

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Majoitus- ja ravitsemisala, Imatra  
Matkailun koulutusohjelma

Annukka Pöyhönen

## **Luonnonkatastrofien ja niistä uutisoinnin vaikutukset matkailijoiden lähtöpäätöksiin**

Opinnäytetyö 2011

## **Tiivistelmä**

Annukka Pöyhönen

Luonnonkatastrofien ja niistä uutisoinnin vaikutukset matkailijoiden lähtöpäätöksiin,  
45 sivua

Saimaan ammattikorkeakoulu

Majoitus- ja ravitsemisala Imatra

Matkailun koulutusohjelma

Matkailu

Opinnäytetyö 2011

Ohjaaja: yliopettaja Mika Tonder, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön taustalla oli kirjoittajan mielenkiinnoto luonnonkatastrofien matkailullisia vaikutuksia kohtaan. Vuosien mittaan luonnonkatastrofien määrä on kasvanut ja ihmiskunta kohtaa ne yhä vain voimakkaampina. Ihminen luo ja rakentaa jatkuvasti uutta, mikä saattaa osaltaan vaikuttaa siihen, kuinka paljon tuhoa luonnonkatastrofit aiheuttavat ja kuinka tuhoisina me ne koemme. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä oli kolme. Vaikuttavatko luonnonkatastrofit matkailijoiden lähtöpäätöksiin ja matkailumotivaatioon? Millainen vaikutus medialla on matkailumotivaatioon? Kuinka katastrofien ilmeneminen ja niiden seuraukset vaikuttavat matkailumotivaatioon?

Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää, millainen vaikutus luonnonkatastrofeilla on matkailijoiden lähtöpäätöksiin ja matkailutottumuksiin ja kuinka suurena vaikuttajana media toimii lähtöpäätöksiä tehdessä. Työssä pohdittiin sitä, kuinka riskialttiina matkailijat pitävät katastrofien alle jääneitä matkailumaita ja kuinka valmiita he ovat tulevaisuudessa matkustamaan näille alueille. Työ perustui eri Internet-lähteistä, ammattikirjallisuudesta ja aiheeseen liittyvistä artikkeleista ja keskusteluista saatuun tutkimusmateriaaliin. Työssä käsiteltiin erityyppisiä katastrofeja, matkailuturvallisuutta sekä matkailumotivaatiota ja eri tekijöitä, jotka tähän motivaatioon vaikuttavat, kuten mediaa.

Opinnäytetyön tutkimustulosten mukaan luonnonkatastrofit eivät suuremmin vaikuta suomalaisten matkailutottumuksiin. Osa pitää niitä vaarallisena, muttei uskota niiden osuvan omalle kohdalle. Tutkittavista keskusteluista löytyi kuitenkin myös niitä vastaajia, jotka joko omakohtaisten tai läheisten kokemusten vuoksi pelkäävät luonnonkatastrofin osumista omalle kohdalle ja tästä syystä välttää katastrofialueille matkustamista. Median retoriikasta tehty analyysi taas osoittaa, että mediat käyttävät monia retorisia keinoja vakuuttaakseen lukijat uutisillaan. Kyseiset retoriset keinot vaikuttavat myös matkailijoiden lähtöpäätöksiin. Tutkimuksesta kävi ilmi, että media on matkailijoille tärkeä tiedonlähde matkoja mietittäessä ja tästä syystä media pystyy vaikuttamaan suomalaisten matkailuun.

Asiasanat: matkailu, luonnonkatastrofi, matkailumotivaatio, matkailuturvallisuus, media, retoriikka

## **ABSTRACT**

Annikka Pöyhönen

The Impacts of Natural Disasters and Reportage on Traveling Motivation, 45 pages

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Business and Culture, Tourism and Hospitality Imatra

Degree Programme in Tourism

Bachelor's thesis 2011

Instructor: Mr Mika Tonder, Senior Lecturer

The basis of this thesis was writer's interest towards the impacts that natural disasters have on tourism. Year by year the amount of natural disasters increases. People keep building and creating new infrastructure constantly and the impacts of natural disasters seem to be stronger and stronger. The purpose of this research was to find out what kind of impact natural disasters and media have on travelers' traveling motivation. This research gives answers to three research questions. Do natural disasters have an impact on tourists' traveling decisions and traveling motivation? What kind of impact do media have on traveling motivation? How do disasters and their consequences affect tourists' traveling motivation?

The main goal of this thesis was to clarify what kind of impact natural disasters have on travelers' traveling decisions and traveling routines. In the research was examined how risky travelers consider tourist destinations which have already been exposed to some kind of disaster and are they willing to travel to these areas in the future. The research was based on material collected from different Internet sources, professional literature, discussions and articles dealing with the topic. Different catastrophes, tourism safety and traveling motivation and the factors influencing traveling motivation, like media, were examined in the thesis.

According to research results of the thesis natural disasters do not have any special affects on Finns' traveling customs. They are considered dangerous but people do not believe disaster to strike them. However, in the conversations were also travelers who were frightened of disasters because of subjective, relatives' or friends' experiences of them and for this reason are going to avoid traveling to disaster areas. The analysis concerning the rhetoric of media shows that media use many different rhetorical ways to convince the readers. These rhetorical ways are also affecting travelers' traveling decisions. The research shows that media is an important source of information for travelers and that is why media have an effect on Finns' traveling.

Key Words: Tourism, Natural Disaster, Traveling Motivation, Tourism Safety, Media, Rhetoric

## Sisältö

1 JOHDANTO .....	5
2 TUTKIMUSMENETELMÄT .....	6
3 LUONNONKATASTROFIT .....	7
3.1 Luonnonkatastrofin syntyminen .....	8
3.2 Luonnonkatastrofien vaikutus matkailuun .....	8
4 MATKAILU JA KATASTROFIT .....	10
4.1 Turvallinen matkailu .....	11
4.2 Maantieteellinen ympäristö .....	12
4.3 Kriisien käsittely .....	13
4.4 Kuluttajakäyttäytyminen .....	14
5 MATKAILUMOTIVAATIO .....	15
5.1 Suomalainen matkailijana .....	16
5.2 Työntö- ja vetovoimatekijät .....	19
5.3 Matkailuun motivoiminen .....	20
6 MEDIA JA MATKAILU .....	21
6.1 Media ja katastrofit .....	21
6.2 Median toiminta kriisitilanteessa .....	22
6.3 Median vaikutus matkailijoiden lähtöpäätöksiin .....	22
6.4 Uutisoinnin retoriikka .....	24
6.4.1 YLE .....	25
6.4.2 MTV3 .....	28
6.4.3 Medioiden retoriset eroavaisuudet ja yhtäläisyydet .....	30
7 LUONNONKATASTROFIT KESKUSTELUAIHEENA .....	31
7.1 Keskustelu Napsun verkkosivulla .....	32
7.2 Keskustelu Ilta-Sanomien verkkosivulla .....	33
7.3 Keskustelujen sisällönanalyysi .....	34
8 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	39
9 ARVIOINTI .....	40
TAULUKOT .....	42
KUVIOT .....	42
LÄHTEET .....	43

# 1 Johdanto

Matkailusta on tulossa nopeasti yksi maailman suurimmista teollisuudenaloista, ja se tuo paljon tuloja monille maille. Matkailusta on kehittynyt maapallon dynaamisin ja nopeimmin kasvava ala (World Travel and Tourism Council 2011). Tästä syystä luonnonkatastrofit saattavat olla suurikin uhka maalle matkailullisesti. Luonnonkatastrofeja tapahtuu ympäri maailmaa, ja ne vaikuttavat monien matkailijoiden matkoihin, joskus enemmän, joskus vähemmän. Toiset joutuvat katastrofien uhreiksi, toisiin nämä tapaukset vaikuttavat kauempana. Katastrofit ovat pelottavia tapahtumia, jotka aiheuttavat monille ihmisille traumoja ja joillekin, ulkopuolisillekin, pelkoa tapahtumapaikkoja kohtaan. Luonnonkatastrofit voivat vaikuttaa joidenkin kohteiden vetovoimaan ja sitä kautta alueen matkailutuloon. Joissakin paikoissa matkailijoita taas riittää katastrofeista huolimatta.

Opinnäytetyössäni keskityn siihen, kuinka luonnonkatastrofit ja muut katastrofit vaikuttavat suomalaisten matkailutottumuksiin. Opinnäytetyöni päätavoite on selvittää, onko kyseisillä tapauksilla vaikutusta suomalaisten matkailijoiden lähtöpäätöksiin ja matkasuunnitelmiin, ja kuinka valmiita he ovat tulevaisuudessa matkustamaan alueille, joissa katastrofeja on tapahtunut. Toinen tutkimuskohde on median käyttämä retoriikka ja tyyli, millä eri mediat katastrofeista uutisoivat.

Opinnäytetyöni on tutkimuksellinen ja työn tavoitteesta voidaan muodostaa tutkimusongelmaksi se, millä tavalla katastrofit ja niistä uutisointi vaikuttaa suomalaisten matkailijoiden matkailutottumuksiin ja lähtöpäätöksiin. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä on kolme. Vaikuttavatko luonnonkatastrofit matkailijoiden lähtöpäätöksiin ja matkailumotivaatioon? Millaista retoriikkaa media käyttää uutisoidessaan luonnonkatastrofeista? Vaikuttaako media retoriikallaan matkailijoiden lähtöpäätöksiin? Opinnäytetyössäni tarkastelen matkailijoiden matkailumotivaatiota, katastrofeista uutisointia, uutisoinnissa käytettyjä retorisia keinoja sekä katastrofien ilmenemistä ja vaikutuksia matkailutottumuksiin. Työssäni tutkin YLE:n ja MTV3:n arkistoista löytämiäni

uutisia ja kyseisten medioiden käyttämää retoriikkaa. Analysoin myös aiheeseen liittyvistä keskusteluista poimimiani argumentteja sisällönanalyysin avulla.

## **2 Tutkimusmenetelmät**

Opinnäytetyössäni käytin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimukseni avulla pyrin ymmärtämään matkailijoiden kulutuskäyttäytymistä ja sitä, millä tavoin katastrofit vaikuttavat heidän matkailusuunnitelmiinsa. Opinnäytetyössäni tarkastelin matkailijoiden käyttäytymistä heidän omasta näkökulmastaan ja pyrin ymmärtämään heidän käyttäytymistään. Vaikka laadullinen tutkimus suoritetaan yleensä yksittäisten tai ryhmähaastatteluiden avulla, etsin vastaukset tutkimusongelmiin tutkimalla aihetta käsitteleviä artikkeleita. Laadullisen tutkimuksen avulla pyrin ymmärtämään näiden ajankohtaisten ilmiöiden, niin luonnonkatastrofien kuin ihmistenkin aiheuttamien katastrofien, aiheuttamia muutoksia matkailijoiden matkailutottumuksissa. Pyrin tuomaan esille matkailijoiden ajatuksia sekä tunteita. Laadullisessa tutkimuksessa vastataan kysymyksiin miksi, millainen ja miten ja tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää asioita ihmisten, kuluttajien ja asiakkaiden näkökulmasta. Tästä syystä laadullinen tutkimusmenetelmä sopi työlleni parhaiten. (Taloustutkimus Oy 2007; Helsingin yliopisto 2011.)

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään jotakin ilmiötä, ja ilmiöstä halutaan syvempi käsitys. Laadullisen tutkimuksen avulla saadaan yksittäistapauksilta kattavaa tietoa. Laadullisessa tutkimuksessa tietoa ja aineistoa voidaan kerätä monella eri tavalla, myös valmiita aineistoja. Tänä päivänä sosiaalinen media on yksi käytetyistä aineistonkeruumetodeista, ja sieltä kerättyä aineistoa ja tietoa voidaan analysoida samalla tavalla kuin muutakin laadullista aineistoa. (Inspirans Oy 2009.) Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa taas käytetään tilastollisia menetelmiä ja pyritään keräämään kokemusperäistä havainnointiaineistoa. Tutkimuksen kohdetta kuvataan ja tulkitaan tilastojen ja numeroiden avulla. Määrällistä tutkimusta käytetään laadullisen tutkimuksen tukena, ja parhaimmillaan nämä kaksi

tutkimusmenetelmää täydentävät toisiaan. Laadullinen tutkimus on pieni pala kokemusperäisestä maailmasta, kun taas määrällisessä tutkimuksessa pyritään ottamaan mahdollisimman kattava otanta. (Taloustutkimus Oy 2007; Inspirans Oy 2009.)

Työssäni analysoin YLEn ja MTV3:n uutisoimia luonnonkatastrofeja ja sitä, millä tavalla mainitut mediat katastrofeista uutisoivat. Käytin työssäni valittuja medioita niiden valtakunnallisuuden vuoksi. Televisiouutisoinnin lisäksi tutkitut mediat uutisoivat katastrofeista myös Internetin välityksellä. Tutkin, millaisia retorisia keinoja mediat käyttävät ja millä tavoin mediat pyrkivät retoriikallaan vaikuttamaan lukijoiden mielipiteisiin ja näkökulmiin. YLEn ja MTV3:n arkistoista löytyy monia uutisia, jotka käsittelevät katastrofeja tavalla tai toisella. Analysoin muun muassa mainittujen medioiden sanavalintoja ja sitä, kuinka ne pyrkivät vakuuttamaan lukijaan uutisillaan. Tutustuin yleisesti retorisiin keinoihin ja etsin retoriikalle tunnusomaisia piirteitä medioiden kirjoittamista uutisista. Medioiden retoriikan vaikutuksen lisäksi käytin sisällönanalyysia erittelin aiheeseen liittyvien keskustelujen argumentteja, kirjoitettua kommunikaatiota. Keskusteluista kerätyllä aineistolla pystyin tarkastelemaan, millaisia vaikutuksia luonnonkatastrofeilla on suomalaisten matkailutottumuksiin.

### **3 Luonnonkatastrofit**

Katastrofit ovat yhtäkkiä ja tuhoisia tapahtumia, joita yleensä seuraa jonkinasteinen tuho, oli kyse luonnonkatastrofeista, ihmisen aiheuttamista tai teknologisista katastrofeista. Katastrofit aiheuttavat yleensä ihmishenkien ja omaisuuden menetystä, taloudellisia ja sosiaalisia häiriöitä.

