

# **PERSPECTIVE SOCIOLOGICE ÎN DINAMICA TURISMULUI ROMÂNESC**

*Calitatea vieții localnicilor și turiștilor  
din sudul litoralului*

## Cuprins

<b>Introducere</b> .....	<b>17</b>
--------------------------	-----------

### Capitolul 1

#### **Incursiune în sociologia turismului. Definiții, clasificări și dinamică** ..... **23** |

1.1. Semnificația sociologică a turismului. ....	24
1.2. Coordonate istorice ale turismului.....	28
1.3. Principii și teorii sociologice în turism .....	32
1.4. Tipuri de turism.....	40
1.5. Tipologii ale turiștilor .....	45
1.6. Dinamica turismului internațional și național .....	56

### Capitolul 2

#### **Turismul între teorie și realitate socială. O abordare sociologică**..... **68** |

2.1. Evoluția istorică și socio-demografică a zonei de sud a litoralului românesc.....	69
2.2. Încadrarea turismului din sudul litoralului românesc în conceptul de „turism phoenixian”.....	75
2.3. Politici publice privind sudul litoralului.....	83

### Capitolul 3

#### **Relația dintre turism și calitatea vieții** ..... **94** |

3.1. Delimitări conceptuale privind calitatea vieții .....	95
3.2. Abordarea socio-politică și economică a turismului și a calității vieții la nivelul litoralului românesc .....	98
3.3. Turismul și calitatea vieții în sudul litoralului românesc.....	110

### Capitolul 4

#### **Designul cercetării sociologice privind turismul și calitatea vieții în sudul litoralului românesc** ..... **113** |

4.1. Scopul și obiectivele cercetării.....	113
4.2. Aria de desfășurare și populația investigată.....	114
4.3. Metodologia, metodele și tehnicile de cercetare utilizate .....	115
4.4. Întrebări de cercetare și direcții de analiză.....	119
4.5. Limitele și posibilele direcții de aprofundare ale cercetării.....	120

**Capitolul 5**

<b>Interpretarea rezultatelor cercetării sociologice.....</b>	<b>122</b>
5.1. Date socio-demografice .....	122
5.2. Profilul socio-cultural și economic al sudului litoralului românesc.....	125
5.3. Relația dintre zona de locuire, turism și calitatea vieții .....	128
5.4. Relații interumane între localnici și turiști.....	138
5.5. Practici turistice specifice sudului litoralului românesc.....	140
5.6. Opțiuni de vacanță și experiențe ale turiștilor.....	145
5.7. Percepția generală asupra zonei de sud a litoralului românesc.....	148
5.8. Calitatea vieții turiștilor în sudul litoralului românesc .....	153

**Capitolul 6**

<b>Concluzii și recomandări .....</b>	<b>157</b>
<b>Bibliografie .....</b>	<b>169</b>
<b>Anexe .....</b>	<b>192</b>

*Capitolul 1***INCURSIUNE ÎN SOCIOLOGIA TURISMULUI.  
DEFINIȚII, CLASIFICĂRI ȘI DINAMICĂ**

Primul capitol al prezentei cărți cuprinde o serie de informații menite să creeze o imagine de ansamblu asupra turismului, cu scopul de a reliefa complexitatea științifică a acestuia și maniera în care influențează viața socială. Capitolul debutează cu o scurtă incursiune asupra „istoriei” turismului. În acest context, sunt prezentate definiții ale turismului și semnificația sociologică a acestuia într-o transpunere la nivel mondial, internațional, respectiv național. Întrucât turismul nu poate să fie analizat în mod izolat, este prezentat ca fiind o componentă a sistemului social și un domeniu de activitate generator de profit economic. Alături de dimensiuni ale turismului, sunt expuse conexiuni pe care acesta le are cu alte procese socio-economice și culturale importante. Pentru a evidenția interesul sociologic sporit asupra turismului în perioada contemporană, am prezentat principii și teorii sociologice elaborate de-a lungul timpului, atât la nivel mondial, cât și național. Așadar, în cadrul primului capitol se regăsesc elemente teoretice privind turismul, identificate în decursul timpului de specialiști, care au dus la o cunoaștere și o imixtiune a diferențelor de cultură, sociale și tradiționale. Totodată, am studiat principalele clasificări realizate atât de instituții mondiale, internaționale cât și naționale, referitoare la tipuri de turism și tipologii ale turiștilor. În finalul acestui capitol am prezentat noțiuni care reflectă dinamica turismului internațional și național, respectiv practici turistice, cu accent pe zona de sud a litoralului românesc.

