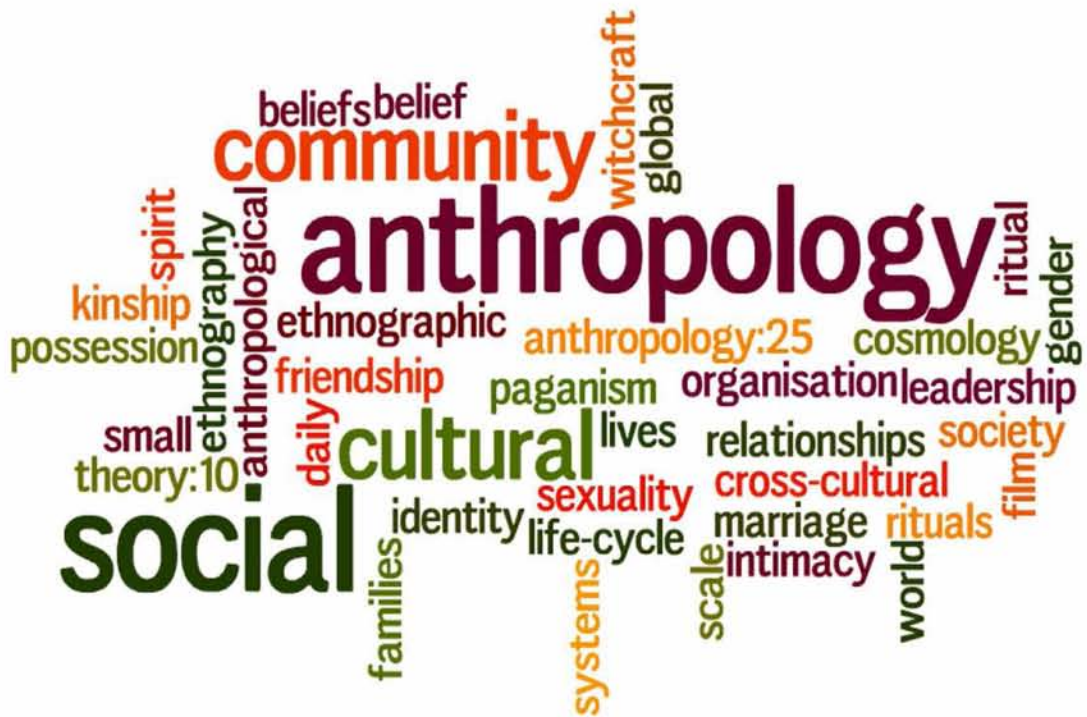




Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας  
Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης  
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών

Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών  
"Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού"



Τίτλος διπλωματικής: Ανθρωπολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού

Επιβλέπων καθηγητής: Θεόδωρος Μεταξάς

Επιμέλεια: Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

*Βόλος, 2016*

**Εικόνα εξωφύλλου:** Βασικά θέματα έρευνας της Ανθρωπολογίας (wordcloud)

**Πηγή:** <http://tinyurl.com/ztqq2ge>.

---

*Περίληψη*

Ο τουρισμός ανέκαθεν υπήρξε πεδίο διεπιστημονικής μελέτης και τα τελευταία χρόνια έχει αποτελέσει αντικείμενο ανθρωπολογικής έρευνας. Η εν λόγω διατριβή, εκπονήθηκε με στόχο την προσέγγιση του τουριστικού φαινομένου από ανθρωπολογικής σκοπιάς. Στην παρούσα διπλωματική, πραγματοποιείται μία προσπάθεια να παρουσιαστούν κάποια σημαντικά ζητήματα, τα οποία βασίζονται σε ανθρωπολογικά πορίσματα και διευκρινήσεις για τον τουρισμό. Έχουν εντοπιστεί πέντε κύρια πλαίσια αναφοράς, με τα οποία ασχολείται η ανθρωπολογία. Αρχικά, ο τουρισμός γίνεται αντιληπτός ως ένα “ιερό ταξίδι”, ως τελετουργική διαδικασία, στην προσπάθεια κατανόησης και ερμηνείας των τουριστικών κινήτρων και εμπειριών. Στη συνέχεια κατηγοριοποιούνται και αναλύονται οι αναζητήσεις και τα βαθύτερα κίνητρα των τουριστών στην απόφασή τους να πραγματοποιήσουν ένα συγκεκριμένο τύπο ταξιδιού και τα οποία αιτιολογούν την τουριστική ποικιλομορφία. Επίσης, στην παρούσα διπλωματική μελετάται το ζήτημα της αυθεντικότητας στις τουριστικές εμπειρίες, οι αλληλεπιδράσεις-συναλλαγές μεταξύ των “οικοδεσποτών”: ντόπιων και των “επισκεπτών”: τουριστών, όπως διαμορφώνονται από το Βλέμμα, καθώς και ζητήματα που αφορούν στις κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις στις κοινωνίες υποδοχής.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω της ανασκόπησης βιβλιογραφίας (δευτερογενής έρευνα), η οποία παράλληλα περιέχει και έργα βασισμένα σε ανθρωπολογικές εμπειρικές έρευνες με αντικείμενο τον τουρισμό. Σύμφωνα με την Ποιοτική Ανάλυση Περιεχομένου, τα στοιχεία του υλικού που μελετήθηκε, ταξινομήθηκαν σε ένα σύστημα κατηγοριών, σε ενότητες ανάλυσης, που αντιστοιχούν σε κάθε ερευνητικό ερώτημα.

*Λέξεις κλειδιά:* ανθρωπολογία του τουρισμού, διαβατήριες τελετουργίες, αναζητήσεις των τουριστών, αυθεντικότητα, το Βλέμμα, κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις, Ποιοτική Ανάλυση Περιεχομένου

*Abstract*

Tourism has always been interdisciplinary, and in recent years it has additionally become the object of anthropological investigation. This assignment briefly discusses the ways in which anthropology can illuminate the study of tourism. The assignment will attempt to set out some significant results obtained from anthropological descriptions and explanations on tourism. There are five main frames of reference within which the anthropology of tourism has been carried forward. The first, looks at tourism as a “sacred journey”, as a ritual, and has been concerned to understand and interpret tourist motivations and experiences. The second frame, analyses the deeper and subtextual motives, quests and behaviors, that explain the touristic variability. The third frame, is pertained to the matter of authenticity in tourism experiences. The fourth, is focused on the transactions between the hosts: locals and the guests: tourists as formed through the Gaze, and the the fifth frame refers to the sociocultural impacts of tourism on the host populations and societies. The focus is on the matrix of symbols and meanings by which tourism is part of, structures, and affects the rest of life.

The goals of gaining insight into the nature and structure of tourism from an anthropological perspective, are attained through both ethnography and textual analysis. According to the Quality Content Analysis, the scientific anthropological material was classified into a system of categories, into sections of analysis, according to each research question.

**Keywords:** anthropology of tourism, rites of passage, tourist typology, the Gaze, authenticity, sociocultural impacts, Quality Content Analysis

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής, θα ήθελα να ευχαριστήσω αρχικά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Θεόδωρο Μεταξά, για την καθοδήγηση και τη βοήθεια που μου προσέφερε στα στάδια υλοποίησής της, καθώς και τον καθηγητή κύριο Νικολό Βογιαζίδη, για τις επιπλέον συμβουλές που μου παρείχε και την υποστήριξή του.

Στη συνέχεια, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στην οικογένειά μου, Αναστάσιο, Ελευθερία και Σταύρο, για την αγάπη, κατανόηση και υποστήριξη σε όλη αυτή την πορεία.

Τέλος, θα ήθελα θερμά να ευχαριστήσω τη βιβλιοθηκονόμο της σχολής Εύη Κολοβού και τη γραμματέα του τμήματος Σωτηρία Κατσαφάδου, για τη συμπαράσταση και τη βοήθεια που μου προσέφεραν από την αρχή, μέχρι το τέλος αυτής της διαδρομής.

*Σας ευχαριστώ όλους από καρδιάς,*

Τσαλμίδα Αλεξάνδρα

**Περιεχόμενα**

Κατάλογος πινάκων.....	VI
Κατάλογος εικόνων.....	VII
Εισαγωγή.....	9
1.Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού.....	13
2.Ανθρωπολογία και τουρισμός.....	20
2.1 Βασικές προσεγγίσεις της ανθρωπολογίας του τουρισμού.....	23
2.2 Μεθοδολογία της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό.....	25
2.2.1 Ερευνητικά εργαλεία της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό.....	26
3.Σκοπός και μεθοδολογία της διπλωματικής.....	32
3.1 Σκοπός της διπλωματικής.....	34
3.2 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα της διπλωματικής.....	35
3.2.1 Το ταξίδι ως “τελετουργία”.....	35
3.2.2 Τυπολογίες τουριστών.....	36
3.2.3 Το ζήτημα της αυθεντικότητας.....	37
3.2.4 Η οπτική διάσταση στον τουρισμό.....	37
3.2.5 Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	38
3.3 Μεθοδολογία της διπλωματικής.....	39
4.Η σύνδεση μεταξύ ταξιδιού και τελετουργικής διαδικασίας.....	42
4.1 Ο τουρισμός ως “ιερό ταξίδι”.....	44
4.2 Ο τουρισμός ως τελετουργική διαδικασία.....	45
4.3 Συμπεράσματα.....	47
5.Οι αναζητήσεις, τα κίνητρα και οι “ταυτότητες” των τουριστών.....	50
5.1 Παράγοντες που διαμορφώνουν τους τουριστικούς τύπους.....	52
5.1.1 Το τουριστικό ταξίδι ως οργανωμένο πακέτο διακοπών.....	53
5.1.2 Το τουριστικό ταξίδι ως εναλλακτικό πρότυπο διακοπών.....	54
5.1.3 Το τουριστικό ταξίδι ως παραδοσιακό καταναλωτικό προϊόν.....	55
5.1.4 Το τουριστικό ταξίδι ως εκπαιδευτικό – πολιτισμικό προϊόν.....	56
5.1.5 Το τουριστικό ταξίδι ως διάθεση φυγής.....	58
5.1.6 Το ταξίδι ως μία θεσμικά, κοινωνικά και οργανωτικά προδιαγεγραμμένη χρήση του ελεύθερου χρόνου.....	58
5.1.7 Το τουριστικό ταξίδι ως παιχνίδι.....	59
5.1.8 Το τουριστικό ταξίδι ως αναζήτηση της θρησκευτικότητας και ως ανάγκη επαναξιολόγησης των επιλογών του ατόμου.....	60
5.1.9 Το τουριστικό ταξίδι ως μέσο πρόσβασης στη φαντασία και τη νοσταλγία.....	61

**Κατάλογος πινάκων**

Πίνακας 1.1: Λίστα ορισμών του τουριστικού φαινομένου, όπως γίνεται αντιληπτό από τις κοινωνικές επιστήμες.....	15
Πίνακας 1.2: Τρόποι προσέγγισης και κατανόησης του τουρισμού.....	17
Πίνακας 2.1: Εργαλεία της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό.....	26
Πίνακας 3.1: Ορισμοί της Ποιοτικής Ανάλυσης Περιεχομένου.....	41
Πίνακας 4.1: Αντιλήψεις για την “ιερή φύση” του τουρισμού.....	44
Πίνακας 5.1: Ομάδες παραγόντων που διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα.....	52
Πίνακας 5.2: Παραδείγματα υπηρεσιών και υποδομών.....	61
Πίνακας 6.1: Διάκριση τύπων αυθεντικότητας ανά φιλοσοφική θεωρία.....	70
Πίνακας 6.2: Οι τρεις τύποι αυθεντικότητας στην τουριστική εμπειρία.....	71
Πίνακας 6.3: Βασικές αντιλήψεις για την αυθεντικότητα.....	72
Πίνακας 7.1: Οι διαφορετικοί τρόποι θέασης.....	84
Πίνακας 8.1: Το μοντέλο “Irridex” του Doxey.....	95
Πίνακας 8.2: Στρατηγικές διαχείρισης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ντόπιων και τουριστών.....	103
Πίνακας 8.3: Στρατηγικές διαχείρισης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ντόπιων και τουριστών.....	104

## Ανθρωπολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

5.1.10 Το τουριστικό ταξίδι ως υποκειμενικά προεπιλεγμένη επιλογή.....	63
5.1.11 Το τουριστικό ταξίδι ως μεταμοντέρνο καταναλωτικό προϊόν.....	64
5.1.12 Το τουριστικό ταξίδι ως αναζήτηση της αυθεντικότητας και του νοήματος της ζωής.....	66
5.2 Συμπεράσματα.....	67
6.Το επινοημένο και το αυθεντικό στον τουρισμό.....	68
6.1 Αυθεντικότητα και τύποι αυθεντικότητας.....	70
6.1.1 Αντικειμενική και Δομική ή Συμβολική Αυθεντικότητα.....	71
6.1.2 Υπαρξιακή Αυθεντικότητα.....	76
6.1.2.1 Ενδο-προσωπική Αυθεντικότητα.....	79
6.1.2.2 Δια-προσωπική Αυθεντικότητα.....	80
6.2 Συμπεράσματα.....	80
7.Η οπτική διάσταση του τουρισμού.....	82
7.1 Το τουριστικό Βλέμμα, το Βλέμμα του ντόπιου και το Κοινό Βλέμμα.....	84
7.2 Οι επιπτώσεις του τουριστικού Βλέματος.....	86
7.3 Συμπεράσματα.....	88
8.Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία υποδοχής.....	90
8.1 Αρνητικές κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις.....	92
8.1.1 Η αλληλόδραση μεταξύ τουρίστα και υποδοχέα.....	93
8.1.2 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	95
8.2 Θετικές κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις.....	99
8.3 Στρατηγικές διαχείρισης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ντόπιων και τουριστών.....	103
8.4 Συμπεράσματα.....	105
9.Συμπεράσματα.....	107
Βιβλιογραφία.....	115



**Κατάλογος εικόνων**

Εικόνα εξωφύλλου 1: Συμβολική αναπαράσταση του πολυεπιστημονικού χαρακτήρα του τουρισμού.....	13
Εικόνα 1.1: Ο πολυεπιστημονικός χαρακτήρας του τουρισμού.....	19
Εικόνα εξωφύλλου 2: Ορολογίες και μέθοδοι που σχετίζονται με την Κοινωνική Ανθρωπολογία (wordcloud).....	20
Εικόνα 2.1: Ο ανθρωπολόγος Malinowski, πραγματοποιώντας επιτόπια έρευνα στα Νησιά Trobriand, της Μελανησίας.....	31
Εικόνα 2.2: Ο άμεσος συγχρωτισμός του ερευνητή με τα υποκείμενα της έρευνας.....	31
Εικόνα εξωφύλλου 3: Στόχοι της Ανθρωπολογίας (wordcloud).....	32
Εικόνα εξωφύλλου 4: Συμμετοχή τουριστών σε τελετουργικές δραστηριότητες.....	42
Εικόνα 4.1: Τοτέμ στο Βανκούβερ του Καναδά.....	48
Εικόνα 4.2: Δείγματα τοτέμ.....	48
Εικόνα 4.3: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (άγαλμα της Ελευθερίας-Αμερική).....	49
Εικόνα 4.4: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (άγαλμα του Χριστού Λυτρωτή-Ρίο ντε Τζανέιρο).....	49
Εικόνα 4.5: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (Παρθενώνας-Αθήνα).....	49
Εικόνα 4.6: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (Πύργος του Άιφελ-Παρίσι).....	49
Εικόνα εξωφύλλου 5: Διαφορετικοί τύποι τουριστών.....	50
Εικόνα 5.1: Οργανωμένα πακέτα διακοπών από τον πρωτοπόρο Thomas Cook.....	54
Εικόνα 5.2: “Μη θεσμοποιημένοι” τουρίστες.....	55
Εικόνα 5.3: Προσφερόμενες υποδομές, σύμφωνα με τη λογική της “περίοπτης κατανάλωσης”.....	56
Εικόνα 5.4: Οι πολιτισμικές – εκπαιδευτικές αναζητήσεις στο Grand Tour, σε κέντρα πολιτισμού.....	57
Εικόνα 5.5: Οι πολιτισμικές αναζητήσεις των τουριστών σε κέντρα πολιτισμού.....	57
Εικόνα 5.6: Το πάρκο του Αστερίξ στη Γαλλία.....	59
Εικόνα 5.7: Το πάρκο του Ποπάου στη Μάλτα.....	59
Εικόνα 5.8: Τουριστικός προορισμός θρησκευτικού χαρακτήρα (Μέκκα).....	60
Εικόνα 5.9: Τουριστικός προορισμός θρησκευτικού χαρακτήρα (Βατικανό).....	61
Εικόνα 5.10: Ιστορικό θεματικό πάρκο.....	62
Εικόνα 5.11: Ξενοδοχείο που λειτουργεί σε κάστρο (Ashford Castle, Ιρλανδία)....	62
Εικόνα 5.12: Ξενοδοχείο που λειτουργεί σε κάστρο (Amberley Castle, Αγγλία)....	62
Εικόνα 5.13: Πολιτιστικές εκδηλώσεις, που αναπαριστούν παλαιότερες ιστορικές περιόδους (Πορτογαλία).....	63

Εικόνα 5.14: Προσφορά υποδομών, που παραπέμπουν σε παλαιότερες εποχές.....	63
Εικόνα 5.15: Μουσείο των κελιών της Γκεστάπο στο Βερολίνο.....	64
Εικόνα 5.16: Οι φυλακές του Αλκατράζ (Σαν Φρανσίσκο – ΗΠΑ).....	65
Εικόνα 5.17: Το εσωτερικό των φυλακών διαμορφωμένο για τουριστική επίσκεψη.....	65
Εικόνα 5.18: Τουριστικό χωριό στην Πάφο, Κύπρου.....	66
Εικόνα εξωφύλλου 6: Η αναζήτηση της αυθεντικότητας στη Γερμανία.....	68
Εικόνα 6.1: Αγαλματίδιο από στεατίτη (soapstone), που αναπαριστά έναν Ινουίτ κυνηγό.....	76
Εικόνα 6.2: Συμμετοχή τουριστών σε παραδοσιακό χορό των Μασάι στην Κένυα.....	78
Εικόνα 6.3: Συμμετοχή τουριστών σε παραδοσιακές δραστηριότητες, όπως το άναμμα της φωτιάς, στην περιοχή της Μποτσουάνα της νότιας Αφρικής.....	78
Εικόνα εξωφύλλου 7: Η “αλληλόδραση” μεταξύ ντόπιου και τουρίστα.....	82
Εικόνα 7.1: Εκδηλώσεις στην Αυστρία που απευθύνονται στο τουριστικό κοινό.....	87
Εικόνα εξωφύλλου 8: Γραφικό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, που αναφέρεται στην επιθυμητή συμπεριφορά των τουριστών στον τόπο υποδοχής.....	90
Εικόνα 8.1: Τελετουργίες των Ντογκόν της Δυτικής Αφρικής, που απευθύνονται στο τουριστικό κοινό.....	101
Εικόνα 8.2: Τελετουργία των Μπαλινέζων, που απευθύνεται σε τρία κοινά (θεϊκό, τοπικό, τουριστικό).....	101
Εικόνα 8.3: Το φεστιβάλ Mount Hagen των Παπούα (Νέα Γουινέα), που απευθύνεται σε δύο κοινά (τουρίστες – ντόπιοι) και λειτουργεί ως μέσο διατήρησης του πολιτισμού τους.....	102
Εικόνα 8.4: Πολιτισμικές εκδηλώσεις των Παπούα (Νέα Γουινέα).....	102
Εικόνα εξωφύλλου 9: Εικόνα από το εξώφυλλο του καταλόγου ανθρωπολογικών βιβλίων του Πανεπιστημίου του Cambridge.....	107

## Εισαγωγή

Η κοινωνική ανθρωπολογία αποτελεί έναν ακαδημαϊκό κλάδο, ο οποίος παραδοσιακά σχετίζεται με την μελέτη μικρής κλίμακας, προ-μοντερνικών κοινωνιών και πολιτισμών του Τρίτου Κόσμου. Σύμφωνα με την Γαλανή - Μουτάφη (2002), οι ανθρωπολογικές μελέτες επικεντρώνονται στο μικροεπίπεδο, ενώ παράλληλα αναγνωρίζουν ότι οι τοπικές κοινότητες είναι ενσωματωμένες σε ευρύτερα οικονομικά και κοινωνικά συστήματα και επομένως έχουν τη δυνατότητα να προσεγγίζουν και να εξηγούν την παγκόσμια τάξη μέσα από τις τοπικές ιδιαιτερότητες και αντίστροφα. “Η ανθρωπολογική έρευνα δεν περιορίζεται στην αποτύπωση της επιφανειακής μορφής των κοινωνικών σχέσεων και δομών, αλλά διεισδύει σε βάθος για να ανακαλύψει τις βαθύτερες προεκτάσεις των φαινομένων” (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 21). Μελετά όλες τις πτυχές της ανθρώπινης ζωής, σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές όλων των εποχών, σε διάφορες εκφάνσεις της εντός των πολιτισμών και των κοινωνιών του παρελθόντος και του παρόντος και καταδεικνύει τις διασυνδέσεις, ανάμεσα σε σύνθετες οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές πραγματικότητες, μέσω της ολιστικής προσέγγισης.

Η ανθρωπολογία χρησιμοποιεί τόσο ποιοτικές, όσο και ποσοτικές μεθόδους έρευνας στο πλαίσιο των πολυάριθμων επιμέρους κλάδους της (Nash & Smith, 1991: 13). Κοινό στοιχείο στους ανθρωπολόγους αποτελεί η μέθοδος της επιτόπιας έρευνας. Η ανθρωπολογία είναι επομένως, λιγότερο ένα ενιαίο σώμα της γνώσης, από μια συνεχή διαλεκτική διαδικασία, κατά την οποία η κατανόηση κερδίζεται μέσα από μια ποικιλία διαφορετικών προσεγγίσεων και απόψεων.

Σύμφωνα με την Yalouri (2001: 128, όπως παρατίθεται στο X. Μπονάρου, 2012: 11-12), ο τουρισμός συνιστά “σημείο συνάντησης” του τοπικού με το παγκόσμιο. Ο τουρισμός αποτελεί ένα ενδιαφέρον αντικείμενο μελέτης για την ανθρωπολογία, διότι σχετίζεται με την “ιερή” φύση του τουρισμού (Durkheim, 1965; Cohen, 1972; Turner, 1969; 1977; 1982; Graburn, 1983; Marsh & Henshall, 1987; Van Gennep, 1909; Chapple & Coon, 1942), την μελέτη των κινήτρων και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των τουριστών (Huizinga, 1949; Cohen, 1972; 1992; Plog 1974; MacCannell, 1976; Moore, 1980; Dann, 1981; Iso Ahola, 1982; Machlis & Burch, 1983; Graburn, 1983; 1989; Brewer, 1984; Gitelson & Crompton, 1984; Van Raaij & Franken, 1984; Smith, 1989; 1992; Urry, 1990; Nash & Smith, 1991; Przeclawski, 1993; Watson & Kopachewsky, 1994; Τσάρτας, 1995; 1996; Vukonić, 1996; Enzensberger, 2000;

Lippard, 2000), την αυθεντικότητα στις τουριστικές εμπειρίες (Heidegger, 1962; Trilling 1972; Boorstin, 1964; Berger, 1973; MacCannell, 1976; Greenwood, 1982; Cohen, 1988a; 1995; Bruner, 1991; Fjellman, 1992; Harkin, 1995; Daniel, 1996; Wang, 1996; Γαλανή - Μουτάφη, 2002), συμπεριλαμβανομένου της φύσης των σχέσεων μεταξύ τουρίστα-υποδοχέα, όπως αποτυπώνονται στο Βλέμμα (Smith, 1982; Fabian, 1983; MacCannell, 1984; Urry, 1990; 1996; 2000; Bruner, 1991; Selanniemi, 1994; Galani-Moutafi, 2002; Γαλανή - Μουτάφη, 1995; 2002; Lanfant, 1995; Maoz, 2006), καθώς και την μελέτη των κοινωνικοπολιτισμικών επιπτώσεων στους τόπους υποδοχής (Hunziker, 1961; Nuñez, 1963; 1977; 1989; Boorstin, 1964; Graburn, 1967; 1976; 1984; Haulot, 1974; Turner & Ash, 1975; Doxey, 1976; Diamond, 1976; 1977; UNESCO, 1976; Boissevain, 1974; 1977; 1996; McKean, 1976; Greenwood, 1977; Nash, 1977; 1989; Urbanowicz, 1977; Göksan, 1978; Mathews, 1978; Wahab, 1978; de Kadt, 1979; Moore, 1980; Mathieson & Wall, 1982; McNaught, 1982; Erisman, 1983; Harrison, 1985; Appadurai, 1986; Krippendorf, 1987; Cohen, 1988a; Crick, 1989; Doğan, 1989; Smith, 1989; Reisinger 1994; Sharply, 1994; Wickens, 1994; Selwyn, 1996; Burns, 1999; van Beek, 2003).

Ο τουρισμός θεωρήθηκε ως μία μορφή ομαδικής μετακίνησης, με στόχο την αναζήτηση του βαθύτερου νοήματος της ζωής, που τον συνδέει με τα παλαιότερα ταξίδια των προσκυνητών. Νοείται ως μία οργανωμένη δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου στις σύγχρονες κοινωνίες, ως μία μορφή κοινωνικής δράσης με ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά και κίνητρα για τον σύγχρονο τουρίστα, ως μία δραστηριότητα με ποικίλες κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις στον τόπο υποδοχής. “Για τους κατοίκους των τοπικών κοινωνιών υποδοχής, ο τουρισμός συνιστά συχνά τον καταλύτη σημαντικών οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών, το πλαίσιο διαπολιτισμικών συναντήσεων, καθώς και μια σκηνή πάνω στην οποία διαδραματίζονται διαδικασίες απεικόνισης, αναπαράστασης και ανασυγκρότησης του πολιτισμού, της παράδοσης και της πολιτισμικής ταυτότητας” (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 68-69).

Οι ανθρωπολογικές θεωρίες που σχετίζονται με την τουριστική έρευνα σε δυτικές και μη δυτικές κοινωνίες, έχουν αναπτυχθεί κυρίως τα τελευταία 40 χρόνια. Πλέον, ο προσανατολισμός της ανθρωπολογίας σε μετα-εξωτικές, μετα-αποικιακές κατευθύνσεις έχει συμβάλλει, ώστε το πεδίο της έρευνας να προσλαμβάνεται όλο και περισσότερο ως ένα χώρος συνάντησης τοπικών, εθνικών και διεθνών διαδικασιών, στις οποίες

συμπεριλαμβάνεται και ο τουρισμός (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 22-24). Καθώς τα είδη των τουριστών και οι μορφές τουρισμού αλλάζουν, η έμφαση μετατοπίζεται από την οικονομολογική προσέγγιση, σε εκτιμήσεις πάνω στις κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις στους πληθυσμούς, στις απόψεις τις τοπικής κοινωνίας υποδοχής, συμπεριλαμβανομένου και της φύσης των σχέσεων μεταξύ τουρίστα και υποδοχέα (Graburn, 1983: 10) και μειώνεται η εφαρμογή παραδοσιακών εθνοκεντρικών θεωριών.

Η ανθρωπολογία ενδιαφέρεται για οτιδήποτε ανθρώπινο, έτσι είναι και ο τουρισμός και για αυτό, εντάσσεται στις ανθρωπολογικές μελέτες (Nash & Smith, 1991: 13). Οι ανθρωπολόγοι είναι παράλληλα και τουρίστες και παρατηρητές (Nash, 1995: 175). Οι ανθρωπολόγοι και οι τουρίστες φαίνεται να έχουν πολλά κοινά. Και οι δύο περνούν τον χρόνο τους, εξερευνώντας τα πολιτιστικά προϊόντα και τις τελετουργίες μίας κοινωνίας και οι δύο μεταφέρουν το status αυτού που έρχεται από έξω, καθώς “εισβάλλουν” στις ζωές των άλλων. Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα ιδανικό πλαίσιο για την μελέτη ζητημάτων, που αφορούν στην πολιτική οικονομία, την κοινωνική αλλαγή και ανάπτυξη, τη διαχείριση των φυσικών πόρων, καθώς και την πολιτισμική ταυτότητα και έκφραση (Stronza, 2001: 261).

Ως πεδίο μελέτης, η ανθρωπολογία του τουρισμού αναπτύχθηκε από τη δεκαετία του 1970, όταν η Valene Smith (1977), ο Malcolm Crick (1985; 1989), ο Dennison Nash (1977; 1981), ο Nelson Graburn (1977; 1983) και ο Erik Cohen (1974; 1979; 1984) μεταξύ άλλων, πρώτοι έθεσαν το τουριστικό φαινόμενο στις ανθρωπολογικές έρευνες. Η ανθρωπολογία στρέφει το ενδιαφέρον της στον τουρισμό, μέσα από εργασίες που αναφέρονται στο ρόλο των τελετουργιών και στην αναζήτηση αξιών, κινήτρων και συμβόλων, για τον σύγχρονο άνθρωπο. Επίσης, πρόκειται για την επιστήμη, η οποία εκδηλώνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, για την ανάλυση των κοινωνικών καταστάσεων, που δημιουργεί η επικοινωνία ανάμεσα σε άτομα ή κοινωνικές ομάδες, με διαφορετικά κοινωνικά ή πολιτισμικά χαρακτηριστικά. Τα ζητήματα, που κατά κύριο λόγο ενδιαφέρουν την ανθρωπολογία, εμπίπτουν στα ενδιαφέροντα και άλλων κοινωνικών επιστημών που μελέτησαν τον τουρισμό και ιδιαίτερα τους κοινωνιολόγους.

Στην παρούσα διπλωματική, πραγματοποιείται μία περιεκτική παρουσίαση, η οποία επικεντρώνεται στους κεντρικούς άξονες της ανθρωπολογίας του τουρισμού. Αποπειράται, μία προσπάθεια παρουσίασης ενός επιστημονικού πλαισίου, για την

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

κατανόηση του τουριστικού φαινομένου από ανθρωπολογικής σκοπιάς. Αναλύονται οι μεθοδολογικές πρακτικές και ερευνητικές κατευθύνσεις της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό, καθώς πρόκειται για έναν διαφορετικό τρόπο πρόσληψης και μεθοδολογικής αντιμετώπισης των ζητημάτων της τουριστικής έρευνας. Οι αναλύσεις της ανθρωπολογίας, παρά το λίγο σχετικά χρόνο ενασχόλησής της με το τουριστικό φαινόμενο, είναι ιδιαίτερα σημαντικές, διότι ανέδειξαν ορισμένες ενδιαφέρουσες πλευρές της δυναμικής σχέσης των τουριστών με τους ντόπιους και επηρέασαν άμεσα τις αναζητήσεις κυρίως της κοινωνιολογίας του τουρισμού, αλλά και της οικονομίας, της πολιτικής επιστήμης και της ψυχολογίας.

Κεφάλαιο 1. Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού.



Εικόνα εξωφύλλου 1: Συμβολική αναπαράσταση του πολυεπιστημονικού χαρακτήρα του τουρισμού.  
Πηγή: <http://tinyurl.com/gu5xfyx>.



## 1.Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού.

Δεδομένου ότι ο τουρισμός συνεχίζει να επεκτείνεται σε ολόκληρο τον κόσμο, όχι μόνο από την άποψη του αριθμού των αφίξεων, αλλά και των τύπων και των μορφών που το φαινόμενο αποκτά, κατά τέτοιο τρόπο αυξάνονται οι επιπτώσεις και η σημασία του παγκοσμίως. Το πολυσύνθετο φαινόμενο του τουρισμού έχει προσεγγισθεί από μία σειρά επιστημών: την ανθρωπολογία, τη γεωγραφία, την κοινωνική ψυχολογία, την οικονομική, το μάρκετινγκ, τις σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων, κ.ά. (Dann, Nash & Pearce, 1988: 3; Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 19). Καθώς αυτό συμβαίνει, είναι απαραίτητη μία μεγαλύτερη και πολύπλευρη κατανόηση του τουριστικού φαινομένου και γίνεται εμφανές, ότι διαφορετικοί κλάδοι έχουν εξειδικευμένη τεχνογνωσία, που μπορεί να εφαρμοστεί σε διαφορετικούς τομείς του τουριστικού συστήματος. “Ο τουρισμός συνιστά ένα φαινόμενο που περιλαμβάνει διαφορετικές πρακτικές, μεταξύ των οποίων τα όρια δεν είναι πάντα σαφή” (Γαλανή - Μουτάφη, 2002).

Η άποψη ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα περίπλοκο φαινόμενο, διαφαίνεται και από το γεγονός, ότι ιστορικά έχει αποτελέσει προβληματική η εύρεση ενός οικουμενικού, διεπιστημονικού ορισμού του (Crick, 1988). Οι περισσότεροι ορισμοί που έχουν αποδοθεί, έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τη συναίνεση, ότι ο τουρισμός αφορά σε ταξίδια και σε προσωρινή και εθελοντική επίσκεψη σε ένα μέρος, μακριά από το σπίτι (Smith, 1989; Przeclawski, 1993: 11). Οι περισσότεροι ορισμοί του τουρισμού χαρακτηριστικοί για τις δυτικές κοινωνίες, σχετίζονται με τις ιδιότητες του ελεύθερου χρόνου, όπως οι έννοιες της “φυγής” ή της ανάγκης για ένα διάλλειμα από την καθημερινή ζωή (Lanfant, 1993: 75).

Πίνακας 1.1: Λίστα ορισμών του τουριστικού φαινομένου, όπως γίνεται αντιληπτό από τις κοινωνικές επιστήμες.

Συγγραφέας	Χρονολογία	Ορισμός Τουρισμού
Turner, V.	1969	Προσομοιάζει στο προσκύνημα και ο τουρίστας ως άλλος προσκυνητής, πραγματοποιεί ένα τελετουργικό ή ιερό ταξίδι. Ο τουρισμός, όπως και το προσκύνημα, επιτρέπει στους συμμετέχοντες να βρεθούν έξω από τις καθιερωμένες δομές, τις συνήθειες και τις υποχρεώσεις της καθημερινότητας.
Gunn, C. A.	1972	Κατευθύνεται προς μία ολιστική προσέγγιση και αντιλαμβάνεται τον τουρισμό, ως σύστημα, που αποτελείται από πέντε στοιχεία: άνθρωποι...σε μία αγορά με την επιθυμία και ικανότητα να συμμετέχουν; αξιοθέατα...προσφέρουν δραστηριότητες για τη συμμετοχή του χρήστη; υπηρεσίες και εγκαταστάσεις...για τους χρήστες; μεταφορά...μεταφέρει τα άτομα από και προς τους

## Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού

### Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

		τουριστικούς προορισμούς; πληροφορίες και κατευθύνσεις...διευκολύνουν τους χρήστες στη γνωριμία, ανακάλυψη και απόλαυση.
MacCannell, D.	1976	Αποτελεί ένα “μοντέρνο τελετουργικό” και είναι περιορισμένος σε διάρκεια, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες περιόδους της καθημερινής ζωής.
Jafari, J.	1977	Τονίζει την ολιστική φύση του και τον ορίζει ως την μελέτη του ανθρώπου, μακριά από το συνηθισμένο περιβάλλον του, της βιομηχανίας, που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του και των επιδράσεων, που τόσο ο άνθρωπος, όσο και η βιομηχανία, έχουν στο κοινωνικό, πολιτισμικό, οικονομικό ή φυσικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής.
MacKean, P. F.	1977	Γίνεται αντιληπτός, ως βαθιά ριζωμένη και ευρέως διαδεδομένη ανθρώπινη επιθυμία να γνωρίσουμε τους “Άλλους”, με την αμοιβαία πιθανότητα να γνωρίσουμε και τους “Εαυτούς” μας. Πρόκειται, για μία ενέργεια αυτο-ολοκλήρωσης.
Turner, V. & Turner, E.	1978	Προσομοιάζει στο προσκύνημα, που βγάζει τα άτομα από τις συνηθισμένες δομές της καθημερινής ζωής. Προσφέρει απελευθέρωση από την εργασία και άλλες υποχρεώσεις, συμβάλλει στη δραπέτευση από παραδοσιακούς και κοινωνικούς ρόλους και παρέχει την ελευθερία να αξιοποιήσει κανείς τον ελεύθερο χρόνο του, όπως επιθυμεί.
Leiper, N.	1979	Θεωρείται ως το σύστημα που περιλαμβάνει το ταξίδι και την προσωρινή διαμονή των ατόμων μακριά από το συνηθισμένο τόπο κατοικίας, για μία ή περισσότερες νύχτες, εκτός των ταξιδιών, που γίνονται με πρωταρχικό σκοπό την απόκτηση αποδοχών. Τα συστατικά στοιχεία του συστήματος, είναι οι τουρίστες, οι τόποι προέλευσης, οι ταξιδιωτικές διαδρομές, οι τόποι υποδοχής και η τουριστική βιομηχανία. Τα 5 αυτά στοιχεία υπάγονται σε χωρικές και λειτουργικές διασυνδέσεις. Έχοντας τα χαρακτηριστικά ενός ανοιχτού συστήματος, αυτά τα πέντε στοιχεία, λειτουργούν σε ευρύτερα περιβάλλοντα, φυσικά, πολιτισμικά, κοινωνικά, πολιτικά, τεχνολογικά, με τα οποία αλληλεπιδρούν.
Turner, V.	1982	Αντανακλά την “αντι-δομή” της ζωής, αποτελεί μία δραπέτευση από κάτι, παρά αναζήτηση για κάτι.
Granburn, N.	1983	Αποτελεί ένα από τα απαραίτητα διαλείμματα στην καθημερινή ζωή και χαρακτηρίζει όλες τις ανθρώπινες κοινωνίες. Είναι η επιτομή της ελευθερίας και προσωπικής επιλογής, χαρακτηριστικά του Δυτικού ατομικισμού. Διακρίνεται από μία αρχή, την περίοδο του διαχωρισμού, ο οποίος χαρακτηρίζεται από το “ταξίδι μακριά από το σπίτι”, μία μεσαία περίοδο περιορισμένης διάρκειας, όπου το άτομο βιώνει μία “αλλαγή” σε έναν άλλο τόπο και τέλος την επιστροφή στο σπίτι του και στην καθημερινότητά του.
Graburn, N.	1989	Είναι ένα είδος τελετουργικής διαδικασίας, που αντανακλά τις ενδότερες αξίες μίας κοινωνίας (υγεία, ελευθερία, φύση, αυτοβελτίωση) και συμβάλλει στην κατασκευή και διατήρηση της συλλογικής συνείδησης.
Lett, J.	1989	Αποτελεί το μοναδικό, μεγαλύτερο ειρηνικό κίνημα των ανθρώπων στην ιστορία του πλανήτη, που “διασχίζει” τα πολιτισμικά σύνορα.
Urry, J.	1990	Σχετίζεται με την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών, που

## Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού

### Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

		είναι κατά μία έννοια αχρειαστα, αλλά καταναλώνονται γιατί υποτίθεται ότι δημιουργούν ευχάριστες εμπειρίες, που κάνουν τη διαφορά σε σχέση με την καθημερινή ρουτίνα.
Ryan, C.	1991	Έχει να κάνει πρωταρχικά με την εμπειρία ενός τόπου. Το τουριστικό προϊόν, δεν είναι ο προορισμός, αλλά η εμπειρία του τόπου και των γεγονότων που διαδραματίζονται εκεί, καθώς και μία σειρά από εσωτερικές και εξωτερικές αλληλεπιδράσεις.
Harkin, M.	1995	Πέραν του γεγονότος ότι αποτελεί μία βιομηχανία, είναι παράλληλα και μία στρατηγική, για πλαισίωση και ερμηνεία των πολιτισμικών διαφορών.
Enzensberger, H. M.	2000	Αποτελεί μία ρομαντική φυγή από τον βιομηχανικό κόσμο, προς αναζήτηση της ελευθερίας. Μία φυγή που τείνει να αποτυγχάνει, από τη στιγμή που ο τουρισμός έγινε ο ίδιος βιομηχανία και το ταξίδι με σκοπό την απομάκρυνση από τον κόσμο των προϊόντων, έγινε το ίδιο με τη σειρά του καταναλωτικό προϊόν.

