

# KUUROJEN OSALLISTUMINEN SAFARIPALVELUIHIN

Tasavertainen palvelu kuuroille asiakkaille

Lühder Diana

Opinnäytetyö

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2023

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

---

<b>Tekijä</b>	Diana Lühder	<b>Vuosi</b>	2023
<b>Ohjaaja(t)</b>	Mervi Angeria		
<b>Toimeksiantaja</b>	Club Nord		
<b>Työn nimi</b>	Kuurojen osallistuminen safaripalveluihin Tasavertainen palvelu kuuroille asiakkaille		
<b>Sivumäärä</b>	30 + 15		

---

### Tiivistelmä

Saavatko kuurot osallistua yhtä helposti moottorikelkka- tai huskysafareihin kuin kuulevat? Tämä kysymys oli opinnäytetyön lähtökohta.

Opinnäytetyön tarkoitus oli kartoittaa, miten hyvin ohjelmapalveluyritykset ovat varautuneet kuuroihin asiakkaisiin, ovat kuurot asiakkaat ylipäättänsä tervetullut, vai nähdäänkö heidät vaivana.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsiteltiin kuuroutta, esteettömyyttä ja ohjelmapalveluita. Sähköisen kyselyn, avulla selvitettiin Pohjois-Lapin safariyrityksien tämänhetkinen tilanne sekä asenne kuuroja kohtaan.

Opinnäytetyön tuotoksena koottiin toimintaopas yrityksille. Oppaan tekemisessä hyödynnettiin myös aikaisempia kuurojen parissa tehtyjä tutkimuksia.

Opinnäytetyön ja oppaan tarkoituksena on lisätä tietoisuutta kuuroista henkilöistä sekä antaa yrityksille ideoita, miten he voivat kehittää omia palveluitaan siten, että kuuroja asiakkaita palvellaan yhtä hyvin kun kuulevia. Tämä omalta osaltaan voisi edistää yhdenvertaisuutta matkailussa.

**Avainsanat** kuuro, yhdenvertaisuus, esteettömyys, ohjelmapalvelu

**Muita tietoja** toimeksiantajalle toimitettu opas palveluiden kehittämiseen siten, että sen on myös saavutettavaa kuuroille asiakkaille

Degree Programme in Hospitality  
Management  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Author</b>	Diana Lühder	<b>Year</b>	2023
<b>Supervisor(s)</b>	Mervi Angeria		
<b>Commissioned by</b>	Club Nord		
<b>Title</b>	Deaf clients participation in safaris Equal service for deaf clients		
<b>Number of pages</b>	30 + 15		

---

Can deaf people participate in snowmobile- or huskysafaris as easily as hearing people? That was the question that led me to this thesis.

I wanted to survey how service providers in the field are prepared to welcome deaf and hearing impaired customers or if they are seen as a burden.

First I did a qualitative research in the form of a internet survey, amongst safari companies in Northern Lapland. This survey concluded that the experiences of deaf people are credible and that most of the companies have work to do. After analyzing the survey and reading research and surveys done amongst and with deaf people, I wrote a small guide for safari companies to use as an inspiration to make their company more inclusive. This was the functional part of this thesis.

With this thesis I hope to raise the level of knowledge that people have about deaf people. The main goal is for companies to be able to attend to deaf customers on the same level as they do their hearing customers. This will not just help deaf people to feel included, but help also other customers, as well as guides, who experience a language barrier.

**Keywords** Deaf, equality, inclusion, tourism, activities

**Special remarks** This thesis includes a short guide for safari companies on how to make their service more inclusive for deaf people

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	5
2 TUTUSTUTAAN KUUROUTEEN .....	7
2.1 Kuurous – näkymätön mutta olemassa .....	7
2.2 Kuurot ja viittomakieliset esittelyssä .....	7
2.3 Kuurojen tarpeiden ymmärtäminen .....	9
2.4 Esteettömyys kuurojen näkökulmasta .....	10
2.5 Kommunikointi kuurojen kanssa .....	11
3 OHJELMAPALVELU .....	13
3.1 Ohjelmapalveluiden turvallisuus .....	13
3.2 Club Nord – kokenut ohjelmapalvelutarjoaja .....	15
4 TILANNESELVITYS KYSELYN AVULLA .....	17
4.1 Menetelmän valinta ja toteutus .....	17
4.2 Kyselyn tulokset ja analysointi .....	18
5 OPAS INKLUSIIVISEMPAAN MATKAILUUN .....	22
5.1 Oppaan kehittäminen .....	22
5.2 Asiakaskokemuksen parantaminen .....	23
6 POHDINTA .....	26
LÄHTEET .....	28
LIITTEET .....	31

## 1 JOHDANTO

Matkailu on avoin kaikille, tai näin pitäisi ainakin olla. Tavoitteeni on parantaa kielellistä saavutettavuutta, esteettömyyttä sekä turvallisuutta safariyrityksille ja heidän kuuroille ja kuulovammaisille asiakkailleen. Opinnäytetyön tarkoitus on kartoittaa, miten ohjelmapalveluja tarjoavat yritykset, erityisesti moottorikelkka – ja huskysafareita tarjoavat yritykset ovat varautuneet kuuroihin asiakkaisiin. Sen perusteella kehitän oppaan, jolla haluan lisätä tietoisuutta kuuroista, kuurojen kanssa kommunikoinnista, sekä antaa yrityksille ideoita, miten kuuroille voisi antaa samalaista tietoa kuin kuulevillekin.

Tämän opinnäytetyön lähtökohtana ovat sekä omat, että kuurojen kokemukset, joihin tutustuin oman elämäni lisäksi myös työni kautta. Molemmat vanhempani ovat kuuroja, olen liikkunut paljon kuurojen maailmassa. Sen lisäksi kaikki vuodet, jotka olen työskennellyt matkailu- ja ravintola-alalla, olen huomannut, että tietyt ryhmät jäävät helposti ohjelman tai retken ulkopuolelle kielimuurin tai kommunikaatio-ongelmien takia. Yksi ryhmistä ovat kuurot ja kuulovammaiset. He ovat vain pieni ryhmä, mutta myös heillä on oikeus osallistua ohjelmiin ja safareihin samalla tavalla, kun kuulevat asiakkaat.

Monet ihmiset eivät tiedä miten kuurojen kanssa voisi kommunikoida. Usein kuuroilla on oltava tulkki mukanaan, päästäkseen osallistumaan tapahtumiin. Ei ole tasapuolista vaatia kuuroilta omaa tulkki, kun taas ulkomaalaisilta matkailijoilta, joilla ei ole suomen- eikä englanninkielentaitoa, tällaista ei vaadita. Yhdenvertaisuuslaissa sanotaan, ettei ketään saa syrjiä kielen, terveydentilan tai vammaisuuden perusteella (Yhdenvertaisuuslaki 2014/1325, 3 luku 8§)

Kirjoittamani oppaan avulla toivon, että saan huonokuuloisten henkilöiden kokemuksia parannettua, sekä henkilökunnan jännitystä vähennettyä. Puhuessani erilaisten matkailualan työntekijöiden kanssa tästä aiheesta huomasin, että suurin ongelma on epävarmuus. Työntekijät eivät tiedä miten otetaan kontaktia viittomakieltä käytettäviin ihmisiin tai miten heidän kanssaan kommunikoidaan. Samalla haluan, että asiakas tuntee olonsa turvalliseksi, vaikka hänellä ei olisi aiempaa kokemusta kyseisestä aktiviteetista. Sen lisäksi, että tapaturmia voisi tapahtua helpommin, jos kommunikaatio ei toimi ja asiakas ei ymmärrä ohjeita,

subjektiivisella turvallisuuskokemuksella, eli yksilön kokemalla turvallisuudentunteella, on merkittävä vaikutus tämän epävarmuustekijän muotoutumiseen, asiakastyytyvyyteen ja kohteen imagoon (Iivari, P, s.28)

Ensin selvitin kyselyn avulla, miten safariyritykset pohjoisessa Lapissa ovat varustuneet kuurojen ja huonokuuloisten asiakkaiden osallistumiseen. Löytyykö heiltä opastusvideoita, tietävätkö he, miten kuurojen kanssa voi kommunikoida tai vaativatko he kuuroilta ja kuulovammaisilta omaa tulkkia tai opasta mukaan. Elävätkö he siinä luulossa, että kaikki kuurot osaavat lukea huulilta. Uskon että opinnäytetyöni tulokset ja kehittämisideani antavat monelle yritykselle mahdollisuuden kehittää oman yrityksen toimintatapoja.

Rajoitin kyselyni husky- ja moottorikelkkasafareihin, sillä näen siellä suurimman riskin tapaturmiin, jos ohjeiden ymmärtäminen ei onnistu. Lumikenkäretkellä tai pororekiajelulla kielimuurista aiheutuva tapaturmien riski on vähäisempi.

Opinnäytetyöni keskeinen tehtävä on kehittää kaikille safari- ja ohjelmapalveluille kätevä tapa saada sama sisältö, jonka he kertovat kuuleville asiakkaille, välitettyä myös kuuroille sellaisella tavalla, joka on kaikille mielyttävä ja joka on tasa-arvoinen. Samalla voitaisiin nostaa asiakastyytyvyyden sekä turvallisuuden tunnetta paremmalle tasolle.

Toimeksiantajanani toimii Club Nord, joka on ivalolainen ohjelmapalveluja tarjoava yritys. Toimeksiantajan edustajana toimii Sisko Poikela, joka on Club Nordin Customer Service Manager. He järjestävät sekä myyvät erilaisia safareita ja ohjelmia sekä koti- että ulkomaalaisille. Heidän kanssaan kehitän heidän yritykselleen, sekä tavoitteellisesti myös muille yrityksille, ainakin oppaan ja mahdollisesti myös ohjeistuskansion tai -videon, miten erilaisissa safareissa toimitaan ja miten sen voisi toteuttaa turvallisesti. Tarkoitus on helpottaa työntekijän ja kuurojen välistä kommunikaatiota.

## 2 TUTUSTUTAAN KUUROUTEEN

### 2.1 Kuurous – näkymätön mutta olemassa

Olen kahden kuuron lapsi ja olen elänyt suuren osan elämästäni kuurojen maailmassa. Olin heillä usein avuksi tulkkina ja vasta nyt, ollessani itse matkailualalla töissä, huomaan, miten ihmiset olettavat, että kuuroilla on aina tulkki mukana, tai että he osaavat lukea huulilta, mikä ei pidä paikkaansa.