Katastrofit luokitellaan kolmeen luokkaan. Endogeenisiin katastrofeihin kuuluu muun muassa vulkanismi ja maanjäristykset, eksogeenisiin katastrofeihin esimerkiksi tulvat, kuivuus, myrskyt, maanvyöryt ja lumivyöryt, ja ihmisen aiheuttamiin katastrofeihin luetaan muun muassa rakennusten romahtamiset, aavikoitumiset ja metsäpalot. (AthenaGlobal 2004.)

### 3.1 Luonnonkatastrofin syntyminen

Luonnonkatastrofi on luonnonvoimien aiheuttama ilmiö, joka useimmiten vaikuttaa jollakin tavalla ihmispopulaatioon (Conan-Davies; 2003). Luonnonkatastrofit ovat osa luontoa, eivätkä suoranaisesti ole ihmisen aiheuttamia. Luonnonkatastrofeja ovat mm. tsunamit ja pyörremyrskyt. Luonnonkatastrofeiksi voidaan myös laskea tuhoisat maanjäristykset, tulvat ja tulivuorenpurkaukset. Ihminen on kehittänyt erinäisiä keinoja ennustaa luonnonilmiöitä, mutta silti ne saattavat aiheuttaa suurtakin tuhoa ja viedä ihmishenkiä. Luonnonkatastrofeja syntyy, kun jokin ”vaara kohtaa haavoittuvuuden” (Davis, Wisner, Blaikie, & Cannon, 2004). Myös ihminen voi vaikuttaa teoillaan ilmastonmuutokseen, ja ilmaston muuttuminen taas voi johtaa luonnonkatastrofien syntymiseen.

Ihmisen luonnonvarojen ajattelematon käyttö ja raakuus luontoa kohtaan vaikuttavat jatkuvasti ilmaston muuttumiseen. Lauri Myllyvirta (2005) määrittelee ilmastonmuutoksen seuraavanlaisesti:

*Ihmisen toiminta tuottaa ilmakehään ns. kasvihuonekaasuja eli ilmastopäästöjä, jotka vaikeuttavat lämmön pääsyä pois maapallolta. Ilmastojärjestelmän epätasapainoisuus taas johtaa siihen, että luonnonkatastrofit maapallolla lisääntyvät ja ovat suuri osa planeettamme tulevaisuutta.*

### 3.2 Luonnonkatastrofien vaikutus matkailuun

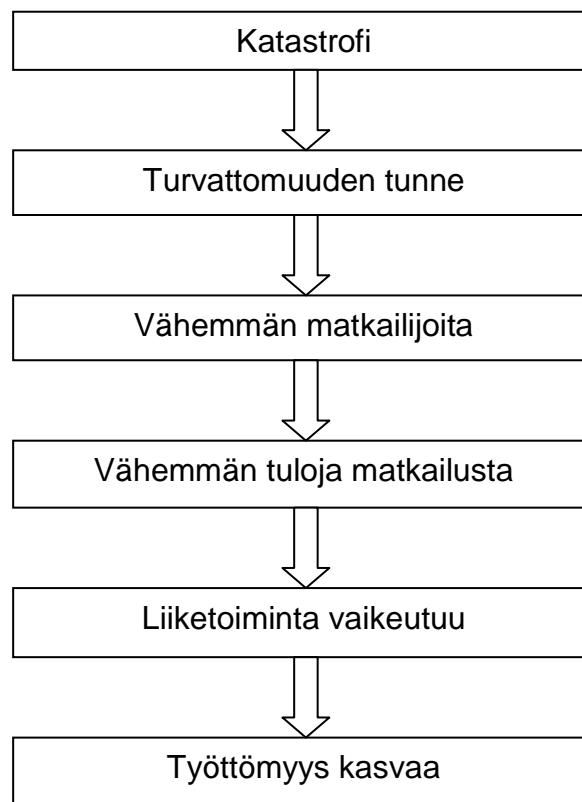
Matkailu tuo suurta taloudellista tukea moniin maihin. Pienikin alueen matkailukysyntään vaikuttava häiriötekijä pitää alan toimijat huolestuneina. Tämä huoli on niin lentoyhtiöiden, ravintoloiden kuin majoitusyritystenkin mielessä. Häiriötekijät, kuten esimerkiksi luonnonkatastrofit, voivat vaikuttaa yhden ainoan turistikohteen, koko maan tai jopa laajemmankin alueen matkailijamääriin nopeasti, matkailun kysyntää kun on melko hankala hallita. Nämä katastrofit, oli sitten luonnon, ihmisten tai teknologian aiheuttamia, voivat aiheuttaa hyvinkin suurta tuhoa matkailukohteissa. Maat, joissa matkailu on suuri osa elinkeinoa, saattavat kärsiä suurestikin, mikäli katastrofit herättävät



alueelle tulevissa matkailijoissa pelkoa. (United Nations Economic and Social Council 2005.)

Matkailuala on hyvin altis erilaisille riskeille, katastrofeille ja kriiseille. Historiaa tutkittaessa voidaan huomata, kuinka monet katastrofit ovat alaa järjestyttäneet. Katastrofit voivat olla ihmisen aiheuttamia, biologisia, teknologisia tai ympäristöllisiä. Jokainen näistä katastrofityypeistä on aiheuttanut vuosien aikana ongelmia matkailualalla. (Association of Caribbean States 2007.)

Kuviossa 1 kuvataan, millaisia mahdollisia vaikutuksia katastrofilla on matkailukohteeseen. Katastrofi voi aiheuttaa matkailijoiden määrän vähenemisen maassa, koska matkailijat saattavat kokea, ettei alue ole turvallinen paikka matkustaa. Katastrofi voi myös tuhota turismille välttämättömiä asioita, kuten hotelleja ja muuta ympäristöä. Tuloja alueella on vähemmän johtuen matkailijoiden vähenemisestä. Liiketoiminta vaikeutuu alueella ja paikalliset yritykset joutuvat lopettamaan toimintansa, ja monet menettävät tämän takia työpaikkansa ja työttömyys alueella kasvaa.



Kuvio 1. Katastrofin seuraukset matkakohteessa (Docstoc 2010).

Ei tarvitse mennä paljoakaan ajassa taaksepäin, kun mieleen muistuu tuhoisia luonnonkatastrofeja. Intian valtameren tsunami vuonna 2004 on osoittanut, kuinka turistit ympäri maailman jäivät tämän tuhoisan luonnonkatastrofin alle traagisin seurauksin, olihan turistiuhreja tuhansia. Kuolonuhrien määrä ylitti 280 000 ja näistä uhreista matkailijoita oli yli 3500. WTO:n Francesco Frangiali (Association of Caribbean States 2007) pitää kyseistä katastrofia matkailun historian suurimpana viitaten uhrien, niin matkailijoiden kuin matkailualan toimijoidenkin, määrään. Myös hurrikaani Katrina, 2005, vaikutti New Orleansin suurimpaan tulonlähteeseen, matkailuun, jättämällä 80% kaupungista veden alle. Vuonna 2004 matkailu oli kuitenkin tuonut alueelle yli 10 miljoonaa vierailijaa ja ala tarjosi 80 000 työpaikkaa.

Biologisia katastrofeja ovat historian tuhoisat tautiepidemiat. Lähihistoriasta voidaan mainita vuonna 2001 Englannista levinnyt suu- ja sorkkatauti, joka vaikutti matkailijoiden määrään niin Iso-Britanniassa, Euroopassa kuin Aasiassakin. Myös vuoden 2003 epidemia SARSilla (Severe Acute Respiratory Syndrome) oli vaikutusta Etelä-Aasian, Kiinan ja Euroopan matkailuun. Vuonna 2003, 2004 ja 2005 lintuinfluenssa (H5N1) vaikutti Aasian ja Euroopan matkailuun. (Association of Caribbean States 2007.)

#### **4 Matkailu ja katastrofit**

Katastrofeilla voi olla suuri vaikutus katastrofialueiden matkailuun. Matkailijat haluavat kokea olonsa turvalliseksi matkansa aikana ja katastrofit voivat saada alueen näyttämään turvattomalta. Tästä syystä turvallisuutta tulee kehittää monissa kohdemaissa, jotta alueen matkailu ei kärsisi katastrofin vuoksi. (Ralli, 2005.)

## 4.1 Turvallinen matkailu

Matkailu ja turvallisuus ovat automaattisesti kytköksissä toisiinsa. Turismi on tärkeä tulonlähde monissa maissa, ja mikäli matkailija ei tunne olevansa turvassa kohteessa, valitsee hän luultavimmin uuden kohteen. Myös yksittäisen kohteen turvallisuusriskit saattavat vaikuttaa laajemmankin alueen maineeseen matkailijoiden keskuudessa. Monissa kohdemaissa kehittynyt turvallisuus on näkyvillä muun muassa majoitusliikkeiden tai vaikka erilaisten kauppojen valvonnassa. Turvalliseen matkailuun liittyy matkailijan motivaatiot, tarpeet ja päätökset matkakohteesta. (Ralli 2005.)

Kohdealueen imago on yksi suurimmista tekijöistä, joka vaikuttaa matkailijan päätökseen siitä, onko alue turvallinen ja haluaako hän sinne matkustaa. On tärkeää tietää, kuinka matkailualan toimijat varautuvat vaaratilanteisiin, ja millaisia ennakoivia riskinhallintaohjelmia heiltä löytyy. Nämä asiat muiden joukossa toimivat turvallisen matkailun edellytyksenä. Ihminen haluaa tuntea olonsa turvalliseksi, ja tästä syystä ainoastaan turvalliset matkakohteet menestyvät matkailijoiden keskuudessa. Mikäli kohdealuetta ei tunnetusti koeta turvalliseksi, alueen maine matkailijoiden keskuudessa saattaa olla pilalla pitkänkin aikaa. Matkailijan täytyy tuntea olonsa turvalliseksi, jotta hän voisi nauttia matkastaan haluamallaan tavalla. Jatkossa matkailualan toimijoiden tulisikin kiinnittää enemmän huomiota riskinhallintamenetelmiin ja uhkien ennakkointiin. (Ralli 2005.)

Erilaiset katastrofit ja tapahtumat voivat vaikuttaa kohdealueen maineeseen matkailijoiden keskuudessa joko pitkäaikaisesti tai lyhytaikaisesti. Esimerkiksi sota kohdemaassa saattaa aiheuttaa pidempiaikaista turismin katoamista, kun taas terrorismi voi vaikuttaa matkailuun lyhytaikaisesti, vaikkakin äkillisesti. Terrorismilla on kuitenkin suurempi vaikutus matkailijamäärien tippumiseen kuin vaikka luonnonkatastrofeilla. Terrorismi on ihmisen aiheuttamaa, mutta luonnonkatastrofeja ihminen ei voi kontrolloida, ja niiden kanssa on totuttu elämään. Aasian katastrofin jälkeen matkailua alueelle ei estetty, koska matkailu oli suuri osa kriisialueen elinkeinoa. Lopulta matkailijat palasivatkin

alueelle tuomaan rahaa ja auttoivat kriisialuetta selviämään kriisistä. (Ralli 2005.)

## 4.2 Maantieteellinen ympäristö

Matkailun maantieteellinen rakenne muodostuu lähtö-, transit- ja kohdealueesta. Lähtöalueet ovat niitä, joissa matkailijoita ja matkailutarjontaa syntyy ja työntövoimatekijät ohjaavat ihmisiä matkoille. Transit-alueet ovat matkailureittejä, joiden kautta matkailijat matkustavat kohdealueelle tai maansisäisesti esimerkiksi nähtävyydeltä nähtävyydelle. Transit-alueita ovat myös ne reitit, joiden tarkoituksena ei ole viedä matkailijaa kohdemaahan vaan itse reitti toimii matkailuelämyksenä. Lähtöalueen matkailun kannalta olisi suotavaa, että alue itsessään on turvallinen kaikin puolin. Turvallisuustekijät eivät täyty, mikäli alueella soditaan, luonnontieteelliset ominaisuudet estävät sen tai jos matkailijoilla ei ole mahdollisuutta matkustaa kohdealueelle ekonomisista tai yhteiskunnallisista syistä. Transit-alueen turvallisuusuhat koostuvat matkailureitille sijoittuvista vaaroista, kuten kaappauksista, luonnonvoimista ja matkailureittien sisäisistä ongelmista. Nämä tekijät voivat vaikuttaa matkailijoiden matkailureittien valitsemiseen. (Ralli 2005.)

Kohdealueen turvallisuus on kuitenkin se, mikä vaikuttaa matkailuun eniten. Matkailijoilla voi olla omat luulonsa kohdealueen turvallisuudesta, ja nämä luulot voivat aiheuttaa kohteen vaihtamisen, matkan ajankohdan vaihtamisen tai matkan perumisen, vaikka matkailijan luulot osoittautuisivatkin epätodenmukaisiksi. Epätodenmukaisia luuloja matkailijat saavat esimerkiksi mediasta. Kuitenkaan median esilletuomat turvallisuusuhat eivät vaikuta matkailupäätökseen, jos uhista puhutaan usein ja paljon. (Ralli 2005.)

### 4.3 Kriisien käsittely

Matkailuala on myös erittäin herkkä kriisien vaikutuksille. Viime aikoina monet erilaiset kriisit ovat vaikuttaneet matkailuun ja nämä kriisit vaihtelevat luonnonkatastrofeista tautiepidemioihin ja terrori-iskuihin. Vaikka kriisit eivät ole uutta matkailualalla, alan johto ei välttämättä pysty käsittelemään näitä vaikeita ja kriittisiä asioita, joita katastrofit eteen tuovat. (Hall, Timothy & Duval 2003.)

Vaikka matkailuun on vaikea yhdistää kriisien/katastrofien piirteitä, jokaisen matkailualalla toimijan täytyy muistaa ajatella yhtä paljon matkailun tuomaa rentoutumista ja nautintoa kuin katastrofin tuomaa pelkoa ja paniikkia. Alueilla, joissa matkailu on suuri tulonlähde, täytyy tiedostaa se, kuinka alttiita nämä alueet ovat kriisien ja katastrofien vaikutuksille. Samalla heidän täytyy kuitenkin korostaa aluetta hyvänä matkailukohteena matkailijoiden silmissä, onhan kohteen imago suoraan kytköksissä matkailijoiden ostokäyttäytymiseen. Matkailuala on kohdannut monenlaisia katastrofeja ja kriisejä menneisyydessä, mikä on saanut alan toimijat ymmärtämään, kuinka paljon riskejä näihin kriiseihin liittyykään ja varautumaan niihin paremmin tulevaisuudessa. (Hall et al 2003.)

