



**EMNEBESKRIVELSE**  
**TUA1100 Turist og attraksjon**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Reiselivsledelse
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Kjersti Ruud Walaas
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studenten skal etter endt emne ha kunnskaper om spesielt to fagområder. Dette består i en innføring i turistens og den reisendes kjennetegn, rolle, motiver og typer, samt å gi innføring i attraksjonens generelle kjennetegn, grad av autenticitet og tiltrekningskraft på ulike typer turister nasjonalt, internasjonalt og innen ulike målgrupper.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studenten skal etter endt emne ha bred forståelse for hva ulike typer turister ønsker å oppleve, og 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><b>Generell kompetanse</b> Studenten skal etter endt emne ha evne til å problematisere turisten som fenomen og kunne forstå turisten i samfunnet i dag. Videre skal han/hun ha innsikt i 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 søkes utviklet, samt hvordan dette kontinuerlig kan videreutvikles i tråd med markedet.</p>
7. Innhold	<p><b>Introduksjon:</b> Grunnleggende sosiologiske begreper og typologier. Hvorfor studere turist og attraksjon i reiselivsstudiet?</p> <p><b>Turistteorier:</b> Hvorfor reiser man? Historisk tilbakeblikk på den reisende; dannelsesreisen, pilegrimsreisen, handelsreisen. Reisen som hellig, brudd med det normale, motsetning arbeid – ferie, som meningsfull og/eller autentisk, som lærdom og/eller avkobling/opplevelse/nyttelse og /eller statusmarkør, ”turistens</p>

	<p>blikk” – visuelt og distansert, sosialt konstruert</p> <p>Hvem er turisten? Typologier; masseturister og alternative turister; hjelpeturister, langtidsturister, opplevelsesturister, etc.</p> <p><b>Attraksjonsteori:</b> 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 autentisitet. Kulturarv – bevaring, revitalisering, representasjon. Eksempler fra vikingtiden, folkeeventyr, litteratur, musikk, kunst, teater, bondekultur og det nye Norge ved Operaen og Fjordbyen.</p>
8. Gjennomføring	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.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Ekskursjon til utvalgt destinasjon med foredrag og samtale med minimum to reiselivsbedrifter.
10. Vurdering	<p>Hjemmeeksamen over 2-12 uker som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.</p> <p>Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	<p>Lyngnes, Sølvi. 2007. <i>Kultur og turistattraksjoner: Jakten på det norske, jakten på opplevelser</i>. Oslo: Universitetsforl. ISBN: 9788215005829. Sider: 194. Pris: 299,-</p> <p><b>Kompendium for TUA1100 Turist og attraksjon selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</b></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>, 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>, 90-114. London: Routledge.</p>

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.

	<p>Døving, Runar. 2011. «Stedet Syden». I <i>Norsk antropologisk Tidsskrift</i> (bind-/heftenr. 22, nr 1). Oslo: Universitetsforlaget</p> <p>Eriksen, Thomas Hylland. 2008. "Mobilitet." I <i>Globalisering: Åtte nøkkelbegreper</i>, 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>, 42-50. Elmsford, N.Y.: Cognizant Communication.</p> <p>MacCannell, Dean. 1999. "Staged authenticity". I <i>The tourist: A new theory of the leisure class</i>, 91-107. Berkeley: University of California Press.</p> <p>———. 2001. "The commodification of culture." I Smith og Brent (red.) <i>Hosts and guests revisited: Tourism issues in the 21st century</i>, 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>, 315-322. Elmsford, N.Y.: Cognizant Communication.</p> <p>Sharpley, Richard. 2008. "Tourism and authenticity." I <i>Tourism, tourists and society</i>, 31 s. 4. utg. Huntingdon: ELM Publications.</p> <p>———. 2008. "Tourists: Roles and typologies." I <i>Tourism, tourists and society</i>, 34 s. 4. utg. Huntingdon: ELM Publications.</p> <p>Smith, Melanie K. 2009. "A framework for global cultural tourism studies." I <i>Issues in cultural tourism studies</i>, 15-36. 2 utg. 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>, 53-68. Elmsford, N.Y.: Cognizant Communication.</p>
--	--

	<p>Urry, John og Jonas Larsen. 2011. "The tourist gaze." I <i>The tourist gaze 3.0</i>, 1-30. [3. utg.] London: Sage.</p> <p>Wang, Ning. 1999. "Rethinking authenticity in tourism experience." <i>Annals of Tourism Research</i> 26(2):349-370.</p> <p>I tillegg artikler og casestudier som deles ut under forelesningene.</p>
12.    Anbefalt litteratur	<p>Robinson, Mike og Melanie K. Smith (red.). 2006. <i>Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re)presentation</i>. Clevedon: Channel View. ISBN: 9781845410438.</p> <p>Smith, Melanie. 2009. <i>Issues in cultural tourism studies</i>. 2. utg. London: Routledge. ISBN: 9780415467124.</p>