Πηγή: Ιδία επεξεργασία.

Πίνακας 1.2: Τρόποι προσέγγισης και κατανόησης του τουρισμού.

Συγγραφέας	Χρονολογία	Προσέγγιση του τουρισμού ως
MacCannell, D.	1976	Ιερό προσκύνημα ή σταυροφορία προς αναζήτηση αυθεντικότητας
Graburn, N.	1983	Ιερό ταξίδι
Graburn, N.	1989	Παιχνίδι
Van den Berge, P. L.	1980	Είδος εθνοτικών σχέσεων
Crick, M.	1989	Μία μορφή ιμπεριαλισμού
Nash, D.	1989	Μία μορφή ιμπεριαλισμού
Cohen, E.	1984	Διαδικασία πολιτιστικής επαγωγής (acculturation)
Greenwood, D. J.	1972	Παράγοντας κοινωνικής μεταβολής, που οδηγεί και στην εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού
Cohen, E.	1972	Μία μορφή μετανάστευσης
Nash, D.	1981	Ένας τρόπος αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου

Πηγή: Ιδία επεξεργασία.

Το τουριστικό φαινόμενο, σύμφωνα με τον Βαγιόνη (2002: 4-7), κατηγοριοποιείται τριμερώς από την άποψη της κοινωνιολογικής, της πολιτισμικής και οικονομικής σκοπιάς. Από κοινωνιολογική σκοπιά, το τουριστικό φαινόμενο, δηλαδή “η μετακίνηση με σκοπό τη συλλογή εμπειριών και την ικανοποίηση αναγκών του μετακινούμενου”, εμφανίζεται και χαρακτηρίζει σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό όλες τις ελεύθερες κοινωνίες. Από πολιτισμική άποψη, το φαινόμενο του τουρισμού μπορεί να χαρακτηριστεί ως διάθεση για γνωριμία ή καλύτερα για “κοινωνία” άλλων πολιτισμών. Ο τουρισμός επίσης, αποτελεί οικονομικό φαινόμενο, στο οποίο οι τουρίστες είναι ελεύθερα άτομα με οικονομική υπόσταση, μετέχουν στο τουριστικό φαινόμενο, μετακινούνται με δική τους θέληση, όντας οικονομικά αυτόνομοι.

Ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μία πολυ-κατακερματισμένη σύγχρονη βιομηχανία (Bramwell & Lane, 2000:1), λαμβάνοντας ποικίλες μορφές και σχήματα. Ορισμένες πρόσφατες απόπειρες εξήγησης του φαινομένου του τουρισμού τείνουν προς μία “συστημική προσέγγιση”, η οποία αναγνωρίζει την πολυπλοκότητα του τουρισμού και προσπαθεί να την τοποθετήσει μέσα σε ένα ολιστικό πλαίσιο (Leiper, 1979: 390; 1995; Burns & Holden, 1995; Burns, 1999; Weaver & Oppermann 2000). Πλεονέκτημα της συστημικής προσέγγισης, αποτελεί ότι ο τουρισμός δεν μπορεί να αντιλαμβάνεται ως απομονωμένος από το πολιτικό, φυσικό, οικονομικό ή κοινωνικό περιβάλλον του και δίνεται έμφαση στη διασύνδεση μεταξύ ενός μέρους του συστήματος με άλλα. Η συστημική προσέγγιση αντιλαμβάνεται τον τουρισμό ως ένα σύστημα, που περιλαμβάνει πολλά στοιχεία, τα οποία πρέπει να εξεταστούν στο πλαίσιο μίας ολιστικής ανάλυσης. Σύμφωνα με την ολιστική προσέγγιση, “ο τουρισμός θεωρείται ως μέρος μιας γενικότερης κοινωνικής διαδικασίας, μέσα σε ένα περίπλοκο και διασυνδεδεμένο κόσμο και απεικονίζει τη φύση των συστημάτων αξιών στον μοντέρνο κόσμο” (Burns, 1999: 81).

Η ίδρυση επιστημονικών περιοδικών, όπως το *Annals of Tourism Research*, *International Journal of Tourism Research*, *Tourism Management* και άλλα, σηματοδοτεί την αναγνώριση του τουρισμού ως διακριτού, αυτόνομου αντικειμένου έρευνας και ανάλυσης. Το περιοδικό *Annals of Tourism Research*, διακηρύττει στο πλαίσιο της ιδρυτικής του φιλοσοφίας (1973), την πρόθεσή του να “λειτουργήσει ως διάυλος για την ανταλλαγή απόψεων και θέσεων προερχόμενων από διαφορετικές επιστήμες” (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 19).

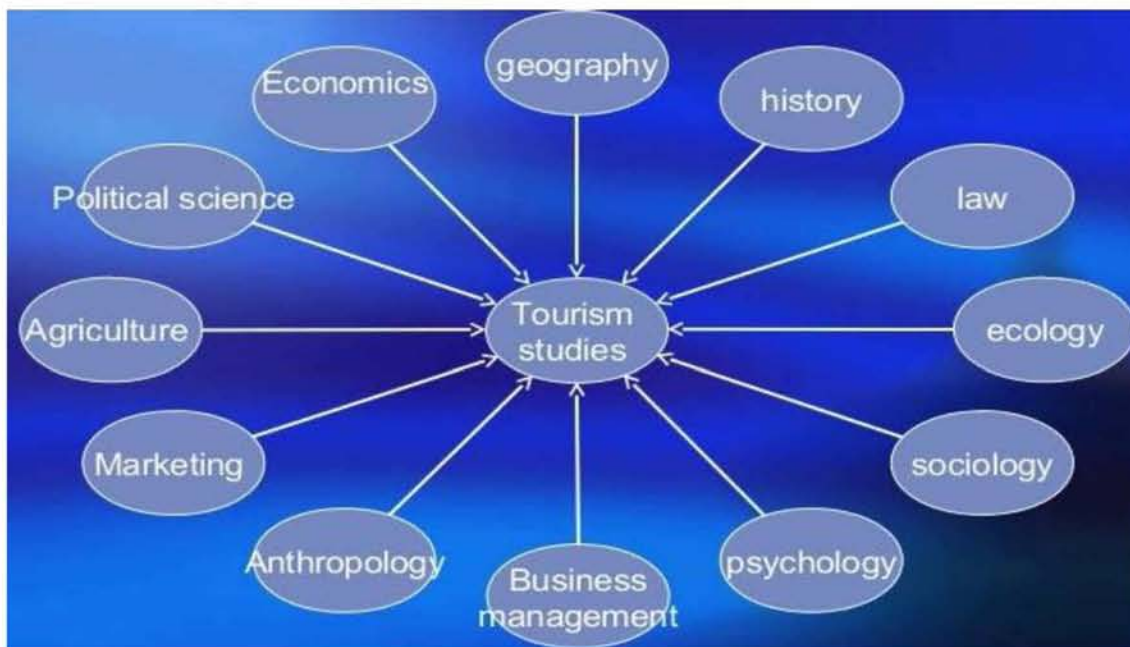
Οι πιο διακεκριμένοι αναλυτές του τουρισμού, των οποίων η συμβολή έχει ξεπεράσει τα όρια του επιστημονικού τους κλάδου, αποτελούν ο MacCannell (1976), ο Urry (1990; 1996) και ο Cohen (1972; 1988). Παράδειγμα σύγκλισης και διεπιστημονικότητας ανάμεσα σε διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους, αποτελεί η αποδοχή και εφαρμογή κάποιων επιστημονικών προσεγγίσεων, οι οποίες δεν σχετίζονται άμεσα με το τουριστικό φαινόμενο, όπως το έργο του Turner (1969) για την τελετουργία και το προσκύνημα, το έργο του Clifford (1988) για τον πολιτισμό, τη θεώρηση του Said (1978), σχετικά με τα ζητήματα της ετερότητας και της κατασκευής του “Άλλου” (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 20-21).

## Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

Ο Przeclawski (1993: 11), πρότεινε μία διεπιστημονική προσέγγιση στη μελέτη του τουρισμού, κατά την οποία, τα ζητήματα μπορούν να εξεταστούν από διαφορετικές οπτικές γωνίες. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο φαινόμενο, το οποίο περιλαμβάνει ζητήματα που είναι τα εξής: οικονομικά (σχετίζονται με την προσφορά και τη ζήτηση, τις επιχειρήσεις και τις αγορές), ψυχολογικά (όπως οι ανάγκες και τα κίνητρα), κοινωνικά (ρόλοι, επαφές και σχέσεις) και πολιτισμικά (όπου μπορεί να μεταδώσει γνώσεις, ή να αποτελεί ένα παράγοντα για αλλαγή). Λόγω αυτής της πολυπλοκότητας, μία ολοκληρωμένη διεπιστημονική προσέγγιση, κρίνεται κατάλληλη και απαραίτητη, για να παράσχει μία ολιστική προσέγγιση του τουρισμού.

Εικόνα 1.1: Ο πολυεπιστημονικός χαρακτήρας του τουρισμού.



Πηγή: <http://tinyurl.com/j7duppm>.

Κεφάλαιο 2. Ανθρωπολογία και τουρισμός.



**Εικόνα εξωφύλλου 2:** Ορολογίες και μέθοδοι που σχετίζονται με την Κοινωνική Ανθρωπολογία (wordcloud).

**Πηγή:** <http://tinyurl.com/zqwsvee>.

### 2. Ανθρωπολογία και τουρισμός.

Πριν από την εξέλιξη της ανθρωπολογίας του τουρισμού, ως αναγνωρισμένου υποκλάδου της ανθρωπολογίας, στοιχεία τα οποία τώρα αποτελούν μέρη της διερευνήθηκαν από ανθρωπολόγους και κοινωνιολόγους (Burns, 1999). Αυτό δείχνει ότι η ανθρωπολογία δε χρειάστηκε να επανεφευρεθεί για να μελετήσει τον τουρισμό. Οι ανθρωπολόγοι ασπάστηκαν το έργο και άλλων επιστημονικών πεδίων και χρησιμοποίησαν θεωρίες και μεθοδολογίες, χωρίς να τους ενδιαφέρει η αρχική προέλευσή τους (Nash & Smith, 1991: 13). Οι κοινωνιολόγοι ξεκίνησαν να γράφουν για τις επιπτώσεις του αυξανόμενου ελεύθερου χρόνου στη δεκαετία του 1960 και συνδέθηκαν με τους ανθρωπολόγους τη δεκαετία του 1970. Μία βασική διαφορά μεταξύ των δύο αυτών κλάδων αποτελούσε το γεγονός, ότι οι κοινωνιολόγοι πρώτοι εξέτασαν το φαινόμενο του ελεύθερου χρόνου σε μη αυτόχθονες κοινωνίες, ενώ οι ανθρωπολόγοι επικεντρώθηκαν σε αυτόχθονες κοινωνίες [για παράδειγμα οι Mead (1928) και Sahlins (1972)].

Οι ανθρωπολόγοι και άλλοι κοινωνικοί επιστήμονες υποστηρίζουν ότι οι άνθρωποι, περισσότερο από ό,τι οι επιχειρήσεις έχουν την ανάγκη για την ανάλυση του τουρισμού (Burns, 1999: 88). Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός, ότι ο τουρισμός είναι μία δραστηριότητα ευρέως διαδεδομένη στην ανθρώπινη κοινωνία. Υπάρχουν λίγα εναπομείναντα μέρη στον πλανήτη μας, που δεν έχουν “επισκεφτεί” από τουρίστες και όλο και λιγότεροι άνθρωποι που δεν έχουν ταξιδέψει. Κατά συνέπεια, ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει όλη την ανθρωπότητα. Επιπλέον, ο τουρισμός περιλαμβάνει την επαφή μεταξύ πολιτισμών και υποκοινοτήτων, καθώς οι τουρίστες ταξιδεύουν σε τόπους εκτός των κανονικών τόπων εργασίας και ανάπαυσης. Ο τουρισμός συμβάλλει στον μετασχηματισμό των κοινωνιών και των πολιτισμών τους (Nash & Smith, 1991: 13). Μπορεί να μην είναι η μοναδική αιτία αυτής της μετατροπής, αλλά αναμφίβολα διαδραματίζει έναν σημαντικό ρόλο, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή την τοποθεσία της κοινωνίας ή του πολιτισμού που μετασχηματίζεται.

Το 1974, η Valene Smith οργάνωσε το πρώτο συμπόσιο της Αμερικάνικης Ανθρωπολογικής Εταιρίας (American Anthropological Association) με θέμα τον τουρισμό, τα πρακτικά της οποίας συνέθεσαν το βιβλίο *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (1977), το οποίο περιελάμβανε 12 επιτόπιες έρευνες, όπου



καταγράφηκαν οι επιπτώσεις του τουρισμού. Στη δεύτερη έκδοση του βιβλίου το 1989, οι αρχικοί συντελεστές επανεξέτασαν την επιτόπια έρευνά τους, με σκοπό να προσδώσουν διαχρονικότητα στις αναλύσεις τους. Το έργο αυτό έχει πρόσφατα αναθεωρηθεί (Smith & Brent, 2001) και εξετάζει τα νέα ζητήματα για την ανθρωπολογία και τον τουρισμό στον 21ο αιώνα.

### 2.1 Βασικές προσεγγίσεις της ανθρωπολογίας του τουρισμού.

Η ανθρωπολογία προσφέρει μία σημαντική προσέγγιση στην κριτική ανάλυση του τουρισμού, μέσω της ολιστικής και συγκριτικής μελέτης των ανθρώπων, των κοινωνιών και των πολιτισμών τους. Πρόκειται για τη δυνατότητα να φέρει μαζί το τοπικό και το παγκόσμιο, με την αναγνώριση της αλληλόδρασης (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 22), της αλληλεξάρτησης του κοινωνικού, πολιτισμικού, περιβαλλοντικού, θρησκευτικού, πολιτικού και οικονομικού τομέα (Burns, 1999: 88). Αυτό σημαίνει ότι στοιχεία για τον τουρισμό, που δεν μπορούν να εφαρμοστούν διεπιστημονικά, δεν είναι δυνατό να χρησιμοποιηθούν από τους ανθρωπολόγους (Nash & Smith, 1991:22).

Στις αναλύσεις του τουρισμού από τις κοινωνικές επιστήμες είναι προφανές ένα επαναλαμβανόμενο μοτίβο δίπολων. Ο Burns (1999: 113) υποστηρίζει ότι, επειδή ο τουρισμός ως βιομηχανία έχει επιπτώσεις στις ζωές των ανθρώπων, υπάρχει πεδίο για την ανθρωπολογία να διαδραματίσει ουσιαστικό ρόλο στη δημιουργία κάποιων δυαδικών διαχωρισμών. Ένας από τους δυαδικούς διαχωρισμούς βασίζεται στην ιδέα ότι ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί είτε ως θετικού αντίκτυπου, είτε ως αρνητικού. Ο Crick (1988: 88) χαρακτηρίζει τους αντίθετους αυτούς πόλους του τουρισμού, από τη μία πλευρά ως “δώρο Θεού” και από την άλλη, ως κάτι το “δαιμονικό”. Ο MacCannell (1976: 162) περιγράφει το δίπολο αυτό, από την άποψη του προ-τουρίστα και του αντι-τουρίστα. Η προ-τουριστική θέση εστιάζει στην αντίληψη ότι όσον αφορά στις περιθωριακές οικονομίες, ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει έναν τρόπο αποκόμισης χρημάτων και αντιλαμβάνεται τον τουρισμό από την παραδοσιακή οικονομική σκοπιά. Αντίθετα, η αντι-τουριστική θέση, η οποία αναπτύχθηκε από τους φιλελεύθερους και ριζοσπάστες του Τρίτου Κόσμου, αναφέρεται στην αμφισβήτηση της αξίας της τουριστικής ανάπτυξης για την τοπική κοινωνία. Στην παλαιότερη βιβλιογραφία στις περισσότερες περιπτώσεις, τα θετικά και αρνητικά του τουρισμού ήταν κυρίως οικονομικής φύσεως και δε δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στα θετικά και

αρνητικά, που μπορεί να προσδώσει η τουριστική βιομηχανία στη χώρα φιλοξενίας, όσον αφορά σε κοινωνικές, πολιτισμικές, πολιτικές ή θρησκευτικές μεταβολές.

Οι ανθρωπολόγοι υποστήριζαν αρχικά την υπόθεση για την αρνητική πλευρά του τουρισμού, με την παρατήρηση ότι τα οικονομικά οφέλη που πηγάζουν από τον τουρισμό, δεν έχουν τη θετική επίπτωση στην τοπική κοινωνία υποδοχής, όσο αρχικά πίστευαν. Αυτό οδήγησε συγγραφείς όπως οι Turner και Ash (1975), Nash (1989: 39) και Krippendorf (1987), να ισχυριστούν ότι αν οι ξένοι αναλάβουν τη διαχείριση της τουριστικής βιομηχανίας, ο τουρισμός μπορεί να μετατραπεί σε μία μορφή ιμπεριαλισμού και να εξελιχθεί σε μία νεο-αποικιοκρατία.

Ο τουρισμός έχει επίσης μελετηθεί από ανθρωπολόγους ως μία μορφή πολιτισμικής εμπορευματοποίησης. Ο David Greenwood (1989: 172-179) αναφέρει ότι ο πολιτισμός είναι πακεταρισμένος, τιμολογημένος και πωλείται σαν τα οικόπεδα, τις υπηρεσίες δωματίου στα ξενοδοχεία, καθώς η τουριστική βιομηχανία επεκτείνει τον έλεγχό της. Αντίθετοι στη θέση αυτή ήταν οι συγγραφείς, όπως οι Cohen (1988a: 373) και MacKean (1989), οι οποίοι αντιλήφθηκαν την ιδέα του Greenwood περί εκμετάλλευσης, ως υπεργενίκευση. Η επίδραση της εμπορευματοποίησης σχετικά με την έννοια και την αυθεντικότητα των πολιτισμικών προϊόντων, δε θα πρέπει να θεωρείται καταστροφική, αλλά θα πρέπει να εξεταστεί σε ένα συγκριτικό πλαίσιο (Cohen, 1988a: 383). Σύμφωνα με τον Cohen (1988a: 382), η εμφάνιση μιας τουριστικής αγοράς διευκολύνει συχνά τη διατήρηση της πολιτιστικής παράδοσης, που διαφορετικά θα χαθεί.

Από τις αρχές που ο τουρισμός αποτέλεσε ένα αντικείμενο ακαδημαϊκής μελέτης, έχει συσχετισθεί με της έννοιες της ανάπτυξης. Η τουριστική βιομηχανία είχε θεωρηθεί και σε ορισμένες περιπτώσεις εξακολουθεί να θεωρείται ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη μικρής κλίμακας, υπανάπτυκτων ή λιγότερο αναπτυγμένων κοινωνιών και οι ανθρωπολόγοι έχουν συμβάλει στην τουριστική βιβλιογραφία αναφορικά με τις θεωρίες γύρω από τα θέματα της ανάπτυξης.

Ο Lea (1988: 2), διερευνά τη συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη του Τρίτου Κόσμου και περιγράφει δύο προσεγγίσεις. Την προσέγγιση της πολιτικής οικονομίας και την προσέγγιση του φονξιοναλισμού. Η προσέγγιση της πολιτικής οικονομίας

αντιλαμβάνεται την τουριστική βιομηχανία από την περιφέρεια του Τρίτου Κόσμου και βασίζεται στην παραδοχή ότι ο τουρισμός έχει εξελιχθεί με τέτοιο τρόπο, που ταιριάζει με τα παλαιά πρότυπα της αποικιοκρατίας και της οικονομικής εξάρτησης. Αντίθετα, η φονξιοναλιστική προσέγγιση αντιλαμβάνεται την τουριστική βιομηχανία από το μητροπολιτικό κέντρο, πυρήνα των εθνών και κατηγοριοποιεί τον τουρισμό από την άποψη των λειτουργικών τμημάτων του (Lea, 1988: 10-11).

Οι σχέσεις που διαμορφώνονται μεταξύ των οικοδεσποτών και των επισκεπτών και ο τρόπος που αυτές μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου, αποτελούν μεγάλης σημασίας για την ανθρωπολογική μελέτη του τουρισμού (Ryan & Huyton, 2002). Υπάρχουν ωστόσο, πολλά για τον τουρισμό που οι ανθρωπολόγοι θα πρέπει να εξετάσουν. Για παράδειγμα, οι απόψεις από την πλευρά υποδοχής, ιδιαίτερα των ιθαγενών οικοδεσποτών, παραμένουν μειοψηφικές και παρόλο που δεν υπάρχει έλλειψη από μελέτες περίπτωσης για τις επιπτώσεις του τουρισμού, θα πρέπει να αναπτυχθούν μοντέλα, ή αναλυτικά πλαίσια που θα βοηθήσουν στο να προβλεφθούν οι συνθήκες στις οποίες οι ντόπιοι αντιλαμβάνονται την τουριστική εμπειρία (Stronza, 2001: 263).

Επιπλέον, καθώς οι πρακτικές του τουρισμού επικεντρώνονται όλο και περισσότερο στους οικοδεσπότες, όχι μόνο ως αντικείμενα ή εμπορεύματα, αλλά ως ενεργά συμμετέχοντες, αυξάνεται η ανάγκη για την εφαρμογή των εξειδικευμένων γνώσεων της ανθρωπολογίας και τη δημιουργία νέων θεωρητικών πλαισίων. Τέτοιες εφαρμογές μπορούν να βοηθήσουν όχι μόνο τις κοινότητες υποδοχής, αλλά και τους τουρίστες και τους φορείς του τουρισμού, που απαρτίζουν το τουριστικό σύστημα.

### **2.2 Μεθοδολογία της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό.**

Η θεωρία και η μεθοδολογία είναι απαραίτητες για κάθε “ώριμη” έρευνα και συνεχώς αλληλεπιδρούν μεταξύ τους (Dann, Nash & Pearce, 1988: 4). Στον τομέα του τουρισμού, είναι απαραίτητη η αναγνώριση, ότι για την μελέτη του φαινομένου αυτού, η χρήση μιας ποικιλίας ερευνητικών εργαλείων είναι αναγκαία (Walle, 1997: 535).

**2.2.1 Ερευνητικά εργαλεία της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό.**

Η ποιοτική έρευνα, ως μία εναλλακτική μεθοδολογική προσέγγιση, έχει γίνει αποδεκτή από επιστημονικά πεδία, όπως η κοινωνιολογία (Silverman, 1985; Denzin, 1989; 1993; 1995) και η ανθρωπολογία (Geertz, 1973; Clifford, 1988; Van Maanen, 1988; Rosaldo, 1989). Ένα μεγάλο μέρος των μελετών στον τομέα του τουρισμού, πραγματοποιήθηκε μέσω της ποιοτικής έρευνας (Cohen, 1972; 1974; 1979; 1988b; MacCannell, 1973; 1976; Smith, 1977; Graburn, 1983).

Πίνακας 2.1: Εργαλεία της ανθρωπολογικής έρευνας στο τουρισμό.

-Μελέτη περίπτωσης (case study)	-Ημική προσέγγιση (emic approach)
-Προσωπική εμπειρία (personal experience) -Ημερολόγιο (diary)	-Συγκριτική προσέγγιση (comparative approach)
-Ποιοτική συνέντευξη (personal interview) -Συνέντευξη βάθους (depth interview) -Ανοιχτή διερευνητική συνομιλία (open-ended interview)	-Ανάλυση σε βάθος (in depth analysis) -Ανάλυση λόγου (discourse analysis)
-Παρατήρηση (observation)	-Ολιστική προσέγγιση (holistic approach)
-Ανάλυση ιστορικών και οπτικών κειμένων -Ανάλυση κειμένων-αρχαιακού υλικού (analysis of documentation)	-Σημειωτική (semiotics)
-Βιβλιογραφική ανασκόπηση (literature review) -Ανάλυση περιεχομένου (content analysis)	-Επιτόπια έρευνα με συμμετοχική παρατήρηση (fieldwork with participant observation)

Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Οι Denzin και Lincoln (1994: 2, όπως παρατίθεται στο Riley & Love, 2000: 168) περιέγραψαν την ποιοτική έρευνα ως μία πολυ-μέθοδο, η οποία αφορά σε μία ερμηνευτική, νατουραλιστική προσέγγιση στο θέμα που διερευνάται. Αυτό σημαίνει, ότι οι ερευνητές μελετούν τα πράγματα στο φυσικό τους περιβάλλον, προσπαθούν να ερμηνεύσουν τα φαινόμενα με βάση τις ερμηνείες που δίνουν οι ίδιοι οι άνθρωποι σε αυτά. Η ποιοτική έρευνα περιλαμβάνει τη χρήση και τη συλλογή μίας ποικιλίας εμπειρικών εργαλείων, που περιγράφουν την καθημερινή ζωή, τις “προβληματικές στιγμές” και τα νοήματα στη ζωή του κάθε ατόμου και ανιχνεύεται κυρίως στις μελέτες της ανθρωπολογίας και της κοινωνιολογίας. Πλέον, έχουν προστεθεί στην ποιοτική μέθοδο έρευνας προσεγγίσεις, όπως η σημειωτική (Riley & Love, 2000: 173, 180-181).

Στις ποσοτικές μεθόδους, η ερμηνεία των φαινομένων προκύπτει από τη στατιστική

ανάλυση και από την ανάδειξη των σχέσεων μεταξύ των διαφόρων μεταβλητών και από την πρόβλεψη. Στις ποσοτικές μεθόδους έρευνας, που έχουν χρησιμοποιηθεί κυρίως από την κοινωνιολογία και την οικονομική επιστήμη, το “δείγμα” αποτελεί την έννοια-κλειδί του όλου ερευνητικού εγχειρήματος. Πρόκειται συνήθως, για αντιπροσωπευτικό δείγμα, στρωματοποιημένο κατά διάφορες δημογραφικές και οικονομικές παραμέτρους (φύλο, ηλικία, είδος απασχόλησης, κ.ά.) (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 300-301).

Οι ποσοτικές μέθοδοι έχουν δεχτεί κριτική, γιατί δεν επιτρέπουν συνήθως στον ερευνητή να ελέγξει τις παραμέτρους που τυχόν προκύπτουν από την ερευνητική διαδικασία και οι οποίες δεν είχαν προβλεφθεί στον αρχικό σχεδιασμό (Λυδάκη, 2012). Στις μεθόδους και τεχνικές της επιτόπιας ποιοτικής κοινωνικής έρευνας, η βασική ιδέα είναι ότι τα ερωτηματολόγια και οι στατιστικές αναλύσεις, οι ποσοτικοποιήσεις και οι αριθμοί δεν αρκούν για την απεικόνιση και τη μελέτη της κοινωνικής πραγματικότητας (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 300). Ο κοινωνικός επιστήμονας προκειμένου να αρθρώσει λόγο για τον “Άλλο”, οφείλει να τον γνωρίσει, να τον αναγνωρίσει ως άτομο και να αναπτύξει μία ισότιμη σχέση μαζί του. Έτσι, αντιμετωπίζοντας με σεβασμό το διαφορετικό και ανακαλύπτοντας συγχρόνως το πανανθρώπινο πίσω από την επιφάνεια των πραγμάτων, ο ερευνητής θα είναι σε θέση να ερμηνεύσει τους λόγους και τις πράξεις των υποκειμένων της έρευνάς του και να κατανοήσει τα κίνητρα, που προσανατολίζουν τη δράση τους (Λυδάκη, 2012).

Η επιτόπια ποιοτική κοινωνική έρευνα, δε συνίσταται στη διερεύνηση και την καταμέτρηση ενός ή περισσότερων κοινωνικών φαινομένων αποσπασματικά και σε μεγάλο δείγμα πληθυσμού. Θέματα κοινωνικής έρευνας, αν μελετηθούν μόνο με ποσοτικές μεθόδους, χωρίς αμεσότερη διεύθυνση του ίδιου του ερευνητή στο χώρο και τον κόσμο των υποκειμένων της έρευνάς του και χωρίς ποιοτική ανάλυση των φαινομένων και συνεντεύξεις βάθους, τα συμπεράσματα στα οποία αυτός θα καταλήξει δεν θα έχουν πληρότητα. Ο ερευνητής που ακολουθεί ποιοτικές μεθόδους έρευνας, οφείλει να διερευνήσει την ατομική δράση μέσα σε συγκεκριμένες δομές, να κατανοήσει το αλληλένδετο και τη διαπλοκή του ατομικού με το κοινωνικό, την ταυτότητα των ατόμων, τη στάση ζωής, να αναζητήσει εν κατακλείδι, το ποιόν των ανθρώπων (ποιοι είναι πραγματικά) με ποιοτική ανάλυση των δεδομένων που συλλέγονται επιτόπου.

Σύμφωνα με τη Λυδάκη (2012) και την Γαλανή - Μουτάφη (2002: 301), ο άμεσος συγχρωτισμός του ερευνητή με τα υποκείμενα της έρευνάς του, του επιτρέπει να έχει την εποπτεία της κοινωνικής πραγματικότητας και να κατανοήσει τον τρόπο, με τον οποίο αντιλαμβάνονται τα άτομα τις διάφορες καταστάσεις στη ζωή τους, τον τρόπο που προσλαμβάνουν την πραγματικότητα, καθώς και τους κανόνες που οριοθετούν τις δράσεις τους. Όταν μελετά μια κοινωνική ομάδα, ο ερευνητής δε ζητά απαντήσεις σε συγκεκριμένα ερωτήματα, που επιδέχονται συγκεκριμένες απαντήσεις, ούτε την επιβεβαίωση και τεκμηρίωση μιας θεωρίας και για τους λόγους αυτούς, δε χρειάζεται να απαντήσει σε ερωτηματολόγια. Το πιθανότερο είναι, οι ερωτώμενοι να δώσουν την απάντηση που περιμένει ο ερωτών, την απάντηση που θεωρούν ότι πρέπει να δίνουν στα συγκεκριμένα ερωτήματα, αποσιωπώντας ηθελημένα ή μη, το αληθινό. Ο μόνος τρόπος για να γνωρίσεις τον "Άλλο", είναι να ζήσεις ενεργά κοντά του, να δεις το άτομο ως ολοκληρωμένη μορφή και όχι ως άθροισμα επιμέρους χαρακτηριστικών και τυπικών απαντήσεων. Κατά συνέπεια, κρίνεται αναγκαία η επιτόπια ποιοτική έρευνα, η έρευνα *in situ*, ως μόνος δρόμος που θα οδηγήσει στη γνωριμία αυτής της πραγματικότητας.

Η ύπαρξη στερεοτύπων, που δύσκολα μπορεί να αποβάλλει κανείς και που συχνά καταλαμβάνουν την ερευνητική εργασία, δημιουργώντας γνωστικά σχήματα εκ των προτέρων, δυσχεραίνουν την έκβαση ορθών πορισμάτων ακόμα και στην περίπτωση της επιτόπιας έρευνας. Η απόλυτη απροκαταληψία στην οποία αναφέρεται ο Husserl (όπως παρατίθεται στο Α. Λυδάκη, 2012), ίσως είναι ανέφικτη, αλλά η συνειδητοποίηση αυτής της αδυναμίας από τον ερευνητή, τον βοηθάει στο να ελέγχει τις κρίσεις του και τις εκ των προτέρων αντιλήψεις και να επικοινωνήσει με τα άτομα, μέσα σε μη στατικές συνθήκες και πλαίσια.

Επίσης, για την αποφυγή σφαλμάτων προβολής στοιχείων από τον πολιτισμό του ερευνητή στον υπό μελέτη, θα πρέπει γίνει κατανοητή η διαφορά ανάμεσα σε ημική (*emic*) και ητική (*etic*) προσέγγιση. Ο γλωσσολόγος Kenneth Pike (1954), στο έργο του 'Language in relation to a unified theory of the structure of the human behavior', θεωρεί πως η κοινωνική έρευνα θα πρέπει να χαρακτηρίζεται, σε σχέση με δύο όρους της γλωσσολογίας, την ημική και την ητική προσέγγιση. Η ημική προσέγγιση, η οποία στηρίζεται στην υιοθέτηση από τον ερευνητή της σκοπιάς του υποκειμένου, παρέχει ποιοτικά δεδομένα, δεν απαιτεί μεγάλο αριθμό διαθέσιμων πληροφοριοδοτών και είναι

ιδιαίτερα κατάλληλη για τη διερεύνηση ζητημάτων, τα οποία δεν έχουν την δυνατότητα να αντιμετωπίσουν εύκολα οι “επίσημες” στατιστικά βασιζόμενες μέθοδοι. Η ητική προσέγγιση, η οποία διαμορφώνεται από και μέσα στο εννοιολογικό πλαίσιο αναφοράς του ερευνητή, χρησιμοποιεί συνήθως τις λεγόμενες “σκληρές” μεθόδους για να επιτρέψει την ανάλυση επαληθεύσιμων δεδομένων. Παρά το γεγονός ότι ο Pike (1954), αναγνώρισε ότι η ημική μέθοδος μπορεί να οδηγήσει σε ατεκμηρίωτα αποτελέσματα, παρατήρησε όμως ότι βοηθά τους ερευνητές, όχι μόνο να εκτιμήσουν τον πολιτισμό ή τη γλώσσα σε ένα ολιστικό πλαίσιο, αλλά επίσης να εξηγήσουν τη ζωή, τις στάσεις, τα κίνητρα, τα ενδιαφέροντα, τις συγκρούσεις και την προσωπικότητα των συγκεκριμένων φορέων. Ο Pike παρατηρεί πως η ητική προσέγγιση, υποθάλλει τη δυνατότητα για τον ερευνητή να ασχοληθεί με αυτές τις βασικές σκέψεις, διότι τέτοια φαινόμενα, όπως ο τουρισμός, δεν μπορούν να διερευνηθούν με σχολαστικότητα, αν και για την πλήρη κατανόηση των υπό έρευνα φαινομένων, κρίνονται απαραίτητες και οι δύο προσεγγίσεις. Με τη χρήση τους, είναι δυνατόν να ιδωθεί και να καθοριστεί το πλήθος των παραδόσεων, που εντοπίζονται στον τουρισμό, ώστε να αναπτυχθεί ένα επαρκές πλαίσιο για τον προσδιορισμό των τρόπων, με τους οποίους συγκεκριμένες στρατηγικές έρευνας είναι ιδιαίτερα χρήσιμες σε ορισμένες περιπτώσεις (Walle, 1997: 530-531). Σε έρευνά του ο Simpson (1993: 164-179), συγκέντρωσε ποσοτικά δεδομένα, χρησιμοποιώντας τεχνικές της ημικής προσέγγισης, που σχετίζονται με τη συμμετοχική παρατήρηση και συμπέρανε, ότι μέσω αυτού του τρόπου, μπορεί κανείς να αντλήσει πληροφορίες, σχετικά με τη δράση της τουριστικής δραστηριότητας στους ανθρώπους και τις περιφέρειες. Ωστόσο, οι τρόποι εξέτασης σύνθετων οικονομικών, κοινωνικών και πολιτισμικών φαινομένων, όπως “οριοθετούνται” από τις “σκληρές” μεθόδους συγκέντρωσης στοιχείων, τείνουν να παράγουν μία υπεραπλουστευμένη εικόνα της πραγματικότητας (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 301).

Σύμφωνα με τον Nash (1981: 467), η εμπειρική έρευνα, ακόμα και αν είναι οργανωμένη με μία υψηλής απόδοσης μεθοδολογία της έρευνας, δεν αρκεί από μόνη της στην επιστημονική μελέτη του τουρισμού, διότι και το θεωρητικό υπόβαθρο είναι αναγκαίο. Επίσης, και μόνο η χρήση ερωτηματολογίων ή η εντύπωση στη σχετική βιβλιογραφία δεν αρκούν, διότι κρίνεται αναγκαίος ο μεθοδολογικός πλουραλισμός. Βέβαια, πριν ξεκινήσει κανείς την έρευνά του, θα πρέπει να έχει ανατρέξει στη σχετική βιβλιογραφία και τις ανάλογες έρευνες, ούτως ώστε να αποφύγει κατά τη διενέργεια της έρευνας, τυχόν ατοπήματα. Επίσης, ο ερευνητής μπορεί να χρησιμοποιήσει και

ποσοτικές μεθόδους ή και να ξεκινήσει από αυτές, για παράδειγμα, εάν στην έρευνα χρειάζονται δημογραφικά δεδομένα. Βασικό στοιχείο της επιτόπιας έρευνας, αποτελεί η ευελιξία και η συλλογή όλων των στοιχείων, που μπορούν με ποικίλους τρόπους να συλλεχθούν. Η ανθρώπινη κοινωνία την οποία θέλουμε να διερευνήσουμε, δε φανερώνεται μέσα από προειλημμένες αποφάσεις για τη δράση μας και απαράβατους σχεδιασμούς, εφόσον γνωρίζουμε πως δεν πλησιάζουμε όλους τους ανθρώπους με τον ίδιο τρόπο, αλλά κάθε φορά η “προσέγγιση” του άλλου, υπόκειται σε κανόνες που εξαρτώνται από ποικίλους παράγοντες.