Aloin tutkimaan asiaa ja puhuessani kavereiden, työkavereiden ja tuttujen kanssa, jotka työskentelevät erilaisissa matkailualan yrityksissä kuten safari toimistossa, lentokentällä tai hotelissa, kuuroista asiakkaista, huomasin että monet olivat hämmästyneet, että kuurot tarvitsevat erilaista palvelua, kun kuulevat asiakkaat. Usein tätä ei tule tarkemmin ajateltua, koska kuurous on ”näkymätön vamma”. Sitä ei näe ulospäin, joten sitä ei huomata eikä sitten myöskään huomioida, kun palveluita kehitetään. Tämän huomaa varsinkin lentokentällä ja juna- asemilla missä useimmat tiedot kulkevat kuulutuksien kautta. Totuus on, että iso osa informaatiosta ei saavuta kuuroja, koska puhuja puhuu joko liian nopeasti tai siihen ei käytetä minkälaista visuaalista apuvälinettä tai kirjoituksia, jotka kuuro voisi rauhassa lukea. On olemassa niin paljon väärää tietoa kuuroudesta ja vielä enemmän tietämättömyyttä. Tavoitteeni on tehdä kuurot tutuiksi matkailualan henkilökunnalle, sekä opettaa palveluiden tarjoajille, miten kuurojen kanssa tulisi toimia, jotta heille voitaisiin taata yhdenvertaiset palvelut, kuin kuuleville asiakkaille.

### 2.2 Kuurot ja viittomakieliset esittelyssä

Oliver Sacks (1989, 17) toteaa kirjassaan saman, mihin itsekin usein törmään, kuuroudesta tiedetään sangen vähän. Tiedämme vähän ja vähät välitämmekään (1989, s. 17). Kun hän otti aiheen puheeksi, vastaus oli lähes aina Ai kuurous? Enpä taida tuntea yhtään kuuroa. En ole tullut koskaan ajatelleeksi koko asiaa (1989, s. 17). Vaikka elämme nyt vuonna 2023, asenne on valitettavasti edelleen sama.

”Kuuro on henkilö, joka on syntynyt kuurona tai vaikeasti huonokuuloisena, tai kuuroutunut ennen puheen oppimista. Kuuroja arvellaan olevan Suomessa 4000–5000. Kuurot ovat yleensä viittomakielisiä, eivät suomen- tai ruotsinkielisiä. Heille puhuttu kieli on vieras kieli. Sana ”kuuro” sisältääkin kielen lisäksi ajatuksen omasta kulttuurista.” (Kuurojen liitto ry 2020.)

Suomessa asuvat arvioilta alle yksi promille kuuroja ja vuosittain syntyy muutamia kymmeniä kuuroja lasta. (Kuurojen Liitto ry 2020.) Tämä luku ei kuulos-  
taa paljolta, mutta heitä on kuitenkin olemassa ja osa kuuroista ei synny kuuroina, vaan kuuroutuu jossain vaiheessa elämää. Muissa maassa tämä luku näyttää jo ihan erilaiselta.

Lapissa yksi iso matkailu-ryhmä ovat Brittiläiset. Heistä noin 900.000 on kuuroja (British Academy of Audiology). Huomioitava on kuitenkin myös fakta, että Hearing.org mukaan noin 11 miljoona Brittiä ovat kuulovammaisia, mikä tekee siitä toiseksi yleisimmän vamman. (Hearinglink n.d..) Myös he huomioivat, että kuurous on näkymätön vamma, minkä takia kuuroja jätetään joko huomioimatta tai heidät unohdetaan.

Saksassa elää noin 80.000 kuuroa ja noin 140.000 huonokuuloista, jotka tarvitsevat viittomakielentulkkia, kuten kuurotkin. (Deutscher Gehörlosen-Bund e.V. n.d.). Valitsin Iso-Britannian lisäksi Saksan, koska Lapissa vierailee vuosittain paljon saksalaisia.

”Viittomakieliset voivat olla kuuroja, huonokuuloisia tai kuulevia. Kuuroutta voidaan määritellä monesta eri näkökulmasta, mutta kuurot itse pitävät itseään ensisijaisesti kieli- ja kulttuurivähemmistönä, viittomakielisinä.” (Kuurojen Liitto ry n.d. .)

Yhteensä viittomakielisiä, eli viittomakieltä käyttäviä ihmisiä, on Suomessa noin 14 000. Heistä viittomakieltä käyttää äidinkielenään noin 5000 kuuroa ja huonokuuloista. Koska viittomakieli on heidän äidinkieltensä, kirjoitettu suomen kieli on heille toisen kielen asemassa. Suomessa käyttää, suomen kielen lisäksi, noin 300 ihmistä ruotsin viittomakieltä. (Kulttuuria kaikille n.d. .)



### 2.3 Kuurojen tarpeiden ymmärtäminen

Tärkeä osa-alue kaikissa matkailupalveluissa on asiakasymmärrys. Varsinkin kun kyse on vammaisesta tai ulkomaalaisesta, meidän pitää ymmärtää millaisia he ovat, mitä he odottavat meiltä ja palveluilta, sekä miten he käyttävät näitä palveluita.

Jutilan ja Ilolan mukaan asiakasymmärrys tarkoittaa sitä, kun asiakkaaseen suhtaudutaan positiivisesti ja saamme hänet tuntemaan itsensä tervetulleeksi. Tämä voi merkittävästi lieventää fyysisten esteiden aiheuttamaa epämukavuutta (Jutila & Ilola 2013, s. 5).

Milla Pitkänen, joka on itsekin kuuro, toivoi ihmisoikeuden liiton haastattelussa, että ihmiset olisivat avoimempia kuuroja kohtaan, ja tulisivat rohkeasti kohtaamaan kuuroja. Kirjoittaminen onnistuu hyvin apuvälineillä, kuten paperilla ja kynällä tai kännykällä. Sillä on helppo kirjoittaa. Hänen kokemustensa mukaan ihmiset, jotka kohtaavat viittomakielen tai erilaisen kommunikaatiotavan käyttävän ihmisen, jäävät usein jumiin. Hän ei tiedä pelottaako ihmisiä tai mistä se johtuu. (Ihmisoikeusliitto 2020.)

Koska olen huomannut saman ilmiön, sain idean kehittää jonkinlaisen oppaan ohjelmapalvelu tarjoaville yrityksille, jotta he saisivat informaatiota kuuroista ja miten heidän kanssaan pystyy kommunikoimaan.

Matkailutuotteiden pitäisi aina olla asiakaslähtöisiä, sillä matkailussa on kyse palvelun ja ihmisten kohtaamisesta. Tämä taas tarkoittaa sitä, että yrityksen pitäisi pystyä ennakoimaan asiakkaidensa toiveita ja tarpeita. Ikimuistoisia matkailukokemuksia on vaikeampi luoda, jos matkailuyritys ei ymmärrä toimia asiakaslähtöisesti. (Pesonen 2017.)

Myös valitsemani kohteen, eli Pohjois-Lapin safariyrityksien, päättäjien ja henkilökunnan on tärkeä ymmärtää, mitkä heidän asiakkaidensa tarpeet ovat ja miten heitä pystyy palvelemaan parhaiten. Aina on tärkeää miettiä, tuntevatko kaikki itsensä tervetulleiksi. Onko asiakaspalvelu ystävällistä ja yhdenvertaista?

Monet yritykset onnistuvat yleensä hyvin palvellessaan liikkumisrajoitteisia ja näkövammaisia ihmisiä, mutta viittomakielisille ja muille kuulovammaisille on

räätälöitävä palveluita niin, että heidänkin kokemuksensa paranee ja etteivät he tuntisi itseään ulkopuoliseksi, tai että heidät on jätetty huomioimatta.

Kuuro Milla Pitkänen sanoi haastattelussa ihmisoikeusliitolle, että hänestä tärkeintä olisi ottaa vähemmistöt mukaan kehittämään palveluita. Muuten kävisi helposti niin, että kun palveluita kehitetään ja niitä tarjotaan vähemmistölle, tajutaan vasta jälkeenpäin, että eihän tämä toimikaan. (Ihmisoikeusliitto n.d. .)

## 2.4 Esteettömyys kuurojen näkökulmasta

Esteetön matkailu on nykyään tärkeä aihe matkailupalveluiden tuottamisessa. S. Jutilan ja H. Ilolan kirjassa ”Matkailua kaikille?”, käsitellään aika laajasti mitä esteetön matkailu tarkoittaa eri ryhmille ja miten matkailu voisi saada esteettömäksi kaikille. Kirjassa käsitellään kolmea, kuuroihin liittyvää termiä, jotka on tärkeä ymmärtää, jotta ohjelmanpalvelun tarjonnasta voisi saada esteettömäksi.

Kaikki kolme mainittua osa-alueetta vaikuttavat kuurojen matkailuun merkittäväällä tavalla ja parannusta sekä kehitystä tarvitaan. Käsitteet ovat sosiaalinen esteettömyys, kulttuurinen esteettömyys sekä viestinnällinen esteettömyys.

Sosiokulttuurinen esteettömyys matkailussa viittaa yhdenvertaisuuteen, osallistumiseen, asenteisiin ja ennakkoluuloihin (Jutila & Ilola 2013, s. 5). Kuurot joutuvat taistelemaan ennakkoluuloja vastaan, jotka liittyvät sekä heidän puhe-, että osallistumiskykyihinsä.

Connecthear (2019) sivulla on listattu kymmenen yleisintä ennakkoluuloa ja harhakäsitystä, sekä niiden oikaisuja

Yleisimmät ennakkoluulot kuuroja kohti ovat:

- Kuurot eivät ole yhtä älykkäitä kuin kuulevat ihmiset
- Kuurot eivät osa ajaa autoa
- Kaikki kuurot osaavat lukea huulilta
- Kuulolaitteet palauttavat kuulon täysin

Ennakkoluulot kuulevien keskuudessa ovat yksi syy, miksi kuurot ovat usein epävarmoja, saavatko he osallistua esimerkiksi safareihin. S. Talvitien opinnäytetyön (s. 34) kyselyssä oli kuuroille esitetty kysymys ”Tunnen oloni tervetulleeksi ohjelmapalveluihin osallistuessa” ja 46% oli jokseenkin eri mieltä ja 18% jopa täysin eri mieltä. Heistä tuntuu, että oppaat menevään lukkoon kohdatessaan kuuroja. He eivät yksinkertaisesti tiedä, miten kuuroja kohdataan.