Din perspectivă generală, turismul reprezintă călătoria persoanelor sau a grupurilor umane, cu scopul de a se recrea, odihni, ori de a realiza acțiuni economice. Sub aspect istoric, turismul a fost inițial asociat cu fenomene socio-politice importante, precum războaiele sau comerțul. În timp, odată cu dezvoltarea tehnologiei, a practicilor de îngrijire a sănătății și a celor de *loisir*, au devenit tot mai frecvente călătoriile

transnaționale și transcontinentale. În România, un astfel de exemplu este dat de turismul asociat stațiunilor balneo-climaterice sau al resorturilor de lux, care atrag un număr semnificativ de turiști din diverse regiuni ale țării, dar și ale lumii. Actualmente, turismul este considerat un sector esențial al economiei naționale și internaționale, prin prisma implicațiilor pe care le are în funcționarea unor sisteme precum serviciile medicale și de tratament, transporturile sau industria alimentară.

### **1.1. Semnificația sociologică a turismului.**

De-a lungul secolului al XX-lea, mai multe organisme internaționale<sup>1</sup> au menționat că este necesară definirea conceptului de turism într-o manieră cât mai elocventă, cu scopul de a putea dezvolta baze de date statistice comparabile la nivelul statelor, care la rândul lor, să contribuie la dezvoltarea turismului mondial. Deopotrivă, oamenii de știință (Gyr, 2010; Cohen, 2015; Tribe, 2020) au devenit tot mai preocupați de cunoașterea și explicarea turismului, atât ca activitate socio-economică, cât și ca modalitate de petrecere a timpului de către membrii societății.

În accepțiune generală, sociologia turismului studiază relațiile, rolurile, motivațiile turiștilor și schimburile existente între turiști, instituții și comunitățile gazdă. Pornind de la acest context, deducem faptul că turismul nu poate fi tratat izolat, deoarece înglobează toate practicile turistice într-un sistem social în care se petrece.

În volumul de față, turismul este abordat din perspectivă sociologică, fiind excluse conotațiile pe care acesta le are în contextul migrației, al orientărilor religioase sau al diverselor conflicte între comunități. Cunoașterea rolului turismului în societate, a efectelor lui asupra naturii, a spațiilor turistice, obiectelor, practicilor, relațiilor și a tipologiilor turistice impune investigații sociologice sistematice. Mai exact, trebuie să fie luat în considerare întregul sistem macrosocial, prin interacțiunile

---

<sup>1</sup> Organizația Mondială a Turismului (UNWTO), Consiliul Mondial al Călătoriilor și Turismului (WTTC), Federația Europeană de Turism Rural (EUROGITES), Federația Internațională a Jurnaliștilor și Scriitorilor din Turism (FIJET), Asociația Internațională a hotelurilor și restaurantelor (IH&RA), Confederația Internațională a Voiajelor Studentești (ISTC), Federația Internațională a Căminelor pentru Tineret (IYHF), Uniunea Internațională a Portarilor din marile hoteluri (UIPGH), Federația Mondială a Asociațiilor Bucătarilor (WACS), Asociația Mondială a Agențiilor de Turism (WATA).

sociale, politice, culturale și economice ale membrilor săi. Așadar, atât factorii umani, cât și non-umani (poluarea apei, poluarea aerului, schimbările climatice, încălzirea globală, scăderea zonelor forestiere etc.) modelează și remodelează continuu sistemul turistic, iar sistemul turistic remodelează valorile, atitudinile și comportamentele indivizilor. De aici rezultă că turismul poate fi observat din diferite puncte de vedere datorită „relației sale strânse cu alte științe sociale, inclusiv economia, politica, sociologia, antropologia culturală, psihologia și chiar dreptul și statistica” (Papadopoulos, 1986).