Μία επιπλέον προσέγγιση στην τουριστική έρευνα, αποτελεί η συγκριτική προσέγγιση, η οποία έχει ειδικά σχεδιαστεί για να εξετάσει τις διαφορετικές δυναμικές και τις επιπτώσεις στους διαφορετικούς τύπους τουρισμού, κάτω από διαφορετικές συνθήκες (Cohen, 1979: 7). Η Γαλανή - Μουτάφη (2002: 23), αναφέρεται στις βασικές μεθοδολογικές και ερευνητικές προσεγγίσεις της ανθρωπολογίας, τη συγκριτική και την ολιστική προσέγγιση, καθώς και την επιτόπια έρευνα. “Η συγκριτική προσέγγιση, παρουσιάζει και περιγράφει την ετερότητα από τη σκοπιά του πολιτιστικού της περιεχομένου και της κοινωνικής της μορφής, αλλά και κατανοεί τα πρότυπα οργάνωσης κοινωνικών συστημάτων, καθώς και τις διαδικασίες αλλαγής. Σύμφωνα με την ολιστική προσέγγιση, η τοπική κοινωνία εξετάζεται ως προς τον υλικό της πολιτισμό, τους θεσμούς και τις κοινωνικές της σχέσεις, το συμβολικό της σύστημα, το φυσικό της περιβάλλον, διάφορους οικονομικούς παράγοντες και τις διασυνδέσεις μεταξύ όλων αυτών, χωρίς a priori διακρίσεις”. Η επιτόπια έρευνα, ως η κατεξοχήν ερευνητική πρακτική της ανθρωπολογίας, επιτρέπει την ανάλυση σε βάθος, καθώς προϋποθέτει τη συμμετοχή και ένταξη του ανθρωπολόγου στην καθημερινή ζωή της υπό μελέτη κοινωνίας, κοινότητας, ή ομάδας. Η διαδικασία της καταγραφής και ερμηνείας από τον ανθρωπολόγο μιας άλλης κοινωνικής και πολιτισμικής πραγματικότητας, αποδίδεται με τον όρο εθνογραφία (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 23). Η επιτόπια ποιοτική μελέτη και συμμετοχική παρατήρηση στην ουσία αποτελεί μία μετατόπιση του ερευνητή, από τον δικό του κόσμο, στον κόσμο των υποκειμένων της έρευνάς του.



Εικόνα 2.1: Ο ανθρωπολόγος Malinowski, πραγματοποιώντας επιτόπια έρευνα στα Νησιά Trobriand, της Μελανησίας.



Πηγή: <http://tinyurl.com/jkbnwx4>.

Εικόνα 2.2: Ο άμεσος συγχρωτισμός του ερευνητή με τα υποκείμενα της έρευνας.



Πηγή: <http://tinyurl.com/gue4zhw>.

Κεφάλαιο 3. Σκοπός και μεθοδολογία της διπλωματικής.



Εικόνα εξωφύλλου 3: Στόχοι της Ανθρωπολογίας (wordcloud).

Πηγή: <http://tinyurl.com/h5dbey6>.

### 3. Σκοπός και μεθοδολογία της διπλωματικής.

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύονται οι βασικοί στόχοι και παρουσιάζονται τα ερευνητικά ερωτήματα της διπλωματικής, καθώς επίσης αναλύεται και τεκμηριώνεται η επιλογή της μεθόδου έρευνας, που χρησιμοποιήθηκε για την εν λόγω διατριβή. Αφού παρουσιάστηκαν οι βασικές έννοιες και τα μεθοδολογικά εργαλεία, που σχετίζονται με την ανθρωπολογία του τουρισμού, στα επόμενα κεφάλαια, πραγματοποιείται μία κατηγοριοποίηση, καταγραφή, και ανάλυση των βασικών θέσεων.

#### 3.1 Σκοπός της διπλωματικής.

Το τουριστικό φαινόμενο έχει αποτελέσει προνομιακό πεδίο ανθρωπολογικής μελέτης, διότι θεωρείται ως έκφανση μίας παγκόσμιας τάσης, που χαρακτηρίζεται από την αύξηση της ανθρώπινης κινητικότητας και των διαπολιτισμικών επαφών.

Η διατριβή πραγματεύεται τη σχέση μεταξύ ανθρωπολογίας και τουρισμού, πώς και γιατί, αυτά τα δύο πεδία μελέτης είναι σχετικά μεταξύ τους, επισημαίνοντας τα σημεία στα οποία έχουν εμπλακεί οι ανθρωπολόγοι και οι κοινωνιολόγοι, αναφορικά με το τουριστικό φαινόμενο. Σκοπός αποτελεί η συνθετική προσέγγιση και ερμηνεία της σύγχρονης κοινωνίας, στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης και η εννοιολογική αντιμετώπιση του τουρισμού, στα πλαίσια των κοινωνικών επιστημών.

Στόχος της παρούσας διπλωματικής, αποτελεί η εξοικείωση με τις βασικές ερμηνευτικές, μεθοδολογικές και αναλυτικές προσεγγίσεις στην κοινωνική ανθρωπολογία, που σχετίζονται με τον τουρισμό, ως διεπιστημονικό πεδίο ανάλυσης, καθώς και στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο, οι ανθρωπολογικές προσεγγίσεις είναι σε θέση να “φωτίσουν” το φαινόμενο του τουρισμού. Μέσω της ανάλυσης του τουρισμού σε όλες τις διαστάσεις του, ως ανθρωπολογικού φαινομένου, επιχειρείται η παρουσίαση της διακριτής προσέγγισης της ανθρωπολογίας. Η διπλωματική προσφέρει μία περιεκτική παρουσίαση των ανθρωπολογικών προσεγγίσεων, η οποία ενδέχεται να ενθαρρύνει έναν διαφορετικό τρόπο πρόσληψης, θεωρητικής αντιμετώπισης και ερμηνείας των τουριστικών ζητημάτων. Προσφέρεται με τον τρόπο αυτό, η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής ματιάς και συνδυαστικού τρόπου σκέψης, ώστε να γίνει αντιληπτό το τουριστικό φαινόμενο μέσα από μία ανθρωποκεντρική σκοπιά.

Μέσα από την παρούσα διπλωματική, αποπειράται παράλληλα μία προσπάθεια συνεισφοράς, ώστε να γίνει πιο γνωστή η ανθρωπολογία του τουρισμού, καθώς και να

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

αναδειχθεί ως ένας από τους βασικούς κλάδους διερεύνησης της ανάπτυξης και επέκτασης του φαινομένου του τουρισμού στο σύγχρονο κόσμο, διότι παραπέμπει σε μία διαφορετική μεθοδολογική και αναλυτική αντιμετώπιση των ζητημάτων της τουριστικής έρευνας. Επίσης, παράλληλος σκοπός αποτελεί να λειτουργήσει η παρούσα διπλωματική, ως ένας οδηγός εισαγωγής στις ανθρωπολογικές προσεγγίσεις, όπως αυτές εφαρμόζονται στον τουρισμό και απευθύνεται κυρίως σε όσους ενδιαφέρονται για την ανθρωπολογία, σε αυτούς που ακολουθούν τουριστικές σπουδές, σε όσους ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία, καθώς και σε εκείνους, που επιθυμούν να διευρύνουν τον οπτικό τους ορίζοντα σχετικά με τη σημασία και το ρόλο του τουρισμού στη σύγχρονη κοινωνία και να τον αντιληφθούν από μία διαφορετική οπτική. Οι ανθρωπολογικές “γνώσεις”, προκύπτουν παράλληλα και από εμπειρικά δεδομένα, από διάφορες περιοχές του κόσμου, που οδηγούν σε θεωρίες και οι οποίες με τη σειρά τους, μπορούν να έχουν εφαρμογή στην επίλυση πρακτικών προβλημάτων, σχετικών με την ανάπτυξη του τουρισμού.

### **3.2 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα της διπλωματικής.**

Στη διπλωματική παρουσιάζεται ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα των βασικών αναλυτικών προσεγγίσεων και θεωριών, οι οποίες συμβάλλουν στην κατανόηση βασικών εννοιών και ερωτημάτων, που προκύπτουν από την ανθρωπολογία του τουρισμού.

#### **3.2.1 Το ταξίδι ως “τελετουργία”.**

Αρχικά εγείρονται κάποια βασικά ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία σχετίζονται με την εμπειρία του τουρισμού από τη σκοπιά του τουρίστα. Ο τουρισμός αποτελεί ένα “μοντέρνο τελετουργικό” (MacCannell, 1976), ο οποίος προσφέρει “την είσοδο σε μία εναλλακτική κατάσταση Ύπαρξης, κατά την οποία, νοητικές, εκφραστικές και πολιτισμικές ανάγκες, έρχονται στο προσκήνιο” (Graburn, 1983: 11). Μέσω του ταξιδιού, το άτομο καλύπτει ενδότερες κοινωνικές και πολιτισμικές ανάγκες για την ανακάλυψη του “Θείου” μέσα από “τελετουργικές διαδικασίες”, μέσα από καταστάσεις, που έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά με αυτά των “διαβατήριων τελετουργιών” ή του προσκυνήματος. Η βιβλιογραφία, που σχετίζεται με τις

διαβατήριες τελετουργίες, προσφέρει το κατάλληλο πλαίσιο, το οποίο μπορεί να ενημερώσει για τα ενδότερα κίνητρα και τις εμπειρίες που βιώνουν τα άτομα. Ένα τέτοιο πλαίσιο επιτρέπει στο να ανακαλυφθεί, εάν οι τουρίστες βιώνουν μία “αλλαγή”. Οι Crick (1989), Nash (1996) και Burns (1999: 95), αναφέρονται σε ένα από τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα στην ανθρωπολογία του τουρισμού, το εάν ο τουρισμός αποτελεί μία μοντέρνα μορφή θρησκείας, αν δηλαδή γίνεται αντιληπτός ως τελετουργική διαδικασία, με την έννοια ότι δύναται να ακολουθεί παρόμοια στάδια ή χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα, η τελετουργική διαδικασία περιλαμβάνει την χωρική μετακίνηση από ένα συνηθισμένο μέρος σε ένα διαφορετικό τόπο, όπου το άτομο αποχωρίζεται από την “κανονική του ζωή” και υιοθετεί μία διαφορετική συμπεριφορά από τις κανονικές νόρμες της κοινωνικής ζωής. Επομένως, προκύπτουν βασικά ερωτήματα όπως:

- Γιατί προσεγγίζεται ο τουρισμός ως κάτι το “ιερό”;
- Ποιές είναι και τι προσφέρουν οι διαβατήριες τελετουργίες που υπάρχουν στην σύγχρονη κοινωνία και πραγματοποιούνται, μέσω του τουρισμού;
- Με ποιούς τρόπους γίνεται αντιληπτό το ταξίδι, ως “τελετουργική διαδικασία”;

### 3.2.2 Τυπολογίες τουριστών.

Ένας από τους στόχους της ανθρωπολογίας του τουρισμού, είναι η βαθύτερη κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας από την μεριά των τουριστών. Σύμφωνα με τον Λαγό (2005: 48), η συμπεριφορά του τουρίστα αποτελεί αντικείμενο θεωρητικής ερμηνείας και εμπειρικής επιβεβαίωσης, ενώ κάθε τυπολογία εξυπηρετεί συγκεκριμένους σκοπούς της τουριστικής έρευνας και πολιτικής, επιδιώκοντας την ομαδοποίηση των κοινών χαρακτηριστικών που υπάρχουν μεταξύ των τουριστών. Κάθε τύπος, προσελκύει διαφορετικούς τύπους τουριστών, εξαιτίας των διαφορών που ενυπάρχουν στα κίνητρα και χαρακτηριστικά τους. Οι τυπολογίες των τουριστών συνιστούν ένα σημαντικό εργαλείο για τον τουριστικό σχεδιασμό, την επιλογή συγκεκριμένων προορισμών και εναλλακτικών στρατηγικών και στοχεύουν σε μία πιο αποτελεσματική και εμπειρισταωμένη τουριστική πολιτική.

Ενυπάρχουν πολλαπλά οφέλη από τη δημιουργία και χρήση των τυπολογιών, επειδή κυρίως, επιτρέπουν την αναγνώριση των σημαντικών διαστάσεων αυτής της δραστηριότητας, που είναι ο τουρισμός. Επομένως, κρίνεται κατάλληλο να αναλυθούν κυρίως τα κοινωνικο-ψυχογραφικά χαρακτηριστικά: α) αξίες και τρόποι ζωής, β) συμπεριφορές, ενδιαφέροντα και απόψεις, και γ) τύποι προσωπικότητας. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι απαιτήσεις (των τουριστών) και οι παροχές (των τόπων υποδοχής) σχετίζονται, διότι τα τουριστικά προφίλ αυτών που επισκέπτονται μία συγκεκριμένη περιοχή, της δίνουν τον συγκεκριμένο τύπο τουρισμού που υιοθετεί και αντίστροφα. Η χρήση των τυπολογιών είναι χρήσιμη, διότι οι πολιτικές και δράσεις θα πρέπει να εξειδικεύονται για κάθε τύπο, κοινωνική ομάδα ή τάξη. Ως αποτέλεσμα, ο τουριστικός σχεδιασμός δύναται να είναι ορθολογικός, συστηματικός και αποτελεσματικός, διότι αφορά σε άτομα που επισκέπτονται έναν συγκεκριμένο τόπο με παρόμοια χαρακτηριστικά. Οι τυπολογίες, μπορούν να συνδράμουν στην αναγνώριση βασικών θεμάτων τουριστικού σχεδιασμού, διότι μπορεί να φανερώσουν τάσεις και περιορισμούς για την τουριστική ανάπτυξη σε μία περιοχή, να καθορίσουν τους επιθυμητούς τύπους τουρισμού και τα επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης.

### 3.2.3 Το ζήτημα της αυθεντικότητας.

Σύμφωνα με τον Hughes, (1995: 781), “η ενασχόληση με το ζήτημα της αυθεντικότητας μοιάζει σχεδόν υποχρέωση για όσους ασχολούνται με την μελέτη του τουριστικού φαινομένου”, αναφορικά κυρίως με την τουριστική εμπειρία. Το ζήτημα της αυθεντικότητας, εξαιτίας της πολύπλοκης και αμφιλεγόμενης φύσης της, έχει απασχολήσει αρκετούς ανθρωπολόγους, ειδικά στο επίπεδο στο οποίο, η αναζήτηση της αυθεντικότητας αποτελεί σημαντικό κίνητρο για τον σύγχρονο τουρίστα, αλλά και ένα θέμα εξαιρετικής σημασίας, για τους τόπους υποδοχής τουριστών.

### 3.2.4 Η οπτική διάσταση στον τουρισμό.

Ενδιαφέρον στην ανθρωπολογία του τουρισμού, αποτελεί η οπτική διάσταση της διαπολιτισμικής συνάντησης τουριστών και ντόπιων και το θέμα της ταυτότητας του τουρίστα, με την έννοια του τρόπου, με τον οποίο δομείται και διαφοροποιείται από την ταυτότητα του ντόπιου-υποδοχέα και αντίστροφα. Εξαιτίας της πολύπλοκης φύσης

της οπτικής αντίληψης, δεν υπάρχει αντικειμενική πρόσληψη όσων απεικονίζονται μέσα από το βλέμμα. Η όραση ταυτίζεται με αυτό που το ανθρώπινο μάτι είναι ικανό να δει, ενώ το βλέμμα αναφέρεται στους παρεκβατικούς προσδιορισμούς της κοινωνικά κατασκευασμένης ματιάς (Foster, 1988). Το βλέμμα στον τουρισμό, προϋποθέτει ένα σύστημα από κοινωνικές δραστηριότητες και σύμβολα, που αποτυπώνονται και εκφράζονται με συγκεκριμένες τουριστικές δραστηριότητες. Επιπλέον, το βλέμμα αποτελεί και μία πρακτική, η οποία παράλληλα εμπλέκει και σχέσεις εξουσίας.

Σύμφωνα με τον Παναγιωτόπουλο (1999: 91-92, όπως παρατίθεται στο Χ. Μπανάρου, 2012: 73), οι διαφορετικές γνώσεις, αντιλήψεις και ερμηνείες του κόσμου, αντιστοιχούν σε διαφορετικούς τρόπους θέασης και αναπαράστασής του. Η έννοια του βλέμματος ενσωματώνει τις τουριστικές εμπειρίες και αποτελεί ερμηνεία των πραγμάτων, που οι τουρίστες, όχι μόνο βλέπουν, αλλά αναζητούν και κάνουν όταν βρίσκονται σε διακοπές, μακριά από τη δουλειά και την καθημερινότητά τους (Perkins & Thorns, 2001: 187).

### 3.2.5 Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, παρουσιάζει η ανάλυση των κοινωνικών καταστάσεων, που δημιουργεί η επικοινωνία ανάμεσα σε άτομα ή κοινωνικές ομάδες με διαφορετικά κοινωνικοπολιτισμικά χαρακτηριστικά και ο ιδιαίτερος ρόλος του τουρισμού στην αλλαγή υλικών και άυλων στοιχείων ή συμβόλων του τοπικού πολιτισμού στα πλαίσια της τουριστικής επιρροής, μέσω της χρήσης συλλήψεων της ανθρωπολογίας του τουρισμού, στην ανάλυση και κατανόηση της οπτικής των κοινωνιών υποδοχής. Βασικά ερωτήματα εγείρονται αναφορικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού από κοινωνικοπολιτισμικής σκοπιάς:

- Πώς γίνεται αντιληπτός ο τουρισμός από τη σκοπιά της τοπικής κοινωνίας υποδοχής, αναφορικά με τις αρνητικές και θετικές επιπτώσεις που επιφέρει;
- Πώς επηρεάζεται ο τρόπος ζωής των τουριστών και ο πολιτισμός τους, λόγω του τουρισμού;
- Ο κάτοικοι των κοινωνιών υποδοχής αποτελούν “παθητικά θύματα” του τουρισμού;



- Πώς τα άτομα και οι κοινωνίες υποδοχής, οι οποίες βασίζονται στον τουρισμό, αντιμετωπίζουν τις αρνητικές επιδράσεις που επιφέρει;

Επομένως, κρίνεται αναγκαία η περαιτέρω κατανόηση των τουριστικών επιπτώσεων, καθώς και ο προσδιορισμός του τρόπου, με τον οποίο οι κοινωνίες υποδοχής προσαρμόζονται στον τουρισμό. Σύμφωνα με τον Krippendorf (1987: 68), οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι τόσο σημαντικές, ώστε “θα πρέπει να ερευνώνται πριν από οποιαδήποτε άλλη μελέτη”.

### 3.3 Μεθοδολογία της διπλωματικής

Τα παραπάνω ερωτήματα αποτελούν τη βάση πάνω στην οποία στηρίζεται η παρούσα διπλωματική, στην προσπάθεια δόμησης και ανάλυσης των βασικών ανθρωπολογικών προσεγγίσεων του τουρισμού.

Η παρούσα διπλωματική έχει εκπονηθεί με βάση την Ποιοτική Ανάλυση Περιεχομένου (Quality Content Analysis), η οποία αποτελεί εργαλείο των ποιοτικών μεθόδων έρευνας. Αναφορικά με τις ανθρωπολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού, οι ποιοτικές μέθοδοι έρευνας αποτελούν ένα σύνολο ερμηνευτικών και διερευνητικών μεθόδων για να περιγράψουν, να αποκωδικοποιήσουν, να μεταφράσουν και να αποδώσουν κάποιο νόημα στο φαινόμενο του τουρισμού. Μέσω της ποιοτικής έρευνας πραγματοποιείται μία προσπάθεια, η οποία στοχεύει στην αποκάλυψη συσχετίσεων ανάμεσα σε κοινωνικά υποκείμενα και κοινωνικές ομάδες, την περιγραφή, ανάλυση και κατανόηση κοινωνικών διαδικασιών, τη διατύπωση ή αναδιατύπωση υποθέσεων και θεωρητικών θέσεων πάνω στα υπό μελέτη θέματα και τη διακρίβωση κοινωνικών σχέσεων, θέσεων και ρόλων. Η ποιοτική έρευνα στοχεύει στην περιγραφή, ανάλυση, ερμηνεία και κατανόηση του τουριστικού φαινομένου, απαντώντας κυρίως στα ερωτήματα “πώς” και “γιατί” (Ιωσιφίδης, 2001). Βασικός στόχος αποτελεί, η διερεύνηση και ανάλυση της δομής και λειτουργίας του τουριστικού φαινομένου από ανθρωπολογικής σκοπιάς, καθώς και των κοινωνικών σχέσεων (αίτια, συσχετίσεις, συνέπειες), που τα χαρακτηρίζουν και όχι η απλή αναγωγή τους σε μετρήσιμες ποσότητες.

Η ποιοτική ανάλυση περιεχομένου, αναπτύχθηκε πρώτιστα στην ανθρωπολογία, την ποιοτική κοινωνιολογία και την ψυχολογία, προκειμένου να ερευνηθούν οι έννοιες που κρύβονται κάτω από τα φυσικά μηνύματα. Η ανάλυση περιεχομένου είναι μία μέθοδος δευτερογενούς ανάλυσης ποιοτικού υλικού, όπως επιστημονικά άρθρα, εμπειρικές έρευνες, επιτόπιες μελέτες, συνεντεύξεις και σχετικά βιβλία. Τα δείγματα για την ποιοτική ανάλυση περιεχομένου, αποτελούνται από σκόπιμα επιλεγμένα κείμενα, που μπορούν να ενημερώσουν τις ερωτήσεις που ερευνώνται. Η ποιοτική ανάλυση περιεχομένου, δίνει προσοχή σε μοναδικά θέματα που απεικονίζουν το εύρος των εννοιών ενός φαινομένου, παρά τη στατιστική σημασία του περιστατικού των ιδιαίτερων κειμένων ή των εννοιών.

Η μέθοδος αυτή περιλαμβάνει τρεις φάσεις. Την προανάλυση, την ανάλυση του υλικού και την επεξεργασία και ερμηνεία των συμπερασμάτων. Η πρώτη φάση, αυτής της προανάλυσης, περιλαμβάνει μια πρώτη εξερευνητική ανάγνωση. Πρόκειται δηλαδή, για την επιλογή του υλικού, η οποία εξαρτάται από το αντικείμενο της έρευνας. Επίσης, σε αυτή την φάση, εμπεριέχονται ο ορισμός του αντικείμενου της έρευνας, καθώς και η διατύπωση των υποθέσεων, των προσωρινών δηλαδή απαντήσεων που δίνονται από τον ερευνητή. Από την άλλη πλευρά, η φάση της ανάλυσης του υλικού, περιλαμβάνει την κωδικοποίηση και κατηγοριοποίηση του υλικού. Τέλος, στη φάση επεξεργασίας και ερμηνείας των αποτελεσμάτων, επιχειρείται η ερμηνεία των δεδομένων, βάση του θεωρητικού πλαισίου, που έχει επιλεχτεί και των υποθέσεων, που έχουν διατυπωθεί (Σακαλάκη, όπως παρατίθεται στο Σ. Παπαστάμου, 2001: 481 – 488).

Η ποιοτική ανάλυση περιεχομένου, περιλαμβάνει μια διαδικασία σχεδιασμένη να συμπυκνώσει τα ακατέργαστα στοιχεία σε κατηγορίες (ενότητες ανάλυσης) και συμβάλλει στο να γίνουν συγκρίσιμα τα στοιχεία του υλικού που μελετάται. Αυτή η διαδικασία χρησιμοποιεί τον επαγωγικό συλλογισμό, από τον οποίο τα θέματα και οι κατηγορίες προκύπτουν από τα στοιχεία, μέσω της προσεκτικής εξέτασης του ερευνητή και τη συνεχή σύγκριση.

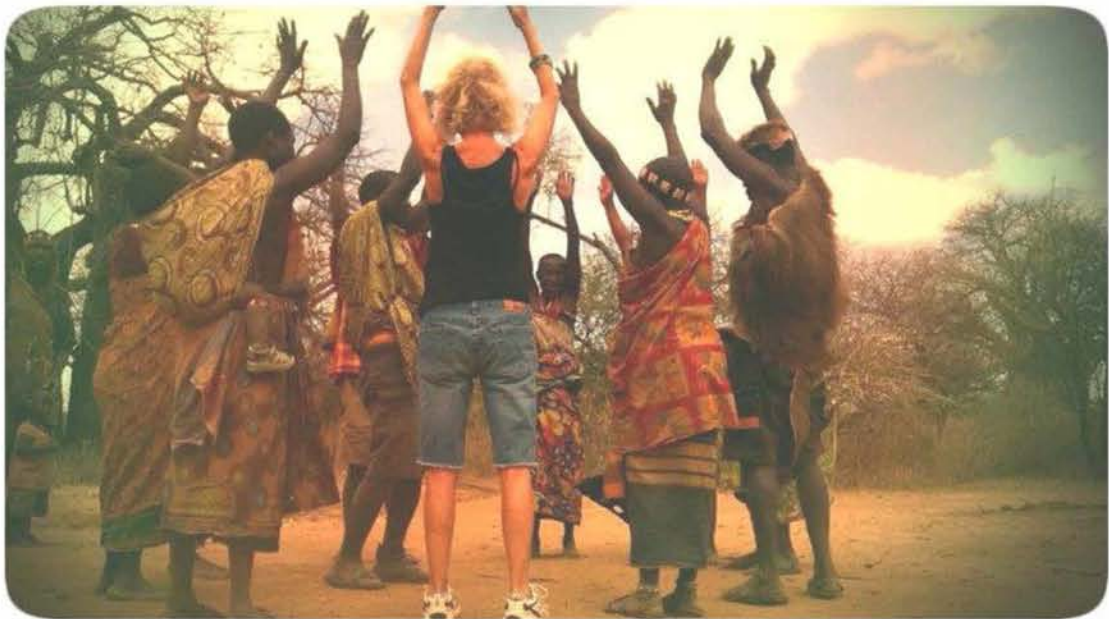
Πίνακας 3.1: Ορισμοί της Ποιοτικής Ανάλυσης Περιεχομένου.

Συγγραφέας	Χρονολογία	Ποιοτική Ανάλυση Περιεχομένου
Unrug, M. C.	1974	Παραμένει η μόνη εφαρμόσιμη μέθοδος, όταν πρόκειται να αναζητηθεί αυτό που έχει ήδη λεχθεί, για ένα δεδομένο αντικείμενο.
Λαμπίρη-Δημάκη, I.	1990	Κατά την ανάλυση, ο ερευνητής αναλύει κάποιο συγκεκριμένο μήνυμα, εντοπίζοντας τις διάφορες συμβολικές ενότητες εννοιών, τα διάφορα θέματα, που περιέχονται σε αυτό. Αποτελεί, την βασική μέθοδο της έμμεσης παρατήρησης.
Mayring, P.	2000	Προσεγγίζεται, μέσω της εμπειρικής, μεθοδολογικής ελεγχόμενης ανάλυσης των κειμένων, όσον αφορά στο περιεχόμενο. Πρόκειται για μία εμπειρική προσέγγιση, μεθοδολογικά ελεγχόμενη ανάλυση κειμένων, μέσα στα επικοινωνιακά τους συμφραζόμενα, σύμφωνα με κανόνες και βήματα, χωρίς απόλυτη ποσοτικοποίηση.
Hsieh, H. F. & Shannon, S. E.	2005	Αποτελεί, μια ερευνητική μέθοδο, για την υποκειμενική ερμηνεία του περιεχομένου των στοιχείων κειμένων, μέσω της συστηματικής διαδικασίας ταξινόμησης και αναγνώρισης παρόμοιων θεμάτων ή μοτίβων λόγου.

Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Ο τεμαχισμός του υλικού σε ενότητες ανάλυσης και στη συνέχεια η καταχώρησή τους σε κατηγορίες, επιτρέπουν μία συνοπτική παρουσίαση του υλικού, όπου όμως παρουσιάζονται όλες οι πληροφορίες, οι οποίες έχουν σχέση με το θέμα της έρευνας. Οι θεματικές ενότητες στην παρούσα διπλωματική, αποτελούν συμπυκνωμένες ολιστικές περιγραφές και ερμηνείες. Στην αρχική διαμόρφωση των κατηγοριών, συντέλεσαν οι ισχύουσες γνώσεις για το υπό έρευνα θέμα, όπως αυτές διατυπώθηκαν στο θεωρητικό μέρος.

Κεφάλαιο 4. Η σύνδεση μεταξύ ταξιδιού και  
τελετουργικής διαδικασίας.



Εικόνα εξωφύλλου 4: Συμμετοχή τουριστών σε τελετουργικές δραστηριότητες.  
Πηγή: <http://tinyurl.com/h2r8xsh>

4.Η σύνδεση μεταξύ ταξιδιού και τελετουργικής διαδικασίας.

4.1 Ο τουρισμός ως “ιερό ταξίδι”.

Ένας μεγάλος αριθμός από ανθρωπολογικές έρευνες για τον τουρισμό, τον αντιλαμβάνεται ως ένα “ιερό ταξίδι”. Η βασική ιδέα πηγάζει από το γεγονός, ότι οι τουρίστες αναζητούν εμπειρίες, οι οποίες είναι κατά μία έννοια παρόμοιες με τις “θρησκευτικές” εμπειρίες. Η δομή του τουρισμού είναι παρόμοια με τη δομή κάθε τελετουργικής συμπεριφοράς, σύμφωνα με τους Hubert και Mauss (1898) (όπως παρατίθεται στο Graburn, 1983: 12), στην ανάλυσή τους για τη δομή της θυσίας σε παραδοσιακές κοινωνίες. Η περίοδος μεταξύ της εισόδου και της εξόδου από το τελετουργικό χαρακτηρίζεται ως “ιερή”, μία περίοδος όπου τα άτομα σε μία μη φυσιολογική κατάσταση, έρχονται πιο κοντά στον πυρήνα της θρησκείας, με σκοπό να έρθουν σε επαφή με το υπερφυσικό.

Πίνακας 4.1: Αντιλήψεις για την “ιερή φύση” του τουρισμού.

Συγγραφέας	Χρονολογία	Διακρίσεις τουρισμού
Durkheim, E.	1965	-Δίπολο: Ιερό-Βέβηλο -Τοτεμικός χαρακτήρας
Graburn, N.	1983	-Δίπολο: Ιερό-Βέβηλο (ως μέτρο καθορισμού χρόνου) -Τελετουργικό ή Διαβατήρια τελετουργία (εγκατάλειψη δομημένης και μετάβαση στη μεθοριακή κατάσταση)
Van Gennep, A.	1909	-Τελετουργικό ή Διαβατήρια τελετουργία: Στάδιο 1: Τελετές διαχωρισμού Στάδιο 2: Προκαταρκτικές τελετές Στάδιο 3: Τελετές επανενσωμάτωσης
Burns, P.	1999	-Τελετουργικό ή Διαβατήρια τελετουργία (λειτουργούν ως μεταβατικά στάδια)
Turner, V.	1969	-Τελετουργικό ή Διαβατήρια τελετουργία: Στάδιο 1: Αποχωρισμός (separation) Στάδιο 2: Μεθοριακότητα (liminality) Στάδιο 3: Επανένταξη (incorporation) -Communitas (μέθεξη)
Chapple, D. E. & Coon, S. D.	1942	-Τελετή εντατικοποίησης -Διαβατήρια τελετουργία

Πηγή: Ϊδία επεξεργασία

Το 1912, ο Γάλλος κοινωνιολόγος και ανθρωπολόγος Emile Durkheim, τόνισε πως η θρησκεία των τοτέμ στους Αβοριγίνες της Αυστραλίας αποτέλεσε την πιο πρόωμη βασική μορφή θρησκείας. Οι Αβοριγίνες χρησιμοποιούσαν τοτέμ (μορφές ζώων ή φυτών, συχνά λαξευμένες ή ζωγραφισμένες σε ξύλο ή πέτρα), τα οποία συμβόλιζαν την

ομάδα τους (κλαν). Ο Durkheim περιέγραψε πως με την παρουσία τέτοιων τοτέμ, οι Αβοριγίνες βίωναν μία αίσθηση εγγύτητας ή συλλογικότητας μεταξύ τους. Ο Durkheim (1965) έχει χρησιμοποιήσει τον όρο, όχι με τη θρησκευτική του διάσταση, ομοίως και ο Tresidder, (1999: 41), ο οποίος τονίζει πως οτιδήποτε ονοματίζεται και υιοθετείται ως ιερό από την κοινωνία, δε χρειάζεται να παραπέμπει αναγκαστικά στη θρησκεία. Επομένως, ο Durkheim διακρίνει το “ιερό” από το “βέβηλο”, όπου “ιερό” θεωρείται ό,τι αντιστρατεύεται τη συνήθεια και καθημερινότητα, ενώ “βέβηλο” είναι το κοσμικό, το καθημερινό, το συνηθισμένο. Ο Graburn (1989) βασίζεται στις ιδέες του Durkheim (1965) και θεωρεί πως οι εναλλαγές “ιερού” και “βέβηλου”, αποτελούν μέτρο καθορισμού του χρόνου (π.χ. Πρωτοχρονιά, γενέθλια κλπ.), αλλά και οριοθετούν το πέρασμα στις διάφορες περιόδους της κοινωνικής ζωής (π.χ. αποφοίτηση, γάμος). Το “ιερό” και “βέβηλο” σηματοδοτούν “μικροζωές”, που διαδέχονται η μία την άλλη και η μετάβαση από τη μία στην άλλη περίοδο, συνοδεύεται από φόρτιση και αμφιθυμία.

### 4.2 Ο τουρισμός ως τελετουργική διαδικασία.

Ο Graburn (1983) αναφέρει, πως οι τουρίστες διέρχονται μία διαδικασία “αντιστροφής”, κατά τη διάρκεια της “τουριστικής τους οδύσσειας”. Στη διαδικασία αυτή υποτίθεται πως τα άτομα εγκαταλείπουν τη δομημένη, μεταβαίνουν στην μεθοριακή κατάσταση εμπειριών και επιστρέφουν πίσω, όπως προτάθηκε από τον Turner για τις τελετουργίες μετάβασης (Nash & Smith, 1991: 17). Σε αυτήν την ανάλυση, ο τουρισμός θεωρείται ως τελετουργικό ή διαβατήρια τελετή, “πέραςμα”, στην οποία οι τουρίστες, όπως οι προσκυνητές, εγκαταλείπουν μία δομημένη κατάσταση, η οποία έχει δημιουργηθεί στην κοινωνία τους.

Ο Arnold Van Gennep στο βιβλίο του “Rites of Passage” (1909), αναλύει την τελετουργική διαδικασία, η οποία περιλαμβάνει τελετές διαχωρισμού από τα συνηθισμένα, προκαταρκτικές τελετές (μία περίοδο περιθωριοποίησης ή μεθοριακότητας) και τελετές επανενσωμάτωσης, όπου τα άτομα επιστρέφουν ολοκληρωτικά στην κοινωνία τους. Στην περίπτωση της διαβατήριας τελετουργίας, το άτομο εισάγεται ξανά σε ένα νέο status - κοινωνική κατάσταση. Αυτή η τελετουργική διαδικασία, δύναται να εφαρμοστεί και σε όλους τους τύπους τουρισμού (Graburn, 1983: 13). Ο Van Gennep (1909) και ο Burns (1999: 75-76), θεωρούν πως οι ζωές όλων των ατόμων περνούν από τελετουργίες, που σηματοδοτούν μεταβατικά στάδια και οι

οποίες τους βοηθούν να μεταβούν από μία κοινωνική κατάσταση σε μία άλλη (γέννηση, γάμος, θάνατος κ.ά.).

Σύμφωνα με τον Turner (1969, 1977: 43-46), εντοπίζονται τρία στάδια σε αυτήν τη διαδικασία: ο αποχωρισμός (separation), η μεθοριακότητα (liminality) και η επανένταξη (incorporation) (Howland, 2000). Τα υποκείμενα που λαμβάνουν μέρος σε τελετουργίες, περνάνε από το στάδιο του αποχωρισμού (separation), το οποίο έχει χωρική αλλά και κοινωνική διάσταση, καθώς σε αυτό το στάδιο το άτομο οδηγείται σε έναν μη οικείο χώρο και αποχωρίζεται από την ομάδα του “φυσικά” και “συμβολικά”. Το δεύτερο στάδιο, που αποδίδεται με τον όρο μεθοριακότητα (liminality), συνεπάγεται την είσοδο του ατόμου σε μια κατάσταση αντι-δομής (anti-structure), με την έννοια ότι όντας εκτός “κανονικού” χωροχρόνου, τα “κανονικά” του καθήκοντα αναστέλλονται, οι δομές της “κανονικής” ζωής διαλύονται και διαμορφώνονται νέες μορφές σχέσεων. Κατά την περίοδο αυτή, το άτομο είναι μακράν του οίκου του και του χώρου εργασίας, οι κοινωνικές και ηθικές δομές μεταβάλλονται. Ως αποτέλεσμα, το άτομο βιώνει μία κατάσταση έντονης συναισθηματικής φόρτισης, που οδηγεί στη μέθεξη (communitas), δηλαδή στην ταύτιση με άλλα άτομα που βιώνουν την ίδια διαδικασία. Η κατάσταση αυτή, μπορεί να είναι αυθόρμητη, κανονιστική ή ιδεολογική (ενισχύεται από την εκκλησία, την κυβέρνηση κ.ά.), όπου τα σύμβολα της κοινωνικής τάξης αποβάλλονται και τα άτομα νιώθουν να επικοινωνούν περισσότερο ως ξεχωριστά άτομα, παρά ως “εκτελεστές” κοινωνικών ρόλων (Graburn, 1983: 14). Η έννοια της μέθεξης, δίνει έμφαση στην ομαδικότητα, που συναντάται συχνά στον τουρισμό, είτε αυτή προσδιορίζεται στενά από δεσμούς συγγένειας ή φιλίας, είτε περισσότερο χαλαρά από την εθνικότητα, διάφορα κοινωνικά χαρακτηριστικά ή ειδικά ενδιαφέροντα (Holden, 2008: 246). Το τρίτο στάδιο είναι η επανένταξη (incorporation), κατά την οποία το αναβαθμισμένο πλέον από τη συμμετοχή του στην τελετουργία άτομο, επιστρέφει και ενσωματώνεται πάλι, με νέα όμως ταυτότητα, στη δομημένη ζωή της κοινωνίας του. Ο Turner διευρύνει το σχήμα του για να συμπεριλάβει το προσκύνημα, στο οποίο το ταξίδι παίρνει το άτομο από μία δομημένη και κοσμική-εγκόσμια ύπαρξη και τον τοποθετεί σε μία μεθοριακή και ιερή πραγματικότητα, ενός προσκυνηματικού αξιοθέατου.

