

Tourism: Social and Cultural Effects

- Pogledi kako vpliva turizem :
- na kakšen način turizem prispeva na globalizacijo
 - kakšen vpliv ima glede na socialni pogled (z sociološkega vidika)
 - na kakšen način vpliva turizem na razvoj globalizacije

Množični turizem potrebuje kulturo, mesta, regije ali državo, da si razvije svojo lastno identiteto in jo potem predstavi kot nekakšen izdelek, katerega ponuja ostalemu svetu oziroma ljudem drugih kultur.....

Tukaj se poraja vprašanje, če je dobro, ali se lokalno in globalno lahko združita brez kakršnih posledic. Kot bomo videli v nadaljevanju ima lahko to negativne ali pozitivne posledice.

International tourism and globalization

WTO (world tourist organization) ima za turista vsakega, ki preživi vsaj 24 ur v državi, ne glede na to ali je prišel na počitek ali službeno, saj so ugotovili da se to večkrat pokriva. Za turiste se ne štejejo delavci, ki delajo v drugih državah.

Greenwood pravi da turizem vsebuje največje razsežnosti gibanja blaga, ponudb in ljudi (seveda ne v vojnem času). Številke so se po letu 1950 do 1990 povečale za 17*. Leta 1996 je bil zaslužek globalno gledan 423 bilijonov dolarjev, z 7.6% povečanjem od leta 1995.

Kaj povezuje turizem in globalizacijo:

- Turizem je postal velik posel. Do leta 1990 je bil mišljen kot 3 največja ind. na svetu, nekateri pa pravijo da je že prehitela naftno in avtomobilsko industrijo.
- Turizem je `prilepil` ceno kulturi, saj se kultura prodaja kot starodavni rituali, ljudski običaji itd....
- Številke ljudi, kateri potujejo, je postalo zelo obsežno. Številke so prekosile vse druge selitve ljudi (religijski popotniki (Meka), sezonski delavci, begunci.....)
- Internacionalni turizem je prodril skoraj na vse kraje na svetu, v vse pore človeštva pa zagotovo.....
- Ne kot nekatere nove industrije (mediji, umetnost, šport....) se turizem razlikuje od njih po tem, da potrebuje masovno selitev ljudi, kateri sodelujejo v družbenem mešanju kultur in s tem si posredujejo izkušnje v živo

The increase in, and distribution of, tourist

Več je razlag, zakaj je do turizma prišlo. Glede Britanije je znano, da se je življenjski standard zvišal za nekateri del delavskega razreda v 19. stoletju – in razvila se je najprej ideja DAY OUT, kasneje pa ideja o počitnicah na morju, kajti morska voda in zrak naj bi blagodejno vplivala na razpoloženje (to so zatrjevali zdravniki). Potovanja so bila rezervirana za aristokracijo in elite do konca 19. stoletja, dokler se v 20. stoletju ni pojavil turizem, kot ga poznamo danes.

Modernizacija, kot na primer cenejša potovanja z ladjo ali letalom, je pripomogla k širitvi mednarodnega turizma okoli 1960. Drugačna razlaga je na osebni ravni, saj so potovanja

odkrivala premoženje, kultiviranost, prefinjenost osebe in njen pustolovski duh. Tuje pokrajine, podnebje, hrana in navade so ponujale nove izkušnje na seksualnem in družbenem stanju osebe.

Od leta 1970 se je mednarodni turizem že globaliziral. Bogate države (ZDA, VB, Španija, Italija in Francija) so imele velik prihodek od turizma. Malce kasneje (v 80.) so države v razvoju v V Aziji in v pacifiški Aziji pridobivale vedno večji delež turistov. Pokazalo se je, da se vedno več turistov odloča za obiskovanje držav v razvoju.

The Sociology of tourism

Kako si sociologi razlagajo uspeh turizma? En način je to, da se uporabniku storitev ponudi ravno nasprotno od tega, kar doživlja doma. Ta razlaga ni nova saj jo je že Durkheim razlagal v svojih delih povezanih s posvetnim in svetim.

V predmodernih družbah je tranzicijo med vsakdanjem in praznikom povezoval krog religije in družbenega življenja – sveti dnevi, božič, rojstvo, smrt. Ker je potovanje bilo predrago za večino ljudi, so praznovanje pripravili doma. Cerkve in templji so bili zgrajeni večje od večina hiš, z namenom občudovanja. Lokalna praznovanja so se začela imenovati HOLIDAY, kar je zelo povezan z HOLY DAY.

Industrializacija je še dodatno delila nedelo – privatno življenje doma in potovanja, s katerim so poistovetili nedelo

Turizem je tudi družbeno sestavljena – primer – višji status je dodeljen tistemu, kateri potuje v bolj luksuzna letovišča, npr v Riviero, kot pa tisti, ki se odpravi v Costa del Sol.

