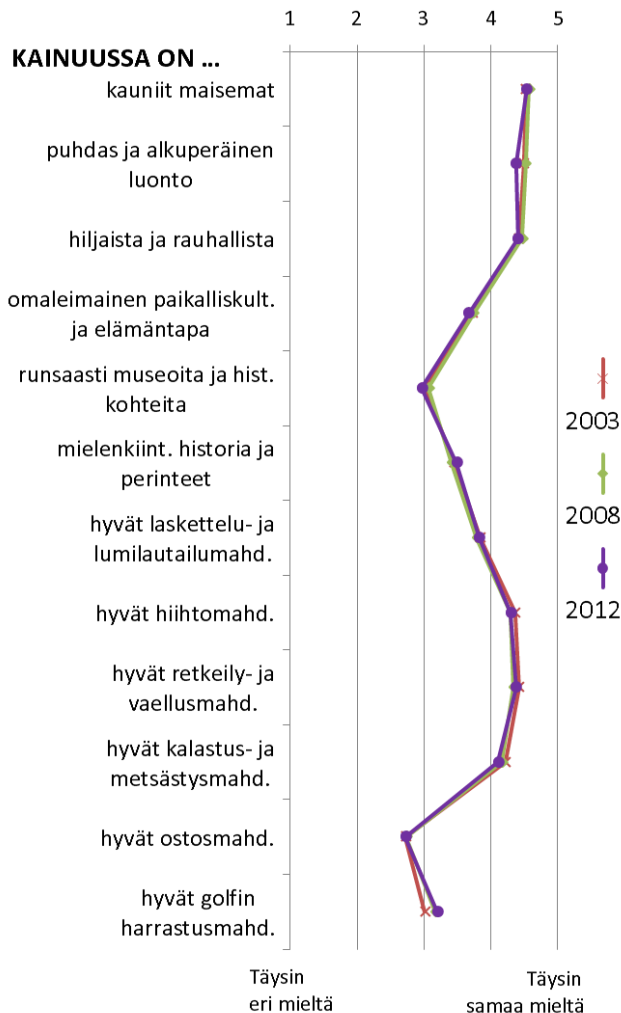
Vuonna 2012 postikyselyyn vastanneet olivat varsin yksimielisiä siitä, että Kainuusta löytyy kauniita maisemia, puhdasta ja alkuperäistä luontoa sekä hiljaisuutta ja rauhallisuutta. Kyselyyn vastanneista 96 prosenttia oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä kainuulaisten maisemien kauneudesta. Vastaavasti kainuulaisten luonnon puhtautta ja alkuperäisyyttä sekä hiljaisuutta ja rauhallisuutta puolsi kumpaakin 94 prosenttia vastanneista. Nämä samat Kainuulle leimalliset piirteet korostuivat myös aiemmin esitellyissä spontaaneissa mielleyhtymissä ja Kainuun parhaiden puoltien arvioinneissa. Luontoon sinällään liittyvien myönteisten mielikuvien ohella kainuulainen luonnonympäristö tarjoaa vastaajien mielestä hyvät puitteet erilaisille ulkoiluaktiviteeteille. Kainuun retkeily- ja vaellusmahdollisuuksien hyvyden kanssa jokseenkin tai täysin samaa mieltä olevia oli 89 prosenttia kyselylomakkeen täyttäneistä. Maastohiihtomahdollisuuksien osalta vastaava prosentti oli 86 ja kalastus- ja metsästysmahdollisuuksien osalta 77. Vastausjakaumien perusteella Kainuu profiloituu siten erityisesti luontomatkailukohteeksi ja luonnonympäristössä tapahtuvien aktiviteettien kohteeksi.

Muista vuonna 2012 kysytyistä matkailuaktiviteeteista Kainuun laskettelu- ja lumilautailumahdollisuudet mielsi hyväksi 66 prosenttia postikyselyyn vastanneista, sen sijaan golfin harrastusmahdollisuudet arvioitiin mielikuvissa lähinnä keskinkertaisiksi. Väite Kainuun hyvistä ostosmahdollisuuksista ei sekään saanut suurta kannatusta vastaajajoukossa, sillä väitteestä eri mieltä olevia (40 %) oli selvästi enemmän kuin samaa mieltä olevia (16 %).

Luontoon ja luontoharrasteisiin verrattuna kulttuuriin viittaavat tekijät eivät saaneet aivan yhtä suurta painoarvoa vastaajien Kainuu-mielikuvissa. Kainuulaista paikalliskulttuuria ja elämäntapaa piti omaleimaisena yli puolet (55 %) vastaajista, mutta väitteisiin Kainuun historian ja perinteiden mielenkiintoisuudesta sekä museoiden ja historiallisten kohteiden runsaudesta yleisin vastaus oli ”ei eri eikä samaa mieltä”. Kainuusta katsottuna tulosta voidaan pitää hieman yllättävänä, semminkin kun kulttuuriin liittyvät seikat eivät matkailullisesta näkökulmasta nousseet millään erityisellä tavalla esille myöskään vastaajien spontaaneissa mielikuvissa.

Kuviossa 9 on esitetty edellä mainittujen mielikuvamuuttujien keskiarvot vuosien 2003, 2008 ja 2012 postikyselyaineistoissa. Kuten kuviosta havaitaan, mielikuvissa tapahtuneet muutokset ovat aikavälillä 2003–2012 olleet pääsääntöisesti vähäisiä tai lähes olemattomia. Varianssianalyysien perusteella ainoat tilastollisesti merkitsevät vaihtelut ilmenivät Kainuun

luonnon puhtautta ja alkuperäisyyttä ($F 5,2; p 0,006$) sekä golfin harrastusmahdollisuuksien hyvyttä ($F 8,6; p 0,000$) koskevissa väittämissä. Vuonna 2012 kyselyyn vastanneet eivät pitäneet Kainuun luontoa aivan yhtä yksimielisesti puhtaana ja alkuperäisenä kuin vuoden 2008 vastaajat. Sen sijaan golfin harrastusmahdollisuuksien arvioitiin parantuneen vuodesta 2003.



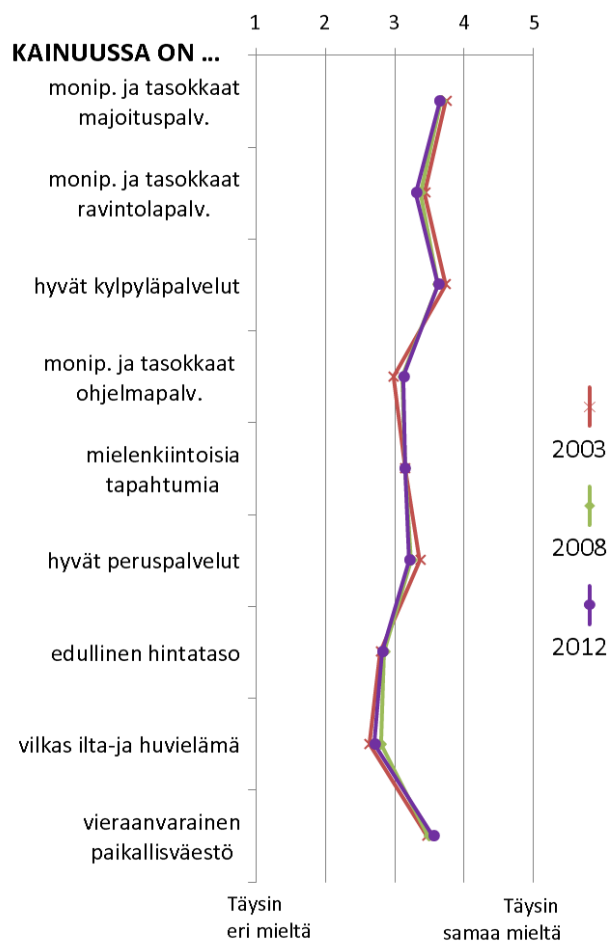
Kuvio 9. Mielipiteet Kainuun luonnosta, kulttuurista ja harrastusmahdollisuuksista vuosina 2003, 2008 ja 2012. Suhtautuminen väittämiin vastausten keskiarvoina asteikolla 1 = täysin eri mieltä ... 3 = ei eri eikä samaa mieltä ... 5 = täysin samaa mieltä.

