

EMNEBESKRIVELSE
TUA 1100 Turist og attraksjon
Studieløpsemne

1. Studieløp	Bachelor i reiseliv
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Kjersti Ruud Walaas
5. Antall timer	36
6. Krav til forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Læringsmål	<p><u>Kunnskapsmål:</u> Dette kurset har to kunnskapsmål: Å gi studenten innføring i turistens og den reisendes kjennetegn, rolle, motiver og typer, samt å gi innføring i attraksjonens generelle kjennetegn, grad av autensitet og tiltrekningskraft på ulike typer turister nasjonalt, internasjonalt og innen ulike målgrupper.</p> <p><u>Ferdighetsmål:</u> For det første legges det vekt på forståelse for hva ulike typer turister ønsker å oppleve, og for det andre hvordan de største attraksjoner i vårt eget land kan legge til rette for denne opplevelsen. Målet er å fremme studentenes kjennskap til eget turistprodukt og hvordan vi kan fremstå som attraktive i internasjonale markeder. Studenten vil læres opp til å se og utvikle attraksjonens potensial som del av et helhetlig nasjonalt turistprodukt. Han/hun vil også settes i stand til å videreutvikle eksisterende og utvikle nye attraksjoner basert på identitet, marked og ønskede typer turister.</p> <p><u>Holdningsmål:</u> Emnet problematiserer turisten som fenomen og søker å forstå turisten i samfunnet i dag. Videre drøftes hvilken historie og hvilket bilde som formidles gjennom tilrettelegging av kulturbaserte attraksjoner. En konstruktiv og kritisk holdning til det norske turistprodukt i dag og i fremtiden og hvordan dette kan videreutvikles står i fokus.</p>
8. Innhold	<p>Introduksjon: Grunnleggende sosiologiske begreper og typologier. Hvorfor studere turist og attraksjon i reiselivsstudiet?</p> <p>Turistteorier: Hvorfor reiser man? Historisk tilbakeblikk på den reisende; dannelsesreisen, pilegrimsreisen, handelsreisen.</p> <p>Reisen som hellig, brudd med det normale, motsetning arbeid – ferie, som meningsfull og/eller autentisk, som lærdom og/eller</p>

	<p>avkobling/opplevelse/nyttelse og /eller statusmarkør, ”turistens blikk” – visuelt og distansert, sosialt konstruert</p> <p>Hvem er turistene? Typologier; masseturister og alternative turister; hjelpeturister, langtidsturister, opplevelsesturister, etc.</p> <p>Attraksjonsteori: Ressurs, marked, attraksjon, tilrettelegging og formidling. Fra natur- eller kulturressurs til attraksjon.</p> <p>Kultur som noe reiselivsbransjen tilrettelegger og selger, kommersialisering, det samiske, det norske, eksotifisering.</p> <p>Turistens forestilling, identifikasjon, attraksjonens symbolbruk, iscenesatt autensitet. Kulturarv – bevaring, revitalisering, representasjon. Eksempler fra vikingtiden, folkeeventyr, litteratur, musikk, kunst, teater, bondekultur og det nye Norge ved Operaen og Fjordbyen.</p>
9. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også kunne presentere ulike former for oppgaver i klassen. Det beregnes en betydelig egeninnsats i løpet av kurset.</p>
10. Vurdering	<p>Deleksamen i gruppe teller 40 % av karakteren i emnet.</p> <p>Individuell skriftlig slutteksamen på tre timer teller 60 % av karakteren i emnet.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Lyngnes, Sølvi. 2007. <i>Kultur og turistattraksjoner : jakten på det norske, jakten på opplevelser</i>. Oslo : Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-15-00582-9 (194 s.) Pris: 299,-</p> <p>Kompendium for TUA1100 Turist og attraksjon selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</p> <p>Cohen, Eric. 1996. The sociology of tourism : approaches, issues, and findings. I Apostolopoulos, Leivadi og Yiannakis (red.) <i>The sociology of tourism : theoretical and empirical investigations</i>, s. 51-73. London : Routledge.</p> <p>———. 1996. A phenomenology of tourism experiences. I Apostolopoulos, Leivadi og Yiannakis (red.) <i>The sociology of tourism : theoretical and empirical investigations</i>, s. 90-114. London : Routledge.</p> <p>Eriksen, Thomas Hylland. 2008. Mobilitet. I <i>Globalisering : åtte nøkkelbegreper</i>, s. 116-131. Oslo : Universitetsforlaget.</p> <p>Graburn, Nelson H. H. 2001. Secular ritual : a general theory of tourism. I Smith og Brent (red.) <i>Hosts and guests revisited : tourism issues in the 21st century</i>, s. 42-50. Elmsford, N.Y. : Cognizant Communication.</p> <p>Hall, Colin Michael, Dieter K. Müller og Jarkko Saarinen. 2009.</p>

	<p>Culture and tourism. I <i>Nordic tourism : issues and cases</i>, s 197-223. Bristol: Channel View.</p> <p>Krippendorf, Jost. 1987. Kap. 1-4. I <i>The holiday makers : understanding the impact of leisure and travel</i>, s. 1-29. London : Butterworth Heinemann.</p> <p>MacCannell, Dean. 1999. Staged authenticity. I <i>The tourist : a new theory of the leisure class</i>, s. 91-107. Berkeley : University of California Press.</p> <p>———. 2001. Remarks on the commodification of culture. I Smith og Brent (red.) <i>Hosts and guests revisited : tourism issues in the 21st century</i>, s. 380-390. Elmsford, N.Y. : Cognizant Communication.</p> <p>Olsen, Kjell .2006. Making differences in a changing world : the Norwegian Sámi in the tourist industry. <i>Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism</i>, 6(1):37-53.</p> <p>Shackley, Myra. 2001. The legend of Robin Hood : myth, inauthenticity, and tourism development in Nottingham, England. I Smith og Brent (red.) <i>Hosts and guests revisited : tourism issues in the 21st century</i>, s. 315-322. Elmsford, N.Y.: Cognizant Communication.</p> <p>Sharpley, Richard. 2008. Tourism and authenticity. I <i>Tourism, tourists and society</i>, 4th ed. Huntingdon: ELM Publications. (31 s.)</p> <p>———. 2008. Tourists : roles and typologies. I <i>Tourism, tourists and society</i>, 4th ed. Huntingdon: ELM Publications. (34 s.)</p> <p>Smith, Melanie K. 2003. Reconceptualising cultural tourism. I <i>Issues in cultural tourism studies</i>, s. 29-44. London : Routledge.</p> <p>Smith, Valene L. 2001. The nature of tourism. I Smith og Brent (red.) <i>Hosts and guests revisited : tourism issues in the 21st century</i>, s. 53-68. Elmsford, N.Y.: Cognizant Communication.</p> <p>Urry, John. 2002. The tourist gaze. I <i>The tourist gaze</i>, s.1-15. 2nd ed. London: Sage.</p> <p>Wang, Ning. 1999. Rethinking authenticity in tourism experience. <i>Annals of Tourism Research</i> 26 (2):349-370.</p>
--	---

Vedtatt i UUV-sak 83/10
Gjelder for studieåret 2010-11

	I tillegg artikler og casestudier som deles ut under forelesningene.
12. Anbefalt litteratur	Robinson, Mike og Melanie K. Smith (red). 2006. <i>Cultural tourism in a changing world: politics, participation and (re)presentation, Tourism and cultural change</i> ; 7. Clevedon: Channel View. ISBN: 978-1-84541-043-8