Οι Chapple και Coon (1942: 398-426), προέβησαν στον διαχωρισμό μεταξύ “τελετής εντατικοποίησης”, δηλαδή οι περιοδικές κυκλικές τελετουργίες που ανανεώνουν τον



κοινωνικό και φυσικό κόσμο, συνήθως σε ετήσιο κύκλο και “διαβατήριων τελετουργιών”, που είναι μη περιοδικές τελετές, ενώ είναι οικουμενικές και σχετίζονται με όλη τη ζωή του ατόμου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελούν κοινωνικά γεγονότα, που εστιάζουν στο άτομο ή σε ομάδα ανθρώπων σε παρόμοια κατάσταση, με σκοπό να σηματοδοτήσουν το πέρασμα του ατόμου από ένα κοινωνικό status σε ένα άλλο (εφηβεία, γάμος κ.ά). Σύμφωνα με τον Graburn (1983: 12-13), οι μοντέρνες κοινωνίες μπορεί να μην επιβάλλουν ικανοποιητικές τελετουργίες μετάβασης, ώστε τα άτομα να σηματοδοτήσουν την αλλαγή, την πρόοδο και τις διακυμάνσεις στη ζωή τους. Εντοπίζονται κατ’αυτόν τον τρόπο δύο κατηγορίες:

- Τύποι τουρισμού, όπως το ετήσιο ταξίδι, ταξίδι Σαββατοκύριακου, οι διακοπές Χριστουγέννων και Πάσχα, τα οποία είναι επαναλαμβανόμενα, προκαθορισμένα διαλείμματα ψυχαγωγίας.
- Τύποι τουρισμού ή τουριστικών εμπειριών που σηματοδοτούν το πέρασμα από ένα status στο άλλο (αποφοίτηση, προαγωγή, γάμος, συνταξιοδότηση κ.ά.).

### 4.3 Συμπεράσματα.

Αναφορικά με την ανθρωπολογία του τουρισμού, οι παραπάνω ιδέες έχουν συμβάλλει στην αναγνώριση της “ιερής” φύσης του τουρισμού. Η πρώτη διαπίστωση έγκειται στο γεγονός, ότι οι τουρίστες επιδιώκουν να βιώσουν μια αίσθηση αλληλεγγύης ή ομαδικότητας. Η εικόνα ημίγυμων ανθρώπων που απολαμβάνουν το μπάνιο τους στην παραλία, αποτελεί ένα παράδειγμα. Αυτή η εικόνα, έρχεται σε αντίθεση με εικόνες της καθημερινότητας, στην οποία τα άτομα διαχωρίζονται μεταξύ τους με ποικίλους τρόπους (είδος εργασίας, κοινωνική τάξη, τρόποι ζωής). Στην παραλία παρόλα αυτά, πολλά από αυτά που διαχωρίζουν τους ανθρώπους απουσιάζουν και υπάρχει μία μεγαλύτερη αίσθηση του “μοιράσματος” αναφορικά με την εμφάνιση, τις εμπειρίες και τις δραστηριότητες.

Επίσης, η όλη προετοιμασία για να πραγματοποιήσει κάποιος ένα ταξίδι διακοπών, η διαδικασία της αναπροσαρμογής όταν επιστρέφουν, ενώ μεταφέρουν το “πρόσθετο” φορτίο των ταξιδιωτικών τους εμπειριών (Τσάρτας, 1996: 241) και οι διακοπές από μόνες τους ως διαβατήρια τελετουργία, (κατά την οποία τα άτομα αισθάνονται την εγγύτητα, που προκύπτει από το γεγονός ότι βρίσκονται σε μία μεταβατική κατάσταση), αιτιολογούν την αντίληψη περί της “ιερής φύσης” του τουρισμού.

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

Οι ανθρωπολόγοι ταυτίζουν το ταξίδι με τις “διαβατήριες τελετουργίες”, διότι τα άτομα μέσω της δραστηριότητας αυτής, μεταβαίνουν από μία κοινωνική κατάσταση σε μία άλλη ή αντιλαμβάνονται τις αλλαγές των εποχών. Το ταξίδι σηματοδοτεί τις μεταβολές στις ζωές των ανθρώπων, χωρίς πολλές φορές αυτό, να γίνεται άμεσα αντιληπτό από τους ίδιους.

Ακολουθώντας την προσέγγιση του Emile Durkheim διαπιστώνεται ότι τα τουριστικά αξιοθέατα είναι συχνά τοτεμικά, δηλαδή οι τουρίστες αισθάνονται ή τα αντιλαμβάνονται ως ότι αντιπροσωπεύουν “συμβολικά κέντρα”, είτε από την κουλτούρα του τουρίστα, είτε της κοινωνίας υποδοχής, είτε συνδυασμός και των δύο.

Εικόνα 4.1: Τοτέμ στο Βανκούβερ του Καναδά.



Πηγή: <http://tinyurl.com/za415bo>.

Εικόνα 4.2: Δείγματα τοτέμ.



Πηγή: <http://tinyurl.com/bs8bwz>.

Αλεξάνδρα Τσαλμίδη

Εικόνα 4.3: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (άγαλμα της Ελευθερίας-Αμερική).



Πηγή: <http://tinyurl.com/hng2wkv>.

Εικόνα 4.4: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (άγαλμα του Χριστού Λυτρωτή-Ρίο ντε Τζανέιρο).



Πηγή: <http://tinyurl.com/gwrbls6>.

Εικόνα 4.5: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (Παρθενώνας-Αθήνα).



Πηγή: <http://tinyurl.com/zjk82ll>.

Εικόνα 4.6: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (Πύργος του Άιφελ-Παρίσι).



Πηγή: <http://tinyurl.com/h2lxg9c>.

Κεφάλαιο 5. Οι αναζητήσεις, τα κίνητρα και οι “ταυτότητες” των  
τουριστών.



Εικόνα εξωφύλλου 5: Διαφορετικοί τύποι τουριστών.

Πηγή: <http://tinyurl.com/zoz6elq>.

**5. Οι αναζητήσεις, τα κίνητρα και οι ταυτότητες των τουριστών.**

Οι τουρίστες αποτελούν εκφραστές κοινωνικών, ψυχολογικών, εισοδηματικών, πολιτισμικών, δημογραφικών και άλλων προτύπων, που τους διαφοροποιούν από άλλα άτομα, κατατάσσοντάς τους σε κάποια συγκεκριμένη κοινωνική κατηγορία (Cohen, 1972: 167-168; Brewer, 1984; Gitelson & Crompton, 1984; Smith, 1989: 4-6, 11-14; Nash & Smith, 1991: 19; Przeclawski, 1993:12). Στο ταξίδι επιλέγουν όλα τα χαρακτηριστικά και τις υπηρεσίες, που αποτελούν για αυτούς σημεία αναφοράς των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους (Graburn, 1983: 22–23). Το χαρακτηριστικό πλαίσιο της έννοιας του τουρίστα, μπορεί να θεωρηθεί η βάση της ανάπτυξης των διαφορετικών συντελεστών, που συναπαρτίζουν το παγκόσμιο τουριστικό σύστημα (Τσάρτας, 1996: 179).

**5.1 Παράγοντες που διαμορφώνουν τους τουριστικούς τύπους.**

Σύμφωνα με τον Πάρη Τσάρτα (1995: 41), εντοπίζεται μία ομάδα παραγόντων που επηρεάζει τους τουρίστες, διαμορφώνοντας τους θεματικούς άξονες των κινήτρων, που τους οδηγούν να επιλέξουν τον έναν ή άλλο τύπο τουρισμού. Η επενέργεια του συνόλου ή μέρους αυτών των παραγόντων διαμορφώνει τα κοινωνικά χαρακτηριστικά και τους διαφορετικούς τύπους τουριστών.

Πίνακας 5.1: Ομάδες παραγόντων που διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα.

Κοινωνικοψυχολογικοί παράγοντες	κοινωνικά πρότυπα, τρόπος ζωής, αξίες, τύποι προσωπικότητας, κύκλος ζωής, διαφήμιση, ΜΜΕ, θρησκεία
Δημογραφικοί παράγοντες	φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, επίπεδο εκπαίδευσης
Οικονομικοί παράγοντες	εισόδημα, επίπεδο ανάπτυξης χώρας προέλευσης, επάγγελμα, κόστος ταξιδιών
Θεσμικοί–Οργανωτικοί παράγοντες	ανάπτυξη τουριστικού τομέα στη χώρα προέλευσης, θεσμικό πλαίσιο που διέπει διεθνείς σχέσεις της χώρας

Πηγή: Τσάρτας (1996: 179), Ιδία επεξεργασία.

Ο τουρίστας συγκεντρώνει μία πληθώρα χαρακτηριστικών και διαφοροποιείται από μία ποικιλία μεταβλητών που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με τις κοινωνικοοικονομικές αλλαγές στην μεταπολεμική κοινωνική δομή των αναπτυγμένων χωρών. Κατ' αυτόν τον

τρόπο, αυξάνει τις δυνατότητές του για τουριστικά ταξίδια και διαφοροποιεί τα κίνητρα που τον οδηγούν σε αυτά, με αποτέλεσμα τη σταδιακή τμηματοποίηση του τουριστικού προϊόντος (MacDonald, 1989; Τσάρτας, 1996: 178).

“Η οριοθέτηση κοινών χαρακτηριστικών και μεταβλητών, επιτρέπει την ανάπτυξη τυπολογιών τουριστών. Αυτές οι τυπολογίες, εκφράζουν την κοινή συνισταμένη διαφορετικών κοινωνικών και οικονομικών προτύπων κατανάλωσης των τουριστών και παράλληλα λειτουργούν ως αναλυτική κατηγορία, που επιτρέπει τη συσχέτιση της διαμορφούμενης τουριστικής ζήτησης, με τον τύπο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθεί η περιοχή υποδοχής τουριστών” (Τσάρτας, 1996: 178 - 179).

Καθοριστικός στην αναλυτική προσέγγιση για τις τυπολογίες των τουριστών, αποτέλεσε ο ρόλος των εμπειρικών ερευνών, που διεξήχθησαν σε πολλές και διαφορετικές περιοχές του κόσμου. Τα αποτελέσματά τους, κατέγραψαν τα κοινωνικά χαρακτηριστικά των τουριστών, τα πρότυπα του ταξιδιού τους, τις καταναλωτικές τους επιλογές, τη συμπεριφορά τους στον τόπο υποδοχής, τα κίνητρα που επηρέασαν στην επιλογή συγκεκριμένων περιοχών, κ.ά. Δημιουργήθηκαν από την ανάλυση αυτών των ζητημάτων, οι πρώτες σύνθετες ερμηνευτικές μεταβλητές, που επέτρεψαν την ανάδειξη των διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών της κάθε τυπολογίας (Τσάρτας, 1996: 188).

Παρακάτω, πραγματοποιείται μία καταγραφή, βασιζόμενη κατά κύριο λόγο στην κατηγοριοποίηση και ανάλυση του Πάρη Τσάρτα (1995, 1996), των χαρακτηριστικών του σύγχρονου τουρίστα, η οποία θα μπορούσε να οδηγήσει στην προσέγγιση των ποικίλων αιτιών και ειδικών κινήτρων, που τον ωθούν σε διάφορους τύπους ταξιδιών.

### **5.1.1 Το τουριστικό ταξίδι ως οργανωμένο πακέτο διακοπών.**

Χαρακτηρίζεται από την προσφορά μιας εκτεταμένης υποδομής οργανωμένων υπηρεσιών, που αφορούν στο ταξίδι αλλά και στη διαμονή. Ο τουρίστας συμμετέχει ως παρατηρητής, αποδεχόμενος όσα του πουλάει η εταιρεία που διοργανώνει το ταξίδι. Οι τουρίστες, οι οποίοι κατά τον Plog (1974) χαρακτηρίζονται ως ψυχοκεντρικοί, αναζητούν την ασφάλεια και την οργάνωση που χαρακτηρίζουν τη χώρα προέλευσής τους, ενώ οι περιοχές του οργανωμένου τουρισμού διακοπών, μετατρέπονται σε ένα ειδικό περιβάλλον με ιδιαίτερα χωρικά, αρχιτεκτονικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά

ώστε να τους παρέχουν μία αίσθηση οικειότητας με όσα συμβολικά τους παραπέμπουν στη χώρα ή στο σπίτι τους (Τσάρτας, 1995: 42; 1996: 189-190).

Σύμφωνα με τον Cohen (1972), τα ταξίδια τέτοιου τύπου, αναδεικνύουν το “θεσμοποιημένο” χαρακτήρα των τουριστών. Η Reisinger (1994: 747), αναφέρεται στην κατάσταση μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων, των Marsh και Henshall (1987), που αποκαλείται “αυτονομισμός” (separatism), όπου οι τουρίστες “προστατεύονται” από τις επιρροές του πολιτισμού του τόπου υποδοχής. Η αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών από τους τουρίστες αυτού του τύπου και η επικοινωνία με τους ντόπιους είναι περιορισμένη, καθώς και απρόσωπη, ώστε να αποτελούν την ακραία εκδοχή του κοινωνικού τύπου του “ξένου”, όπως τον περιέγραψε ο Georg Simmel (όπως παρατίθεται στο MacCannell, 1976: 98-99).

Εικόνα 5.1: Οργανωμένα πακέτα διακοπών από τον πρωτοπόρο Thomas Cook.



Πηγή: <http://tinyurl.com/zxnjkbz>.

### 5.1.2 Το τουριστικό ταξίδι ως εναλλακτικό πρότυπο διακοπών.

Οι τουρίστες που προτιμούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες εμφανίστηκαν στον αντίποδα του μαζικού (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011: 105), συνήθως προέρχονται από κοινωνικές ή επαγγελματικές ομάδες, που είτε έχουν κάποιο κοινωνικό ενδιαφέρον για τις δραστηριότητες που ασκούν σε αυτά τα ταξίδια, είτε συνδέονται επιστημονικά ή επαγγελματικά με κάποιες από αυτές τις δραστηριότητες. Οι τουρίστες αυτού του τύπου αποτελούν “ανεξάρτητους εξερευνητές” κατά την



Reisinger (1994), η οποία αναφέρεται στην “εθελοντική” κατάσταση των Marsh και Henshall (1987), στην οποία οι τουρίστες επιθυμούν τη γνωριμία με τον τόπο που επισκέπτονται, ενώ παράλληλα δίνουν σημασία στην “ενεργητική” χρήση του χρόνου διακοπών, σε αντίθεση με την “παθητική” χρήση που θεωρήθηκε ότι χρησιμοποιούν οι τουρίστες του οργανωμένου τουρισμού διακοπών (Τσάρτας, 1995: 42). Το ταξίδι αποτελεί γι'αυτούς ένα κοινωνικό γεγονός με ιδιαίτερη σημασία και επιδιώκουν την ένταξή τους στην τοπική κοινωνία. Οι τουρίστες τέτοιου τύπου θεωρούνται “μη θεσμοποιημένοι” (Cohen, 1972) και χαρακτηρίζονται από τον Plog (1974) ως “αλλοκεντρικοί”, διότι αποτελούν αυτόνομους περιηγητές, και εξερευνητές (Cohen, 1979a; Smith, 1989: 11-14) του πολιτισμού, της ιστορίας ή του εξωτικού περιβάλλοντος. Διοργανωτές του τουρισμού θέλουν να καταργήσουν την καθημερινή τελετή των sight-seeing και έχουν την πρόθεση να τοποθετήσουν στη θέση του το life-seeing, εννοώντας με αυτό, πως για ένα διάστημα να ζει κάποιος με τους ανθρώπους που επισκέπτεται (Enzensberger, 2000:110-11).

Εικόνα 5.2: “Μη θεσμοποιημένοι” τουρίστες.



Πηγή: <http://tinyurl.com/jtjdaa9>.

### **5.1.3 Το τουριστικό ταξίδι ως παραδοσιακό καταναλωτικό προϊόν.**

Οι Watson και Korachewsky (1994), αντιλαμβάνονται το τουρισμό ως ένα καταναλωτικό προϊόν. Στην προκειμένη περίπτωση, πρόκειται για την αγορά τουριστικών προϊόντων που προσδίδουν κύρος και αποτελούν σύμβολα της κοινωνικής

ανόδου των αγοραστών του, λόγω της κοινωνικής σημασίας που έχει αποκτήσει ο τουρισμός. Αυτού του τύπου οι καταναλωτές, που χαρακτηρίζονται από τον Plog (1974) ως ψυχοκεντρικοί, ενδιαφέρονται περισσότερο για τα μηνύματα που εκπέμπει προς τον κοινωνικό περίγυρο αυτή η αγορά, ακολουθώντας τη λογική της “περίοπτης κατανάλωσης” (Veblen, 1982: 84-110). Η επιδεικτική δηλαδή κατανάλωση, η οποία τελείται για λόγους γοήτρου και κύρους, για κοινωνική διαφοροποίηση των κυρίαρχων από τους κυριαρχούμενους, των κατεχόντων από τους μη κατέχοντες.

Εικόνα 5.3: Προσφερόμενες υποδομές, σύμφωνα με τη λογική της “περίοπτης κατανάλωσης”.



Πηγή: <http://tinyurl.com/z94dv6s>.

#### **5.1.4 Το τουριστικό ταξίδι ως εκπαιδευτικό-πολιτισμικό προϊόν.**

Το Grand Tour (Μεγάλη Περιήγηση) των Άγγλων υπήρξε μία από τις πρώτες συστηματικές συσχετίσεις του τουριστικού ταξιδιού με πολιτιστικά κίνητρα. Το γεγονός ότι ο τουρισμός δύναται να συμβάλλει στην ευρύτερη μόρφωση ενός ατόμου, παραμένει μία ευρύτατα διαδεδομένη άποψη στο σύγχρονο κόσμο (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011: 199). Τα πολιτιστικά κίνητρα (Graburn, 1989: 26-27; Urry, 1990: 82-103, 135-146) οδηγούν συνήθως σε δύο είδη τουριστικών ταξιδιών:

1. Τα ταξίδια περιήγησης, με στόχο την απόκτηση εμπειριών και ευρύτερης γνώσης του κόσμου. Άτομα νεαρής συνήθως ηλικίας, ταξιδεύουν σε διάφορες περιοχές του κόσμου και αποκτούν εμπειρίες από την επαφή τους με διαφορετικές κοινωνίες και πολιτισμούς. Τα ταξίδια αυτά αποτελούν σε κάποιο

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

βαθμό τη συνέχεια των περιηγητικών ταξιδιών των προηγούμενων αιώνων.

2. Ταξίδια μορφωτικά – πολιτιστικά σε συγκεκριμένες χώρες ή περιοχές, που θεωρούνται διεθνή ή τοπικά κέντρα πολιτισμού και εκπαίδευσης. Το κίνητρο για τέτοιου είδους ταξίδια, μπορεί να είναι καθαρά πολιτιστικό, όπως για παράδειγμα η επίσκεψη ενός διάσημου μνημείου ή πόλης με πλούσιο πολιτισμό (π.χ. Ακρόπολη), ενώ συχνά σχετίζεται με εκπαιδευτικούς σκοπούς (επίσκεψη σε πανεπιστήμια ή βιβλιοθήκες) (Τσάρτας, 1996: 200; Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011: 196).

Εικόνα 5.4: Οι πολιτισμικές-εκπαιδευτικές αναζητήσεις στο Grand Tour, σε κέντρα πολιτισμού.



Πηγή: <http://tinyurl.com/jqywc4f>.

Εικόνα 5.5: Οι πολιτισμικές αναζητήσεις των τουριστών σε κέντρα πολιτισμού.



Πηγή: <http://tinyurl.com/gwo2cmv>.

**5.1.5 Το τουριστικό ταξίδι ως διάθεση φυγής.**

Πρόκειται για έναν τύπο τουριστικού ταξιδιού, στο οποίο ο τουρίστας αναζητά όλα όσα του λείπουν από την καθημερινή του ζωή, καθώς και η φυγή από όλα όσα τον καταπιέζουν στον κοινωνικό και εργασιακό χώρο, που αποτελούν “παράγοντες ώθησης” (push factors) (Iso Ahola, 1982; Enzensberger, 2000: 99; Χτούρης, 1995: 53). Τα άτομα φεύγουν από το περιβάλλον τους, όπου λειτουργούν οργανωτικά πλαίσια και κανόνες συμπεριφοράς και μεταβαίνουν εκεί, όπου οι ρυθμοί είναι περισσότερο χαλαροί και όλες οι ενασχολήσεις τους χαρακτηρίζονται από το αίσθημα της ελεύθερης επιλογής, σε ένα περιβάλλον που τονίζει το αίσθημα της φυγής (Τσάρτας, 1996: 202). Τέτοια ταξίδια μπορεί να έχουν ως προορισμό περιοχές με πολιτιστικούς ή ιστορικούς πόρους (π.χ. Παρίσι), αλλά και περιοχές με παραδοσιακό τρόπο ζωής (π.χ. Θιβέτ). Τα σταθερά και επαναλαμβανόμενα μικρής διάρκειας ταξίδια σε κάποιο εξοχικό σπίτι, αποτελούν κι αυτά ταξίδια “φυγής”, διότι λειτουργούν ως ένας συνδετικός κρίκος του ανθρώπου με τη φύση, με τον τόπο καταγωγής του ή με παραδοσιακούς τρόπους ζωής (Τσάρτας, 1995: 43).

**5.1.6 Το ταξίδι ως μία θεσμικά, κοινωνικά και οργανωτικά προδιαγεγραμμένη χρήση του ελεύθερου χρόνου.**

Το κοινωνικό κράτος της μεταπολεμικής περιόδου, έθεσε ως έναν από τους στόχους του τη θέσπιση των διακοπών, ως δικαιώματος για όλους τους εργαζομένους, ως μία μορφή κοινωνικής παροχής (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011: 358-359). Οι “πληρωμένες διακοπές” έγιναν ένα από τα ισχυρά όπλα στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, σταδιακά πλαισιώθηκαν με θεσμική και οργανωτική υποδομή και έγιναν ένα από τα σταθερά κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα των τελευταίων δεκαετιών (Τσάρτας, 1996: 201).

Οι θεσμικές παρεμβάσεις που υπήρξαν στη συνέχεια, έδωσαν σε αυτό το ταξίδι το νόημα μιας “προδιαγεγραμμένης” χρήσης του ελεύθερου χρόνου (με αποτέλεσμα το ταξίδι αυτό να αποκτάει το περιεχόμενο μιας “κοινωνικής υποχρέωσης” (Τσάρτας 1995: 43-44). Οι κάτοικοι των ανεπτυγμένων κρατών, που έχουν αυτό το αγαθό, υπόκεινται σε περιορισμούς αναφορικά με το πότε, πού και για πόσο θα κάνουν διακοπές (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011: 359), διότι κάτι τέτοιο δεν ορίζεται από την υποκειμενική διάθεση του ατόμου (Τσάρτας, 1996: 201).

### 5.1.7 Το τουριστικό ταξίδι ως παιχνίδι.

Μία οικουμενική δραστηριότητα ομολογη στον τουρισμό, είναι το “παιχνίδι”. Ο Johan Huizinga στο έργο του “Homo Ludens” ή “Playing Man” (1949), αναφέρεται στο πόσο σημαντικό είναι το στοιχείο του παιχνιδιού στην κοινωνία και τον πολιτισμό. Ο τουρίστας επιλέγει το ταξίδι με βασικό κίνητρο τις δυνατότητες που αυτό προσφέρει, όπως το να ζήσει σε έναν κόσμο παιχνιδιού, όπου οι επιθυμίες του μπορούν να πραγματοποιηθούν. Οι τουριστικές υποδομές και περιοχές αποτελούν για τους τουρίστες ένα είδος παιδικής χαράς (Moore, 1980; Urry, 1990; 93-156), που έχει δημιουργηθεί με σκοπό να εξυπηρετεί τη διάθεσή τους για παιχνίδι (π.χ. Disneyland, Πάρκο Αστερίξ, Πάρκο Ποπάν).

Εικόνα 5.6: Το πάρκο του Αστερίξ στη Γαλλία.



Πηγή: <http://tinyurl.com/zdjyfqh>.

Εικόνες 5.7: Το πάρκο του Ποπάν στη Μάλτα.



Πηγή: <http://tinyurl.com/h7tnpv9>.

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

Το περιβάλλον του τουρισμού ενισχύει την τάση για διαφορετική, κοινωνικά, καταναλωτικά και συχνά ηθικά, συμπεριφορά με αποτέλεσμα, ο τουρίστας να υποδύεται τον κοινωνικό ρόλο ενός άλλου περισσότερο “ελεύθερου” ανθρώπου. Ένα ποσοστό αυτών των ταξιδιών κατευθύνεται επίσης στην “περιφέρεια της απόλαυσης” (Turner & Ash, 1975), δηλαδή σε μία ομάδα χωρών κόσμου, που προσφέρουν τουρισμό διακοπών, με έμφαση στην υποδομή της διασκέδασης. Η “περιφέρεια της απόλαυσης” δεν έχει γεωγραφικές συνισταμένες, αλλά μπορεί να περιλαμβάνει οποιαδήποτε περιοχή, η οποία προσφέρει στους τουρίστες τα 4S (Sea, Sand, Sun, Sex), ως τουριστικούς πόρους.

#### **5.1.8 Το τουριστικό ταξίδι ως αναζήτηση της θρησκευτικότητας και ως ανάγκη επαναξιολόγησης των επιλογών του ατόμου.**

Ο τουρισμός για θρησκευτικούς λόγους υπήρξε μία από τις αρχαιότερες μορφές τουριστικού ταξιδιού και παραμένει σημαντικός τύπος τουρισμού ακόμη και σήμερα. Πέρα από την επίσκεψη σε κάποιο τόπο θρησκευτικής λατρείας (Cohen, 1992; Smith, 1992), όπως για παράδειγμα Μέκκα, Βατικανό, Αγία Σοφία κ.ά., οι τουρίστες αναζητούν στα ταξίδια τους την επανάκτηση της ισορροπίας τους, που η σύγχρονη ζωή τους έχει αφαιρέσει, με τον ίδιο τρόπο που οι παλαιοί προσκυνητές αναζητούσαν στους ιερούς τόπους την επαφή με το Θεό και την εξιλέωση (Vukonić, 1996: 80; Μοίρα, 2009: 33). Το περιβάλλον του ταξιδιού παρέχει το χρόνο και το φυσικό περιβάλλον για ηρεμία, επανεκτίμηση απόψεων, θέσεων και στάσεων ζωής που χαρακτηρίζουν το κάθε άτομο. (Τσάρτας, 1996: 203 – 204).

Εικόνα 5.8: Τουριστικό προορισμός θρησκευτικού χαρακτήρα (Μέκκα).



Πηγή: <http://tinyurl.com/zyu6frc>.

Εικόνα 5.9: Τουριστικός προορισμός θρησκευτικού χαρακτήρα (Βατικανό).



Πηγή: <http://tinyurl.com/gvhfh67>.

### 5.1.9 Το τουριστικό ταξίδι ως μέσο πρόσβασης στη φαντασία και τη νοσταλγία.

Ο τουρίστας μπορεί για ένα συγκεκριμένο διάστημα να ζήσει σαν “βασιλιάς” ή “αριστοκράτης” αναζητώντας έναν κοινωνικό ρόλο ανάλογα με την επιθυμία του (Machlis & Burch, 1983). Η τουριστική βιομηχανία ανταποκρίθηκε από νωρίς σε αυτά τα κίνητρα, δημιουργώντας ανάλογες υποδομές και υπηρεσίες, που πείθουν τον τουρίστα, ότι βρίσκεται σε έναν κόσμο του παραμυθιού ή σε μία ιστορική εποχή που νοσταλγεί, γιατί θεωρεί ότι τότε όλα ήταν περισσότερο αληθινά (σε αντίθεση με τον σύγχρονο κόσμο) ή ηρωικά (Τσάρτας, 1996: 206). Στον πίνακα που ακολουθεί, παρατίθενται παραδείγματα υπηρεσιών και υποδομών που να ανταποκρίνονται στον τύπο αυτό.

Πίνακας 5.2: Παραδείγματα υπηρεσιών και υποδομών.

Θεματικά πάρκα τουρισμού, όπου κυριαρχεί η φαντασία, η νοσταλγία για τον καιρό των παραμυθιών ή τη ζωή στην ύπαιθρο.
Ξενοδοχεία που λειτουργούν σε κάστρα.
Μονάδες αγροτουρισμού σε παραδοσιακούς οικισμούς.
Πολιτιστικές εκδηλώσεις και ξεναγήσεις, που επιδιώκουν τη συμμετοχή του τουρίστα σε δράματα (π.χ. ξεναγήσεις και εκδηλώσεις σε μεσαιωνικά κάστρα, όπου οι ντόπιοι είναι ντυμένοι με ιστορικές ενδυμασίες και οι τουρίστες συμμετέχουν σε μία γιορτή, που διατηρεί τα χαρακτηριστικά της μουσικής, του χορού, του φαγητού της εποχής που αναπαριστάται).

Πηγή: Τσάρτας (1995, 1996), Ιδία επεξεργασία.

Εικόνα 5.10: Ιστορικό θεματικό πάρκο.



Πηγή: <http://tinyurl.com/z2wjyn4>.

Εικόνα 5.11: Ξενοδοχείο που λειτουργεί σε κάστρο (Ashford Castle, Ιρλανδία).



Πηγή: <http://tinyurl.com/zxwy4tp>.

Εικόνα 5.12: Ξενοδοχείο που λειτουργεί σε κάστρο (Amberley Castle, Αγγλία).



Πηγή: <http://tinyurl.com/zxwy4tp>.



Εικόνα 5.13: Πολιτιστικές εκδηλώσεις, που αναπαριστούν παλαιότερες ιστορικές περιόδους (Πορτογαλία).



Πηγή: <http://tinyurl.com/zkgcog3>.

Εικόνα 5.14: Προσφορά υποδομών, που παραπέμπουν σε παλαιότερες εποχές.



Πηγή: <http://tinyurl.com/zkgcog3>.

#### **5.1.10 Το τουριστικό ταξίδι ως υποκειμενικά προεπιλεγμένη επιλογή.**

Η επιλογή του ταξιδιού καθορίζεται από υποκειμενικούς κοινωνικοψυχολογικούς παράγοντες (Dann, 1981; Iso-Ahola, 1982; Van Raaij & Franken, 1984;). Προδημιουργημένες επιθυμίες για τόπους (Νέα Υόρκη, Παρίσι, Ελλάδα), σε σχέση με το χρόνο που πραγματοποιείται το τουριστικό ταξίδι, επηρεάζουν τα κίνητρα διαφόρων τύπων ταξιδιών (διακοπών, πολιτιστικά, εκπαιδευτικά κ.ά.), δημιουργώντας μία ομάδα περιοχών, που ελκύουν υψηλά ποσοστά τουριστών σε μακροπρόθεσμη βάση (Τσάρτας, 1996: 205).

5.1.11 Το τουριστικό ταξίδι ως μεταμοντέρνο καταναλωτικό προϊόν.

Πρόκειται για μία τάση (Urry, 1990: 11-12, 93-103), που σχετίζεται με τις κοινωνικές ανακατατάξεις στις σύγχρονες κοινωνίες της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου, αλλά και με ορισμένες τεχνολογικές εξελίξεις, οι οποίες έχουν επηρεάσει άμεσα τα χαρακτηριστικά των υποδομών του τουριστικού τομέα. Ο μεταμοντέρνος τουρίστας αναζητάει κάθε τι νέο ή διαφορετικό στον τουρισμό, ακόμη κι αν αυτό είναι πολιτισμικά παράδοξο. Ο τουριστικός τομέας από την πλευρά του, ακολουθώντας την πορεία αναζήτησης διαρκώς και νεότερων, αλλά και περισσότερων σύγχρονων και εξελιγμένων προϊόντων, έχει καταλήξει σε λύσεις όπως:

- ενθαρρύνει την τάση μετατροπής οποιασδήποτε υποδομής σχετίζεται με την κοινωνική, πολιτιστική ή οικονομική ζωή του παρελθόντος σε αξιοθέατο ή μουσείο (Urry, 1990: 104-153).
- κατασκευάζει θεματικά πάρκα, ή τουριστικά χωριά, επιδιώκοντας τη σύνθεση νέων τουριστικών περιβαλλόντων που θα ανταποκρίνονται στις επιθυμίες των σύγχρονων καταναλωτών.

Η μία λύση ξεκινά από τη θέση ότι “όλα είναι πολιτισμός” και καταλήγει στη θέση πως “όλα είναι προς πώληση”, με αποτέλεσμα να γνωρίζουν μεγάλη επιτυχία παράδοξα ως προς το θέμα τους μουσεία και τουριστικά αξιοθέατα (Urry, 1990: 93-134; Lippard, 2000: 118), όπως: το μουσείο των κελιών της Γκεστάπο στο Βερολίνο, οι φυλακές του Αλκατράζ στη Νέα Υόρκη (Τσαλίκογλου, 1994: 202-207).

Εικόνα 5.15: Μουσείο των κελιών της Γκεστάπο στο Βερολίνο.



Πηγή: <http://tinyurl.com/zjr99gb>.

---

## Οι αναζητήσεις, τα κίνητρα και οι “ταυτότητες” των τουριστών

---

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

Εικόνα 5.16: Οι φυλακές του Αλκατράζ (Σαν Φρανσίσκο – ΗΠΑ).



Πηγή: <http://tinyurl.com/hpu3qrd>.

Εικόνα 5.17: Το εσωτερικό των φυλακών διαμορφωμένο για τουριστική επίσκεψη.



Πηγή: <http://tinyurl.com/hvvv218>.

Η άλλη λύση αφορά στα θεματικά πάρκα, ξεκινώντας από τη Disneyland, τα οποία γνωρίζουν επιτυχία και επεκτείνονται θεματικά και γεωγραφικά. Άλλα, προβάλλουν με σύγχρονα μέσα ανακατασκευασμένα κτίρια ή συνοικίες ολόκληρες την ιστορία κάποιας περιοχής. Σε όλα τα θεματικά πάρκα, κυριαρχούν οι προηγμένες τεχνολογικές εφαρμογές, που έχουν ως στόχο να πείσουν τον τουρίστα ότι βρίσκεται σε ένα τέλεια σχεδιασμένο φανταστικό μικρόκοσμο, όπου επιτρέπεται να ταξιδέψει στο χώρο της φαντασίας, του παραμυθιού, της ιστορίας. Μέσω της τεχνολογίας οι εμπειρίες “κατασκευάζονται” και βέβαια προσφέρονται προς κατανάλωση (Τσάρτας, 1995: 45).

Μία άλλη εκδοχή των θεματικών πάρκων, αποτελούν τα τουριστικά χωριά. Οι στόχοι

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

των κατασκευαστών των τουριστικών χωριών, είναι να ξεπεράσουν το πρόβλημα των κλιματολογικών συνθηκών και να προσφέρουν ένα τεχνολογικά προκατασκευασμένο, τεχνητό, φυσικό και δομημένο περιβάλλον, που να θυμίζει τουριστική περιοχή. Με τον τρόπο αυτό και η τουριστική εμπειρία κατασκευάζεται και πωλείται, αλλά και η μετακίνηση γίνεται πλέον περιττή (Τσάρτας, 1995: 46).

Εικόνα 5.18: Τουριστικό χωριό στην Πάφο, Κύπρου.



Πηγή: <http://tinyurl.com/zsvbfy5>.

### **5.1.12 Το τουριστικό ταξίδι ως αναζήτηση της αυθεντικότητας και του νοήματος της ζωής.**

Πολλοί τουρίστες ταξιδεύουν οργανωμένα, ενώ άλλοι ταξιδεύουν αυτόνομα, ακολουθώντας τα ταξίδια των παλιών περιηγητών. Η αναζήτησή τους αποδεικνύεται όλο και πιο δύσκολη σε έναν κόσμο, όπου ο μαζικός πολιτισμός, τα ΜΜΕ και η συνεχής επέκταση του οργανωμένου τουρισμού, έχουν επηρεάσει άμεσα και καταλυτικά τα στοιχεία του τοπικού πολιτισμού, αλλά και το δομημένο και φυσικό περιβάλλον. Στις τουριστικές περιοχές, οι τουρίστες αυτού του τύπου, συχνά αναζητούν πίσω από τη σκηνοθετημένη πρόσοψη, την κρυμμένη “πίσω πλευρά” του τοπικού πολιτισμού (MacCannell, 1976: 92–102).

Πολλές εκδηλώσεις του τοπικού πολιτισμού μεταμορφώνονται σε θέαμα για τους τουρίστες, που δεν έχει σχέση με την αυθεντική τους μορφή, ενώ ένα πλήθος υλικών στοιχείων της τοπικής παραδοσιακής βιοτεχνίας μετατρέπονται σε ενθύμια για τους τουρίστες, αλλάζοντας συχνά νόημα και χρήση.

## 5.2 Συμπεράσματα

Η ανάλυση των κινήτρων των τουριστών επιδιώκει να δώσει απαντήσεις σε ζητήματα που σχετίζονται με παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν τον τουρίστα στη διαδικασία της λήψης της απόφασης να πραγματοποιήσει έναν συγκεκριμένο τύπο ταξιδιού και συνέβαλε καθοριστικά στις προσπάθειες διαμόρφωσης ευρύτερων ερμηνευτικών πλαισίων. Η ανάλυση των ποικίλων τυπολογιών τουριστών αποκαλύπτει, ότι ο σύγχρονος τουρισμός χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία τύπων και συμπεριφορών τουριστών, γεγονός που τον διαφοροποιεί από τον τουρισμό του 19ου αιώνα ή ακόμη και της προπολεμικής εποχής, όπου υπήρχαν ορισμένοι σαφώς διακριτοί τουριστικοί τύποι.

