

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**DARK TOURISM ΩΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ
ΜΟΡΦΗ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΝΤΑΛΑΠΕΡΑ ΑΓΓΕΛΙΚΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΝΙΚΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΠΑΤΡΑ, 2016

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	7
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	7
1.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
1.2.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
1.2.2 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΑ	16
1.3 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
1.3.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
1.3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	25
2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	25
2.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	27
2.3 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	32
3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ “DARK TOURISM”	32
3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ “DARK TOURISM”	34
3.3 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ “DARK TOURISM”	39
3.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΩΝ	41
3.5 ΤΑ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ DARK TOURISM ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	43
3.6 Ο DARK TOURISM ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	55
4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	55
4.1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	55
4.1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΈΡΕΥΝΑΣ	55
4.1.3 ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	55
4.1.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	56
4.1.5 ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	60
4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	76

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας που ακολουθεί είναι να γίνει γνώριμη η ευρύτερη έννοια του τουρισμού με την πάροδο του χρόνου και τις υποκατηγορίες που τον διακρίνουν. Επίσης, οι μορφές του τουρισμού που συνεχώς εξελίσσονται και ποια είναι τα στοιχεία τα οποία συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη.

Ωστόσο, η ακόλουθη εργασία εμβαθύνει στην επίγνωση των τουριστών- επισκεπτών, μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού, αυτής του “Dark tourism”. Παραθέτει την έννοια του dark tourism χρονολογικά, αναλύει την ανάγκη του επισκέπτη για τα αξιοθέατα- τοποθεσίες και πως είναι εφικτή η αναβάθμιση του είδους. Παρουσιάζεται μια λίστα με τα δημοφιλέστερα αξιοθέατα στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό με την προϋπόθεση να γίνει αντιληπτή η συμβολή του όρου στην ανάπτυξη των πόλεων. Ακόμη, αναγράφεται η πιθανή μελλοντική πορεία αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Τέλος, στην εργασία αναφέρεται η εξέλιξη του είδους και οι τρόποι που επηρεάζουν είτε θετικά είτε αρνητικά την αύξηση του συγκεκριμένου είδους.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο, σύνθετο και ιδιόμορφο φαινόμενο το οποίο δεν υφίσταται ακριβής εννοιολογικές προσεγγίσεις και κοινά αποδεκτές απ' όλες τις χώρες. Η έννοια του τουρισμού λαμβάνει διάφορες ερμηνείες ανάλογα το πεδίο στο οποίο αναφέρεται. Θεωρείται πως η μελέτη του είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί λόγω της πολυπλοκότητας που τον διέπει, μιας και απαρτίζεται από διάφορες κατηγορίες επιστημών. Για το λόγο αυτό όπως θα αναφερθεί και παρακάτω ο N. Leiper πρότεινε τρεις κατηγορίες για την προσέγγιση του τουρισμού: τον οικονομικό, τον τεχνικό και τον αυτοτελή ορισμό, βάση των οποίων καλύπτονται όλες οι πτυχές του τουρισμού.

Η παρούσα πτυχιακή έχει ως σκοπό να παρουσιάσει την ιστορική εξέλιξη του τουρισμού, τις μορφές που τον διακρίνουν και να δώσει έμφαση στην εμφάνιση ενός νέου είδους τουρισμού με την ονομασία, “Dark tourism”, και την μελλοντική πορεία του νέου αυτού εναλλακτικού είδους στην Ελλάδα.

▼ Στο πρώτο κεφάλαιο παρατίθενται γενικές πληροφορίες για την επιστήμη του τουρισμού , πως εμφανίστηκε ο όρος και κατά συνέπεια πως αναπτύχθηκε. Οι κατηγορίες που τον διακρίνουν και στη συνέχεια οι μορφές του.

▼ Στο δεύτερο κεφάλαιο δίνεται η έννοια του αιεφόρου τουρισμού και τα στοιχεία με τα οποία αναπτύσσεται.

▼ Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη και η πραγματική έννοια του Dark tourism, παραθέτοντας τους ορισμούς ανά περιόδους, με σκοπό την ακριβή κατανόηση της νέας μορφής τουρισμού. Στην συνέχεια του τρίτου κεφαλαίου, περιγράφεται η ψυχολογική σύνθεση του τουρίστα- επισκέπτη και αναλύεται η ανάγκη του σχετικά με την επίσκεψη στις συγκεκριμένες τοποθεσίες- μνημεία. Ακόμη, επισυνάπτεται μια λίστα με τα δημοφιλέστερα και αξιοθέατα

Dark tourism στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Επιπρόσθετα, επικεντρώνεται στην ανάλυση της συμβολής της ανάπτυξης του Dark tourism στις πόλεις, όπως επίσης και την μελλοντική πορεία του είδους αυτού στην Ελλάδα. Τέλος, υπογραμμίζονται οι επιπτώσεις (θετικές και αρνητικές) που επιφέρει η εμφάνιση νέων μορφών τουρισμού.

▼ Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η έρευνα η οποία διεκπεραιώθηκε, με θέμα τον dark tourism. Αναφέρονται οι στόχοι και ο σκοπός της έρευνας με τη χρήση ερωτηματολογίων. Παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα και τέλος αναφέρονται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις για την αύξηση της ζήτησης αντίστοιχα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στο κεφάλαιο αυτό αναφέρεται η ιστορία του τουρισμού, οι προσπάθειες που γίνονταν ανά καιρούς για την καθιέρωση ενός ορισμού, ο οποίος θα γινόταν πλήρως αποδεκτός απ' όλες τις χώρες και που θα ήταν αρκετός ώστε να καλύψει όλες τις πτυχές του τουριστικού φαινομένου. Στη συνέχεια αναπτύσσονται οι βασικές έννοιες που κατηγοριοποιούν τον τουρισμό και τον κάνουν πιο κατανοητό.

Η λέξη «τουρισμός» εμφανίστηκε για πρώτη φορά τον 19^ο αιώνα αλλά η δραστηριότητά του υποδηλώνει τις ρίζες του στην αρχαιότητα. Το τουριστικό φαινόμενο ήταν άρρηκτα συνδεδεμένο με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες στην αρχαιότητα. Οι μετέπειτα, διάφορες μορφές του τουρισμού, αποτελούσαν ήδη πρακτικές για τις αρχαίες κοινωνίες. Όπως αναφέρεται, τα θρησκευτικά προσκυνήματα που πραγματοποιούνταν, συνδύαζαν την διασκέδαση, την αναψυχή και την επικοινωνία με άλλους ανθρώπους.

Πρώτος «ταξιδιώτης – τουρίστας» αναφέρεται πως ήταν ο Ηρόδοτος, ο οποίος ήταν γεωγράφος και ιστορικός (480-421 π.Χ). Κατά τη διάρκεια των περιηγήσεων του, δεν αδιαφόρησε για την κουλτούρα του τόπου όπου επισκεπτόταν και για το λόγο αυτό, με τις σύγχρονες έννοιες του τουρίστα, εντάσσεται στο μοντέλο του «ευφυούς τουρίστα» (tourist intelligent).

Στον ελλαδικό χώρο, στην αρχαιότητα φαίνεται να είναι αναπτυγμένη η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού, αν σκεφτεί κανείς ότι οι Ολυμπιακοί αγώνες συνδύαζαν την μετακίνηση και ανακάλυψη, ουσιαστικά όμως οι μετακινούμενοι εστίαζαν στις τοπικές παραδόσεις. Επίσης, ένα άλλο είδος εναλλακτικού τουρισμού που περιλάμβανε το

κίνητρο της μετακίνησης σε συνδυασμό με τις τάσεις απόδρασης, είναι ο ιαματικός-θεραπευτικός. Ο Ηρόδοτος συστήνει την λουτροθεραπεία και τα πρώτα οικιστικά συγκροτήματα αναπτύσσονται. Στα συγκροτήματα αυτά εκτός από τις λουτροθεραπείες πραγματοποιούνταν δραστηριότητες αναψυχής ενώ ταυτόχρονα υπήρχαν και αίθουσες βιβλιοθηκών και μουσείων. Συνεπώς, σχεδιάζονται τα πρώτα δημόσια οικοδομήματα και ξενοδοχειακά καταλύματα. Τα εκπαιδευτικά ταξίδια συμπληρώνουν τις πιο πάνω μορφές συνδυάζοντας θρησκευτικά, κλιματολογικά, ιστορικά, κίνητρα αναψυχής κ.α. Οι μορφές αυτές συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση της κινητικότητας των ατόμων καθώς και στην αναζήτηση του διαφορετικού με την εναλλαγή των χρονικών περιόδων.

Ένα άλλο βασικό κομμάτι του τουρισμού, όπως προαναφέρθηκε, είναι τα καταλύματα. Η αρχαία Ελλάδα είναι συνυφασμένη με την έννοια της φιλοξενίας και ο Ξένιος Ζεύς αντιπροσώπευε τον προστάτη των οικοδεσποτών αλλά και των φιλοξενουμένων. Η φιλοξενία είχε ισχύ νόμου και οι κάτοικοι των πόλεων όπου διεξάγονταν μεγάλα θρησκευτικά και αθλητικά γεγονότα δέχονταν αφιλοκερδώς τους επισκέπτες στα σπίτια τους.

Οι προαναφερθέντες εκδηλώσεις συνέβαλαν στην εμφάνιση των πανδοχείων, όπου η λειτουργία τους ανακαλύπτεται στην Κρήτη το 1500 π.Χ, καθώς επίσης και η αύξηση των μετακινήσεων συμβάλλει στην βελτίωση του υπάρχοντος οδικού δικτύου. Η αυξημένη κινητικότητα οδήγησε στην δημιουργία επεξηγηματικών εγχειριδίων. Πρώτος ο Πausanίας, όντας ιστορικός και γεωλόγος, εκδίδει τον οδηγό με θέμα «Περιηγήσεις στην Ελλάδα» το 170 μ.Χ.

Στην εποχή του μεσαίωνα διαδραματίζονται μια σειρά από γεγονότα υπαίτια για την επαφή με νέες ηπείρους. Η εισβολή των Αράβων στην Ευρώπη δημιουργεί αξιόλογα πολιτιστικά κέντρα. Επίσης την εποχή αυτή αναπτύσσεται και ο επαγγελματικός τουρισμός. Οι μετακινήσεις για

εκπαιδευτικούς λόγους αυξάνονται κυρίως προς τα πανεπιστημιακά κέντρα του Παρισιού. Προς τα τέλη του μεσαίωνα διαμορφώνεται το «image» όπου διαφοροποιεί τις χώρες.

Κατά την αναγεννησιακή περίοδο εμπλουτίζονται οι μορφές του τουρισμού και πολλαπλασιάζονται τα κίνητρα της τουριστικής μετακίνησης. Στις αρχές του 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά η λέξη “tourist” στην Αγγλία. Το 1811 η λέξη “tourism” είχε τη σημασία της απόστασης με την πραγματοποίηση του ταξιδιού για λόγους αναψυχής. Το ταξίδι τον 19^ο αιώνα εκλαμβάνόταν ως ένα είδος εργασίας (travail). Κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα κατασκευάζονται τα πρώτα ατμόπλοια και εξαπλώνονται οι σιδηρόδρομοι στην Ευρώπη. Η εξέλιξη της ναυσιπλοΐας ενίσχυσε τις διηπειρωτικές σχέσεις και ενσωμάτωσε του θαλάσσιους δίαυλους στην βιομηχανία. Όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα σε διάρκεια μισού αιώνα η Ευρώπη να είναι γεμάτη από σιδηρόδρομους και ταξιδιωτικούς οδηγούς. Ακόμη, αυξάνεται αρκετά ο αριθμός των τουριστών και συνεπώς ο μαζικός τουρισμός εμφανίζει τα πρώτα δείγματά του.

Με την εμφάνιση του μαζικού τουρισμού ξεκίνησαν και οι κατασκευές των ξενοδοχειακών καταλυμάτων την δεκαετία του 1930 όπου θεωρείται ο πυρήνας για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους. Παρ’ όλα αυτά τα μεταφορικά μέσα, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και τα καταλύματα μοιάζουν ανεπαρκή για την ανάπτυξη του τουρισμού. Ο Thomas Cook ήταν ο πρώτος που έκανε τη διαπίστωση αυτή. Για το λόγο αυτό, θεωρούνταν προπομπός των μαζικά οργανωμένων ταξιδιών γιατί ήταν ο πρώτος που πρόσφερε το ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο, το οποίο συμπεριλάμβανε: τη μεταφορά, το κατάλυμα και τις δραστηριότητες ή την «ικανοποίηση» σε ένα νέο επιθυμητό προσδιορισμό, δηλαδή, ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν. Με λίγα λόγια θεωρήθηκε ο κύριος υπεύθυνος για το χαρακτηρισμό του

τουριστικού φαινομένου ως «τουριστική βιομηχανία» κατά το τελευταίο τέταρτο του 20^{ου} αιώνα. Ο ορισμός «βιομηχανία» κέντρισε το ενδιαφέρον για πολλές επιστημονικές συζητήσεις.

Το 1914, παρατηρήθηκε μεταβολή στα κίνητρα των τουριστών ως τώρα. Ξεκίνησε η περίοδος όπου εμφανίστηκε η διπλή εποχικότητα και παράλληλα διευρύνεται η συμμετοχή νέων κοινωνικο-οικονομικών τάξεων. Πρόκειται για το διάστημα όπου στην έννοια του τουρισμού προσδίδονται κάποια από τα σημερινά χαρακτηριστικά. Ένα από αυτά είναι η μαζικοποίηση όπου οφείλεται στο γεγονός ότι ο άνθρωπος λειτουργεί σαν μάζα. Όπως αναφέρει ο Riesman (1950), «ο άνθρωπος-μάζα» αντιπροσωπεύει τα άτομα που προσδιορίζονται από εξωτερικούς παράγοντες, δηλαδή άτομα των οποίων η συμπεριφορά εξαρτάται από την συγκατάθεση των άλλων ατόμων.

Με την ανάπτυξη μιας κατηγορίας τουρισμού ονομαζόμενης «εσωτερικός τουρισμός», ο τουρισμός θεωρήθηκε πλέον κοινωνική αναγκαιότητα και αντιμετωπίστηκε ως δικαίωμα. Επιπλέον, είναι άξιο να σημειωθεί ότι η αποδοχή του εκδημοκρατισμού και της μαζικοποίησης του τουριστικού φαινομένου πραγματοποιήθηκε με τη ψήφιση νόμου, όπου οι επιχειρήσεις ήταν υποχρεωμένες να παρέχουν στους εργαζόμενους «διακοπές μετ' αποδοχών». Το 1936, υπογράφηκε η σύμβαση όπου προέβλεπε μια άδεια διάρκειας τουλάχιστον 6 εργάσιμων ημερών. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ, WTO) ο χρόνος των διακοπών θεωρήθηκε πολυλειτουργικός και ανάγεται σε «χρόνο μόρφωσης, ανάπαυσης και επικοινωνίας». Επομένως είναι εύλογο να αναφέρουμε πως ο τουρισμός αντιμετωπίστηκε ως ένα «φαινόμενο» όπου η κοινωνική και κυρίως οικονομική του σημασία είναι μέγιστη. Σύμφωνα με τον Siegfied «ο τουρισμός είναι γιός της ταχύτητας και της δημοκρατίας που είναι αναπόσπαστα μέλη της βιομηχανικής εξέλιξης.

Ύστερα από τον Β' παγκόσμιο πόλεμο η ανάπτυξη του τουρισμού ήταν ραγδαία. Το γεγονός αυτό απορρέει από την τεχνική πρόοδο μετά την βιομηχανική επανάσταση, την ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, την επιμήκυνση των διακοπών και την ανάγκη φυγής, από το επιτακτικό για την εποχή εκείνη, καταναλωτικό μοντέλο. Βέβαια ο τουρισμός παρέμενε στάσιμος και επικεντρωμένος στο μοτίβο των καλοκαιρινών διακοπών 4s, (sun, sea, sand, sex).

Με την πάροδο του χρόνου, ο τουριστικός χώρος περιβαλλόταν από την έννοια της «σπανιότητας» με αποτέλεσμα την διείσδυση του «ποιοτικού κριτηρίου». Η αναζήτηση της ποιότητας υπερίσχυε της ποσότητας, ως απόρροια της εκπαίδευσης και της πληροφόρησης. Η διαφήμιση και η διάχυση πληροφοριών αποτέλεσε βασικό κριτήριο για την μεταβολή των προτιμήσεων.

1.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.2.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό πυλώνα για την οικονομία κάθε χώρας λόγω του μεγέθους της οικονομικής και κοινωνικής σπουδαιότητάς του. Συνεπώς, ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως ένα πολυσύνθετο σύστημα το οποίο ακόμη και σήμερα είναι δύσκολο να ερμηνευθεί πλήρως λόγω της πολυπλοκότητας και της ιδιομορφίας του. Άρα, προκύπτει η δυσκολία του να οριστεί.