”Viestinnällinen esteettömyys tarkoittaa selkeää ja kaikki asiakkaat tavoittavaa tiedonvälitystä” (Jutila & Ilola 2013, s. 5). Eri kulttuurien tavat voivat estää ihmisiä osallistumaan erilaisiin palveluihin, esimerkiksi tarjotun ruoan takia. Sen takia olisi tärkeä edistää myös kulttuurista esteettömyyttä. Tämän ymmärtämällä voidaan vähentää hämmennystä, jota kielimuuri sekä eri kulttuurien erilaiset tavat ja arvostukset usein aiheuttavat (Jutila & Ilola 2013, s. 5). Kuuroilla on oma kulttuurinsa ja silloin kun siihen pääsee tutustumaan, kuuroja voisi kohdata avoimin mielin.

Monissa paikoissa merkittävä ongelma kuuroille on se, että liikaa tietoa välitetään kuulutusten ja puhutun kielen kautta. Silloin kun visuaalisia keinoja on käytettävissä, ne ovat joko pieniä, eivät sisällä kaikkea informaatiota, jonka kuulevat saavat tai niitä ei yksinkertaisesti käytetä. Erilaisissa tutkimuksissa kuurot ovat huomioineet, että asiakaspalvelijoiden kanssa kommunikointi on usein vaikeaa (Talvitie 2021, NZTRI 2011).

## 2.5 Kommunikointi kuurojen kanssa

Jos viittomakieltä ei osata, eleet, ilmeet, itse keksityt viittomat ja mielikuvitus ovat hyviä apuvälineitä kynän ja paperin tai kännykän lisäksi. Kuuroilla on kuitenkin omiakin apuvälineitä, jolla kommunikaatio kuulevien kanssa voisi sujua paremmin.

Kuurojen kanssa kommunikoimisessa pysyvä katsekontakti, fyysinen kontakti sekä kasvojen ilmeiden käyttö on tärkeä, mutta voi olla kuuleville, toisin kun kuuroille, epäluonnollista tai jopa epämiellyttävää (Malm, 2000 s. 94).

Paras vaihtoehto molemmille osapuolille on viittomakielentaito. Kuurojen Liitto kertoo, että noin 5500 henkilöä Suomessa käyttää viittomakieltä äidinkielenään.

William Wood Universityn mukaan (2016) maailmanlaajuisesti jopa 70 miljoona kuuroa käyttää viittomakieltä äidinkielellään. Heidän lisäksi myös monien kuu-rojen lapsille viittomakieli on ensimmäinen kieli, jota he oppivat puhumaan.

Toisin kuin monet olettavat, viittomakieli ei ole kansainvälinen kieli. Samoin kuin puhuttu kieli, myös viittomakieli on erilainen joka maassa. Jopa samassa maassa esiintyy erilaisia viittomakielen murteita.

Osalla kuuroista saattaa olla mukanaan viittomakielentulkki. Mutta tämä on vain pieni osa. Kuurot eivät tarvitse jatkuvasti apua, vaan ainoastaan tietyissä tilanteissa. Niistäkin selviäisivät helpommin, jos yritykset ottaisivat heidän tarpeensa paremmin huomioon. Jos henkilökunta kouluttaisiin siihen, mitä kuurojen tarpeet ovat ja opettaisivat edes vähän viittomat tai sormiaakkoset. Näin toteavat kyse-lyyn vastanneet kuurot Uudessa Seelannissa tehdyssä tutkimuksessa (NZTRI, 2011).

Huonokuuloisille ihmisille on olemassa myös kuulon apuvälineitä, kuten sisäkor-vaistute tai kuulolaite.

Monet odottavat kuuroilta, että he osaisivat lukea huulilta, mikä on erittäin vai-keaa, varsinkin, jos keskustelu ei tapahdu omalla tutulla kielellä. Esimerkiksi vain noin 30% puhutusta englannin kielestä pystytään ymmärtämään oikein huulio-luvun avulla (hearingdogs n.d.). On olemassa liika sanoja, jotka näyttävät sama-laisilta, mutta tarkoittavat ihan eri asiaa. Deafsites huomioi sen lisäksi, että kuu-roille pitäisi olla aina konteksti tiedossa, puhujan pitäisi puhua hitaasti sekä erit-täin selkeästi, kasvot aina kohti kuuroja. Varsinkin katsekontaktin ylläpitäminen on kuuleville usein vaikeaa.

### 3 OHJELMAPALVELU

Opinnäytetyöni kysely ja lopputuotos keskittyvät ohjelmapalveluja tarjoaviin yrityksiin. Mutta mitä ohjelmapalvelu oikein tarkoittaa? Ohjelmapalvelu on yleensä yksi osa matkailijan matkasta. Asiakas kokee jonkinlaista ohjattua aktiviteettia, johon hän osallistuu aktiivisesti, joko ryhmän, tai yksin oppaan kanssa, kuten husky-ajelu tai moottorikelkkailu. Myös passiivinen ohjelma, kuten poroajelu, jossa asiakas istuu vain reessä, on osa ohjelmapalvelua. Sen lisäksi omatoiminen ohjelma, kuten välinevuokraus, on ohjelmapalvelua. (Verhelä, 2016, s. 125.)

#### 3.1 Ohjelmapalveluiden turvallisuus

Turvallisuus voi tarkoittaa monia asioita, näkökulmasta riippuen. Tässä tapauksessa, ohjelmapalvelua ajattelen, turvallisuus tarkoittaa saada kaikki asiakkaat ja työntekijät turvallisesti A:sta B:hen vahingoittamatta. Tekijöitä, jotka takaavat turvallisuuden ovat monia ja kaikki on otettava huomioon, kun myy ohjelmapalveluun kuuluvia tuotteita (Kuvio 1). Yksi tehtävä palvelutarjoajana on tunnistaa todelliset riskit, eli konkreettiset tilanteet, uhkat ja sekä asiakkaiden kokemat riskit (Verhelä, 2016, s.175). Riski vahingossa aiheutetusta tapaturmista nousee, jos asiakas ei ymmärtänyt mitä saa ja ei saa tehdä ja miten annetut tavarat ja koneet toimivat.



Kuvio 1. Turvallisuuden tekijät Verhelän mukaan (2017, s. 176)

Kuluttajaturvallisuuslain 5 §:n mukaan yrityksellä on oltava riittävä ja ajantasainen osaaminen ja ammattitaito palvelun toteuttamiseen. Heidän on varmistettava, että kuluttaja on saanut oikeat ja riittävät tiedot palvelusta sekä tavarasta ja että hänelle on kerrottu niihin liittyvät riskit. Heidän on varmistettava, ettei kuluttajien, henkilökunnan tai kenenkään muun terveys tai omaisuus vaarannu.

Tämän pitäisi olla nimenomaan pääsääntöisesti palvelun tarjoajan tehtävä, ei asiakkaan.

Vaikka kuluttajapalveluiden osalta ei ole erikseen säädetty erityisiä kielivaatimuksia palvelu ja riskitietojen antamiseen, on toiminnanharjoittaja, joka tarjoaa palveluita muun kuin suomen- tai ruotsinkielisille kuluttajille, varmistauduttava, että vieraskieliset palvelukseen osallistujat ovat ymmärtäneet turvallisuuden kannalta tarpeelliset ohjeet (livari, P. 2012, s. 70).

Verhelä mainitsee kirjassaan ”Turvallisuus ohjelmapalveluyrityksessä” riskitekijöitä, jotka liittyvät välineisiin, varusteisiin sekä asiakkaisiin. Tärkein asiakkaaseen liittyvät riskitekijät ovat ongelmat kommunikoinnissa, turvaton toiminta palvelun suorittamisessa ja asiakkaan henkilökohtaiset ominaisuudet. (Verhelä, 2007, s. 50-51.) Kun asiakkaille annetaan ohjeita ja asiakas ei ymmärrä niitä annettuja ohjeita kielimuurin takia, eikä työntekijä varmista tuliko kaikki ymmärretyksi, riskit väärinymmärryksiin ja onnettomuuksiin kasvavat. Siksi ohjeita on hyvä olla esillä esimerkiksi kirjallisesti tai kuvien avulla.

livari (2012, s. 29) tuo ”Matkailun Turvallisuus” kirjoituksessa esiin Puolalaisen Wolanin ryhmän tekemä tutkimus, jossa tutkittiin kriisitilanteessa tapahtuvaa joukkojenhallinnan viestintää. Kyseisessä tutkimuksessa, eri kansallisuuden henkilöillä, on todettu, että suullisten käskyjen lisäksi tulee käyttää mahdollisuuksien mukaan myös kehon kieltä, kuten kädellä viittomista. Sitä pitäisi tehdä niin, että ne ymmärretään samalla tavalla kulttuuritaustasta riippumatta. Monikulttuurisessa yhteydessä käskyjä tulisi täydentää eleillä niin, että kaikki ymmärtävät annettuja ohjeita ja niiden tarkoituksen.

### 3.2 Club Nord – kokenut ohjelmapalvelutarjoaja

Toimeksiantajani Club Nord on ohjelmapalvelutarjoaja, joka tarjoaa kaikenlaisia aktiviteettejä lumikenkäilystä moottorikelkkasafareihin. Club Nordin toimisto sijaitsee Hotelli Ivalon aulassa. Club Nord perustettiin noin 20 vuotta sitten ja he ovat osa Hotellin Ivalon toimintaa. Heillä on samat omistajat kuin Hotelli Ivalolla.

Club Nord on toiminnassa talvella, eli noin 5 kuukautta vuodesta, marraskuun puolesta välistä huhtikuun puoleen väliin.

Työntekijöitä heillä on talvisin noin kahdeksan, joista suurin osa ovat oppaita Ranskasta.