Επομένως, δεν μπορεί να υπάρξει μία ευρύτερη θεωρία των τουριστικών κινήτρων με εφαρμογή σε όλους τους τουρίστες. Υπάρχει μία μόνιμη διαλεκτική, η οποία εξασφαλίζει ότι οι τουριστικοί τύποι δεν είναι παγιωμένοι, αλλά πάντοτε παρέχουν μία ποικιλία, που επιτρέπει την κοινωνική διαφοροποίηση, αλλαγή ή κινητικότητα (Graburn, 1983: 24). Κατ' αυτόν τον τρόπο, θεωρήθηκε περισσότερο δόκιμο να καταγραφούν ορισμένα ευρύτερα θεματικά πλαίσια ερμηνείας του ρόλου και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των κινήτρων του τουρίστα στο σύγχρονο κόσμο, καθώς και τη συσχέτιση τύπου τουρίστα, τουριστικού ταξιδιού και τύπου τουριστικής ανάπτυξης, διότι πλέον οι τουρίστες δύναται παράλληλα να υπακούουν σε πολλά κίνητρα και για το λόγο αυτό, χαρακτηρίζονται ως “πολυκίνητρικοί” (Τσάρτας, 1996: 198-199, Λαγός, 2005).

Επιπροσθέτως, η συμπεριφορά, τα κίνητρα και οι αναζητήσεις των τουριστών, αποτελούν άμεσους ή έμμεσους δείκτες του τι είναι σημαίων και ουσιαστικό στις ζωές των ανθρώπων, τις αντιλήψεις για τους εαυτούς τους, την κοινωνική τους τάξη ή την κοινωνική τους ταυτότητα και τις κοινωνικές τους φιλοδοξίες. Οι διαφορετικοί τύποι τουρισμού δύναται να αποτελέσουν δείκτες θεμελιωδών αλλαγών, που μπορεί να λάβουν χώρα σε μία κοινωνική τάξη ή σε μία εθνική κουλτούρα, καθώς και να χρησιμεύσουν ως ένα σημαντικό εργαλείο στον τουριστικό σχεδιασμό.

Κεφάλαιο 6. Το επινοημένο και το αυθεντικό στον τουρισμό.



Εικόνα εξωφύλλου 6: Η αναζήτηση της αυθεντικότητας στη Γερμανία.  
Πηγή: <http://tinyurl.com/j47olt>.

6. Το επινοημένο και το αυθεντικό στον τουρισμό.

6.1 Αυθεντικότητα και τύποι αυθεντικότητας.

Ο όρος αυθεντικότητα αποτελεί μία φιλοσοφική έννοια. Επιστρατεύεται σε μελέτες για τον τουρισμό, προκειμένου να περιγράψει ένα κριτήριο αξιολόγησης, που χρησιμοποιεί ο σύγχρονος τουρίστας, ως θεατής. Σύμφωνα με τον Trilling (1972: 93), η αρχική χρήση του όρου αυθεντικότητα προήλθε από τα μουσεία, όπου οι ειδικοί εξακριβώνουν την αξία της κάθε τέχνης. Με παρόμοιο τρόπο, εμπλέκεται η αυθεντικότητα στον τουρισμό, εάν δηλαδή υπάρχει γνησιότητα σε όσα προβάλλονται από την κοινωνία υποδοχής (Sharpley, 1994:130), ενώ σημαντικός παράγοντας για την αξιολόγησή της, αποτελεί η πολιτισμική απόσταση στο χώρο και το χρόνο, καθώς και η απουσία εμπορευματοποίησης.

Ο Wang (1996), διακρίνει τρεις θεωρίες με βάση τις οποίες στοιχειοθετείται η αυθεντικότητα, τον Αντικειμενισμό (Objectivism), τον Κονστρουκτιβισμό ή Δομισμό (Constructivism) και τον Μεταμοντερνισμό (Postmodernism).

Πίνακας 6.1: Διάκριση τύπων αυθεντικότητας ανά φιλοσοφική θεωρία.

ΘΕΩΡΙΑ	ΤΥΠΟΣ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΣΕ
Αντικειμενισμός (Objectivism)	Αντικειμενική	
Κονστρουκτιβισμός ή Δομισμός (Constructivism)	Δομική ή Συμβολική	
Μεταμοντερνισμός (Postmodernism)	Υπαρξιακή	-Ενδο-προσωπική -Δια-προσωπική

Πηγή: Wang (1996), Ιδία επεξεργασία.

Η αντικειμενική και η δομική αυθεντικότητα προσανατολίζονται στα αντικείμενα του τουρισμού (πρόσωπα, πράγματα, θεάματα, τοποθεσίες), που παρουσιάζονται ως μουσειακά, ή κατασκευάζονται ως αυθεντικά. Η υπαρξιακή αυθεντικότητα προσανατολίζεται στις τουριστικές δραστηριότητες και θεωρείται ως καταλληλότερη να εξηγήσει ένα μεγαλύτερο φάσμα τουριστικών εμπειριών.



Πίνακας 6.2: Οι τρεις τύποι αυθεντικότητας στην τουριστική εμπειρία.

Αυθεντικότητα των τουριστικών αντικειμένων	Αυθεντικότητα των τουριστικών εμπειριών
<p><b><u>Αντικειμενική αυθεντικότητα:</u></b>                      -Αναφέρεται στην αυθεντικότητα του γνήσιου.                      -Οι αυθεντικές εμπειρίες εξομοιώνονται με τη γνωσιολογική εμπειρία της αυθεντικότητας του πρωτότυπου.</p>	<p><b><u>Υπαρξιακή αυθεντικότητα:</u></b>                      -Αναφέρεται σε μία δυναμική κατάσταση της “Υπαρξης” που ενεργοποιείται από τις τουριστικές δραστηριότητες.                      -Οι αυθεντικές εμπειρίες στοχεύουν στην ενεργοποίηση της κατάστασης της “Υπαρξης” κατά τη διάρκεια της μεθοριακής διαδικασίας του τουρισμού.                      -Η υπαρξιακή αυθεντικότητα δεν σχετίζεται με την αυθεντικότητα των τουριστικών αντικειμένων.</p>
<p><b><u>Δομική ή συμβολική αυθεντικότητα:</u></b>                      -Αναφέρεται στην αυθεντικότητα που προβάλλεται στα αντικείμενα από τους τουρίστες ή τους τουριστικούς παραγωγούς με βάση την φαντασία, τις προσδοκίες, προτιμήσεις,πίστεις κλπ.                      -Ενυπάρχουν ποικίλες εκδοχές αυθεντικότητας στα ίδια αντικείμενα.                      -Οι αυθεντικές εμπειρίες και η αυθεντικότητα των αντικειμένων αποτελούν συστατικά στοιχεία αναμεταξύ τους.                      -Η αυθεντικότητα των αντικειμένων είναι μία συμβολική αυθεντικότητα.</p>	

Πηγή: Wang, (1996: 352); Ιδία επεξεργασία.

### 6.1.1 Αντικειμενική και Δομική ή Συμβολική Αυθεντικότητα.

Η αντικειμενική αυθεντικότητα περικλείει μία “μουσειακή” χρήση της αυθεντικότητας του γνήσιου. Η αυθεντική εμπειρία δημιουργείται από την αναγνώριση των τουριστικών αντικειμένων, ως αυθεντικά. Υπάρχει ένα απόλυτο και αντικειμενικό κριτήριο, με τα οποία υπολογίζεται η αυθεντικότητα. Η ιδέα του Boorstin για τα ψευδογεγονότα, συνεπάγεται την ιδέα της αντικειμενικής αυθεντικότητας. Τα ψευδογεγονότα δημιουργήθηκαν από την εμπορευματοποίηση του πολιτισμού και τη σχετική ομογενοποίηση και τυποποίηση των τουριστικών εμπειριών. Με την εμπορευματοποίηση, τα τουριστικά αξιοθέατα γίνονται αντιληπτά ως ψευδογεγονότα και ο “τουρίστας σπάνια αρέσκεται στο αυθεντικό προϊόν ενός ξένου πολιτισμού, προτιμά τις δικές του προσδοκίες” (Boorstin, 1964: 106).

Πίνακας 6.3: Βασικές αντιλήψεις για την αυθεντικότητα.

## Το επινοημένο και το αυθεντικό στον τουρισμό

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

Συγγραφέας	Χρονολογία	Αντιλήψεις για την αυθεντικότητα
Boorstin, D. J.	1964	-Ψευδογεγονότα (pseudoevents) -Μη-αυθεντικότητα -Επινοημένα θέλγητρα (contrived attractions)
MacCannell, D.	1976	-Αναζήτηση αυθεντικότητας -Επινοημένοι τουριστικοί χώροι -Σκηνοθετημένη αυθεντικότητα (staged authenticity) -Σημειωτικό σύστημα καθορισμού της αυθεντικότητας
Greenwood, D.	1982	-Σημεία αυθεντικότητας -Αυτοκατασκευή αυθεντικότητας
Cohen, E.	1988a	-Αυθεντικότητα ως κοινωνική κατασκευή -Σημεία αυθεντικότητας -Αναπτυσσόμενη αυθεντικότητα (emergent authenticity)

Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Ο ιστορικός D. J. Boorstin (1964) ασχολήθηκε με την προβληματική της επινοημένης εμπειρίας στη σύγχρονη αμερικάνικη κοινωνία. Θεωρεί πως οι Αμερικάνοι δε βιώνουν την πραγματικότητα, αλλά αναζητούν την ικανοποίηση στα “ψευδο-συμβάντα” (pseudo-events). Με παρόμοιο τρόπο, ο σύγχρονος μαζικός τουρίστας, σε αντίθεση με τον ταξιδευτή του παλιού καιρού, είναι ένας παθητικός θεατής, ο οποίος ενδιαφέρεται να απολαύσει το υπερβολικά παράξενο από την ασφαλή θέση του οικείου (Boorstin, 1964: 77–117). Είναι απομονωμένος από τους ντόπιους κατοίκους και από το περιβάλλον τους, ταξιδεύει ενταγμένος σε καθοδηγημένες ομάδες (guided groups) και επιδιώκει να ανανεωθεί μέσα από τα επινοημένα θέλγητρα (contrived attractions). Η επινοημένη εικόνα του τόπου προορισμού, γίνεται το κριτήριο με το οποίο ο τουρίστας επιλέγει και αξιολογεί τα αξιοθέατα που επισκέπτεται. Ο Boorstin θεωρεί δεδομένο, ότι τα τουριστικά θέλγητρα στερούνται αυθεντικότητας. Θεωρεί ότι υπηρετούν καλύτερα το σκοπό τους όταν είναι “ψευδοσυμβάντα”, εφόσον κατά την άποψή του οι τουρίστες αναζητούν αυταπάτες. Ο Boorstin (1964) αντιλαμβάνεται τον τουρισμό ως μία μη αυθεντική δραστηριότητα, χαρακτηριστική των ψευδογεγονότων της μοντέρνας καπιταλιστικής κοινωνίας.

Η δομική ή συμβολική αυθεντικότητα δημιουργείται ως αποτέλεσμα μιας κοινωνικής κατασκευής και όχι ως μία αντικειμενικά μετρήσιμη ποιότητα αυτού που προβάλλεται. Τα αντικείμενα παρουσιάζονται αυθεντικά, όχι επειδή είναι εγγενώς αυθεντικά, αλλά επειδή έχουν κατασκευαστεί κάτω από όρους (σκέψεις, απόψεις, προοπτικές ή εξουσιαστικούς λόγους). Μπορεί να είναι η προβολή των αναζητήσεων, των στερεοτυπικών εικόνων και των προσδοκιών στα τουριστικά αντικείμενα (Bruner,

1991; Silver, 1993). Οι κονστρουκτιβιστές θεωρούν ότι οι τουρίστες αναζητούν την αυθεντικότητα, όχι όμως την αντικειμενική, αλλά τη συμβολική, η οποία είναι αποτέλεσμα κοινωνικής κατασκευής. Τα τουριστικά αντικείμενα προσλαμβάνονται ως αυθεντικά, επειδή γίνονται αντιληπτά ως σημεία ή σύμβολα αυθεντικότητας (Culler, 1981).

Ο κοινωνιολόγος MacCannell είναι επηρεασμένος από τις ιδέες των Marx, Durkheim, Levi-Strauss και Goffman στην προσπάθειά του να αναπτύξει μία “εθνογραφία της νεωτερικότητας” (MacCannell, 1976:1). Ενώ για τον Boorstin ο τουρισμός εκφράζει τη μη-αυθεντικότητα της νεωτερικότητας, για τον MacCannell, ο τουρισμός ενσαρκώνει την αναζήτηση της αυθεντικότητας. Η αναζήτηση της αυθεντικότητας και όχι των επινοημένων ψευδαισθήσεων, αποτελεί το πρωταρχικό κίνητρο των σύγχρονων τουριστών (MacCannell, 1973: 597;1976: 3). Δεδομένου ότι ο σημερινός άνθρωπος αλλοτριώνεται από τον δικό του μη αυθεντικό κόσμο, αναζητά την αυθεντικότητα έξω από τα χωροχρονικά όρια της καθημερινής του ζωής, σε άλλους μη οικείους τόπους και χρόνους (Trilling, 1972: 93; MacCannell, 1973: 589-590; Harkin, 1995: 653). Θέλγεται από την “πραγματική” ζωή των άλλων (Handler & Saxton, 1988: 243), η οποία διακατέχεται από “γνησιότητα”, σε αντίθεση με τη δική του ζωή. Τα χωριά – μουσεία αποτελούν παραδείγματα τέτοιας σύμπραξης από την κοινωνία υποδοχής στην προσπάθεια να γίνει αυτή η αποκατάσταση της αυθεντικότητας (Nash & Smith, 1991: 18). Σύμφωνα με τον MacCannell (1973: 594), που βασίζεται στη διαφοροποίηση του Goffman (1959) για τις “μπροστινές” και “πίσω” περιοχές, οι σύγχρονοι άνθρωποι δε συναντούν την “αληθινή πραγματικότητα” στην “πρώτη γραμμή” (front regions) του τόπου προορισμού τους, αλλά την ανακαλύπτουν στα “μετόπισθεν” (back regions), στις εσωτερικές περιοχές. Ενώ, διασφαλίζεται η πρόσβαση των τουριστών σε αυτές τις περιοχές (MacCannell, 1976: 49), οι υποδοχείς του (ντόπιοι κάτοικοι και επιχειρηματίες) κατασκευάζουν για λόγους αυτοάμυνας και προώθησης των οικονομικών τους συμφερόντων, επινοημένους “τουριστικούς χώρους” (tourist spaces). Οι χώροι αυτοί επενδύονται με πλαστά θέλγητρα, τα οποία παρουσιάζονται στους τουρίστες, ως “αληθινά”. “Είναι πιθανό, ότι αυτό που θεωρείται ως είσοδος σε μία “πίσω” περιοχή, είναι στην πραγματικότητα είσοδος σε μία “μπροστινή”, η οποία έχει ολοκληρωτικά δημιουργηθεί εκ των προτέρων για τουριστική επίσκεψη” (MacCannell, 1973:597). Με τον τρόπο αυτό, “σκηνοθετείται η αυθεντικότητα” (staged authenticity) και “μουσειοποιούνται” (museumsification) οι τοπικοί πολιτισμοί, για την κατανάλωση

των τουριστών (Trilling, 1972: 93; MacCannell, 1973, 1976, 1992; Cohen 1988, 1989). Η τελική πολιτισμική σύνθεση που παράγεται, αποτελεί μία ανάμειξη ανάμεσα σε παραδοσιακά και σύγχρονα στοιχεία, με κύριο στόχο την παραγωγή μιας εικόνας που θα ερμηνεύεται θετικά από τον επισκέπτη. Η σκηνοθεσία του τοπικού πολιτισμού θα πρέπει να εναρμονίζεται με την αυτοσκηνοθεσία του ίδιου του επισκέπτη, καθώς και με την εικόνα που θα μεταφέρει ξανά στον τόπο προέλευσής του, στο βιωματικό του κόσμο. (Χτούρης, 1995: 55 ). Σύμφωνα με την Γαλανή - Μουτάφη (1995: 30), η σκηνοθετημένη αυθεντικότητα προκύπτει ως δομική συνέπεια της ανάπτυξης του τουρισμού.

Ο MacCannell υποστηρίζει πως η σχέση μεταξύ της αυθεντικότητας και της μηχανικής αναπαραγωγής της, είναι απαραίτητη για τη διάκριση ως αυθεντικού, ενός αντικειμένου ή αξιοθέατου. Είναι αυτό που αποκαλείται από τον Walter Benjamin, η “αύρα” του αυθεντικού (1968). Για παράδειγμα το διαμέρισμα του Victor Hugo στο Rue de Rivoli, αποτέλεσε τόπος επίσκεψης πολλών τουριστών από τη στιγμή που έγινε επιτυχία του μιούζικαλ στο Broadway του “Les Miserables” (Harkin, 1995: 653). Αυτό που εμπλέκεται, είναι ένα σημειωτικό σύστημα σύμφωνα με το οποίο, σύμβολα σηματοδοτούν ένα αντικείμενο ως αυθεντικό, τόσο γι’ αυτούς που το σηματοδοτούν, όσο και για τον υπόλοιπο κόσμο (Culler, 1981).

Ο Bruner (1991) προτείνει το αντίθετο. Θεωρεί, ότι οι περισσότεροι τουρίστες είναι αρκετά ικανοποιημένοι με την κοινωνία τους και δεν ψάχνουν απαραίτητα την αυθεντική εμπειρία. Οι τουρίστες αντιλαμβάνονται ότι οι αναπαραστάσεις στο ταξίδι τους, αποτελούν κατασκευές για ένα ξένο κοινό. Οι τουρίστες είναι πρόθυμοι να δεχτούν μία αναπαραγωγή, αρκεί να είναι επιτυχημένη, ως μία “αυθεντική αναπαραγωγή”. Σύμφωνα με τον Bruner, η αυθεντικότητα αποτελεί μία αντίληψη περισσότερο στο μυαλό του δυτικού κοινωνικού επιστήμονα, παρά στο μυαλό των τουριστών ή των υποδοχέων. Η αυθεντικότητα συνεπάγεται την ύπαρξη του γνήσιου και του πρωτότυπου και οι Γάλλοι μεταδομιστές έδειξαν, πως δεν υπάρχουν αυθεντικά, μόνο ατελείωτα αντίγραφα (Bruner, 1991: 241; 1994: 400). Ο Bruner (1991: 241-243) θεωρεί, πως η αυθεντικότητα είναι η προβολή των ίδιων των πεποιθήσεων των τουριστών, των προσδοκιών, των στερεοτυπικών εικόνων και συνειδησεων για τα τουριστικά αντικείμενα ή τον τουριστικό “Άλλο”.

Ο Greenwood (1982: 27) θεωρεί πως τα σκηνοθετημένα τουριστικά θέλγητρα, ενδέχεται μελλοντικά να μετατραπούν σε αυθεντικά, γεγονός που μαρτυρά ότι η αυθεντικότητα, αποτελεί ένα δυναμικό και όχι ένα στατικό φαινόμενο. Με βάση το παραπάνω, πραγματοποιείται μία μετάβαση από μία ητική άποψη σε μία ημική άποψη για την αυθεντικότητα (Cohen, 1988a: 36-37). Πρόκειται για μία μετάβαση σε μία νέα αντίληψη για τον τουρίστα. Ο ερευνητής αντί να διερωτάται για το αν η εμπειρία του τουρισμού είναι αυθεντική, θέτει πλέον το ερώτημα, τι συνιστά σημαίνον και σημαινόμμενο της αυθεντικότητας από τη σκοπιά του ίδιου του τουρίστα. Δηλαδή, τι θεωρεί ο τουρίστας ως ενδείξεις, σημεία αυθεντικότητας και ποιοί χώροι, αντικείμενα και γεγονότα στο ταξίδι του, σύμφωνα με τη δική του εκτίμηση, σηματοδοτούν το “αυθεντικό”.

Ο Cohen (1988a: 371) ισχυρίζεται, ότι η αυθεντικότητα συνιστά μία κοινωνικά κατασκευασμένη έννοια και ως εκ τούτου η κοινωνική της σημασία, σε αντίθεση με τη φιλοσοφική, δεν είναι δεδομένη, αλλά “διαπραγματεύσιμη”. Η εμπορευματοποίηση δεν καταστρέφει το νόημα των πολιτισμικών προϊόντων, παρόλο που μπορεί να το διαφοροποιήσει ή να προσθέσει νέα νοήματα στα παλιά. Σύμφωνα με τον Cohen (1988a: 378), οι τουρίστες δεν απαιτούν “πλήρη αυθεντικότητα”. Αντίθετα, προκειμένου να αποδεχτούν ένα πολιτισμικό προϊόν ως αυθεντικό, εστιάζουν σε ορισμένα χαρακτηριστικά, τα οποία έχουν επιλέξει ως ενδεικτικά και αναφορικά με αυτά αξιολογούν ολόκληρο το προϊόν. Αρκούν δηλαδή, ορισμένες “πτωχές” αυθεντικότητας, οι οποίες θα λειτουργήσουν μετωνυμικά, αφήνοντας το “μέρος” να αυθεντικοποιήσει το “όλο” (Cohen, 1988a: 383). Άρα, οι τουρίστες δεν μετατρέπονται ούτε σε θύματα εξαπάτησης, που ευαρέσκονται με το πλαστό, κατά την άποψη του Boorstin (1964), ούτε σε θύματα με την έννοια του MacCannell (1973), μιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία σκηνοθετεί με επιτηδευμένο τρόπο την αυθεντικότητα. Στηριζόμενος στην παρατήρηση του Greenwood (1982: 27), ότι όλοι οι βιώσιμοι πολιτισμοί εμπλέκονται διαρκώς στη διαδικασία της “αυτοκατασκευής”, ο Cohen (1988a: 380) εισάγει την έννοια της “αναπτυσσόμενης αυθεντικότητας” (emergent authenticity). Δηλαδή, όπως έχει καταγραφεί και από τους Hodsbaum και Ranger (1983), μία επινόηση εν καιρώ και κάτω από τις κατάλληλες συνθήκες, μπορεί να τύχει ευρείας αποδοχής, ως μία αυθεντική έκφραση του τοπικού πολιτισμού. Ένα παράδειγμα σταδιακής αυθεντικοποίησης, αποτελούν οι Disneyland της Αμερικής, που ενώ αρχικά αποτέλεσαν τόποι διασκέδασης, με την πάροδο του χρόνου κατέληξαν να

αποτελούν ζωτικά συστατικά της σύγχρονης αμερικάνικης κουλτούρας (Johnson, 1981; King, 1981; Cohen, 1988a: 380). Καταυτόν τον τρόπο στο μέλλον, οι Disneyland μπορεί να αποτελέσουν για τους ιστορικούς και τους εθνογράφους ένα αυθεντικό στοιχείο της αμερικάνικης παράδοσης (Moore, 1980).

Ένα πολιτισμικό προϊόν ή ένα επιμέρους χαρακτηριστικό του, που σε μία δεδομένη στιγμή προσλαμβάνεται ως επινοημένο και μη αυθεντικό, μπορεί με το πέρασμα του χρόνου να αναγνωρισθεί ως αυθεντικό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελούν προϊόντα τέχνης, που ενώ έχουν αρχικά ως αποκλειστικό τους προορισμό την πώληση στους τουρίστες, ενδέχεται τελικά να μετατραπούν σε αυθεντικά προϊόντα μίας εθνοτικής ομάδας ή μιας περιοχής (π.χ. αγαλματίδια από στεατίτη των Εσκιμώων Ινουίτ (Graburn, 1979; Γαλανή - Μουτάφη, 1995: 31).

Εικόνα 6.1: Αγαλματίδιο από στεατίτη (soapstone), που αναπαριστά έναν Ινουίτ κυνηγό.



Πηγή: <http://tinyurl.com/a4r6oue>.

### 6.1.2 Υπαρξιακή Αυθεντικότητα.

Η υπαρξιακή εμπειρία περιλαμβάνει προσωπικά ή διωποκειμενικά αισθήματα, τα οποία ενεργοποιούνται από τη μεθοριακότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων. Σε μία τέτοια μεθοριακή εμπειρία, τα άτομα νιώθουν πιο αυθεντικά και πιο ελεύθερα στο να εκφραστούν, από ό,τι στην καθημερινή ζωή, όχι επειδή ανακαλύπτουν ότι τα τουριστικά αντικείμενα είναι αυθεντικά, αλλά επειδή απλά “εμπλέκονται” σε μη

συνηθισμένες δραστηριότητες, απαλλαγμένοι από τους περιορισμούς της καθημερινότητας. Σε αντίθεση με τους δύο προηγούμενους τύπους αυθεντικότητας, η υπαρξιακή αναφέρεται στη βιωματική εμπειρία, που ενεργοποιείται από τις τουριστικές δραστηριότητες. Οι μεταμοντέρνοι ερευνητές δε θεωρούν ως πρόβλημα τη μη-αυθεντικότητα, διότι θεωρούν ότι δεν υπάρχουν απόλυτα όρια μεταξύ αληθινού και ψεύτικου. Σύμφωνα με τον Fjellman (1992: 255), το αληθινό μπορεί να μετατραπεί σε ψεύτικο και αντίστροφα. Κατά την προσέγγιση του μεταμοντερνισμού, αυτό που ενδιαφέρει, είναι η αιτιολόγηση του σκηνοθετημένου, του αντίγραφου και της απομίμησης. Σύμφωνα με την άποψη του Cohen (1995), οι μεταμοντέρνοι τουρίστες δεν ενδιαφέρονται τόσο για την αυθεντικότητα του γνήσιου, διότι αφενός αναζητούν την ψυχαγωγία και αφετέρου γίνονται πιο ελαστικοί στις επιπτώσεις του τουρισμού σε μία εύθραυστη κοινωνία υποδοχής. Η “σκηνοθετημένη αυθεντικότητα” παρόλα αυτά, συμβάλλει στην προστασία του πολιτισμού και της κοινωνίας, διότι δρα ως υποκατάστατο του αυθεντικού και κρατά μακριά τους τουρίστες από ευαίσθητες πλευρές του πολιτισμού και της κοινωνίας (Cohen, 1995: 16-17. 21). Ο Fjellman (1992) υποστηρίζει, πως η μοντέρνα τεχνολογία, μπορεί να κάνει ένα μη-αυθεντικό να μοιάζει σαν αυθεντικό. “Όσο πιο αυθεντική είναι η αναπαράσταση, τόσο πιο αληθινή είναι” (McCrone, Morris & Kiely, 1995: 46).

Η υπαρξιακή αυθεντικότητα δίνει έμφαση σε μία κατάσταση Ύπαρξης (Being), που τίθεται στον αντίποδα της απώλειας του “αληθινού εαυτού” (Berger, 1973). Σύμφωνα με τον Heidegger (1962), το νόημα της Ύπαρξης σχετίζεται άμεσα με το νόημα της αυθεντικότητας. Η υπαρξιακή αυθεντικότητα συχνά δεν σχετίζεται με το αν τα τουριστικά αντικείμενα είναι αληθινά. Στην τουριστική εμπειρία, οι τουρίστες ασχολούνται με την υπαρξιακή κατάσταση, που ενεργοποιείται με τη συμμετοχή σε δραστηριότητες (π.χ. συμμετοχή σε παραδοσιακούς χορούς). Σύμφωνα με τον Daniel (1996: 789), η συμμετοχή των τουριστών σε παραδοσιακούς χορούς του τόπου υποδοχής, αλλάζει την πραγματικότητά τους, αναβάλλονται όσα ενυπάρχουν στον αληθινό κόσμο, καθώς οι τουρίστες εισέρχονται σε έναν μαγικό κόσμο μεθοριακότητας, που προσφέρει πνευματική και αισθητική αναζωογόνηση. Εάν ο χορός παραμένει ένα αξιοθέατο χωρίς συμμετοχή, τότε περιλαμβάνει την αντικειμενική ή την κατασκευασμένη αυθεντικότητα.

Εικόνα 6.2: Συμμετοχή τουριστών σε παραδοσιακό χορό των Μασάι στην Κένυα.



Πηγή: <http://tinyurl.com/jjmoafx>.

Εικόνα 6.3: Συμμετοχή τουριστών σε παραδοσιακές δραστηριότητες, όπως το άναμμα της φωτιάς, στην περιοχή της Μποτσουάνα της νότιας Αφρικής.



Πηγή: <http://tinyurl.com/gvltppq>.

Ο Wang (1996: 360) υποστηρίζει πως η αυθεντικότητα χαρακτηρίζεται, είτε από νοσταλγία, είτε από ρομαντισμό. Η νοσταλγία, παραπέμπει σε τρόπους ζωής στο παρελθόν ή την παιδική ηλικία, όπου θεωρείται ότι οι άνθρωποι ήταν πιο αγνοί, ελεύθεροι και αληθινοί. Ο ρομαντισμός έγκειται στην ανάδειξη των συναισθημάτων και των αισθήσεων, σε αντίθεση με τον ορθολογισμό της μοντέρνας κοινωνίας. Μέσα από την ημική προσέγγιση, ο τουρίστας που νοσταλγεί τέτοιους τρόπους ζωής, επιδιώκει να τους αναβιώσει μέσω του τουρισμού, με συναισθηματική εμπλοκή ή με συμβολικό τρόπο. Σε αντίθεση με τους ρόλους στην καθημερινή ζωή, ο ρόλος του τουρισμού είναι συνυφασμένος με το ιδανικό της αυθεντικότητας, διότι τα άτομα όντας πιο ελεύθερα μετέχουν σε δραστηριότητες, που τους επιτρέπουν να αποστασιοποιούνται από την



καθημερινή τους ζωή. Για το λόγο αυτό, συμμετέχουν για παράδειγμα σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τη φύση (π.χ. κάμπινγκ), χωρίς να ενδιαφέρονται για το αν υπάρχει αυθεντικότητα σε ό,τι βλέπουν. Αναζητούν περισσότερο τους αυθεντικούς εαυτούς τους, με τη συνδρομή των τουριστικών δραστηριοτήτων ή αντικειμένων.

### 6.1.2.1 Ενδο-προσωπική Αυθεντικότητα.

Η ενδο-προσωπική αυθεντικότητα εκφράζει τις αισθήσεις του σώματος (ξεκούραση, αναζωογόνηση, ψυχαγωγία, παιχνίδι κλπ.) (Lett, 1983; Cohen, 1985; Mergen, 1986). Οι σωματοποιημένες εμπειρίες σχετίζονται αφενός με τις αισθήσεις και αφετέρου είναι συμβολικές. Το σώμα αποτελεί μία “βιτρίνα” της ταυτότητας του ατόμου, συμπεριλαμβανομένου της υγείας, φυσικής ζωής, ενέργειας, γούστου, διότι το σώμα αλλάζει την καθημερινή ύπαρξη και εισέρχεται σε μία εναλλακτική, υπαρξιακή κατάσταση. Σύμφωνα με τον Wang (1996: 362), ο τουρισμός περιλαμβάνει μία σωματοποιημένη εμπειρία της προσωπικής αυθεντικότητας.

Οι τουριστικές εμπειρίες στην ενδο-προσωπική αυθεντικότητα, περιλαμβάνουν την αυτοπραγμάτωση και τον προσδιορισμό της ταυτότητας, ως κίνητρο για τουρισμό. Τα άτομα είναι δύσκολο να πραγματοποιήσουν τα παραπάνω, μέσα από τους ρόλους που αναλαμβάνουν και τους περιορισμούς που υφίστανται στην καθημερινή τους ζωή (Lasch, 1979), με αποτέλεσμα να βιώνουν ένα “αίσθημα απώλειας” (Giddens, 1990: 98). Τα άτομα αδυνατούν να αντιληφθούν τους αυθεντικούς εαυτούς τους στην καθημερινότητα και επαφίονται στον τουρισμό, με σκοπό να επιτύχουν αυτό τον στόχο και μέσω της περιπέτειας “υπερβαίνουν” την καθημερινή τους ζωή (Vester, 1987: 238-239). Στην μοντέρνα κοινωνία δεν υπάρχει η “κοινωνική αυθεντικότητα” (Wang, 1996: 363). Παρόλα αυτά εντοπίζονται πολιτισμικές πρακτικές, οι οποίες στοχεύουν στην οικειότητα, τη φιλία ή την κοινωνικότητα, και γίνονται αντιληπτές ως δράσεις κατά της μη αυθεντικότητας και ως αναζήτηση της διαπροσωπικής αυθεντικότητας, ως ένα αίσθημα μοιράσματος κοινών συναισθημάτων. Οι τουρίστες δεν ψάχνουν μόνο την αυθεντικότητα στον “Άλλο”, αλλά την ανιχνεύουν και αναμεταξύ τους. Τα τουριστικά αντικείμενα ή ακόμα και ο ίδιος ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσουν έναν ενδιαμέσο, μέσω του οποίου οι τουρίστες συγκεντρώνονται όλοι μαζί και βιώνουν μία διαπροσωπική σχέση.

### 6.1.2.2 Δια-προσωπική Αυθεντικότητα.

Σύμφωνα με τον Wang (1996), ο τουρισμός οικογενειών αποτελεί ένα παράδειγμα βίωσης της διαπροσωπικής αυθεντικότητας. Μέσα από την οικογένεια, τα άτομα εκφράζουν τους αληθινούς εαυτούς τους και μέσω της πραγματοποίησης αυτού του είδους τουρισμού, ανιχνεύονται οι αυθεντικές σχέσεις. Πραγματοποιώντας διακοπές, η οικογένεια μπορεί να πετύχει μία αίσθηση αυθεντικότητας και να ενισχύσει τους συγγενικούς δεσμούς της. Το ταξίδι, αποτελεί ένα τελετουργικό, όπου η οικογένεια γιορτάζει τις αυθεντικές οικογενειακές σχέσεις, πέραν του γεγονότος, ότι τα άτομα βιώνουν ευχάριστες εμπειρίες, μέσω των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν σε ένα άλλον τόπο.

Ο τουρισμός δίνει πρόσβαση και στην αυθεντική εμπειρία αυτού που αποκαλείται μέθεξη (communitas), σύμφωνα με τον Turner, (όπως περιγράφηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο). Οι τουρίστες που βιώνουν αισθήματα μέθεξης, μακριά από την μη αυθεντική κοινωνική ιεραρχία και τις κοινωνικές διαφοροποιήσεις της χώρας τους, προσεγγίζουν ο ένας τον άλλον με έναν τρόπο πιο αυθεντικό, φυσικό και φιλικό. Η ευχαρίστηση στο ταξίδι προκύπτει, όχι μόνο από τις απολαύσεις που αποκομίζει ο τουρίστας, αλλά και από την επικοινωνία αυτής της απόλαυσης μεταξύ των τουριστών που βλέπουν τα ίδια αξιοθέατα.

### 6.2 Συμπεράσματα

Στη μεταμοντέρνα εποχή, η δομική και αντικειμενική αυθεντικότητα, οι οποίες σχετίζονται με τα τουριστικά αντικείμενα, μπορούν να εξηγήσουν ένα περιορισμένο εύρος τουριστικών εμπειριών, ενώ η υπαρξιακή αυθεντικότητα, ως μία κατάσταση που ενεργοποιείται από τις τουριστικές δραστηριότητες, είναι σχετική με μία μεγαλύτερη ποικιλία τουριστικών εμπειριών. Η διαφοροποίηση της “αυθεντικότητας των εμπειριών” από την “αυθεντικότητα των τουριστικών αντικειμένων” είναι σημαντική στην παρουσίαση της υπαρξιακής εμπειρίας, ως μίας εναλλακτικής πηγής αυθεντικών εμπειριών, διότι στην υπαρξιακή αυθεντικότητα περιλαμβάνονται προσωπικά ή διυποκειμενικά συναισθήματα, που ενεργοποιούνται από την μεθοριακή διαδικασία των τουριστικών δραστηριοτήτων. Σε τέτοιες καταστάσεις μεθοριακότητας, τα άτομα νιώθουν πιο αυθεντικά και πιο ελεύθερα να εκφραστούν από ό,τι στην καθημερινότητά

τους, όχι επειδή βρίσκουν ότι τα τουριστικά αντικείμενα είναι αυθεντικά, αλλά επειδή συμμετέχουν σε μη συνηθισμένες δραστηριότητες, απαλλαγμένοι από τους περιορισμούς της καθημερινότητας.

Οι Ομπτζεκτιβιστές, οι Κονστρουκτιβιστές και οι Μεταμοντερνιστές διαφωνούν για το εάν και πώς τα τουριστικά αντικείμενα γίνονται αντιληπτά, ως αυθεντικά. Ακόμα και αν τα τουριστικά αντικείμενα είναι μη αυθεντικά, οι τουρίστες μπορούν να αναζητήσουν μία εναλλακτική υπαρξιακή αυθεντικότητα, που ενεργοποιείται, κατά τη διάρκεια της τουριστικής εμπειρίας. Επομένως, η αυθεντικότητα γίνεται αντιληπτή ως μία διαπραγματεύσιμη, παρά μία παγιωμένη έννοια και ο ορισμός της εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο τα υποκείμενα αντιλαμβάνονται την τουριστική εμπειρία. Η αναφορά στα παραπάνω, δεν καταλήγει συμπερασματικά σε ένα είδος αυθεντικότητας. Εμπειρικές έρευνες, δύναται να αποκαλύψουν τον τρόπο με τον οποίο κατανέμονται στους τουρίστες, η αντικειμενική, η δομική και η υπαρξιακή αυθεντικότητα και γιατί συγκεκριμένοι τουρίστες προτιμούν το ένα είδος αυθεντικότητας, αντί του άλλου.

Κεφάλαιο 7. Η οπτική διάσταση του τουρισμού.



Εικόνα εξωφύλλου 7: Η “αλληλόδραση” μεταξύ ντόπιου και τουρίστα.

Πηγή: <http://tinyurl.com/z9xy5bn>.

### 7 Η οπτική διάσταση του τουρισμού.

#### 7.1 Το τουριστικό Βλέμμα, το Βλέμμα του ντόπιου και το Κοινό Βλέμμα.

Το τουριστικό βλέμμα συνιστά κατασκευασμένο τρόπο θέασης, με την έννοια ότι το τι και πως οι άνθρωποι κοιτάζουν όταν βρίσκονται σε ένα ξένο μέρος, εξαρτώνται από πληθώρα κοινωνικών λόγων και πρακτικών (διαφορετικοί τρόποι θέασης, ταξιδιωτικά πρακτορεία, τηλεοπτικά προγράμματα, τουριστικοί οδηγοί, ταξιδιωτικοί πράκτορες κ.ά.) (Urry, 2002: 78, 149-150).