5.2.2 Kainuun palvelutarjonta, vieraanvaraisuus ja saavutettavuus

Palvelutarjontaan, vieraanvaraisuuteen ja saavutettavuuteen luokitelluille vetovoimatekijöille annetut arvosanat eivät yltäneet aivan yhtä korkealle tasolle kuin mitä saivat kainuulainen luonto ja sen tarjoamat puitteet luontoaktiviteeteille. Matkailupalvelujen osalta vuonna 2012 postikyselyyn vastanneista yli puolet oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä Kainuun majoituspalvelujen monipuolisuutta ja tasokkuutta sekä kylpyläpalvelujen hyvyttä koskevien väittämien kanssa. Kainuun ravintolapalveluja piti monipuolisina ja tasokkaina 40 prosenttia vastaajista, mutta ohjelmapalveluja vain neljännes postikyselyn palauttaneista. Tuloksia tarkasteltaessa on kuitenkin syytä pitää mielessä, että kyselylomakkeella kartoitettiin vastaajien

mielikuvia erilaisista Kainuun matkailullisista vetovoimatekijöistä. Todennäköisesti vain harvoilla vastanneista on ollut omia käytännön kokemuksia esimerkiksi Kainuun ohjelmapalvelutuotteista, jolloin vastauksilla voi olla taipumista painottua kohtaan ”ei eri eikä samaa mieltä”. Vuonna 2012 ohjelmapalvelujen monipuolisuuden ja tasokkuuden arvioinnissa lähes 60 prosenttia kyselyyn osallistuneista valitsi vastausvaihtoehdoksi kohdan ”ei eri eikä samaa mieltä”.

Postikyselyn palauttaneista 54 prosenttia mielsi kainuulaisen paikallisväestön luonteeltaan vieraanvaraiseksi. Ei-vieraanvaraisina kainuulaisia piti vain kahdeksan prosenttia vastaajista. Loput 38 prosenttia ei osannut arvioida kainuulaisten vieraanvaraisuutta puoleen tai toiseen. Kainuun peruspalvelujen (kaupat, pankit jne.) hyvyyteen uskoi kolmannes vastaajista väittämästä eri mieltä olevien osuuden jäädessä 16 prosenttiin. Sen sijaan Kainuun edullisen hintatason sekä ilta- ja huvielämän vilkkauden suhteen eri mieltä olevien osuudet ylittivät selkeästi samaa mieltä olevien osuudet.

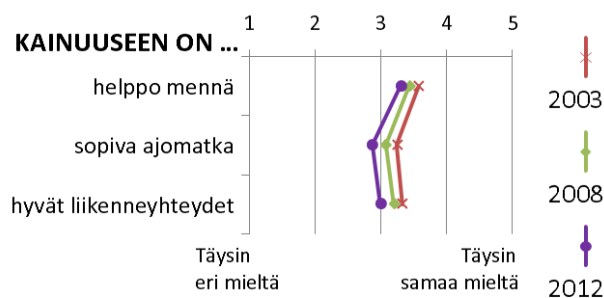


Kuvio 10. Mielenpiteet Kainuun palvelutarjonnasta ja vieraanvaraisuudesta vuosina 2003, 2008 ja 2012. Suhtautuminen väittämiin vastausten keskiarvoina asteikolla 1= täysin eri mieltä ... 3= ei eri eikä samaa mieltä ... 5=täysin samaa mieltä.

Luontoon, harrastusmahdollisuuksiin ja kulttuuriin liittyvien mielikuvien tavoin myös palvelutarjontaa ja vieraanvaraisuutta kuvaavissa väittämissä keskiarvojen muutokset vuosien 2003, 2008 ja 2012 välillä olivat varsin pieniä (kuvio 10). Tilastollisesti merkitseviä eroja keskiarvoissa ilmeni Kainuun ohjelmapalvelujen ($F\ 6,2$; $p\ 0,002$) ja peruspalvelujen ($F\ 4,7$; p

0,010) saamissa arvioinneissa. Vuoteen 2003 verrattuna vuonna 2012 Kainuun ohjelmapalveluja koskevat mielikuvat ovat kehittyneet myönteisempään suuntaan ja peruspalveluja koskevat mielikuvat kielteisempään suuntaan.

Aiemmin esitellyistä Kainuusta spontaanisti mieleen tulevista asioista ja varsinkin käsityksistä Kainuun huonoimmista puolista nousivat yleisesti esille maakunnan syrjäisyys, pitkät välimatkat ja joukkoliikenneyhteyksien puutteellisuus. Siihen nähden strukturoitujen saavutettavuutta koskevien väittämien tulokset olivat ehkä yllättävänkin myönteisiä. Vuonna 2012 postikyselyyn vastanneista yli puolet (52 %) oli jokseenkin tai täysin sitä mieltä, että Kainuuseen on helppo mennä. Ajomatkan sopivuuden suhteen samanmielisiä oli vähemmän, 37 prosenttia. ”Kainuuseen on hyvät liikenneyhteydet” -kysymys jakoi mielipiteet tasaisesti: kolmannes vastaajista puolsi väittämää, kolmannes oli eri mieltä ja kolmannes ei ollut väittämästä samaa eikä eri mieltä.

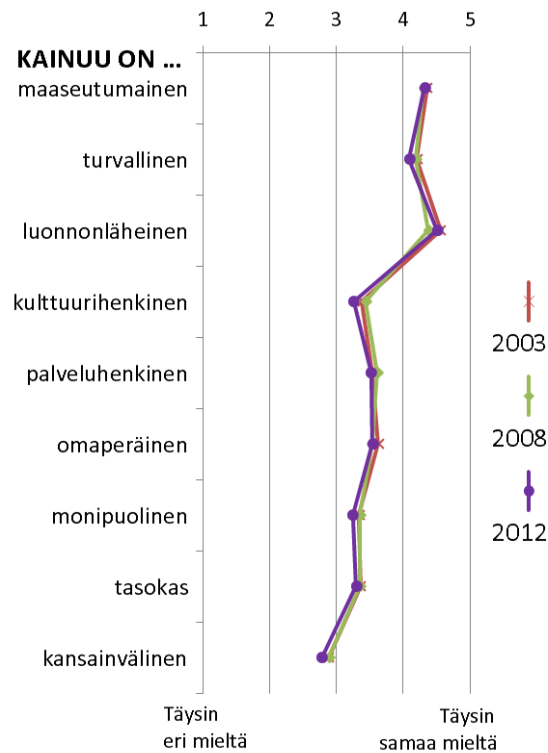


Kuvio 11. Mielipiteet Kainuun saavutettavuudesta vuosina 2003, 2008 ja 2012. Suhtautuminen väittämiin vastausten keskiarvoina asteikolla 1= täysin eri mieltä ... 3= ei eri eikä samaa mieltä ... 5=täysin samaa mieltä.

Huolestuttava piirre saavutettavuuteen liittyvien väittämien tuloksissa on se, että vuodesta 2003 vuoteen 2012 Kainuuseen matkustamisen helppoutta ($F 7,4$; $p 0,001$), sopivaa ajomatkaa ($F 10,6$; $p 0,000$) ja hyviä liikenneyhteyksiä ($F 12,2$; $p 0,000$) kuvaavien muuttujien keskiarvot ovat kehittyneet systemaattisesti huonompaan suuntaan (kuvio 11). Näiltä osin muutos eri tutkimusvuosien välillä on ollut selvempää ja järjestelmällisempää kuin muissa strukturoiduissa Kainuun vetovoimatekijöitä mittaavissa muuttujissa.