Da se odločimo za dopust, se skrbno pripravljamo, se o njem pogovorimo z prijatelji in družino, poiščemo brošure in turistične vodiče, gledamo turistične oddaje in kupujemo stvari katere so povezane z dopustom – krema za sončenje, šotor,..... Zato lahko trdimo, da je turizem zasidran v naša življenja.

Turistični pogled – pogled katerega nam turistični promotorji vsiljujejo skozi reklame, brošure,... in nam dajo vedeti kateri kraji so obiska (našega) vredni. Potem si sam turist zbere po svoji presoji kaj bo šel 'pogledat'.

Obstajata dve vrsti turizma – manjši in množični turizem, obe pa imata dve vsebini podobni – pobeg iz vsakdanjega življenja, rutine z namenom zabave, požitve in Iskanje dogodivščin, duhovne požitve ali pristnost življenja.

Masovni turizem proizvaja največ dobitka, in posledično prinaša gradnje letovišč... toda ti turisti s sabo prinašajo željo, da so njihovi prostori podobni domačim – iščejo isti standard katerega uživajo doma. Medtem ko se manjši deli na explorers (ljudje ki iščejo nove izkušnje) ter off-beat (iskajoči nove kulture). Pripadniki tega turizma se zelo prilagodijo lokalni skupnosti, hrani in prenočiščem – mogoče tudi zato, ker se hočejo vklopiti v drugo kulturo.

Masovni turizem ima načelo 4 S´ - sun, sex, sea in sand. Večino turistov išče podobnost udomačenosti, vendar tudi iskrico magičnosti na dopustu (home+coconut, beaches, palm). Vendar tak turizem vsebuje tudi slabe strani – neskončni parking placi, kanalizacije in neskončno smeti.

Drugi primer je SEX turizem, kateri predstavlja kar velik delež turistične industrije na Filipinih in Tajski. Zahodni (western) moški iščejo sex z lokalno žensko in tudi z otroci, saj naj bi to predstavljalo nekakšno vsebinskost eksotičnosti.

Alternativni turizem – pustolovščine, športni, zdravje, šolanje- ti vsebujejo npr. jadranje, yachting in gorsko plezanje ali dopust zraven arheološkega izkopavanja, ali festivala umetnosti.

Post-turizem – Ker sedaj obstaja toliko različnih vrst medijev, katere oglašujejo letovišča, si lahko ogledamo te slike in skočimo za trenutek na kraj dopusta, ki si ga želimo. To delamo vsakdan, saj nam so slike dopusta kar položene k nam. Ker je toliko izbire, se uporabnik počuti kot igralec igre, v kateri lahko izbira destinacijo dopusta.

Str. 221 – Razlike med alternativnim in masovnim turizmom

International tourism and traditional cultural identities

Po letu 1970 so se nekateri znanstveniki spraševali kaj bo z lokalnimi običaji, katere zelo dobro prodaja turistična industrija, ali bodo izginili ali bodo spremenili svojo podobo – se skomercializirali.

Baskovska študija

Fuenterrabia - baskovsko mesto na severu države – v katerem so praznovali osvoboditev od francozov, leta 1638, v katerem so sodelovali skoraj vsi prebivalci mesta, se zabavali, nosili obleke tistega časa. Vendar se je to spremenilo, ko se je za ta karneval začelo zanimati vedno več turistov in so mestni veljaki karneval, namesto enkrat na leto, dodali še en karneval na leto, kar je mestno prebivalstvo sprejelo zelo slabo. Karneval ne obiskuje toliko prebivalcev mesta, ampak turisti, saj se je zgubil bistveni pomen karnevala – se je skomercializiral.

Oživitev Toraja kulture

Od Nizozemske nadvlade v Indoneziji do 1970 se je Toraja ljudstvo izredno zmanjšalo, zaradi nenehnih pritiskov drugih držav, ter so s tem izgubljale svojo identiteto. Z razvojem turizma pa se je Toraja ljudstvo spet zavedala svoje identitete in s tem posledično prišla na turistični zemljevid, interes za pogrebne iniciacije je zaradi fascinantnosti Toraja ljudstva začel naraščati, dodaten zaslužek tistih, ki so se ukvarjali z ročnim pletenjem posod in košar,... Se pravi, da je mednarodni turizem tudi zmožen obuditi kakšno kulturo, ne samo jo zatreti.

Turizem je opredeljen tudi naslednje: - ponovna iznajdba kulture (turizem ponovno definira neko kulturo v kateri se posameznik najde- toda ni enaka originalu kulture)

- Turistični pogled (postali smo turistični potrošniki, in tega se ne moremo znebiti, glede na turističen pogled pa si lahko ustvarimo svojo identiteto)