Πίνακας 7.1: Οι διαφορετικοί τρόποι θέασης.

Συγγραφέας	Χρονολογία	Τρόποι θέασης
Urry, J.	1990,1996,2002	-Ρομαντικό Βλέμμα -Συλλογικό Βλέμμα -Τουριστικό Βλέμμα
Selanniemi, T.	1994	-Περιφερόμενο Βλέμμα -Διεισδυτικό Βλέμμα
Maoz, D.	2006	-Το βλέμμα του ντόπιου -Το βλέμμα του τουρίστα -Το κοινό βλέμμα (mutual gaze)

Πηγή: Ιδία επεξεργασία.

Σύμφωνα με τον Urry (1990: 86-87), ο έμπορος της Βικτωριανής εποχής, που επισκεπτόταν την Ελλάδα, αντιπροσώπευε το “ρομαντικό βλέμμα”, του οποίου η ατομική εκτίμηση για τα αρχαία αξιοθέατα και τα φυσικά τοπία, βασιζόταν σε ένα πολιτισμικό κεφάλαιο, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρίστα, της μετανεωτερικής εποχής, που αντιπροσωπεύει το “συλλογικό” βλέμμα. Ο Urry (2002:150), θεωρεί πως το ρομαντικό βλέμμα, δίνει έμφαση στην ιδιωτικότητα και την προσωπική σχέση με το αντικείμενο θέασης, ενώ απευθύνεται στους λίγους, οι οποίοι διαθέτουν το ανάλογο πολιτισμικό κεφάλαιο (γνώσεις και δεξιότητες) (Bourdieu, 2002; Coleman & Crang, 2002:2). Η συλλογική ματιά συνεπάγεται την ύπαρξη πολλών ανθρώπων, που βιώνουν την ίδια εμπειρία, ενώ υπάρχει μεγαλύτερη ζωντάνια και κίνηση, απαιτεί υψηλά επίπεδα λαϊκής συμμετοχής και προσανατολίζεται σε δημοφιλείς απολαύσεις (Galani-Moutafi, 2002: 210). Δεν προωθεί τον εσωτερικό διάλογο, αλλά προσανατολίζεται στο μαζικό (όπου κυριαρχεί η ηθική της απόλαυσης) και ό,τι αυτό συνεπάγεται.

Ο Selanniemi (1994) (όπως παρατίθεται στο Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 178), διακρίνει το “περιφερόμενο” και το “διδυμικό” βλέμμα. Το “περιφερόμενο” βλέμμα, χαρακτηρίζει τους “παραθεριστές” και στηρίζεται στην εξωτερική εικόνα ενός τόπου. Αντίθετα, το “διδυμικό” βλέμμα, αναφέρεται στους “πολιτισμικούς τουρίστες” και σύγχρονους “προσκυνητές”, οι οποίοι εστιάζουν σε λεπτομέρειες και αναζητούν πληροφορίες.

Το τουριστικό βλέμμα, σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο John Urry (1990; 1996), περιγράφεται ως μία ομάδα από προσδοκίες, που οι τουρίστες έχουν για τους τοπικούς πληθυσμούς στην προσπάθεια να βιώσουν μία αυθεντική εμπειρία. Σε ανταπόκριση των προσδοκιών των τουριστών και συχνά πολιτισμικών και ρατσιστικών στερεοτύπων, οι τοπικοί πληθυσμοί συναινούν στο βλέμμα, με το να αντικατοπτρίζουν αυτά που επιθυμούν οι τουρίστες, ώστε να ωφεληθούν οικονομικά. Ο Cohen (1979: 18), περιέγραψε τους ντόπιους ότι “υποδύονται τους αυτόχθονες”, ώστε να ανταποκριθούν στην εικόνα που έχουν οι τουρίστες γι' αυτούς. Σε αυτή τη διαδικασία, δεν μπορεί να αποδοθεί αποκλειστικά η ευθύνη στους τουρίστες, καθώς οι στρατηγικές μάρκετινγκ από τους Tour Operators (Silver, 1993), τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Urry, 1990) και οι τοπικές κυβερνήσεις (Volkman, 1990), συμβάλλουν στη διαμόρφωση του τουριστικού βλέμματος (Stronza, 2001).

Η Maoz (2006) τονίζει ότι σε αντίθεση με τους ντόπιους, οι οποίοι υποθετικά νιώθουν συνεχώς το βλέμμα του τουρίστα, ακόμη και όταν αυτό δεν ισχύει, οι περισσότεροι τουρίστες δεν έχουν κατά νου το βλέμμα του ντόπιου, επειδή κυρίως αλαζονικά αγνοούν την παρουσία του. Σπάνια νιώθουν ότι παρακολουθούνται και συμπεριφέρονται ως να αντιλαμβάνονται ένα ανεκτικό περιβάλλον, όπου μπορούν να εκφραστούν ελεύθερα. “Το βλέμμα του τουρίστα έχει δομηθεί με βάση πληροφορίες από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, πριν λάβει μέρος η συνάντηση με τους ντόπιους, ενώ το βλέμμα των ντόπιων δομείται με βάση προηγούμενες συναντήσεις με τουρίστες. Το βλέμμα τους μπορεί να βρίσκεται κοντύτερα στην πραγματικότητα, παρόλα αυτά, μπορεί να βασίζεται σε στερεότυπα και εικόνες, που μπορεί να σχετίζονται με ένα αποικιακό παρελθόν” (Maoz, 2006: 229).

Η Maoz (2006: 222) χρησιμοποιεί το όρο Κοινό Βλέμμα (Mutual Gaze), για να αναφερθεί σε μία εικόνα, όπου τα βλέμματα των τουριστών και των ντόπιων

συνυπάρχουν, επηρεάζουν και ανατροφοδοτούν το ένα το άλλο. Η αλληλεπίδραση αυτή, προκαλεί αλλαγές στην τοπική κοινωνία υποδοχής, με τη δημιουργία προσφερόμενων υποδομών, που να ταιριάζουν στις απαιτήσεις των τουριστών (π.χ. Ιρλανδική παμπ στη Σεούλ). Από την άλλη, το γεγονός ότι ο τουρίστας επιστρέφει στον τόπο του, με προϊόντα λαϊκής τέχνης του τόπου υποδοχής, αποτελεί παράδειγμα της εξελισσόμενης φύσης αυτών των αλληλεπιδράσεων. Η οπτική διάσταση της διαπολιτισμικής επαφής μεταξύ τουρίστα και ντόπιου, συμβάλλει στο να κατανοήσουμε τους τρόπους με τους οποίους, οι τουρίστες και οι ντόπιοι βλέπουν και αντιλαμβάνονται ο ένας τον άλλον.

### 7.2 Οι επιπτώσεις του τουριστικού Βλέμματος.

Το βλέμμα, περιγράφεται επίσης και ως μία καταστρεπτική διαδικασία, κατά την οποία σημαντικές τοπικές εκφράσεις του πολιτισμού εμπορευματοποιούνται και οι παραδόσεις που δεν μπορούν να εμπορευματοποιηθούν, μπορεί τελικά να χαθούν. Το βλέμμα αντίθετα, μπορεί να αποτελέσει ένα ενισχυτικό της εθνικής ταυτότητας (Smith, 1982: 6), ή να συμβάλλει στην “ανακατασκευή” της (MacCannell, 1984), καθώς και στη διατήρηση της ταυτότητας των κατοίκων (Mansperger, 1995: 92) και την αναγέννηση των πολιτισμών (Van den Berge, 1994: 17), καθώς πολλές παραδόσεις επαναφέρονται, ενώ παλαιότερα είχαν εξαλειφθεί. Οι τοπικοί πληθυσμοί αναπαράγουν τα στερεότυπα που έχουν οι τουρίστες για τον πολιτισμό τους και επιδιώκουν να το κάνουν με τον καλύτερο τρόπο, ώστε να ικανοποιήσουν τις τουριστικές απαιτήσεις.

Η δύναμη που έχει το βλέμμα του τουρίστα στην υποστήριξη της εθνικής υπερηφάνειας και ταυτότητας, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να τις καταστρέψει σε περιπτώσεις όπου οι τουριστικές προσδοκίες δεν ευθυγραμμίζονται με την καθημερινή πραγματικότητα των τοπικών πληθυσμών. Παράδειγμα αποτελεί η ανακατασκευή των πολιτισμικών πρακτικών και παραδόσεων, που είχαν χαθεί από τους Μάγια, στο χωριό San Jose Succotz της Μπελίζ, στην Κεντρική Αμερική, λόγω της γειννίας με τα ερείπια των αρχαίων Μάγια και το επακόλουθο ενδιαφέρον των τουριστών. Στην ανακατασκευή της εικόνας τους, οι ταυτότητες των Μάγια διαφοροποιήθηκαν εντελώς και τοποθετήθηκαν στην αρχαιότητα σε ένα “εθνογραφικό παρόν” (Medina, 2003).

Η γλώσσα του τουριστικού λόγου, όπως αποκαλύπτεται από τους τουριστικούς



## Η οπτική διάσταση του τουρισμού

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

οδηγούς, τείνει να καθηλώνει τον “Άλλο” σε ένα “αιώνιο παρόν” (Fabian, 1983; Bruner, 1991: 240). Οι “Άλλοι” (ντόπιοι) εμφανίζονται σαν να μην έχουν υποστεί καμία μεταβολή, σαν να παραμένουν αιώνως αμετάβλητοι. Αυτό που ακινητοποιεί το χρόνο, είναι ο τουριστικός λόγος (Γαλανή - Μουτάφη, 1995: 35). Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί η έρευνα του Gamper (1981) στη νότια Αυστρία, όπου οι κάτοικοι άλλαξαν τον τρόπο ένδυσής τους για να προσελκύσουν τουρίστες. Στη μη τουριστική περίοδο, ενδύονταν ρούχα, τυπικά των υπολοίπων Ευρωπαίων, ενώ στην τουριστική περίοδο, ενδύονταν παραδοσιακές στολές.

Εικόνα 7.1: Εκδηλώσεις στην Αυστρία, που απευθύνονται στο τουριστικό κοινό.



Πηγή: <http://tinyurl.com/hwy4bs6>.

Στο γεγονός ότι οι ντόπιοι επηρεάζονται καταλυτικά από το τουριστικό βλέμμα, προβάλλονται ως παθητικοί αποδέκτες των αλλαγών. Υπάρχει όμως και μία πιθανότητα οι ντόπιοι να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο να καθορίζουν τι συμβαίνει στις “συναντήσεις” τους με τους τουρίστες. Παράδειγμα αποτελεί η εθνογραφική έρευνα του Silverman (2001: 195), στη φυλή Ιατιμούλ της Παπούα Νέα Γουινέα, όπου “δρούσαν με σκοπό και στρατηγική” στις αλληλεπιδράσεις τους με τους τουρίστες. Επίσης, έχει εντοπιστεί από την εθνογραφική έρευνα του Howell (1994), ότι οι ντόπιοι “παίζουν” με τους τουρίστες, οι οποίοι είναι “σχετικά αδαείς των τοπικών συνθηκών που επικρατούν και συνεπώς παρουσιάζονται αδέξιοι, παράλογοι, αφελείς και ιδιαίτερος εκμεταλλεύσιμοι” (Howell, 1994: 152). Επίσης, οι κοινωνίες υποδοχής μπορούν να διατηρήσουν αυτά που επιθυμούν, με το να εφευρίσκουν παραδόσεις σκοπίμως, ή να δημιουργούν προϊόντα λαϊκής τέχνης αποκλειστικά για τους τουρίστες,

γνωρίζοντας τι είναι αυθεντικό και τι σκηνοθετημένο. Αυτή η συμπεριφορά αντικρούει την εντύπωση ότι οι ντόπιοι είναι θύματα, που χάνουν τους εαυτούς τους και τον πολιτισμό τους, λόγω της εμπορευματοποίησης και του αδιάκριτου τουριστικού βλέμματος.

Σύμφωνα με τη Lanfant (1995: 36-37), το βλέμμα του τουρίστα αποτελεί τον καθρέφτη μέσω του οποίου, η τοπική κοινωνία υποδοχής αντανακλάται. Η επιβεβαίωση της ταυτότητας μπορεί να επιτευχθεί με την αναφορά στον “Άλλο”. Παρουσιάζοντας τον πολιτισμό της στο πλαίσιο του τουρισμού, η τοπική κοινωνία είναι αναγκασμένη να προχωρήσει στην ανασύσταση του παρελθόντος της και να το εκθέσει στο βλέμμα του ξένου, ως διακριτό σημάδι της ταυτότητάς της. Ακόμα και όταν οι ντόπιοι μεταβάλλουν κάποιες πτυχές της ταυτότητάς τους για να προσελκύσουν τουρίστες, δεν απομακρύνονται από τον πολιτισμό τους. Η αλληλεπίδραση με τους τουρίστες ενδέχεται να οδηγήσει στην ενδυνάμωση των ντόπιων, στον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητας τους, από την άποψη του ποιες πτυχές επιθυμούν να εκθέσουν και ποιες να περιφρουρήσουν (Γαλανή - Μουτάφη, 2002: 51). Ο τουρισμός καταυτών τον τρόπο, μπορεί να αποτελέσει ένα μέσο ενδυνάμωσης των αυτο-αναπαραστάσεων και οι τοπικοί πληθυσμοί, μπορεί εσκεμμένα να επανεφεύρουν πολιτισμικά προϊόντα μεσοπρόθεσμα, τροποποιώντας τον τρόπο που γίνονται αντιληπτοί από τους τουρίστες (Cohen, 1988a).

### 7.3 Συμπεράσματα.

Οι ανθρωπολόγοι έχουν υποστηρίξει, ότι οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ υποδοχέων και τουριστών τείνουν να είναι ασύμμετρες υπό όρους εξουσίας και ότι οι τουρίστες έχουν τη δύναμη να καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο, αυτή η συνάντηση μπορεί να εξελιχθεί. Εθνογραφικές αναφορές έχουν δείξει ότι το βλέμμα του τουρίστα, μπορεί να επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο που οι υποδοχείς παρουσιάζονται, συμπεριφέρονται και νιώθουν. Γενικά, οι υποδοχείς απεικονίζονται ως παθητικοί αποδέκτες, ανήμποροι να επηρεάσουν δρώμενα. Υπάρχει όμως η πιθανότητα, οι ντόπιοι να διαδραματίζουν έναν σημαντικό ρόλο στον καθορισμό του τι συμβαίνει κατά τις συναντήσεις τους με τους τουρίστες. Η συμπεριφορά που υιοθετούν και οι στρατηγικές που ακολουθούν, φαίνεται να αντικρούουν την εντύπωση, ότι οι ντόπιοι αποτελούν παθητικοί αποδέκτες, που χάνουν τους εαυτούς τους και την ταυτότητά τους στο

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

αδιάκριτο βλέμμα των τουριστών. Ακόμα και σε περιπτώσεις όπου, οι πληθυσμοί υποδοχής αλλάζουν πτυχές της ταυτότητάς τους, ώστε να είναι ελκυστικοί στους τουρίστες, δε χρειάζεται να χάνουν το νόημα του πολιτισμού τους ή τη δυνατότητα να κρίνουν τι είναι πλαστό και τι αυθεντικό. Αντίθετα, οι υποδοχείς μπορεί να νιώθουν ενδυναμωμένοι από την αλληλεπίδραση με τους τουρίστες, ώστε να επανακαθορίσουν ποιοί είναι και ποιες πλευρές της ταυτότητάς τους επιθυμούν να επισημάνουν ή να υποβαθμίσουν. Καθώς αναβιώνουν το παρελθόν ή επανεφεύρουν παραδόσεις, οι ντόπιοι, μπορεί να έχουν επίγνωση του γεγονότος ότι, παρουσιάζουν πολιτισμικές προβολές στους τουρίστες και να μην εκθέτουν τα αληθινά νοηματοδοτημένα σύμβολα και τις τελετές του ιδιωτικού βίου και των “πίσω” περιοχών.

**Κεφάλαιο 8. Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία υποδοχής.**



**Εικόνα εξωφύλλου 8:** Γραφικό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, που αναφέρεται στην επιθυμητή συμπεριφορά των τουριστών στον τόπο υποδοχής.

**Πηγή:** <http://tinyurl.com/zvqy6hw>.

**8. Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία υποδοχής.**

Αναφορικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού, οι ανθρωπολόγοι μέσα από τις εθνογραφίες τους αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους, ο τουρισμός έχει επηρεάσει τις κοινωνίες υποδοχής. Η διαπολιτισμική επαφή και οι αλλαγές, που προκύπτουν από αυτή την επαφή, αποτελούν σημαντικά θέματα στην μελέτη των επιπτώσεων του τουρισμού.

Οι κοινωνίες υποδοχής μετασχηματίζονται μεσοχρόνια από το επίπεδο της απλής προσαρμογής, στο σύνολο της οικονομικής και κοινωνικής τους δομής. Σύμφωνα με τον Crick (1989: 310), επειδή “ο τουρισμός αποτελεί μία βιομηχανία εξαγωγών, στην οποία οι καταναλωτές ταξιδεύουν για να συλλέγουν αγαθά”, η επέκτασή του έχει αυξήσει την επαφή μεταξύ διαφορετικών κοινωνιών και культурών.

Μία μερίδα μελετητών του τουρισμού θεωρούν θετικό στοιχείο της ανάπτυξής του, το γεγονός ότι φέρνει σε επαφή λαούς με διαφορετικά ήθη, έθιμα και κουλτούρα και έτσι, συμβάλλει στη βελτίωση της διεθνούς κατανόησης. Οι απόψεις αυτές, που προέρχονται συνήθως από κρατικούς φορείς και διεθνείς οργανισμούς, δεν ισχύουν για χώρες, όπου η ύπαρξη παραγόντων, όπως ο μαζικός τουρισμός, διαφορετικά συστήματα αξιών και άλλα, δημιουργεί δυσφορία στους ντόπιους και αντιδράσεις στην τουριστική ανάπτυξη (Nash, 1977; McNaught, 1982). Η αλληλεπίδραση μεταξύ των συντελεστών του τουρισμού, μπορεί να καταστρέψει παραδοσιακές κουλτούρες και κοινωνίες για κάποιους, ενώ για άλλους αποτελεί μία ευκαιρία για ειρήνη, κατανόηση και μεγαλύτερη εξοικείωση μεταξύ διαφορετικών κοινωνιών και εθνοτήτων. Από την άλλη, πολιτισμικές επιπτώσεις μπορούν μακροπρόθεσμα να αλλάξουν της αξίες μίας κοινωνίας και τις πολιτισμικές της πρακτικές. Σε έναν βαθμό αυτό, προκαλείται από την απαίτηση από την πλευρά των τουριστών για άμεσο πολιτισμό και αυθεντικά σουβενίρ, ώστε να καταλήξει σε μία κατάσταση, όπου η κοινωνία υποδοχής μετατρέπεται πολιτισμικά εξαρτώμενη από την χώρα προέλευσης (Sharpley, 1994).

**8.1 Αρνητικές κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις.**

Όπως έχει υποστηρίξει ο Nash (1977: 43), “κάθε ανάλυση των κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού σε μία περιοχή, θα έπρεπε να αρχίσει από τις ατομικές και

συλλογικές προσαρμογές που κάνουν οι ντόπιοι σε σχέση με τις αναπόφευκτες λειτουργίες εξυπηρέτησης. Αυτές οι προσαρμογές μπορεί να θεωρηθούν οι πρώτες επιπτώσεις του τουρισμού”, χαρακτηριστικά παραδείγματα των οποίων είναι: η δημιουργία υποδομών, όπως ξενοδοχεία, μεταφορές, εστιατόρια κλπ. Σε αυτή τη σχέση εξυπηρέτησης, αντιδρούν οι ντόπιοι θεωρώντας τη ανισότιμη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί η εκμάθηση ξένων γλωσσών από τους κατοίκους της χώρας υποδοχής, ενώ οι τουρίστες ελάχιστες φορές μιλούν τη γλώσσα της χώρας που επισκέπτονται (Nuñez, 1977).

### **8.1.1 Η αλληλόδραση μεταξύ τουρίστα και υποδοχέα.**

Όσον αφορά στην αλληλόδραση μεταξύ υποδοχέα και τουρίστα, δεν μπορεί να νοηθεί ως σχέση οικοδεσπότη – επισκέπτη, διότι μία τέτοια εκτίμηση θα απέκρυπτε τον εμπορικό χαρακτήρα της συναλλαγής. Η προσέγγιση και ανάλυση του τουρισμού με όρους εμπορευματικής συναλλαγής, καταδεικνύει ότι πρόκειται για μία δομή κοινωνικών σχέσεων που δημιουργεί δύο κατηγορίες ανθρώπων: τους παρέχοντες υπηρεσίες και τους αποδέκτες των υπηρεσιών. Οι σχέσεις που αναπτύσσονται είναι ασύμμετρες, επομένως αναπτύσσονται αισθήματα ανωτερότητας και κατωτερότητας και για τον λόγο αυτό εξηγείται, γιατί οι υποδοχείς είναι εκείνοι, που συχνότερα αναγκάζονται να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις, επιθυμίες και αξίες των τουριστών (Krippendorf, 1987: 45, 101-103). Σύμφωνα με τους Nash (1977) και Erisman (1983), ο τουρισμός έχει αυξήσει την εξάρτηση της κοινωνίας υποδοχής από “ανώτερες” δυτικές χώρες και έχει οδηγήσει σε μία νεο-αποικιοκρατία, όπου η δουλικότητα στους αποικιοκράτες, αντικαταστάθηκε από τη δουλικότητα (servility) στους τουρίστες (Diamond, 1976,1977). Παρόλα αυτά, δεν μπορούμε να θεωρήσουμε την αλληλόδραση μεταξύ τουριστών και ιθαγενών ως καθαρά οικονομική συναλλαγή, διότι κάθε ανταλλαγή σύμφωνα με τον Mauss (όπως παρατίθεται στο Γαλανή - Μουτάφη, 1995: 36), αποτελεί ένα ολικό κοινωνικό φαινόμενο, με την έννοια ότι συνδυάζει ποικίλες πτυχές της κοινωνικής ζωής, πολιτικές, πολιτισμικές, ηθικές.

Τα διαφορετικά συστήματα αξιών αποτελούν συχνή αιτία δυσαρέσκειας των ντόπιων, που καταλογίζουν στους τουρίστες έλλειψη σεβασμού στα τοπικά ήθη και έθιμα (Mathews, 1978), που εκφράζεται είτε με το ντύσιμο, είτε με τη συμπεριφορά τους, ενώ παράλληλα ενοχλούνται από την παρέμβαση των τουριστών στην προσωπική τους ζωή,

που συχνά τους μετατρέπει σε αντικείμενα για φωτογράφιση ή σε μέλη ενός “παραδοσιακού ζωολογικού κήπου” (Urbanowicz, 1977). Ενώ όμως, οι ντόπιοι από τη μία αντιδρούν στον τουρισμό και κυρίως στον μαζικό, από την άλλη κερδίζουν χρήματα και καταυτών τον τρόπο δημιουργείται μία κυκλοθυμική σχέση με τον τουρισμό, μία σχέση εξάρτησης (de Kadt, 1979; Harrison, 1985; Krippendorf, 1987).

Τουριστικές έρευνες για τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των “hosts”: οικοδεσποτών που αντιπροσωπεύουν την κοινωνία υποδοχής και των “guests”: επισκεπτών που αποτελούν τους τουρίστες, εντοπίζουν δύο είδη αλληλεπιδράσεων, τις “στατικές” και τις “δυναμικές”. Οι “στατικές”, αναφέρονται στο έργο του de Kadt (1979) και της UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) (1976).

Ο de Kadt (1979: 50), παρουσίασε τρεις καταστάσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ υποδοχέων και τουριστών:

1. ανταλλαγές υπηρεσιών και αγαθών
2. επιφανειακές αλληλεπιδράσεις και συναντήσεις σε τόπους αναψυχής (παραλίες, εστιατόρια)
3. αλληλόδραση, η οποία περιλαμβάνει αμοιβαία κατανόηση και ανταλλαγές πληροφοριών

Σύμφωνα με την UNESCO, η σχέση μεταξύ υποδοχέων και τουριστών έχει τέσσερα γνωρίσματα:

1. η φύση της είναι παροδική
2. υπάρχουν χρονικοί περιορισμοί
3. υπάρχει έλλειψη αυθορμητισμού
4. η εμπειρία είναι ασύμμετρη και άνιση

Το έργο του Doxey (1976) θεωρείται πρωτοπόρο, αναφορικά με τις δυναμικές αλληλεπιδράσεις τουριστών και ντόπιων. Ο Doxey (1976: 26–27), επηρεασμένος από το οικονομικό πεδίο, πρότεινε το μοντέλο “Irridex”, το οποίο είναι χρονολογικής κλίμακας και όπου όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των τουριστών, τόσο μεγαλύτερες είναι και οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις. Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, η εξέλιξη του τουρισμού, δύναται σταδιακά να προκαλέσει άγχος στον πληθυσμό της κοινωνίας υποδοχής, επειδή μπορεί να καταλύσει τα συστήματα αξιών, καθώς και να πλήξει την πολιτισμική τους ταυτότητα. Ο τρόπος που ανταποκρίνεται ο πληθυσμός υποδοχής στην ανάπτυξη του τουρισμού, μπορεί να ανιχνευθεί σε επίπεδο χρονολογικών σειρών



με τον ακόλουθο τρόπο.

Πίνακας 8.1: Το μοντέλο “Irridex” του Doxey.

Στάδια	Συμπεριφορά της κοινωνίας υποδοχής	Χαρακτηριστικά
Στάδιο 1	Ευφορία	-Μικρός αριθμός επισκεπτών -Οι επισκέπτες επιθυμούν να ενσωματωθούν στην τοπική κοινωνία -Η τοπική κοινωνία υποδέχεται τον τουρισμό -Περιορισμένη διαφημιστική δραστηριότητα στον τουρισμό
Στάδιο 2	Απάθεια	-Οι αριθμοί των επισκεπτών αυξάνονται -Οι επισκέπτες θεωρούνται δεδομένοι από τους υποδοχείς -Η σχέση μεταξύ τουριστών και κοινωνίας υποδοχής είναι πιο επισημοποιημένη/θεσμοθετημένη
Στάδιο 3	Ενόχληση	-Ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σημαντικά -Εντοπίζεται αυξανόμενη εμπλοκή διαφήμισης από έξω -Αυξανόμενος ανταγωνισμός για τους τουριστικούς πόρους μεταξύ τουριστών και ντόπιων
Στάδιο 4	Ανταγωνισμός	-Εχθρότητα από τους ντόπιους -Προσπάθειες περιορισμού των φθορών και των τουριστικών ροών

Πηγή: Doxey (1976), Ιδία επεξεργασία.

### 8.1.2 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Ο Murphy (1985:133) περιγράφει τον τουρισμό ως ένα κοινωνικοπολιτισμικό γεγονός, τόσο για τους τουρίστες, όσο και για τους υποδοχείς. Θεωρεί ότι έχει αποδοθεί μεγαλύτερη έμφαση στην εξυπηρέτηση των τουριστών και όχι στην τοπική κοινωνία. Οι προορισμοί υποβαθμίζονται από σκηνοθετημένες εκδηλώσεις και αξιοθέατα και υπάρχει αυξανόμενη ανησυχία για την πολιτισμική αφομοίωση από τον τουρισμό. Πολιτισμική αφομοίωση είναι η διαδικασία, η οποία προκύπτει από την επαφή μεταξύ δύο διαφορετικών κοινωνιών (Nuñez, 1963: 347; Burns, 1999). Ο τουρίστας σύμφωνα με τον Nuñez (1989), αντιπροσωπεύει έναν πολιτισμό “δότη”, ενώ ο ντόπιος πληθυσμός αποτελεί έναν πολιτισμό “παραλήπτη”. Κατά τη διαδικασία της προσαρμογής της στον τουρισμό -καθώς ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις, τις προσδοκίες και τις αξίες των τουριστών- η τοπική κοινωνία υποδοχής, είναι

αναγκασμένη να προσεγγίσει τον πολιτισμό των τουριστών. “Καθώς η κοινωνία υποδοχής προσαρμόζεται στον τουρισμό, στις τουριστικές ανάγκες, συμπεριφορές και αξίες, η κοινωνία αυτή θα μοιάσει περισσότερο στην κουλτούρα των τουριστών (Nash, 1989: 266). Ο Haulot (1974: 144-9) τονίζει ότι η απώλεια της αυθεντικότητας και της ταυτότητας των παραδοσιακών πολιτισμών, προκύπτει από την τάση των ντόπιων να μιμούνται τους τουρίστες, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν γι' αυτούς έναν άξιο σεβασμού και ανώτερο πολιτισμό. Αυτή η διαδικασία αλληλόδρασης δεν είναι ισορροπημένη, αλλά ασύμμετρη. Η ισχυρότερη κουλτούρα θα επικρατήσει και θα αρχίσει να αλλάζει την πιο αδύναμη (όχι κατώτερη) κουλτούρα και να την μετατρέπει σε μία κοινωνία κατ' εικόνα της (Burns, 1999). Η διαδικασία πολιτισμικής αφομοίωσης θεωρείται ότι επιφέρει δύο σημαντικές επιπτώσεις, το “φαινόμενο της επίδειξης” και τον “υβριδισμό”.

Οι Turner και Ash (1975: 197-198) χαρακτηρίζουν το “ φαινόμενο της επίδειξης” (demonstration effect), ως το πιο ισχυρό όπλο του τουρισμού, με την έννοια ότι συνιστά το μέσο με το οποίο, οι τουρίστες επιβάλλουν τις αξίες τους στις κοινωνίες που επισκέπτονται. Το “φαινόμενο της επίδειξης” περιγράφεται από τους Burns (1999: 101) και Moore (1980: 302), ως η διαδικασία, η οποία προκύπτει από τη σχέση ανισορροπίας μεταξύ των “πλουσίων” τουριστών και των “φτωχών” υποδοχέων, κατά την οποία, τα άτομα που είναι πιο επιρρεπή σε εξωτερικές επιρροές, όπως οι νέοι, “εθελοντικά” υιοθετούν τα πρότυπα της μόδας, κανόνες συμπεριφοράς, κατανάλωσης συγκεκριμένων αγαθών, στη βάση του ότι η κατοχή τους θα τους οδηγήσει στο να αποκτήσουν τον τρόπο ζωής, όπως προβάλλεται από τους τουρίστες, ακολουθώντας τη λογική της περίοπτης κατανάλωσης. Μέσω της διαδικασίας αυτής του προσπολιτισμού (enculturation), ο “τουρίστας, μπορεί να λειτουργήσει ως ένας δυναμικός επικοινωνιακός δίαυλος, που συμβάλλει στην πολιτισμική διάχυση των προτύπων των χωρών αποστολής” (Τσάρτας, 1996: 107). Παράδειγμα αποτελεί η έρευνα της Wickens (1994: 822-823) για τις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στο Πευκοχώρι Χαλκιδικής, μία αγροτική κοινωνία, όπου διαπίστωσε πως τα άτομα νεαρής ηλικίας ανταποκρίνονταν στην επαφή με τους τουρίστες, με το να απορρίπτουν τα παραδοσιακά έθιμα και την παραδοσιακή τους ταυτότητα. Οι δομικές αλλαγές στον κοινωνικό ιστό των προορισμών, που προκύπτουν από το “φαινόμενο της επίδειξης”, αποτελούν ο εκμοντερνισμός, η εμπορευματοποίηση κλπ. (Boissevain, 1977, 1996; de Kadt, 1979). Άλλες αρνητικές επιπτώσεις του “φαινομένου της επίδειξης” αποτελούν κοινωνικά

προβλήματα, όπως το έγκλημα, η πορνεία, κ.ά (de Kadt, 1979; Smith, 1989). Ο “υβριδισμός” αναφέρεται στη διαδικασία κατά την οποία, δύο κουλτούρες έρχονται σε επαφή και μία νέα κουλτούρα διαμορφώνεται.

Η αποστασιοποίηση μεταξύ των ατόμων και η εμπορευματοποίηση στις σχέσεις (de Kadt, 1979: 61-63) μπορεί να αποτελέσουν παράγοντες, που σχετίζονται με τα επίπεδα εγκληματικότητας. Η άποψη αυτή, διαφαίνεται και στα αποτελέσματα της έρευνας του Jud (1975), για τα επίπεδα εγκληματικότητας στο Μεξικό και του Urbanowicz (όπως παρατίθεται στο Pearce, 1982: 14), για τα επίπεδα εγκληματικότητας σε πόλεις του νησιού Τόνγκα, στο νότιο Ειρηνικό. Ένας άλλος λόγος για τα εγκλήματα κατά των τουριστών, αποτελεί η κακία εναντίον τους, ίσως εξαιτίας του προβαλλόμενου πλούτου και του πολυτελούς τρόπου ζωής (de Kadt, 1979: 66). Το γεγονός επίσης ότι οι ντόπιοι δεν μπορούν να συμμετέχουν στις τουριστικές εγκαταστάσεις, οι οποίες συχνά απευθύνονται μόνο στους τουρίστες, δημιουργεί αρνητικά συναισθήματα (Göksan, 1978, όπως παρατίθεται στο A. Bark, 2015: 34). Επιπλέον, ο συνωστισμός και η φασαρία που προκύπτει από την υπερσυγκέντρωση τουριστών, μπορεί να διαλύσει την ειρήνη και γαλήνη των ντόπιων και να οδηγήσει σε αρνητικές συμπεριφορές (Wahab, 1978, όπως παρατίθεται στο A. Bark, 2015: 34).

Μία άλλη μορφή αρνητικών επιπτώσεων αποτελεί η εμπορευματοποίηση του τουρισμού. Με τον όρο “εμπορευματοποίηση” εννοούμε τη διαδικασία, όπου η αποδιδόμενη αξία ενός αντικειμένου ή οτιδήποτε άλλου, προκύπτει από την τιμολόγησή του (Burns, 1999). Είναι μία διαδικασία στην οποία, τα αντικείμενα αξιολογούνται, κυρίως από την άποψη της ανταλλακτικής τους αξίας, σε ένα πλαίσιο συναλλαγών και με αυτόν τον τρόπο μετατρέπονται σε αγαθά (Cohen, 1988a). Ο Appadurai (1986: 15) θεωρεί ότι η εμπορευματοποίηση, έγκειται στην πολυσύνθετη διασταύρωση παροδικών, πολιτισμικών και κοινωνικών παραγόντων. Η εμπορευματοποίηση των κοινωνικών και τελετουργικών γεγονότων οδηγεί σε μία απάλειψη του νοήματός τους και αυτή η έλλειψη νοήματος συνοδεύεται από παράλληλη εξάλειψη συναισθημάτων κοινωνικής συνοχής (Selwyn, 1996). Ο MacCannell (1992) ταυτίζει τον υπερκαταναλωτικό τουρίστα, με ένα είδος κανίβαλου, ο οποίος καταναλώνει όχι μόνο πόρους και υλικά αγαθά, αλλά και τους πολιτισμούς των τόπων που επισκέπτεται (Burns, 1999).

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού στις ευαίσθητες από πλευρά κοινωνικής δομής και

πολιτιστικής ταυτότητας αναπτυσσόμενες χώρες, κατέληξε στην εμπορευματοποίηση της τοπικής παράδοσης, που μετατράπηκε και αυτή σε τουριστικό προϊόν προς πώληση (Greenwood, 1977). Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Greenwood (1977: 137), “η εμπορευματοποίηση της παράδοσης είναι ίσως η τελική λογική της καπιταλιστικής ανάπτυξης, ιδανικό παράδειγμα της οποίας, είναι ο τουρισμός. Η διαδικασία εμπορευματοποίησης δε σταματάει στη γη, την εργασία και το κεφάλαιο, αλλά τελικά περιλαμβάνει την ιστορία, την εθνική ταυτότητα και τον πολιτισμό των λαών του κόσμου”. Ο Greenwood (1977: 135) υποστηρίζει πως η μετατροπή των τελετουργιών από αυθεντικές, δημόσιες, σε σκηνοθετημένες παραστάσεις, πρόκειται για μία πολιτισμική εμπορευματοποίηση, αναφερόμενος στη γιορτή Αλάρντε στην πόλη Φουεντεράμπια της Βασκικής Ισπανίας. Η γιορτή έχασε το πολιτισμικό και συμβολικό νόημα για τους ντόπιους, από τη στιγμή που συμμετείχαν οι τουρίστες και προωθήθηκε σαν κάθε άλλο εμπόρευμα. Το ερώτημα που εγείρεται, έγκειται στο αν ένα πολιτισμικό προϊόν ή τελετουργικό χάνει την αξία του, από τη στιγμή που εμπορευματοποιείται και ότι τα άτομα των προορισμών υποδοχής κινδυνεύουν να χάσουν την πολιτισμική τους ταυτότητα. Υπάρχει η ανησυχία, ότι οι υποδοχείς μπορεί να ξεχάσουν το παρελθόν τους, τον πολιτισμό τους, καθώς υιοθετούν νέους τρόπους ζωής, που μαθαίνουν από τους τουρίστες. Η απώλεια της ταυτότητάς τους συμβαίνει, όταν οι ντόπιοι αποκτούν οικονομικά οφέλη και αρχίζουν να συμπεριφέρονται όπως οι τουρίστες, τους οποίους αντιλαμβάνονται ως ανώτερους.

Ο τουρισμός συμβάλλει επίσης στην εμπορευματοποίηση των τοπικών παραδοσιακών μορφών τέχνης (Graburn, 1979; 1984), με την αυξανόμενη ζήτηση που δημιουργείται για αντικείμενα, τα οποία οι τουρίστες αγοράζουν ως ενθύμιο του ταξιδιού τους. Η τουριστική ανάπτυξη και η αντίστοιχη αύξηση της ζήτησης για πολιτισμικά αγαθά του τοπικού πολιτισμού οδηγούν στην “τουριστικοποίηση” και “μινιατουροποίηση” (Graburn, 1979: 2-15) των τοπικών μορφών τέχνης, δηλαδή στην αλλαγή του νοήματος, των παραγωγικών διαδικασιών και της ίδιας της μορφής και του μεγέθους του αντικειμένου, ώστε να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις της εμπορευματοποιημένης τουριστικής ζήτησης. Τις περισσότερες φορές, τα αντικείμενα αυτά, ελάχιστη σχέση έχουν με την αληθινή τοπική παράδοση και για αυτό ονομάστηκαν “τέχνη του αεροδρομίου” (Graburn, 1967; McNaught, 1982), καθώς και ότι η παραγωγή τους ανατίθεται σε άλλους εκτός του τόπου υποδοχής, για λόγους οικονομίας.