Reprezentarea turismului ca un nou domeniu de activitate, generator de rezultate diverse s-a creat în timp. Primele demersuri de definire ale turismului sunt asociate perioadei de tranziție dintre secolele al XIX-XX-lea. Anterior, au fost evidențiate, din perspectivă filozofică, elementele educative și instructive ale călătoriei (Montaigne apud. Frame, 1965; Bacon, 1612; Locke apud. Van Strien, 1993). Mai târziu, a fost pus accentul pe efectele turismului asupra economiei. Aproape în același timp, autorul francez Stendhal (1830), a conceptualizat termenul de “touriste” și scriitorul portughez Herculano (1838), a subliniat toate câștigurile dobândite de țara sa, prin prisma vizitelor făcute de străini, sosiți pentru a contempla natura (după primul scriitor), sau pentru moștenire (după cel din urmă).

Economistul Herman von Schullern zu Schrattenhofen (apud. Bernecker, 1965, p. 24) a definit turismul ca fiind „ansamblul tuturor fenomenelor, în special economice, produse de sosirea, șederea și plecarea călătorilor într-o anumită comună, provincie sau stat și care, pe cale de consecință, sunt direct legate de acestea”. Cu toate că nu respinge existența altor tipuri de fenomene, autorul acordă totuși un loc important problemelor economice și cuprinde doar vizitatorii străini care, conform opiniilor vremii, erau singurii considerați turiști. Totodată, subliniază apariția unor noi fenomene (cele economice, dar și cele ale „producției de transport” și ale „vieții sociale”) și remarcă interdependența dintre ele. În această definiție pot fi evidențiate trei elemente de interes sociologic:

a) turismul reprezintă un cumul de relații și fenomene, care nu sunt, totuși, explicite;

b) turismul presupune deplasarea într-o regiune din afara reședinței obișnuite;

c) turismul include pe oricine, rezident sau nu, respectiv orice destinație. Altfel spus, cuprinde turismul intern și *inbound*<sup>2</sup>. Totuși, nu limitează durata deplasării, care poate fi întreprinsă din diverse considerente, cu excepția celor care presupun realizarea unei activități remunerate. Această definiție a fost adoptată de Asociația Internațională a Experților Științifici în Turism (apud. Lanfant și Nelson, 1992) și a predominat mult timp în literatura de specialitate.

O abordare holistică a turismului îi aparține lui Leiper (1979, p. 390): „turismul este sistemul care implică călătoria discreționară și șederea temporară a persoanelor departe de locul lor obișnuit de reședință pentru una sau mai multe nopți, cu excepția excursiilor în scopul principal de a obține câștiguri financiare. Elementele sistemului sunt turiști, regiuni generatoare<sup>3</sup>, rute de tranzit, regiuni de destinație și o industrie turistică”. În această definiție, Leiper elimină în mod intenționat din conceptul de turism „călătoria de o zi”, care reprezintă una dintre subdiviziunile conceptului de vizitator.

Câțiva ani mai târziu, McIntosh et al. (1995, p. 12) au propus o definiție conform căreia turismul „este suma fenomenelor și relațiilor care decurg din interacțiunea turiștilor, furnizorilor de afaceri, guvernelor gazdă și comunităților gazdă, în procesul de atragere și găzduire a acestor turiști și a altor vizitatori”. Pornind de la premisa că această definiție poate să fie îmbunătățită, Tribe (1997, p. 642) a evidențiat mai multe dimensiuni importante ale turismului:

- a) privind turiștii (motivații, alegere, satisfacție, interacțiune);
- b) legat de afaceri (inclusiv marketing, organizare și planificare a companiilor de transport, ospitalitate și recreere);
- c) referitoare la comunitatea gazdă (inclusiv percepțiile, impactul economic, social și cultural);
- d) referitoare la mediul gazdă (inclusiv impactul ecologic);
- e) referitoare la guvernele gazdă (inclusiv măsurarea turismului, politici și planificare);

---

<sup>2</sup> Turismul *inbound* este actul unei persoane care călătorește într-o altă țară decât cea în care locuiește în scop turistic.