Club Nordin konsepti:

- 20 vuotta sitten, ranskalaisten matkajärjestäjien toiveesta, Hotelli Ivalon silloiset omistajat perustivat safaritoimiston. Tämä mahdollisti pakettimatkat, ohjelmapalveluiden myymiseen yhdessä majoituksen kanssa.
- Joka vuosi kehitetään uusia ohjelmia ja aktiviteetteja asiakkaiden tarpeiden ja yhteistyökumppaneiden mahdollisuuksien mukaan.
- Club Nord tekee pääsääntöisesti yhteistyötä TUIn kanssa.
- Ohjelmia ja safareita myydään nykyään myös muille hotelliasiakkaille saatavuuden mukaan.
- Pääasiakasryhmät ovat Ranskasta, Saksasta ja Belgiasta.
- Club Nordin tarjoamat omat aktiviteetit ovat mm. moottorikelkkailu, revontuliretket, ice karting, lumikenkäily, luistelu ja avanto-uinti.

Sen lisäksi Club Nord tarjoaa myös palveluita yhteistyönä ulkopuolisten yritysten kanssa. Siihen kuuluu koiravaljakkoajelu, kuljetukset sekä opastukset esim. Inariin, Nellimiin, SIIDAan tai Purnumukan porofarmille.

Olen toiminut heille yhden viikon keväällä 2022 tulkkina, kun työpaikallani Hotelli Ivalossa, majoittui kuuro pariskunta Ranskasta, joka käytti Club Nordin

ohjelmapalvelutarjontaa. Tämä kokemus vahvisti haluni tehdä opinnäytetyöhöni kuuroihin liittyen. Huomasimme silloin, ettei oppailla ollut käsitystä siitä, miten kuurojen kanssa voisi sujuvasti kommunikoida ja mitä kaikkea olisi voinut jo tehdä ennen asiakkaan tuloa kohteeseen, että informaatiot olisi kulkenut paremmin ja että kommunikointi olisi sujunut paremmin molemmin puoliin.



## 4 TILANNESELVITYS KYSELYN AVULLA

Lukiessani erilaisia tutkimuksia liittyen siihen, mitä kuurot tarvitsevat tai haluaisivat että yritykset huomioisivat, huomasin että osa heistä ei uskalla osallistua erilaisiin palveluihin, koska heistä tuntuu, että yritykset näkevät heidät vaivana (NZTRI, 2011). Tietämättömyys kuuroudesta on yksi syy, miksi monille on vaikea suhtautua kuuroihin oikealla tavalla. Päädyin tekemään kyselyn safari-yrityksille heidän apu-välineiden tarjonnasta, siltä varalta, että kommunikointi ongelmia esiintyisivät ja halusin kartoittaa miten hyvin safariyritykset Pohjois-Lapissa ovat valmistautuneet kuuroihin ja kuulovammaisiin asiakkaisiin. Ovatko he ylipäättänsä tervetulleita vai tuntuuko yrityksistä, että heistä on liikaa vaivaa.

### 4.1 Menetelmän valinta ja toteutus

Syy miksi päädyin tehdä internet-kysely on, että tällä tavalla tavoitan isomman joukon yrityksiä, kuin jos olisin tehnyt haastattelut. Myös anonyymisyys on plus-saa. Silloin vastaajat vastaavat todennäköisesti rehellisemmin, kuin jos heidän yrityksensä nimi olisi julkisesti näkyvillä. Kyselylomakkeen tyypillinen riski, jonka myös Hanna Vilkkä mainitsee kirjassaan, on että vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi ja vastauslomakkeen palautuksessa voi esiintyä viiveitä (2021, s. 94). Tämä yritän välttää ilmoittamalla tarkkaan vastausajan ja lähettämällä muistutusviestin pari päivää ennen kyselyn päättymistä. Tärkeä on myös huomioida kyselyn ulkoasu ja toimivuus. Kun en tiedä, millä laitteella he tulevat avaamaan kyselyn, kannattaa huolehtia siitä, että kysely on hyvin luettava ja kyselyyn on helppo vastata sekä selaimella, että kännykällä.

Keskityin kyselyn rajaamisessa husky- ja/tai moottorikelkkasafari tarjoaville yrityksiin, sillä luulen siellä olevan isoin turvallisuusriski tiedonsaamisen puutteesta. Lumikenkäily tai rekiajelu eivät aiheuta niin merkittävää tapaturmavaaraa, jos ohjeet eivät menneet hyvin perille.

Laadin kyselyyn yhdeksän kysymystä sekä suomeksi (Liite 2) että englanniksi (Liite 3).

Kyselyn lähetin saatekirjeen kanssa 31 yrityksille ympäri Pohjois-Lappia (Liite 1).

Vastauksia tuli 12, joka on ihan hyvä tulos ottaen huomioon, että heillä on nyt sesongin valmistellut käynnissä ja aikaa vastaamiseen ei ollut kuin yksi viikko.

Olisin voinut tehdä myös haastatteluja, mutta se olisi vienyt liika aikaa, sillä haluan saada mahdollisimman paljon vastauksia, niin että kyselyn tulokset ovat kattavia ja uskottavia.

Vertasin kyselyn vastauksia tutkimuksiin, joissa oli haastateltu kuuroja, kuten kuten Restatprojectin "Receiving tourists with hearing impairment" ja New Zealand Toursit Research Institutun "The tourism needs of people with hearing loss", sekä Suvi Talvitien opinnäytetyön "Kuunnellaan kuuroja". Eli mitä kuurot toivovat matkailuyrityksiltä, verrattuna siihen, miten safariyritykset suhtautuvat kuuroihin asiakkaisiin.

Tuloksien perusteella kehitän pienen oppaan yrityksille, joka on tarkoitus helpottaa kohtaamisia kuurojen asiakkaiden kanssa.

Opinnäytetyöni tarkoitus on sekä selventää tämänhetkinen tilanne, että tuottaa teos, jota jokainen yritys voisi käyttää helpottamaan kommunikointia kuurojen asiakkaidensa kanssa.

#### 4.2 Kyselyn tulokset ja analysointi

Laatimani kyselyyn on tullut 12 vastausta, joka ei ole mahdollisimman paljon. Kuitenkin vähän yli kolmasosa yrityksistä vastasi siihen, sillä lähetin kyselyn 31 pohjoislappilaiselle yritykselle. Yksi yritys lähetti sähköpostiviestin, ettei heillä ole mitään kokemusta kuurojen kanssa, siksi he eivät vastaa siihen, mikä harmittaa. Olisi heidänkin vastauksensa ollut tärkeä.

Viisi vastausta tuli suomenkieliselle kyselylle ja seitsemän englanninkieliselle. Suomenkieliseen kyselyyn vastasi pelkästään yrityksiä Rovaniemen ja Utsjoen alueelta. Kun taas englanninkieliselle vastanneista osa on ollut Inarin kunnasta. Loput olivat Rovaniemeltä.

Yksi kysymyksistä liittyi yrityksen paikkakuntaan. Halusin selvittää pari asiaa. Ensiksi sen, miten eri alueiden yritykset ovat halukkaita osallistua sellaiseen kyselyyn, joka liittyy esteettömyyteen ja yhdenvertaisuuteen. Toinen asiaa mitä

halusin selvittää, mikä alueen yritykset ovat ehkä jo kehittänyt toimintatapoja, jotka ottavat huomioon kuurojen tarpeita. Ja mitkä ovat halukkaita kehittää toimintaansa ja mitkä ei ole niin innostuneita.

Se lisäksi asun itse Inarin kunnassa ja täällä puhutaan paljon inklusiosta ja säävutettavuudesta. Inari-Saariselkä alue on ”Sustainable Travel Finland” merkin hakuprosessissa, johon kuuluu mm matkailijaturvallisuuden takaaminen. Näin ollen Inari-Saariselän alueen, sekä sieltä osallistuvia yrityksiä pitäisi kiinnittää huomiota erityisesti turvallisuusohjeistuksien jakamiseen sekä selkeään merkintään reitille, reitin käyttötarkoituksen mukaan (Lapland North, n.d.).

Kysymys yrityksen toimiajasta oli sen takia minulle tärkeä, että halusin nähdä missä nähdään enemmän vaivaa yhdenvertaisuuden edistämiseen. Yrityksellä, joka on ollut pitkään toiminnassa, vai yrityksessä, joka on vasta aloittanut. Sillä ei kuitenkaan ollut selvää vaikutusta siihen, miten yritykset ovat varautunut kuuroihin asiakkaisiin. Yksi 1-3 vuotta toiminnassa ollut yritys vastasi että he haluavat kehittää opastusvideon tekstityksellä tämän kyselyn perusteella, sillä he eivät ajatelleet asia aikaisemmin sen kummemmin.

Kuurouden ja heidän tarpeidensa huomaaminen ja käsitteleminen, oli yksi kyselyn lähtökohta ja on kiva kuulla, että sain ainakin yhden, jos ei jopa enemmän yrityksiä ajattelemaan asiaa.

Uskon kyselyn vastaukset olevan uskottavia, sillä vastaukset eivät eroa toisistaan paljoakaan. Kyselyn vastaukset vahvistivat omien ja perheeni kokemuksia.

Kyselyn tärkein tarkoitus oli selvittää, onko ohjelmapalveluyrityksillä jo nyt käytävissä kommunikaatiomenetelmiä, jotka helpottavat heidän ja kuurojen välistä kommunikaatiota. Käyttämieni tutkimusten mukaan kuurojen suurin huolenaihe on, että he eivät saa riittävästi tietoa (NZTRI 2011, Adronis 2020, Talvitie 2021).

Kyselyn tuloksena selvisi, että vain viideltä kahdestatoista yrityksestä löytyy kommunikaation apuvälineitä. Kolmella on eri kielillä kansio, jota kuurot asiakkaat voisivat lukea rauhassa. Yhdeltä yritykseltä löytyy sekä kansio että opastusvideo ja kuvalliset ohjeet. Heillä on sen lisäksi myös viittomakieltä puhuva henkilö. Yhdeltä yritykseltä löytyy sekä kuvallisia ohjeita, että kansio, joka on luettavissa. Tämä on ollut positiivinen yllätys, sillä en ole itse vielä törmännyt kun yhteen

yrietykseen, jolla oli kuvallisia ohjeita, vaikka olen käynyt elämäni aikana monessa safariyrietyksissä, joka asiakkaana, oppaana tai apurina.

Yksi vastaajista vastasi kysymykseen ”Voivatko kuurot tai kuulovammaiset henkilöt osallistua husky- tai moottorikelkkasafareihin?” kielteisesti. Perusteluna nimenoamaan kommunikaatio-ongelmien esiintyminen. Heidän mielestään kuurojen asiakkaiden pitää ymmärtää kaikki ohjeistukset. Tämä vastaus vielä vahvisti oma näkemystäni siitä, että yrietyksille pitää saada tietoa kuuroista ja kommunikaatio-apuvälineistä. Ongelma tässä tapauksessa eivät ole kuurot asiakkaat, vaan puutuva tieto ja puutuvat ratkaisut.