Πρώτοι οι Jafari και Smith οι οποίοι αποδέχθηκαν την ευρύτητα και την πολυπλοκότητα του τουριστικού φαινομένου αναφέρουν πως ο ορισμός του τουρισμού δεν είναι κοινά αποδεκτός.

Πολλοί ήταν εκείνοι που προσπάθησαν να δώσουν την έννοια του τουρισμού. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι ο Glucksmann (1929), Hunziker & Krapf (1942), Leiper (1979) και πολλοί άλλοι. Για το λόγο αυτό παρατίθενται χρονολογικά κάποιες από τις σημασιολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού.

Η πρώτη προσέγγιση για την έννοια του τουρισμού έγινε το 1910 από τον Αυστρό οικονομολόγο Hermann Von Schullard, βάση τον οποίο ο «τουρισμός είναι το άθροισμα των επιχειρηματιών κυρίως οικονομικής φύσεως, οι οποίοι σχετίζονται με την απευθείας εισαγωγή, διαμονή και μετακίνηση των ξένων στο εσωτερικό- εξωτερικό της κύριας χώρας, πόλης ή περιοχής».

Το 1942, δόθηκε ο πρώτος ορισμός για τον τουρισμό από τους Hunziker & Krapf, σύμφωνα με τους οποίους, «τουρισμός είναι το άθροισμα των γεγονότων και των σχέσεων που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού σε ένα μέρος διαφορετικό από αυτό της μόνιμης

κατοικίας των ατόμων, με τον περιορισμό ότι το ταξίδι δεν οφείλεται σε κερδοσκοπική δραστηριότητα».

Ένας άλλος ορισμός όπου δόθηκε για το τουρισμό είναι αυτός του Διεθνές Λεξικού Τουρισμού, όπου εκδόθηκε το 1953, και αναφέρει πως η έννοια του τουρισμού χρησιμοποιείται για τα ταξίδια αναψυχής και το σύνολο ανθρώπινων δραστηριοτήτων συμβάλλει στη πραγματοποίηση του ταξιδιού. Βιομηχανία η οποία συμβάλλει στην ικανοποίηση των αναγκών του τουρίστα. Ένα χρόνο μετά, το 1954, ο Joshke, προσεγγίζει τον τουρισμό ως κατανάλωση. Σύμφωνα με το Wedsfer (1971), ο τουρισμός παρουσιάζεται ως μία δραστηριότητα που έχει ως άξονα τις διακοπές και προσδιορίζει το χώρο της κινητικότητας των ατόμων. Ο C. Daniel (1972), τόνισε πως ο τουρισμός είναι ένας πολύ σύνθετος τομέας, διότι περιλαμβάνει πολλούς τύπους και αποτελεί έναν ολόκληρο κόσμο.

Δυο χρόνια μετά, το 1974, ο Waterspiel ορίζει τον τουρισμό ως μετατόπιση της αγοραστικής δύναμης και ερμηνεύει τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Το 1975, ο C.Kaspar υιοθετεί τον ορισμό της AIEST (Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme) και προσεγγίζει τον όρο του τουρισμού ως σύστημα και τον όρισε ως σύνολο σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή των ατόμων σε ένα τόπο ο οποίος δεν αποτελεί κύριο τόπο διαμονής και εργασίας. Ο J. Jafari (1977), αναφέρει ως τουρισμό την μελέτη των ατόμων που βρίσκονται εκτός της μόνιμης κατοικίας, της βιομηχανίας που εξυπηρετεί τις ανάγκες τους και τις μετέπειτα επιδράσεις που επιφέρουν τα πιο πάνω, στο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτικό και φυσικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής.

Το 1979, ο Leiper ενστερνίζεται την άποψη πως ο τουρισμός είναι ένα σύστημα, όπου η μετακίνηση γίνεται οικιοθελώς από έναν τόπο σε έναν άλλο, εξαιρουμένου αυτού της μόνιμου κατοικίας. Οι Mathieson &

Wall (1982), αναφέρονται στο τουριστικό γεγονός ως τη προσωρινή μετακίνηση σε ένα τόπο διαφορετικό από αυτόν της μόνιμης κατοικίας, εργασίας και στις δραστηριότητες όπου πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της παραμονής. Για τους R. Mill και A. Morisson (1985), τουρισμός θεωρείται η δραστηριότητα που ενεργοποιείται, μέσα από το ταξίδι και περιλαμβάνει τις ενέργειες που σχετίζονται με τη προετοιμασία και την υλοποίηση του ταξιδιού.

Μια άλλη εκδοχή του ορισμού του τουρισμού δόθηκε το 1985, αυτή τη φορά από τους Bukart και Medlik, όπου όρισαν ως τουρισμό την κάθε δραστηριότητα που σχετίζεται με τη προσωρινή ή μικρής διάρκειας μετακίνηση των ατόμων, σε τόπους εκτός του σύνηθες περιβάλλοντός τους, καθώς και δραστηριότητες που ασκούν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους. Αυτός ο ορισμός υιοθετήθηκε από την Τουριστική Εταιρία (Tourist Society), φαίνεται να είναι πλήρης και θα μπορούσε να γίνει αποδεκτός από όλες τις χώρες.

Το 1991, ο Freyer, δίνει την δική του ερμηνεία σχετικά με την προσέγγιση του τουρισμού. Ως τουρισμός θα μπορούσε να εννοηθεί το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι (τόσο σε διεθνές όσο και σε εγχώριο επίπεδο) και της παραμονής των ατόμων σε κάποιο τόπο διαμονής. Ο τόπος διαμονής δεν είναι ο κύριος και μόνιμος τόπος κατοικίας τους.

Σύμφωνα με τον ορισμό των Ηνωμένων Εθνών (1963) και του UIOOT (1957) προκύπτει και γίνεται ευρέως αποδεκτός επί του παρόντος ο αναθεωρημένος ορισμός του WTO (1994) με βάση τον οποίο : «Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντός τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός συνεχόμενου έτους, για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους. Αυτός ο γενικός τουρισμός καθιστά δυνατό τον εντοπισμό της τουριστικής

δραστηριότητας τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η λέξη τουρισμός αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών και περιλαμβάνει τους *τουρίστες* (επισκέπτες που διανυκτερεύουν στον προορισμό τους), αλλά και τους *εκδρομείς* (επισκέπτες ημέρας)

1.2.2 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Η εξέλιξη του τουρισμού μεταπολεμικά, χαρακτηρίζεται από την ανάπτυξη των υποδομών του κλάδου και την αύξηση του αριθμού των ατόμων που συμμετέχουν σε κάθε μορφή τουριστικής δραστηριότητας. Αποτέλεσμα, η δημιουργία μιας ομάδας καταναλωτών που χαρακτηρίζετε από πλήθος μεταβλητών κοινωνικού, ψυχολογικού και οικονομικού χαρακτήρα που επιδρούν στην τελική επιλογή του ταξιδιού.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Λεξικό του 19^{ου} αιώνα (1876), ως τουρίστες αναφέρονται τα «άτομα που ταξιδεύουν από περιέργεια και απραξία, για την ευχαρίστηση του ταξιδεύειν».

Η επιτροπή Στατιστολόγων της Κοινωνίας των Εθνών (1937) προτείνει να υιοθετήσουν τον ακόλουθο ορισμό του τουρίστα: «Ως τουρίστας, ορίζεται το κάθε άτομο σε μετακίνηση, διάρκειας τουλάχιστον είκοσι τεσσάρων ωρών, εκτός του τόπου που βρίσκεται η κύρια κατοικία του». Από την άλλη, το 1953, η επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών ορίζει ως τουρίστα: «τον μη κάτοικο, που έχει την πρόθεση να παραμείνει εντός της χώρας ένα έτος το πολύ, χωρίς να εξασκήσει αμειβόμενο επάγγελμα». Ένα χρόνο μετά, το 1954, η Σύνοδος των Ηνωμένων Εθνών, ορίζει ως τουρίστα κάθε άτομο που διαμένει από είκοσι τέσσερις ώρες έως μέχρι έξι μήνες σε μία ξένη χώρα, το κίνητρο του ταξιδιού του, χαρακτηρίζεται νόμιμο και είναι διαφορετικό της μετανάστευσης.

Το 1957, η Διεθνής Ένωση των Επίσημων Οργανισμών Τουρισμού (UIOOT), επαναφέρει τον ορισμό που είχε δοθεί από την επιτροπή Στατιστολόγων της Κοινωνίας των Εθνών με ορισμένες τροποποιήσεις. Ο καινούριος ορισμός υποστήριζε πως: «οι ξένοι φοιτητές θεωρούνται τουρίστες, ενώ ταξιδιώτες με χρόνο παραμονής μικρότερο των είκοσι τεσσάρων ωρών και οι εκδρομείς δεν θεωρούνται».

Η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών το 1963, ορίζει ως επισκέπτη: «κάθε άτομο που μετακινείται σε μία άλλη χώρα, διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης του αμειβόμενου επαγγέλματος». Ο ορισμός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών, τους τουρίστες και τους εκδρομείς ως εξής:

- Ø Τουρίστες: είναι οι προσωρινοί επισκέπτες που παραμένουν τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες στην χώρα που έχουν επισκεφθεί.
- Ø Εκδρομείς: χαρακτηρίζονται οι προσωρινοί επισκέπτες των οποίων η παραμονή δεν υπερβαίνει τις είκοσι τέσσερις ώρες.

Συνεπώς η διάκριση του τουρίστα και του ταξιδιώτη φαίνεται να είναι δύσκολη. Οι οικονομικοί, κοινωνικοί, ψυχολογικοί και τεχνικοί παράγοντες συμβάλλουν για την ανακάλυψη νέων τόπων και πληθυσμών αποδοχής. Άρα, συμπεραίνουμε πως ο σύγχρονος τουρίστας σχετίζεται με τον ταξιδιώτη του παρελθόντος.

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα υπήρχαν δυο κατηγορίες μετακινουμένων: αυτή των ταξιδιωτών και αυτή των τουριστών.

- Ø Οι ταξιδιώτες είναι αυτοί που χαρακτηρίζονται από υψηλό βαθμό αναζήτησης, ο οποίος βασιζόταν στο υψηλό επίπεδο διανοουμενίστικης περιέργειας που τους χαρακτήριζε.
- Ø Οι τουρίστες από την άλλη χαρακτηρίζονταν για την «αδιάκριτη» συμπεριφορά τους.

Συμπερασματικά, η μετατροπή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε κοινότοπα, ήταν η αιτία για την διαμόρφωση ενός νέου τύπου τουρίστα, που ορίζεται ως «μη ευφυής τουρίστας».

Αναφέροντας το συγκεκριμένο είδος τουρίστα, ο Bouhdiba το 1981, υποστηρίζει πως ο τουρίστας είναι ένα άτομο που μετακινείται χωρίς να βλέπει τίποτα. Ένας άλλος ορισμός που επιβεβαιώνει αυτή την

αντίληψη είναι αυτός που διατύπωσε το 2002, ο Urbain, λέγοντας πως ο τουρίστας αντιμετωπίζει επιφανειακά την χώρα που επισκέπτεται.

Ο συγκεκριμένος τύπος τουρίστα αποτελεί τον «ερασιτέχνη ταξιδιώτη», η κατηγορία του οποίου θεωρείται παράγοντας για έναν αριθμό επιπτώσεων. Ο ταξιδιώτης προσεγγίζει τον τουρίστα όσον αφορά την καταναλωτική σχέση. Έτσι, ο ταξιδιώτης, θεωρείται «ευφυής παρατηρητής» σε αντίθεση με τον τουρίστα που αποτελεί «απλό θεατή».

Ουσιαστικά ταξιδιώτης θεωρείται οποιοδήποτε άτομο πραγματοποιεί ταξίδι μεταξύ δύο ή περισσότερων χωρών της χώρας της συνήθους διαμονής τους. Αυτό που τον χαρακτηρίζει είναι το δικαίωμά του να προβαίνει στη παρατήρηση ενός άγνωστου κόσμου, που αρχικά ενσωματώνεται και στην συνέχεια τον ανακαλύπτει.

1.3 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.3.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι βασικές κατηγορίες στις οποίες χωρίζεται η τουριστική δραστηριότητα είναι τρεις:

▼ Εισερχόμενος τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των κατοίκων εντός της χώρας αναφοράς.

▼ Εξερχόμενος τουρισμός, όπου οι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα. Περιλαμβάνει τις δραστηριότητες ενός κατοίκου- επισκέπτη εκτός της χώρας αναφοράς, είτε ως μέρος εξωτερικού ταξιδιού ή μέρος εγχώριου τουριστικού ταξιδιού.

▼ Εγχώριος τουρισμός όπου αφορά τις δραστηριότητες μονίμων κατοίκων της χώρας αναφοράς, είτε ως τμήμα τουριστικού ταξιδιού στο εσωτερικό, είτε ως τμήμα τουριστικού ταξιδιού στο εξωτερικό.

Βάση αυτών των κατηγοριών, σε συνδυασμό μεταξύ τους, σχηματίζουν άλλες τρεις κατηγορίες, οι οποίες είναι:

Ø Ο εσωτερικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό. Αποτελείται από τις δραστηριότητες μονίμων και μη, κατοίκων ως επισκεπτών εντός της χώρας αναφοράς ως μέρος εγχώριων ή διεθνών τουριστικών ταξιδιών.

Ø Ο εθνικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον εγχώριο και τον εξωτερικό τουρισμό. Απαρτίζει τις δραστηριότητες των επισκεπτών-κατοίκων, στο εσωτερικό και το εξωτερικό της χώρας αναφοράς, είτε ως μέρος εγχώριων τουριστικών ταξιδιών ή τουριστικών ταξιδιών στο εξωτερικό.

Ø Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός, που περιλαμβάνει τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούν μόνιμοι κάτοικοι και επισκέπτες της χώρας αναφοράς στο εξωτερικό, είτε ως τμήμα του εγχώριου είτε ως τμήμα του εξερχόμενου τουριστικού ταξιδιού και τις δραστηριότητες μη μόνιμων κατοίκων- επισκεπτών εντός της χώρας αναφοράς σε τουριστικά ταξίδια από το εξωτερικό.

Οι κατηγορίες αυτές συνθέτουν τις μετέπειτα εναλλακτικές μορφές του τουρισμού.

1.3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τις ανάγκες και τα κίνητρα με τα οποία οι άνθρωποι πραγματοποιούν ταξίδια. Οι ανάγκες αυτές ποικίλουν από άτομο σε άτομο. Για το λόγο αυτό αναγράφονται οι παράγοντες που οδηγούν στην κατηγοριοποίηση του φαινομένου:

- Τα κίνητρα που ωθούν το τουρίστα στο να πραγματοποιήσει το ταξίδι.
- Τον τύπο και τα χαρακτηριστικά ενός ταξιδιού.
- Τον χρόνο εμφάνισης της κάθε μορφής τουρισμού.
- Τις επιπτώσεις που επιφέρει, η κάθε μορφή στην τοπική ανάπτυξη.

Έτσι η πρώτη μορφή του τουρισμού που παρατηρήθηκε ήταν ο «μαζικός τουρισμός» όπου, η δημιουργία του οφείλεται στην απότομη αύξηση των εισοδημάτων του κόσμου μετά τη βιομηχανική επανάσταση. Είναι η μορφή του τουρισμού που προσφέρει πακέτα στους ταξιδιώτες και δεν τους παρέχει άλλες υπηρεσίες. Θεωρείται από τους ειδικούς του τουρισμού απρόσωπος και παθητικός, εξαιτίας της γρήγορης ανάπτυξής του, προκαλεί υπερ-συγκέντρωση των ανθρώπινων δραστηριοτήτων σε έναν χώρο με αποτέλεσμα την μείωση της βιοποικιλότητας. Τέλος, το άτομο εντάσσεται σε ομάδες και η συμπεριφορά του συμμορφώνεται βάση των άλλων ατόμων.

