

Indice

IX Co-Autrici e Co-Autori

XI Introduzione

3 CAPITOLO 1 – *Introduzione alla sociologia del turismo*

3 1.1 La sociologia del turismo

7 1.2 Dal viaggio al turismo

1.2.1 Il sightseeing, p. 10

13 1.3 Il turista contemporaneo

17 *Bibliografia*

19 CAPITOLO 2 – *Definire e descrivere il turismo per comprendere la la società*

19 2.1 Cosa è il turismo?

2.1.1 Lo sguardo turistico postmoderno, p. 20

23 2.2 Breve analisi sociale del turismo

25 2.3 Quanti e quali turismi?

28 2.4 Turismo, turismi e nicchie turistiche

2.4.1 Dal Grand Tour al turismo di svolta: il caso di Napoli, p. 30 –

2.4.2 Breve introduzione alle tipologie di turismo, p. 35

48 2.5 Fonti politico-normative sul turismo

2.5.1 Fonti normative, p. 49 – 2.5.2 Il Piano strategico del turismo (PST)
in Italia, p. 53

54 2.6 Fonti sociologiche sul turismo

2.6.1 I «bias» delle fonti, p. 56

58 *Bibliografia*

59 CAPITOLO 3 – *Metodologie per la ricerca sociale sul turismo*

59 3.1 Perché e come si fa ricerca sul turismo

3.1.1 I metodi nella ricerca sociale sul turismo, p. 60 – 3.1.2 Metodi

- quantitativi, qualitativi, misti, p. 65 – 3.1.3 Tecniche di costruzione della documentazione empirica, p. 69 – 3.1.4 La ricerca sociale sul turismo, p. 71
- 73 3.2 Il disegno della ricerca
3.2.1 Perché facciamo ricerca sociale, p. 73 – 3.2.2 Progettare la ricerca, p. 77
- 97 3.3 Il «campo» di ricerca
- 103 *Bibliografia*
- 105 SEZIONE II – *Tecniche e tecnologie per il turismo*
- 107 CAPITOLO 4 – *Tecniche qualitative, quantitative, miste*
- 107 4.1 Il questionario
4.1.1 Come si costruisce un questionario, p. 109 – 4.1.2 Un esempio di questionario, p. 114
- 126 4.2 L'intervista
4.2.1 Tipi di interviste, p. 127 – 4.2.2 Come si conduce un'intervista, p. 131 – 4.2.3 Vantaggi e limiti della tecnica dell'intervista, p. 133
- 139 4.3 L'osservazione partecipante
- 142 4.4 Il focus group
4.4.1 Il ruolo del facilitatore e dell'osservatore, p. 144
- 148 4.5 L'analisi documentale. Fonti secondarie nazionali e internazionali
4.5.1 UNWTO, p. 149 – 4.5.2 UNESCO, p. 151 – 4.5.3 Eurobarometro, p. 153 – 4.5.4 EUROSTAT, p. 155 – 4.5.5 ISTAT, p. 156 – 4.5.6 ENIT, p. 157 – 4.5.7 ISNART, p. 158 – 4.5.8 Banca d'Italia, p. 160 – 4.5.9 Altre fonti, p. 162
- 163 4.6 La Social Network Analysis (SNA)
4.6.1 Alcuni concetti della SNA, p. 168
- 171 4.7 L'etnografia
4.7.1 La netnografia, p. 174 – 4.7.2 L'approccio netnografico negli studi sul turismo, p. 176 – 4.7.3 Differenze tra approccio classico, virtuale e digitale nel metodo etnografico, p. 179 – 4.7.4 Il caso del turismo digitale del dolore e gli studi dei fenomeni a limite, p. 186
- 189 4.8 Modelli di equazioni strutturali (PLS)
4.8.1 Da dove partire, p. 191 – 4.8.2 L'analisi PLS-PM sul turismo, p. 193
- 199 4.9 Cartografia e sistema GIS
4.9.1 La cartografia nelle scienze sociali, p. 201 – 4.9.2 L'applicazione della tecnica cartografica negli studi sul turismo, p. 205 – 4.9.3 Il GIS - Geographic Information System, p. 206 – 4.9.4 Caso studio: il fenomeno Airbnb a Napoli, p. 208 – 4.9.5 Tecniche di GIS: calcolo della densità territoriale, p. 211

- 217 4.10 Tecnologie per studiare il turismo (digitale)
- 241 4.11 Lo studio di caso attraverso la georeferenziazione
4.11.1 Studio di caso nella ricerca-azione: Needle Scampia, p. 243
- 248 4.12 L'analisi del contenuto e la narrazione turistica
4.12.1 Prospettive chiave: definizioni e differenze interne all'approccio, p. 249 – 4.12.2 L'analisi del contenuto negli studi sul turismo, p. 252 – 4.12.3 Caratteristiche tecniche, p. 254 – 4.12.4 Casi studio: un confronto su tre prospettive, p. 263
- 280 *Bibliografia*
- 289 CAPITOLO 5 – *Metodi misti e digitali di analisi del contenuto su dati da social media: esempi per l'analisi del turismo nella rete*
- 289 5.1 La metodologia e il digitale
- 293 5.2 L'approccio misto digitale
- 294 5.3 Definizione di dati provenienti da social media
- 297 5.4 L'uso dei metodi misti nello scenario digitale
5.4.1 Le domande conoscitive, p. 297 – 5.4.2 La selezione delle fonti, p. 298 – 5.4.3 Selezione dei casi, scelta degli strumenti e procedure d'analisi, p. 299
- 302 5.5 Disegni di ricerca misti digitali per l'analisi dei contenuti provenienti da social media
- 308 5.6 Scenari futuri di analisi della ricerca digitale sul turismo
- 311 *Bibliografia*
- 313 *Termini turistici*
- 317 *Indice analitico*