5.2.3 Kainuuta kuvaavat laatusanat

Postikyselylomakkeessa matkailun vetovoimatekijöitä mittaavien väittämien lopussa oli osio, jossa vastaajia pyydettiin arvioimaan eräiden laatusanojen sopivuutta Kainuuseen. Vastaajien mielestä kysytyistä laatusanoista parhaiten Kainuuseen sopivia olivat luonnonläheisyys, maaseutumaisuus ja turvallisuus. Vuonna 2012 kyselyyn osallistuneista 95 prosenttia piti Kainuuta luonnonläheisenä, 93 prosenttia maaseutumaisena ja 82 prosenttia turvallisena. Kainuun palveluhenkisyys ja omaperäisyyteen uskoi noin puolet vastaajista, maakunnan tasokkuuteen, monipuolisuuteen ja kulttuurihenkisyys reilu kolmannes tutkimukseen osallistuneista. Kansainväliseksi Kainuun mielsi vain hieman yli viidennes (21 %) postikyselyyn vastanneista.

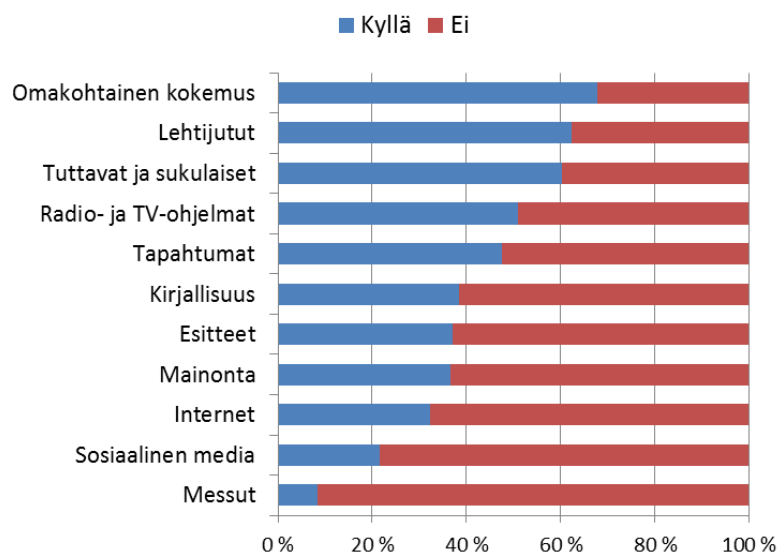


Kuvio 12. Vastaajien arviot eräiden laatusanojen yhteydestä Kainuuseen vuosina 2003, 2008 ja 2012. Suhtautuminen väittämiin vastausten keskiarvoina asteikolla 1= täysin eri mieltä ... 3= ei eri eikä samaa mieltä ... 5=täysin samaa mieltä.

Myös laatusanojen arvioinneissa keskiarvojen poikkeamat eri tutkimusvuosien välillä olivat pieniä. Vähäistä, mutta tilastollisesti merkitsevää vaihtelua keskiarvoissa ilmeni Kainuun kulttuurihenkisyydessä ($F 4,5$; $p 0,010$) ja luonnonläheisyydessä ($F 8,7$; $p 0,000$). Vuonna 2012 Kainuuta ei mielletty aivan yhtä kulttuurihenkiseksi kuin vuonna 2008. Luonnonläheisyyden osalta arviot heikkenivät vuodesta 2003 vuoteen 2008, mutta nousivat ehkä hieman yllättäen vuonna 2012 takaisin vuoden 2003 varsin korkealle tasolle (kuvio 12).

6 MIELIKUVIIN VAIKUTTANEET TIETOLÄHTEET

Puhelinhaastattelujen ja postikyselyn perusteella Kainuuta koskeviin mielikuviin vaikuttaa eniten oma kokemus eli käytännössä vierailu Kainuussa paikan päällä. Omien kokemusten arvioi muokanneen Kainuu-mielikuvaansa 68 prosenttia tutkimukseen osallistuneista. Omakohtaisten kokemusten jälkeen lähes tasavahvoja tietolähteitä olivat lehtijutut (62 %) sekä tuttavien ja sukulaisten kertomukset (60 %). Myös radio- ja TV-ohjelmat vaikuttivat Kainuu-mielikuvaan yli puolella vastaajista. Edellisen pohjalta mielikuva Kainuusta näyttäisi syntyvän paljolti muuta kautta kuin erityisten markkinointitoimenpiteiden tuloksena. Mainonnan ja esitteiden arvioi vaikuttaneen Kainuu-mielikuvaansa 37 prosenttia tutkimukseen osallistuneista, messujen tehoon mielikuvien rakentajana uskoi vain kahdeksan prosenttia vastanneista (kuvio 13).



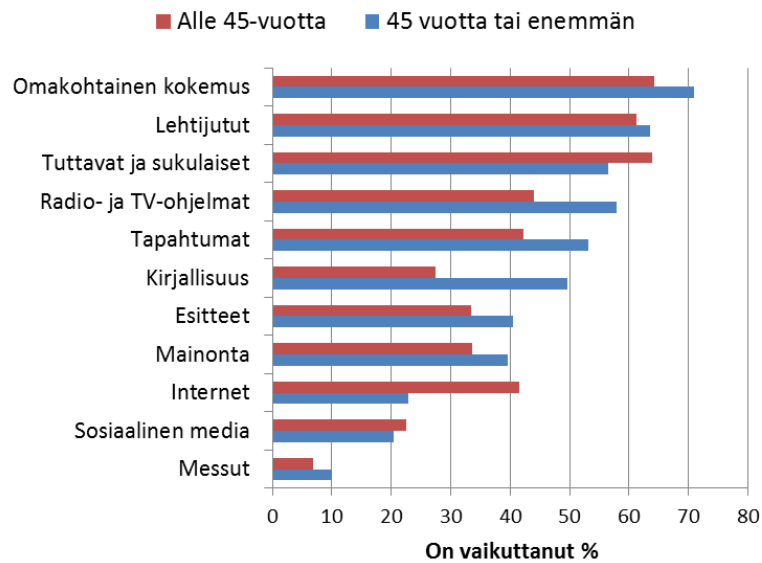
Kuvio 13. Eri tietolähteiden vaikutus vastaajien Kainuu-mielikuvaan.

Eri tietolähteiden tärkeys vaihteli jossain määrin taustamuuttujien suhteen. Naiset painottivat miehiä yleisemmin esitteiden, mainonnan ja sosiaalisen median merkitystä tietolähteenä, miehet puolestaan hieman naisia yleisemmin omakohtaisia kokemuksia. Sukupuolta selvemmin tietolähteiden tärkeyteen vaikutti vastaajan ikäluokka. Alle 45-vuotiaille internetin merkitys oli selvästi suurempi kuin heitä vanhemmille. Sen sijaan kirjallisuuden, radio- ja TV-ohjelmien ja tapahtumien rooli Kainuu-mielikuvien muovaajana oli alle 45-vuotiaille huomattavasti vähäisempi kuin vanhemmille ikäluokille (kuvio 14).

Muista taustamuuttujista Kainuussa vierailu vaikutti odotetulla tavalla eri tietolähteiden merkitykseen. Omakohtaisen kokemuksen ilmoitti tietolähteenä 90 prosenttia Kainuussa vierailleista, sen sijaan Kainuussa käymättömille omilla kokemuksilla ei ollut luonnollisesti juuri lainkaan merkitystä. Oman kokemuksen lisäksi tuttavien ja sukulaisten kertomukset, tapahtumat, kirjallisuus, esitteet ja internet olivat yleisempiä tietolähteitä Kainuussa käyneillä kuin muilla.