Το 1960-1980, είναι οι δεκαετίες όπου γίνεται αποδεκτό πως ο τουρισμός, μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των εισοδημάτων και παράλληλα ακολουθεί η περιφερειακή ανάπτυξη, που τον καθιστά ιδιαίτερα δημοφιλή ως παραγωγικό τομέα, όσο αφορά την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη των χωρών. Μετά το 1980, εμφανίζεται ένας αριθμός νέων και πολύπλευρων χαρακτηριστικών στα προϊόντα τουρισμού, τα οποία προστίθενται, στο κυρίαρχο ως τότε ταξιδιού

διακοπών. Κάποια από αυτά προϋπήρχαν και είχαν ζήτηση, όπως ο εκθεσιακός και συνεδριακός τουρισμός, ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός. Η αλματώδης αύξηση της ζήτησης, η συνεχόμενη εξειδίκευση και τμηματοποίηση των ήδη προσφερόμενων υπηρεσιών πραγματοποιήθηκαν μετά το 1980. Ωστόσο, το κύριο διαφοροποιητικό στοιχείο αυτών των συνήθων νέων τουριστικών προϊόντων είναι τα ειδικά χαρακτηριστικά τόσο της ζήτησης όσο και της προσφοράς. Η εξειδίκευση αυτή προέκυψε ως αποτέλεσμα από την ύπαρξη των ειδικών κινήτρων στην ζήτηση των τουριστών, τα οποία αφορούν δραστηριότητες στο συνολικό τρόπο της οργάνωσης του ταξιδιού, σε σύγκριση με τον τουρισμό διακοπών.

Η αγορά διαφορετικών προϊόντων τείνει να αποτελεί το νέο αναπτυσσόμενο και διακριτό τμήμα της ζήτησης για ταξίδια. Πάραυτα, οι τυπολογίες των ταξιδιών εμφανίζουν τα ταξίδια να κατανέμονται σε δύο έως τέσσερις ομάδες με βάση το κίνητρο. Αυτές είναι:

1. τα ταξίδια διακοπών
2. τα επαγγελματικά ταξίδια
3. ταξίδια ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού
4. ταξίδια σε φίλους ή συγγενείς, για επίσκεψη.

Βέβαια, ας σημειωθεί πως τα επαγγελματικά ταξίδια και τα ταξίδια σε φίλους ή συγγενείς, συγκαταλέγονται λόγω του ειδικού κινήτρου που τα χαρακτηρίζει, στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Συνεπώς, μια άλλη μορφή τουρισμού είναι αυτή των ειδικών και εναλλακτικών μορφών και αποτελεί ένα διαφορετικό μοντέλο ανάπτυξης. Κύριοι υποστηρικτές του κινήματος αυτού είναι κατά κύριο λόγο νέοι με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, οι οποίοι αναζήτησαν στα ταξίδια τους «εναλλακτικά» χαρακτηριστικά τόσο στον τρόπο διεξαγωγής και οργάνωσης όσο και στις ταξιδιωτικές εμπειρίες στον τόπο προορισμού. Το εναλλακτικό σήμαινε έναν τρόπο οργάνωσης με μεγαλύτερη

συμμετοχή και ελευθερία των τουριστών, καθώς επίσης και κατά κάποιο τρόπο σεβασμό και προστασία προς την κουλτούρα και το περιβάλλον της τοπικής κοινωνίας. Έτσι, η αυξημένη ζήτηση του εναλλακτικού αυξάνει τον ρυθμό ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, διαμορφώνει μια ισχυρή τάση παραγωγής τουριστικών προϊόντων αυτού του τύπου και αναδεικνύει προορισμούς οι οποίοι προσφέρουν τα κατάλληλα προϊόντα.

Σύμφωνα με τον Butler το 1990, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι μικρής κλίμακας και αναπτύσσονται κυρίως από τους κατοίκους της περιοχής. Περιλαμβάνει ταξίδια σε απομακρυσμένες περιοχές με φυσικό πλούτο προκειμένου ο τουρίστας να θαυμάσει και να απολαύσει το τοπίο και την πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού.

Το 1997, ο Kunwar επιβεβαιώνει τον πιο πάνω τουρισμό υποστηρίζοντας πως τα άτομα που επιλέγουν αυτού του είδους τον τουρισμό, αποφεύγουν πολυσύχναστους προορισμούς, αντιθέτως επισκέπτονται προορισμούς μικρής ή μηδαμινής επισκεψιμότητας.

Η εγκυκλοπαίδεια του Τουρισμού, αναφέρει πως ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίστηκε τις δεκαετίες του 1970 και 1980. Ο ορισμός χρησιμοποιείται για αναδείξει την προοδευτική εξέλιξη που είχε προγραμματιστεί, εξελιχθεί και αναπτυχθεί από την τοπική κοινωνία. Η μελλοντική εξέλιξη της μορφής αυτής φαίνεται πως συνεχίζει να δείχνει τον απαραίτητο σεβασμό προς το φυσικό και ανθρώπινο οικοσύστημα. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός εμβαθύνει στις αρχές της χρόνιας και βιώσιμης ανάπτυξης.

Συμπερασματικά, οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούνται από μια ομάδα νέων και πολυσύνθετων ειδικών προϊόντων, τα οποία προϊόντα χαρακτηρίζονται από την δυναμική τους ζήτηση.

Ακόμη, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού διαμορφώνουν μια λίστα δίχως τέλος, διότι οι καινούριες μορφές που εμφανίζονται

κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος και αυξάνονται συνεχώς, ανάλογα τις προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα, τις επιθυμίες και τις ανάγκες των τουριστών.

Έτσι με την συνεχόμενη εξέλιξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών, ο τουρισμός αποκτά και πάλι έναν κοινωνικό-πολιτιστικό χαρακτήρα ενώ ταυτόχρονα δίνει έμφαση στο «ταξίδι-νόημα» και όχι στο «ταξίδι-φυγή» (Τσάρτας, 1996).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η έννοια της ανάπτυξης, γενικά επιφέρει διαδικασίες αλλαγής. Πάραυτα, δεν υπάρχει ολοκληρωμένος ορισμός για την ανάπτυξη, διότι ο όρος χρησιμοποιείται από διάφορους κλάδους, όπου καθένας από αυτούς παρουσιάζει διαφορετικές προσεγγίσεις. Η σύγχυση που διακρίνετε για την καθιέρωση του ορισμού της ανάπτυξης οφείλεται σύμφωνα με τον Bertrand (1972):

- i. Στα επίθετα που χαρακτηρίζουν τον όρο της ανάπτυξης
- ii. Η έλλειψη διαφοροποίησης των εννοιών που σχετίζονται με τις αλλαγές, που προκαλεί η ανάπτυξη
- iii. Στο πλήθος που απευθύνετε η ανάπτυξη
- iv. Τις προσεγγίσεις και τις διαφοροποιήσεις που επισημαίνονται από τους επιστήμονες με την πάροδο του χρόνου και
- v. Τις αλλαγές που αφορούν τους σκοπούς των αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Οι Friedman και Ingham προσέγγισαν την ανάπτυξη και ως διαδικασία αλλά και ως στόχο. Ο Todaro αναφέρθηκε στους τρεις βασικούς στόχους της ανάπτυξης:

- Ανάγκη της καλύτερης διαβίωσης
- Αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου
- Εξασφάλιση ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Ωστόσο, η αυξητική τάση του τουρισμού από κράτη και νησιά θεωρείται ως μια στρατηγική ανάπτυξης. Δηλαδή, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί εργαλείο στρατηγικής από τις κυβερνήσεις των χωρών, για την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων μέσω της αύξησης των εισοδημάτων και των θέσεων εργασίας που προκύπτουν. Για την

ουσιαστική ανάπτυξη ενός συνόλου απαιτείται η ύπαρξη ιδιωτικού φορέα σε συνδυασμό με έναν δημόσιο φορέα, όπως τονίζει ο Rostow (1960).

Ο τουρισμός αποτελεί βασικό στοιχείο για την οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου, περνώντας στάδια που ξεκινούν από την μη τουριστική φάση στις προϋποθέσεις εξέλιξης, στο στάδιο της ωριμότητας και στο τελικό στάδιο μαζικής κατανάλωσης.

Σύμφωνα, με τους Harisson, Woodcock και France οι αναπτυξιακές προσεγγίσεις αποτελούν εργαλείο για την ερμηνεία των προτύπων και διαδικασιών της ανάπτυξης. Ο τουρισμός αποτελεί διαδικασία αλλαγής, συνεπώς απαιτεί την ανάλυση διάφορων αναπτυξιακών προσεγγίσεων.

Κάποιες από αυτές τις αναπτυξιακές προσεγγίσεις που συμβάλλουν στον τουρισμό είναι:

Ø Θεωρία Ελεύθερης Οικονομίας (Laissez-faire)

Η θεωρία της ελεύθερης οικονομίας υποστηρίζει πως για την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων συμβάλλει η σωστότερη παραγωγική διαδικασία και η ανταλλαγή αγαθών. Αυτού του είδους η ελευθερία δεν εξασφαλίζει ίσες κοινωνικές αξίες διότι επιτρέπει την συσσώρευση του πλούτου σε περιορισμένο αριθμό ατόμων. Συμπερασματικά, η προσέγγιση της ελεύθερης οικονομίας θα ήταν σωστό να μην εφαρμόζεται στην ανάπτυξη τουριστικών προορισμών.

Ø Θεωρία της Διάδοσης

Βάση τους Rostow και Sarre, η διαδικασία της εξάπλωσης της οικονομικής ανάπτυξης από μια τοποθεσία σε άλλες αποκαλείται διάδοση (diffusion). Στον τουρισμό η θεωρία της διάδοσης διερευνάται από την ζήτηση και από την προσφορά. Από την πλευρά της ζήτησης οι τουρίστες ενημερώνονται για τον τουριστικό προορισμό, ενώ από την πλευρά της προσφοράς εξετάζονται τα ενδεχόμενα και οι τρόποι αύξησης που ο προορισμός θα αναπτύξει την τουριστική βιομηχανία.

Ø Θεωρία του Εκσυγχρονισμού

Παρατηρείται, όπως επισημαίνει ο Harisson (1992), μια αλλαγή στην κοινωνία και την οικονομία των υποανάπτυκτων περιοχών. Αναφέρεται η μετατόπιση της οικονομίας από την γεωργία στην βιομηχανία και όσον αφορά την κοινωνία, οι θεσμοί διαφοροποιούνται. Για να αναπτυχθεί ένας προορισμός πρέπει να αποβάλλει τα χαρακτηριστικά που υποδηλώνουν υπανάπτυξη και να αποκτήσει χαρακτηριστικά από αναπτυσσόμενες κοινωνίες.

Ø Θεωρία Εξάρτησης

Πολλά αναπτυσσόμενα κράτη βιώνουν μέσω των διαφόρων μορφών «εξαρτημένης ανάπτυξης» εξαιτίας της αδυναμίας ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού. Επομένως, σε πολλές περιοχές και κυρίως νησιωτικές, η ανάπτυξη του τουρισμού λειτουργεί βάση των προτύπων της νεοαποικιοκρατίας και της οικονομικής εξάρτησης, όπου οι αναπτυγμένες κοινωνίες εξουσιάζουν την τουριστική βιομηχανία των υπανάπτυκτων περιοχών.

2.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οι Woodcock και France υποστηρίζουν πως οι θεωρίες που αναπτύχθηκαν πιο πάνω δεν προσεγγίζουν τις ανάγκες της κοινωνίας και τη σημασία της περιβαλλοντικής και πολιτιστικής διατήρησης για την ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών. Συνεπώς οδηγούνται στη δημιουργία μιας πιο προσεγμένης έννοια, της αειφορίας.

Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες κοινωνίες εμβαθύνουν στο φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον, πιστεύοντας πως περιλαμβάνουν αξίες που πρέπει να διαφυλαχτούν για τις επόμενες γενιές. Η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και η ποιότητα ζωής θεωρούνται παράγοντες που συμβάλλουν στην αναψυχή των ανθρώπων.

Αναγνωρίζετε πως τα περισσότερα προβλήματα πλήττουν το περιβάλλον, δεν πρέπει να υποβαθμίζεται ωστόσο, η πολιτιστική κληρονομιά της κάθε κοινωνίας. Οι πόροι της περιοχής αποτελούν πόλους έλξης των επισκεπτών, όπως επίσης βασικό στοιχείο για την διεκπεραίωση δραστηριοτήτων.

Το 1980, διατυπώθηκε πρώτη φορά ο όρος “sustainable development-αιφόρος ανάπτυξη”. Από τότε η έννοια της αιφόρου ανάπτυξης έχει παρουσιαστεί και ερμηνευτεί με διαφόρους τρόπους από διεθνείς οργανισμούς. Οι όροι «ανάπτυξη» και «αιφορία» είναι αντίθετοι, μιας και οι περισσότερες μορφές ανάπτυξης είχαν θεωρηθεί επιβλαβής για το περιβάλλον, ενώ η αιφορία συσχετιζόταν με την διατήρηση των περιβαλλοντολογικών πόρων.

Η αιφορία για να υποστηρίξει τις μεταγενέστερες γενεές προϋποθέτει:

- § Τη μη χρήση ανανεώσιμων πόρων σε γρηγορότερο ρυθμό από αυτόν που μπορούν να ανανεωθούν
- § Τη μη χρήση ανανεώσιμων πόρων με ταχύτερο ρυθμό από αυτόν που απαιτούν για την ανανέωση τους
- § Και τέλος, την αποφυγή βλαβερών υλικών και ουσιών στο περιβάλλον (Lele, 1991).

Η έννοια της αιφόρου ανάπτυξης είναι διαφορούμενη όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω. Η αντιφατική της έννοια, έγκειται στο γεγονός πως μια οικονομική μεγέθυνση θα πρέπει να στηριχθεί σε ένα επίπεδο πόρων (Murphy, Suzuki). Ο Jacobs, χαρακτηρίζει τον ορισμό της αιφόρου ανάπτυξης ελαστικό, επιτρέποντας έτσι διάφορες ερμηνείες. Κάποιοι συγγραφείς, όπως Owens & Jacob, υποστηρίζουν πως η έννοια της αιφόρου ανάπτυξης δεν είναι συμβατή με την καθορισμένη οικονομική δραστηριότητα. Οι Pearce, Markandya & Barbier, διακρίνουν ένα ευρύ φάσμα ερμηνειών της αιφόρου ανάπτυξης, από πολύ ήπιες έως

πολύ ακραίες. Σε αντίθεση με την Brundtland, που ταυτίζει την αειφόρο ανάπτυξη με την συνεχώς αυξανόμενη οικονομική δραστηριότητα. Όμως, ο ορισμός που έχει γίνει αποδεκτός είναι αυτός της Παγκόσμιας Επιτροπής για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (WCED), όπου αειφόρος ανάπτυξη είναι η διαδικασία αλλαγής που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διατήρηση των πόρων που διαθέτει μια περιοχή και σέβεται τις ανάγκες των επόμενων γενεών.

Έτσι, η αειφόρος ανάπτυξη αποσκοπεί στην διατήρηση του φυσικού πλούτου και της εξέλιξής του παράλληλα με την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου της κοινωνίας. Για την επίτευξη αυτού του συνδυασμού η εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης προϋποθέτει τρεις αρχές:

1. Οικονομική αειφορία
2. Οικολογική αειφορία
3. Κοινωνικό-πολιτιστική αειφορία

Συνεπώς, οι δυο έννοιες είναι συμπληρωματικές η μια στην άλλη.

2.3 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Οι δραστηριότητες του τουρισμού σχετίζονται άμεσα με το φυσικό και κοινωνικοπολιτιστικό στοιχείο της τοπικής κοινωνίας. Για να υπάρξει αειφόρος ανάπτυξη των πόρων αυτών, πρέπει να γίνεται ορθολογική χρήση και όχι κατάχρηση, δηλαδή να επιτρέπεται η ικανοποίηση τουριστικών και οικονομικών αναγκών αλλά να εξασφαλίζεται η βιωσιμότητά τους. Για το λόγο αυτό το θέμα του περιβάλλοντος σε σχέση με τον τουρισμό αποτελεί προτέβον θέμα συζήτησης στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια.

Η αλληλεξάρτηση τουρισμού-περιβάλλοντος πρέπει να αφομοιώνει τις αρχές της αειφορίας, όπως αναφέρθηκαν οι Hunter και

Green, το 1995. Η έννοια του αειφόρου τουρισμού εξελίχθηκε σε θετική προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης και θέτει περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς προβληματισμούς. Βάση πολλών συγγραφέων προκύπτει πως αειφόρος τουρισμός θεωρείται ο τουρισμός που ικανοποιεί τις τωρινές ανάγκες, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανοποίηση των μελλοντικών αναγκών, μέσω της διατήρησης της βιωσιμότητας των τουριστικών πόρων. Ο Muller (1994) τονίζει τον όρο της «ποιοτικής ανάπτυξης» και την ορίζει ως την αύξηση ποιότητας του βιοτικού επιπέδου με την μειωμένη χρήση μη ανανεώσιμων πόρων.