<sup>3</sup> O regiune generatoare de turiști este o zonă din care provin oamenii înainte de a călători la destinația dorită. Aceste zone sunt de obicei țările de origine ale călătorilor, dar pot include și alte zone care sunt relativ apropiate.

f) legate de țările generatoare (inclusiv efectele economice, de mediu și culturale)”.

Conform Organizației Națiunilor Unite (ONU) (1994, p. 4), unele definiții nu exclud „activitățile desfășurate de vizitatori” sau „facilitățile create pentru a le satisface nevoile”, dar sunt insuficiente. Cu alte cuvinte, definiția turismului nu va fi completă dacă nu ia în considerare, pe lângă elementele deja menționate, și următoarele elemente care contribuie la înțelegerea lui:

- „a) absența unor relații de durată cu locurile vizitate, implicând absența recompunerii unor noi moduri de viață;
- b) locuri caracterizate prin existența unor elemente, atât tangibile, cât și intangibile, cu capacitatea de a atrage oameni;
- c) apariția unor activități și echipamente diferite de cele solicitate de rezidenți;
- d) noi efecte economice, sociale, culturale, psihologice și de mediu;
- e) generarea de fenomene socio-economice, prin transformarea destinațiilor și a căilor de acces, în scopul atragerii și primirii vizitatorilor”.

Ca urmare a modificărilor survenite în timp asupra conceptului, turismul înglobează în prezent profesii, organizații și activități care înainte se aflau în afara lui, încercând să răspundă „schimbărilor de natură și semnificație ale turismului la nivel mondial și potențialului său de dezvoltare”.

Reprezentanții ai ONU (2015, pp. 9-15) subliniază faptul că obiectivele turismului nu sunt motivațiile persoanelor care determină decizia de a călători, ci mai degrabă ale celor care aleg locul sau țara specifică vizitată, grupându-le în:

- „a) agrement, recreere și vacanțe;
- b) vizitarea rudelor și a prietenilor;
- c) afaceri;
- d) tratamente medicale;
- e) religie, pelerinaj;
- f) altele”.

Turismul reprezintă o modalitate de recreere în timpul disponibil, iar vacanțele constituie perioada de întrerupere anuală a activităților profesionale și, în consecință, face parte din timpul liber. Prin urmare, nu se alege un loc sau o țară pentru „sărbători”. Sărbătorile sunt o oportunitate de a călători și nu un scop al călătoriei sau al vizitei. În afară de „sărbători”, nu există un

„segment al cererii turistice”, cel puțin în scopuri de „marketing și promovare”.

Literatura de specialitate relevă progrese în înțelegerea acestui fenomen dinamic, a cărui sferă se extinde pe măsură ce stilurile de viață se schimbă. Într-adevăr, oamenii călătoresc în locuri în care există atracții corespunzătoare unei varietăți de nevoi, care la rândul lor necesită o serie de servicii și bunuri: transport, cazare, hrană și multe altele. Este cunoscut faptul că locurile în care există anumite elemente de atracție naturală sau create de om, dau naștere unor destinații turistice. Călătoriile turistice implică întotdeauna deplasări, dar cele mai multe dintre ele sunt făcute către locuri unde există atracții (materiale sau intangibile) prin bunuri publice, care nu au fost investite în mod deosebit pentru a satisface nevoile vizitatorilor.