Kainuussa vierailu heijastui myös vastaajan asuinalueen ja eri tietolähteiden yhteyteen. Oulun seutukunnan vastaajista likipitään kaikki olivat joskus vierailleet Kainuussa ja siksi oman kokemuksen merkitys Kainuusta syntyneeseen mielikuvaan oli heidän keskuudessaan suu-

rempi kuin muilla. Niin ikään tuttavien ja sukulaisten kertomukset vaikuttivat keskimääräistä enemmän Oulun seutukunnassa asuvien mielikuvaan Kainuusta.



Kuvio 14. Eri tietolähteiden tärkeys suhteessa vastaajan ikäluokkaan.

Mielikuviin vaikuttaneisiin tietolähteisiin liittyen puhelinhaastatteluihin osallistuneilta tiedusteltiin vielä erillisellä kysymyksellä, ovatko he käyneet www.kainuu.fi -sivustolla viimeisen kahden vuoden aikana. Haastatelluista 30 (5 %) ilmoitti käyttäneensä maakuntaportaalia. Sivustolla käyneiden vähäisen määrän johdosta tarkempaa erittelyä maakuntaportaalin käyttäjistä ei haastatteluaineiston pohjalta ole mielekästä tehdä.

7 YHTEENVETO

Tutkimuksessa kartoitettiin pääkaupunkiseudun sekä Oulun, Jyväskylän ja Tampereen seutujen asukkaiden mielikuvia Kainuusta. Aineistot kerättiin syksyllä 2012 puhelinhaastattelulla ja kirjekyselyllä, joiden välityksellä kaikkiaan 1017 henkilöä kertoi näkemyksiään Kainuun maakunnasta. Tiedonkeruussa käytetyt lomakkeet koostuivat avoimista vapaasti vastattavista kysymyksistä ja ennalta rakennetuista kysymyksistä. Puhelinhaastattelu- ja postikyselylomakkeet sisälsivät osin täysin samoja ja osin eri aihealueiden kysymyksiä.

Tutkimukseen osallistui naisia hieman enemmän kuin miehiä. Vastaajien ikärakenne oli suhteellisen tasainen, mikä johtui haastatteluaineiston keruussa käytetystä ikävakioinnista. Mediaani-ikä koko aineistossa oli 44 vuotta. Tutkimukseen osallistuneista vain harvat olivat joskus elämänsä aikana asuneet Kainuussa, mutta valtaosa (74 %) oli ainakin kerran vierailut maakunnassa paikan päällä.

Avoimella kysymyksellä kysytyt spontaanit mielleyhtymät Kainuusta liittyivät selkeästi useimmin luontoon ja kainuulaiselle luonnonympäristölle leimallisiin asioihin. Noin kolmannes kirjatusta mielleyhtymistä sisälsi suoran viittauksen luontoon sinänsä, metsiin, vaa-roihin, korpiin, erämaihin, vesistöihin, eläimistöön ja muihin luonnonelementteihin. Vastaava tulos on saatu myös aiemmista Kainuun maakuntakuvatutkimuksista, joissa kaikissa kainuulainen luonto on noussut mielleyhtymien kärkisijalle. Seuraavat kaksi yleisintä Kainuuseen yhdistettyä teemakokonaisuutta olivat paikannimet sekä Kainuun sijainti ja aluerakenne. Paikannimistä Vuokatti ja Kajaani olivat eniten mainittuja. Sijaintiin ja aluerakenteseen luokitelluissa mielleyhtymissä korostuivat Kainuun kaukaisuus, itäisyys, pohjoisuus, harva asutus sekä maaseutumaisuus.

Tutkimukseen osallistuneiden käsityksiä Kainuun parhaimmista ja huonoimmista puolista tiedusteltiin niin ikään avoimilla kysymyksillä. Kuten spontaanien mielikuvien perustalta oli odotettua, vastaajien mielestä Kainuussa on parasta alueen luonto. Lähes joka toinen Kainuun parhaita puolia käsittelevistä maininnoista kuvasi maakunnan luonnonympäristöä. Kainuun huonoimmaksi puoleksi nimettiin selkeästi useimmin syrjäinen sijainti. Maakunnan syrjäisyyteen viittaava ilmaisu oli joka kolmannessa Kainuun huonoja puolia käsittelevässä vastauksessa. Perifeerisen sijainnin ohella Kainuun huonona puolena pidettiin työttömyyttä, väestökatoa, autioitumista, köyhyyttä ja palveluvarustuksen heikentymistä. Kainuun huonoja puolia käsittelevistä maininnoista viisi prosenttia (48 kappaletta) kohdistui Talvivaaraan tai kaivostoimintaan yleensä. Prosenttiosuutta voidaan pitää pienenä, mutta sen pienuutta selittää osin tutkimusaineiston keruun ajoittuminen. Puhelinhaastattelut ja postikysely tehtiin syksyllä 2012 ennen suurta julkisuutta saanutta Talvivaaran kipsisakka-altaan vuotoa.

Maakunnan perusviesteistä Kainuuseen parhaiten soveltuvina pidettiin puhdasta luontoa, puhtaita elintarvikkeita ja ympäristön turvallisuutta. Huonoiten kysytyistä perusviesteistä Kainuuta kuvasivat vastaajien mielestä väittämät ”kehittyvä maakunta”, ”erikoistunutta osaamista”, ”vahva selviytyjä” ja ”elävä maaseutu”. Perusviestien tavoin vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka hyvin he yhdistävät tietyt ennalta nimetyt asiat Kainuuseen. Kysytyistä asioista vastaajat mielsivät Kainuuseen parhaiten Kainuun prikaatin, Vuokatin, karhut ja sudet sekä Kuhmon Kamarimusiikin. Ennalta nimetyistä asioista heikoimmin Kainuuseen assosioitiin Paljakka, Hossa, Eino Leino, Ukkohalla, Oulujärvi ja Nälkämaa.

Vastaajan ikäluokka heijastui mielenkiintoisella tavalla maakunnan perusviestien omaksumiseen samoin kuin siihen, kuinka hyvin vastaajat yhdistivät kysytyjä asioita Kainuuseen.

Nuoremmat, alle 45-vuotiaat suhtautuivat lähes kaikkiin perusviesteihin vanhempia ikäluokkia kriittisemmin. Kainuuseen yhdistettävissä asioissa alle 45-vuotiaat liittivät joka ainoan kysytyn kohdan huonommin Kainuuseen kuin 45-vuotiaat tai sitä vanhemmat. Esimerkiksi Nälkämaan, Raatteen tien, Urho Kekkosen ja Kuhmon Kamarimusiikin Kainuukytkenässä ikäluokkien välinen ero oli huomattavan suuri.

Kainuun merkittävimpinä toimialoina vastaajat pitivät metsätaloutta, matkailua, maataloutta, kivi- ja kaivosteollisuutta ja puutuoteteollisuutta. Toimialojen tärkeysjärjestyksen händypäähän sijoittuivat peliteollisuus sekä elektroniikka- ja tietotekniikkateollisuus.

Kainuuta koskevan mielikuvan muodostumiseen on vastaajien oman arvion mukaan vaikuttanut eniten omakohtainen kokemus eli käynnit Kainuussa paikan päällä. Myös lehtijuttuja, tuttavien ja sukulaisten kertomuksia, radio- ja TV-ohjelmia sekä tapahtumia pidettiin tärkeinä. Vähiten vaikutusta Kainuu-mielikuvaan arvioitiin olleen messuilla, sosiaalisella medially ja internetillä. Tosin alle 45-vuotiaille vastaajille internetin merkitys tietolähteenä oli oleellisesti suurempi kuin 45-vuotiaille tai sitä vanhemmille.