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) , ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) και το Συμβούλιο της Γης (Earth Council) προώθησαν ένα σχέδιο δράσης για την διατήρηση των φυσικών πόρων, με τίτλο «Agenda 21». Ο ορισμός του Butler έχει κοινά γνωρίσματα με την αειφόρο ανάπτυξη στο ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη και στην συντήρηση των πόρων που διαθέτει για να εξασφαλίσει την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

Επομένως, ο μακροπρόθεσμος στόχος του αειφόρου τουρισμού είναι η διατήρηση της ισορροπίας τριών μεταβλητών (χώρα υποδοχής, τουρίστες και περιβάλλον), που συμβάλλουν στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

Η έννοια του αειφόρου τουρισμού σχετίζεται επίσης με το επίπεδο ανησυχίας για το περιβάλλον. Οι βασικές προσεγγίσεις της αειφορίας είναι τέσσερις σύμφωνα με τους Turner, Pearce, Bateman και Hunter:

- ✓ Πολύ αδύνατη
- ✓ Αδύνατη
- ✓ Ισχυρή
- ✓ Πολύ ισχυρή.

Προσέγγιση 1^η: Οι τουριστικοί προορισμοί δέχονται επιπτώσεις στο φυσικό τους πλούτο για τις οποίες υπαίτιος θεωρείται ο τουρισμός.

Προσέγγιση 2^η : Το σύστημα τουρισμός-περιβάλλον είναι δευτερεύουσας σημασίας μιας και πρωτεύουσα ανάγκη θεωρείται η ανάπτυξη και η διατήρηση των τουριστικών προϊόντων.

Προσέγγιση 3^η : Κυρίαρχος ρόλος του συστήματος τουρισμός-περιβάλλον είναι η κατάσταση του περιβάλλοντος.

Προσέγγιση 4^η : Μια πολύ ισχυρή άποψη, η οποία υποστηρίζει πως οι τουριστικές δραστηριότητες πρέπει να πραγματοποιούνται σε φυσιολογικά πλαίσια και η περαιτέρω ανάπτυξή τους θα ήταν πρέπων να αποφεύγεται για την εξασφάλιση της περιβαλλοντικής ισορροπίας.

Εν κατακλείδι, για την επίτευξη του στόχου του αειφόρου τουρισμού παρατίθενται οι βασικές αρχές:

- Ø Προστασία φυσικού περιβάλλοντος
- Ø Προστασία ανθρωπογενούς περιβάλλοντος
- Ø Σεβασμό της τοπικής κοινωνίας
- Ø Ιδιότητα μέσα τουριστικής παραγωγής
- Ø Τοπική απασχόληση από την τουριστική παραγωγή
- Ø Κατανάλωση τοπικών προϊόντων
- Ø Ικανοποίηση τουριστικών αναγκών και προσδοκιών
- Ø Συλλογικό πνεύμα στο σχέδιο ανάπτυξης της τοπικής περιοχής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ “DARK TOURISM”

Οι συζητήσεις που σχετίζονται με το “dark tourism” είναι πολύ-επίπεδες από την κλασική άποψη. Το είδος του τουρισμού στο οποίο αναφέρεται η εργασία έχει πολύ μεγάλη ιστορία και έχει περιγραφεί ως “thanatopic”, μια παράδοση που χρονολογείται σε επισκέψεις αξιοθέατων- τοποθεσιών όπως το πεδίο μάχης του Waterloo και την φυσική καταστροφή της Πομπηίας (Seaton, 1998).

Καθώς η περιέργεια για το νοσηρό είχε αυξηθεί ιδιαίτερα τον 19^ο και 20^ο αιώνα, οι ρίζες του dark tourism σύμφωνα με μελέτες που πραγματοποιήθηκαν είναι ακόμη πιο παλιές.

Στις αρχές του 11^{ου} αιώνα, άτομα επισκέπτονταν περιοχές συσχετιζόμενες με σκοτεινά στοιχεία, μέρη όπως τα Ιεροσόλυμα στη Μέση Ανατολή και ιδιαίτερη στο τόπο της Σταύρωσης του Ιησού αποδεικνύει πως αποτελεί διάσημο χώρο για επίσκεψη την περίοδο των σταυροφοριών.

Στη σύγχρονη εποχή το «μεγάλο ταξίδι» (βλ. κεφ. 1), αποτελούσε μια ευκαιρία για τους ευκατάστατους και τους περίεργους για να εξερευνήσουν την Ευρώπη. Αξιοθέατα όπως το ερείπιο του Κολοσσαίου (ήταν θάλαμος για νεκρούς) αποτελούσε αξιοθέατο που έπρεπε να δεις. Η γοητεία του θανάτου και της ψυχικής αστάθειας θεωρούνταν παράξενο αντικείμενο και προκάλεσε το ενδιαφέρον για αναζήτηση στους Βικτοριανούς.

Επισκέπτονταν το St. Mary Bethlehem Hospital (aka Bethlem Hospital, Bethlem Hospital and Bedlam) για να δουν τους κλινικά παράφρονες. Αυτό το είδος «μπανιστηριού» ήταν δημοφιλές στην πλούσια κοινωνική τάξη της βικτοριανής εποχής. Η διαδικασία ήταν πως

άνοιγαν μια τρύπα μέσα στο μυαλό, ενισχύοντας έτσι απαρχαιωμένες αντιλήψεις που είχαν σχέση με την τιμωρία και το θάνατο.

Από την τυπολογική άποψη, οι dark προορισμοί από μόνοι τους μπορούν να ταξινομηθούν σε έναν αριθμό από διάφορα είδη, τα οποία αποτελούνται από τα αξιοθέατα, όπως για παράδειγμα το σημείο που διαπράχθηκε η δολοφονία του J.F.Kenedy, σε πεδία αναπαράστασης, παραδείγματος χάρη, ο εμφύλιος πόλεμος από το Sealed knot society, και τέλος φυλακές (Αλκατράζ, Σαν Φρανσίσκο) (Wilson, 2008).

Ο Miles το 2002, οριοθετείται μεταξύ των αξιοθέατων τα οποία είχαν σχέση με το θάνατο, τη καταστροφή και τη διαφθορά. Συγκρίνει το μουσείο του Auschwitz και το μουσείο του Holocaust Memorial, Washington DC. Το πρώτο είναι η τοποθεσία που συνέβη ο θάνατος και το δεύτερο η τοποθεσία στην οποία βρίσκεται το μνημείο. Στην ανάλυσή του ο Miles επίσης διαφοροποιείται μεταξύ του χρόνου και τους παράγοντες. Αναγνωρίζει πως η απόσταση του γεγονότος από την άποψη του χρόνου και του χώρου επηρεάζει τον βαθμό της μακαρβιότητας του προορισμού.

Από θανατολογικής απόψεως, οι Stone και Sharpley το 2008, αποφεύγουν την κλασσική άποψη όπου επικρατείτε επικεντρώνονται στην απήχηση του dark tourism. Η έρευνά τους στηρίχθηκε σε παλαιότερη εννοιολογική προσέγγιση του Stone (2006), η οποία εισήγαγε μια κλασσική δομή όπου διαφοροποιούσε τις οπτικές γωνίες του όρου.

Εργαλεία μεθοδολογίας για να ορισθεί το «σκοτεινό»:

Τα κριτήρια τα οποία χρησιμοποιήθηκαν ήταν αρχικά ο αριθμός των επισκεπτών, οι δαπάνες που πραγματοποιούσαν, ο αριθμός των θανόντων στην τοποθεσία και το επίπεδο της αυθεντικότητας.

Βάση των χαρακτηριστικών αυτών διαβαθμίζεται η «σκοτεινότητα» ενός αξιοθέατου- μνημείου – τοποθεσίας.

Οι Foley και Lennon το 2000 και ο Stone το 2006, πρότειναν κάποια συγκεκριμένα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις τοποθεσίες του dark tourism, όπως για παράδειγμα τα νεκροταφεία και τα μνημεία.

Η θεωρία του Stone (2006) προσφέρει στην ακαδημαϊκή κοινότητα ένα άγκιστρο για να κρεμάσουν το μανδύα του ορισμού του dark tourism.

3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ “DARK TOURISM”

Όπως υποδηλώνει η ονομασία “dark tourism” αναφέρεται στη τουριστική δραστηριότητα η οποία εμβαθύνει στις πιο σκοτεινές πτυχές των ανθρώπινων εμπειριών. Οι Lennon και Foley (2000), διέδωσαν τον ορισμό που προέκυψε από την έρευνά τους στο τομέα του dark tourism.

Ο όρος του dark tourism διατυπώθηκε πρώτη φορά από τους Lennon και Foley το 1996, για να περιγράψει τη σχέση μεταξύ τουριστικών αξιοθέατων και το ενδιαφέρον για το θάνατο και το μακάβριο. Έτσι, προκύπτει ο ορισμός ο οποίος αναφέρεται σε διάφορες τοποθεσίες όπου σχετίζονται με το θάνατο και τον πόνο, φυσικές ή ανθρωπογενείς καταστροφές και φρικαλεότητες .

Αν και άλλοι συγγραφείς έχουν γράψει για το φαινόμενο των τελευταίων χρόνων, αναφέρονται ποικιλοτρόπως σε αυτό το κλάδο του τουρισμού ως “thanatourism” (Seaton, 1996), “blackspots tourism” (Rojek, 1993), “The heritage of atrocity” (Tunbridge & Ashworth, 1996), “sensation sites” (Rojek, 1997) και “morbid tourism” (Bloom, 2000).

Τα μέρη τα οποία ελέγχθηκαν λεπτομερώς περιλαμβάνουν νεκροταφεία, πεδία μαχών, τοποθεσίες που αποδήμησαν διασημότητες,

περιοχές που υπέστησαν καταστροφές, φυλακές, θάλαμοι βασανιστηρίων, μέρη που συνέβησαν γενοκτονίες και μνημεία.

Εύλογα παραδείγματα για την κατανόηση των προαναφερθέντων αποτελούν το κοιμητήριο του Père Lachaise στο Παρίσι όπου οι Oscar Wilde και Jim Morrison είναι θαμμένοι, το Ground Zero, η περιοχή του World Trade Center στη Νέα Υόρκη, το σημείο όπου ο πρόεδρος Κένεντυ δολοφονήθηκε στο Ντάλλας, τα στρατόπεδα θανάτου όπως το Auschwitz στη Πολωνία, εκ των οποίων όλα προσελκύουν τουρίστες σε ποικίλα ποσοστά.

Το ναυάγιο του Τιτανικού το 1912, θεωρείται από τους συγγραφείς ως ένα σύγχρονο προϊόν dark tourism με δίκτυα παγκόσμιας επικοινωνίας, ανησυχίες σχετικά με το νεοτερισμό κι έμφαση στην εμπορευματοποίηση.

Φαίνεται πως οι τοποθεσίες του dark tourism προκαλούν ανησυχίες και αμφιβολίες σχετικά με το περιεχόμενο του νεοτερισμού, για παράδειγμα οι τεχνικές ορθολογικού σχεδιασμού για το ολοκαύτωμα των Εβραίων και η αποτυχία της τεχνολογίας όταν ο αβύθιστος Τιτανικός ναυάγησε, θεωρούν πως ο μοντερνισμός δεν μπορεί να οδηγήσει την κοινωνία σε ένα λαμπρό μέλλον.

Τέλος, οι τοποθεσίες- αξιοθέατα dark tourism συνδυάζουν την εκπαίδευση, με την εκπαίδευση με στοιχεία εμπορευματοποίησης και εμπορικής ηθικής όπου αποδέχεται πως η επίσκεψη είναι μια ευκαιρία να αναπτυχθεί ένα τουριστικό προϊόν. Άλλοι συγγραφείς, ωστόσο, θεωρούν πως το συγκεκριμένο είδος τουρισμού έχει απασχολήσει την ιστορία από πιο παλιά και περικλείει ένα ευρύτερο πεδίο τοποθεσιών από αυτά που πρότειναν οι Foley και Lennon.

Συνοπτικά, παρατίθενται και άλλες εννοιολογικές προσεγγίσεις σχετικά με το φαινόμενο του dark tourism, όπως αναφέρθηκε στην αρχή του κεφαλαίου, για την καλύτερη κατανόηση του είδους.

Chris Rojek, 1993:

“Black Spots Tourism”

Εστιάζει σε μια διπλή σημασία η οποία σχετίζεται με την σκοτεινή πλευρά των κινήτρων των επισκεπτών. Αρχικά, το πραγματικό “blackspot” αναφέρεται σε μια τοποθεσία όπου σηματοδεύτηκε από κάποιο θάνατο. Δεύτερον, ο ορισμός σημαίνει επίσης, σημεία τα οποία υπέστησαν καταστροφές και μέρη όπου διασημότητες είχαν πεθάνει. Και στις δυο περιπτώσεις οι τουρίστες επισκέπτονται τις τοποθεσίες και αφήνουν μηνύματα με τη μορφή σημειωμάτων ή τοιχογραφίες η πιο περίπλοκες τελετουργίες.

Chris Rojek, 1997:

“Sensation Sites”

Ο Rojek, χρησιμοποίησε τον ορισμό “blackspots” για να συμπεριλάβει μια κατηγορία τουριστικών τοποθεσιών τις οποίες αναφέρει ως “sensation sites”.

Είναι τοποθεσίες όπου συνέβησαν μεγάλες καταστροφές που σχετίζονται με βίαιο θάνατο, απαγωγή ή πολιορκία. Παραδείγματα που παραθέτει ο Rojek είναι, στο Lockerbie της Σκωτίας όπου η πτήση 103 του PanAm της Malaysia Airlines εξερράγη με 259 επιβάτες το 1988. Μπορούν να συμπεριληφθούν και πιο σύγχρονα γεγονότα όπως το Ground Zero το 2001 ή το Soham (UK) όπου δυο νεαρά κορίτσια δολοφονήθηκαν το 2002. Το χαρακτηριστικό που διαφέρει τα “blackspots” από τα “sensation sites” είναι ότι τα δεύτερα ενθαρρύνουν τον κόσμο να ταξιδέψουν και νοητικά και πραγματικά.

Bennett Seaton, 1996:

“Thanatourism”

Προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη «θάνατος». Αποτελεί παράδοση που έχει τις ρίζες της στο μεσαίωνα και αναφέρεται σε ταξίδια τα οποία υποκινούνται από την επιθυμία του θανάτου, συχνά βίαιου. Πρόσφατα παραδείγματα περιλαμβάνουν προσκυνήματα που γίνονται σε τοποθεσίες μαρτυρίων ή ενταφιασμό αγίων. Η παρακίνηση για επίσκεψη εντείνεται από τα επίπεδα διασημότητας των ανθρώπων. Η συμπεριφορά του thanatourism αναφέρει τα κίνητρα των ταξιδιωτών και όχι τα χαρακτηριστικά του προορισμού. Περιλαμβάνει επίσης μια συνεχής ένταση με την πιο εντατική μορφή του thanatourism που υπάρχει, όπου οι άνθρωποι έχουν ως κίνητρο αποκλειστικά και μόνο το θάνατο, και την πιο διαδεδομένη μορφή να λαμβάνει χώρο όπου οι νεκροί είναι γνωστοί στον επισκέπτη, για παράδειγμα ο ταξιδιώτης επισκέπτεται ένα μνημείο πολέμου για να θυμηθεί κάποιο συγγενή. Ο thanatourism δεν περιλαμβάνει κάποια επικριτική αξιολόγηση όπως θεωρεί ο Seaton.

Tunbridge and Ashworth, 1996:

“Heritage of Atrocity”

Οι Tunbridge και Ashworth ερευνούν παραδείγματα κληρονομιάς που ενσωματώνουν την διχόνοια ή την έλλειψη ή την συμφωνία στις ιστορίες που λέγονται και τις μορφές ερμηνείας που χρησιμοποιούνται. Οι συγγραφείς που ασχολήθηκαν με το είδος αυτό αναγνώρισαν επτά διαφορετικά είδη φρικαλεότητας.

- I. Φρικαλεότητες που προκύπτουν από φυσικές ή ατυχείς καταστροφές οι οποίες επιδεινώθηκαν από ανθρώπινες παρεμβάσεις ή παραμέληση .

- II. Ομαδικές φρικαλεότητες, όπου διαπράττονται από μια μεγάλη κατηγορία ανθρώπων εις βάρος κάποιας άλλης, όπως για παράδειγμα το δουλεμπόριο.
- III. Φρικαλεότητες πολέμου ή αλλιώς, εγκλήματα πολέμου, όπου γίνεται κατάχρηση πολέμου ενάντια του άμαχου πληθυσμού.
- IV. Σφαγές, όπως αυτή που διαπράχθηκε στις 16 Μαρτίου του 1968 στο χωριό Μι Λαι του Νότιου Βιετναμ, από αμερικανούς στρατιώτες της μεραρχίας Americal. Ο αριθμός των άμαχων πολιτών που σφαγιάστηκαν κυμαίνονταν από 347 έως 504.
- V. Γενοκτονίες όπου αφανίζονται μεγάλοι αριθμοί εθνικών ομάδων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το ολοκαύτωμα των Εβραίων από το 1933 έως και το 1945.
- VI. Καταδιώξεις και δικαστικές διαδικασίες, αποτελούνται από μια κατηγορία φρικαλεότητας που δεν είναι τόσο σοβαρή όσο τα προαναφερθέντα.