Kahdeksalla yrietyksellä on ollut kuuroja asiakkaita. Heistä osalla on ollut oma tulkki mukanaan, osa osaisi, vastauksien mukaan, lukea huulilta. Jotkut käyttivät kirjoitusvälineitä apuna ja yksi sanoi käyttävänsä ”body language”, eli kehonkieltä.

Kysymys, joka on tärkeä asiakkaan näkökulmasta, saavatko he osallistua safareihin, ja jos saavat, millä edellytyksillä.

Yksi kysymys oli ”Mitä kuuroilla asiakkailla pitäisi olla jotta he voisivat osallistua husky- tai moottorikelkkasafareihin?”. Kyseinen kysymys oli tärkeä, sillä halusin tutkia, näkevätkö yrietykset vaivaa asiakaskokemuksen ja tyytyväisyyden, sekä turvallisuuden ylläpitämiseen, vai joutuuko asiakas itse näkemään vaivaa saadakseen osallistua safareihin.

Ohjelmapalvelun tarjonnan vastuu turvallisuudesta on kuluttajaturvallisuuslain säädännön mukaan toiminnanharjoittajalla eli tuotteen valmistajalla, maahan-tuojalla ja jakelijalla tai palveluntarjoajalla. Palvelut eivät saa vaarantaa kenenkään terveyttä tai omaisuutta. (Työ- ja elinkeinoministeriö.) Yksi turvallisuuden riski on tiedonpuute. Palvelun tarjoajan tehtävä on varmistaa, että kaikki saavat samaa ja täydellistä tietoa.

Vastaukset olivat aika selkeät. Melkein kaikki vastasivat, että asiakkaan pitää osata suomea tai englantia, tai heillä pitää olla oma tulkki mukanaan saadakseen osallistua. Silloin herää kysymys miten ulkomaalainen matkailija, jolla ei ole tulkkia, eikä osaa suomea tai englantia, saa silti osallistua?

Osa myös vastasi, että kuurojen pitäisi osata lukea huulilta, mutta kuten aikaisemmin selvitin, tämä on, varsinkin vieraalla kielellä, aika mahdotonta. Jopa omalla kielellä saa vain noin 30% puhutusta selvää, loput on arvattava.

Lopullinen kysymys käsitteli kiinnostusta oppaaseen, joka antaisi vähän tietoa kuuroudesta ja ideoita miten palveluja voisi kehittää. Yhtä yritystä lukuun ottamatta kaikki vastasivat myönteisesti.

## 5 OPAS INKLUSIIVISEMPAAN MATKAILUUN

Tekemäni opas (Liite 4) perustuu kyselyn tuloksiin ja omiin sekä kuurojen kokemuksiin, joista kerroin jo aiemmassa luvussa.

Tietämättömyys kuuroudesta ja kuuroista on suuri, siksi kehitin opinnäytetyötä varten oppaan toimeksiantajalleni, Club Nordille, sekä muille ohjelmapalvelu tarjoaville yrityksille.

Päätin kirjoittaa oppaan englanniksi, sillä toimeksiantajan, Club Nordin, oppaat ovat kaikki ranskankielisiä, jotka osaavat puhua myös hyvin englantia. Suomenkielinen oppaan voisin tehdä joskus myöhemmin, mutta tällä hetkellä näen englanninkielisestä oppaasta eniten hyötyä. Muutenkin, ainakin tällä Lapissa, suurin osa oppaista ei puhuu suomea olleenaan, mutta puhuu ja ymmärtää sujuvasti englantia.

### 5.1 Oppaan kehittäminen

Ennen kun aloitin oppaan kirjoittamisen, otin muistinpanoja erilaisista tutkimuksista, joissa kuuroilta on kysytty mielipidettä siitä, miten he toivoisivat palveluita kehittyvän niin, että heidänkin tarpeensa otetaan huomioon.

Sen lisäksi analysoin tekemäni kyselyn ja vertailin, miten kuurojen toiveet kohtaavat yrityksen tarjontaan ja pyrkimyksiin ottaa kaikkia asiakasryhmät huomioon. Seuraavaksi tein miellekartan, jossa näkyy kuurojen tarpeet, yrityksen tarjonta ja mitä voisi parantaa ja kehittää.

Isoin väli oli kommunikaatioon liittyvissä asioissa. Kuurot toivoisivat yritysten käyttävän visuaalisuutta ja parhaassa tilanteessa viittomakieltä, yritykset taas odottavat kuuroilta omaa tulkkia mukaan tai huultenlukutaitoja.

Haluan yritysten ymmärtävän, ettei ole kallista tai vaivalloista saada palveluja räätälöityä myös kuuroille sopivaksi. Siitä eivät hyödy pelkästään kuurot, vaan myös muut asiakkaat, jotka eivät puhu kuin omaa kieltään.

Varsinkin nykyään, kun puhutaan paljon esteettömyydestä sekä saavutettavuudesta.

Haluan kannustaa yrityksiä kehittämään ”tourism for all” ajattelumallia, jossa kaikki ovat tervetulleet. The Ability Advisor sivusto (n.d.) listaa kolme tärkeää asiaa, jolla voi toteuttaa ”design for all” konseptin:

1. suunnittelemalla tuotteita, palveluita ja applikaatioita, jotka ovat valmiina käytettävissä kaikille potentiaalisille asiakkaille ilman muokkautarvetta.
2. suunnittelemalla tuotteita, jotka ovat helposti mukautuvia erilaisille käyttäjille
3. standardisoimalla tuotteiden liitännät niin, että erilaisia laitteita ja apuvälineitä, joita esimerkiksi vammaiset käyttävät, ovat helposti liitettävissä siihen.

Esimerkiksi opasvideo tekstityksellä, jossa tekstityksen voisi vaihtaa sen mukaan, mitä kieltä asiakas puhuu, olisi loistava palvelu kuuroille asiakkaille.

Sain ideoita, mitä kaikkea oppaaseen voisi sisältyä, viittomakielenkirjasto.fi (Kuurorjen Liitto, n.d.) sivustolta, jossa on 14 jaksoa. Jokainen jakso vastaa yhteen yleisimpään kuuroudesta esitettyyn kysymykseen. Yksi kysymys oli ”Miten kuurorjen kanssa kommunikoidaan?”. Yhdessä jaksossa he käsittelevät kommunikointitapoja kuurorjen kanssa. He vinkkaavat, jos viittomakieltä ei osata, kynä ja paperi ovat helppo keino saada tietoa eteenpäin. Videossa myös muistutetaan, ettei huulten lukeminen ole yleistä osaamista kuurorjen keskuudessa.

## 5.2 Asiakaskokemuksen parantaminen

Ensiaskel saada asiakkaalle hyvä asiakaskokemus on lupauksien pitäminen. Jos yritys esimerkiksi lupaa että ”Kaikki ovat tervetulleita”, niin kaikkien asiakkaiden pitäisi olla tervetulleita ilman suurempia rajoituksia. On yrityksen tehtävä varmistaa, että lupaus pidetään (Löytjä, Korkiakoski. 2014. a) s. 37).

Asiakaskokemukseen kuuluu monta eri vaihetta ja kaikki vaiheet voivat olla puutteellisia kuuroille.

Business Finlandin käsikirja digitaalisesta asiakaskokemuksesta (2020) kuvaa hyvin, mistä kolmesta olennaisista tekijöistä asiakaskokemus syntyy (Kuvio 2):

- Asiakaskohtaamisista, joka tapahtuvat monessa eri kohteessa. Digitaalisesti, kuten nettisivulla, varausjärjestelmässä tai somessa ja fyysisesti, matkailukohteessa, safaritoimistossa tai itse safarilla.
- Asiakkaan mielikuvista, joka luovat asiakkaalle tietyn kuvan yrityksestä

- Asiakkaan tunteista, joka syntyvät esimerkiksi, kun asiakas kohtaa asiakaspalvelijan paikan päällä



Kuvio 2 Asiakaskokemus (Business Finlandin käsikirja mukaan)

Kun kuuro asiakas unelmoi Lapin lomasta ja haluaa varata Husky- tai mottori-kelkkasafarin ja nettisivun mainos- tai opastusvideosta puuttuu tekstitys tai varauksia pystyy tekemään pelkästään soittamalla, hänelle tulee samaan tien olo, ettei kuuroja haluta kyseisen yrityksen asiakkaaksi. Hän tulee melko varmasti ko-keilemaan muita yrityksiä.

Jos yritys haluaa olla saavutettavissa, varausvaihtoehtoja kannattaa olla monta. Joko suora varaus esimerkiksi Fareharbor:n kautta, sähköpostilla tai chatilla.

Jokaisen yrityksen sivuilla pitäisi olla selkeästi ohjeet, miten varataan, mitä tietoja siihen tarvitaan, ohjelman aikatauluista ja tietenkin selkeä kuvaus siitä, mitä safarilla tulee tapahtumaan.

Myös some on nykyään tärkeä työkalu päätöksentekoon. Somevideoiden tekstitys on yhtä tärkeä, ehkä jopa tärkeämpi, kuin nettisivun videoiden tekstitys. Somekanavat ja siellä esitetyt videot ja kuvat ovat helposti saatavilla ja vaikuttavat ostospäätöksiin, myös matkailussa.

Some sekä nettisivu herättävät asiakkaalle mielikuvan yrityksestä. Millainen yritys on, sekä mitä yritys tarjoaa. Monet yritykset mainostavat olevansa avoimia ja inklusiivisia kaikille. Kuuroille herää sitten mielikuva yrityksestä, joka tulee tarjoamaan myös heille mukavan kokemuksen. Jos sitten paikan päällä kukaan ei osaa



kommunikoida heidän kanssaan tai heitä jätetään ulkopuolelle, syntyy huono asiakaskokemus. Toisaalta jos siellä osataankin pari sanaa viittomakieltä, kaikki on tekstitetty ja heitä otetaan mukaan ja huomioidaan tarpeet, syntyy positiivinen tunne.