Tutkimuksen perusteella Kainuu yhdistetään selkeästi yleisimmin kainuulaiseen luontoon. Luontoa, kauniita maisemia, metsiä, erämaita, puhtautta, rauhaa, hiljaisuutta, tilan tuntua ja ulkoilumahdollisuuksia pidetään niin ikään Kainuun parhaimpina puolina. Luontomatkailla ja etenkin Vuokatti nousevat vahvasti esille Kainuun maakuntakuvassa. Muut vastaajien mielikuvissa tärkeimmiksi arvioidut toimialat – metsätalous, maatalous, kivi- ja kaivosteollisuus sekä puutuoteteollisuus – tukeutuvat nekin luontoon ja luonnonvaroihin. Aiemman maakuntakuvatutkimuksen otsikko ”Luonto on Kainuun vahvuus” on siten varsin osuva edelleen.

Toisaalta, hieman yleistäen, Kainuu mielletään paitsi maantieteelliseksi, myös taloudelliseksi periferiaksi. Kainuu on kaukana pohjoisessa tai idässä, poro- tai susirajalla, joka tapauksessa syrjässä kaikesta. Taloudellista syrjäytymistä tai sivussa olemista kuvaa se, että monet tutkimukseen osallistuneista liittivät Kainuuseen työpaikkojen puutteen, poismuuton, palvelujen heikkenemisen ja köyhyyden. Aivan ensimmäisenä Kainuusta ei tullut mieleen esimerkiksi korkea teknologia, innovatiivisuus, yrittäjyys tai kansainvälisyys. Tietynasteinen siirtomaa- ja kehitysalueimago näyttäisi olevan yhä Kainuu-mielikuvien pohjavirtana ainakin osalla ihmisistä.

Otannan eroavaisuuksista johtuen vuoden 2012 aineistoa oli mahdollista verrata vain postikyselyn osalta aiempien maakuntakuvatutkimusten aineistoihin. Vertailu osoittaa Kainuuta koskevissa mielikuvissa tapahtuneiden muutosten olleen 2000-luvulla sangen vähäisiä. Ainoa huomattavampi poikkeus havaittiin Kainuun saavutettavuutta mittaavissa muuttujissa, joiden keskiarvot ovat vuodesta 2003 vuoteen 2012 muuttuneet systemaattisesti huonompaan suuntaan. Mielikuvien jähmyttä selittää se, että ihmisten näkemykset Kainuusta ja muista vastaavista alueista kerrostuvat pitkällä aikavälillä lukuisista erilaisista tietolähteistä oma kokemusmaailma mukaan lukien. Mielikuvien muokkaaminen haluttuun suuntaan vaatii siksi pitkäjänteistä ja järjestelmällistä työtä, mihin vuoden 2013 alussa käynnistynyt Kainuun markkinointiviestintähanke tarjoaa hyvän lähtökohdan.

Made in Kainuu -hanketta ajatellen tutkimus herättää joitakin kysymyksiä markkinoinnin asiantuntijoiden pohdittavaksi. Pitäisikö markkinoinnin painopisteen olla Kainuun vahvuusiksi katsottujen mielikuvien – eli luontoon viittaavien mielikuvien – edelleen vahvistamisessa? Miten hyvin luontoa voi Suomen oloissa ylipäätään käyttää markkinoinnin erilaistamiseksi? Vai tulisiko painopisteen olla kielteisten mielikuvien heikentämisessä?

Kuinka maakunnan takapajuisuuteen viittaavien assosiaatioiden murtaminen olisi käytännössä mahdollista? Tulisiko viestintä suunnata erityisesti nuorempien ikäluokkien edustajiin?

LÄHTEET

Juntheikki, R. & Määttä, M. 2004. Sininen Kainuu. Kainuun matkailullinen imago. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja A:4.

Järviluoma, J. 2011. Kainuu – eikös se ole Suomessa? Mielikuvat Kainuusta matkailualueena vuosina 2003 ja 2008. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja A:9.

Kainuun Etu Oy. 2012. Made in Kainuu -markkinointiviestintähanke. Hankesuunnitelma.

Kainuun liitto. 2004. Kainuu erilaisin silmin. Kainuun maakuntakuvatutkimus 2004. Kainuun liiton julkaisu B:48.

Kainuun maakunta -kuntayhtymä. 2008. Luonto on Kainuun vahvuus. Kainuun maakunta -kuntayhtymän julkaisu D:19.

Metsämuuronen, J. 2009. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 4. laitos. International Methelp Oy. Gummerus, Jyväskylä.

Paasimaa, H. 2012. Image of Kainuu – a research project. Unpublished thesis. Kajaani University of Applied Sciences, Hospitality Management.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Gummerus, Jyväskylä.

LIITE 1 HAASTATTELULOMAKE 2012

Voisitteko osallistua Kainuun maakunta-kuntayhtymän ja Kajaanin ammattikorkeakoulun tekemään Kainuun maakuntakuvatutkimukseen, jonka tarkoituksena on kartoittaa Kainuuseen liitettäviä mielikuvia? Tutkimuksen kohteena ovat **mielikuvat**, joten voitte vastata kyselyyn, vaikka ette olisi koskaan käyneet Kainuussa. Kysely kestää noin 10 minuuttia. Osallistumalla maakuntakuvatutkimukseen voitte voittaa 400 euron lahjakortin Holiday Club Katinkultaan Vuokattiin. Arvonta suoritetaan 17.12.2012 ja voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

1. Sukupuoli 1. mies 2. nainen

2. Minkä ikäinen olette? _____

3. Mikä on koulutustastanne? (ylin tutkinto)

1. peruskoulu, kansakoulu tai keskikoulu
2. ylioppilas
3. kouluasteen ammatillinen tutkinto tai ammatillinen perustutkinto
4. opistoasteen ammatillinen tutkinto
5. alempi korkeakoulututkinto
6. ylempi korkeakoulututkinto

4. Mikä on asuinkuntanne? _____

5. Mainitkaa kolme asiaa, jotka tulevat ensimmäisenä mieleenne Kainuusta?

1. _____
2. _____
3. _____

6. Miten hyvin seuraavat väittämät soveltuvat kuvaamaan Kainuuta?

	erittäin huonosti				erittäin hyvin
Puhdas luonto	1	2	3	4	5
Aitoja elämyksiä	1	2	3	4	5
Turvallinen ympäristö	1	2	3	4	5
Erikoistunutta osaamista	1	2	3	4	5
Kehittyvä maakunta	1	2	3	4	5
Vahva selviytyjä	1	2	3	4	5
Kalevalaisen kulttuurin sydänmaa	1	2	3	4	5
Rikas ruokaperinne	1	2	3	4	5
Puhtaat elintarvikkeet	1	2	3	4	5
Liikuntamaakunta	1	2	3	4	5
Sinisten ajatusten Kainuu	1	2	3	4	5
Hyviä matkailukohteita	1	2	3	4	5
Elävä maaseutu	1	2	3	4	5
Vahva maakuntahenki	1	2	3	4	5
Musiikkia luonnon keskellä	1	2	3	4	5

7. Mikä on mielestänne parasta Kainuussa?

8. Mikä Kainuussa on huonointa?

9. Miten hyvin yhdistätte seuraavat asiat Kainuuseen?

	erittäin huonosti				erittäin hyvin
Kuhmon Kamarimusiikki	1	2	3	4	5
Vuokatti	1	2	3	4	5
Ukkohalla	1	2	3	4	5
Paljakka	1	2	3	4	5
Oulujärvi	1	2	3	4	5
Suopotkupallo	1	2	3	4	5
Eino Leino	1	2	3	4	5
Talvivaaran kaivos	1	2	3	4	5
Urho Kekkonen	1	2	3	4	5
Raatteen tie	1	2	3	4	5
Kainuun prikaati	1	2	3	4	5
Kainuun rastiviikko	1	2	3	4	5
Nälkämaa	1	2	3	4	5
Karhut ja sudet	1	2	3	4	5
Hossan retkeilyalue	1	2	3	4	5
Kajaanin kaupunginteatteri	1	2	3	4	5

