

3. STORE SKIP OG SMÅ STEDER – EMOSJON, INTERESSE OG DYNAMIKKER I DESTINASJONSUTVIKLING

Christian Ekeland og Arvid Viken

Innledning

I turismelitteraturen er John Urrys (1990) *The Tourist Gaze* en klassiker. Her utviklet han et skille mellom det romantiske og det kollektive blikket. Blikkene refererer til turistenes orientering, det kollektive turistblikket er representert av turister som foretrekker å være én blant mange – i en by, på en bar, på en festival. Det romantiske turistblikket assosieres med fravær av slike sammenstimlinger og vil ofte preges av at turisten føler nærhet til natur eller delaktighet i en kultur. For det kollektive blikket kan opplevelser masseproduseres og standardiseres, mens det romantiske blikket foretrekker mindre regisserte eller skriptede opplegg. I dette kapitlet ser vi på potensielle forskjeller mellom store og små turistoperatører med hensyn til opplevelsproduksjon og opplevelsesmuligheter.

De fleste bedriftene i reiselivet er små, mens de fleste som arbeider i næringa, er å finne i større bedrifter. Dette gjelder både i Norge og resten av verden. Forskningen og teoretiseringen innen feltet har hatt en tendens til å fokusere på sistnevnte gruppe, mens småbedriftsforskningen er både sjelden og mangelfull. Stort sett har småbedriftene vært sett på som avvikende og uinteressante. Erkjennelsen av antall og mangfold har