

Autenticita

Spojenie medzi turizmom a autenticitou od počiatkov moderného turizmu.

Turizmus vnímaný primárne ako hľadanie autenticity (MacCannell, Krippendorf).

Autenticita

Každodenný život sa vyznačuje habitualizovaným správaním, monotónnosťou, dodržiavaním pravidiel, rozvrhov, autentické pocity sú potláčané.

Prostredníctvom turizmu a iných sviatočných aktivít môže moderný človek vyjadrovať autentické pocity.

Autenticita

Autenticita ako marketingový nástroj.

Čo teda je autentickým turistickým zážitkom?

Autenticita

Používanie výrazu „autentický“

- v kontexte múzea
- ako to, čo tvorí kultúru krajiny

Aplikácia v turizme: 1. ako niečo pôvodné, pravé
2. ako protiklad k modernému

Autenticita ako sociálne konštruovaný koncept – ako kvalita pevne zakorenená v predmoderných formách života a spoločnosti.

Autenticita

Diskusia Boorstin vs. MacCannell

- rovnaké východisko (neautenticnosť modernej spoločnosti), odlišné dôsledky:
- *Boorstin* – turizmus ako pokračovanie neautenticity modernity, turista sa uspokojí s vymysleným, iluzórnym, pseudoudalosťou
- *MacCannell* – turizmus sa realizuje v rámci nekaždodennosti, turista ako pútnik hľadajúci autentické v iných časoch a na iných miestach.

Autenticita

Autenticita z hľadiska individuálneho turistu:

- Nie je danou, merateľnou kvalitou, mala by sa posudzovať z hľadiska očakávaní, skúseností turistu a prostredia, z ktorého pochádza.
- Založená na vzťahu medzi individuálnym turistom a kultúrnym produktom alebo udalosťou. Determinovaná i vzťahom medzi turistom a hosťiteľmi.

Autenticita

Autenticita sa vyvíja v čase

- „*emergent authenticity*“ (Cohen: *Authenticity and Commodization in Tourism. Annals of Tourism Research*, Vol. 15 (3), 1988: 371-386) – vychádza z autenticity ako sociálne konštruovaného pojmu.
- Produkt, znak, pôvodne pre dané prostredie neautentický, môže časom nadobudnúť status autenticity.

Autenticita

Inscenovaná autenticita – *Staged authenticity*
(MacCannell: *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. American Journal of Sociology, Vol. 79 (3), 1973: 589-603.*

- Východisko Goffman – front and back regions. Ich adaptácia MacCannellom na prostredie turizmu - 6 štádií.

Autenticita

3 druhy autenticity (N. Wang):

- objektívna autenticita (posudzovanie objektov, ich pôvodnosti)
- konštruovaná autenticita (posudzovanie objektov, ktorým je status autenticity pripísaný)
- existenciálna autenticita (vzťahuje sa k potenciálnemu existenciálnemu stavu bytia vyvolaného aktivitami turistu, nezávisí od prostredia, ale od aktivít turistov samotných)

Autenticita

- Hľadanie autenticity zostáva základom turistickej motivácie a turizmus je *„...jednou z foriem hľadania autenticity v odpovedi na štrukturálnu neautenticitu modernity.“* (Wang, 2000: 71).