10. Oletteko asunut Kainuussa tai kotoisin Kainuusta?

1. kyllä 2. en

11. Oletteko vieraillut Kainuussa?

1. kyllä 2. en

(Jos on vieraillut Kainuussa) -> Mikä kohde on jäänyt erityisesti mieleenne? (vain yksi maininta)

12. Mitkä seuraavista toimialoista ovat mielestänne merkittäviä Kainuussa?

	ei lainkaan merkitystä				erittäin merkittävä
Metalliteollisuus	1	2	3	4	5
Elektroniikka- /tietotekniikkateollisuus	1	2	3	4	5
Peliteollisuus	1	2	3	4	5
Puutuoteteollisuus	1	2	3	4	5
Elintarviketeollisuus	1	2	3	4	5
Maatalous	1	2	3	4	5
Metsätalous	1	2	3	4	5
Matkailu	1	2	3	4	5
Kivi- ja kaivosteollisuus	1	2	3	4	5
Kulttuuripalvelut	1	2	3	4	5
Hyvinvointipalvelut	1	2	3	4	5

13. Onko mielikuvaanne Kainuusta vaikuttanut?

	kyllä	ei
Mainonta	1	2
Esitteet	1	2
Tapahtumat	1	2
Messut	1	2
Lehtijutut	1	2
Radio- ja TV-ohjelmat	1	2
Kirjallisuus	1	2
Internet	1	2
Sosiaalinen media	1	2
Tuttavat ja sukulaiset	1	2
Omaehtainen kokemus	1	2

14. Oletteko käynyt www.kainuu.fi -sivustolla viimeisen kahden vuoden aikana?

1. kyllä 2. en

15. Haluatteko lopuksi kommentoida jotain Kainuun maakuntakuvaan liittyen?

Mikäli haluat osallistua arvontaan, kerro vielä yhteystietosi. Nimi- ja osoitetietoja käytetään ainoastaan arvonnassa.

Nimi _____

Osoite _____

Lämmin kiitos vaivannäöstänne ☺

LIITE 2 POSTIKYSELYLOMAKE 2012

Vastausohjeet:

- Ympyröi valitsemasi vaihtoehto tai kirjoita vastauksesi sille tarkoitettuun tilaan
- Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että vastaat kaikkiin kysymyksiin huolellisesti

1. Sukupuoli 1. mies 2. nainen

2. Ikä _____

3. Koulutus (ylin tutkinto)

1. peruskoulu, kansakoulu tai keskikoulu
2. ylioppilas
3. kouluasteen ammatillinen tutkinto / ammatillinen perustutkinto
4. opistoasteen ammatillinen tutkinto
5. alempi korkeakoulututkinto
6. ylempi korkeakoulututkinto

4. Asuinkunta _____

5. Mainitkaa kolme asiaa, jotka tulevat ensimmäisenä mieleenne Kainuusta?

1. _____
2. _____
3. _____

6. Oletteko asunut Kainuussa tai kotoisin Kainuusta?

1. kyllä 2. en

7. Oletteko vieraillut Kainuussa?

1. kyllä 2. en

Jos olette vieraillut Kainuussa, mikä kohde on jäänyt erityisesti mieleenne? (vain yksi maininta)

8. Ottakaa seuraavassa kantaa väitteisiin ympyröimällä mielestänne sopivin vaihtoehto.

	täysin eri mieltä	jokseen-kin eri mieltä	ei eri eikä samaa mieltä	jokseen-kin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
KAINUUSSA ON					
kauniit maisemat	1	2	3	4	5
puhdas ja alkuperäinen luonto	1	2	3	4	5
hiljaista ja rauhallista	1	2	3	4	5
omaleimainen paikalliskulttuuri ja elämäntapa	1	2	3	4	5
mielenkiintoinen historia ja perinteet	1	2	3	4	5
KAINUUSSA ON					
hyvät laskettelu- ja lumilautailumahdollisuudet	1	2	3	4	5
hyvät maastohiihtomahdollisuudet	1	2	3	4	5
hyvät retkeily- ja vaellusmahdollisuudet	1	2	3	4	5
hyvät kalastus- ja metsästysmahdollisuudet	1	2	3	4	5
hyvät ostosmahdollisuudet	1	2	3	4	5
hyvät golfin harrastusmahdollisuudet	1	2	3	4	5
runsaasti museoita ja historial. kohteita	1	2	3	4	5
KAINUUSSA ON					
monipuoliset ja tasokkaat majoituspalvelut	1	2	3	4	5
monipuoliset ja tasokkaat ravintolapalvelut	1	2	3	4	5
hyvät kylpyläpalvelut	1	2	3	4	5
monipuoliset ja tasokkaat ohjelmapalvelut	1	2	3	4	5
mielenkiintoisia tapahtumia	1	2	3	4	5
vilkas ilta- ja huvielämä	1	2	3	4	5
edullinen hintataso	1	2	3	4	5
hyvät peruspalvelut (kaupat, pankit jne.)	1	2	3	4	5
vieraanvarainen paikallisväestö	1	2	3	4	5
KAINUUSEEN ON					
helppo mennä	1	2	3	4	5
sopiva ajomatka	1	2	3	4	5
hyvät liikenneyhteydet	1	2	3	4	5
KAINUU ON					
maaseutumainen	1	2	3	4	5
turvallinen	1	2	3	4	5
luonnonläheinen	1	2	3	4	5
kulttuurihenkinen	1	2	3	4	5
palveluhenkinen	1	2	3	4	5
omaperäinen	1	2	3	4	5
monipuolinen	1	2	3	4	5
tasokas	1	2	3	4	5
kansainvälinen	1	2	3	4	5

9. Onko mielikuvanne Kainuusta matkailualueena?

1. erittäin kielteinen
2. melko kielteinen
3. neutraali, ei kielteinen eikä myönteinen
4. melko myönteinen
5. erittäin myönteinen

10. Onko mielikuvaanne Kainuusta vaikuttanut?

	kyllä	ei
Mainonta	1	2
Esitteet	1	2
Tapahtumat	1	2
Messut	1	2
Lehti jutut	1	2
Radio- ja TV-ohjelmat	1	2
Kirjallisuus	1	2
Internet	1	2
Sosiaalinen media	1	2
Tuttavat ja sukulaiset	1	2
Omakohertainen kokemus	1	2

11. Mikä on mielestänne parasta Kainuussa?

12. Mikä Kainuussa on huonointa?

13. Mikäli teillä on vielä Kainuun maakuntakuvaan liittyvää kommentoitavaa, kirjoittakaa se tähän.

Lämmin kiitos vaivannäöstänne ☺

LIITE 3

MAINITKAA KOLME ASIAA, JOTKA TULEVAT ENSIMMÄISENÄ MIE- LEENNE KAINUUSTA?