Ωστόσο, οι συγγραφείς έχουν διαφορετικές απόψεις για το φαινόμενο του “dark tourism”. Εκτιμάται πως αυτό το είδος τουρισμού από όποια χρονολογική περίοδο και αν προέρχεται, μπορεί να εμπορευματοποιήσει τον θάνατο και την καταστροφή μετατρέποντας τον πόνο σε ψυχαγωγική εμπειρία για τους προσωρινούς επισκέπτες.

Οι Tunbridge και Ashworth το 1996, τονίζουν το ενδεχόμενο πολυφωνίας ή ασυμφωνίας σε πολλές τοποθεσίες, ιδιαίτερα εκεί που το θέαμα του θύματος και του αυτουργού δεν γίνονται με τον ίδιο τρόπο. Άλλοι ερευνητές θεωρούν πως τα συσχετιζόμενα με το θάνατο αξιοθέατα δεν είναι ακριβώς σκοτεινά, αντιθέτως επιδεικνύουν διάφορες μορφές του μακάβριου (Stone, 2006).

3.3 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ “DARK TOURISM”

Ο ήλιος και η θάλασσα αποτελούσαν βασικό κίνητρο για τις διακοπές των τουριστών με την πάροδο των χρόνων όμως αυξήθηκε η τάση προς τον εναλλακτικό τουρισμό λόγω της κουλτούρας της εκάστοτε περιοχής. Αυτό ενθαρρύνει την αναζήτηση για πιο σκοτεινά είδη τουρισμού, με τον dark tourism να αποτελεί ένα από αυτά.

Το κίνητρο για επίσκεψη σε σκοτεινές τοποθεσίες ή ιερά σημεία αποτελούν από μόνα τους πολύπλοκα και ανόμοια, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ένα πλήθος αιτιολογιών για τον συσχετισμό με το μακάβριο. Τα κίνητρα και οι καταναλωτικές συνήθειες για την επίσκεψη ενός dark προορισμού είναι υπό έρευνα. (Sharpley & Stone, 2009).

Οι επισκέπτες των τοποθεσιών – αξιοθέατων του είδους, συνήθως παρακινούνται από βαθύτερα αίτια. Η δήλωσε πως το θέλγητρο του θανάτου και της καταστροφής ήταν, είναι και θα συνεχίσει να είναι βασικό κίνητρο για ταξίδι. Οι ρίζες του κινήτρου αυτού ανάγονται στην αρχαιότητα όταν τα προσκυνήματα αποτελούσε μια συνιθισμένη μορφή ταξιδιού. Εμπλέκοντας το ταξίδι σε περιοχές συσχετιζόμενες με τον θάνατο ενός ατόμου με ιδιαίτερη θρησκευτική θέση και κάποιες φορές ήταν σπουδαίοι μυστικιστές. Τα κίνητρα τα οποία μελετήθηκαν περισσότερο παρατίθενται ως εξής:

Επίσκεψη σε τοποθεσίες όπως, νεκροταφεία και τάφους συνήθως έγκειται από την ανάγκη του επισκέπτη για αναπόληση πνευματικού ή αναδρομικού σκοπού.

Τέτοιου είδους τουρισμός, προκαλεί στον επισκέπτη ανατριχίλα ή κίνδυνο με αποτέλεσμα να προκαλεί το ενδιαφέρον του και συνεπώς να θέλει να μάθει ακόμη περισσότερα.

Με την αναγνώριση του είδους, ειδικοί φορείς του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλουν στην νομιμοποίηση και επιβεβαίωση γεγονότων που έχουν γίνει, δηλαδή, εγκλήματα, δολοφονίες και καταστροφές.

Ακόμη, επισφραγίζεται η αυθεντικότητα και γνωστοποιείται το άτομο ή η περιοχή.

Μέσω της επίσκεψης σε τοποθεσίες που σχετίζονται με τον μακάβριο τουρισμό, ο επισκέπτης νιώθει την ανάγκη για αυτοανακάλυψη και βιώνει μια εσωτερική ανάγκη για περαιτέρω μάθηση.

Η επίσκεψη σε εικονικές τοποθεσίες που έχουν απαθανάτισει γεγονότα, όπως αυτή στα διαμερίσματα της Dakota που διαδραματίζει την δολοφονία του John Lennon, κάνουν τον επισκέπτη να νιώθει ανατριχίλα.

Όταν ένα αξιοθέατο βρίσκεται σε διάσημη πόλη, όπως για παράδειγμα το Κολοσσαίο στη Ρώμη, ο τουρίστας εκτός από την περιήγηση για το συγκεκριμένο αξιοθέατο, έχει επίσης τη επιλογή να νιώσει οικεία στη πόλη με το να κάνει και άλλες τουριστικές δραστηριότητες.

Οι καινούριες τοποθεσίες – αξιοθέατα, προσελκύουν ολοένα και μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών, εξαιτίας της περιέργειας του επισκέπτη να μάθει την εξέλιξη του γεγονότος.

Ακόμη, το προσκύνημα για θρησκευτικούς λόγους αποτελεί ένα ακόμη κίνητρο. Παράδειγμα, το Mecca στη Σαουδική Αραβία είναι η ιερότερη πόλη των Μουσουλμάνων και βρίσκεται το ιερότερο τέμενος, που οι πιστοί στρέφονται να εκπληρώσουν τις θρησκευτικές τους υποχρεώσεις.

Τέλος, η ανάμνηση και η εμπάθεια κατά την επίσκεψη σε σημεία όπως το παλιό ρολόι στο Trafford όπου το 1958, συγκρούστηκε το αεροπλάνο του Μονακό.

Αναμφισβήτητα, σύμφωνα με τις έρευνες, στο επίκεντρο του dark tourism βρίσκεται ο φόβος για το θάνατο και η θνησιμότητα της ανθρωπότητας.

3.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΩΝ

Σύμφωνα με τον Isaac 2015, τα συναισθήματα κυμαίνονται σε δυο φάσματα, από το σκοτάδι στο φώς και από το αδύναμο στο δυνατό, συνεπώς οι ερωτώμενοι δεν μπορούν να απαντήσουν σε μια ερώτηση τύπου: «πώς νιώθει ο επισκέπτης;».

Στην έρευνα που ολοκληρώθηκε (Podoschen et.al. 2015), δεν υπάρχει συστηματική δομή ώστε να διακρίνει και να επιγράφει, πόσο μάλλον να μετρήσει τα συναισθήματα. Για το λόγο αυτό ερευνάται η έννοια της έντασης ως την ποιότητα που έχει επηρεαστεί, συνεπώς εξετάζονται τα επίπεδα της επίδρασής τους στους συμμετέχοντες. Επιπλέον, οι Giorgi (1994) και Sandberg (2005), προειδοποίησαν ότι οι έρευνες καταφεύγουν σε θετικιστικές προσεγγίσεις. Καθώς οι ερευνητές επεδίωκαν να ολοκληρώσουν τη μεταμοντέρνα ή αισθητικά κεντρική προσέγγιση, αντιλήφθηκαν πως και οι ίδιοι είναι τοποθετημένοι σε ένα μορφωμένο βασίλειο, το οποίο κυριαρχείται από τις θετικιστικές παρατάξεις (Askegaard, 2014).

Ο Isaac (2015), προσθέτει αξιόλογους στοχασμούς για το συναίσθημα στις εμπειρίες που σχετίζονται με τουριστική δραστηριότητα. Εμβαθύνει στον ρόλο των συναισθημάτων σχετικά με τον dark tourism και τον δυστοπικό dark tourism.

Πιο συγκεκριμένα, ο Isaac (2015) τόνισε ότι οι ηδονικές τοποθεσίες είναι το αντίθετο των σκοτεινών τοποθεσιών. Στην έρευνα που ολοκληρώθηκε, η προσέγγιση των συναισθημάτων ποικίλλει από το εξαιρετικά θετικό στο εξαιρετικά αρνητικό. Συνοπτικά, δεν

υποδηλώνεται πως οι τουρίστες αντιμετωπίζουν σκοτεινά συναισθήματα, αντιθέτως το DDT (Dystopian Dark Tourism) πρότυπο υποδηλώνει πως η συναισθηματική μετάδοση μεταξύ καταναλωτών μπορεί να συγκεντρώσει ή να διασπάσει (όχι απαραίτητως αρνητικά) συναισθήματα ή προσποιήσεις. Για παράδειγμα, η εμπειρία του ενθουσιασμού της φυγής από το σημείο όπου διαπράχθηκε ένα έγκλημα.

Επιπρόσθετα, υποστηρίζει πως τα συναισθήματα είναι βραχύβια, άμεσες αντιδράσεις ή μια μακροπρόθεσμη νοοτροπία αλλαγής συναισθημάτων. Τα συναισθήματα διαρκούν σχετικά μια μικρή περίοδο του χρόνου, ενώ οι διαθέσεις διαρκούν ώρες, μέρες εβδομάδες και οτιδήποτε διαρκεί περισσότερο. Πιθανώς, αναφέρονται σε ψυχικές διαταραχές ή προσωπικά χαρακτηριστικά (Oatley, Keltner, and Jenkins, 2006) και δεν συμπεριλαμβάνονται απαραίτητως στο πρότυπό μας. Σύμφωνα με τον Rami K. Isaac, είναι πολύ δύσκολο έως ακατόρθωτο, για τους τουρίστες να εκτεθούν συναισθηματικά, διότι η απάντηση δεν έχει συστηματική δομή ώστε να αφήσει τόσα συναισθήματα να μετρηθούν ή να διακριθούν.

Η προσέγγιση του Keith Oatley (2006), υποστηρίζει πως τα συναισθήματα γενικά προσδιορίζονται διαφορετικά από τους θεωρητικούς. Ωστόσο, οι περισσότεροι συμφωνούν πως τα συναισθήματα μεταφέρουν σημαντικές κοινωνικές λειτουργίες και βοηθούν τα άτομα να πετύχουν τους στόχους τους.

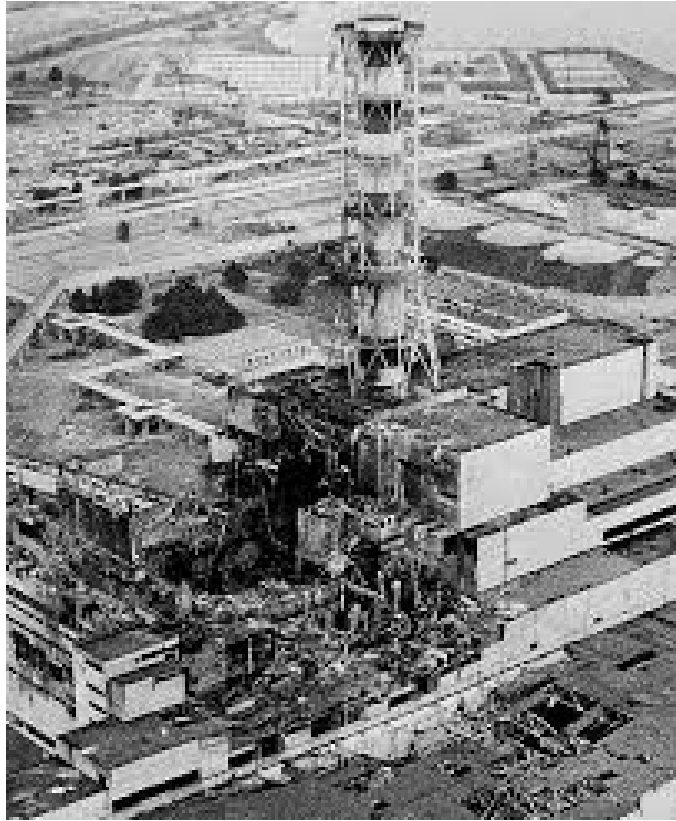
3.5 ΤΑ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ DARK TOURISM ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ



1. Ground Zero, New York City, USA



2. The London Dungeon, London, England



3. Chernobyl, Pripyat, Ukraine



4. Auschwitz Concentration Camp, Poland



5. Haus der Geschichte, Bonn, Germany



6. Missouri State Penitentiary, Jefferson City, Missouri



7. Kigali Genocide Memorial Center, Kigali, Rwanda



8. Choeung Ek Genocide Center, Phnom Pehn, Cambodia



9. Hiroshima, Japan



10. The penal colony of Cayenne (Bagne de Cayenne) or Devil's Island (Île du Diable), Guiana, French

ΤΑ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ DARK TOURISM ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



1. Σπιναλόγκα



2. Γυάρος



3. Παλαμήδι



4. Λευκός Πύργος



5. Λίμνη Παμβώτιδα



6. Νησί της κυρά – Φροσύνης



7. Κούγκι



8. Φυλακές Ωρωπού



9. Νήσος Ψαρά



10. Φραγκοκάστελο

3.6 Ο DARK TOURISM ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ειδική αυτή μορφή τουρισμού δεν έχει διαδοθεί στην Ελλάδα καθώς αν και υπάρχουν περιπτώσεις μικρής κλίμακας δεν έχουν τεθεί οι βάσεις για την προώθησή του. Εν αντιθέσει με το εξωτερικό που έχουν αναπτυχθεί οι απαραίτητες στρατηγικές μάρκετινγκ και πλέον το είδος του dark tourism αποτελεί, όπως προαναφέρθηκε στα πιο πάνω κεφάλαια, φαινόμενο.

Η Ελλάδα αναμφισβήτητα αποτελεί πόλο έλξης για όλα τα είδη τουρισμού εξαιτίας πολλών παραγόντων, όπως της γεωγραφικής της θέσης που ευνοεί την ανάπτυξη και την εξέλιξη ήδη αναγνωρισμένων μορφών και ειδών τουρισμού.

Πιο συγκεκριμένα, ο Ελλαδικός χώρος αποτελεί την γενέτειρα του πολιτισμού και της δημοκρατίας. Από τα αρχαία ακόμη χρόνια η Ελλάδα ήταν πρωτοπόρος σε όλους τους πολιτιστικούς τομείς καθώς παρατηρούνταν ραγδαία εξέλιξη στο συγκεκριμένο κλάδο.

Η ραγδαία αυτή εξέλιξη, συνέβαλλε στην κατασκευή πολλών πολιτιστικών κέντρων με σκοπό την εξασφάλιση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Με αποτέλεσμα, η Ελλάδα να παρέχει τη δυνατότητα πραγματοποίησης και άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού εκτός από αυτών που σχετίζονται με τη θάλασσα και την αναψυχή.

Έτσι, από τα αρχαία ακόμη χρόνια η Ελλάδα προσέλκυε τουρίστες εξ' ολοκλήρου για τον πολιτιστικό της τουρισμό. Με την πάροδο των χρόνων, όμως, αναπτύχθηκαν και άλλα είδη τουρισμού που ήταν συνδυασμός και άλλων μορφών τουρισμού.

Στην παρούσα εργασία, όπου αναλύεται το φαινόμενο του dark tourism, παρατηρείται πως ενώ στο εξωτερικό έχουν γίνει οι απαραίτητες μελέτες για την σωστή προώθησή του, με αποτέλεσμα το είδος είναι αυτόνομο και συνεχώς να εξελίσσεται, στην Ελλάδα ο επισκέπτης δεν

έχει κατανοήσει πλήρως την έννοιά του και συνεπώς δεν μπορεί να το ακολουθήσει χωρίς βαθύτερο κίνητρο.

Για το λόγο αυτό στην Ελλάδα το φαινόμενο του dark tourism, συνδυάζει τον ιστορικό, πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό, ώστε να αποκτήσει ο επισκέπτης επιπλέον κίνητρα για την επίσκεψη και να καταλάβει την ιδιότητα του είδους.

Εν κατακλείδι, στον Ελλαδικό χώρο το είδος του dark tourism μπορεί να αναπτυχθεί με τις απαραίτητες ενέργειες από το κράτος και τους ιδιωτικούς φορείς αλλά δεν θα αποτελέσει ένα βραχύβιο είδος τουρισμού λόγω της πολυπλοκότητας που τον διέπει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή της μελέτης, ώστε να πιστοποιηθεί η εγκυρότητα της ίδιας όσο και των αποτελεσμάτων της. Αναφέρονται οι πηγές πληροφόρησης και η διαδικασία σχεδιασμού του ερωτηματολογίου. Ακόμη επισημαίνονται τα προβλήματα που αντιμετωπίστηκαν και τα συμπεράσματα που προέκυψαν μέσω αυτών.

4.1.2 Σκοπός Έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να διερευνηθεί η αναγνωρισιμότητα του dark tourism ως νέα μορφή τουρισμού, η απήχυσή του και η πιθανή μελλοντική πορεία του είδους αυτού.