Așadar, turismul trebuie privit ca o mobilitate a oamenilor, ca un întreg ansamblu de fenomene și relații pe care le generează, o oportunitate socială venită în întâmpinarea nevoii de exprimare a oamenilor, dar și ca un sistem de atracții sau de activități economice.

## **1.2. Coordonate istorice ale turismului**

Sub aspect istoric, turismul a existat încă de pe timpul faraonilor, drept dovadă fiind călătoriile educaționale și recreative ce emanau un stil de viață opulent, practicat doar de grupurile umane privilegiate care locuiau în Egipt (Gyr, 2010). O astfel de descoperire poate să fie corelată cu turismul practicat pe litoralul românesc în perioada regimului comunist, când membri importanți din partid, grupuri de turiști străini, potenți financiar și persoane din înalta clasă socială obișnuiau să își petreacă timpul liber în această zonă a țării.

Turismul are origini și în Roma antică. Datorită dezvoltării infrastructurii în cea mai mare parte, beneficiari ai turismului erau, de asemenea, indivizi cu o situație financiară ridicată. Astfel, odată cu deschiderea noilor orizonturi sociale, s-a dezvoltat o economie turistică, prin organizarea călătoriilor care includeau transport, cazare și masă pentru persoane și grupuri privilegiate. Romanii înstăriți preferau să se relaxeze în stațiunile din Grecia sau Egipt, în căutarea locațiilor cu băi termale. În timp, decăderea imperiului roman a condus la distrugerea multor căi de acces, fapt ce a dus la o reducere considerabilă a activităților turistice (Gyr,

2010). Un efect asemănător a apărut și în contextul pandemiei de COVID-19, care a provocat o serie de evenimente socio-economice ale căror urmări s-au putut observa și în zona turismului.

O formă timpurie a turismului modern a fost dezvoltat între secolele XVI – XVIII, când aristocrații călătoreau împreună cu mentori, călăreți, slujitori și alte persoane a căror slujbă era să le asigure confortul, educația și siguranța, pe timpul călătoriilor. În timpul acestor activități, tinerii aristocrați vizitau curți regale și moșii aristocratice, pentru a învăța eticheta adecvată și comportamente dezirabile din punct de vedere social.

Tudor (2016, pp. 83-100) evidențiază faptul că pentru o lungă perioadă, turiștii au călătorit îndeosebi pentru instruire, curiozitate și relaxare, însă, în condițiile în care călătoriile s-au extins pentru a include și alte obiective, au avut loc unele schimbări importante:

- „a) călătoriile nu au mai fost doar rătăcirii (nomadism), ci au căpătat și un caracter sedentar, dând naștere la crearea unor destinații turistice ca spații organizate cu scopul de a atrage și primi vizitatori temporari;
- b) diversificarea motivelor de călătorie (odihnă, sănătate, distracție) a crescut numărul călătoriilor care au ajuns să fie considerați turiști”.

Încă din etapa de dezvoltare a turismului, au existat factori politici și sociali care au determinat alegerea destinațiilor turistice, însă un aport important îl aveau și factorii personali, precum petrecerea timpului liber sau diverse înclinații spre artă. Acest principiu de bază al turismului se observă și în practicile actuale, operatorii turistici fiind conștienți de faptul că trebuie să ofere și servicii complementare, atât din punct de vedere al confortului oferit pe perioada șederii, cât și din perspectiva serviciilor culinare, de divertisment sau de petrecere a timpului liber. „Evoluția și inovația în turismul modern a apărut în secolul al XIX-lea când s-a produs un proces social, industrial, demografic, urmat de urbanizare și revoluție în industria transporturilor, dar și reglementarea drepturilor sociale și de muncă, creșterea veniturilor și schimbările care rezultă din cererea consumatorilor de turism” (Spatt, 1975, p. 44).

Mai mulți oameni de știință (Spatt, 1975; Gyr, 2010; Molz, 2013) au identificat două elemente importante ale turismului, care au condus la o cunoaștere și o imixtiune a diferențelor de cultură, sociale și tradiționale: destinația și cunoașterea obiectivelor