Luonnonympäristö (yht. 839)

Luonto 235

Puhdas luonto 29

Puhdas ilma 6

Luonnon rauha 2

Luonnonläheinen 7

Metsä/metsät/kuusimetsä/mäntymetsä/laajat metsät/paljon metsää/puut/puusto/metsämaisema
156

Vaarat/vaaramaisemat 77

Korpi/korvet/korpimetsä/korpikuuset/korpimaisema 65

Erämaa/erämaat/erämainen 61

Salomaat

Järvet 30

Vesistöt/Vesi 27

Kosket 4

Suot 17

Villieläimet/eläimet/suurpedot/petoeläimet 8

Karhu/karhut 40

Susi/sudet 10

Porot 10

Metso/metsäkanalinnut 3

Kalat/kuhat/muikut 5

Hyttyset/itikat 4

Marjat/marjamaastot 11

Hillat 4

Puolukka

Jäkälä 2

Kalliot

Korkeuserot 2

Jylhä paikka 2

Vaihtelevat maastonmuodot 4

Tunturit/mäet/vuoret/harjut 4

Rotko

Aava/lakeus/laakeus 6

Vehreys 2

Luonnonpuistot 2

Paikannimet (yht. 384)

Vuokatti 142

Kajaani 103

Oulujärvi 25

Sotkamo 22

Kuusamo 15

Ruka 11

Suomussalmi 10

Koli 7

Kuhmo 4

Hossa 4

Paltamo 3

Kuopio 3

Puolanka 3
Joensuu 3
Ukkohalla 2
Naapurivaara 2
Manamansalo 2
Taivalkoski 2
Hepoköngäs 2
Kontiomäki
Hyrnsalmi
Ristijärvi
Vaala
Kivesjärvi
Oulu
Kiantajärvi
Julma Ölkky
Ryysyranta
Kitkajoki
Kostamus
Paljakkavaara
Otanmäki
Vuolijoki
Ämmänsaari
Lieksa
Juuka
Nurmes
Ilomantsi

Sijainti ja aluerakenne (yht. 306)

Kaukana 44
Syrjäinen/syrjäisyys/syrjäseutu/periferiassa 22
Pitkät etäisyydet/välimatkat 9
Maantieteellisesti hieman sivussa/ei matkan varrella 2
Melko eristäytynyt alue, missä ei etelästä monesti käydä
Hyvän etäisyyden päässä
Lapin matkan varrella
Sijainti
Pohjois-Suomi/pohjoinen 32
Lappi 7
Etelä-Lappi
Lähellä Lappia
Itä-Suomi/itä 28
Venäjän raja/Venäjä 15
Rajan pinnassa 3
Siperia
Susiraja 2
Karjala 2
Pohjois-Karjala/Itä-Karjala 2
Savo 2
Koillismaa 2
Pororaja
Keskellä Suomea 3
Kokkolan kanssa samalla leveysasteella
Sisä-Suomi
Pohjanmaa
Maaseutu 40
Maalaiselämän tunnelma

Peltoa/kivikkopellot 3
Harvaanasuttu/haja-asutusalue 44
Autio
Tilaa!
Avaruus
Suuret kunnat
Pieni/pienehkö 8
Pienet kylät
Pienet kaupungit/muutama isompi kaupunki 2
Missä se on? 13
Tuntemattomuus 3
Googletan missä se on

Maiseman kauneus (yht. 118)

Maisemat 58
Kaunis paikka/kaunis luonto 31
Kauniit järvet 17
Kauneus 6
Salomaisemat
Koskematon luonto
Siniset metsämaisemat kaukaisuudessa
Karut maisemat
Järvi- ja jokinäkymät
Hienot näköalat

Harrastusmahdollisuudet (yht. 116)

Laskettelu/laskettelurinteet/laskettelukeskus/pujottelumahdollisuudet 34
Hiihto/hiihtomaastot/hiihtomahdollisuudet 20
Hiihtoputki 3
Retkeily/patikointi/vaellus/vaellusmahdollisuudet 17
Karhukierros 3
Kalastus 15
Metsästys 8
Kylpylä 7
Golf 3
Talviliikunta 2
Liikunta
Suunnistus 2
DownHill pyöräily

Matkailukohteet ja tapahtumat (yht. 98)

Katinkulta 47
Raatteentie/talvisodan muistomerkit 11
Kuhmon Kamarimusiikki 11
Kajaanin linna/linnanrauniot 6
Kainuun rastiviikko 5
Suopotkupallo 4
Hiljainen kansa/tyypit suolla (ne patsaat..) 4
Ranuan eläinpuisto
Kalevalakylä
Naapurivaaran tanssilava
Kainuun maakuntajuhlat
Runoviikko
Kiannon Kuohut
Puijo
Status Quo:n konsertti 2005 Vuokatissa

Kajaanin jazz-juhlat
Bomba

Kainuun olosuhteita kuvailevat käsitteet (yht. 93)

Rauhallisuus/rauha 53
Puhtaus 13
Hiljaisuus 12
Karu 6
Eksoottisuus/eksotiikka 2
Ikääntyvä väestö 2
Viihtyisä
Ihana maakunta
Kiireettömyys
Pysähtynyt
Tyhjyys

Ilmasto ja vuodenaajat (yht. 75)

Lumi 24
Kylmä 18
Talvi 14
Kesä 5
Pimeys 3
Halla 2
Ruska 2
Yöttömät yöt 2
Arktinen
Revontulet
Kuumuus
Kuivuus
Aurinko

Ruokakulttuuri (yht. 66)

Leipäjuusto 38
Juustoleipä 3
Juusto 6
Rönttöset 4
Lörtsy 2
Kalakukko 2
Karjalanpiirakka
Hyvä ruisleipä/rieska 2
Lohikeitto
Ruoka 3
Perinneruuat
Puhtaat ruokatuotteet
Talkkuna
Halpaa kebabia Kajaanista

Ihmiset (yht. 63)

Ihmiset 22
Eloisat/lupsakat/ihanat/mukavat ihmiset 5
Ystävällisyys 4
Vieraanvaraiset ihmiset/ihmiset otetaan hyvin vastaan 2
Letkeys 3
Rehellisyys
Iloisuus
Joustavuus

Puheliaisuus
Huumori
Rentous
Kainuulaisten omaperäisyys
Katajainen kansa
Surumielisyys
Hitaus
Karjalaisuus/savolaisuus 2
Itä-suomalainen luonteenlaatu
Ylipainoisuus 3
Kateus 6
Kainuulainen ”tajunnanahtaus”
Ksenofobia
Ihmiset tuijottavat
Valitettavasti epäkohteliaat ihmiset
Pessimismi

Urheilu (yht. 62)

Sotkamon Jymy 24
Pesäpallo 14
Urheilu 10
Kajaanin Hokki 6
Talviurheilu 3
Vuokatin urheiluopisto 3
Kajaanin Haka
Hyvät hiihtäjät

Nimeltä mainitut henkilöt (yht. 60)

Ilmari Kianto 31
Urho Kekkonen 8
Veikko Huovinen 6
Kalle Päätalo 5
Eino Leino 3
Kaisa Mäkräinen
Aira Samulin
Mikko Niskanen
Markku Heikkinen (toimittaja)
Pekka Vähäsöyrinki
Esko Aho
Reijo Kela

Talvivaara ja kaivokset yleensä (yht. 51)

Talvivaara 44
Kaivos 5
Luonnontilainen alue, jota on häiritty kaivoksilla
Puhtaat vedet ennen kaivosyhtiötä

Negatiivissävytteiset maininnat (yht. 115)

Työttömyys 49
Köyhyys 19
Muuttotappiot/tyhjentyminen/autiotalat 9
Nälkämaa/nälkävuodet 5
Kehitysaluetta 4
Heikko talous
Kilpailukykyongelmat
Ei niin hyvinvoiva maakunta

Kuihtuva maakunta
Ei kovin edistyksellinen
Köyhä ja kateellinen Oulun alueelle
Huonot junayhteydet
Huonot tiet
Itsemurhat
Sairaudet
Alkoholismi
Sydäntautikuolleisuus
Rikollisuus
Suurpetojen salakaadot
Suden salametsästäjät
Syrjäytyminen konkretisoituu Kainuuseen
Ei mitään 2
Ei helsinkiläisten mieleen
Nukahtanut paikka
Ei kiinnosta mennä takaisin
Ei niin ihmeellinen
Rankkaa
Pilalla
Ankeus
Synkkä
Lapsiperheelle ei oikein mitään
Riittämättömät palvelut
Vähän palveluita

