**The geography of fear: the tourist destination in the shadow of terror attacks**

**Nils,**

**Det är främst aspekter markerade I gult nedan som vi är intresserade av.**

**Hälsningar**

**Jörgen**

**Research objectives and aims**

Syftet med forskningsprojektet är att undersöka vilka konsekvenser som rädsla för terrordåd bland turismdestinationens intressenter medför samt hur rädslan bemöts i den urbana turistdestinationens marknadskommunikation och fysiska insatser i stadsmiljön. Studien adresserar därför följande forskningsfrågor:

1. Hur uppfattar svenska och internationella besökare säkerhet i svenska stadskärnor som

turistdestinationer?

1. Vad är den allmänna föreställningen om terror och säkerhetsrisk på turistdestinationer? Hur inverkar

föreställningar om terrorism på val av turistdestination?

1. Vad betyder rädslans geografi för besökares rörelsemönster och beteende på destinationer?
2. Hur skapas föreställningar om terrordåd narrativt i nyhetsmedia och sociala medier? Vilka strategier kan användas för att hantera dessa?
3. Hur hanterar och bemöter den urbana destinationens olika intressenter (främst stadsplanerare, kommunikatörer och näringsidkare) rädslan för terror i kommunikativa, fysiska och symboliska insatser?

Frågeställningarna besvaras dels genom en enkätstudie av uppfattningar hos svenska och internationella turister och dels en fördjupande kvalitativ studie om hur media är med och skapar föreställningar om terror, samt hur tio svenska framträdande turiststäder hanterar och bemöter dessa föreställningar. Målet med projektet är att generera ny kunskap som kan bidra till att öka den upplevda tryggheten på turistdestinationer och på så vis skapa socialt hållbara destinationer.

Resultaten från projekt kan användas för att utveckla svenska städers strategier, både kommunikativt och i den fysiska miljön gällande upplevd trygghet för att de ska även framgent ska vara attraktiva destinationer för såväl inhemska som internationella besökare.

**Literature review**

Xxx

Xxx

***Hypotheses***

On the basis of the literature review, we postulate the following research hypotheses. These seven hypothesis encircle how city communication and planning of built environment correlates with experiences of safety in the city.

The following hypotheses are addressed in the **first section** of the survey that focus on the visitor’s perception of the visited destination:

Old

H1. There is a difference between visitors’ image of the city and their experience of safety in the city. (Chen et al 2001; Donaldson & Ferreira 2009; Avraham xx)

New

H1: There is a positive relationship between a visitor’s perceived image of the visited city and perception of the level of city safety.

Old:

H7. Visitors feel safe in well-maintained cities (Blanc 2013; Philipp 2001; Mouratidis, 2017)

New

There is a positive relationship between a visitor’s perceived level of maintenance of the visited city and the experienced level of city safety

H2. There is a difference between visitors’ image of the nation and their perceptions of safety in the city. (Avraham xx)

New

There is a positive relationship between a visitor’s image of a nation and perception of city safety.

Old

H8. There is a difference in experience of city safety between those who are familiar with the city and those who are less familiar. (Seabra, 2013; Bennetts et al., 2017; Chen et al 2001;) Mouratidis, 2017)

New

There is a positive relationship between the number of visits to a city (experience of a city) and experienced city safety

Antalet besök till indexet city brand alt de tre frågorna som berör säkerhet indexet city branding

The following hypotheses are addressed in the **second section** of the survey that focus on the visitor’s general attitudes to destination safety.

Old

H3. There is a difference in perceptions of safety in the city between those who read online news media and those who do not. (Kapuscinski & Richards, 2016)

New

H3

There is a positive relationship between a visitor’s degree of reading news media articles about the destination and their attitude to safety of a destination

Undersök gärna skillnad mellan utländska och svenska besökare.

Old:

H4. There is a difference in perceptions of safety in the city between those who actively search for information about the destination on social media. (Kapuscinski & Richards, 2016)

New

There is a positive relationship between the extent a visitor has searched for information about the destination on social media and their attitude to the safety of a destination.

Undersök gärna skillnad mellan utländska och svenska besökare.

Old

H5. There is a difference in perceptions of safety in the city between experienced travellers and novice travellers. (Seabra, 2013)

New

There is a positive relationship between a visitor’s travel experience and attitude to safety of a destination

Finns en korrelation mellan dessa variabler: Antal resedagar per år i relation till attityd av säkerhet (frågorna som rör fraud, robbery, terrorism etc).

Vad gäller säkerhet är det även intressant att se om det finns skillnad, svenska och internationella besökare, eller ålder.

Old:

H6. There is a difference in perceptions of safety in a destination between domestic and international visitors. (Phillips et al 2010

Old:

H10. Visitors feel safe in lively parts of the city. (XX)

New

There is a positive relationship between a visitor’s perception of the level of activity in a destination and their attitude to destination safety

Föreslås tas bort:

H9. There is a difference in perceptions of safety in the city among visitors during different times of the day. (XX)

ok

Vi är även intresserad av skillnader mellan svenska och internationella besökare vad gäller frågorna som rör övervakning, trafikhinder, poliser etc.

**Methodology**

xxx

**Findings**

xxx

**Discussion**

xxx

**Conclusions**

xxx