Esimerkiksi otin Aasian vuoden 2004 tsunamin. Katastrofin jälkeen niin hallituksella, matkailualan toimijoilla kuin Aasian ja Tyynenmeren alueen organisaatioillakin oli suuri merkitys. Hallitukselta odotettiin vastausta siihen, kuinka saataisiin kompensoitua tsunamin aiheuttamaa taantumaa. Päättäjien oli vastattava kysymyksiin koskien matkailijoiden turvallisuutta, viestintästrategiaa ja sitä, mitä tässä tilanteessa pitäisi ylipäätensä tehdä. Päättäjien oli mietittävä, mitkä toimenpiteet olisivat mahdollisimman tehokkaita, eivätkä tulisi olemaan kalliita. (United Nations Economic and Social Council 2005.)

Ensimmäinen askel oli tietenkin auttaa alueen väestöä nopeasti ja tuoda heille tarvittavaa terveydenhuoltoa. Tällä keinoin saatiin ehkäistyä uhrien luvun nousua ja estettiin erilaisten epidemioiden leviäminen. Katastrofien jälkimainingeissa usein toistuva kaava nähtiin hyvin Aasian tsunamissa, jossa vaikutuksenalaiset yhteisöt olivat niitä, jotka osasivat ensimmäisenä toimia

helpottaakseen tilannetta paikalla. Myös kansainvälinen media auttoi välittömästi levittämällä informaatiota ympäri maailman. Tiedon saatuaan vapaaehtoisia auttajia löytyi joka puolelta. (United Nations Economic and Social Council 2005.)

Helmikuussa 2005 WTO:n johto järjesti Phuketissa istunnon, jossa alettiin kehittämään hätäsuunnitelmaa, joka auttaisi katastrofin kohteiksi joutuneita maita palauttamaan ja normalisoimaan alueen turismin mahdollisimman nopeasti katastrofin jälkeen. Mietittiin toimintasuunnitelmaa, kuinka saataisiin pelastettua matkailualan työpaikat, tuotua pienet matkailuyritykset takaisin markkinoille ja matkailijat takaisin alueelle. Pää tavoitteena oli palauttaa matkailijoiden luottamus mahdollisimman nopeasti. Suunnitelman viisi toiminnallista aluetta olivat markkinointiviestintä, yhteisöiden avustaminen, asiantunteva koulutus, kestävä uudelleenkehitys ja riskinhallinta. Monet maat, kansainväliset organisaatiot ja yksityissektorit lupasivat tukea ja auttaa aluetta palautumaan. Viranomaiset järjestivät kriisinhallintaa ja kansallisesti keskityttiin siistimään alue välittömästi ja palauttamaan tärkeimmät turistikohteet normaaleiksi sekä järjestämään kansainvälisiä markkinointikampanjoita, jotta saataisiin palautettua matkailijoiden luottamus ja alueen matkailukysyntä. (United Nations Economic and Social Council 2005.)

#### **4.4 Kuluttajakäyttäytyminen**

Jokaisella meistä on erilainen asenne, käsitys, motivaatio tai mielikuva eri asioista. Näillä neljällä on suuri vaikutus matkailijan matkailupäätökseen. Yksilön asenne riippuu siitä, millainen käsitys hänellä on maailmasta. Yksilön käsitykset ovat vaikutelmia esimerkiksi jostakin matkailukohteesta. Motivaatio, ja tässä tilanteessa matkailumotivaatio, kertoo, miksi ihminen haluaa matkustaa. Yksilön matkailumotivaattorit ovat sisäisiä haluja ja tarpeita, joita yksilö pääsee tyydyttämään matkailun avulla. Mielikuva on sitä, mihin yksilö uskoo ja mitä ajatuksia ja vaikutelmia esimerkiksi matkailutuote tai –palvelu hänessä herättää. (Cooper, Wanhill, Fletcher, Gilbert & Fyall 2005).

Matkailualan toimijoiden on sisäistettävä, mikä on se peruste, millä matkailijat tekevät matkailupäätöksiään. Olisi hyvä olla tietoinen asiakkaan tarpeista, ostomotiiveista ja päätöksenteosta, tarjottaessa heille eri matkailutuotteita. Myyvän osapuolen tulisi tietää, miten erilaiset markkinointi- ja mainostaktiikat vaikuttavat ja käsittää turismin liittyvät mahdolliset riskit, kuten terrorismi. Tärkeää olisi myös tuntea eri asiakassegmentit, ottaa selvälle, millaisia tuotteita mikäkin segmentti ostaa. Täytyy myös muistaa, että yksilön tehdessä päätöstä, siihen vaikuttaa muun muassa yksilön perhe, taloudellinen tilanne ja esimerkiksi muilta yksilöiltä saadut suositukset. Se, mitä yksilö on oppinut perheeltään ja millaisen asenteen esimerkiksi jotakin tiettyä kohdetta kohtaan hän on omaksunut lähipiiristään ja heidän suositustensa perusteella, vaikuttavat suuresti matkailupäätöksen tekemiseen. (Cooper et al. 2005.)

Matkailun tutkimisen keskipisteenä on se, kuinka usein ihmiset matkustavat ja käyttävät matkailutuotteita. Matkailijoiden käyttäytymistä on tutkittu vuosikymmeniä eri näkökulmista ja sitä on käsitelty matkailualaa tutkivassa kirjallisuudessa. Kuluttajakäyttäytymisen tutkinnassa käytetään markkinointitekniikoita, joiden avulla kehitetään, mainostetaan ja myydään eri matkailutuotteita. Jos halutaan tehostaa markkinointia, on tiedettävä, kuinka matkailijat tekevät ostopäätöksensä. Täytyy tietää, kuinka kohdistat juuri oikean matkailutuotteen juuri oikealle matkailijalle. Tärkeintä on kuitenkin opastaa asiakas ostamaan juuri se tuote, joka on suunniteltu täysin vastaamaan asiakkaan tarpeita ja haluja. Matkailun liiketoiminnallinen ympäristö on nykypäivänä hyvin kilpailukykyistä, joten yrityksille on välttämätöntä ymmärtää asiakasta ja hänen tarpeitaan täysin. (Maneerat & Hirunraks 2006.)

## **5 Matkailumotivaatio**

Matkailumotivaation avulla selitetään matkailukysynnän rakenteita. Matkailijan tarpeet luovat matkailumotivaation ja näin ollen myös matkailukäyttäytymisen. Motivaation ilmeneminen on yksilöllistä ja se pohjautuu kulttuuriin, havaintoihin

sekä sosiologisiin ja psykologisiin normeihin ja asenteisiin. Myös matkakohteen imago vaikuttaa motivaatioon. (Urpilainen 2010.)

## 5.1 Suomalainen matkailijana

Vuonna 2005 suomalaisten matkailu kasvoi 3 prosenttia sekä ulkomaille suuntautuvassa matkailussa ja kotimaan matkailussa edellisvuoteen verrattuna. Yöpymisen sisältäviä ulkomaanmatkoja tehtiin 3,1 miljoonaa ja kotimaanmatkoja 4,6 miljoonaa. Kuviossa 2 on kuvattu, kuinka suomalaisten matkat suuntautuivat vuonna 2005 Viroon, Espanjaan, Ruotsiin, Venäjälle ja Kreikkaan. Kohdemaita olivat myös Egypti ja Kypros, mutta näiden suosio väheni tuntuvasti vuodesta 2004. Kaukomatkakohteista suosituimpia olivat Yhdysvallat ja Thaimaa, joihin tehtiin yhteensä 113 000 lomamatkaa. Thaimaan matkailu väheni 12 000 matkalla vuoteen 2004 verrattuna, kun taas Yhdysvaltoihin suuntautuva matkailu lisääntyi noin kymmenyksellä. Kiina, Brasilia ja Intia alkoivat myös kiinnostaa suomalaisia, ja näihin maihin tehtiinkin 51 000 vapaa-ajan matkaa, mikä on lähes kaksinkertainen määrä edellisvuoteen verrattuna. (Tilastokeskus 2006.)

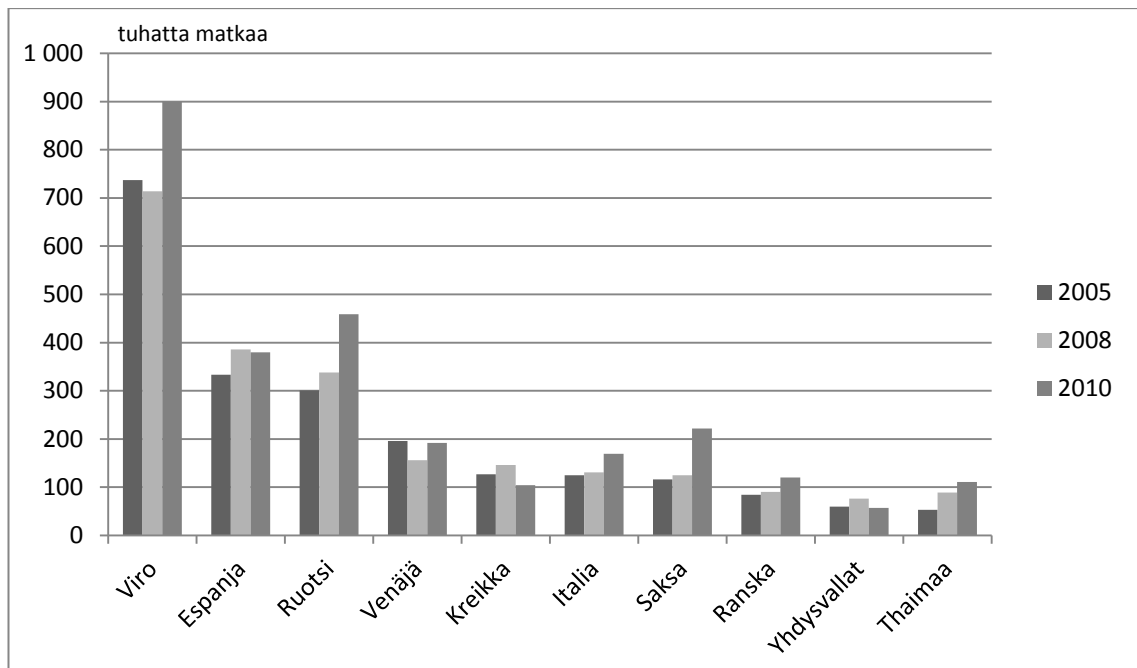
Vuonna 2008 suomalaiset tekivät yhteensä 32,3 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa, joista ulkomaanmatkojen osuus oli 5,2 miljoonaa. Yöpymisen sisältäviä ulkomaanmatkoja tehtiin 3,3 miljoonaa, joka oli 3 prosenttia enemmän kuin vuonna 2007. Päivämatkoja ulkomaille tehtiin noin 600 000. Kotimaan matkoja, joiden aikana käytettiin maksullista majoitusta, tehtiin 5,1 miljoonaa, joka on 4 prosenttia enemmän edellisvuoteen verrattuna. Loput matkoista suuntautuivat omalle tai tuttavien mökille tai muihin paikkoihin, joissa majoitus oli maksuton. (Tilastokeskus 2009.)

Kuten kuviossa 2 käy ilmi, vuonna 2008 suosituin kohdemaana oli Viro, jonne matkoja tehtiin 714 000. Suosittuja olivat myös Espanja sekä Ruotsi, joihin tehtiin yhteensä 724 000 matkaa. Espanjan kohteista suosituin oli Kanarian saaret. Vuonna 2008 Italian suosio nousi suomalaisten keskuudessa ja Italia nousi Kreikan ohi. Italian matkojen määrä nousi noin 15 prosentilla. Myös



Turkkiin ja Bulgariaan matkustettiin edellisvuotta innokkaammin, samoin Egyptiin ja Kyprokselle. Kaukokohteista suomalaiset suosivat edelleen eniten Thaimaata, jonne tehtiin 89 000 matkaa. Luku oli kuitenkin 30 prosenttia pienempi kuin vuonna 2007. Toiseksi suosituin kaukokohde oli Yhdysvallat, jonne suomalaiset tekivät yhteensä 76 000 vapaa-ajanmatkaa. Luku oli 40 prosenttia suurempi kuin vuotta aiemmin. (Tilastokeskus 2009.)

Ulkomaanmatkoja vuonna 2010 suomalaiset tekivät lähes 4 000 000. Näihin matkoihin laskettiin vapaa-ajanmatkat, jotka sisälsivät yöpymisen kohdemaassa. Luku oli 11 prosenttia suurempi kuin vuonna 2009. Myös vuonna 2010 kotimaan vapaa-ajanmatkoja tehtiin edellisvuotta enemmän, jopa 13 prosenttia, ja näin luku nousi lähes kuuteen miljoonaan. Näihin matkoihin sisältyi maksullinen majoitus. Suomalaisten vapaa-ajanmatkojen määrä laski kuitenkin syyskuussa 2010, jolloin suomalaiset tekivät noin kymmenen prosenttia vähemmän maksullisen majoituksen sisältäviä matkoja kuin mitä syyskuussa 2009. Vuonna 2010 yöpymisen sisältäviä ulkomaanmatkoja tehtiin kuitenkin 290 000. Kotimaan matkailu laski 18 prosenttia ja vapaa-ajanmatkoja tehtiin 1,3 miljoonaa. Vuoden 2010 lama ei siis näkynyt juuri ollenkaan suomalaisten matkailussa, matkoja vain järjestettiin enemmän itse kuin matkatoimistojen kautta, jotta säästettäisiin rahaa. Matkustamisesta ei kuitenkaan tingitty, suomalaiset käyttivät rahaa matkailuun ja säästivät jostakin muusta. Kuviosta 2 voi huomata, mitkä maat olivat suomalaisten suosiossa vuonna 2010. (Tilastokeskus 2011; Taloussanomat 2010.)