Muut (yht. 278)

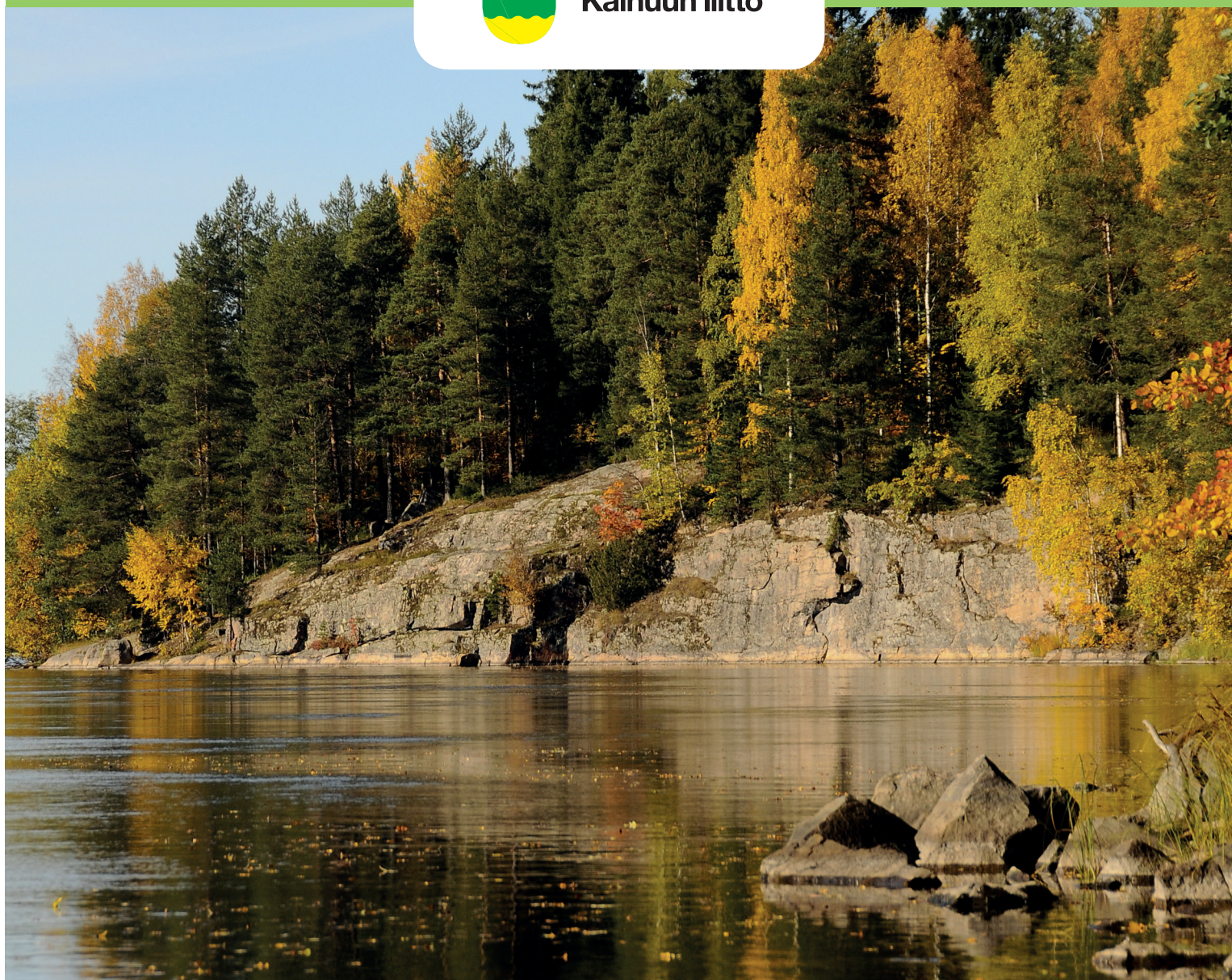
Nälkämaan laulu 42
Kainuun prikaati 17
Varuskunta 3
Armeija 6
Kainuun murre 16
Metsolat 14
Televisiosarjat
Kainuun Sanomat 4
Kajaanin lukio
Kristillinen kansanopisto
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Kajaanin seminaari
Opettajakoulutuslaitoksen lakkautus Kajaanissa
Kajaanin pallohalli – koiranäyttely tammikuussa 2
Mökki 6
Kesämökki
Mökki Manamansalossa 2
Lomaosake 2
Läpiajomatka kesämökille
Sukulaiset 7
Vanhemmat
Äiti syntyi ja eli nuoruutensa Ristijärvellä
Äiti on asunut Sotkamossa
Äidin kotiseutu
Isä
Isä on ollut töissä siellä
Vaimo on syntynyt sieltä
Ex-vaimo/ex-mies 2
Mummola 2

Setäni Seppo
Serkku asuu siellä
Isäni ja siskoni haudat
Tuttavapariskunta Kajaanista/tutut ihmiset 2
Työkaveri 2
Kainuusta kotoisin oleva kollega
Ystävät 3
Luokkakaveri
Mökkinaapurit
Synnyinseutu 6
Lapsuuden muistot 2
Mieheni kotiseutu
Koti 2
Kulttuuri 2
Historia 2
Historiallisesti jänniä paikkoja
Jääkärien etappitie
Musiikki 2
Laulut
Perinteet
Kalevala
Kaukametsä-sali
Kesäteatteri Retikka
Kajaanin kaupunginteatteri 2
Kajaanin elokuvateatteri
Generaattori
Mustarinda
Kirjallisuus
Kirjailijat
Joutilaat -dokumentti
Seitsemän surmanluotia
Havukka-ahon ajattelija
Matkailu/turismi 11
Matkailuelinkeino 2
Loma 6
Lomakohde 2
Luontomatkailu 2
Jonkun verran matkailua
Matkailupaikkana hyvä
Maaseutumatkailu
Itäturistit
Maatalous 6
Paperitehdas
Suljettu paperitehdas 2
Puuteollisuus
Poronhoito
Metsätalous
Suomalainen osaaminen
Yrittäminen
Kainuulaiset yritykset
Selviytyminen supistuvilla markkinoilla (talous)
Kehittyvä alue
Suomen huonekalutehdas
Olvi
Siisti pieni kaupunki
Desantit

Töitä Kajaanissa
5 mk olut Kajaanin Dominossa
Kontiomäen rautatieasema
Haettu koira
R-collectionin tehtaanmyymälä
Sananlasku: ”Ainoa impi se, joka juoksee isäänsä nopeammin”
Peräkammarin pojat
Keltainen
Sininen
Vihreä
Suomi-soffa
Mutkikkaat tiet
Hiki
Asuntomessut
Kaiuttimet
Paljon vanhoillislestadiolaisia
Pontikan ja kiljun valmistus
Uimaranta
Kahvila Murunen
Kunnallispolitiikka
Maakuntaprojekti, jossa selvittiin kuntien välistä yhteistyötä
Kainuun malli eli maakuntayhtymä
Kuntien välinen yhteistyö terveydenhuollossa
Hiukan hiekkarannat 2
Keskustapuolue
Kiva paikka
Pieni mäennyppylä
70-luvun kerrostalo
Suomalainen kaupunki
Suomen kartta
Vankila
Olen kuullut nimen
Joskus olen käynyt siellä 2
Monesti olen ajanut ohi
Kesällä käydään 2
Paikka, jossa en ole ollut 5



Kainuun liitto



Kainuun liitto

Postiosoite:

Kainuun liitto, Kauppakatu 1, 87100 Kajaani

Puhelin (vaihte): 08 6155 41

Sähköposti: etunimi.sukunimi@kainuu.fi

www.kainuu.fi