Συχνά όμως, η διαδικασία της πολιτισμικής εμπορευματοποίησης εκκινείται από επιχειρηματίες του τουρισμού και “cultural brokers” εκτός της τοπικής κοινωνίας, που μπορεί να οδηγήσει στην εκμετάλλευση των ντόπιων και των πολιτισμικών πόρων, από εξωγενείς παράγοντες. Η προέλευση του όρου “cultural broker”, εντοπίζεται στο πεδίο της ανθρωπολογίας στα μέσα του 1900, όταν αρκετοί ανθρωπολόγοι, έγραψαν για ιθαγενείς, που λειτουργούσαν ως πολιτισμικοί ενδιάμεσοι, συνήθως με τη δυτική κοινωνία (Boissevain, 1974). Αποτελούσαν τους διαμεσολαβητές, ώστε να διευκολύνουν την μετάβαση του ατόμου ή ομάδας ατόμων από έναν πολιτισμό σε έναν άλλο, με σκοπό να μειώσουν εντάσεις ή να προκαλέσουν αλλαγές (Jezewski & Sotnik, 2001).

Σύμφωνα με τον Boorstin (1964: 103), καθώς τα πολιτισμικά προϊόντα εκτίθεται στο βλέμμα του τουρίστα, τελετουργίες μπορεί να γίνονται πιο σύντομες ως προς τον χρόνο τέλεσής τους, διανθίζονται με αλλότρια στοιχεία και γενικά προσαρμόζονται στα γούστα των τουριστών. Παραδείγματα εμπορευματοποίησης παραστάσεων και τελετουργικών περιγράφονται από τους Danie (1996) και Picard (1990), οι οποίοι αποκάλυψαν πως τελετουργικές παραστάσεις περιορίζονται σε έκταση και διαφοροποιούνται, για να γίνουν πιο ελκυστικές στους τουρίστες. Σε τέτοιες περιπτώσεις, ασκείται κριτική στις σκηνοθετημένες πολιτισμικές παραστάσεις, γιατί περιορίζουν το θρησκευτικό τους στοιχείο και τη σημαντικότητά τους.

Αρνητική επίπτωση αποτελεί επίσης και το γεγονός ότι οι τουρίστες εισβάλλουν στην ιδιωτική ζωή των υποδοχέων, στην προσπάθεια αναζήτησης της αυθεντικότητας στο παρασκήνιο, στον προσωπικό χώρο, μακριά από το μέρος που λαμβάνει χώρα ο τουρισμός (MacCannell, 1973).

## **8.2 Θετικές κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις.**

Στη δεύτερη έκδοση του “Hosts and Guests” (Smith, 1989), οι προγενέστερες μελέτες επανελέχθησαν και οι αρχικοί συντελεστές διαπίστωσαν ότι ο τουρισμός δεν ήταν το σημαντικότερο στοιχείο για την πολιτισμική αλλαγή στις περισσότερες κοινωνίες και ότι η τουριστική αλλαγή δεν είναι απαραίτητα καταστροφική. Σύμφωνα με τη Smith (1989:16), “ο τουρισμός και οι ίδιοι οι τουρίστες δεν θα πρέπει να αποτελέσουν τον αποδιοπομπαίο τράγο για την κρίση της κοινωνίας στο σύνολό της”.

Μία επιπλέον άποψη για τις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού, διαφαίνεται και στη Διακήρυξη της Μανίλα (1980) για τον παγκόσμιο τουρισμό, όπου αναγνωρίζεται η συμβολή του τουρισμού στη διατήρηση του περιβάλλοντος, του πολιτισμού και της παγκόσμιας ειρήνης.

Οι θετικές επιπτώσεις, μπορεί να προκύψουν από την διαπολιτισμική αλληλεπίδραση (Machlis & Burch, 1983), η οποία ενισχύει την διαπολιτισμική κατανόηση (Burkart & Medlik, 1974: 57), μειώνει τις προκαταλήψεις, ενισχύει τη χειραφέτηση των γυναικών (de Kadt, 1979: 64), βοηθά στην αναζωογόνηση των παραδόσεων των κοινωνιών υποδοχής, καθώς επίσης αντιτάσσεται στην φτώχεια, μέσω της προσφοράς θέσεων εργασίας.

Ο Hunziker (1961), (όπως παρατίθεται στο Cooper & Palmer, 1992: 37), αναφέρει πως “ο τουρισμός έχει αποτελέσει το καλύτερο εργαλείο του αιώνα για την απόκτηση της διεθνούς κατανόησης. Ενθαρρύνει επαφές μεταξύ ανθρώπων από απομακρυσμένες περιοχές του πλανήτη, με διαφορετικές γλώσσες, φυλή, πολιτικές απόψεις και οικονομικά επίπεδα. Ο τουρισμός τους φέρνει κοντά, είναι βασικός στον μεταξύ τους διάλογο, οδηγεί σε προσωπική επαφή με ανθρώπους, ώστε να μπορούν να κατανοούν συμπεριφορές και πεποιθήσεις, οι οποίες ήταν ακατανόητες για αυτούς, διότι ενυπάρχει το στοιχείο της απόστασης”. Ο Reisinger (1994: 743), θεωρεί πως στις περισσότερες περιπτώσεις, η διαπολιτισμική κοινωνική επαφή έχει καταλήξει σε θετικές αλλαγές στις συμπεριφορές και σχέσεις των διαπλεκόμενων μερών.

Μία ακόμη σημαντική επίπτωση από την επαφή τουριστών - υποδοχέων, αποτελεί η διατήρηση των τοπικών παραδόσεων των τελευταίων, άποψη η οποία έρχεται σε αντίθεση με τη γνώμη ότι ο τουρισμός καταστρέφει τον πολιτισμό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η έρευνα του van Beek (2003) στην φυλή των Ντογκόν στο Μάλι της Δυτικής Αφρικής, όπου η επαφή τουρίστα και ντόπιου, είχε ως αποτέλεσμα την ενίσχυση της υπερηφάνειας για τον πολιτισμό και της αυτοπεποίθησής τους. Η κοινότητα των Ντογκόν, είχε αναπτύξει επινοητικούς τρόπους, ώστε να προσαρμόσουν τις πολιτισμικές τους αναπαραστάσεις στις τουριστικές απαιτήσεις, χωρίς να διακινδυνεύουν την πραγματική τους ουσία και αξία για την τοπική κοινωνία.

Αλεξάνδρα Τσαλμίδη

Εικόνα 8.1: Τελετουργίες των Ντογκόν της Δυτικής Αφρικής, που απευθύνονται στο τουριστικό κοινό.



Πηγή: <http://tinyurl.com/znpa8x>.

Καθώς ένα πολιτισμικό προϊόν μπορεί μεσοπρόθεσμα να γίνει ευρέως αποδεκτό ως αυθεντικό, παρόλο που έχει υποστεί κάποια μεταβολή μέσω της εμπορευματοποίησης, απαιτεί ένα νέο νόημα για τους παραγωγούς του. Ένα πολιτισμικό προϊόν μπορεί να έχει δύο μηνύματα, ανάλογα σε ποιούς απευθύνεται (ντόπιους – τουρίστες) και δεν είναι απαραίτητο να είναι αλληλοαποκλειόμενα, αλλά θα μπορούσαν να λειτουργούν προσθετικά: νέα νοήματα μπορούν να προστεθούν στα παλιά (Cohen, 1988a: 382). Σύμφωνα με τον McKean (1976: 241-243), οι τελετουργίες των Μπαλινέζων έχουν τρία διαφορετικά κοινά, ένα θεικό, ένα τοπικό και ένα τουριστικό. Το τελευταίο, δεν χρειάζεται απαραίτητα να καταστρέψει το νόημα των τελετουργιών για τα άλλα δύο.

Εικόνα 8.2: Τελετουργία των Μπαλινέζων που απευθύνεται σε τρία κοινά (θεικό, τοπικό, τουριστικό).



Πηγή: <http://tinyurl.com/zm8mfex>.

Εικόνα 8.3: Το φεστιβάλ Mount Hagen των Παπούα (Νέα Γουινέα), που απευθύνεται σε δύο κοινά (τουρίστες, ντόπιοι) και λειτουργεί ως μέσο διατήρησης του πολιτισμού τους.



Πηγή:<http://tinyurl.com/j36jkzo>.

Εικόνα 8.4: Πολιτισμικές εκδηλώσεις των Παπούα (Νέα Γουινέα).



Πηγή:<http://tinyurl.com/j36jkzo>.

Η εμπορευματοποίηση ενός πολιτισμού, πολλές φορές προκύπτει όχι στην άνθισή του, αλλά όταν βρίσκεται σε παρακμή. Κάτω από τέτοιες συνθήκες, η ανάδυση της τουριστικής αγοράς συχνά διευκολύνει τη διατήρηση της πολιτισμικής παράδοσης, η οποία διαφορετικά θα αφανισθεί. (Cohen, 1988a: 382). Ο Boissevain (1996) αναφέρει, πως η πολιτισμική εμπορευματοποίηση έχει ωφελήσει κοινωνίες με διαρροή πληθυσμού, μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και έχει συμβάλει στη βιωσιμότητα αυτών των κοινωνιών και στη διατήρηση των τοπικών παραδόσεων. Θεωρεί πως “θα ήταν ένα σημαντικό λάθος να θεωρούμε τους αυτόχθονες ως παθητικά παραδομένους στις τουριστικές επιρροές” (1996: 14). Στο βιβλίο “Coping with tourists” (1996), ο Boissevain αναφέρει παραδείγματα για τον τρόπο με τον οποίο, οι κάτοικοι κάποιων τουριστικών προορισμών στην Ευρώπη, αντιμετωπίζουν την εμπορευματοποίηση του πολιτισμού τους και τη συνεχή παρέυρεση τουριστών. Δείχνει, πως οι κάτοικοι των κοινοτήτων αυτών είναι επινοητικοί και ευπροσάρμοστοι και ότι ο τουρισμός αποτελεί μία πηγή αλλαγής, με την οποία θα πρέπει να έρθουν αντιμέτωποι,



εφόσον οικονομικά εξαρτώνται από τον τουρισμό.

### **8.3 Στρατηγικές διαχείρισης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ντόπιων και τουριστών.**

Οι Boissevain (1996) και Doğan (1989) αναγνωρίζουν ένα εύρος από δημιουργικούς τρόπους, με τους οποίους οι ντόπιοι έχουν προσαρμοστεί στον τουρισμό και έχουν αναλάβει δράση, ώστε να διαχειριστούν την αλληλεπίδραση με τους τουρίστες. Οι στρατηγικές που ακολουθούνται περιγράφονται στους ακόλουθους πίνακες:

Πίνακας 8.2: Στρατηγικές διαχείρισης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ντόπιων και τουριστών.

<b>Στρατηγική</b>	<b>Πρακτικές</b>
<b>Συγκαλυμμένη αντίσταση (covert resistance)</b>	Κουτσομπολιό και επικράτηση μη ευνοϊκών χαρακτηρισμών για τους τουρίστες, έως τη σκόπιμη παραπλάνηση των τουριστών και τελικά την εκδήλωση αγένειας απέναντί τους, ώστε να διατηρήσουν την αξιοπρέπειά τους.
<b>Επινόηση πολιτισμού και σκηνοθετημένη αυθεντικότητα (inventing culture and staging authenticity)</b>	Προστασία των “πίσω περιοχών” και της ιδιωτικότητας των κατοίκων, με το να κρατούν τους τουρίστες στην εμπορευματοποιημένη “μπροστά περιοχή”.
<b>Απόκρυψη πτυχών πολιτισμού (hiding)</b>	Προγραμματισμός σημαντικών εκδηλώσεων σε περιόδους και μέρη, όπου απουσιάζουν οι τουρίστες ή καθιέρωση νέων για “εσωτερική κατανάλωση”, όπου αποκλείονται οι τουρίστες.
<b>Περίφραξη (fencing)</b>	Ανέγερση προστατευτικών τειχών, ως μέσο περιφρούρησης της ιδιωτικής ζωής, ή μετακίνηση μίας δραστηριότητας, που έχει προσελκύσει τουρίστες, σε άλλο τόπο.
<b>Τελετουργία (ritual)</b>	Βοηθά τους συμμετέχοντες στην τόνωση της ταυτότητας και συντροφικότητας.
<b>Οργανωμένη διαμαρτυρία (organized protest)</b>	Προσανατολισμός κατά των διαμεσολαβητών του τουρισμού, που εμπορεύονται τις “πίσω περιοχές” και όσων ανήκουν στην τουριστική βιομηχανία και δρουν χωρίς τη συγκατάθεσή τους.
<b>Στάση επιθετικότητας (aggression)</b>	Ως μέσο προστασίας από αδιάκριτους και προσβλητικούς τουρίστες.

Πηγή: Boissevain (1996: 14-20), Ιδία επεξεργασία.

Πίνακας 8.3: Στρατηγικές διαχείρισης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ντόπιων και τουριστών.

Στρατηγική	Πρακτικές
<b>Αντίσταση (Resistance)</b>	-Αποφυγή της άμεσης πρόκλησης. Με τον τρόπο αυτό, διατηρούν τον αυτοσεβασμό τους και τις αρνητικές επιπτώσεις στην τουριστική εμπειρία (όπως συναισθήματα κατωτερότητας, που προκαλούνται από τους τουρίστες).
<b>Υποχώρηση (Retreatism)</b>	-Απόκρυψη διαστάσεων του πολιτισμού τους από τους επισκέπτες π.χ. διεξαγωγή τελετουργιών σε χρόνους και τόπους, που τους επιτρέπει να ξεφύγουν της προσοχής των τουριστών. -Περίφραξη ιδιωτικών περιοχών και εκδηλώσεων π.χ. μεταφορά δραστηριοτήτων σε μη τουριστικές περιοχές. -Τελετουργίες, οι οποίες βοηθούν τους συμμετέχοντες να επανεδραιώσουν τη συντροφικότητα και την ταυτότητά τους, που έχουν χαθεί από τις αλλαγές, που έχει επιφέρει ο τουρισμός και άλλες εξωτερικές επιρροές.
<b>Διατήρηση ορίων (Boundary Maintenance)</b>	-Επινόηση πολιτισμού και σκηνοθετημένη αυθεντικότητα, με τα οποία μπορούν να προστατέψουν τις “πίσω” περιοχές και την ιδιωτικότητα των ντόπιων, με το να κρατάνε τους τουρίστες στη διαφημισμένη, “μπροστινή” περιοχή.
<b>Ανανέωση (Revitalization)</b>	-Πολιτισμικές εκφράσεις ενός τόπου (γιορτές, τελετουργίες, λαϊκή τέχνη, παραδόσεις, ήθη και έθιμα) ανανεώνονται και αποκτούν νέο νόημα, όταν μετατρέπονται σε τουριστικά αξιοθέατα, δίνοντας έμφαση στη διατήρηση της ταυτότητας και ακεραιότητας, με το σκεπτικό ότι μέσω της έκθεσης των παραπάνω στους τουρίστες, εξασφαλίζεται η διατήρηση και υπερηφάνεια για τους πολιτισμικούς πόρους.
<b>Αποδοχή (Adoption)</b>	-Η κοινωνία υποδοχής, μπορεί να ενστερνιστεί έναν άλλον τρόπο ζωής, αυτόν που προβάλλεται από τους τουρίστες, χωρίς να χάσουν την ταυτότητα τους. Οι νέοι κυρίως, που έρχονται πιο εύκολα σε επαφή με άλλες χώρες (λόγω σπουδών, μέσω μαζικής ενημέρωσης κ.ά.) υποστηρίζουν τον τουρισμό, ως μία μορφή μοντέρνας κουλτούρας. Δεν εναντιώνονται στην εξασθένηση του πολιτισμού τους, με το σκεπτικό ότι είναι ορθό να ενστερνιστούν τη δυτική κουλτούρα που συμβολίζεται στον τουρισμό και μέσα από αυτή, ταυτοποιούν τους εαυτούς τους. Οι μεγαλύτεροι βλέποντας τις αλλαγές αυτές στα ίδια τους τα παιδιά, γίνονται πιο ανεκτικοί και ανοιχτόμυαλοι.

Πηγή: Doğan (1989: 221), Ιδία επεξεργασία.

Οι παραπάνω πρακτικές καταδεικνύουν τους τρόπους με τους οποίους, οι κάτοικοι τουριστικών περιοχών είναι επινοητικοί και πιο προσαρμοστικοί, ενώ αντιλαμβάνονται πως ο τουρισμός αποτελεί μία πηγή αλλαγών, με τις οποίες θα πρέπει να έρθουν αντιμέτωποι, από τη στιγμή που οικονομικά εξαρτώνται από τον τουρισμό.

Τα οφέλη και οι ζημίες του τουρισμού, δεν είναι ομοιόμορφα κατανεμημένες στους τοπικούς πληθυσμούς και οδηγούν σε συγκρούσεις συμφερόντων και σχέσεις εξουσίας. Οι τοπικοί πληθυσμοί σε έναν τόπο υποδοχής συνήθως δεν είναι ομοιογενείς, πολιτισμικά και κοινωνικά. Ο τουρισμός μπορεί με τον τρόπο αυτό, να αποτελέσει έναν σημαντικό παράγοντα σε αυτή τη διαδικασία διαφοροποίησης (Rambaud, 1967). Επομένως, αυτοί που “εισπράττουν” τις ωφέλειες αντιδρούν στον τουρισμό με την Αποδοχή, ενώ αντίθετα αυτοί που τα ενδιαφέροντά τους επηρεάζονται αρνητικά από τον τουρισμό αντιδρούν, είτε με την Αντίσταση, είτε με Υποχώρηση.

Οι κυβερνήσεις των τόπων υποδοχής, ανάλογα με το αν είναι θεοκρατικές, συντηρητικές, εθνικιστικές ή απολυταρχικές, υιοθετούν μία πολιτική Αντίστασης, ώστε να διατηρήσουν την παραδοσιακή κουλτούρα ή το έθνος τους. Κυβερνήσεις, οι οποίες έχουν ανάγκη από εισρέον συνάλλαγμα, έχοντας υπόψη τις επιβλαβείς επιπτώσεις στον πολιτισμό τους, μπορεί να υιοθετήσουν τη στρατηγική Διατήρησης των Ορίων. Κάποιες χώρες του Τρίτου Κόσμου, μπορεί να θεωρήσουν τον τουρισμό, ως μέσο για την ενσωμάτωσή τους στον Δυτικό πολιτισμό και μπορεί ολοκληρωτικά να αποδεχτούν τον τουρισμό και τις κοινωνικοπολιτισμικές του επιπτώσεις.

#### **8.4 Συμπεράσματα.**

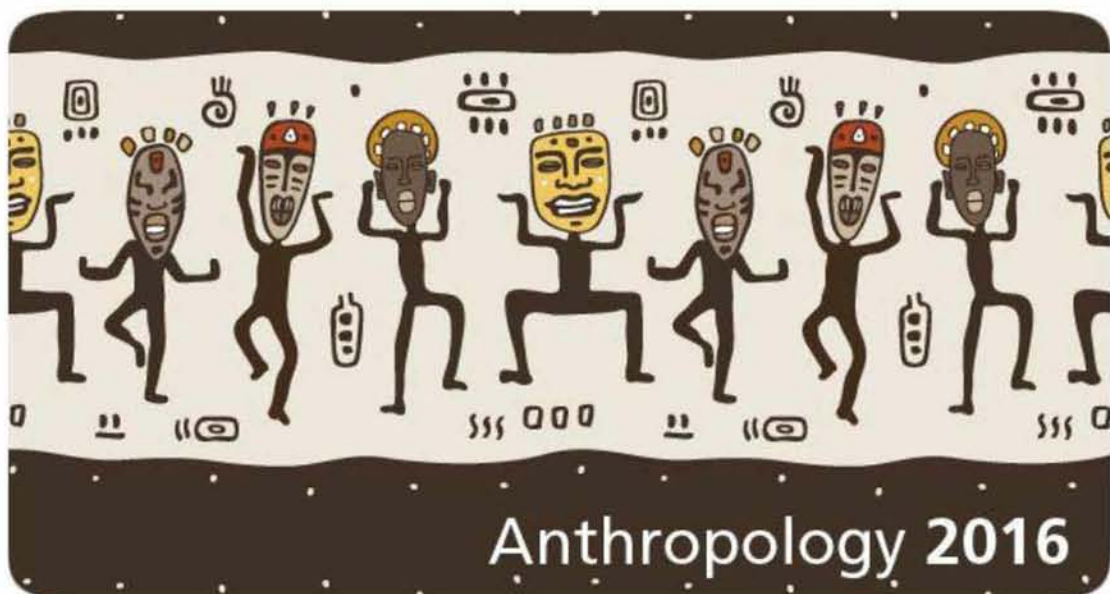
Ο τουρισμός, έχει αποτελέσει παράγοντα διαπολιτισμικής επαφής. Έρευνες σε τουριστικούς προορισμούς, διαπιστώνουν θετικές και αρνητικές αλλαγές στις κοινωνικοπολιτισμικές δομές, κάτω από την επιρροή του τουρισμού και ποικίλουν από περιοχή σε περιοχή. Οι αντιδράσεις των υποδοχέων σε αυτές τις αλλαγές, ποικίλουν επίσης. Κυμαίνονται από την ενεργή αντίσταση και μπορεί να φτάσουν σε μία ολοκληρωτική υιοθέτηση της κουλτούρας των τουριστών. Σύμφωνα με τον Butler (όπως παρατίθεται στο Mathieson & Wall, 1982), η επιλογή των στρατηγικών που ακολουθούνται για να αντιμετωπίσουν τις αλλαγές, που προέρχονται από τον τουρισμό μπορεί να συνυπάρχουν, αλλά η κατανομή τους, μπορεί να ποικίλει ανάμεσα σε

διαφορετικές κοινωνίες, ανάλογα με τα κοινωνικοπολιτισμικά χαρακτηριστικά της κοινωνίας υποδοχής, το επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης, τους τύπους των τουριστών, το επίπεδο της αλλαγής και τα επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και το επίπεδο ομοιογένειας-ετερογένειας του τοπικού πληθυσμού και τις δομές εξουσίας.

Οι επιπτώσεις αυτές, δεν θα πρέπει να θεωρούνται οικουμενικές, διότι κάποιες από αυτές είναι πιο έντονες σε κάποιες περιοχές ενώ σε κάποιες, δεν εμφανίζονται σε σημαντικό βαθμό, καθώς και εξαρτώνται από τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά των κατοίκων και το επίπεδο οικονομικής εξάρτησης της κοινωνίας υποδοχής από τον τουρισμό.

Οι κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στη διαδικασία σχεδιασμού, έτσι ώστε να αυξηθούν τα οφέλη και να ελαττωθούν τα προβλήματα. Μία σημαντική γενική πολιτική σχεδιασμού, για την ενίσχυση θετικών και τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων, αποτελεί η εμπλοκή των κοινωνιών, έτσι ώστε οι κάτοικοι να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων, μέσω της από “κάτω προς τα πάνω” προσέγγισης (bottom-up approach), ώστε να εξασφαλίζεται η κοινωνικοπολιτισμική αειφορία, καθώς και στην απόκτηση των ωφελειών από τη βιομηχανία του τουρισμού, ώστε να μην υπάρχουν “οικονομικές διαρροές” (Allen et al. 1988; Urry, 2002: 57; Holden, 2008: 158). Σημαντική επίσης, θα μπορούσε να αποτελέσει η συμβολή των ανθρωπολογικών μελετών στις κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού, διότι δεν υποθέτει την καταστροφική επίπτωση της εμπορευματοποίησης στην αυθεντικότητα και τα νοήματα των πολιτισμικών προϊόντων, διότι τέτοιες επιπτώσεις θα πρέπει να υποβάλλονται σε λεπτομερή εμπειρική διερεύνηση, και εάν είναι εφικτό σε ένα ημικό και συγκριτικό πλαίσιο (Cohen, 1979a: 31-32). Μία τέτοια προσέγγιση, μπορεί να καταστήσει εφικτή την παρατήρηση, κατά τη διάρκεια του χρόνου, των αλλαγών στα νοήματα και την αυθεντικότητα, όπως γίνονται αντιληπτά από τους τουρίστες και τους ντόπιους. Επίσης, μπορεί να καθορίσει τις συνθήκες κάτω από τις οποίες, πολιτισμικά νοήματα διατηρούνται ή καινούρια δημιουργούνται, καθώς επίσης και να ξεχωρίσει αυτά, που πρακτικά καταστρέφονται, λόγω της επίδρασης του τουρισμού.

Κεφάλαιο 9. Συμπεράσματα.



**Εικόνα εξωφύλλου:** Εικόνα από το εξώφυλλο του καταλόγου ανθρωπολογικών βιβλίων του Πανεπιστημίου του Cambridge.  
**Πηγή:** <http://tinyurl.com/grcu9cp>.

### 9.Συμπεράσματα.

Ο τουρισμός διαθέτει μία μακρά ιστορία και είναι πλέον ευρύτατα διαδεδομένος, ώστε να αποτελεί έναν σημαντικό κοινωνικό παράγοντα στις ζωές των ανθρώπων. Αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου και ένα εργαλείο ανάπτυξης για πολλές χώρες. Ο τουρισμός αποτελεί μία πανανθρώπινη διαδικασία, που ξεκινά από τη δημιουργία τουριστών σε κάποια κοινωνία, συνεχίζει καθώς οι τουρίστες επισκέπτονται άλλα μέρη, όπου έρχονται σε επαφή με τους υποδοχείς και καταλήγει στο “δοῦναι και λαβεῖν”, που προκύπτει από αυτή την επαφή και τον αντίκτυπο που έχει στις κουλτούρες των τόπων προέλευσης και των δύο διαπλεκόμενων μερών (Nash & Smith, 1991: 14). Σύμφωνα με τον Pagenstecher (2002, όπως παρατίθεται στο Χ. Μπονάρου, 2012: 42), “ο τουρισμός συνιστά ένα πολύπλοκο προϊόν φορτισμένο με συμβολική αξία και η παραγωγή του συνεπάγεται, όχι μόνο την οργάνωση της μετακίνησης, της διαμονής και των τουριστικών οδηγιών, αλλά κυρίως στην απόδοση νοήματος”.

Στην παρούσα διπλωματική αποπειράται μία προσπάθεια προσφοράς ενός επιστημονικού πλαισίου για την κατανόηση του τουριστικού φαινομένου από ανθρωπολογικής σκοπιάς, έχοντας παράλληλα παρουσιαστεί οι μεθοδολογικές πρακτικές και ερευνητικές κατευθύνσεις της ανθρωπολογικής έρευνας στον τουρισμό. Οι μέθοδοι, οι προσεγγίσεις και τα ερευνητικά εργαλεία που χρησιμοποιεί η ανθρωπολογία, μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο σύνολό τους ή μερικώς, σε θέματα τουριστικών μελετών και πολιτικών για τον τουρισμό, καθώς και σε εμπειρικές έρευνες. Ο λόγος που γίνεται το παραπάνω εφικτό, αποτελεί το γεγονός ότι η ανθρωπολογία αποτελεί μία ολιστική επιστήμη και επομένως τα ερευνητικά αποτελέσματα και εργαλεία, είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν και από άλλες επιστήμες, που ασχολούνται με την μελέτη του τουρισμού. Σημαντικός για την μελέτη των τουριστικών ζητημάτων αποτελεί ο μεθοδολογικός πλουραλισμός στις μεθόδους, τα εργαλεία και τις τεχνικές, που οφείλει να χρησιμοποιήσει ο ερευνητής, προκειμένου να έχει μία σφαιρική και πολύπλευρη αντίληψη των πραγμάτων. Να δώσει απαντήσεις για τα αίτια φαινομένων, να συμβάλλει στην κατανόηση των νοημάτων, που διέπουν τη ζωή των ατόμων και ορίζουν τη δράση τους, τις μεταξύ τους σχέσεις και τη σχέση τους με τον περιβάλλοντα κόσμο. Σύμφωνα με τον Burns (1999), “η ανθρωπολογία αποτελεί ένα παράθυρο, μέσα από το οποίο οι δυναμικές του τουρισμού, δύνανται να αναλυθούν

καταλλήλως και να γίνουν κατανοητές”.

Τα κυριότερα θέματα που επικέντρωσε το ενδιαφέρον της η ανθρωπολογία του τουρισμού και αποτελούν αντικείμενο συστηματικής μελέτης και έρευνας, παραμένουν παράλληλα αντικείμενο επιστημονικών αναλύσεων και άλλων επιστημών, όπως η κοινωνιολογία, η οικονομική επιστήμη κ.ά., καθώς και παραγόντων που εμπλέκονται στην τουριστική διαδικασία, π.χ. κρατικοί φορείς, ώστε να επιτρέπεται η πραγματοποίηση ενός γόνιμου διαλόγου, μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Μέσω της παρούσας διπλωματικής πραγματοποιείται μία προσπάθεια συνεισφοράς, ώστε να αναγνωριστεί ακόμα περισσότερο η σημασία της ανθρωπολογικής προσέγγισης, διότι αναφέρεται σε έναν διαφορετικό τρόπο πρόσληψης, μεθοδολογικής και εννοιολογικής αντιμετώπισης των ζητημάτων της τουριστικής έρευνας.

Η ανθρωπολογία και ο τουρισμός (ως πεδία γνώσης), έχουν εμφανή συνεργία, διότι και τα δύο αναζητούν την κατανόηση της δυναμικής των ανθρώπων και των πολιτισμών τους (Burns, 1999). Για τους ανθρωπολόγους, ο τουρισμός αποτελεί τον μεγεθυντικό φακό μέσα από τον οποίο, μπορεί να ανιχνεύει θέματα πολιτικής οικονομίας, κοινωνικής αλλαγής και εξέλιξης, πολιτισμικής ταυτότητας και έκφρασης κλπ. Για τους τουρίστες, ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μία τελετουργική μορφή δραπέτευσης από τις δομές της καθημερινής ζωής, να αποτελέσει ένα μέσο που να διευκολύνει και να σηματοδοτεί την μετάβαση από μία νοητική, υπαρξιακή και κοινωνική κατάσταση σε μία άλλη, (χωρίς απαραίτητα να γίνεται αντιληπτό από τα ίδια τα άτομα), ή μπορεί να αντιπροσωπεύει μία συμβολική αναζήτηση για “αυθεντικές εμπειρίες”, οι οποίες δεν υπάρχουν στην μοντέρνα κοινωνία. Ο τουρισμός γίνεται πλέον αντιληπτός, ως ένα μέτρο “ποιότητας ζωής” και αποτελεί μία “αποζημίωση” για τα όσα χάνουν τα άτομα στην καθημερινή τους ζωή. Η τουριστική συμπεριφορά και οι προσδοκίες των τουριστών αποτελούν έμμεσους ή άμεσους δείκτες, του τι είναι σημαντικό και ουσιαστικό για τους ανθρώπους, τις αυτο-αντιλήψεις τους, την “ταυτότητα” της τάξης ή της ομάδας στην οποία ανήκουν και τις κοινωνικές τους φιλοδοξίες.

Αναφορικά με τα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες να πραγματοποιούν ταξίδια, ο τουρίστας μπορεί να αποτελεί έναν σύγχρονο προσκυνητή, ο οποίος δραπετεύει από την ρηχότητα, αβεβαιότητα και μη αυθεντικότητα της μοντέρνας κοινωνίας, προς



---

## Συμπεράσματα

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

αναζήτηση της “αυθεντικότητας”. Άλλοτε, γίνεται αντιληπτός ως το άτομο, που ακολουθεί ένα “ιερό ταξίδι” σε έναν κόσμο μακριά από τους περιορισμούς της εργασίας, του χρόνου και κανονιστικών προτύπων συμπεριφοράς και δράσης, σε ένα διάλειμμα μακριά από τις δομές της καθημερινής ζωής. Το να αποτελέσει κανείς τουρίστα, περικλείει το να απεμπολήσει την παλιά του ταυτότητα και συνηθισμένη συμπεριφορά, να υιοθετήσει μία νέα προσωρινή ταυτότητα, η οποία περικλείει κάποια στοιχεία, τα οποία είναι αντίθετα από τη συνηθισμένη προσωπικότητα και συμπεριφορά του. Οι αναλύσεις περί της “ιερής φύσης” του τουρισμού, συμβάλλουν στην προσέγγιση των αιτιών που διαμορφώνουν μία ιδιαίτερη “τουριστική κουλτούρα”, η οποία αναπτύσσεται κατά τη διάρκεια των ταξιδιών (Τσάρτας, 1996: 76).

Η δημιουργία τυπολογιών τουριστών βασισμένη κυρίως στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά, πέραν των άλλων μεταβλητών, μπορεί να συμβάλλει στον τουριστικό σχεδιασμό μίας περιοχής υποδοχής, καθώς και να φανερώσει τάσεις και περιορισμούς για την τουριστική ανάπτυξη. Συμβάλλει επίσης, στον καθορισμό των επιθυμητών τύπων τουρισμού, των στόχων της τουριστικής ανάλυσης, στην αναγνώριση του τουριστικού συστήματος και των κοινωνικοπολιτισμικών επιπτώσεων σε έναν τόπο προορισμού. Οι τυπολογίες των τουριστών συνιστούν ένα σημαντικό εργαλείο για την επιλογή συγκεκριμένων προορισμών και εναλλακτικών στρατηγικών και στοχεύουν σε μία πιο αποτελεσματική και εμπεριστατωμένη τουριστική πολιτική.

Στην παρούσα διπλωματική παρουσιάστηκαν εκτενώς θεωρήσεις για την αυθεντικότητα στις τουριστικές εμπειρίες, αίτημα των διαπολιτισμικών συναντήσεων, αλλά και ανασυγκρότησης της τοπικής, εθνοτικής ταυτότητας στο πλαίσιο των κοινωνικοπολιτισμικών επιπτώσεων, που επιφέρει άμεσα ή έμμεσα ο τουρισμός. Το αποτέλεσμα που εξάγεται περί του ζητήματος της αυθεντικότητας στον τουρισμό, αποτελεί το γεγονός ότι η αυθεντικότητα θεωρείται περισσότερο ως μία διαπραγματεύσιμη, παρά ως μία παγιωμένη έννοια, διότι ο ορισμός της εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο γίνεται κάθε φορά αντιληπτή, η τουριστική εμπειρία.

## Συμπεράσματα

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

Η μελέτη του τουρισμού, αποτελεί ένα ολοκληρωτικά κατάλληλο πεδίο ανθρωπολογικής μελέτης. Σε πολλά μέρη του κόσμου, ο τουρισμός αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα μέσα, που συμβάλλουν σε υπερεθνικές και διαπολιτισμικές αλληλεπιδράσεις, φέρνοντας κοντά ανθρώπους με διαφορετικά υπόβαθρα, επηρεάζοντας τη διαπολιτισμική εξάπλωση των πολιτισμών, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου ζωής, των ιδεολογιών κ.ά. Ο τουρισμός αναφέρεται σε έναν μαθημένο τρόπο θέασης ενός τόπου, αντικειμένου, ατόμου, δραστηριότητας. Βασιζόμενοι στην υπόθεση, ότι ο πολιτισμός επηρεάζει την αντιληπτική ικανότητα, το τουριστικό βλέμμα διαμορφώνει αυτά, που οι τουρίστες επιθυμούν να δουν, όταν επισκέπτονται έναν τουριστικό προορισμό. Αναφορικά με την οπτική διάσταση της διαπολιτισμικής συνάντησης τουριστών και ντόπιων, το τουριστικό βλέμμα, σχετίζεται με τις τουριστικές αναπαραστάσεις και τον τουριστικό λόγο, τις στάσεις και πρακτικές διαφορετικών τύπων τουριστών, αλλά και των ντόπιων απέναντί τους, καθώς και με το ζήτημα της “ταυτότητας” του τουρίστα και του υποδοχέα.

Προβάλλοντας διεθνή παραδείγματα από εμπειρικές έρευνες, υποθέσεις και βασικές έννοιες για τον τουρισμό, η παρούσα διπλωματική εξετάζει σημαντικά ζητήματα, όπως οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού και αποκαλύπτει ότι η συσχέτιση μεταξύ τουρισμού και πολιτισμού δεν είναι απαραίτητα κάτι το καταστροφικό. Επισημαίνεται ότι οι επιδράσεις του τουρισμού σε διαφορετικά μέρη, με διαφορετικούς τύπους τουρισμού, εξετάζονται μέσω μιας πιο ολιστικής προσέγγισης.

Αναφορικά με τις επιπτώσεις που επιφέρει η αλληλεπίδραση μεταξύ τουριστών και ντόπιων, είναι προφανές, πως οι τουρίστες έχουν επηρεάσει τον τρόπο ζωής και τα υλικά και άυλα πολιτισμικά στοιχεία των κοινωνιών υποδοχής. Για τους κατοίκους των τόπων υποδοχής, ο τουρισμός είναι συχνά ο καταλύτης σημαντικών αλλαγών, όπως η πολιτισμική αλλαγή, η διαπολιτισμική επαφή, η ανασύσταση ή η διατήρηση του πολιτισμού και των παραδόσεων. Θα θεωρούνταν λάθος να αντιληφθούμε τους ντόπιους, ως παθητικούς αποδέκτες των τουριστικών επιρροών. Οι τοπικές κοινωνίες υποδοχής από τη μία προσαρμόζονται, ώστε να αποκτήσουν οφέλη από την τουριστική δραστηριότητα, από την άλλη ακολουθούν στρατηγικές, ώστε να αποτρέψουν την διάβρωση του δικού τους τρόπου ζωής. Οι ντόπιοι γίνονται ευπροσάρμοστοι στις

## Συμπεράσματα

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

αλλαγές και εφευρετικοί, με το να “κατασκευάζουν” γεγονότα, τελετές, δραστηριότητες, αξιοθέατα, αναμνηστικά, που να προσφέρουν ψυχαγωγία και να παρέχουν πληροφόρηση για τον πολιτισμό τους, όχι μόνο για να προστατέψουν τις “πίσω περιοχές”, αλλά λειτουργούν ώστε να εκτρέψουν το τουριστικό βλέμμα από ιδιωτικές περιοχές και δραστηριότητες. Η ισορροπία, των κοινωνιών υποδοχής, ριψοκινδυνεύεται και από τις αρχές ενός τόπου, οι οποίες προσφέρουν τον τοπικό πολιτισμό προς κατανάλωση, χωρίς να συμβουλευονται αυτούς που επηρεάζονται άμεσα από αυτή τη δραστηριότητα.