Kuvio 2. Suomalaisien suosimat ulkomaankohteet vuosina 2005, 2008 ja 2010. (Tilastokeskus 2006, 2009, 2011.)

Suomalaiselle matkailijalle tutkimusten mukaan tärkeimmät kriteerit ovat kohteen kiinnostavuus ja kohteen olosuhteet. Matkakohteen kiinnostavuuden osuus oli 95 % ja siellä olevien olosuhteiden osuus 87 %. Myös hintataso kohteessa on hyvin tärkeää (91 %). Tärkeä matkavalintakriteeri on myös paikallisten elinkeinojen suosiminen. (Kettunen 2011.)

Suomalaiset matkailijat suosivat suurimmaksi osaksi räätälöityjä matkoja, jopa pakettimatkalaiset haluavat matkaansa sisältävän jotakin omannäköistä. Kestävä matkailu on myös noussut suomalaisten matkailijoiden suosioon, ja tästä syystä matkanjärjestäjät ja matkatoimistot osaavat myydä suomalaisille matkailijoille ympäristöystävällisiä kohteita ja houkuttelevat matkailijoita mm. hiilipäästöttömiin hotelleihin (Rantapallo 2011.)

Vaikka kriisit ja negatiiviset tapahtumat pelottavat suomalaisia matkailijoita, heidän halutessaan matkalle nämä eivät ole esteenä lähialueilla. Kaukaisemmissa kohteissa turvallisuuden tunne ei kuitenkaan säily yhtä hyvin. *Jos vaikka jossakin Espanjassa räjähtää pommi, niin matkailu sinne jatkuu*

*aivan normaalisti. Mutta jos vaikka jossakin Balilla tapahtuu sellaista, niin matkailu koko Indonesiaan loppuu kuin seinään,* kertoo Matkaopas-lehden päätoimittaja Pirkko Puoskari. (Kettunen 2011.)

Luonnonkatastrofeilla voi kuitenkin olla myös positiivinen vaikutus alueen matkailussa. Näistä alueista saattaa tulla matkailijoiden suosimia paikkoja, koska matkailijat saattavat olla kiinnostuneita katastrofin ”uhriksi” joutuneesta kohteesta ja he haluavat nähdä, millainen vaikutus katastrofilla on ollut. Vaikka alueelle ei tulisi pitempään siellä lomailevia matkailijoita, lähialueiden matkailijat saattavat tulla kuitenkin vierailemaan. Hyvänä esimerkkinä tästä on Vesuvius, joka kerää paikalle paljon vierailijoita tapahtuneesta katastrofista huolimatta. (Docstoc 2010.)

## **5.2 Työntö- ja vetovoimatekijät**

Matkailumotiiveja on helppo jaoitella työntö- ja vetovoimatekijöiden avulla. Matkailun työntövoimatekijöitä löytyy alueelta, josta matkailijoita ”työnnetään” ja kannustetaan matkalle. Työntövoimatekijät vastaavat kysymykseen, miksi matkalle lähdetään. Nämä työntövoimatekijät ovat jokaisella matkailijalla yksilöllisiä tekijöitä, jotka kannustavat häntä lähtemään matkalle. Matkailun työntövoimatekijät kuvaavat matkailijan elämässä esiintyviä tekijöitä, esimerkiksi sosiaalisia ja kulttuurisia prosesseja tai asuinpaikan fyysisiä piirteitä, jotka saavat matkailijan haluamaan hetkeksi pois asuinympäristöstään. Työntövoimatekijöitä voi olla muun muassa arjesta hetkeksi irtautuminen tai halu kokea jotakin, mitä matkailijalla ei ole mahdollista kokea omassa asuinympäristössään. (Näppä 2005.)

Matkailun vetovoimatekijöitä on mailla, jotka esimerkiksi ympäristönsä ainutlaatuisuuden vuoksi kiinnostavat matkailijoita. Vetovoimatekijöitä voivat olla esimerkiksi erilaiset historialliset kohteet tai vaikka luonnon ainutlaatuisuus. Vetovoimatekijät ovat niitä matkakohteen ominaisuuksia ja piirteitä, jotka vetävät alueelle kohteen ulkopuolelta löytyviä, vierailuhalukkaita matkailijoita.

Vierailuhalukkuutta herättävien piirteiden tutkiminen matkailun edistämisen kannalta on hyvin kannattavaa. (Näppä 2005.)

### **5.3 Matkailuun motivoiminen**

Motivoiminen on sitä, että saadaan yksilö toimimaan haluamallamme tavalla tarjoamalla heille jotakin, joka aiheuttaa yksilölle tyytyväisyyden tunteen. Tutkimalla matkailijoiden tarpeita on helpompaa motivoida heitä toimimaan kuten haluamme osoittamalla, että heille tarjotaan juuri sitä, mitä he tarvitsevat. Tuotetta tai ajatusta myydessä on useita asioita, jotka vaikuttavat siihen, kuinka hyvin tuotetta voidaan yksilölle kaupata. Tähän saattaa vaikuttaa yksilön tarpeet tai halut, rahan tai ajan määrä, mielikuvat, odotukset tai asenteet. (Hall & Page 1999, 68.)

Yksilöt poikkeavat toisistaan monin eri tavoin. Asenteilla, motivaatiolla ja sillä, mitä yksilö havainnoi maailmassa, on tärkeä osa matkailupäätösten tekemisessä. Yksilöllä on tietynlainen käsitys esimerkiksi jostakin paikasta tai matkailuyrityksestä, ja tähän käsitykseen vaikuttaa niin lapsuus, perhe ja kuin työelämäkin. Asenteet ja havainnot eivät kuitenkaan selitä, miksi ihminen haluaa matkustaa. Sisäisempiä haluja, joista matkailutarve syntyy, kutsutaan matkailumotivaattoreiksi. Kun tutkitaan matkailijaa kuluttajana, voidaan todeta, että on olemassa matkailupäätöstä edistäviä tekijöitä sekä asioita, jotka saattavat estää kuluttajaa tekemästä matkailupäätöstä. Näitä ovat ekonomiset, sosiaaliset tai fyysiset tekijät. On myös olemassa asioita, jotka vaikuttavat jollakin tavalla matkailupäätöksen tekemiseen, kuten erilaiset roolit. Perheenjäsen voi vaikuttaa yksilön matkailupäätökseen, tai ryhmässä voidaan pohtia ja päättää yhdessä, mihin matkustetaan, milloin ja miten matkustetaan. Nämä tekijät eivät kuitenkaan vielä selitä, miksi ihminen haluaa matkustaa. (Hall & Page 1999, 69 - 70.)

Matkailumotivaatioon vaikuttavat monet tekijät, kuten matkailijan ikä, sukupuoli, kansallisuus, kieli, uskonto, yhteiskunnallinen asema, siviilisääty, arvot ja asenteet. Näistä jokainen on osatekijä kuluttajien matkapäätösten teossa. Päätöksen teossa auttaa myös veto- ja työntövoimatekijät, jotka ohjaavat

matkailijaa tekemään oikean päätöksen matkansa suhteen. Jos lähtöalueen perusmatkailuedellytykset ovat kunnossa, alueen työntövoima edistää alueen matkailua. Matkailijan mielipiteet vaikuttavat taas siihen, millaisen kohteen hän valitsee ja minkä kohteen vetovoimatekijät vastaavat matkailijan mieltymyksiä. (Hall & Page 1999, 30.)

## **6 Media ja matkailu**

Maailmasta löytyy monia erilaisia median muotoja. Median pääluokkia ovat painettu media ja elektroninen media. Painettu media koostuu sanoma- ja aikakauslehdistä, esitteistä, julkaisuista, uutiskirjeistä ja tilauslehdistä. Elektroninen media taas kattaa televisiossa, radiossa, Internetissä ja elokuvateollisuudessa tapahtuvan tiedotuksen.

Nykypäivän teknologiaa hyväksikäyttäen tiedoitusvälineet pystyvät uutisoimaan maailmalla tapahtuvista katastrofeista hyvinkin nopeasti. Uutiset leviävät television lisäksi salamannopeasti myös Internetin välityksellä ja näin tavoittaa yhä useampia ihmisiä ympäri maailman. (Ralli 2005.)

### **6.1 Media ja katastrofit**

Medialla on hyvin tärkeä merkitys katastrofeista uutisoinnissa, niin kansalliset kuin kansainvälisetkin mediat tuovat ihmisiä ympäri maailman lähemmäksi katastrofia. Katastrofeista uutisointi tietenkin herättää ihmisissä niin pelkoa kuin myötätuntoakin katastrofialuetta kohtaan. Uutisoinnin ansiosta monet katastrofialueet ovat saaneet esimerkiksi enemmän lahjoituksia kuin alueet, joista uutisointi on jäänyt vähemmälle. Monia uhreja vaatineet luonnonkatastrofit saavat yleisön kiinnostumaan, ja tämän takia katastrofeista uutisointi on medialle tuottoisaa. Äkilliset luonnonkatastrofit keräävät enemmän huomiota kuin hiljalleen tapahtuvat. Näistä media ei jaksa uutisoida, eikä tieto katastrofien aiheuttamasta tuhosta tule yleisön tietoon eikä ole niin mielenkiintoista kuin

äkilliset katastrofit. Tämä vaikuttaa ratkaisevasti lahjoitusten antamiseen. (Saraste 2011.)

## **6.2 Median toiminta kriisitilanteessa**

Media toimii nopeasti äkillisten katastrofien sattuessa ja on päälähde, josta ulkopuoliset ihmiset ympäri maailman saavat tietoa tapahtuvasta tai tapahtuneesta katastrofista. Kriisitilanteissa painettu media ja viranomaisten antamat tiedotteet nousevat usein tärkeimmiksi tiedonlähteiksi. Uutisointi voi olla hyvinkin räikeää, ja sillä voi olla suuri vaikutus ihmisten ja varsinkin matkailijoiden ajatusmaailmaan.

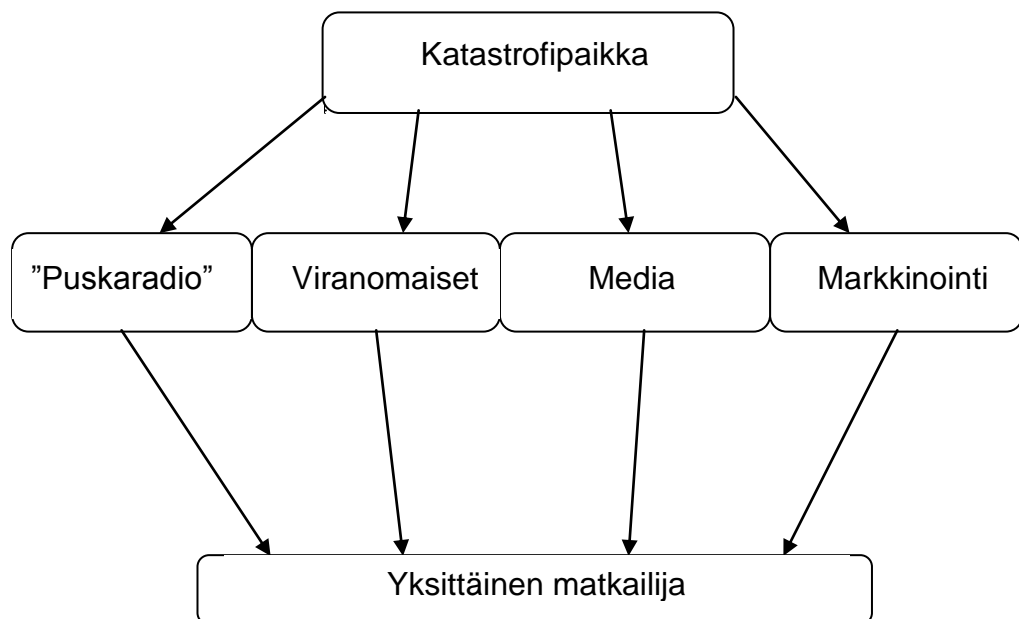
Negatiiviset asiat, kuten katastrofit ja rikollisuus ylittävät uutiskynnyksen nopeasti ja matkailuteollisuudelle näiden asioiden uutisoinnista on haittaa, koska uutiset leviävät nopeasti laajalle alueelle. Tätä tapahtuu erityisesti demokraattisissa maissa, joissa viranomaistahot eivät kontrolloi lähes ollenkaan uutisoinnin laatua ja määrää. Joissakin maissa katastrofien sattuessa tapahtunutta pyritään jopa salaamaan, jotta matkailijavirrat alueelle eivät tyrehtyisi. Tästä voidaan mainita esimerkkinä SARS ja lintuinfluenssa, joiden pelättiin vaikuttavan matkustajavirtoihin negatiivisesti, ja tästä syystä tauteja pyrittiin salaamaan. (Ralli 2005.)

## **6.3 Median vaikutus matkailijoiden lähtöpäätöksiin**

Eri tiedotusvälineet toimivat matkailussa niin työntö- kuin vetovoimatekijöidenkin synnyttäjänä, juuri sinä hetkenä, kun matkailija tekee matkapäätöstään. Suurin vaikuttaja tiedotusvälineistä matkailualan toimijoiden mukaan on televisio, seuraavana tulee Word of Mouth (WOM) eli ”puskaradio”, sitten muut mediat ja tietolähteet. (Ralli 2005.)

Median välityksellä väärä tieto erilaisista tapahtumista välittyy nopeasti. Eri tiedotusvälineet pyrkivät uutisoimaan tapahtumista mahdollisimman nopeasti, ja tällöin eri lähteiltä nopeasti kerätty tieto ei välttämättä pidä paikkaansa. Tätä kautta media saattaa taas tahattomasti vaikuttaa siihen, kuinka pahana yleisö tapahtuman tai katastrofin kokee. Olisi hyvä, jos matkailualan toimijat toimisivat enemmän yhteistyössä median kanssa, ja näin saataisiin välitettyä yleisöllekin todenmukaisempaa informaatiota tapahtumien laadusta. Jos matkailualan toimijat kehittäisivät itselleen kriisinhallintajärjestelmän, jonka avulla he voisivat antaa medialle tietoa tapahtumista nopeasti ja välttyttäisiin väärän tiedon levittämiseltä ja siitä aiheutuvilta kustannuksilta. (Ralli 2005.)