4.1.3 Πηγές πληροφόρησης

Για την πραγματοποίηση της μελέτης συλλέχθηκαν στοιχεία από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές. Για αρχή, επειδή το αντικείμενο της έρευνας ήταν πολύ εξειδικευμένο, παρατίθεται ο ορισμός του τελευταίου, αποσκοπώντας στην κατανόησή του ερωτώμενου.

Όσο αφορά την δευτερογενή έρευνα τα δεδομένα που συλλέχθηκαν ήταν έτοιμα στοιχεία μέσω του διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, στο διαδίκτυο βρέθηκε ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών μέσω άρθρων συσχετιζόμενων με το dark tourism κυρίως από αγγλική

βιβλιογραφία, όπως επίσης και φορείς που εμπλέκονται με το τουρισμό. Τέτοιοι φορείς είναι: ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού.

Για την πρωτογενή έρευνα, τα δεδομένα συλλέχθηκαν με τη μέθοδο ερωτηματολογίου και παρακολούθησης της εξέλιξης της μελέτης και την διεξαγωγή των συμπερασμάτων.

4.1.4 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Κατά το στάδιο του σχεδιασμού του ερωτηματολογίου, διατυπώθηκαν οι σκοποί της έρευνας και προσδιορίστηκαν τα ζητούμενά της, δηλαδή το πλήθος στο οποίο αναφέρθηκε η έρευνα και κατά πόσο γνώριμο είναι το είδος του dark tourism. Έπειτα, επιλέχθηκε η μέθοδος πραγματοποίησής της και σχεδιάστηκε η υλοποίησής της. Έτσι, αρχικά επιλέχθηκε το δείγμα των ατόμων που συμμετέχουν στην έρευνα ανάλογα με τους σκοπούς της έρευνας.

Τα άτομα τα οποία συμμετείχαν στην έρευνα ήταν κυρίως φοιτητές, μεταπτυχιακοί φοιτητές και καθηγητές τουριστικών επιχειρήσεων. Στη συνέχεια σχεδιάστηκαν τα ερωτηματολόγια ανάλογα με την ομάδα στην οποία απευθύνονταν.

Οι ερωτήσεις ήταν κατά κύριο λόγο κλειστού τύπου, πιο συγκεκριμένα πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεις κατάταξης για την ανάλογη βοήθεια προς τους ερωτώμενους εξαιτίας της εξειδίκευσης του θέματος της έρευνας.

Παράδειγμα ερώτησης κατάταξης:

7. Ποιος θεωρείται πως είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος διάδοσης του "Dark tourism";

1. Διαδίκτυο
2. Ενημερωτικά φυλλάδια από τα πολιτιστικά κέντρα της εκάστοτε περιοχής
3. Ανάδειξη αυτής της μορφής τουρισμού μέσω των ταξιδιωτικών πρακτορείων
4. MME
5. Επιχορηγούμενα από το κράτος σεμινάρια

Παράδειγμα ερώτησης πολλαπλής επιλογής:

10. Πιστεύετε πως ο "Dark tourism" θα έχει την απήχηση η οποία απαιτείται ώστε να εξελιχθεί σε μια δημοφιλή μορφή εναλλακτικού τουρισμού;

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Το δείγμα στο οποίο αρχικά αναφερόταν η έρευνα αποτελούνταν από ποικίλλες ηλικίες. Στη συνέχεια όμως προέκυψαν προβλήματα στην διεκπαιρέωση της έρευνας με αποτέλεσμα να περιοριστεί το δείγμα σε άτομα τα οποία είχαν σχέση με τα τμήματα των Τουριστικών Επιχειρήσεων. Έτσι, τα ερωτηματολόγια περάστηκαν στις κλειστές ομάδες των τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων στην Πάτρα, στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη αντίστοιχα.

Συνεπώς η έρευνα ολοκληρώθηκε με τη μέθοδο της στρωματοποιημένης τυχαίας δειγματοληψίας, όπου από τα στρώματα του πληθυσμού επιλέχθηκε ένα συγκεκριμένο δείγμα.

Το χρονικό διάστημα το οποίο χρειάστηκε για την ολοκλήρωση της έρευνας ήταν από 16/02/2016 έως 16/03/2016. Η συλλογή δεδομένων έγινε μέσω e-mail.

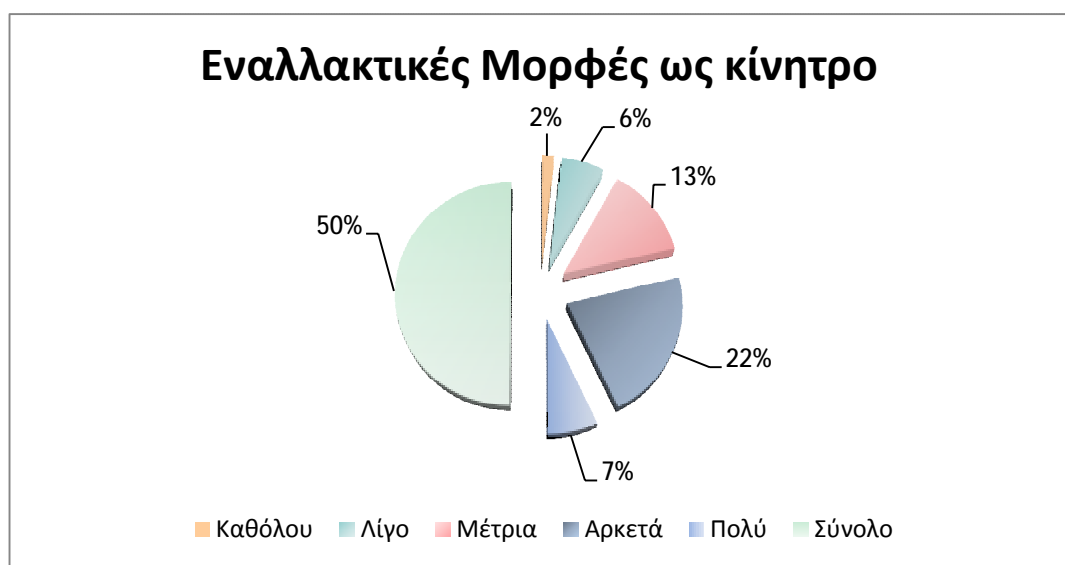
4.1.5 ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην έρευνα που ακολουθεί απαντήθηκαν 144 ερωτηματολόγια από φοιτητές ακόμη και καθηγητές, των τμημάτων Τουριστικών επιχειρήσεων της Πάτρας, Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Από το τμήμα της Πάτρας οι συνολικές απαντήσεις που συλλέχθηκαν ήταν 49, από το τμήμα της Αθήνας 79 και από της Θεσσαλονίκης 16. Η συλλογή των απαντήσεων δεν ήταν καθόλου εύκολη διότι οι ερωτώμενοι δεν ήταν ιδιαίτερα πρόθυμοι να απαντήσουν.

1. Πιστεύετε πως η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα προσελκύει μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών:

Αρκετά	62
Καθόλου	5
Λίγο	18
Μέτρια	38
Πολύ	20
Σύνολο	143

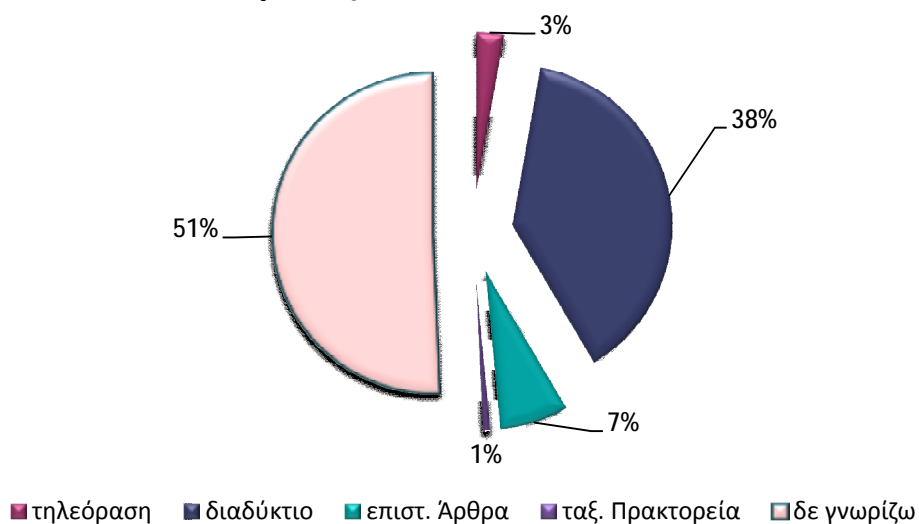


Οι απαντήσεις υποδηλώνουν πως ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της τάξεως των 43%, θεωρεί πως οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμβάλλουν πολύ στην προσέλκυση των τουριστών. Σε αντίθεση με το 3,5% των ερωτηθέντων που πιστεύει πως η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών δεν αποτελεί κίνητρο για την επίσκεψη των τουριστών.

2. Γνωρίζετε για την εναλλακτική μορφή τουρισμού dark tourism από:

Τηλεόραση	4
Διαδίκτυο	55
Επιστημονικά άρθρα	10
Ταξιδιωτικά πρακτορεία	1
Δε γνωρίζω	72
Σύνολο	142

Επίγνωση του dark tourism από:

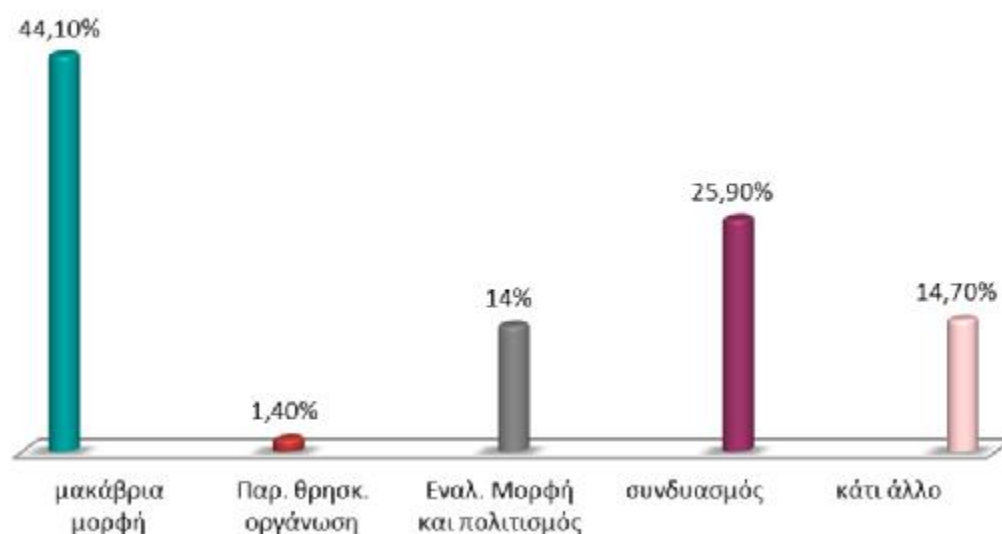


Σύμφωνα με τις απαντήσεις οι περισσότεροι ερωτώμενοι, δηλαδή το 51% δεν έχουν καμία επίγνωση του είδους. Ενώ όσοι γνωρίζουν για το συγκεκριμένο είδος είναι από το διαδίκτυο (39%).

3. Με τον όρο «dark tourism» αμέσως καταλαβαίνετε:

Μακάβρια μορφή τουρισμού	63
Παραθρησκευτική οργάνωση	2
Μορφή εναλλακτικού τουρισμού που σχετίζεται και με το πολιτισμό	20
Ένα συνδυασμό εναλλακτικών μορφών τουρισμού	37
Κάτι άλλο	21
Σύνολο	143

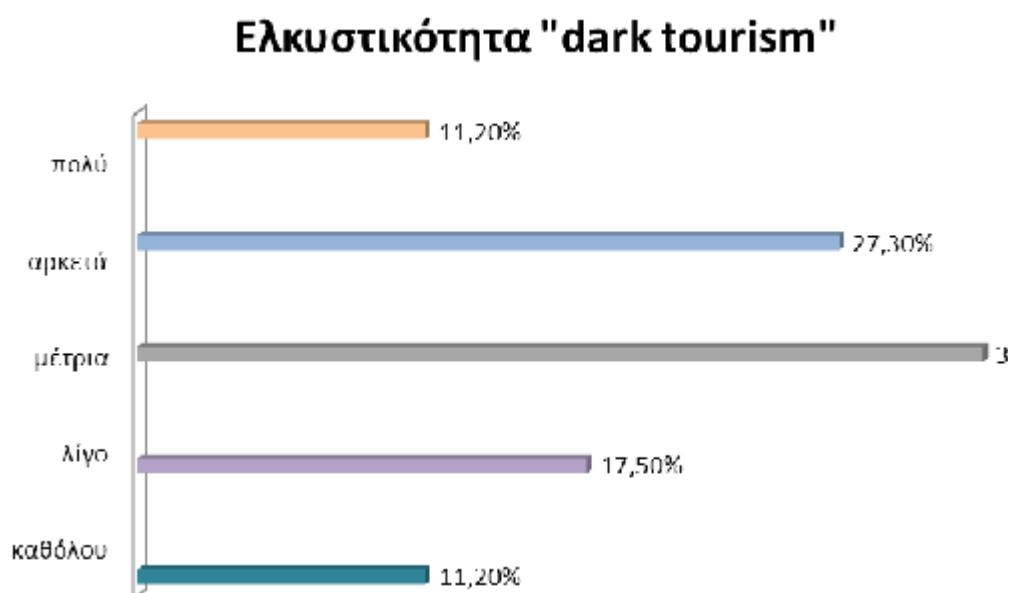
Τι είναι "dark tourism"



Σύμφωνα με τις απαντήσεις το 44,1% των ερωτηθέντων εκτιμά πως ο ορισμός “dark tourism” απευθύνεται σε κάποια μακάβρια μορφή τουρισμού, λογικά εξαιτίας του ονόματος. Σε αντίθεση με το 25,9% που απάντησε σωστά πως είναι συνδυασμός πολλών ειδών τουρισμού.

4. Κατατάξτε το είδος του “dark tourism” κατά την ελκυστικότητά του:

Καθόλου	16
Λίγο	25
Μέτρια	47
Αρκετά	39
Πολύ	16
Σύνολο	143

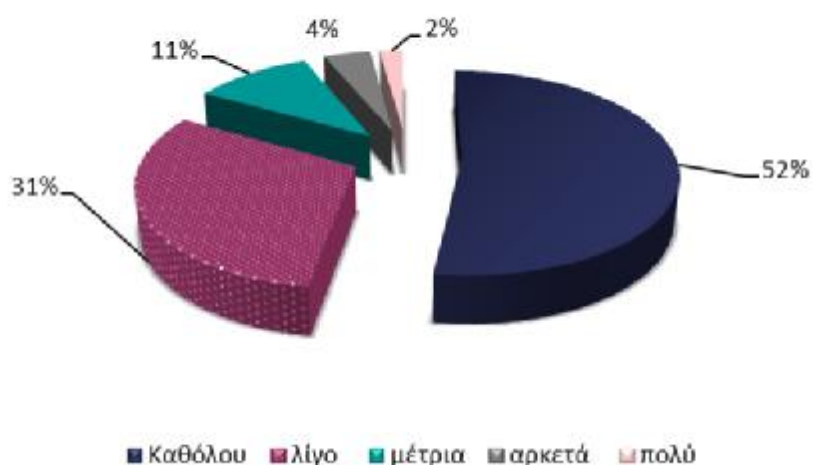


Το 32,9% των ερωτηθέντων βρίσκει μέτρια την ελκυστικότητα του “dark tourism”. Το 27,3% θεωρεί αρκετά ελκυστικό το είδος, ενώ στο 11,2% κυμαίνονται το πολύ και το καθόλου. Το υπόλοιπο 17,5% θεωρεί λίγο ελκυστικό το είδος.