Ο τουρισμός δεν είναι ούτε εγγενώς κάτι καλό, ούτε κάτι κακό, αντίθετα είναι ουδέτερος. Δεν θα πρέπει να καταδικάζεται για τις αρνητικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες, σαν είναι στατικές και παραδομένες σε εξωτερικές επιδράσεις. Τα προβλήματα με τον τουρισμό προέρχονται από το πώς χρησιμοποιείται μέσα σε συγκεκριμένα πλαίσια. Οι ανθρωπολόγοι μπορούν να συνεισφέρουν σε πολλά σε αυτόν τον τομέα, διότι γνωρίζουν τον τρόπο, με τον οποίο οι κουλτούρες και τα συστήματα λειτουργούν. Αναγνωρίζουν ότι οι κοινωνίες προσφέρουν πολλαπλές ερμηνείες, παρέχουν πολιτισμικά κατάλληλες κατευθυντήριες γραμμές για ηθικό και υπεύθυνο τουρισμό και τοποθετούνται, ώστε να βοηθήσουν τον τοπικό πληθυσμό στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, ώστε οι κοινωνίες να μπορούν να παράγουν, να οργανώνουν και να ελέγχουν τις τουριστικές δραστηριότητες, να κατέχουν “τη δυνατότητα ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης, ώστε οι επιπτώσεις της να λειτουργήσουν εκσυγχρονιστικά στην τοπική παραγωγική και κοινωνική δομή” (Τσάρτας, 1996:106).

Επιπλέον, αυτό που έχει γίνει αντιληπτό μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας για το τουριστικό φαινόμενο, αποτελεί το γεγονός ότι, οι περισσότερες μελέτες, εστιάζουν περισσότερο στον τουρίστα (βαθύτερα κίνητρα, γιατί και πού ταξιδεύει), ενώ ελάχιστες αναφέρονται στα κίνητρα των ατόμων στους τόπους υποδοχής (γιατί εμπλέκονται με τον τουρισμό, γιατί προωθούν συγκεκριμένους τύπους τουρισμού, έναντι άλλων). Επίσης, εθνογραφικές έρευνες, έχουν εστιάσει στις επιπτώσεις του τουρισμού στις κοινωνίες υποδοχής, ενώ υπάρχει έλλειψη πληροφοριών για τις επιπτώσεις του τουρισμού στους ίδιους τους τουρίστες. Για τους παραπάνω λόγους, κρίνεται αναγκαία η περαιτέρω ανάπτυξη και εφαρμογή των μεθόδων έρευνας και ανάλυσης της ανθρωπολογίας, προκειμένου να καταστεί δυνατή, η σε βάθος ανάλυση των στάσεων, αντιλήψεων και συμπεριφορών, τόσο των τουριστών, όσο και των

## Συμπεράσματα

---

Αλεξάνδρα Τσαλμίδα

υποδοχέων τους, ώστε να μπορεί να επιτευχθεί οποιοδήποτε εγχείρημα σχετίζεται με τον τουριστικό σχεδιασμό.

**Βιβλιογραφία**

Ελληνόγλωσση

Βαγιόνης, Ν. (2002) 'Η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά'. Στην ημερίδα των Σχολών Τουριστικών Επαγγελμάτων: *Στόχοι, πολιτικές και μέσα προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα*. Ρόδος 20 Απριλίου.

Βέμπλεν, Θ. (1982) *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης*. Αθήνα: Κάλβος.

Bourdieu, P. (2002) *Η διάκριση: Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Αθήνα: Πατάκης.

Γαλανή-Μουτάφη, Β. (1995) 'Προσεγγίσεις του τουρισμού: Το επινοημένο και το αυθεντικό'. *Σύγχρονα Θέματα*, 55, 28-39.

Γαλανή-Μουτάφη, Β. (2002) *Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα & την Κύπρο: Μία ανθρωπολογική προσέγγιση*. Αθήνα: Προπομπός.

Enzensberger, H.M. (2000) 'Μια θεωρία για τον τουρισμό'. Στο Enzensberger, H.M. (επιμ.) *Πολιτική και πολιτισμός*. Αθήνα: Scripta, 87-116.

Holden, A. (2008) *Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Ιωσιφίδης, Θ. (2001) 'Η μέθοδος των Focus Groups στην κοινωνική έρευνα: Η περίπτωση του ερευνητικού προγράμματος MEDACTION. Στο Διεθνές επιστημονικό συνέδριο με θέμα: *Κοινωνικές εξελίξεις στην σύγχρονη Ελλάδα και Ευρώπη*. Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ), Σύλλογος Ελλήνων Κοινωνιολόγων (ΣΕΚ), Αθήνα, Πάντειο Πανεπιστήμιο, 24-26 Μαΐου.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2011) *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

Λαγός, Δ. (2005) *Τουριστική οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.

Λαμπίρη-Δημάκη, Ι. (1990) *Η κοινωνιολογία και η μεθοδολογία της*. Αθήνα: Αντ. Ν. Σάκκουλα.

Λυδάκη, Α. (2001/2012) *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Καστανιώτη.

Μοίρα, Π. (2009) *Θρησκευτικός τουρισμός*. Αθήνα: Interbooks.

Μπονάρου, Χ. (2012) *Οπτικός πολιτισμός και τουρισμός. Αναπαραστάσεις της Ελλάδας*

στις τουριστικές καρτ ποστάλ. Αθήνα: Παπαζήση.

Σακαλάκη, Μ. (2001) 'Η ανάλυση περιεχομένου'. Στο Παπαστάμου, Σ. (επιμ.) *Εισαγωγή στην κοινωνική ψυχολογία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα, 477-494.

Τσαλίκoglou, Φ. (1994) *Ψυχολογικά: Οι παγίδες του αυτονόητου*. Αθήνα: Πλέθρον.

Τσάρτας, Π. (1995) 'Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στα χαρακτηριστικά και τις αναζητήσεις των σύγχρονων τουριστών'. *Σύγχρονα Θέματα*, **55**, 40-47.

Τσάρτας, Π. (1996) *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.

Χτούρης, Σ. (1995) 'Πολιτισμός και τουρισμός: Ο τουρισμός ως δίκτυο παραγωγής βιωμάτων'. *Σύγχρονα Θέματα*, **55**, 48-56.

### Ξενόγλωσση

Adams, K.M. (1984) 'Come to Tana Toraja, "land of the heavenly kings": Travel agents as brokers in ethnicity'. *Annals of Tourism Research*, **11** (3), 469-485.

Allen, L.R., Long, P.T., Perdue, R.R. & Dieselbach, S. (1988) 'The impact of tourism development on resident's perception of community life'. *Journal of Travel Research*, **27** (1), 16-21.

Appadurai, A. (1986) 'Introduction: Commodities and the politics of value'. Στο Appadurai, A. (επιμ.) *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 3-63.

Bakr, M.A.A. (2015) 'Cultural impacts of tourism growth in coastal environments and the potential of sustainability: Case study of Egypt and USA'. *International Journal of Arts and Humanities*, **1** (2) 32-48.

Bauman, Z. (1993) *Postmodern ethics*. London: Blackwell.

Benjamin, W. (1968) 'The work of art in the age of mechanical reproduction'. Στο Arendt, H. (επιμ.) *Illuminations*. New York: Harcourt, Brace and World, 217-252.

Berger, P. (1973) "'Sincerity" and "Authenticity" in modern society'. *Public Interest*, **31** 81-90.

Boissevain, J. (1974) *Friends of friends: Networks, manipulators and coalitions*,

---

Oxford: Basil Blackwell.

Boissevain, J. (1977) 'Tourism and development in Malta'. *Development and Change*, **8** (4), 523-538.

Boissevain, J. (1996) *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books.

Bookbinder, M.P., Dinerstein, E., Rijal, A., Cauley, H. & Rajouria, A. (1998) 'Ecotourism's support of biodiversity conservation'. *Conservation Biology*, **12** (6), 1399-1404.

Boortsin, D.J. (1964) *The image: A guide to pseudoevents in America*. New York: Harper and Row.

Bramwell, B. & Lane, B. (2000) 'Collaboration and partnerships in tourism planning'. Στο Bramwell, B. & Lane, B. (επιμ.) *Tourism partnerships and collaboration: Politics, practice and sustainability*. UK: Channel View Publications, 1-19.

Brewer, J.D. (1984) 'Tourism and ethnic stereotypes: Variation in a Mexican town'. *Annals of Tourism Research*, **11** (3), 487-501.

Bruner, E.M. (1987) 'Of cannibals, tourists, and ethnographers'. *Cultural Anthropology*, **4** (4), 438-445.

Bruner, E. M. (1991) 'Transformations of self in tourism'. *Annals of Tourism Research*, **18** (2), 238-250.

Bruner, E.M. (1994) 'Abraham Lincoln as authentic reproduction: A critique of postmodernism', *American Anthropologist*, **96** (2), 397-415.

Bruner, E.M. & Kirshenblatt-Gimblett, B. (1994) 'Maasai on the lawn: Tourist realism in East Africa'. *Cultural Anthropology*, **9** (4), 435-470.

Burkart, A.J. & Medlik, S. (1974) *Tourism: Past, present and future*. London: Heinemann.

Burns, P. (1999) *An introduction to tourism and anthropology*. London: Routledge.

Burns, P. & Holden, A. (1995) *Tourism: A new perspective*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Chapple, D.E. & Coon, S.C. (1942) *Principles of anthropology*. New York: Henry Holt and Company.

Clifford, J. (1988) *The predicament of culture: Twentieth century ethnography, literature and art*. Cambridge: Harvard University Press.

Cohen, E. (1972) 'Towards a sociology of international tourism'. *Social Research*, **39** (1), 164-182.

Cohen, E. (1973) 'Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter tourism'. *International Journal of Comparative Sociology*, **14** (1-2), 89-103.

Cohen, E. (1974) 'Who is a tourist?: A conceptual clarification'. *The Sociological Review*, **22** (4), 527-555.

Cohen, E. (1979a) 'Rethinking the sociology of tourism'. *Annals of Tourism Research*, **6** (1), 18-35.

Cohen, E. (1979b) 'A phenomenology of tourist experiences'. *Sociology*, **13** (2), 179-201.

Cohen, E. (1984) 'The sociology of tourism: Approaches, issues and findings'. *Annual Review of Sociology*, **10**, 373-392.

Cohen, E. (1985) 'Tourism as play'. *Religion*, **15** (3), 291-304.

Cohen, E. (1988a) 'Authenticity and commoditization in tourism'. *Annals of Tourism Research* **15** (3), 371-386.

Cohen, E. (1988b) 'Traditions in the qualitative sociology of tourism'. *Annals of Tourism Research*, **15** (1) 29-46.

Cohen, E. (1989) 'Primitive and remote: Hill tribe trekking in Thailand'. *Annals of Tourism Research*, **16** (1), 30-61.

Cohen, E. (1992) 'Pilgrimage centres: Concentric and excentric'. *Annals of Tourism Research*, **15** (1), 29-46.

Cohen, E. (1995) 'Contemporary tourism-trends and challenges: Sustainable authenticity or contrived post-modernity?'. Στο Butler, R. & Pearce, D. (επιμ.) *Change in tourism: People, places, processes*. London: Routledge, 12-29.

Coleman, S. & Crang, M. (2002) 'Grounded tourists, travelling theory'. Στο Coleman, S. & Crang, M. (επιμ.) *Tourism: Between place and performance*. New York and



Oxford: Berghahn Books, 1-17.

Cooper, D.E. & Palmer, J.A. (1992) *The environment in question: Ethics and global issues*. London: Routledge.

Crick, M. (1988) 'Sun, sex, sights, savings and servility: Representations of International Tourism in the Social Sciences'. *Criticism, Heresy and Interpretation*, **1** (1), 37-65.

Crick, M. (1989) 'Representations of international tourism in the social sciences: Sun, sex, sights, savings and servility'. *Annual Review of Anthropology*, **18**, 307-344.

Culler, J. (1981) 'Semiotics of tourism'. *American Journal Of Semiotics*, **1** (1/2), 127-140.

Daniel, Y. (1996) 'Tourism dance performances: Authenticity and creativity'. *Annals of Tourism Research*, **23** (4), 780-797.

Dann, G. (1981) 'Tourism motivation: An appraisal'. *Annals of Tourism Research*, **8** (2), 187-219.

Dann, G. (1998) 'There's no business like old business: Tourism, the nostalgia industry of the future'. Στο Theobald, W.F. (επιμ.) *Global tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann, 29-43.

Dann, G., Nash, D. & Pearce, P. (1988) 'Methodology in tourism research'. *Annals of Tourism Research*, **15** (1), 1-28.

Dann, G. & Cohen, E. (1991) 'Sociology and tourism'. *Annals of Tourism Research*, **18** (1), 155-169.

de Kadt, E.J. (1979) *Tourism: Passport to development?* Oxford: Oxford University Press.

Denzin, N.K. (1989) *Interpretive interactionism*. Newbury Park CA: Sage.

Denzin, N.K. (1993) *The alcoholic society: Addiction and recovery of self*. New Brunswick NJ: Transaction Publishing.

- Denzin, N.K. (1995) *The cinematic society: The voyeur's gaze*. London: Sage Publications.
- Diamond, J. (1976) 'Tourism's role in economic development: The case re-examined'. *Economic Development and Cultural Change*, **25** (3), 539-553.
- Dogan, H.Z. (1989) 'Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism'. *Annals of Tourism Research*, **16** (2), 216-236.
- Doxey, G.V. (1976) 'When enough's enough: The natives are restless in Old Niagara'. *Heritage Canada*, **2** (2), 26-27.
- Durkheim, E. (1912/1965) *Elementary forms of religious life*. New York: The Free Press.
- Erisman, H.M. (1983) 'Tourism and cultural dependency in the West Indies'. *Annals of Tourism Research*, **10** (3), 337-361.
- Fabian, J. (1983) *Time and the other: How anthropology makes its object*. New York: Columbia University Press.
- Fjellman, S.M. (1992) *Vinyl leaves: Walt Disney World and America*. Boulder: Westview Press.
- Foster, H. (1988) *Vision and visibility*. WA: Bay Press Seattle.
- Foucault, M. (1970) *The order of things: An archaeology of the human sciences*. New York: Vintage Books.
- Galani-Moutafi, V. (2000) 'The self and the other: Traveller, ethnographer, tourist'. *Annals of Tourism Research*, **27** (1), 203-224.
- Gamper, J. (1981) 'Tourism in Austria: A case study of the influence of tourism on ethnic relations'. *Annals of Tourism Research*, **8** (3), 432-446.
- Geertz, C. (1973) *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Giddens, A. (1990) *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gitelson, R.J. & Crompton, J.L. (1984) 'Insights into the repeat vacation phenomenon'. *Annals of Tourism Research*, **11** (2), 199-217.
- Goffman, E. (1959) *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin.

- Graburn, N. (1967) 'The Eskimos and "airport art"'. *Transaction*, **4** (10), 28-33.
- Graburn, N. (1979) *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from the fourth world*. Berkeley: University of California Press.
- Graburn, N. (1980) 'Teaching the anthropology of tourism'. *International Social Science Journal*, **32** (1), 56-68.
- Graburn, N. (1983) 'The anthropology of tourism'. *Annals of Tourism Research*, **10** (1), 9-33.
- Graburn, N. (1984) 'The evolution of tourist arts'. *Annals of Tourism Research*, **11** (3), 393-419.
- Graburn, N. (1988) 'Tourism: The sacred journey'. Στο Cole, J.B. (επιμ.) *Anthropology of the nineties*. New York: The Free Press, 448-462.
- Graburn, N. (1989) 'Tourism: The sacred journey'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 21-36.
- Greenwood, D. (1972) 'Tourism as an agent of change: A Spanish Basque case'. *Ethnology*, **11** (1), 80-91.
- Greenwood, D. (1977) 'Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 129-138.
- Greenwood, D. (1982) 'Cultural authenticity'. *Cultural Survival Quarterly*, **6** (3), 27-28.
- Greenwood, D. (1989) 'Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 171-185.
- Gunn, C.A. (1972) *Vacationscape: Designing tourist regions*. Washington: Taylor & Francis.
- Handler, R. & Saxton, W. (1988) 'Dissimulation: Reflexivity, narrative and the quest for authenticity in "Living history"'. *Cultural Anthropology*, **3** (3), 242-260.
- Harkin, M. (1995) 'Modernist anthropology and tourism of the authentic'. *Annals of Tourism Research*, **22** (3), 650-670.

- Harrison, P. (1985) *Inside the third world*. Harmondsworth: Penguin.
- Haulot, A. (1974) *Tourisme et environnement*. Verviers: Marabout Monde Moderne.
- Heidegger, M. (1962) *Being and time*. Oxford: Blackwell.
- Hodsbawm, E. & Ranger, T. (1983) *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Howell, B.J. (1994) 'Weighing the risks and rewards of involvement in cultural conservation and heritage tourism'. *Human Organization*, **53** (2), 150-159.
- Howland, P. (2000) 'Limniotoda Martinborough: Pinot and the sacred self'. Στο *Australian Anthropological Society Conference*. Perth, Western Australia, September 2000.
- Hsieh, H.F. & Shannon, S.E. (2005) 'Three approaches to qualitative content analysis'. *Qualitative Health Research*, **15** (9), 1277-1288.
- Hughes, G. (1995) 'Authenticity in tourism'. *Annals of Tourism Research*, **22** (4), 781-803.
- Huizinga, J. (1949) *Homo Ludens: A study of the play element in culture*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Iso Ahola, S.E. (1982) 'Towards a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder'. *Annals of Tourism Research*, **9** (2), 256-262.
- Jafari, J. (1973) *Annals of tourism research: A social sciences journal*. Oxford: Pergamon.
- Jafari, J. (1977) 'Editor's page'. *Annals of Tourism Research*, **5** (1), 6-11.
- Jafari, J. (1981) 'Comment on D. Nash'. *Current Anthropology*, **22** (5), 471-472.
- Jezewski, M.A., & Sotnik, P. (2001) *The rehabilitation service provider as culture broker: Providing culturally competent services to foreign born persons*. Buffalo, NY: Center for International Rehabilitation Research Information and Exchange.
- Johnson, D.M. (1981) 'DisneyWorld as structure and symbol: Recreation of the American experience'. *Journal of Popular Culture*, **15** (1), 157-165.
- Jud, G.D. (1975) 'Tourism and crime in Mexico'. *Social Science Quarterly*, **56** (2), 324-

330.

King, M.J. (1981) 'Disneyland and Walt Disney World: Traditional values in futuristic forms'. *Journal of Popular Culture*, **15** (1), 116-140.

Krippendorf, J. (1987) *The holiday makers: Understanding the impact of leisure and travel*, London: Heinemann.

Lanfant, M.F. (1993) 'Methodological and conceptual issues raised by the study of international tourism: A test for sociology'. Στο Pearce, D.G. & Butler, R.W. (επιμ.) *Tourism research: Critiques and challenges*. London: Routledge, 70-87.

Lasch, C. (1979) *The culture of narcissism*. London: Abacus.

Lea, J. (1988) *Tourism and development in the Third World: Methuen introductions to development*. London: Routledge.

Leach, E.R. (1961) *Rethinking anthropology*. London: Athlone Press.

Leiper, N. (1979) 'The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry'. *Annals of Tourism Research*, **6** (4), 390-407.

Leiper, N. (1995) *Tourism management*. Melbourne: RMIT Press.

Leong, W.T. (1989) 'Culture and the state: Manufacturing traditions for tourism'. *Critical Studies Of Mass Communication*, **6** (4), 355-375.

Lett, J.W. (1983) 'Ludic and liminoid aspects of charter yacht tourism in the Caribbean'. *Annals of Tourism Research*, **10** (1), 35-56.

Lett, J.W. (1989) 'Epilogue'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: An anthropology of tourism*. Pittsburgh: University of Pennsylvania Press, 265-279.

Lippard, L. (2000) *On the beaten track: Tourism, art and place*. New York: The New Press.

MacCannell, D. (1973) 'Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings'. *American Journal of Sociology*, **79** (3), 589-603.

MacCannell, D. (1976) *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York: Schocken Books.

- MacCannell, D. (1984) 'Reconstructed ethnicity tourism and cultural identity in third world communities'. *Annals of Tourism Research*, **11** (3), 375-391.
- MacCannell, D. (1992) *Empty meeting ground: The tourist papers*. London: Routledge.
- MacDonald, G. (1989) 'Visitor segmentation by Trip Index'. *Journal of Travel Research*, **27** (3), 38-42.
- Machlis, G.E. & Burch, W.R. (1983) 'Relations between strangers: Cycles of structure and meaning in tourist systems'. *Sociological Review*, **31** (4), 666-692.
- Mansperger, M.C. (1995) 'Tourism and cultural change in small-scale societies'. *Human Organization*, **54** (1), 87-94.
- Maoz, D. (2006) 'The mutual gaze'. *Annals of Tourism Research*, **33** (1), 221-239.
- Mathews, H.G. (1978) *International tourism: A political and social analysis*. Cambridge Mass: Schenkman Publishing Company.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982) *Tourism: Economic, physical and social impacts*. London: Longman.
- McCrone, D., Morris, A. & Kiely, R. (1995) *Scotland the brand: The making of Scottish heritage*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- McKean, P.F. (1976) 'Tourism, culture change, and culture conservation in Bali'. Στο Banks, D.J. (επιμ.) *Changing identities in modern southeast Asia*. Hague: Mouton, 237-248.
- McKean, P.F. (1977) 'Towards a theoretical analysis of tourism, economic dualism and cultural involution in Bali'. Στο Smith, V.L. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 93-108.
- McKean, P.F. (1989) 'Towards a theoretical analysis of tourism: Economic dualism and cultural involution in Bali'. Στο Smith, V.L. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 119-138.
- McNaught, J.T. (1982) 'Mass tourism and the dilemmas of modernization in Pacific Island communities'. *Annals of Tourism Research*, **9** (3), 359-381.
- Mead, M. (1928) *Coming of age in Samoa*. New York: Morrow.
- Medina, L.K. (2003) 'Commoditizing culture: Tourism and Maya identity'. *Annals of Tourism Research*, **30** (2), 353-368.

Mergen, B. (1986) 'Travel as play'. Στο Mergen, B. (επιμ.) *Cultural dimensions of play, games, and sport*. Champaign IL: Human Kinetics Publishers, 103-111.

Moore, A. (1980) 'Walt Disney World: Bounded ritual space and the playful pilgrimage center'. *Anthropological Quarterly*, **53** (4), 207-218.

Murhy, P.E. (1985) *Tourism: A community approach*. New York: Methuen.

Nash, D. (1977) 'Tourism as a form of imperialism'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 33-47.

Nash, D. (1981) 'Tourism as an anthropological subject'. *Current Anthropology* **22** (5), 461-481.

Nash, D. (1989) 'Tourism as a form of imperialism'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 37-52.

Nash, D. (1995) 'Prospects for tourism study in anthropology'. Στο Ahmed, A. & Shore, C. (επιμ.) *The future of anthropology: Its relevance in the contemporary world*. London: The Athlone Press, 179-202.

Nash, D. (1996) *Anthropology of tourism*. New York: Pergamon.

Nash, D. (2000) 'Ethnographic windows on tourism'. *Tourism Recreation Research*, **25** (3), 29-35.

Nash, D. & Smith, L.V. (1991) 'Anthropology and tourism'. *Annals of Tourism Research*, **18** (1), 12-25.

Núñez, T.A. (1963) 'Tourism, tradition, and acculturation: Weekendismo in a Mexican village'. *Ethnology* **2** (3), 347-352.

Núñez, T.A. (1977) 'Touristic studies in anthropological perspective'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 207-216.

Núñez, T.A. (1989) 'Touristic studies in anthropological perspective'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 265-279.

Nuryanti, W. (1996) 'Heritage and postmodern tourism'. *Annals of Tourism Research*,

23 (2), 249-260.

Pearce, P.L. (1982) *The social psychology of tourist behavior*. Oxford: Pergamon Press.

Perkins, H.C & Thorns, D.C. (2001) 'Gazing or performing? Reflections on Urry's tourist gaze in the context of contemporary tourist experience in the antipodes'. *International Sociology*, 6 (2), 185-201.

Picard, M. (1990) 'Cultural tourism in Bali: Cultural performances as tourist attractions'. *Indonesia*, 49, 37-74.

Pike, K. (1954) *Language in relation to a unified theory of the structure of human behavior*. Glendale CA: Summer Institute of Linguistics.

Pizam, A. (1978) 'Tourism's impacts: The social costs to the destination as perceived by its residents'. *Journal of Travel Research*, 16 (4), 8-12.

Plog, S. (1974) 'Why destination areas rise and fall in popularity'. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1 (4), 55-58.

Przeclawski, K. (1993) 'Tourism as a subject of interdisciplinary research'. Στο Pearce, D.G. & Butler, R.W. (επιμ.) *Tourism research: Critiques and challenges*. London: Routledge, 9-19.

Rambaud, P. (1967) 'Tourisme et urbanisation des Campagnes'. *Sociologia Ruralis*, 7 (3), 311-334.

Reisinger, Y. (1994) 'Social contact between tourists and hosts of different cultural backgrounds'. Στο Seaton, A., Jenkins, C., Wood, R., Dieke, P., Benett, M., MacLellan, L. & Smith, R. (επιμ.) *Tourism: The state of the art*. Chichester: John Wiley & Sons, 743-754.

Riley, R.W. & Love, L.L. (2000) 'The state of qualitative tourism research'. *Annals of Tourism Research*, 27 (1), 164-187.

Rojek, C. (1993) *Ways of escape: Modern transformations in leisure and travel*. Basingstoke: MacMillan.

Rosaldo, R. (1989) *Culture and truth: The remaking of social analysis*. Boston MA: Beacon Press.

Ryan, C. (1991) *Recreational tourism: A social science perspective*. London:



Routledge.

Ryan, C. & Huyton, J. (2002) 'Tourists and aboriginal people'. *Annals of Tourism Research*, **29** (3), 631-647.

Sahlins, M. (1972) *Stone age economics*. Chicago: Aldine.

Said, E. (1978) *Orientalism*. New York: Pantheon Books.

Selwyn, T. (1996) *The tourist image: Myths and mythmaking in tourism*. Chichester: John Wiley & Sons.

Sharpley, R. (1994) *Tourism, tourists and society*. Huntington: ELM Publications.

Silver, I. (1993) 'Marketing authenticity in third world countries'. *Annals of Tourism Research*, **20** (2), 302-318.

Silverman, D. (1985) *Qualitative methodology and sociology*. Aldershot UK: Gower.

Silverman, E.K. (2001) 'Tourism in the Sepik River of Papua New Guinea: Favoring the local over the global'. *Pacific Tourism Review*, **4** (2/3), 105-119.

Simpson, R. (1993) 'Tourism and tradition: From healing to heritage'. *Annals of Tourism Research*, **20** (1), 164-181.

Smith, V.L. (1977) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia PA: University of Pennsylvania Press.

Smith, V.L. (1982) 'Tourism to Greenland: Renewed ethnicity?' *Cultural Survival Quarterly*, **6** (3), 26-27.

Smith, V.L. (1989) 'Introduction'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1-17.

Smith, V.L. (1992) 'Introduction: The quest in guest'. *Annals of Tourism Research*, **19** (1), 1-17.

Smith, V.L. (1993) 'Demonstration effect'. Στο Khan, M., Olsen, M. & Var, T. (επιμ.) *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, 629-635.

Smith, V.L. & Brent, M. (2001) *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st*

century. New York: Cognizant Press.

Stronza, A. (2001) 'Anthropology of tourism: Forging new ground for ecotourism and other alternatives'. *Annual Review of Anthropology*, **30** (1), 261-283.

Timothy, D.J. & Olsen, D.H. (2006) *Tourism, religion and spiritual journeys*. London and New York: Routledge.

Tresidder, R. (1999) 'Tourism and sacred landscapes'. Στο Crouch, D. (επιμ.) *Leisure tourism geographies: Practices and geographical knowledge*. London: Routledge, 137-148.

Trilling, L. (1972) *Sincerity and authenticity*. London: Oxford University Press.

Turner, V. (1967) *The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual*. Ithaca & London: Cornell University Press.

Turner V. (1969) *The ritual process: Structure and anti-structure*. Chicago: Aldine.

Turner, V. (1982) *From ritual to theater: The human seriousness of play*. New York: Performing Arts Journal Publications.

Turner, V. & Turner, E. (1978) *Image and pilgrimage in Christian culture: Anthropological perspectives*. Oxford: Blackwell.

Turner, L. & Ash, J. (1975) *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. London: Constable.

UNESCO (1976) 'The effects of tourism on socio-cultural values'. *Annals of Tourism Research*, **4** (2), 74-105.

Unrug, M.C. (1974) *Analyse de contenu et acte de la parole*. Paris: Editions Universitaires.

Urbanowicz, C. (1977) 'Tourism in Tonga: Troubled times'. Στο Smith, V. (επιμ.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.

Urry, J. (1990) *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage Publications.

Urry, J. (1995) *Consuming places*. London: Routledge.

Urry, J. (1996) 'Tourism, culture and social inequality'. Στο Apostolopoulos, Y.,

Leivadi, S. & Yiannakis, A. (επιμ.) *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations*. London: Routledge, 115-133.

Urry, J. (2002) *The tourist gaze*. 2<sup>nd</sup> ed. London: Sage Publications.

Van Beek, W.E.A. (2004) 'Haunting Griaille: Experiences from the restudy of the Dogon'. *History of Africa*, **31**, 43-68.

Van den Berghe, P.L. (1980) 'Tourism as ethnic relations: A case study of Cuzco, Peru'. *Ethnic Racial Studies*, **3** (4), 375-392.

Van den Berghe P.L. (1994) *The quest for the Other: Ethnic tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle: University of Washington Press.

Van Gennep, A. (1909/1960) *The rites of passage*. London: Routledge.

Van Maanen, J. (1988) *Tales of the field: On writing ethnography*. Chicago IL: University of Chicago Press.

Van Raaij W.F. & Franken D.A. (1984) 'Vacation decisions, activities and satisfactions'. *Annals of Tourism Research*, **11** (1), 101-112.

Veblen, T. (1982) *The theory of the leisure class*. Oxford: Oxford University Press.

Vester, H.G. (1987) 'Adventure as a form of leisure'. *Leisure Studies*, **6** (3), 237-249.

Volkman, T.A. (1990) 'Visions and revisions: Toraja culture and the tourist gaze'. *American Ethnologist*, **17** (1), 91-110.

Vukonić, B. (1996) *Tourism and religion*. Oxford: Pergamon Press.

Walle, H.A. (1997) 'Quantitative versus qualitative tourism research'. *Annals of Tourism Research*, **24** (3), 524-536.

Wang, N. (1996) 'Logos-modernity, eros-modernity, and leisure'. *Leisure Studies*, **15** (2), 121-135.

Watson, G.L. & Kopachevsky J.P. (1994) 'Interpretations of tourism as commodity'. *Annals of Tourism Research*, **21** (3), 643-660.

Weaver, D. & Oppermann, M. (2000) *Tourism management*. Brisbane: Wiley.

Wickens, E. (1994) 'Consumption of the authentic: The hedonistic tourist in Greece'.

Στο Seaton, A., Jenkins, C., Wood, R. Dieke, P. Benett, M., MacLellan, L. & Smith, R. (επιμ.) *Tourism: The state of the art*. Chichester: John Wiley & Sons, 818-825.

### Ηλεκτρονικές πηγές

Manila Declaration on World Tourism. Διαθέσιμο στο: <<http://tinyurl.com/oqby7yw>>. [Τελευταία ανάκτηση: 07/03/2016].

Mayring, P. (2000) 'Qualitative content analysis'. *Forum: Qualitative social research*, 1 (2). Διαθέσιμο στο: <<http://tinyurl.com/jv1x5nu>>. [Τελευταία ανάκτηση: 04/04/2016].

### Πηγές εικόνων

Εικόνα εξωφύλλου: Βασικά θέματα έρευνας της Ανθρωπολογίας (wordcloud). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/ztqq2ge>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 1: Συμβολική αναπαράσταση του πολυεπιστημονικού χαρακτήρα του τουρισμού. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/gu5xfvx>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 1.1: Ο πολυεπιστημονικός χαρακτήρας του τουρισμού. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/j7duppm>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 2: Ορολογίες και μέθοδοι που σχετίζονται με την Κοινωνική Ανθρωπολογία (wordcloud). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zqwsvee>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 2.1: Ο ανθρωπολόγος Malinowski, πραγματοποιώντας επιτόπια έρευνα στα Νησιά Trobriand, της Μελανησίας. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/jkbnwx4>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 2.2: Ο άμεσος συγκρωτισμός του ερευνητή με τα υποκείμενα της έρευνας. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/gue4zhw>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 3: Στόχοι της Ανθρωπολογίας (wordcloud). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/h5dbey6>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 4: Συμμετοχή τουριστών σε τελετουργικές δραστηριότητες. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/h2r8xsh>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 4.1: Τοτέμ στο Βανκούβερ του Καναδά. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/za4l5bo>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 4.2: Δείγματα τοτέμ. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/bs8bwz>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 4.3: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (άγαλμα της Ελευθερίας-Αμερική). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/hng2wkv>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 4.4: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (άγαλμα του Χριστού Λυτρωτή-Ρίο ντε Τζανέιρο). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/gwrbls6>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 4.5: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (Παρθενώνας-Αθήνα). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zjk82ll>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 4.6: Τοπόσημο με τοτεμικό χαρακτήρα (Πύργος του Άιφελ-Παρίσι). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/h2lxc9c>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 5: Διαφορετικοί τύποι τουριστών. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zoz6elu>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.1: Οργανωμένα πακέτα διακοπών από τον πρωτοπόρο Thomas Cook. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zxnjkbz>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.2: “Μη θεσμοποιημένοι” τουρίστες. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/jtjdaa9>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.3: Προσφερόμενες υποδομές, σύμφωνα με τη λογική της “περίοπτης κατανάλωσης”. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/z94dv6s>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.4: Οι πολιτισμικές – εκπαιδευτικές αναζητήσεις στο Grand Tour, σε κέντρα πολιτισμού. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/jqywc4f>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.5: Οι πολιτισμικές αναζητήσεις των τουριστών σε κέντρα πολιτισμού. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/gwo2cmv>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.6: Το πάρκο του Αστερίξ στη Γαλλία. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zdjyfqh>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνες 5.7: Το πάρκο του Ποπάρν στη Μάλτα. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/h7tnpv9>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.8: Τουριστικός προορισμός θρησκευτικού χαρακτήρα (Μέκκα). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zyu6fre>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.9: Τουριστικός προορισμός θρησκευτικού χαρακτήρα (Βατικανό). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/gvhfh67>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.10: Ιστορικό θεματικό πάρκο. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/z2wjyn4>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.11: Ξενοδοχείο που λειτουργεί σε κάστρο (Ashford Castle, Ιρλανδία). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zxwy4tp>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.12: Ξενοδοχείο που λειτουργεί σε κάστρο (Amberley Castle, Αγγλία). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zxwy4tp>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.13: Πολιτιστικές εκδηλώσεις, που αναπαριστούν παλαιότερες ιστορικές περιόδους (Πορτογαλία). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zkgcog3>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.14: Προσφορά υποδομών, που παραπέμπουν σε παλαιότερες εποχές. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zkgcog3>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.15: Μουσείο των κελιών της Γκεστάπο στο Βερολίνο. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zjr99gb>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.16: Οι φυλακές του Αλκατράζ (Σαν Φρανσίσκο – ΗΠΑ). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/hpu3qrd>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.17: Το εσωτερικό των φυλακών διαμορφωμένο για τουριστική επίσκεψη. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/hvnn218>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 5.18: Τουριστικό χωριό στην Πάφο, Κύπρου. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zsvbfy5>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 6: Η αναζήτηση της αυθεντικότητας στη Γερμανία. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/j47olrt>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 6.1: Αγαλματίδιο από στεατίτη (soapstone), που αναπαριστά έναν Ινουίτ κνηγό. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/a4r6oue>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

17/06/2016].

Εικόνα 6.2: Συμμετοχή τουριστών σε παραδοσιακό χορό των Μασάι στην Κένυα. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/jjmoafx>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Πηγή: Εικόνα 6.3: Συμμετοχή τουριστών σε παραδοσιακές δραστηριότητες, όπως το άναμμα της φωτιάς, στην περιοχή της Μποτσουάνα της νότιας Αφρικής. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/gvltppq>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 7: Η “αλληλόδραση” μεταξύ ντόπιου και τουρίστα. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/z9xy5bn>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 7.1: Εκδηλώσεις στην Αυστρία, που απευθύνονται στο τουριστικό κοινό. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/hwy4bs6>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα εξωφύλλου 8: Γραφικό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, που αναφέρεται στην επιθυμητή συμπεριφορά των τουριστών στον τόπο υποδοχής. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zvqy6hw>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 8.1: Τελετουργίες των Ντογκόν της Δυτικής Αφρικής, που απευθύνονται στο τουριστικό κοινό. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zpnpa8x>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 8.2: Τελετουργία των Μπαλινέζων που απευθύνεται σε τρία κοινά (θεικό, τοπικό, τουριστικό). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/zm8mfex>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 8.3: Το φεστιβάλ Mount Hagen των Παπούα (Νέα Γουινέα), που απευθύνεται σε δύο κοινά (τουρίστες, ντόπιοι) και λειτουργεί ως μέσο διατήρησης του πολιτισμού τους. Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/j36jkzo>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].

Εικόνα 8.4: Πολιτισμικές εκδηλώσεις των Παπούα (Νέα Γουινέα). Διαθέσιμο στο <<http://tinyurl.com/j36jkzo>>. [Τελευταία ανάκτηση: 17/06/2016].