Media vaikuttaa nykypäivänä yksittäisen matkailijan ensivaikutelmiin kriisitilanteesta liian helposti. Kuvio 3 osoittaa, kuinka informaatio kulkee katastrofipaikalta yksittäiselle matkailijalle.



Kuvio 3. Informaation kulku katastrofipaikalta yksittäiselle matkailijalle. (Ralli 2005.)

Matkailija saa tietoa kohdealueen tai matkailureittien kriisitilanteista aina ensimmäisenä mediasta. Median uutisointi voi kuitenkin olla epätodenmukaista eri medioiden kilpaillessa siitä, kuka ehtii kriisialueelle uutisoimaan tilanteesta

ensimmäisenä ja kuka saa ensimmäisenä varmaa tietoa tapahtuneesta. Ennen viranomaisten antamaa julkista tiedotetta, media on jo ehtinyt levittämään matkailijoille tietoa, joka ei välttämättä pidä paikkaansa, ja näin vahinko on ehtinyt jo tapahtua. Median ja viranomaisten antamaa tietoa pidetään uskottavimpana, toisin kuin ystävien tai matkatoimistojen antamaa informaatiota. Tästä syystä media voi vaikuttaa matkailijoiden ostopäätöksiin suurestikin. (Ralli 2005.)

## **6.4 Uutisoinnin retoriikkaa**

Kuten edellisessä luvussa todettiin, medially on tärkeä osa informaationkulussa katastrofipaikalta matkailijalle. Matkailijat saavat medially tarvittavia tietoja koskien esimerkiksi kulkureittejä. Media voi kuitenkin erilaisin keinoin vaikuttaa matkailijan mielipiteisiin ja ajatuksiin. Yksi näistä vaikuttamisen keinoista on retoriikka.

Mediat käyttävät erilaisia retorisia keinoja uutisoidessaan katastrofeista. Uutisten otsikoita muotoillaan eri tavoin, ja sanavalinnoilla pyritään muodostamaan hyvin huomiota herättäviä otsikoita, ja näin houkutellaan yleisö lukemaan uutisia. Joillakin kielellisillä menetelmillä pyritään vaikuttamaan yleisön suhtautumiseen, ajatuksiin ja tekoihin. Retoriikalla pyritään vakuuttamaan yleisö jonkin argumentin pätevydestä ja pyritään saamaan yleisö sitoutumaan tiettyyn argumenttiin.

Harva meistä kyseenalaistaa sen, mitä on median kautta kuullut ja oppinut. Medially on erittäin suuri vaikutus ihmisten mielipiteisiin ja vastuu mielipiteiden muokkaajana. Suomalaisessa uutisoinnissa korostetaan tiettyjä asioita, jotka on helppo huomata uutisia tutkiessa ja analysoidessa. Työssäni otin analysoitavaksi kahden eri median, YLE:n ja MTV3:n, käyttämää retoriikkaa uutisoinnissa. Yle ja MTV3 uutisoivat television kautta, mutta myös Internetin välityksellä. Kumpikin medioista on tallentanut vanhat uutiset arkistoihin Internetiin, josta yleisön on niitä helppo seurata ja etsiä. Uutisia on monia



johtuen niiden rajauksista. Tutkin näiden medioiden käyttämiä retorisia keinoja ja vertailin niitä keskenään.

#### 6.4.1 YLE

YLE on hyvin näkyvä ja vahva media, ja sen valtaa ei voi väheksyä. YLEn uutisointi on hyvin asiallista, ja uutisointi tapahtuu television, Internetin ja radion välityksellä. YLE on tuottanut ja tarjonnut suomalaisille luotettavaa tietoa vuosikymmeniä. Toimintansa YLE aloitti vuonna 1926 perustamalla Yleisradion.

YLEn elävästä arkistosta löysin uutisia muun muassa Japanin vuoden 2011 maanjäristyksestä ja tsunamista, Aasian vuoden 2004 tsunamista sekä Japanin vuoden 1995 maanjäristyksestä. Jokaisessa uutisessa otsikon jälkeen on kappale, jossa kerrotaan tiivistettynä, mitä on tapahtunut, milloin on tapahtunut ja missä. YLE käyttää näissä avauskappaleissa vahvoja sanoja ja superlatiivisia muotoja kertoessaan tapahtumista. Japanin vuoden 2011 maanjäristyksestä ja tsunamista kertovassa uutisessa avauskappaleessa kerrotaan ”Japanin historian voimakkaimmasta maanjäristyksestä”, samoin vuoden 1995 maanjäristyksen kerrotaan olevan ”yksi historian tuhoisimmista”. Samassa uutisessa esiintyy myös ”pahin maanjäristys vuoden 1923 jälkeen”. Kaakkois-Aasian tsunamia YLE on taas kuvaillut ”poikkeuksellisen rajuksi luonnonkatastrofiksi”. Lyhyen kuvauksen jälkeen tutkimissani uutisissa kerrotaan, kuinka monta ihmistä katastrofissa on saanut surmansa. Joissakin uutisissa mainitaan myös, kuinka katastrofi on vaikuttanut suomalaisiin, onko suomalaisia turisteja kadoksissa tai montako suomalaista uhria katastrofi on vaatinut.

Ensimmäiset uutiset luonnonkatastrofeista keskittyvät suurimmaksi osaksi uhrien määrään ja siihen, millaista tuhoa katastrofit ovat alueella saaneet aikaan. Seuraavat uutiset on rajattu käsittelemään jotakin tiettyä katastrofin seurausta, kuten sitä, kuinka monet katastrofialueen asukkaat ovat menettäneet kotinsa tai esimerkiksi sitä, millaisia taloudellisia vaikutuksia katastrofilla oli. Aasian tsunamia koskevat uutiset keskittyvät suomalaisturisteihin ja käsittelevät

suurimmaksi osaksi sitä, kuinka monta suomalaista on ollut kadoksissa tai kuinka suomalaiset turistit ovat palanneet takaisin kotimaahansa.

YLE käyttää uutisissaan useasti voimakkaita sanoja, kuten 'tuhoisa', 'voimakas' ja 'raju'. Näillä sanoilla YLE pyrkii kuvaamaan katastrofien luonnetta ja saamaan lukijan ymmärtämään, millaisesta katastrofista on kyse. Uutisissa käytetyt voimasanat saavat lukijan korvassa heti negatiivisen sävyn, kun kyse on luonnonkatastrofeista. Uutisissa voimasanoja käytetään kuvaamaan luonnonkatastrofeja, mutta myös kerrottaessa, millainen vaikutus katastrofilla on ollut esimerkiksi Suomeen ja suomalaisiin. Tällä tavoin YLE pyrkii uutisissaan kiinnittämään lukijansa uutiseen. Sanavalinnoilla YLE joissakin tilanteissa myös lievästi dramatisoi tapahtumia. Tämä on helppo huomata etenkin naistoimittajien kirjoituksista. Miespuoliset toimittajat pitävät tekstinsä tiiviinä, kun taas naispuoliset toimittajat kertovat asioista tarkemmin ja laajemmin, mikä antaa heille tilaisuuden vaikuttaa siihen, kuinka tunteisiin vetoavana lukija uutista pitää. Lukija ei dramatisointia välttämättä tekstistä erota, mikä saattaa johtaa harhakäsitysten muodostumiseen, ja näin uutinen saattaa kuulostaa lukijan korvaan pelottavammalta kuin mitä todellisuudessa onkaan.

Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, ja tämän YLE on sisäistänyt käyttäessään jokaisessa uutisessaan joko kuvaa tai videota. Kuvat ovat useimmiten surullisia kuvia katastrofialueesta tai alueen ihmisistä. Eräässä kuvassa pariskunta seisoo kaaoksen keskellä, ja kuvassa lukee teksti 'Ruokaakin on paljon ja peittoja'. YLE pyrkii varsinkin kuvillaan nostamaan lukijoiden tunteet pintaan ja hakemaan lukijoiden sympatiaa. Tunteisiin pyritään tietysti myös vaikuttamaan sanavalinnoilla ja tekemällä uutisesta mahdollisimman synkeäsävytteisen. Kuvat puhuttelevat lukijaa vetoamalla älyyn ja tunteisiin. Kuvista voimme myös usein lukea, kuinka uskottava kuvan viesti on. Kuvan tekstit kertovat meille, millainen vaikutus luonnonkatastrofilla on ollut alueen ihmisiin, ja kuvan avulla voimme helpommin kokea osan katastrofin aiheuttamasta tuskasta kuin mitä voisimme koskaan kokea pelkän tekstin avulla. Tässä YLE on onnistunut hyvin esittämällä juuri sellaisia kuvia, jotka voimme nähdä mielessämme lukiessamme uutista ja näin osaamme yhdistää ne uutisiin hyvin.

Joidenkin uutisten loppuun on myös liitetty muita asiaan liittyviä uutisia. Esimerkiksi Thaimaan tsunamia koskevia uutisia löytää monia niin sanotun pääuutisen loppupäästä. Näin YLEn on helppo johdatella lukijansa lukemaan muitakin uutisia ilman, että lukijan täytyisi niitä erikseen etsiä. Itse olen ainakin huomannut sen, että jos luen jonkin mielenkiintoisen uutisen ja sivulla tai uutisen perässä on linkkejä muihin mielenkiintoisiin uutisiin, luen ketjunomaisesti uutisia uutisten perään ja saatan viihtyä Internet-sivulla pidempään kuin silloin, jos uutisia löytyy vain yksi. Tämä on siis hyvä keino pitää lukija sivuilla ja tarjota hänelle tarjottimella kaikkea, joka on lähellä hänen mielenkiintoaan. Näiden uutisten avulla YLE kuitenkin nostaa esiin asioita, jotka saavat lukijan kaivautumaan yhä syvemmälle katastrofiin ja sen aiheuttamiin tuhoihin. Näitä uutisia vertailemalla voi huomata, mitä asioita YLE painottaa. Esimerkiksi uhrien määrän toistaminen jokaisessa uutisessa saa ainakin osan lukijoista ajattelemaan asiaa enemmän ja pelokkaammin.

YLE on ollut kauan yksi vaikutusvaltaisimmista medioista Suomessa, se tuntee suomalaiset ja suomalaisten arvot. Näin YLEn on helppo lähteä rakentamaan vakuuttavaa uutista, jonka tiedetään vetoavan suomalaisiin tavalla tai toisella. YLE tunnetaan Suomessa niin sanottuna vakavana mediana, jonka tuottamaan sisältöön suomalaisten on helppoa luottaa. YLEä on aina pidetty hyvin luotettavana, ehkä juuri siitä syystä, että jo vuosikymmenten ajan olemme tavoittaneet maailman tapahtumat YLEn välityksellä. Uutiset ovat kuitenkin jollakin tapaa toimittajien omia tulkintoja, vaikka kertovatkin yleensä ainoastaan faktoja. Toimittaja pystyy kirjoituksellaan vaikuttamaan siihen, millaisen kuvan lukija saa tapahtumien kulusta, ja tieto siirtyy toimittajalta suoraan lukijalle. YLEn toimittajien kieli on kuitenkin hyvin selkeää ja faktapitoista, joten tekstin väärinymmärstämiseksi ei jää varaa.

YLEn uutisia lukiessa ei pysty ajattelemaan muuta kuin sitä, kuinka paljon ihmisiä katastrofeissa onkaan kuollut. Uutisista on vaikeaa huomata muita katastrofiin liittyviä asioita, kun uhrilukua toistetaan kerta toisensa jälkeen. Varsinkin Thaimaan tsunamin jälkeen korostettiin sitä, kuinka moni suomalainen tsunamissa oli kuollut, eikä ole vaikeaa löytää tietoa, kuinka moni matkailija katastrofissa oli saanut surmansa. Tällainen fakta saa niin suomalaisen kuin

suomalaisen matkailijankin kauhistumaan ja vaikuttaa sanomallaan monen mieleen. Lukijalle uhriluvusta tulee väkisinkin mieleen ajatus, että entä jos hän itse olisi ollut paikalla katastrofin sattuessa ja kuinka todennäköisenä hän pitää sitä mahdollisuutta, että olisi katastrofin sattuessa ollut yksi kuolonuhreista. Katastrofien uhriluvun jatkuva toistaminen ei anna lukijalle tilaisuutta ajatella mitään muuta. Tieto uhriluvusta saa lukijan unohtamaan täysin muut tärkeät seikat, kuten sen, kuinka usein tällaisia katastrofeja oikein tapahtuu. Suurista asioista tehdään uutisoimalla vielä suurempia, mutta tällä tavoin ihmiset jätetään pelkäämään katastrofinkaltaisia asioita.

### **6.4.2 MTV3**

MTV3 sai alkunsa vuonna 1957 ja on asiallinen, mutta myös viihdyttävä televisiokanava. MTV3 aloitti toimintansa YLEn alaisena, mutta itsenäistyi vuonna 1981. MTV3 tarjoaa katsojilleen ja lukijoilleen uutisten lisäksi myös paljon viihdettä. MTV mainostaa itseään luotettavana ja moniarvoisena mediana.

MTV3 on YLEn tavoin kerännyt uutisensa Internetiin arkistoon, josta pystyy selaamaan eri vuosien ja kuukausien uutisia. Tutkimani uutiset koskivat muun muassa Brasilian rankkasateita, Aasian tsunamia sekä Japanin maanjäristystä ja tsunamia.

MTV3 suosii sanaa 'tuhoisa' monissa uutisissaan. MTV3 käsittelee uutisissaan muun muassa Thaimaan hallitukselta ja ministereiltä sekä tutkijoiltaan saamia tietoja koskien maan katastrofia. Uutisissa käsitellään suurimmaksi osaksi uhrimääriä ja maassa tehtäviä pelastustöitä. Otsikkoina on käytetty maiden hallituksen, ministerien ja tutkijoiden kommentteja tapahtuneesta, kuten "Hallitus: Uhrimäärä voi nousta 25 000:een Sri Lankassa", "Ministeri: 700 turistia kuollut Thaimaassa" ja "Erikoistutkija: Jälkijäritykset voivat jatkua yli viikon". MTV3 käyttää myös lähteinään muun muassa ministereitä, matkanjärjestäjiä ja tutkijoita. Uutisissaan MTV3 käyttää asiantuntijoilta suoraan saatuja kommentteja. Uutisista löytyy muun muassa Thaimaan pääministerin ja

apulaisministerin, Finnmatkojen viestintäpäällikön ja YK:n hätäavun koordinaattorin antamia lausuntoja.