5. Θεωρείται πως το είδος του “dark tourism” είναι διαδομένη μορφή στην Ελλάδα συγκριτικά με το εξωτερικό:

Καθόλου	75
Λίγο	44
Μέτρια	15
Αρκετά	6
Πολύ	3
Σύνολο	143

Σύγκριση Ελλάδας- εξωτερικού σχετικά με το είδος



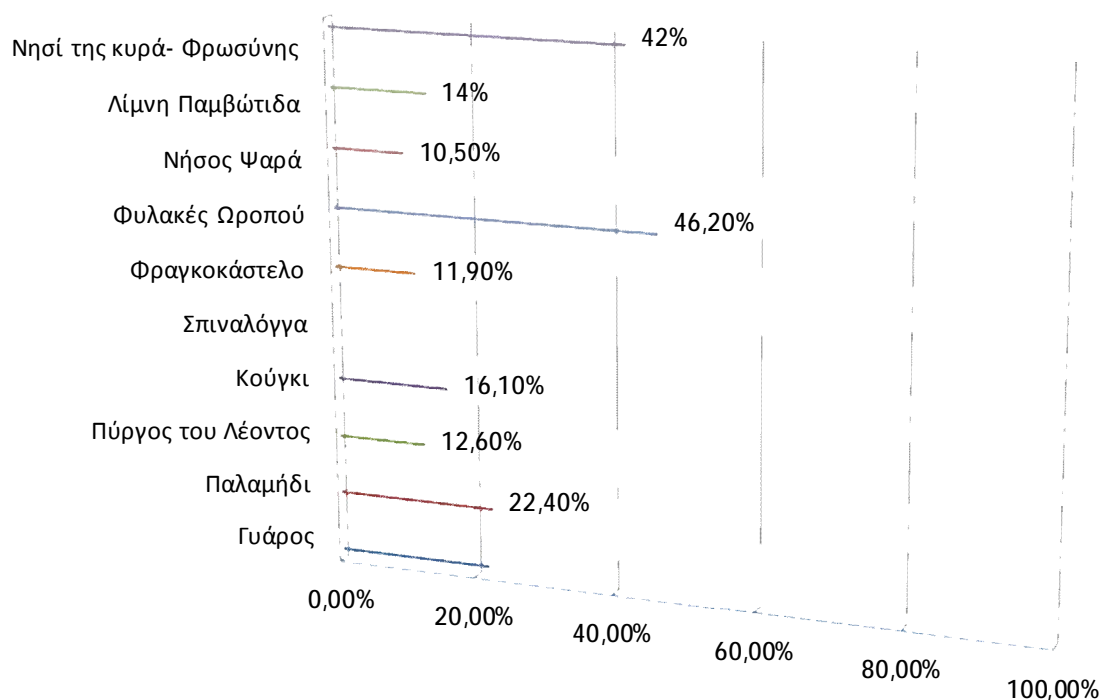
Όπως παρατηρείται από τις απαντήσεις των ερωτώμενων, το μεγαλύτερο ποσοστό (52%) εκτιμά πως το συγκεκριμένο είδος του τουρισμού δεν θεωρείται καθόλου διαδομένη μορφή για την περιοχή

του Ελλαδικού χώρου συγκριτικά με το εξωτερικό. Αμέσως μετά το 31% βρίσκει τη λίγο διαδεδομένη, το 11% μέτρια, το 4% αρκετά και το υπόλοιπο 2% πολύ διαδεδομένη μορφή για την Ελλάδα σε σχέση με το εξωτερικό.

6. Ποια από τα παρακάτω αξιοθέατα πιστεύετε πως ανήκουν στην κατηγορία του “dark tourism” :

Γυάρος	31
Παλαμήδι	32
Πύργος του Λέοντος	18
Κούγκι	23
Σπιναλόγγα	131
Φραγκοκάστελο	17
Φυλακές Ωροπού	66
Νήσος Ψαρά	15
Λίμνη Παμβώτιδα	20
Νησί της κυρά- Φρωσύνης	60
Σύνολο	143

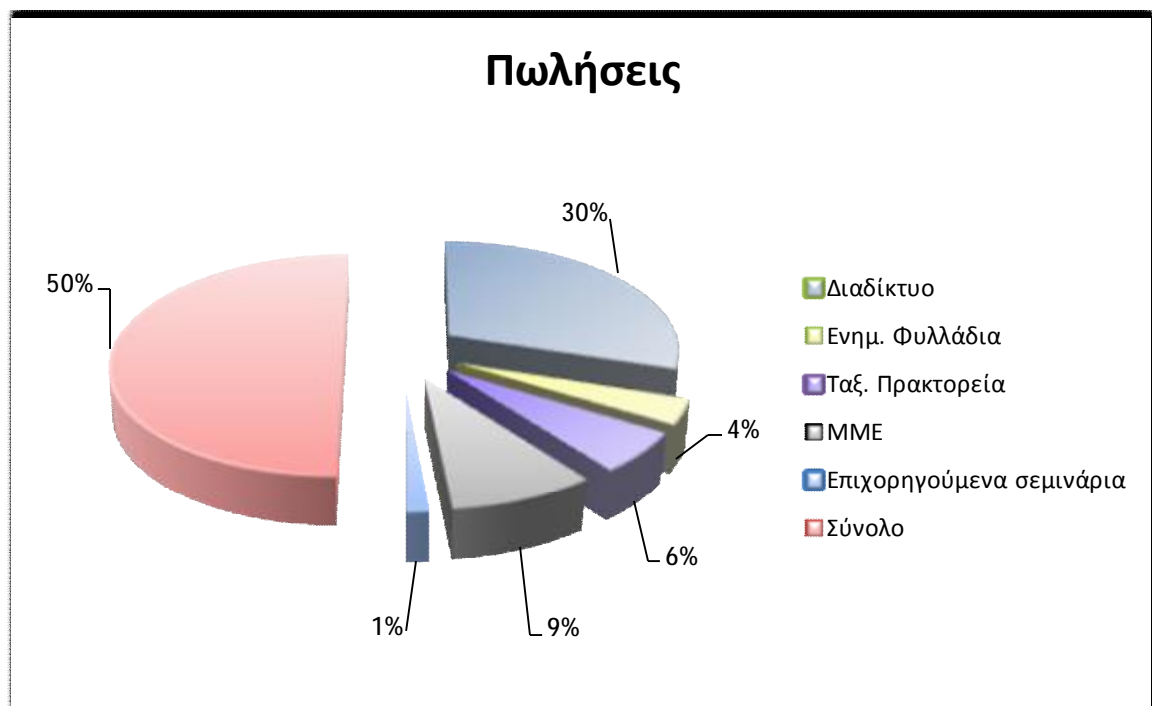
Αξιοθέατα Dark Tourism στην Ελλάδα



Η ερώτηση αυτή αποσκοπούσε στο να εννοήσουμε εμείς τι γίνεται αντιληπτό στους ερωτώμενους με τον όρο του dark tourism μέσω μιας λίστας αξιοθέατων. Η κατάταξη των απαντήσεων ήταν υποχρεωτικά σε πεντάβαθμη κλίμακα. Από τα δέκα αξιοθέατα-μέρη που είχαμε πρώτο βγήκε η Σπιναλόγγα με ποσοστό 91,6% που υποδηλώνει πως η ερωτηθέντες είχαν κάποια επίγνωση του όρου, δεύτερο οι φυλακές Ωροπού με ποσοστό 46,2%, τρίτο το Νησί της κυρά- Φρωσύνης με ποσοστό 42%, τέταρτο το Παλαμήδι με 22,4% και τελευταίο στη κατάταξη των ερωτηθέντων ήταν η Γυάρος με 21,7%. Βάση των αποτελεσμάτων γίνεται διακριτό πως οι ερωτηθέντες έχουν την ακριβής επίγνωση του είδους, αυτό όμως δεν αναγνωρίζεται και στις υπόλοιπες ερωτήσεις σε τέτοιο βαθμό.

7. Ποιος θεωρείται πως είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος διάδοσης του “dark tourism” :

Διαδίκτυο	81
Ενημερωτικά φυλλάδια από τα πολιτισμικά κέντρα της εκάστοτε περιοχής.	10
Ανάδειξη της μορφής μέσω των ταξιδιωτικών πρακτορείων.	16
MME	24
Επιχορηγούμενα από το κράτος σεμινάρια	4
Σύνολο	135



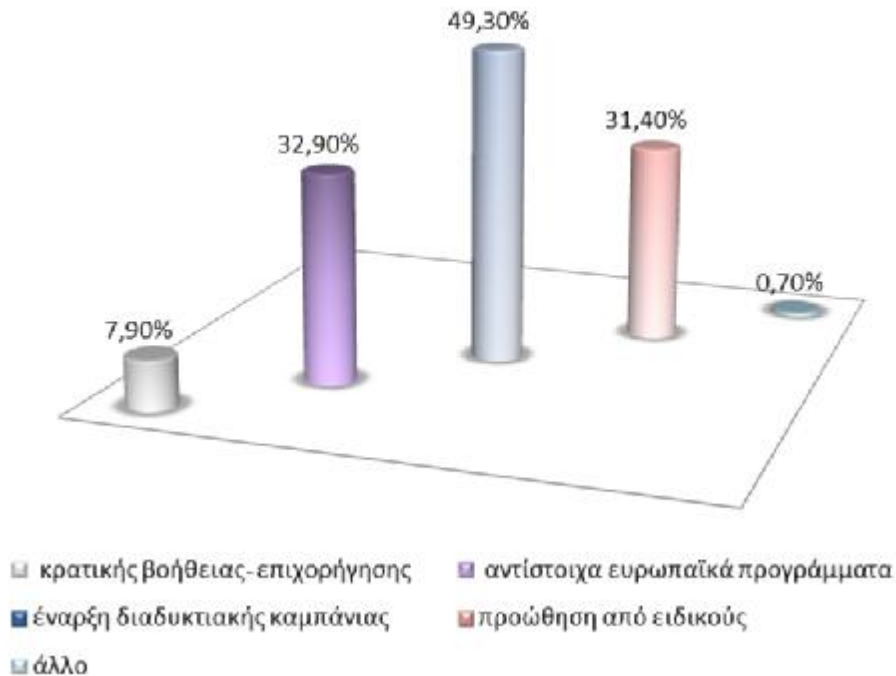
Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν, το 60% το οποίο αντιστοιχεί σε 81 άτομα, εκτιμά πως ο πιο αποτελεσματικός τρόπος διάδοσης του είδους είναι το διαδίκτυο. Λογικό, διότι το διαδίκτυο αποτελεί πλέον την κυρίαρχη πηγή άντλησης πληροφοριών και μέσο αλλοτρίωσης των προσωπικών απόψεων. Αμέσως επόμενος τρόπος διάδοσης με ποσοστό 18% είναι τα ΜΜΕ, ύστερα τα ταξιδιωτικά πρακτορεία με 12% και τελευταία έρχονται τα επιχορηγούμενα από το κράτος σεμινάρια για την σωστή ενημέρωση του είδους, με ποσοστό 3%.

Παρατήρηση: Ενδιαφέρον προκαλεί η αποχή ερωτώμενων από την ερώτηση αυτή.

8. Τι θα κάνατε για να αναπτυχθεί ο “dark tourism” :

Αναζήτηση κρατικής βοήθειας – επιχορήγησης	11
Αναζήτηση σε αντίστοιχα ευρωπαϊκά προγράμματα	46
Έναρξη διαδικτυακής καμπάνιας βασιζόμενη στο διαδίκτυο και τα δίκτυα	69
Θα απευθυνόσασταν σε ειδικούς του τουρισμού για την προώθησή του.	44
Άλλο	1
Σύνολο	140

Τρόποι ανάπτυξης του είδους

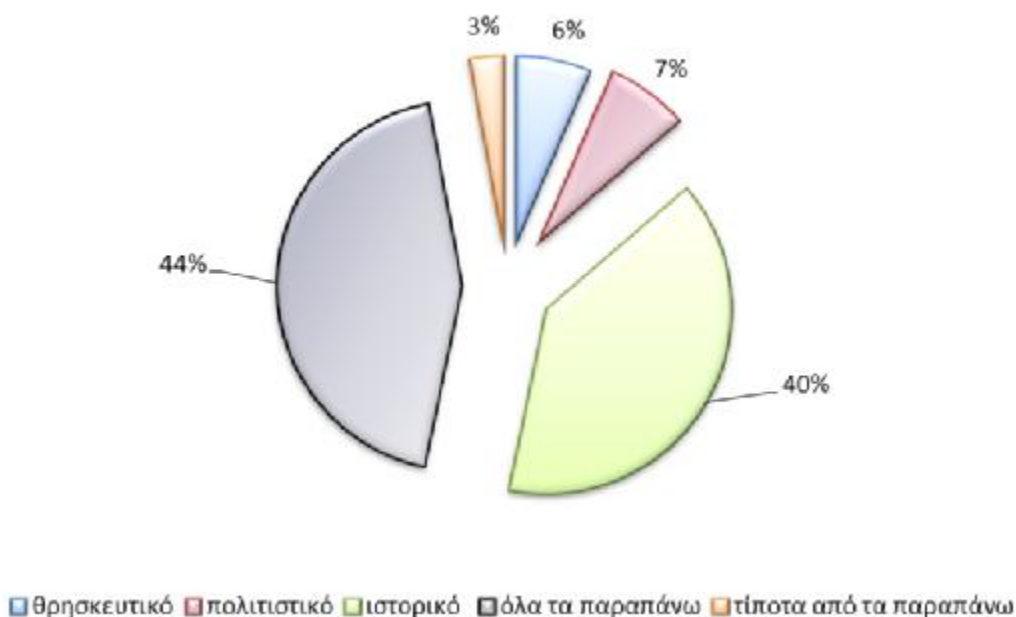


Βάση των απαντήσεων οι οποίες λήφθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου για τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους ανάπτυξης του είδους στο οποίο αναφέρεται η παρούσα εργασία, το ποσοστό της τάξεως του 49,3% αναφέρει πως θα ξεκινούσε καμπάνια η οποία θα ήταν βασισμένη στα δίκτυα και το διαδίκτυο. Αμέσως μετά με 32,9% τα ευρωπαϊκά προγράμματα, με 31,4% θα απευθυνόταν σε ειδικό σχετικά με το τουρισμό για την προώθηση. Μόνο το 7,9% θα αναζητούσε κρατική χορηγία- βοήθεια και τέλος, το 0,7% θα αναζητούσε έναν άλλο τρόπο ανάπτυξης του είδους. Ωστόσο, επιβεβαιώνεται το γεγονός ότι το διαδίκτυο είναι υπαίτιο για τις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού.

9. Με ποιες άλλες μορφές τουρισμού θεωρείται πως συνδυάζεται ο “dark tourism” στην Ελλάδα:

Θρησκευτικό	9
Πολιτιστικό	10
Ιστορικό	55
Όλα τα παραπάνω	61
Τίποτα από τα παραπάνω	4
Σύνολο	139

Είδη με τα οποία συνδυάζεται ο "dark tourism"



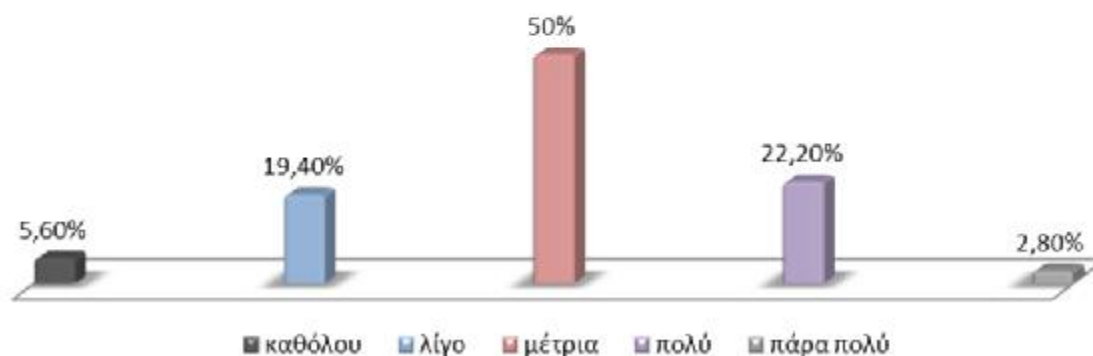
Στο παραπάνω διάγραμμα το 44% θεωρεί πως το είδος στο οποίο αναφέρεται η εργασία είναι συνδυασμός από άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, από τον θρησκευτικό, τον πολιτιστικό και τον ιστορικό τουρισμό. Ενώ το 40% πιστεύει πως συμπεριλαμβάνει μόνο τον ιστορικό, το 7% θεωρεί πως συμπεριλαμβάνει το πολιτιστικό. Αντίστοιχα, το 6% αντιλαμβάνεται πως συνδυάζεται και με το θρησκευτικό ενώ το 3% με

τίποτα από τα προαναφερθέντα. Από τις απαντήσεις φαίνεται πως οι συνάδελφοι ερωτώμενοι διχάζονται ως προς τι αποτελεί τον dark tourism.