Löytänä ja Korhonen ja Korhonen lainaavat kirjassaan ”Asiakkaan aikakausi” (114) American Express Global Customer Service Barometer:n tutkimustuloksen:

*Sosiaalisessa mediassa oleva asiakas kertoo hyvästä asiakaskokemuksesta suoraan keskimäärin 42 ihmiselle ja huonosta 53 ihmiselle.*

Kuurojen yhteisö on pieni verrattuna kuulevan yhteisöön, joten sana siitä, oliko asiakas kokenut hyvän vai huonon kokemuksen, leviää todennäköisesti hyvin nopeasti.

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyön aihepiiri, eli kuurous, oli nopeasti valittu. Omat sekä perheeni ja tuttujen kokemukset osoittivat, että monissa paikoissa suhtautuminen kuuroihin on vielä epävarmaa.

Koska sen lisäksi että opiskelen matkailua, olen myös matkailu-alalla töissä, oli selvää, että opinnäytetyön aihe liittyisi matkailuun. Alussa kohteen piti olla lentokenttä, mutta kun näin omiin silmiin, miten ongelmallista on saada husky- tai moottorikelkka-safareita varattua kuuroille, vaihdoin aiheeni siihen.

Tiesin heti alussa, että haluan tehdä oppaan ohjelmapalvelu yrityksille. Siihen piti kuitenkin ensin tutkia, ovatko omat kokemukseni asiasta totuudenmukaisia myös muilla firmoilla ja törmäävätkö kuurot tähän samaan ongelman usein.

Päätin tehdä laadullisen tutkimuksen, eli kyselyn safariyrityksille. Laadullisen tutkimusmenetelmän lähtökohta on saada ymmärrystä millaiset uskomukset, halut, ihanteet ja käsitykset ihmisten toiminnan taustalla vaikuttavat (Vilkkä, Airaksinen, 2003). Oman kyselyni avulla halusin ymmärtää yritysten valmiuden ottaa kuuroja vastaan. Sen lisäksi halusin nähdä heidän tietoisuutensa kuuroista sekä heidän näkökulmansa kokemuksista kuurojen kanssa.

Kyselyn tekeminen kävi helposti, sillä niitä tuli tehtyä monta jo opiskelu-aikanani. Kyselyn analysoinnin jälkeen, aloin tekemään oppaan.

Kuuroista matkailussa on tehty varsin vähän tutkimuksia, verrattuna esimerkiksi liikuntarajoitettujen tai sokeiden ihmisten kokemuksista ja tarpeista matkailuun liittyen.

Löysin tutkimuksia ulkomailta, pari kirjaa sekä muita opinnäytetöitä, joita käytin apuna.

Kerättyäni ja lueteltuani lähdemateriaalia, totesin, että melkein kaikissa on huomautettu samoista ongelmista ja kerrottu samantyyllisiä kokemuksia, jotka vahvistivat omia kokemuksiani sekä halua lisätä tietoisuutta kuuroudesta.

Kuten Uudessa Seelannissa tehdyssä tutkimuksessa todettiin, työntekijöiden asenne ja käyttäytyminen kuuroja kohtaan oli arvioitu kyselyyn vastanneilta tärkeimmäksi vaikuttavaksi tekijäksi matkailun nautintoon. Sen lisäksi yritykset, joka

pystyivät välittämään tietoja myös visuaalisesti, eikä vain audiolla, olivat korkeassa suosiossa (NZTRI, 2011. s. 102)

Jos samanlainen kysely tehtäisiin joskus viiden tai kymmenen vuoden päästä, olisi edistystä inklusiivisempaan matkailuun tapahtunut, mikäli kaikki yritykset vastaisivat kysymykseen ”Mitä kuuroilla asiakkailla pitäisi olla, jotta he voisivat osallistua husky- tai moottorikelkkasafareihin” ”Ei mitään”. Se tarkoittaisi, että jokainen saa tulla sellaisena kuin on ja yritykset olisivat itse pitäneet huolta siitä, että kaikki heille tulevat asiakkaat ymmärtävät ohjeet ja tarinat visuaalisilla tai kirjoitetuilla keinoilla.

Toisin kun oppaan kirjoittaminen, jonka koin varsin helpoksi, raportin kirjoittaminen tuotti paljon päävaivaa ja ongelmia.

Olen aina ollut huono kirjoittamaan ja hyvä toteuttamaan asioita. Olen käytännön, enkä teorian ihminen.

Haluan antaa asiakkaille aina mahdollisimman hyvän kokemuksen ja yritän opetella eri maiden ja kulttuurien tarpeita, tottumuksia ja eroja.

Toivon myös muiden tekevän niin.

## LÄHTEET

Adronis, C. 2020. Receiving tourists with hearing impairment. European Center in Training for employment- ECTE. Viitattu 29.9.2023  
<https://restatproject.eu/wp-content/uploads/2021/04/M1-Receiving-tourists-with-hearing-impairment-1.pdf>.

British Academy of Audiology. n.d. Hearing loss and deafness. Viitattu 21.9.2023  
<https://www.baaudiology.org/about/media-centre/facts-about-hearing-loss-and-deafness/>.

Business Finland. Visit Finland. Digitaalisen asiakaskokemuksen käsikirja. 2020. Viitattu 3.11.2023.  
[https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/digitaalisen\\_asiakaskokemuksen\\_kasikirja\\_destinaatioille\\_2020.pdf](https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/digitaalisen_asiakaskokemuksen_kasikirja_destinaatioille_2020.pdf).

Connecthear. Top 10 misconceptions about Deaf people you need to know. 16.07.2020. Viitattu 17.11.2023.  
<https://www.connecthear.org/post/top-10-misconceptions-about-deaf-people-you-need-to-know>.

Deafwebsites. Lipreading. n.d. Viitattu 21.9.2023  
<https://www.deafwebsites.com/education/lipreading.html>.

Deutscher Gehörlosen-Bund e.V. Gehörlosigkeit. Viitattu 5.9.2023  
<https://www.gehoerlosen-bund.de/faq/gehoerlosigkeit>.

Hearingdogs. How does a deaf person communicate? n.d. Viitattu 21.9.2023  
<https://www.hearingdogs.org.uk/deafness-and-hearing-loss/how-deaf-people-communicate/>.

Hearing Link 2021. Facts about deafness and hearing loss. Viitattu 5.9.2023  
<https://www.hearinglink.org/your-hearing/about-hearing/facts-about-deafness-hearing-loss/>

Ihmisoikeusliitto 2020. Millaista on olla viittomakielinen nuori suomessa? 11.2.2020. Viitattu 8.9.2023  
<https://ihmisoikeusliitto.fi/viittomakieliset-nuoret/>.

Iivari, Pekka. 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Jutila, S. & Ilola, H. 2013. Matkailua kaikille? Näkökulmia matkailun ennakkointiin, osa II. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.

Kulttuuria kaikille 2021a. Sosiaalinen saavutettavuus. Viitattu 3.9.2023  
[http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus\\_sosiaalinen\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_sosiaalinen_saavutettavuus).

Kulttuuria kaikille 2021b. Viittomakieli ja viittomakieliset. Viitattu 4.9.2023

[http://www.kulttuuriakaikille.fi/viittomakielella\\_viittomakieli\\_ja\\_viittomakieliset](http://www.kulttuuriakaikille.fi/viittomakielella_viittomakieli_ja_viittomakieliset)

Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011, 2 luku 5§. Viitattu 25.10.2023  
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110920>.

Kuurojen Liitto ry 2020. Kuuro potilas – Apua! Viitattu 29.8.2023  
[https://kuurojenliitto.fi/wp-content/uploads/2020/02/kuuro\\_potilas\\_apua.pdf](https://kuurojenliitto.fi/wp-content/uploads/2020/02/kuuro_potilas_apua.pdf).

Kuurojen Liitto ry 2020. FAQ Kuurojen Liitto. Viitattu 29.8.2023  
[https://kuurojenliitto.fi/wp-content/uploads/2020/02/kuurojen\\_liitto\\_julkaisu\\_150x150mm\\_web.pdf](https://kuurojenliitto.fi/wp-content/uploads/2020/02/kuurojen_liitto_julkaisu_150x150mm_web.pdf).

Kuurojen Liitto ry. Viittomakieliset. Viitattu 30.8.2023  
<https://kuurojenliitto.fi/viittomakieliset/>.

Kuurojen Liitto. Viittomakielen kirjasto. n.d. Viitattu 15.10.2023.  
<https://viittomakielinenkirjasto.fi/video/kysymyksiä-kuuroudesta-7-kuinka-kommunikoida-kuuron-kanssa/>.

Lapland North. Vastuullisuus. Viitattu 4.11.2023  
<https://laplandnorth.fi/fi/vastuullisuus/>.

Löytänä, J., Korkiakoski, K. a) 2014. Asiakkaan aikakausi. Rohkeus + Rakkaus = Raha. Helsinki: AlmaTalent.

Löytänä, J., Korkiakoski, K. b) 2014. Asiakkaan aikakausi. Rohkeus + Rakkaus = Raha. Print Best, Viro.

Malm, Anja. 2000. Viittomakieliset Suomessa. Pieksämäki: RT-Print Oy.

New Zealand Tourism Research Institute. a) 10/2011. The tourism needs of people with hearing loss. Viitattu 29.9.2023  
[file:///C:/Users/L%C3%BChderin%20perhe/Downloads/Final\\_report\\_NFD\\_040CT11\\_1-1.pdf](file:///C:/Users/L%C3%BChderin%20perhe/Downloads/Final_report_NFD_040CT11_1-1.pdf).

New Zealand Tourism Research Institute. b) 10/2011. The tourism needs of people with hearing loss. Viitattu 29.9.2023  
[file:///C:/Users/L%C3%BChderin%20perhe/Downloads/Final\\_report\\_NFD\\_040CT11\\_1-1.pdf](file:///C:/Users/L%C3%BChderin%20perhe/Downloads/Final_report_NFD_040CT11_1-1.pdf).

Pesonen, J. 2017. Asiakslähtöinen vai tuotelähtöinen matkailuyritys? Järjestelmällisyyttä toimintaan. Matkailualan opetus- ja tutkimuskeskuksen blogi 12.6.2017. Viitattu 2.9.2023  
<http://uefmot.blogspot.com/2017/06/asiakslahtoinen-vai-tuotelahmainen.html>.

Sacks, O. 1989. Käsien kieli. WSOY

Talvitie, Siru. 2021. Kuunellaan kuuroja: Kuurojen asiakkaiden huomioiminen ohjelmapalveluissa. Opinnäytetyö, Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 22.9.2023  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/510941/Talvitie\\_Siru.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/510941/Talvitie_Siru.pdf?sequence=2&isAllowed=y).