MTV3:n uutiset ovat suurimmaksi osaksi hyvin ytimekkäitä. Uutisissa käytetään vahvoja sanoja, kuten 'voimakas' ja 'raju'. Suurin osa uutisista kuulostaa hyvin neutraalilta, mutta joissakin uutisissa MTV3 käyttää eri alojen asiantuntijoilta saamiaan kommentteja. Tällaiset kommentit tekevät uutisesta hyvin uskottavan ja luotettavan lukijan silmissä. Näitä kommentteja on käytetty niin otsikoissa kuin uutistekstissäkin. Monet uutistekstit koostuvat suurimmaksi osaksi asiantuntijoiden kommentteista, eikä kirjoittajalle ole annettu niin paljon tilaa tuoda omia näkemyksiään esille. Nämä ovatkin uutisista niitä laajimpia ja kattavimpia. Mikäli asiantuntijoiden kommentteja ei tekstissä ole, koostuvat uutiset katastrofien kuvauksista ja uhrimääristä. Kuitenkin myös uhrimääristä puhuttaessa tieto on hankittu esimerkiksi viranomaiselta, mikä antaa taas hyvin luotettavan kuvan eikä jätä lukijalle varaa kyseenalaistaa tietoa niin herkästi. Mielestäni on hyvä, että lähes kaikki tieto on kerätty asiantuntijoilta. Tällä tavoin MTV3 saa lukijat "kuuntelemaan" enemmän, mitä uutisella on sanottavana, kun lähteinä on käytetty uskottavia ja vaikuttavia asiantuntijoita.

MTV3 luottaa uutisissaan enemmän tekstin kuin kuvien sanomaan. Kuvia uutisista kyllä löytyy, mutta ne ovat hyvin pieniä ja kuvaavat joko tuhon aikaansaannoksia tai katastrofin tapahtumapaikkaa kartalla. Tästä syystä uutisesta ei saa niin voimakasta ja tunteisiin vetoavaa kuvaa kuin olisi mahdollista. Yleensä katastrofeille annetaan aina kärsivät kasvot, mutta MTV3 ei selkeästikään halua luoda kyseistä efektiä lukijoilleen. Kuva tapahtumasta, ihmisestä tai katastrofista on merkittävä asia, uutisoitiin sitten mitä tahansa. Kuva antaa lukijalleen valmiiksi tietyn mielialan ja asenteen, jolla lukea uutinen läpi. Tästä syystä MTV3:n uutiset ovat hyvin neutraaleja, ne eivät herätä kuvien puuttumisen vuoksi kovinkaan paljon tunteita.

MTV3 on myös liittänyt uutisten loppuun muita uutisia, jotka löytyvät "Aiheisiin liittyviä artikkeleita" –otsikon alapuolelta. Nämä uutiset eivät kuitenkaan millään tapaa liity yläpuolella käsiteltyyn uutiseen. Alla olevat uutiset liittyvät esimerkiksi musiikkiin tai elokuvaan, mikä osaltaan taas vähentää lukijan mielessä katastrofiuutisen vakavuutta.

MTV3:n uutisissa käytetty retoriikka on hyvin vaisua. Uutiset saattavat olla hyvin lyhyitä tai tiiviitä tai sitten hieman liian pitkiä. Lyhyet uutiset ovat tietenkin parempia siinä mielessä, että moni jaksaa lukea ne loppuun asti, toisin kuin liian pitkiä uutisia. Tämä aiheuttaa sen, että lukija voi turhautuneena hypätä jonkin tärkeän kohdan ylitse, mikäli ei ole täysin kiinnostunut aiheesta. MTV3 tunnetaan enemmän viihdyttävänä kuin vakavana ja virallisena kanavana. Tämä voi olla syy siihen, miksi MTV3 ei panosta uutisiin, niiden ulkonäköön ja sisältöön niin paljon kuin YLE. Arkiston uutisia selatessa sivujen reunoilla on myös kaikkea, mikä ei uutiseen liity. Uutisen vieressä saattaa olla esimerkiksi välkkyvä mainos, joka häiritsee lukemista hyvinkin paljon.

#### **6.4.3 Medioiden retoriset eroavaisuudet ja yhtäläisyydet**

Vertaillessani kahta mediaa, YLEä ja MTV3:a, huomasin näiden kahden välillä monia eroja. MTV3 tunnetaan enemmän mainoskanavana, ja se on sävyltään hieman viihdyttävämpi ja rennompikin kuin YLE. YLE taas tunnetaan valtiollisena kanavana, ja sen uutisointityyli on enemmän virallista ja asiallista. Tästä syystä YLE mielletään yleensä enemmän vanhempien kuin nuorten ihmisten kanavaksi luonteenpiirteistään johtuen. On vaikeaa sanoa, kumpi media vakuuttaa paremmin yleisönsä, kun ihmisiä on niin monenlaisia. Pääasia on kuitenkin se, että nämä mediat vaikuttavat, tavalla tai toisella, ihmisten mieleen. Katastrofeista uutisoidessa kukin kuuntelee haluamaansa mediaa, mutta katastrofien viesti välittyy kuitenkin kuulijalle tai lukijalle selkeästi. YLE uutisoi verkossa katastrofeista hyvin vakavamielisesti, mikä tekee vaikutuksen YLE:n omaan kohdeyleisöön. MTV3:n ote verkkouutisiin on hieman rennompikin, mikä tietysti taas tehoaa paremmin heidän kohdeyleisöönsä. Kirjoitustyyli, jolla medioiden toimittajat katastrofeista uutisoivat, on kummallekin hyvin ominainen. Mediat myös tuntevat kohdeyleisönsä, joten heidän on helppo esimerkiksi otsikoinnin ja muun säätelyn avulla vedota juuri oikeisiin lukijoihin kirjoituksillaan.

Sekä MTV3 että YLE käyttää vaikuttamisenkeinoina asiantuntijoita, joilta saatuun tietoon lukijat varmasti luottavat. MTV3:n uutisista löytyi tutkijoita ja ministereitä, YLE taas käytti esimerkiksi silminnäkijöitä tuomaan uusia näkökulmia uutisiinsa. Molemmat mediat käyttävät uutisissaan myös kuvia, vaikkakin YLE:n kuvat tuovat lukijalle voimakkaammin esille sen, mitä on tapahtunut. Kummatkin mediat ovat kaikin puolin toimivia vaikuttajia, vaikka ovatkin tyyliiltään niin erilaisia, kuten taulukossa 1 on kuvattu.

	<b>YLE</b>	<b>MTV3</b>
Yleinen ilme	Vakava, virallinen	Rento, viihdyttävä
Kohdeyleisö	lääkäämmät katsojat	Nuoremmat katsojat
Käytetty retoriikka	Tehokasta	Tehokasta
Kirjoitustyyli	Selkeää, kantaaottavaa	Ytimekästä, ei ota kantaa
Kuvien käyttö	Runsasta	Vähäistä
Kuvien sisältö	Tunteita herättävää	Katastrofia kuvaavaa
Lähteiden käyttö	Vähäistä	Runsasta

Taulukko 1. YLE:n ja MTV3:n uutisointityylin ja retoriikan vertailua.

Taulukossa 1 on eritelty kummallekin medialle ominaisia piirteitä, ja taulukosta huomaa helposti medioiden suurimmat erot. Kumpikin kanava käyttää retoriikkaa tehokkaasti, mutta vetoaa kuitenkin yleisöönsä eri keinoin.

## **7 Luonnonkatastrofit keskusteluaiheena**

Internetin keskustelupalstat ovat nopea tapa tuoda mielipiteensä esille. Näissä keskusteluissa kirjoittaja pysyy myös nimettömänä, mistä syystä on helppoa kertoa mielipiteensä, oli se mikä tahansa. Tästä syystä keskustelupalstoilta löytyvät kommentit ovat yleensä kärkeviä ja joskus myös provosoivia.

Provosoivat kommentit ovat tietenkin tervetulleita, niiden avulla keskustelua saadaan syntymään enemmän ja saadaan monia eri mielipiteitä esille.

Tutkin kahta keskustelupalstaa, jotka löysin Internetistä. Napsun keskustelussa otsikkona oli ”Mietittekö tulevaisuudessa hotellia valittaessa mahdollista tsunamin vaaraa?” ja Ilta-Sanomien keskustelun otsikkona oli ”Vaikuttavatko luonnonkatastrofit matkasuunnitelmiisi?”. Napsun keskusteluun osallistujia oli kertynyt vähemmän kuin Ilta-Sanomien. Kummankin keskustelun kommentteja analysoin ensin tutkimalla, kuinka monta suoraa kyllä- ja ei-vastausta keskusteluun oli kertynyt. Tutkin, millaista kieltä vastaajat ovat käyttäneet ja analysoin sen avulla kommentteja syvällisemmin. Tutkin myös, sisältävätkö kommentit piilotettuja viestejä ja mitä näillä kommentteilla yritetään viestiä muille keskustelijoille. Tämän jälkeen tein kummastakin keskustelusta sisällönanalyysin, jonka avulla tarkastelin kerättyä aineistoa ja etsin, mitä eroja ja yhtäläisyyksiä eri keskustelijoiden kommentteilla oli. Sisällönanalyysin avulla pystyin muodostamaan keskusteluista tiiviin kuvauksen siitä, vaikuttavatko luonnonkatastrofit suomalaismatkailijoiden matkapäätöksiin.

## **7.1 Keskustelu Napsun verkkosivulla**

Keskusteluun osallistujia oli kertynyt 12, joista yhdeksän kertoi, ettei mieltä kohdetta valittaessa katastrofinuhkaa. He eivät ole huolissaan siitä, saattaisiko jokin katastrofi iskeä juuri heidän matkakohteeseensa. Kaksi vastaajista toteaa, että jos se on tullakseen, niin tulee. Pari vastaajaa kommentoi, että turhaa on lähteä miettimään ja pelkäämään tulevaisuudessa tapahtuvia katastrofeja, koska siinä tilanteessa joutuisi jäämään turvallisesti kotiin. Kaksi vastaajista kertoi myös, ettei tule tulevaisuudessa matkustamaan kaukomaille ollenkaan, joten ei tämän vuoksi mieltä asiaa mistään näkökulmasta.

Keskustelusta löytyi tasan yksi vastaaja, joka miettii tulevaisuudessa kohdetta valittaessa tsunamin tai muiden katastrofien vaaraa. Hän pitää Thaimaan tsunamia ”ensimmäisenä” tsunamina ja tämän takia ei matkusta tulevaisuudessa näille mielestään vaarallisille alueille. (Napsu 2011.)



## 7.2 Keskustelu Ilta-Sanomien verkkosivulla

Ilta-Sanomien Internet-sivuilta löytyi myös vuonna 2008 aloitettu keskustelu siitä, vaikuttavatko luonnonkatastrofit matkailijoiden matkasuunnitelmiin. Tarkasteluun on valittu muun muassa Aasian hyökyaalto, Amerikan hirmumyrskyt ja maanjäristykset eri puolilla maailmaa sekä Kreikan Rodoksella sattunut maanjäristys. Kyselyn tekijä kertoo, kuinka eri onnettomuuksissa on kuollut monia suomalaisia ja myöntää, että tästä syystä hän on perunut muun muassa Thaimaan matkan aikoinaan. (Ilta-Sanomat 2008.)

Vastauksia keskusteluun oli tullut yhteensä 48, joista 12 ei vastannut kysymykseen tai vastaukset liittyivät aivan eri aiheeseen. Aiheeseen liittyviä vastauksia oli tullut 36. Vastaajista selkeästi suurin osa, 26, kertoi, etteivät luonnonkatastrofit vaikuta heidän lähtöpäätöksiinsä millään tavalla. Oli vastauksia, joissa kerrottiin katastrofien vaikuttavan mahdollisesti silloin, jos vastaaja itse oli ollut paikalla katastrofin tapahtuessa. Monet kertoivat, että on mahdotonta ennustaa, missä luonnonkatastrofeja tapahtuu, kun niitä nykypäivänä tuntuu tapahtuvan ympäri maailmaa. Vastauksissa oli myös mainittu, kuinka pieni riski on joutua luonnonkatastrofin alle ja kommentoitu, kuinka suurempi riski on jäädä esimerkiksi auton alle omalla kotiseudullaan. Monet ovat myös hankkineet tietoa ja ohjeita siihen, kuinka suojautua tietynlaisilta luonnonkatastrofeilta, ja tämän takia uskaltavat matkustaa alueille, joissa katastrofeja on tapahtunut. Yksi vastaajista kertoi ilmoittaneensa ulkoministeriöille valmiiksi omatoimimatkastaan ja tilanneensa puhelimeensa kohdealueen tiedotteita. Hän kertoi myös, ettei muutama vuosi sitten olisi vielä osannut ajatellakaan valmistautuvansa matkaan näin. Toinen vastaajista kertoi, ettei luonnonkatastrofeilla ole mitään vaikutusta matkapäätöksiin, mutta toisenlaiset katastrofit vaikuttavat jollakin tasolla. (Ilta-Sanomat 2008.)

Vastaajista seitsemän kertoi, että luonnonkatastrofit vaikuttavat heidän matkasuunnitelmiinsa. Monet pelkäävät katastrofeja uhrilukujen vuoksi ja muutamat oman kokemuksensa takia. Yksi vastaajista välttelee alueita, joissa

esimerkiksi maanjäristykset ovat normaalia yleisempiä. Sama vastaaja myös välttelee Keski-Euroopan mahdollisia tulvia. Myönteinen vastaus tuli muutamilta vastaajilta myös siksi, etteivät he halua matkustaa alueelle, jossa vastikään on sattunut katastrofi. Näillä vastaajilla kyseessä ei ole pelko uudesta katastrofista vaan halu pysyä poissa alueelta, joka on jollakin tavalla tuhoutunut katastrofissa. Heitä ei miellytä sekasorron keskellä lomaileminen. Yksi vastaajista ei uskalla liikkua omalta kesämökiltään mihinkään, peläten joka puolella tapahtuvia luonnonkatastrofeja ja terrorismia. Yksi vastaajista ei halua ottaa turhia riskejä ja pysyttelee poissa alueilta, jotka ovat herkkiä esimerkiksi pyörremyrskyille. (Ilta-Sanomat 2008.)