10. Πιστεύετε πως ο “Dark tourism” θα έχει την απήχηση η οποία απαιτείται ώστε να εξελιχθεί σε μια δημοφιλή μορφή εναλλακτικού τουρισμού:

Καθόλου	8
Λίγο	28
Μέτρια	72
Πολύ	32
Πάρα Πολύ	4
Σύνολο	144

Απήχηση “Dark tourism” ως μορφή τουρισμού



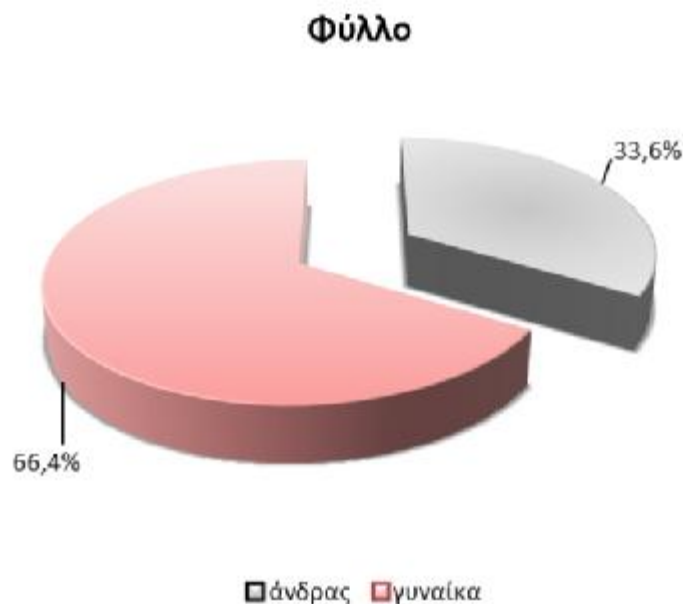
Στο ερώτημα εάν ο dark tourism θα έχει την απήχηση η οποία απαιτείται ώστε να εξελιχθεί σε μια δημοφιλή μορφή εναλλακτικού τουρισμού, το 50% των ερωτηθέντων απάντησε πως μέτρια θα ήταν η

απήχηση αυτή. Αντιθέτως, το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή το 22,2% απάντησε πως θεωρεί ότι θα έχει πολύ μεγάλη απήχηση στο να εξελιχθεί σε μια δημοφιλή μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Το 19,4% απάντησε λίγο, το 5,6% καθόλου και το 2,8% πάρα πολύ. Είναι ευδιάκριτο πως οι απαντήσεις είναι κυρίως μέτρια και ακολουθεί το πολύ.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλλο:

Άνδρας	48
Γυναίκα	95
Σύνολο	143



Λόγω του ότι χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας οι ηλικίες που κυριάρχησαν με ποσοστό 67% είναι μεταξύ των 18-25. Όπως προαναφέρθηκε η έρευνα περιορίστηκε κατά πολύ εξαιτίας της αποχής των ερωτώμενων αρχικά. Συνεπώς, το δείγμα στο οποίο αναφέρθηκε η έρευνα ήταν άτομα ηλικίας 18-25 και φοιτητές των τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων.

4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι ερωτώμενοι που επιλέχθηκαν για να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο, ασχολούνται με τη βιομηχανία του τουρισμού, και πάλι όμως αντιμετωπίστηκαν δυσκολίες στην διεκπεραίωση της έρευνας. Αν και αρκετά ενδιαφέρον θέμα, σχετικά με το τμήμα της Πάτρας υπήρχε μεγάλη αποχή από τους συναδέλφους όπως επίσης και από το αντίστοιχο τμήμα της Θεσσαλονίκης. Αντιθέτως με το τμήμα της Αθήνας όπου υπήρξε άμεση ανταπόκριση, προθυμία και σχόλια σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που συλλέχθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου, το μεγαλύτερο ποσοστό των συναδέλφων δεν γνωρίζει το είδος του τουρισμού με το οποίο ασχολείται η έρευνα. Ωστόσο, η γενική ιδέα της μορφής αυτής, έγινε αντιληπτή μέσω του ονόματος και παρέπεμψε, εν μέρει, τους ερωτώμενους για τις απαντήσεις τις οποίες έδωσαν.

Οι ερωτηθέντες γνωρίζουν για τις εναλλακτικές μορφές του τουρισμού μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων, διαδικτύου, μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η προσέλκυση όλο και περισσότερων ατόμων σε τοπία όχι και τόσο διαδεδομένα έχει αυξήσει κατά πολύ την ζήτηση νέων μορφών τουρισμού. Συνεχώς εμφανίζονται νέα είδη, και ανάλογα τα ενδιαφέροντα του καθενός, συνεπάγεται και η πορεία του είδους

αντίστοιχα. Το είδος το στο οποίο αναφέρεται η έρευνα, σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν δεν είναι καθόλου διαδεδομένο στην Ελλάδα και δεν πρόκειται να εξελιχθεί.

Πιο συγκεκριμένα, ο “dark tourism” στον χώρο της Ελλάδας θα μπορούσε να είναι εξίσου διαδεδομένος όπως στο εξωτερικό αλλά δεν είναι και βάση των απαντήσεων δεν πρόκειται να γίνει άμεσα. Το γεγονός ότι η Ελλάδα με τον φυσικό της πλούτο, ορυκτό και θαλάσσιο αναπτύσσει συνεχώς καινούρια είδη τουρισμού τα οποία κατά κύριο λόγο σχετίζονται με τους καλοκαιρινούς μήνες, παραγκωνίζει τα υπόλοιπα είδη, και συνεπώς τα εμποδίζει να εξελιχθούν. Το είδος του “dark tourism” για τα ελληνικά δεδομένα συμπεριλαμβάνει τον ιστορικό, πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό. Οι επισκέπτες δεν γνωρίζουν πως κάνουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού επειδή εμβαθύνουν στα υπόλοιπα είδη που αναφέρθηκαν και πιο πάνω. Οι τοποθεσίες και τα αξιοθέατα που αποτελούν πόλοι έλξης για το είδος αυτό, είναι ευρέως διαδεδομένα για την ιστορική τους κυρίως σημασία.

Πάραυτα, οι απαντήσεις είναι διφορούμενες. Πιο επεξηγηματικά, οι ερωτηθέντες δεν πιστεύουν στην πιθανή μελλοντική πορεία αλλά βρίσκουν “μέτρια” τη μορφή αυτή ως προς την ελκυστικότητά της.

Οι φορείς που σχετίζονται με το τουρισμό θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην εξέλιξη και την ανάπτυξη του είδους “dark tourism” με την διάδοσή του μέσω διαδικτύου, ενημερωτικά φυλλάδια από τα πολιτιστικά κέντρα της κάθε περιοχής, από τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και μέσω μαζικής ενημέρωσης. Το διαδίκτυο πλέον θεωρείται το πρώτο μέσον το οποίο επηρεάζει άμεσα και απόλυτα την κρίση και τις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού. Κατά αυτό τον τρόπο θα μπορούσε να διαφημίσει και τον “dark tourism” και έπειτα να διαδοθεί στο κοινό, παρουσιάζοντας διάφορα τοπία- αξιοθέατα και μνημεία, την

ιστορική αναδρομή τους και τα κριτήρια τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για να καταταχθούν στη λίστα των αξιοθέατων του “dark tourism”.

Ένας άλλος τρόπος διάδοσης του είδους είναι τα ενημερωτικά φυλλάδια από τα πολιτιστικά κέντρα της κάθε περιοχής. Με τον τρόπο αυτό οι μόνιμοι κάτοικοι αλλά και οι επισκέπτες- τουρίστες θα μπορούσαν να μάθουν για το συγκεκριμένο είδος και επισκεφθούν τα αντίστοιχα μνημεία. Όπως επίσης και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία συμβάλλουν με τον τρόπο τους στην ανάπτυξη και την εξέλιξη του είδους. Με την ενημέρωση σχετικά με τις τοποθεσίες που εκπροσωπούν το είδος του “dark tourism” και την επιμέρους επιμέλεια για την αναγνώριση του είδους.

Ακόμη, η κρατική επιχορήγηση σε συνδυασμό με την βοήθεια άλλων ευρωπαϊκών προγραμμάτων όσων αφορά την οικονομική υποστήριξη αλλά και την διαφήμιση του είδους και σε άλλες χώρες θα συνέβαλλε θετικά στην προσπάθεια ανάπτυξης του “dark tourism”. Επιπρόσθετα, όπως προαναφέρθηκε βασικός παράγοντας ανάπτυξης είναι το διαδίκτυο. Με την δημιουργία διαδικτυακής καμπάνιας για την ανάδειξη του “dark tourism” η ζήτησή του θα αυξανόταν ραγδαία με αποτέλεσμα, όχι μόνο την ανάπτυξη και την εξέλιξή του, αλλά και την ανάδειξη τοποθεσιών που δεν παρέχουν κάποιο άλλο είδος τουρισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ:

- Ashworth G., (2002), Holocaust tourism: The experience of Krakow-Kazimierz, *International Research in Geographical and Environmental Education*, 11, 363-367.
- Askegaard S., (2014), Consumer culture theory-neo-liberalism's "useful idiots?", *Marketing Theory*, 14, 507-511.
- Askegaard S, Linnet J. T., (2011), Towards an epistemology of consumer culture theory, *Marketing Theory*, 11 381-404.
- Bertrand A. L. (1972), Definitions and strategies of rural development: A research of coherence and congruity, *Sociologia Ruralis*, 12, 233-251.
- Bertrand P. E., (1930), Tourism in Greece, In *Commercial handbook*, Athens, 164-166.
- Bloom T., (2000), Morbid Tourism: A postmodern market Niche with an example from Althrope, *Norwegian journal of Geography*, 54, 29-36.
- Buda D. M. (2015), The death drive in tourism studies, *Annals of tourism research*, 50, 39-51.
- Bouhdiba A., (1972, 1981), *Le tourisme une rencontre arquée. Le Courier Del Unesco*, Unesco, Paris.
- Bukart A. Medlik S. (1985), *Tourism: Past, present and future*, Heinmann, London.
- Canavan B. (2016), Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability, *Tourism management* 53, 229-243.
- Choy J.L. (1955), The quality of tourism employment, *Tourism management*, 16, 129-139.
- Cohen E. H. (2011), Educational dark tourism at an in *POPULO SITE*, The holocaust museum in Jerusalem, *Annals of tourism research*, 38,193-209.
- Cohen E. (1972), Toward a sociology of international tourism, *Social research*, 39,164-182.
- Foley M., Lennon J. (1996), JFK and dark tourism: A fascination with assassination, *international journal of heritage studies*, 2, 195-197.

- Freyer W. (1991), *Tourismus*, Oldenburg Verlag, Munchen/Wien.
- Friedmann J. (1973), *Urbanization, planning and national development*, Beverly Hills, Sage.
- Friedmann M. (1970), The social responsibility of business is to increase its profits, *New York Times Magazine*, September 13, 33.
- Gee C. (1997), *International tourism, A global perspective*, WTO, Madrid.
- Giorgi A., (1975), An application of phenomenological method psychology: Duquesne studies in phenomenological psychology, 2, 82-103, Pittsburgh, University Press.
- Harisson D. (1988), *The sociology of moderrisation and development*, London, Unwin Hyman.
- Harisson D. (1992), *International tourism and the less developed countries: The background*. In: Harisson D., *Tourism and the less developed countries*, 1-18, London.
- Hawkins R. (1992), *The planning and management of tourism in Europe: Case studies of planning, management and control in the coastal zone*, Bournemouth University.
- Hernandez J.M, Suarez- Vega R., Santana-Jimenez Y. (2016), *The inter-relationship between rural and mass tourism : The case of Catalonia Spain*, *Tourism management*, 54, 43-57.
- Ingham B. (1993), The meaning of development interactions between new and old ideas world development, 21, 1803-1821.
- Isaac R.K. (2015), *Every utopia turns into dystopia*, *tourism management*.
- Jafari J. (1997), Editors page, *Annals of tourism research*, 5, 6-11.
- Kidron C.A. (2013), Being there together: Dark family tourism and the emotive experience of co-presence in the holocaust pas, *Annals of tourism research*, 41, 175-194.
- Krapf K. (1964), *La consommation touristique ce col les cahiers du tourisme. Etudes et mémoires*, 2, Aix-en-Provence.
- Leiper N. (1990), *Tourism system*, Occasional paper, Auckland, Massey University.

Lennon J., Folley M. (1999), Interpretation of the unimaginable: The U.S holocaust memorial museum, Washington, DC, and dark tourism journal of travel research, 38, 46-50.

Mathieson A., Wall G. (1982), Tourism economic, Physical and social impacts, London.

Medlik S., (1993), Dictionary of travel tourism and hospitality, Heinmann, Oxford.

Middleton U.T .C., Hawkins R., (1988), Sustainable tourism: A marketing Perspective, Oxford.

Mill R.C., Morrison A.M. (1985), The tourism system: An introductory text, New Jersey.

Morrison A., (1999), Design in destination marketing, Purdue tourism and hospitality research center, Purdue University, Indiana.

Mowatt R.A., Cancellor C.H. (2011), Visiting death and life: Dark tourism and slave castles, Annals of tourism research, 38, 1410-1434.

Oatley K., Keltner D., Jenkins J.M. (2006), Understanding emotions, Madleu MA: Blackwell publishing.

Owens D. J., (1994), The all season opportunity for Canada's resorts, The Cornell H.R.A, Quarterly, 1994, 28-41.

Pearce P.L., Ross G. F., (1996), Tourism community reationships, Pergamon, Great Britain.

Podoshen J.S. (2013), Dark tourism motivations, simulation, emotional contagion and topographic comparison, Tourism management, 35, 263-271.

Podoshen J.S., Audrzejewski S.A., Venkatesh V., Wallin J. (2015), New approaches to dark tourism inquiry: A response to Isaac, Tourism management, 51, 331-334.

Rojek C., (1993), Ways of seeing-modern transformations in leisure and travel, London: Macmillan.

Rojek C., (1998), Cyber tourism and the phantasmagoria of place, In: G. Ringer, Destinations: Cultural landscapes of tourism, 34-48, London: Routledge.

- Rostow W.W., (1990), *The stages of economic growth, A non-communist manifesto*, Cambridge.
- Riesman D., (1950), *La foule solitaire*, Arthaud, Paris.
- Sandberg J., (2005) How do we justify knowledge produced within interpretative approaches? , *Organizational Research Methods*, 8, 41-68.
- Sarre P., (1977), *Innovation Diffusion*, In : *the open university, Spatial analysis, Movement patterns units*, 18-21.
- Seaton A.V., (1994), *Tourism, The state of art*, 110-119.
- Sharpley R., Sharpley J., (1997), *Rural tourism, An introduction* London, Thomson.
- Siegfried A. (1955), *Les aspects du XX siècle*, Ed. Hauchette, Paris.
- Stone P. – Sharpley R. (2008), *Consuming dark tourism: A thanatological perspective*, *Annals of tourism research*, 35, 574-595.
- Stone P.R. (2006), *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourists sites, attractions and exhibitions*, *Tourism*, 54, 45-160.
- Tunbridge J. E, Ashworth G., (1996), *Dissonant heritage: The management of the past as a resource in conflict*, Toronto: John Wiley and Sons.
- Uca Ozer S., Ersoy G. K., Tunzukan D. (2012), *Dark tourism in Gallipoli: Forecast analysis to determine potential of Australian visitors*, *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 41, 386- 393.
- Woodcock K., France L. (1994), *Development theory applied to tourism in Jamaica*.
- Zaman K., Shahbaz M., Loganathan N., Ali Raza S., (2016), *Tourism development, energy consumption and environmental Kuznets curves: Trivariate analysis in the panel of developed and developing countries*, *Tourism management*, 54, 275-283.
- Wilson J. Z., (2004), *Dark tourism and the celebrity prisoner: Front and back regions in Representations of Australian historical prison*, *Journal of Australian studies* 82 (online).

WTO (2003), Tourism highlights- edition 2003. Madrid: World Tourism Organization.

WCED (World Commission on Environment and Development) (1987), Our common future, Oxford.

WTTC (1995), European Union Travel and Tourism: Towards 1996 and Beyond. Brussels: World Travel and Tourism Council

<http://www.citybranding.gr/2016/03/disaster-tourism.html>, 23/02/2016

<http://www.dark-tourism.com/index.php/greece>, 23/02/2016

.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ:

Ανδριώτης Κ. (2005), Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα.

Βαρβαρέσος Σ. (2008), Οικονομική του Τουρισμού: Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις από τον 19ο έως τον 20ο αιώνα, Προπομπός, Αθήνα.

Βασιλειάδης Χ. Α. (2003), Η διοικητική στο μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών: Μια βιώσιμη στρατηγική προσέγγιση των δραστηριοτήτων Μάρκετινγκ- Μάνατζμεντ, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα.

Ζαχαράτος Γ. (2000), Package Tour παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού, Προπομπός, Αθήνα.

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. (2001), Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, Κριτική, Αθήνα.

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

Καλιπίρης Φ. Ε. (2008), Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη: εμπειρικές προσεγγίσεις, Δίσιγμα, Θεσσαλονίκη.

Λαγός Δ.Γ. (2005), Τουριστική οικονομική, Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Λύτρας Π. Ν. (1982), Τουριστική πολιτική, Παπαζήση, Αθήνα.

Σφακιανάκης Μ.Κ. (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Έλλην, Αθήνα.