The Ability Advisor. The concepts of design for all and universal Design. Viitattu 5.11.2023

<https://learning.abilityadvisor.eu/course/1-introduction-to-accessible-tourism/lesson/7-1-design-for-all/>.

Työ- ja elinkeinoministeriö. n.d. Kuluttajaturvallisuuslaki on kulutustavaroiden- ja palveluiden turvallisuuden yleislaki. Viitattu 1.10.2023

<https://tem.fi/kuluttajaturvallisuuslaki>.

Verhelä, Pauli. 2007. Turvallisuus ohjelmapalveluyrityksessä. Helsinki: Edita.

Verhelä, Pauli. 2016. Matkailun perusteet. SH Traveledu Oy. Kuopion liikekirjapaino oy.

Vilka, Hanna, Airaksinen, Paula. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä 2004.

William Woods University. 20.1.2016. Sign language around the world. Viitattu 22.9.2023

<https://asl-blog.williamwoods.edu/2016/01/sign-language-around-the-world/>.

World Federation of the Deaf. Ensuring Accessibility. Lobby for Accessible Information. Viitattu 8.9.2023

<https://wfdeaf.org/our-work/ensuring-accessibility>.

Yhdenvertaisuuslaki 30.12.2014/1325. Viitattu 8.9.2023

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20141325>.

## LIITTEET

- Liite 1 Kyselytutkimuksen saatekirje
- Liite 2 Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset suomeksi
- Liite 3 Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset englanniksi
- Liite 4 Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

Liite 1 Kyselytutkimuksen saatekirje

### **Saatekirje**

Hei,

opiskelen restonomiksi Lapin AMKissa ja kirjoitan tällä hetkellä opinnäytetyötäni. Aiheenani on KUUROJEN ASIAKKAIDEN OSALLISTUMINEN HUSKY- JA MOTORIKELKKA SAFAREILLE.

Olisin erittäin kiitollinen, jos voisitte vastata kyselyyni aiheesta.

Kysely on täysin anonyymien ja se ei ole pitkä, vaan sen täyttäminen kestää noin 5 minuuttia.

Aika vastata on 25.9.2023 saakka.

Kiitoksena ajastanne voin halutessanne lähettää teille opinnäytetyöni tuotoksen, joka tulee olemaan safaripalveluille tarkoitettu opas kuurojen ja kuulovammaisten kohtaamiseen. Oppaan avulla voisitte kehittää palveluidenne esteettömyyttä.

Jos teitä sellainen opas kiinnostaa, voitte olla yhteydessä minuun sähköpostilla [hot-as-ice86\(at\)hotmail.com](mailto:hot-as-ice86@hotmail.com).

Ystävällisin terveisin,

Diana Lühder



Liite 2 1(2) Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset suomeksi

## **KYSELY**

Tämä kysely on osa opinnäytetyöstäni. Sen aihe on ”Kuurojen asiakkaiden osallistuminen husky- ja mottorikelkkasafareille”. Tarkoituksena on kartoittaa yritysten kokemuksia ja toimintotapoja liittyen kuuroihin asiakkaisiin. Kysely on täysin anonyymi ja kyselyn täyttäminen kestää noin 5 minuuttia. Kyselyyn voi vastata **25.9. saakka.**

1. Missä yrityksesi sijaitsee? (yksi vastausvaihtoehto)

Inarin kunta

Utsjoen kunta

Sodankylän kunta

Rovaniemen kunta

2. Miten pitkään yritys on ollut toiminnassa? (yksi vastausvaihtoehto)

1-3 vuotta

4-10 vuotta

yli 10 vuotta

3. Voivatko kuurot tai kuulovammaiset osallistua husky- tai mottorikelkkasafareihin? (yksi vastausvaihtoehto)

kyllä

ei

4. Jos vastaisitte ei, haluatteko kertoa, miksi ei? (vapaa vastaus)

5. Mitä kuuroilla asiakkailla pitäisi olla jotta he voisivat osallistua husky- tai mottorikelkkasafareihin? (monivastaus)

oma viittomakielentulkki

osata lukea huulilta

## Liite 2 2(2) Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset suomeksi

Kuulolaite

Suomen – tai englanninkielentaito

ei mitään yllä olevista

6. Onko teillä koskaan osallistunut kuuroja asiakkaita husky- tai mottorikelk-  
kasafareillänne? (yksi vastausvaihtoehto)

- a. kyllä
- b. ei

7. Jos vastasit kyllä, oliko erityisiä haasteita kommunikaatiossa? (vapaa  
vastaus)

8. Miten varmistaisitte, että kuurot asiakkaat ovat ymmärtäneet ohjeistuk-  
set, jotta safari olisi turvallinen heille, muille asiakkaille sekä oppaille?  
(vapaa vastaus)

Meillä on kuvalliset opastuskyltit käytössä

Meiltä löytyy opastusvideo

Meillä on kansio eri kielellä, josta löytyy kaikki tarvittavat tiedot

Meillä on työntekijä, joka osa viittomakieltä

Kysymme opastuksen jälkeen, onko asiakas ymmärtänyt kaiken

9. Onko teillä ollut työntekijöitä, jotka osaavat viittomakieltä?

- a) kyllä
- b) ei

10. Olisitteko kiinnostuneet oppimaan kuuroudesta voidaksenne kehittää pal-  
veluitanne vastaaman paremmin kuurojen tarpeisiin?

- a) kyllä
- b) ei

Kiitos kun osallistuit kyselyyn! Arvostan sitä todella paljon!

Liite 3 1(3) Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset englanniksi

### **Questionnaire**

This questionnaire is a part of my bachelor degree at Lapland university. The purpose of this is to inquire about well companies are prepared to welcome and guide hearing-impaired customers. This will be completely anonymous and it will take you about 5 minutes to answer. Please answer until **25.September**. Thank you!

1. Where is your company located?

Inari municipality

Utsjoki municipality

Sodankylä municipality

Rovaniemi municipality

Another municipality

2. When was your company established?

1-3 year ago

4-10 years ago

more than 10 years ago

3. Are hearing impaired customers allowed to participate in snowmobile- and Husky-safaries?

yes

no

4. If your previous answer was "no", do you want to open up as to why not?  
(free answer)

## Liite 3 2(3) Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset englanniksi

5. The hearing-impaired customers have to...

- have their own sign language interpreter
- be able to read lips
- have a hearing aid
- be fluent in either finnish or english
- None of the above

6. Have you ever had hearing-impaired customers attend a husky- or snowmobile safari?

yes

no

7. If you answered "yes" to the previous question, can you tell us if there were any communication problems? (free answer)

8. Does your company have ways to make sure your hearing impaired customers understand all the instructions, so it is safe for them, your guides and the other guests to go on a safari?

- we have instruction signs with pictures
- we have a videomanual with instructions for them to watch
- we have a written manual in different languages for them to read
- None of the above. But we will ask them if they understood everything before starting the safari

9. Do you have staff that is able to use sign-language?

yes

no

Liite 3 3(3) Kyselytutkimuksen kysymykset ja ohjeistukset englanniksi

10. Would you be interested in a guid on how to better communicate with hearing impaired customers and improve your customer service?

yes

no

Thank you so much for taking the time to answer this questionnaire. I really appreciate it!

Liite 4 1(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

## **A guide on how to communicate with deaf customers and how to integrate them into your safaris**

This guide's purpose is to help you communicate with your customers as well as give you ideas on how you could upgrade your service to be more inclusive and give the customers, as well as your staff, a great experience.

This guide is hopefully also helpful for you and your guides if you don't share a common language with your customers.

1. First step is to be open minded. Your Deaf customers are just regular people who can do anything your hearing customers can do, except hear.
2. Don't start shouting, it does not help. If your customer is deaf, they will not hear anything anyway. If they are hearing impaired, shouting makes it usually even more difficult for them to understand you.
3. A lot of Deaf people only speak their native language, as well as sign language. But this doesn't mean that you should exclude them from your services because of safety issues or because it's "too complicated". How many customers have you had and will have that don't speak anything else than their own language? A lot. They don't get excluded either, so why should Deaf people?
4. Have a pen and paper ready, so you can write messages and have your customer answer, assuming, you have a common language. Or use a tablet/phone to write. Also a translation program downloaded on the tablet/phone is of help if you don't share a common language with your customer. It may seem a bit slow to communicate through writing, but it will help feel the customer included and prevent, or at least minimize, misunderstandings.
5. Visualize your services –
  - a) If you have videos on your website, remember to use subtitles. There are many service providers who will help you get subtitles under your videos. Preferably in different languages.
  - b) Have a lot of pictures on your website, so everyone knows what to expect. Yes, your deaf customers can read, but pictures say more than a thousand words, right?
  - c) If you have a guide who speaks, even a little bit, of sign language, mention it on your website and maybe even use his/her skills in your videos.

#### Liite 4 2(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

- d) Have multiple contact options. Have E-Mail/What´s App/text message correspondence or even a chat available.
  - e) Make sure your customers can book directly through your website and get all the information needed (parking, pick-up, toilet availability, staff skills (languages), so no calls are necessary. Especially when it comes to pick-up service, be clear if it is included or if they have to book it separately and how to do it, as it is not easy for deaf clients to call a taxi.
  - f) Use hand signs to show where the customers have to go and where to find certain places.
  - g) Have some signs here and there. For example, signs on where to find the changing room or the toilets. If you serve beverage and something to eat, have signs so they know what you serve.
  - h) Use color codes if you have bigger groups, that you split up in smaller groups to go to different places, so no one gets lost and ends up in the wrong group.
  - i) If you have a dog safari, have the names of the dogs visible. Customers are usually very interested in the names of the dogs. For example, have a big board with pictures of your sledge dogs with their names. Display either all of your dogs or the ones you are using on this particular trip.
6. Don´t rush and make sure everyone understood what you just told them. If they have to sign some liability papers, make sure they understood what they are signing. Preferably have these available in different languages.
  7. If you are telling stories, before your trip or around a fire while having a break, please try to have these stories ready in writing (preferable in the main languages your customers use), so your deaf customers can read them at the same time and don´t just stare into space and feel excluded...
  8. Don´t expect them to travel with a translator all the time. If your Deaf customers have a hearing person, for example their child, with them, please don´t assume them to be the translator. Make an effort. Communicate with them. Look at them and don´t turn away in the middle of the sentence. Don´t just talk to the hearing person, include the Deaf customers in the conversation, even if they don´t understand everything you say.

#### Liite 4 3(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

9. Don't assume your Deaf customers to be able to read lips. It's a common myth that all Deaf people can read lips. If you try it yourself, you will notice how hard it is and how it's almost impossible, if the person speaking does not speak your native language. A beard, as well as a small mouth, make lip reading almost impossible. They may understand something, but most of it is guessing, which makes room for a lot of errors. If they want to try the lip reading, speak slowly and use your facial expressions.
  
10. Use your hands. There are a lot of words, where it's easy to just make up signs. So even if you don't speak sign language, there are signs that will help with communication. For example "Stop", "good", "up", "Push" are words where it's easy to make up a sign. It's also not hard to learn some signs in sign language. Even though there is a different sign language in every country, even inside of the same country, most of the time Deaf people can understand each other quite well, even if they're from different places of the world.
  
11. If you want to get the attention of deaf customers, then you have a few options. Just please don't shout, that will not help 😊
  - a) Go to them and tap them on the shoulder. Don't be afraid to touch them.
  - b) If you have a light switch next to you and the light is on, turn off the lights and back on, they will look at you right away. Or if you have a flashlight, use that one.
  - c) Stomp on the ground, they will usually feel the vibration.
  - d) Wave your hands. If they are not with their backs to you, they will most likely see the movement and turn to you.
  - e) Throw something at them. No, just kidding! Don't! But, fun fact, deaf people, if they are friends, do throw stuff at each other to get each other's attention
  
12. Maybe try to learn some signs in sign language. Just some basics like "Hello", "Welcome", "Coffee", "Tea" or "How are you" will make your customers feel welcome and you will have exceeded their expectations. They will definitely remember you and your company.



## Liite 4 4(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

### **Ideas on how to have instructions made accessible for everyone**

You don't have to realize all the listed ideas, but if you can realize a few of them, it would be great and a big step to evolve your business to be more accessible, safe and inclusive.

1. Use the dog sled/snowmobile while instructing. It's always easier for customers, especially the ones who have never seen a snowmobile or dog sled, to see what to do and how to do it, than just hearing about it. The best place for your Deaf customers is right next to you or the item you're talking to them about. Show them which button to press in different situations or how to stand on the brake of the dog sled.
2. Use your hands and facial expressions. Be creative with your gestures. If you talk about a bump, show a bump with your hand or if you say "Stop" make a gesture with your hands to implicate the word "stop". Don't just talk and stare in front of you. When talking about the meaning of the different hand signs during the excursion, make sure they understand which sign is for which purpose.  
At the end of this guide there will be some pictures, that will hopefully give you some ideas.
3. As your Deaf customers cannot rely on speech, make sure the space, where you hold the instructions, is well lit. They will need good light to read and/or see the instructions.
4. Have the instructions ready in writing. Preferably in different languages. Depending on your customers, have your top 5 languages ready for the customers to read. Maybe even include pictures.
5. Another option is to have an instruction video, for example on a tablet, with subtitles (again preferable in your customers main languages) ready to show to your deaf customers. They can watch the video while you talk to your other customers. In the video you could go through the different stages of the tour (how long the tour is, when you will have a break), how to dress properly, how to use the equipment or how to harness the dogs (if you have this service). You could also send them the video by phone before the safari, if they inform you beforehand that they are deaf. They could already familiarize themselves with the matter.

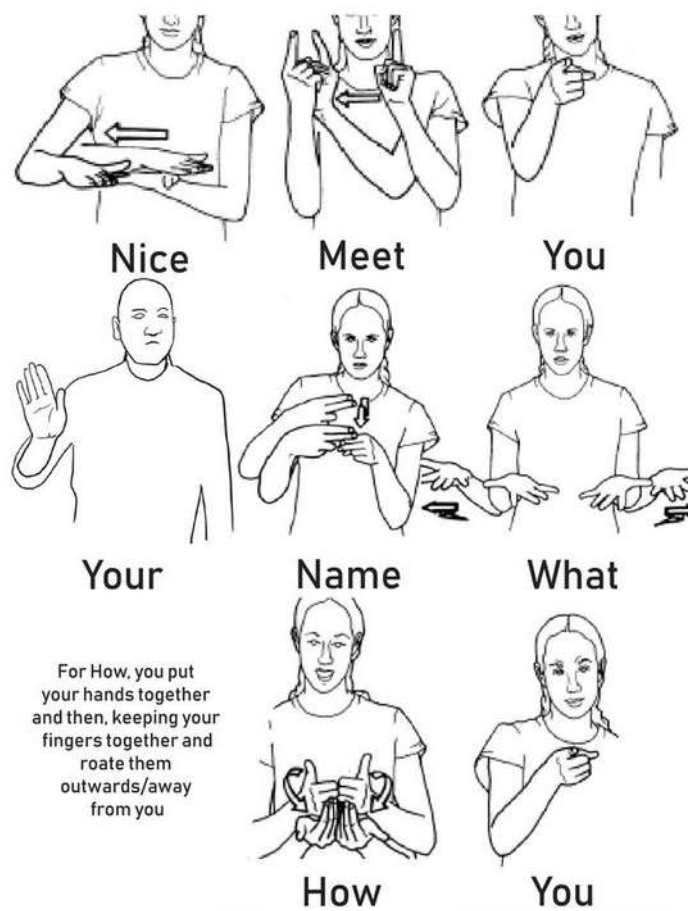
Liite 4 5(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

6. Signs or pictures are an option if you have space to use these. Have big signs/pictures to show to everyone while having the instruction. For example, a picture of how to stand on the dog sled and next to it a picture on how NOT to do it. A picture with the timetable, the route, the dogs and their names, a close up picture of the snowmobile where you can show your customers where the break, start button, heating or the lights are. Just some ideas...
7. Last but not least: Make sure they understood everything and enjoy the excursion.

Liite 4 6(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi  
**Some signs and the finger alphabet to help you get started**



Lähde: startasl.com



Lähde: Pinterest

Liite 4 7(8) Opas safariyrityksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

The signs on this page are from [www.sgb-fss.ch](http://www.sgb-fss.ch). These signs are Swiss, but are also used and understood internationally

Coffee



Tea



Eat



Cold



Milk



Dark



Gloves



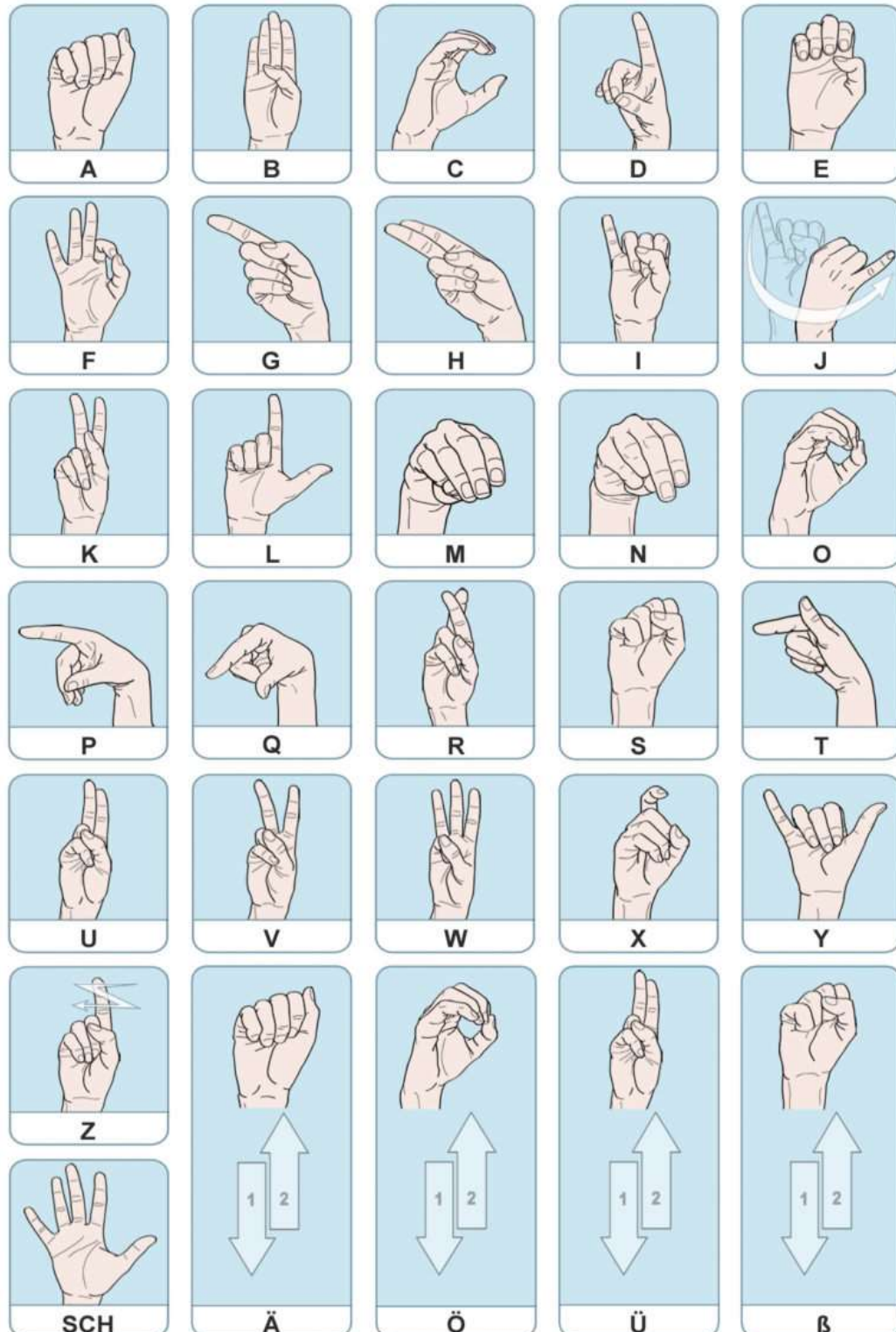
Finland



Liite 4 8(8) Opas safariyriyksille ja heidän työntekijöillensä englanniksi

### The fingeralphabet

usually used to spell names, foreign words or loanwords and if you don't know how to sign a specific word



Lähde: [www.fingeralphabet.org](http://www.fingeralphabet.org)