### **7.3 Keskustelujen sisällönanalyysi**

On mielenkiintoista huomata, kuinka selkeästi kirjoittajan ”ääni” keskustelussa kuuluukaan. Keskusteluissa osa vastaajista kertoo suorasti mielipiteensä, osa pyrkii selvästi kommentillaan vaikuttamaan muiden keskustelijoiden mieleen ja mielipiteisiin. Jos mediat käyttävät retorisia keinoja uutisoidessaan katastrofeista ja tällä keinoin luomaan luotettavuutta uutisiaan kohtaan, niin samaan pyrkivät nämä keskustelijatkin. Katastrofeja pelkääviä kannustetaan lähtemään matkoille korostamalla sitä faktaa, että on paljon todennäköisempää joutua jonkin muunlaisen onnettomuuden kuin luonnonkatastrofin uhriksi. Tällaisissa kommenteissa käytetty kieli on hyvin voimakasta ja vakuuttavan kuuloista. Kommenteista on myös helppoa päätellä, millaisella ”äänensävyllä” ne kirjoitetaan, ja kyseisissä kommenteissa äänensävy oli hyvin rauhoittava ja turvallisuuden tunteen luova.

Keskusteluissa minua kiehtoi eniten se, kuinka välinpitämättömästi osa keskustelijoista suhtautuu luonnonkatastrofeihin, eikä anna niiden millään tavalla vaikuttaa tulevaisuuden matkailupäätöksiinsä. He toivat mielipiteensä esille hyvin neutraaliin sävyyn, ikään kuin ilmoittivat vain, ettei luonnonkatastrofeja kannata pelätä. Nämä vastaajat ovat selkeästi niitä, jotka eivät anna luonnonkatastrofeista uutisoinnin vaikuttaa heidän mielipiteisiinsä. Nämä vastaajat olivat niitä, jotka matkustavat keskimääräistä enemmän.

Matkailijoiden kokemus ohjaa heidät hakemaan tiedon mielummin viranomaisilta kuin medialta, eivätkä he anna medioiden luomien uhkakuvien vaikuttaa matkailuunsa. Keskusteluista löytyi kuitenkin provosoijia, jotka vähättelemällä muiden pelkoa katastrofeja kohtaan loivat keskustelua siitä, mikä aiheuttaa luonnonkatastrofeja ja miksi niitä tulisi pelätä. Provosoituvat osapuolet olivatkin suurimmaksi osaksi niitä, jotka antoivat luonnonkatastrofien ilmenemisen ja niiden aiheuttamista tuhoista uutisoinnin vaikuttaa matkailuunsa. Kommenteissaan vastaajat kuitenkin toivat esille mielipiteensä ja perustelivat sen hyvin. Monet mielipiteet pohjautuivat aiempiin kokemuksiin tai faktoihin. On kuitenkin helppoa huomata, kuinka muutamat keskustelijoista pyrkivät jollakin tapaa rohkaisemaan keskustelijoita, jotka syystä tai toisesta luonnonkatastrofeja pelkäävät, matkustamaan pelätyille alueille. Tällaista rohkaisua keskustelijat luovat korostamalla sitä, että koskaan ei voi tietää, missä tapahtuu ja mitä tapahtuu.

Keskustelun kommenttien luonteesta käy ilmi, minkälaiset matkailijat ovat niitä, jotka pelkäävät luonnonkatastrofeja ja ketkä niitä, jotka eivät pelkää katastrofeja ollenkaan. Monet keskustelijat, jotka matkustavat paljon joko vapaa-aikanaan tai työnsä puolesta, ovat saattaneet kokea luonnonkatastrofin jollakin tapaa. Nämä matkailijat ovat niitä, jotka eivät koe luonnonkatastrofeja pelottaviksi. Media kuitenkin vaikuttaa monien mielipiteisiin uutisillaan ja korostamalla katastrofien aiheuttamia tuhoja. Tästä syystä ihminen, joka ei matkustele paljon, saa helposti kuvan, että luonnonkatastrofeissa on ”helppo” kuolla ja ne aiheuttavat paljon tuhoa. Tästä syystä hän pelkää katastrofeja niin paljon. Toisaalta taas ne, jotka ovat kokeneet esimerkiksi maanjäristyksen, eivät osaa pelätä tämänlaisia katastrofeja yhtä paljon verrattuna vähemmän matkailevaan ihmiseen. Keskustelun kommentteista voi tietenkin myös rivien välistä lukea, ketkä ovat ottaneet selvää esimerkiksi katastrofien syntymisestä ja ketkä eivät. Tietämättömyys katastrofeista aiheuttaa sen, etteivät monet osaa ajatella katastrofien aiheuttamaa vaaraa matkustaessaan.

Kommenteista onkin melko helppo huomata, kuka vastaajista matkustelee enemmän, kuka vähemmän. Kokeneet matkaajat ovat nähneet ja kokeneet matkoillaan enemmän, joten heidän pelkokynnyksensä on tätä myöten

madaltunut. Näiden matkailijoiden kommenteista huokuu luottamus omaa tietotaitoaan kohtaan, ja he eivät selkeästikään tästä syystä nosta luonnonkatastrofeja niin tärkeäksi tekijäksi kuin vähemmän matkailevat. He luottavat täysin siihen, etteivät luonnonkatastrofit tule osumaan heidän matkoilleen ja siihen, että he pystyvät tarvittaessa selviämään niistä. Vähemmän matkailevien kommenteista voi taas selkeästi huomata pelon luonnonkatastrofeja kohtaan ja tämä pelko pohjautuu siihen, kuinka varmoja he ovat luonnonkatastrofin sattumisesta omalle kohdalle. Tämän tyyppiset matkailijat ovat itsensä lisäksi huolissaan myös läheistensä matkailusta. Olisi mielenkiintoista tietää, mihin heidän mielipiteensä pohjautuvat. Onko pelko median luomaa? Vai ovatko nämä matkailijat ottaneet itse selvää luonnonkatastrofeista ja ovat perillä niiden synnystä? Näihin kysymyksiin en löydä kyseessä olevien matkailijoiden kommenteista vastausta. Kun mietitään matkailijoiden kokemusten määrää, on kuitenkin selvää, että enemmän matkailevat ovat paremmin perillä luonnonkatastrofien vaaroista kuin vähemmän matkailevat, ja ainahan ihminen on pelännyt tuntematonta.

Monet keskustelijoista tiedostavat sen, että maailman matkailuun liittyy aina riskejä. Media on käsitellyt katastrofeista vain suurimpia, joten pienimmät katastrofit eivät aina välttämättä saavuta kaikkia matkailijoita median tai muunkaan väylän avulla. Tästä syystä monet puhuvat keskustelupalstalla Thaimaan tsunamista tai Kreikan maanjäristyksistä. Millä tavalla matkailijat sitten suhtautuvat esimerkiksi Yhdysvaltojen lähetyvillä pyöriviin pyörremyrskyihin? Sää tiedotteiden mukaan pyörremyrskyjen määrä on suurempi kuin esimerkiksi tsunamien, mutta harvoin kuulee ihmisten puhuvan siitä, kuinka he peruisivat matkojaan Yhdysvaltoihin pyörremyrskyjen vuoksi. Keskustelusta löytyy kuitenkin pari vastaajaa, jotka välttelevät Yhdysvaltojen pyörremyrskyjä, mutta hekin ovat Yhdysvalloissa asuvia suomalaisia, eivätkä tavallisia matkailijoita. Pyörremyrskyt ovat mahdollisesti kuitenkin niin yleisiä nykypäivänä, etteivät monet osaa ajatella niitä niin vakavina luonnonkatastrofeina kuin esimerkiksi tsunameja. Keskustelua analysoitaessa moni kuitenkin asettaa matkakohdevaihtoehdonsa selkeästi vaarallisuusjärjestykseen. Thaimaan tsunami tappoi hyvin monta matkailijaa ja suomalaista, mikä varmasti kuulostaa hyvin pelottavalta monen matkailijan

mielessä. Seuraavaksi vaarallisimmaksi keskustelujen mukaan koetaan Kreikka. Keskustelu on kylläkin käyty heinäkuussa 2008, mikä saattaa olla syynä siihen, kuinka monesti Kreikan maanjäristykset on otettu keskustelussa esille. Mielestäni moni kuitenkin muodostaa mielipiteensä median avulla. Ilman mediaa monet eivät ymmärtäisi ajatellakaan ympäri maailmaa tapahtuvia katastrofeja.

Keskustelut luonnonkatastrofeista nousevat esille keskustelujen aloituspäivämääristä päätellen silloin, kun luonnonkatastrofi on juuri tapahtunut. Napsun sivuilla käyty keskustelu oli aloitettu maaliskuussa 2011 tapahtuneen Japanin maanjäristyksen ja tsunamin jälkeen, ja Ilta-Sanomien keskustelu alkoi muodostumaan Kreikan Rodoksen maanjäristyksen jälkeen. Olisi mielenkiintoista tietää, minkälaisia mielipiteitä matkailijoilla on ollut luonnonkatastrofeista aiemmin, esimerkiksi 15 vuotta sitten. Onko silloin käyty vastaavanlaisia keskusteluja aiheesta, vai ovatko ne nousseet matkailijoiden mieliin vasta nyt, kun luonnonkatastrofeja on tapahtunut yllättävän usein ja niistä uutisoidaan enemmän? Keskusteluista käy ilmi, että vaarallisimpana kohteena matkailijat pitävät edelleen Thaimaata. Jos itse muistelen menneinä vuosina sattuneita katastrofeja, Thaimaan tsunami on kieltämättä ensimmäisenä mielessäni. Uhrimäärä on luultavimmin päällimmäinen syy siihen, miksi Thaimaasta on muodostunut matkailijoiden mieliin pelottava kuva.

Katastrofeja pelkäävät perustelevat pelkonsa heikosti. Ainoa perustelu, jonka peloille löysin, oli se, kuinka heidän sukulaisensa tai tuttavansa ovat joutuneet katastrofin uhriksi ja tästä syystä he eivät enää halua ottaa riskejä ja tehdä matkaa alueelle, jossa luonnonkatastrofi voisi tapahtua. Näiden vastaajien joukosta löytyi kylläkin myös niitä, jotka eivät pelänneet katastrofeja millään tavalla. Heidän matkailuunsa luonnonkatastrofit kyllä vaikuttivat, mutta enemmän siten, että halusivat ajatella ekologisesti ja vähentää matkailua esimerkiksi lentoliikenteen aiheuttaman saastuttamisen vuoksi. Heidän mielestään luonnonkatastrofit ovat suoraan kytköksissä ilmastonmuutokseen.

Suurin osa keskusteluun osallistuvista koostuu niistä vastaajista, jotka kommentaillaan jollakin tapaa mielestäni väheksyvät luonnonkatastrofien voimaa ja niiden aiheuttamaa pelkoa ja tietyllä tavalla uhmaavat niitä olemalla

pelkäämättä. Nämä kommentit kuulostavat myös herkästi asiantuntevilta lukijaan korvaan, vaikkei vastaajat välttämättä olekaan perehtyneet luonnonkatastrofeihin ja niiden ilmenemiseen normaalia enemmän. Enemmän matkailevien kommentit ovat hyvin vahvoja piirteiltään ja sanomaltaan ja kuulostavat mielessä hyvin päättäväsiltä ja rohkeilta. Nämä kommentit tuovat varmasti myös katastrofeja pelkäävän mieleen kysymyksen ”Entä jos pelkäänkin turhaan?”. Mielestäni on hyvin tärkeää, että vastaajat, jotka eivät katastrofeja pelkää, korostavat sitä, kuinka katastrofeja voi sattua missä tahansa ja niiden vältteleminen estää matkailun lähes kokonaan. Keskustelujen kommentteja läpi käydessä on myös helppo huomata, kuinka muutamat keskustelijat liioittelevat luonnonkatastrofin vaaroja, mikä on toinen ääripää niille, jotka vähättelevät katastrofeja. On tietenkin parempi, että varautuu pahimpaan matkoillaan, kuin että jättää matkan tekemättä menneisyyden luonnonkatastrofien vuoksi.

Napsun keskustelun otsikossa puhutaan heti tsunamista ja keskustelussa puhutaan suurimmaksi osaksi juuri Thaimaan tsunamista. Thaimaan tsunami on yksi lähihistorian uutisoiduimmista luonnonkatastrofeista, ja monille varmasti jäi kymmenistä tsunamia koskevista uutisista päällimmäisenä mieleen uhrimäärä ja varsinkin se, kuinka monta suomalaista matkailijaa katastrofissa kuoli. Tämä on varmasti monilla suurin syy siihen, miksi tsunamia pelätään, vaikkei niiden ilmeneminen olekaan niin yleistä, kuin monet kuvittelevat. Myös Ilta-Sanomien keskustelussa heti johdannossa puhutaan uutisista koskien katastrofeja. Keskusteluun osallistuvat selkeästi siis muodostavat mielipiteensä katastrofeista medioiden antamiin kuviin katastrofien tuhoista.

Näin matkailualaa opiskelleen mielestä olisi hyödyllistä luoda enemmän keskustelua luonnonkatastrofeista ja niiden ilmenemisestä. Kuten Ilta-Sanomienkin keskustelussa yksi vastaajista kertoi, kuinka matkanjärjestäjiltä ja matkatoimistoilta on hyvä ottaa selvää katastrofeista ja katastrofialueista. On selvää, että katastrofeja pelkäävät eivät täysin ole perillä katastrofeihin liittyvistä asioista ja tästä syystä pelkäävät niitä hyvinkin paljon. Nämä ihmiset eivät kuitenkaan osaa kunnolla perustella, miksi pelkäävät luonnonkatastrofeja. Tästä syystä olisikin parempi, että luonnonkatastrofeista keskusteltaisiin enemmän.

## 8 Johtopäätökset

Keskustelupalstoja tutkiessa on selvää, ettei suurin osa vastaajista anna luonnonkatastrofien ilmenemisen vaikuttaa matkasuunnitelmiinsa millään tavalla. Vastaajista vähemmistö muodostui niistä, jotka jollakin tavalla pelkäsivät tai halusivat välttää katastrofialueita. Vastaajat, jotka eivät luonnonkatastrofeja pelkää, ovat niitä, jotka matkusteleivat enemmän ja jollakin tavalla tuntevat luonnonkatastrofit ja niiden käyttäytymisen hyvin. Nämä vastaajat perustivat mielipiteensä faktoihin ja aiempiin kokemuksiin. Vastaajat, jotka luonnonkatastrofeja välttelevät ja pelkäävät, eivät perustelleet mielipidettään välttämättä mitenkään. Osa luonnonkatastrofeja pelkäävistä kertoi läheistensä olleen osana luonnonkatastrofia ja tästä syystä halusivat itsekin pysytellä turvassa tulevaisuuden katastrofeilta välttelemällä matkustamista katastrofialueille. Luonnonkatastrofeista suurin osa pelkää tsunamia, johtuen uhrimäärästä ja varsinkin siellä kuolleiden suomalaisten määrästä.

Median retoriikkaa analysoidessani tutkin YLEn sekä MTV3:n verkkosivuilta löytyviä uutisia. Nämä kaksi mediaa käyttävät retoriikkaa hyvin eri tavalla. YLEn retoriikka on näkyvämpää kuin MTV3:n. Nämä mediat ovat kuitenkin luonteeltaan niin erilaisia, etteivät erot retoristen keinojen käytössä yllätä. Uutisoidessaan kummatkin mediat käyttävät voimakkaita sanoja katastrofeja kuvatessaan, mutta esimerkiksi MTV3:n uutisiin liitetyt kuvat eivät tuo lukijalle niin voimakasta tunnetta tapahtuneesta kuin YLEn uutisissa esiintyneet kuvat.

Medialla on tärkeä rooli luonnonkatastrofeista uutisoidessa. Media on se, mistä yleisö saa ensimmäisenä tiedon tapahtumista ja media valitsee sen tiedon, jonka haluaa uutisoida yleisölleen. Se, millaisen kuvan yleisö saa luonnonkatastrofeista, riippuu täysin siitä uutisoivasta mediasta. Tutkimukseni osoitti, että YLE uutisoi luonnonkatastrofeista selkeästi dramaattisemmin kuin MTV3. Näiden medioiden tapa uutisoida riippuu kuitenkin niiden luonteenpiirteistä ja siitä, millainen uutisoiminen on heille ominaista.

On oletettavaa, että median luomat pelot luonnonkatastrofeja kohtaan vaikuttavat niiden matkailijoiden lähtöpäätöksiin, jotka luonnonkatastrofeja

parhaansa mukaan matkustellessaan välttelevät. Mediahan pyrkii monin keinoin vakuuttamaan yleisönsä uutistensa luotettavuudesta ja useimmiten yleisölle näkymättömin keinoin siinä onnistuukin. Näitä keinoja ovat esimerkiksi median retoriikan tutkimuksessani ilmenneet voimakkaat sanat sekä erilaiset tunteisiin vetoavat kuvat. Tutkimusten mukaan löytyy myös niitä ihmisiä, jotka hakevat tiedon katastrofeista mielummin viranomaisilta kuin median välityksellä. Tällä tavoin media ei pääse niin suuresti vaikuttamaan matkailijoiden mielipiteisiin luonnonkatastrofeille altistuneista matkakohteista ja niiden turvallisuudesta. Televisio on luokiteltu yhdeksi tärkeimmistä informaationlähteistä, joten median uutisoivat katastrofit ja niiden tuhot saavuttavat suuren osan suomalaisista television välityksellä.

## **9 Arviointi**

Opinnäytetyöni tutkimusongelmat muuttuivat hieman matkan varrella, mikä vaikutti välillä negatiivisesti työn etenemiseen. Tutkimuskysymysten vakiinnuttua ei ollut kuitenkaan oletettua hankalampaa löytää aineistoa analysoitavaksi. Luonnonkatastrofeja koskevia keskusteluja olisin kylläkin halunnut löytää useampia, jotta tulokset olisivat olleet luotettavampia. Vaikka tutkimukseen sopivia keskusteluja ei löytynyt kahta enempää, olen kuitenkin tyytyväinen siihen, kuinka moni keskusteluun on ottanut osaa.

Luonnonkatastrofien vaikutuksia matkailijoiden lähtöpäätöksiin on vaikea lähteä tutkimaan keskustelupalstojen kautta, varsinkin kun palstoja löytyi vain kaksi. Tutkimus olisi ollut helpompi suorittaa haastattelemalla niin matkailijoita kuin matkanjärjestäjiäkin, jolloin tutkimustulokset olisivat olleet selkeämmät ja helpommin analysoitavissa. Kaikki keskusteluihin osallistuvat eivät myöskään perustelleet vastaustaan kunnolla, mikä synnyttää tutkimukseen pienen mustan aukon. Haastattelemalla matkailijoita olisin päässyt kaivautumaan syvemmälle katastrofien aiheuttamiin tunteisiin ja ajatuksiin kuin mitä keskustelupalstojen kautta.



Median käyttämä retoriikka on alue, jota en ole aiemmin tutkinut. Oli mielenkiintoista lähteä analysoimaan syvemmin, millaisin keinoin mediat yrittävät yleisönsä vakuuttaa. Kahden lähes täysin erilaisen median valinta tutkimukseen oli hyvä päätös, koska näin tutkimuksesta sai kattavamman. Tutkimuksessa käytetyt mediat ovat myös valtakunnallisesti tunnettuja ja Suomen suurimpia vaikuttajia. Tästä syystä juuri näiden medioiden analysoiminen tuotti mahdollisimman luotettavan tuloksen.

Tutkimus tuotti paljon uutta tietoa aiheesta. Keskustelujen perusteella luonnonkatastrofin vaikutukset suomalaisten matkailuun ovat hyvin pienet, ja suurin osa vastaajista on selkeästi valmis matkustamaan katastrofialueille. Vaikka tutkimus tuottikin hieman entistä laajemman käsityksen suomalaisten peloista luonnonkatastrofeja kohtaan ja median uutisoinnin vaikutuskeinoista, olisin toivonut, että käytettävissäni olisi ollut enemmän tutkimusaineistoa. Mediasta ja sen retoriikasta löytyi paljon tietoa ja sen analysoiminen tuntui luotettavalta, mutta suoraan matkailijoilta kerättävä aineisto jäi mielestäni melko suppeaksi. Aihe ei myöskään välttämättä ole noussut vielä niin ajankohtaiseksi, että useammilla olisi mielenkiintoa tutkia asiaa. Aiheesta on helppoa löytää sitä sivuavaa aineistoa, mutta täysin opinnäytetyöni tutkimusta vastaavaa aineistoa löytyi vähän. Keskustelujen osalta olen kuitenkin tyytyväinen keskustelujen runsaaseen osallistujamäärään ja muuhun aineistoon, jota Internetin välityksellä löysin.

Tämän opinnäytetyön tehtyäni olen oppinut tarkastelemaan laajempaa kokonaisuutta ja käsittelemään tutkimiani asioita eri perspektiiveistä. Opinnäytetyön tekeminen opetti minulle myös sen, kuinka syvälle tutkimusongelmaan minun on mentävä, jotta löydän haluamani riittävän kattavat vastaukset tutkimuskysymyksiin. Nyt kun olen aiheeseen perehtynyt, tutustuisin mielelläni jatkossa aihetta käsitteleviin tutkimuksiin ja toivoisin, että aiheesta tehtäisiinkin mahdollisimman kattava tutkimus tulevaisuudessa.

## **Taulukot**

Taulukko 1. YLE:n ja MTV3:n uutisointityylin ja retoriikan vertailua, s. 30

## **Kuviot**

Kuvio 1. Katastrofin seuraukset matkakohteessa, s. 9

Kuvio 2. Suomalaisten suosimat ulkomaankohteet vuosina 2005, 2008 ja 2010, s. 17

Kuvio 3. Informaation kulku katastrofipaikalta yksittäiselle matkailijalle, s. 22

## LÄHTEET

Association of Caribbean States. 2007. Tourist safety and security in the coastal zones of the greater Caribbean. <http://www.acs-aec.org/Disasters/CANREDES/English/An.%20X%20en.pdf> Luettu 18.10.2011

AthenaGlobal. 2004. Disasters. [http://www.athenaglobal.com/pdf/5\\_disasters.pdf](http://www.athenaglobal.com/pdf/5_disasters.pdf) Luettu 18.10.2011

Conan-Davies, R. 2003. What are natural disasters? <http://clearlyexplained.com/nature/earth/disasters/> Luettu 3.8.2011

Cooper, C., Wanhill, S., Fletcher, J., Gilbert, D. & Fyall, A. 2005. Tourism: Principles and Practice. Tourism consumer behavior. <http://www.slideshare.net/epy/tourism-consumer-behavior> Luettu 20.10.2011.

Davis, I., Wisner B., Blaikie, P. & Cannon, T. 2004. At Risk - Natural hazards, people's vulnerability and disasters. Wiltshire: Routledge

Docstoc. 2010. Factors affecting tourism: natural disasters. <http://www.docstoc.com/docs/50817303/Factors-Affecting-Tourism-Natural-Disasters> Luettu 3.8.2011

Hall, C. & Page, S. 1999. The geography of tourism and recreation: environment, place, and space. New York: Routledge.

Hall, C. & Timothy D. & Duval D. 2003. Safety and security in tourism : relationships, management, and marketing. Binghamton: Haworth Hospitality Press.

Helsingin yliopisto. 2011. Valtiotieteellinen tiedekunta. Laadulliset menetelmät yhteiskuntatieteissä. Mitä ja millaista on laadullinen tutkimus? <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/laadtut/pyorala.htm> Luettu 24.8.2011

Iltä-Sanomat. 2008. Keskustelut. Vaikuttavatko luonnonkatastrofit matkasuunnitelmiisi? <http://keskustelut.iltasanomat.fi/thread.jspa?threadID=8605> Luettu 19.10.2011.

Inspirans. 2009. Laadullinen tutkimus. Mitä laadullinen tutkimus on?  
<http://www.inspirans.fi/laadullinen-tutkimus> Luettu 27.9.2011

Kettunen, N. 2011. Suomalaiset matkailijat omatoimisia.  
[http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2011/07/suomalaiset\\_matkailijat\\_omatoimisia\\_2738388.html](http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2011/07/suomalaiset_matkailijat_omatoimisia_2738388.html) Luettu 3.8.2011

Napsu. 2011. Kysy ja vastaa. Mietittekö tulevaisuudessa hotellia valittaessa mahdollista tsunami vaaraa? <http://www.napsu.fi/vastaukset/kysymys/40450>  
Luettu 19.10.2011

Maneerat, P. & Hirunraks, A. 2006. The behavior of international tourists visiting Phuket in 2004.  
<http://fulltext.phuket.psu.ac.th/proceeding/2549/25039.pdf#page=601> Luettu 19.10.2011

Myllyvirta, L. Ilmastonmuutos ja luonnonkatastrofit.  
<http://www.maanystavat.fi/online/hyy-luonnonkatastrof-myllyvirta190405.pdf>  
Luettu 27.9.2011

Näppä, M. 2005. Reppumatkailun työntö- ja vetovoimatekijät: Case Bangkok. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Ralli, T. 2005. Turvallisuuskäsitysten merkitys ja turvallisuusuhat matkailualalla Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Opinnäytetyö.

Rantapallo. 2011. Suomalaiset matkailijat maassa maan tavalla.  
<http://www.rantapallo.fi/matkailu/suomalaiset-matkailijat-maassa-maan-tavalla/>  
Luettu 3.8.2011

Saraste, A. 2011. Kriisin saama mediajulkisuus lisää hätäapulahjoituksia.  
[http://yle.fi/uutiset/teksti/kotimaa/2011/07/kriisin\\_saama\\_mediajulkisuus\\_lisaa\\_hataapulahjoituksia\\_2738442.html](http://yle.fi/uutiset/teksti/kotimaa/2011/07/kriisin_saama_mediajulkisuus_lisaa_hataapulahjoituksia_2738442.html)

Taloussanomat. 2010. Suomalainen matkustaa lamassakin. 2010.  
<http://www.taloussanomat.fi/liikenne/2010/02/21/suomalainen-matkustaa-lamassakin/20102657/139> Luettu 27.9.2011

Taloustutkimus Oy. 2007. Tiedonkeruuratkaisut.  
[http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet\\_ja\\_palvelut/tiedonkeruuratkaisut\\_ja\\_monitila/kvalitatiivinen\\_tutkimus/](http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/) Luettu 27.9.2011

Tilastokeskus. 2006. Suomalaiset tekivät kaikkiaan 32,7 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa vuonna 2005. [http://tilastokeskus.fi/til/smat/2005/smat\\_2005\\_2006-06-30\\_tie\\_001.html](http://tilastokeskus.fi/til/smat/2005/smat_2005_2006-06-30_tie_001.html) Luettu 27.9.2011

Tilastokeskus. 2009. Suomalaiset tekivät yli 32 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa vuonna 2008 [http://tilastokeskus.fi/til/smat/2008/smat\\_2008\\_2009-07-03\\_tie\\_001.html](http://tilastokeskus.fi/til/smat/2008/smat_2008_2009-07-03_tie_001.html) Luettu 27.9.2011

Tilastokeskus. 2011. Suomalaisten matkailu kasvoi vuonna 2010.  
[http://tilastokeskus.fi/til/smat/2010/smat\\_2010\\_2011-06-30\\_tie\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/smat/2010/smat_2010_2011-06-30_tie_001_fi.html)

United Nations Economic and Social Council. 2005. Major issues in tourism development in the Asian and Pacific region: crisis and risk management in tourism. [http://www.unescap.org/ttdw/common/Meetings/STD/STD\\_4E.pdf](http://www.unescap.org/ttdw/common/Meetings/STD/STD_4E.pdf)  
Luettu 18.10.2011

Urpilainen, M. 2010. Kajaanin linnanrauniot: matkailukäytön kehittämismahdollisuudet. Matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

World Travel and Tourism Council. 2011. Travel and tourism.  
[http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf)