



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ**  
**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
**ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΩΣ ΜΕΣΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
**ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η**  
**ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ**  
**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ :**  
**ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΤΩΝΙΑ**  
**ΓΚΟΝΤΟΒΑΝΙΟΥΚ ΤΑΜΑΡΑ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ**

**ΠΥΡΓΟΣ - 2019**



**TECHNOLOGICAL EDUCATIONAL INSTITUTE OF WESTERN GREECE**  
**FACULTY OF MANAGEMENT AND ECONOMY**  
**DEPARTMENT OF MANAGEMENT, ECONOMICS AND COMMUNICATION IN CULTURAL**  
**AND HOSPITALITY UNITS**

**BACHELOR'S THESIS**

**THE FESTIVAL AS A MEDIUM CULTURAL**  
**TOURISM DEVELOPMENT AND**  
**CONTRIBUTION TO THE IMAGE OF THE**  
**TOURIST DESTINATION**

**STUDENT NAME/S :**  
**GIANNOPOULOU ANTONIA**  
**GODOVANIUC TAMARA**

**SUPERVISING PROFESSOR : ARGYROPOULOU MARIA**

**PYRGOS - 2019**

## Πρόλογος

Το θέμα της παρούσας εργασίας είναι το φεστιβάλ ως μέσο ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού και η συμβολή του στη εικόνα του τουριστικού προορισμού. Μέσα από αυτή την μελέτη θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν επισταμένως οι απόψεις των εργαζομένων του Δήμου, των καταστημάτων αλλά και των οργανισμών της περιοχής του Πύργου, του Κατάκολου και της Αρχαίας Ολυμπίας.

Η παρακάτω εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των προπτυχιακών σπουδών στο τμήμα Διοίκησης, Οικονομίας και Επικοινωνίας Πολιτιστικών και Τουριστικών Μονάδων της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Ελλάδας. Θα θέλαμε να εκφράσουμε τις θερμές ευχαριστίες μας σε όλους αυτούς που συνέβαλαν στο να ολοκληρωθούν οι υποχρεώσεις αλλά και η παρούσα προπτυχιακή εργασία.

Πρωτίστως, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις καθηγήτριες μας, κ. Βασιλοπούλου Παναγιώτα και την κ. Αργυροπούλου Μαρία, που ανήκουν στο Έκτακτο και Μόνιμο Προσωπικό του τμήματος Διοίκησης, Οικονομίας και Επικοινωνίας Πολιτιστικών και Τουριστικών Μονάδων της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Ελλάδας, όπου με τη πολύτιμη βοήθειά τους αλλά και ενθάρρυνση συντέλεσαν ακέραια στην ολοκλήρωση της εργασίας μας. Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τα μέλη της επιτροπής για την πολύτιμη συνεισφορά τους.

Τέλος, το μεγαλύτερο ευχαριστώ οφείλεται στις οικογένειες μας για την υπομονή τους και την υποστήριξη που μας έδειξαν και για τη ψυχολογική υποστήριξη που μας παρείχαν.

## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, ο τουρισμός των φεστιβάλ ως νέα μορφή τουριστικών προϊόντων στην ταχεία ανάπτυξη της χώρας μας, κέρδισε την υποδοχή όλων. Διάφορες περιοχές κατέχουν πολλούς διαφορετικούς τύπους και περιεχόμενο των δραστηριοτήτων των φεστιβάλ, αλλά ταυτόχρονα, ο τρόπος δημιουργίας του φεστιβάλ δεν προκαλεί την προσοχή της κυβέρνησης. Η εφαρμογή των φεστιβάλ μπορεί να συμβάλει στην αναζωογόνηση και τη διατήρηση του τοπικού πολιτισμού. Έχει δηλωθεί ότι το τοπικό ενδιαφέρον και η προθυμία συμμετοχής σε πολιτιστικές εμπειρίες και τοπική πολιτιστική δραστηριότητα (π.χ. τοπικοί καλλιτέχνες) μπορούν να ενισχυθούν μέσω των φεστιβάλ. Επιπλέον, η εισαγωγή νέων ιδεών οδηγεί στην επέκταση των πολιτιστικών προοπτικών των παρευρισκομένων των φεστιβάλ. Έτσι, τα φεστιβάλ μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εργαλείο για την πολιτιστική ανάπτυξη από τις τοπικές κοινωνίες. Ο ερευνητικός σχεδιασμός του δημιουργικού τουρισμού, μπορεί να ανταποκριθεί καλύτερα στη ζήτηση των καταναλωτών του τουρισμού των φεστιβάλ, μπορεί να βελτιώσει την ορατότητα των πόλεων και να οδηγήσει στην ανάπτυξη της οικονομίας όπως και να προωθήσει την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού των φεστιβάλ. Σήμερα, τα φεστιβάλ είναι ένας συνεχώς αναπτυσσόμενος τομέας, καθώς πολλές κοινωνίες σε όλο τον κόσμο προσπαθούν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητές τους και να επωφεληθούν από τις θετικές επιπτώσεις τους. Σήμερα, τα φεστιβάλ αποτελούν ερευνητικό πεδίο όπου συνεργάζονται αρκετοί ερευνητές από διάφορα επιστημονικά πεδία. Ορισμένα από αυτά τα πεδία είναι η οικονομία, η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, ο τουρισμός, η ανθρωπολογία κ.λπ.

Λέξεις κλειδιά : Φεστιβάλ, πολιτισμός, κουλτούρα, τουρισμός.

## **Abstract**

In recent years, the tourism of the festivals as a new form of tourist products in the rapid development of our country has won the reception of all. Various regions have many different types and content of festival activities, but at the same time, the way the festival is created does not attract the attention of the government. The implementation of the festivals can help revitalize and preserve local culture. It has been stated that local interest and willingness to participate in cultural experiences and local cultural activity (eg local artists) can be enhanced through festivals. Moreover, the introduction of new ideas leads to the expansion of the cultural prospects of the festivals. Thus, festivals can be used as a tool for cultural development by local communities. The research planning of creative tourism can better meet consumer demand for festival tourism, can improve the visibility of cities and lead to the development of the economy, as well as promote the further development of festival tourism. Today, festivals are an ever-growing field, as many societies around the world are trying to tap into their potential and benefit from their positive effects. Today, the festivals are a research field where several researchers from different disciplines work together. Some of these fields are economy, sociology, psychology, tourism, anthropology, etc.

Key words: Festivals, culture, culture, tourism.

## Υπεύθυνη Δήλωση περί Μη Λογοκλοπής

Βεβαιώνουμε ότι είμαστε συγγραφείς αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχουμε αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμα δηλώνουμε ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμάς προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία και ότι θα αναλάβουμε πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν ανήκει σε εμάς.

**Όνοματεπώνυμο**  
**Σπουδαστή 1**

**ΑΜ**

**Υπογραφή**

.....

.....

.....

**Όνοματεπώνυμο**  
**Σπουδαστή 2**

**ΑΜ**

**Υπογραφή**

.....

.....

.....

**Όνοματεπώνυμο**  
**Σπουδαστή 3**

**ΑΜ**

**Υπογραφή**

.....

.....

.....

## Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	i
Περίληψη.....	ii
Abstract .....	iii
Υπεύθυνη Δήλωση περί Μη Λογοκλοπής .....	iv
Περιεχόμενα διαγραμμάτων.....	vii
Περιεχόμενα εικόνων .....	viii
Εισαγωγή.....	ix
1. Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> : Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού.....	1
1.1 Ο ορισμός του τουρισμού.....	1
1.2 Η σημασία του τουρισμού.....	2
1.3 Η ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού με τα χρόνια.....	3
1.4 Οι προοπτικές του τουρισμού.....	4
1.5 Οι κατηγορίες του τουρισμού.....	6
2. Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> : Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού .....	14
2.1 Η προέλευση και οι κύριοι ορισμοί των εναλλακτικών μορφών τουρισμού .....	14
2.2 Η πολυπλοκότητα της ταξινόμησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	18
2.3 Οι τρέχουσες τάσεις των εναλλακτικών μορφών τουρισμού .....	28
3. Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> : Τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού.....	30
3.1 Ο ορισμός του πολιτιστικού τουρισμού .....	30
3.2 Οι προορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού.....	31
3.3 Οι βασικές αρχές του πολιτιστικού τουρισμού .....	31
3.3.1 Ο σχεδιασμός του προορισμού του πολιτιστικού τουρισμού .....	32
3.3.2 Οι πόροι του σχεδιασμού προορισμού του πολιτιστικού τουρισμού.....	34
4. Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> : Τα χαρακτηριστικά των φεστιβάλ .....	36
4.1 Ο ορισμός του φεστιβάλ.....	36
4.2 Οι παραδόσεις των φεστιβάλ.....	37
4.3 Οι τύποι των φεστιβάλ.....	38
4.4 Τα φεστιβάλ στην Ελλάδα.....	41
4.5 Τα φεστιβάλ κινηματογράφου στον Πύργο Ηλείας .....	45
5. Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> : Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	48

5.1	Η προσφορά των πολιτιστικών αξιοθέατων .....	49
5.2	Η ζήτηση του πολιτιστικού τουρισμού.....	52
5.3	Η πολιτιστική τουριστική κληρονομιά.....	55
5.4	Οι επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού.....	58
6.	Κεφάλαιο 6 <sup>ο</sup> : Ερευνητικό μέρος .....	60
6.1	Ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα.....	60
6.2	Η μεθοδολογία και το δείγμα .....	60
6.3	Η στατιστική ανάλυση.....	61
6.4	Τα αποτελέσματα της έρευνας .....	62
7.	Συμπεράσματα – Προτάσεις .....	80
	Βιβλιογραφία.....	82
	Ξενόγλωσση .....	82
	Ελληνική.....	87
	Παραρτήματα .....	89
	Παράρτημα ερωτηματολογίου .....	89



## Περιεχόμενα διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1 : Το φύλο των ερωτηθέντων.....	63
Διάγραμμα 2 : Η ηλικία των ερωτηθέντων .....	64
Διάγραμμα 3 : Το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων .....	65
Διάγραμμα 4 : Ο τόπος διαμονής των ερωτηθέντων.....	66
Διάγραμμα 5 : Ο βαθμός αξιολόγησης του φυσικού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη του τουρισμού.....	67
Διάγραμμα 6 : Ο βαθμός αξιολόγησης των αρχαιολογικών χώρων/μουσείων για την ανάπτυξη του τουρισμού.....	68
Διάγραμμα 7 : Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ/πολιτιστικών εκδηλώσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού.....	69
Διάγραμμα 8 : Τα είδη των φεστιβάλ με την μεγαλύτερη απήχηση .....	70
Διάγραμμα 9 : Η σημαντικότητα των φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία για την τοπική ανάπτυξη.....	71
Διάγραμμα 10 : Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ στην αύξηση του τουρισμού στην Αρχαία Ολυμπία.....	72
Διάγραμμα 11 : Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος στην Αρχαία Ολυμπία.....	73
Διάγραμμα 12 : Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος στην Αρχαία Ολυμπία .....	74
Διάγραμμα 13 : Η απαραίτητη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου .....	75
Διάγραμμα 14 : Τα μέσα που επιλέγουν οι ερωτώμενοι για να ενημερωθούν για τα φεστιβάλ .....	76
Διάγραμμα 15 : Η εποχή ακμής των περιοχών των ερωτώμενων που είναι τουριστικοί προορισμοί .....	77
Διάγραμμα 16 : Η αναγκαία προσέλευση τουριστών για την λειτουργία των καταλυμάτων και των επιχειρήσεων .....	78
Διάγραμμα 17 : Οι τρόποι βελτίωσης της τουριστικής κίνησης των περιοχών .....	79

## Περιεχόμενα εικόνων

Εικόνα 1 : Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού.....	1
Εικόνα 2 : Τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού .....	16
Εικόνα 3 : Ο πολιτιστικός τουρισμός.....	30
Εικόνα 4 : Ο κόσμος των φεστιβάλ.....	37
Εικόνα 5 : Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	49

## Εισαγωγή

Η τουριστική ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο καθιστά επιτακτικό τον εμπλουτισμό της τοπικής τουριστικής εμπειρίας για να προσφέρει ένα ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν με συγκριτικό πλεονέκτημα. Σήμερα, οι τουρίστες αναζητούν ένα ευρύ φάσμα εμπειριών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους σε κάθε προορισμό. Με βάση το γεγονός αυτό, τα τελευταία χρόνια (σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο) έχουν καταβληθεί προσπάθειες για την αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και την αντικατάσταση του στον παγκόσμιο χάρτη τουρισμού. Ο Τουρισμός Ειδικού Ενδιαφέροντος (SIT) συμβάλλει ιδιαίτερα στην προσπάθεια αυτή και έχει ως στόχο να εκμεταλλευτεί τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας, ώστε να προσφέρει ένα ελκυστικό και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν. Εξίσου σημαντικό για αυτή την προσπάθεια είναι ο πολιτισμός είτε ως ειδική μορφή τουρισμού (πολιτιστικός τουρισμός) είτε ως στοιχείο του τουριστικού προϊόντος εν γένει (Kostoroulou, etal. 2013).

Όσον αφορά τα παραπάνω, οι προοπτικές και οι δυνατότητες των φεστιβάλ είναι προφανείς. Ο εορτασμός που βρίσκεται στον πυρήνα του σχεδιασμού των φεστιβάλ θέτει το κατάλληλο περιβάλλον στο οποίο μπορεί να προωθηθεί ένα ειδικό στοιχείο τοπικής κουλτούρας (π.χ. δραστηριότητα, προϊόν, τέχνη κλπ.). Επιπλέον, ένα φεστιβάλ μπορεί να προωθήσει νέες ιδέες, νέα στοιχεία εκτός από την τοπική κουλτούρα, τα οποία μακροπρόθεσμα μπορεί να καταστούν εμπορικό σήμα για μια τοπική κοινότητα. Τέτοιες περιπτώσεις δεν απουσιάζουν από την ελληνική αγορά των φεστιβάλ (Skoultzos, 2014).

Τα φεστιβάλ δεν μπορούν μόνο να συμβάλουν στην προώθηση του τουρισμού σε κάθε προορισμό, αλλά μπορούν επίσης να προωθήσουν χαρακτηριστικά του τοπικού τουριστικού προϊόντος και του πολιτισμού που προτιμούν οι αρχές να δίνουν προτεραιότητα. Τα φεστιβάλ μπορούν να αποτελέσουν τη σύνδεση μεταξύ ειδικών δραστηριοτήτων, τουρισμού και πολιτισμού. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων περιπτώσεων είναι τα μουσικά φεστιβάλ, τα κινηματογραφικά φεστιβάλ κλπ., τα οποία προσφέρουν ένα ελκυστικό περιβάλλον για τους ντόπιους πολίτες και τους πιθανούς τουρίστες (Stylianou-Lambert, 2011).

Λαμβάνοντας υπόψη ότι σε όλη την Ελλάδα διεξάγονται τεράστια τοπικά / πολιτιστικά φεστιβάλ, είναι σημαντικό να επωφεληθεί η χώρα περαιτέρω από αυτό. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η πλειονότητα των υφιστάμενων φεστιβάλ στοχεύει στην τοπική αγορά λόγω δυσκολιών στην προσέλκυση εισερχόμενων και εγχώριων τουριστών και, ως εκ τούτου, παραμένουν ανεπαρκώς ένα ευρύ φάσμα θετικών επιπτώσεων. Τα φεστιβάλ, ιδιαίτερα τα επαναλαμβανόμενα φεστιβάλ, γίνονται πολιτιστικά αγαθά για τις τοπικές κοινότητες που παραμένουν ανεπαρκώς σε πολλές περιπτώσεις. Τέλος, τα επιτυχημένα φεστιβάλ υπογραμμίζουν τις δυνατότητες και τις προοπτικές του σημερινού τομέα εάν εφαρμοστούν οι βέλτιστες πρακτικές όσον αφορά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ελληνικής πραγματικότητας (Triarchi & Karamanis, 2017).

# 1. Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού

## 1.1 Ο ορισμός του τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα ταξίδι για αναψυχή και θεωρείται προσέλκυση, η φιλοξενία και η ψυχαγωγία των τουριστών και η επιχειρηματική δραστηριότητα των περιηγήσεων. Ο τουρισμός μπορεί να είναι διεθνής ή εντός της χώρας του ταξιδιώτη (Allen, et al. 2015).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον τουρισμό γενικότερα, με όρους που «ξεπερνούν την κοινή αντίληψη του τουρισμού, όπου περιορίζεται μόνο στη δραστηριότητα των διακοπών», καθώς οι άνθρωποι «ταξιδεύουν και διαμένουν εκτός του συνηθούς περιβάλλοντος τους για ένα και πλέον συνεχές έτος και για πολλούς σκοπούς. Ο τουρισμός μπορεί να είναι εγχώριος ή διεθνής, και ο διεθνής τουρισμός έχει τόσο εισερχόμενες όσο και εξερχόμενες επιπτώσεις στο ισοζύγιο πληρωμών μιας χώρας (Aral-Tur, et al. 2018).



Εικόνα 1 : Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού

(Πηγή : <http://bit.do/eQnxh>)

Σήμερα, ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος για πολλές χώρες και επηρεάζει την οικονομία τόσο της χώρας προέλευσης όσο και της χώρας υποδοχής, σε ορισμένες περιπτώσεις είναι ζωτικής σημασίας. Ο τουρισμός υπέστη ως αποτέλεσμα της έντονης οικονομικής επιβράδυνσης της ύφεσης στα τέλη της δεκαετίας του 2000 μεταξύ του δεύτερου εξαμήνου του 2008 και του τέλους του 2009 και της εκδήλωσης του ιού της γρίπης H1N1, αλλά ανακτήθηκε αργά (Bae, et al. 2017).

Οι διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό (το στοιχείο του ταξιδιού στο ισοζύγιο πληρωμών) αυξήθηκαν το 2017 σε 1 τρισεκατομμύριο δολάρια, αντιστοιχώντας σε αύξηση της τάξεως του 2,4% σε πραγματικούς όρους από το 2016. Οι αναδυόμενες αγορές όπως η Κίνα, η Ρωσία και η Βραζιλία είχαν αυξήσει σημαντικά τις δαπάνες τους κατά την προηγούμενη δεκαετία. Το ITB Berlin είναι η κορυφαία τουριστική εμπορική έκθεση παγκοσμίως (Triarchi & Karamanis, 2017).

## **1.2 Η σημασία του τουρισμού**

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική, ακόμη και ζωτική πηγή εισοδήματος για πολλές περιοχές και χώρες. Η σημασία της αναγνωρίστηκε στη Διακήρυξη της Μανίλα για τον Παγκόσμιο Τουρισμό του 1980 ως «δραστηριότητα ζωτικής σημασίας για τη ζωή των εθνών λόγω των άμεσων επιδράσεων της στον κοινωνικό, πολιτιστικό, εκπαιδευτικό και οικονομικό τομέα των εθνικών κοινωνιών και στις διεθνείς σχέσεις τους» (Cundy, 2013).

Ο τουρισμός φέρνει μεγάλα εισοδήματα σε μια τοπική οικονομία με τη μορφή πληρωμής αγαθών και υπηρεσιών που χρειάζονται οι τουρίστες, αντιπροσωπεύοντας το 30% του παγκόσμιου εμπορίου υπηρεσιών και το 6% των συνολικών εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών. Δημιουργεί επίσης ευκαιρίες απασχόλησης στον τομέα των υπηρεσιών της οικονομίας που συνδέεται με τον τουρισμό (Cisneros-Martínez & Fernández-Morales, 2015).

Οι βιομηχανίες υπηρεσιών που επωφελούνται από τον τουρισμό περιλαμβάνουν υπηρεσίες μεταφορών, όπως αεροπορικές εταιρείες, κρουαζιερόπλοια, τρένα και ταξί, υπηρεσίες φιλοξενίας, όπως καταλύματα, συμπεριλαμβανομένων των ξενοδοχείων και των θέρετρων

και χώρους διασκέδασης, όπως πάρκα ψυχαγωγίας, εστιατόρια, καζίνο, εμπορικά κέντρα, χώρους μουσικής και θέατρα. Μέσα σε αυτά τα καταστήματα συμπεριλαμβάνονται και επιχειρήσεις που πουλούν αναμνηστικά δώρα (Gibson&Connell, 2012).

### **1.3 Η ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού με τα χρόνια**

Οι άνθρωποι εργάζονταν στη γη και συνδέονταν με εποχιακές απαιτήσεις για εισροή εργασίας και κοινωνικές σχέσεις που απαιτούσαν την εξυπηρέτηση ενός γαιοκτήμονα και μάλλον της καθιερωμένης εκκλησίας. Αυτοί οι άνθρωποι δεν είχαν αρκετό χρόνο ελεύθερο και αυτόν τον λίγο χρόνο που είχαν συχνά συνδεόταν με οικογενειακές ευθύνες. Η αναψυχή ήταν σε μεγάλο βαθμό μια πνευματική δραστηριότητα που έλαβε χώρα μέσα από την εκκλησία, αν και τα φεστιβάλ και οι θρησκευτικές αργίες παρείχαν λίγες ευκαιρίες για ψυχαγωγικές δραστηριότητες (Raj&Vignali, 2010).

Ωστόσο, η μεγάλη πλειοψηφία των ατόμων δεν είχε την ικανότητα ή την επιθυμία να ταξιδέψει μακριά από τη γενέτειρά τους. Τα συχνά ταξίδια περιορίζονταν στη μικρή ελίτ, την κυρίαρχη τάξη αποτελούμενη από μεγάλους γαιοκτήμονες, ηγέτες εκκλησιών και μονάρχες και την περιήγησή τους. Για την πλειοψηφία των μαζών, η μόνη δυνατότητα για ταξίδια μεγάλων αποστάσεων ήταν πιθανό να συνδέονταν με προσκύνημα, θρησκευτική σταυροφορία. Όταν οι αστικοί οικισμοί επεκτάθηκαν από το 1750 περίπου στην Ευρώπη, οι γαιοκτήμονες χωρίστηκαν. Πολλοί άνθρωποι εγκατέλειψαν τον τόπο γέννησής τους και μεταφέρθηκαν σε αυτούς τους ταχέως αναπτυσσόμενους οικισμούς (Shin, 2010).

Το 1800, οι ευκαιρίες απασχόλησης ήταν σε εργοστάσια, όπου για πρώτη φορά οι εργαζόμενοι έλαβαν μισθούς και παρά τις πολλές ώρες εργασίας είχαν τόσο χρόνο όσο και χρήματα να ασχολούνται με δραστηριότητες αναψυχής. Σταδιακά, με την αλλαγή στο περιβάλλον διαβίωσης και τις εργασιακές σχέσεις ήρθαν σε νέες στάσεις στη ζωή. Η αναψυχή θεωρείται όλο και περισσότερο ως σημαντικό μέρος της ζωής και αυτό μπορεί να συνεπάγεται με σωματική και ψυχική δραστηριότητα (Stojanovic, etal. 2014).

Παρόλο που ένας αυξανόμενος αριθμός κατοίκων στην Ευρώπη μπόρεσε να ταξιδέψει, από τον Μεσαίωνα μέχρι τον 18ο αιώνα, εξακολουθεί να είναι η διατήρηση μιας μικρής πλούσιας ελίτ. Μόνο μετά την εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης, και ιδιαίτερα μετά το 1800, το ταξίδι έγινε πολύ πιο προσιτό σε ένα σημαντικά υψηλό ποσοστό του πληθυσμού. Η μεγαλύτερη πρόσβαση στα ταξίδια συνοδεύτηκε από ορισμένες άλλες εξελίξεις στην κοινωνία, γεγονός που συνέβαλε στην αύξηση της ζήτησης και της παροχής τουριστικών εμπειριών (Zhu, 2012).

## **1.4 Οι προοπτικές του τουρισμού**

Τα Ηνωμένα Έθνη έχουν ορίσει το 2015 το Διεθνές Έτος του Αειφόρου Τουρισμού για την Ανάπτυξη. Ως ένας από τους μεγαλύτερους οικονομικούς τομείς του κόσμου, ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας, οδηγεί τις εξαγωγές και παράγει ευημερία σε όλο τον κόσμο. Το 2015 προσέφερε μια τεράστια ευκαιρία για την περαιτέρω προβολή της τεράστιας οικονομικής, κοινωνικής, πολιτικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας που μπορεί να προσφέρει ο τομέας (Triarchi & Karamanis, 2017).

Οι σωστές αποφάσεις πολιτικής και επενδύσεων γίνονται μόνο με εμπειρικά στοιχεία. Για περισσότερα από 25 χρόνια, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού (WTTC) παρέχει αυτά τα στοιχεία, ποσοτικοποιώντας το αντίκτυπο του τουρισμού στην οικονομία και την απασχόληση. Οι ετήσιες οικονομικές εκθέσεις του 2015 καλύπτουν 185 χώρες και 26 περιφέρειες του κόσμου, παρέχοντας τα απαραίτητα στοιχεία για τις επιδόσεις του 2016 καθώς και τις μοναδικές προβλέψεις για το δυναμικό αυτόν τομέα (Stolarick, et al. 2011).

Παρά τις συνεχώς αυξανόμενες και απρόβλεπτες διαταραχές από τις τρομοκρατικές επιθέσεις και την πολιτική αστάθεια, τις πανδημίες υγείας και τις φυσικές καταστροφές, ο τουρισμός συνέχισε να δείχνει ανθεκτικότητα το 2016, συμβάλλοντας στην αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ κατά 3,1% και στη στήριξη των 6 εκατομμυρίων καθαρών πρόσθετων θέσεων εργασίας στον τομέα (Wiltshier & Clarke, 2017).



Συνολικά, ο τουρισμός δημιούργησε 7,6 τρισεκατομμύρια δολάρια (10,2% του παγκόσμιου ΑΕΠ) και 292 εκατομμύρια θέσεις εργασίας το 2016, που αντιστοιχεί σε 1 στις 10 θέσεις εργασίας στην παγκόσμια οικονομία. Ο κλάδος αντιπροσώπευε το 6,6% των συνολικών παγκόσμιων εξαγωγών και σχεδόν το 30% των συνολικών εξαγωγών των παγκόσμιων υπηρεσιών. Για έκτη συνεχή χρονιά, η ανάπτυξη του τομέα των Τουριστικών Ακινήτων ξεπέρασε εκείνη της παγκόσμιας οικονομίας (2,5%). Επιπλέον, το 2016, ο άμεσος ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ στον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού όχι μόνο υπερέβη την οικονομική ανάπτυξη που σημειώθηκε σε 116 από τις 185 χώρες που καλύπτονται από την ετήσια έρευνα οικονομικών επιπτώσεων (συμπεριλαμβανομένων των μεγάλων οικονομιών τουρισμού και τουρισμού όπως η Αυστραλία, ο Καναδάς, Μεξικό και Νότια Αφρική), αλλά ήταν επίσης ισχυρότερη από την ανάπτυξη που σημειώθηκε στις χρηματοπιστωτικές και επιχειρηματικές υπηρεσίες, στη μεταποίηση, στις δημόσιες υπηρεσίες, στον τομέα λιανικής και διανομής και στους τομείς των μεταφορών (Russo&Richards, 2016).

Οι προοπτικές για τον τομέα τουρισμού το 2017 παρέμειναν ισχυρές και θα συνεχίσουν να βρίσκονται στην πρώτη γραμμή του πλούτου και της δημιουργίας θέσεων απασχόλησης στην παγκόσμια οικονομία, παρά την εμφάνιση αρκετών προκλητικών χτυπημάτων. Η άνοδος του ΑΕΠ στον Άμεσο Τουρισμό αναμένεται να επιταχυνθεί σε 3,8%, από 3,1% το 2017. Δημιουργούνται εμπόδια στο εμπόριο και την κυκλοφορία των ανθρώπων οπότε ο ρόλος του τουρισμού είναι ακόμα πιο σημαντικός και λειτουργεί ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής ανάπτυξης και ως μέσο για την κατανομή των πολιτισμών, τη δημιουργία ειρήνης και την οικοδόμηση της αμοιβαίας κατανόησης. Μακροπρόθεσμα, η ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού θα συνεχίσει να είναι ισχυρή, εφόσον οι επενδύσεις και η ανάπτυξη πραγματοποιούνται με ανοικτό και βιώσιμο τρόπο (Artal-Tur, etal. 2018).

Με αυτόν τον τρόπο, όχι μόνο αναμένεται ο κλάδος να υποστηρίξει πάνω από 380 εκατομμύρια θέσεις εργασίας έως το 2027, αλλά θα συνεχίσει να αυξάνει την οικονομική συμβολή του, παρέχοντας το σκεπτικό για την περαιτέρω προστασία της φύσης, των οικοτόπων και της βιοποικιλότητας. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού (WTTC) είναι υπερήφανο που συνεχίζει να παρέχει τη βάση τεκμηρίωσης που απαιτείται για να βοηθήσει τόσο τους δημόσιους όσο και τους ιδιωτικούς φορείς να λάβουν τις σωστές αποφάσεις για τη μελλοντική ανάπτυξη ενός βιώσιμου τομέα τουρισμού (Okumus, etal. 2012).

## 1.5 Οι κατηγορίες του τουρισμού

### Ο βιώσιμος τουρισμός

Ο βιώσιμος τουρισμός αναμένεται να οδηγήσει στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο ώστε οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες να μπορούν να εκπληρωθούν διατηρώντας ταυτόχρονα την πολιτιστική ακεραιότητα, τις βασικές οικολογικές διαδικασίες, τη βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής». Η βιώσιμη ανάπτυξη συνεπάγεται «στην κάλυψη των αναγκών του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες» (Bladen, et al. 2012).

Ένα σημαντικό μέρος του βιώσιμου τουρισμού είναι κάτι που είναι γνωστό ως οι τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας που περιλαμβάνουν την οικονομική πλευρά, την περιβαλλοντική / οικολογική πλευρά και την κοινωνικο-πολιτιστική πλευρά. Για να είναι ένας προορισμός αληθινά βιώσιμος, πρέπει να υπάρχει ισορροπία μεταξύ των τριών πυλώνων (Báez-Montenegro & Devesa-Fernández, 2017).

Ο οικονομικός πυλώνας είναι σε σχέση με τα χρήματα και τη δημιουργία και διατήρηση ενός ορισμένου ποσού μετρητών. Ο περιβαλλοντικός πυλώνας είναι βέβαια σε σχέση με το περιβάλλον που εξετάζει κατά πόσο τα τοπικά οικοσυστήματα μπορούν να υποστηρίξουν την εισροή επισκεπτών και επίσης τον τρόπο με τον οποίο αυτοί οι επισκέπτες επηρεάζουν το οικοσύστημα. Ο κοινωνικο-πολιτιστικός πυλώνας είναι για το πόσο καλά ο πολιτισμός της περιοχής είναι σε θέση να διατηρήσει τις παραδόσεις της με τους εισερχόμενους τουρίστες. Αυτοί οι πυλώνες είναι σημαντικοί, επειδή είναι το αληθινό κλειδί για να γίνει βιώσιμος ο τουρισμός (Zhu, 2012).

Ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει σχέση με τις οικολογικές και κοινωνικο-πολιτιστικές ικανότητες μεταφοράς και περιλαμβάνει τη συμμετοχή της κοινότητας του προορισμού στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Περιλαμβάνει επίσης την ενσωμάτωση του τουρισμού σύμφωνα με τις τρέχουσες οικονομικές και αναπτυξιακές

πολιτικές, έτσι ώστε να μετριαστούν ορισμένες αρνητικές οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις του «μαζικού τουρισμού» (Zeppel, 2010).

Ο Murphy (1985) υποστηρίζει τη χρήση μιας «οικολογικής προσέγγισης», η οποία θα εξετάζει τόσο τα «σχέδια» όσο και τους «ανθρώπους» κατά την εφαρμογή της διαδικασίας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τις «ενισχυτικές» και τις «οικονομικές» προσεγγίσεις στον τουριστικό σχεδιασμό, οι οποίες δεν θεωρούν τις επιβλαβείς οικολογικές ή κοινωνιολογικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης (Wiltshier&Clarke, 2017).

Ωστόσο, ο Murphy αμφισβητεί την έκθεση του όρου «βιώσιμη» στο πλαίσιο του τουρισμού, δηλώνοντας ότι «η αναδυόμενη φιλοσοφία της βιώσιμης ανάπτυξης της δεκαετίας του 1990 μπορεί να θεωρηθεί ως επέκταση της ευρύτερης συνειδητοποίησης ότι η ανησυχία για την οικονομική ανάπτυξη όσον αφορά τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειές της είναι αυτοκαταστροφική». Έτσι, η «βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη» σπάνια θεωρείται ως αυτόνομη λειτουργία της οικονομικής αναγέννησης ως ξεχωριστή από τη γενική οικονομική ανάπτυξη (Vong&Ung, 2012).

### Ο οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός, γνωστός και ως οικολογικός τουρισμός, είναι υπεύθυνος για τις εύθραυστες, παρθένες και συνήθως προστατευόμενες περιοχές που προσπαθούν να έχουν χαμηλή επισκεψιμότητα. Αυτό βοηθά στην εκπαίδευση του ταξιδιώτη, δηλαδή παρέχει κεφάλαια για διατήρηση, ευνοεί άμεσα την οικονομική ανάπτυξη και την πολιτική χειραφέτηση των τοπικών κοινοτήτων και προάγει τον σεβασμό των διαφορετικών πολιτισμών και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Οι τουριστικοί προορισμοί μετατοπίζονται σε εκπομπές χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, ακολουθώντας την τάση των επισκεπτών που εστιάζουν περισσότερο στο να είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνοι υιοθετώντας μια βιώσιμη συμπεριφορά (Triarchi&Karamanis, 2017).

## Ο κινηματογραφικός τουρισμός

Ο κινηματογραφικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού για όσους επισκέπτονται τις κινηματογραφικές και τηλεοπτικές τοποθεσίες, δηλαδή τους τόπους που χρησιμοποιούνται για τη μαγνητοσκόπηση μιας ταινίας ή μιας τηλεοπτικής σειράς. Εκτός από τις οργανωμένες περιηγήσεις (και όχι) τις κινηματογραφικές τοποθεσίες, έχει διευρυνθεί πρόσφατα η τάση για ένα είδος τουρισμού, που συνδέεται με τον κινηματογράφο, το οποίο σχετίζεται με γεγονότα, συμβάσεις και μάλιστα με την περίπτωση του Dizionario del Turismo Cinematografico (Stylianou-Lambert, 2011).

## Ο εθελοντικός τουρισμός

Ο εθελοντικός τουρισμός (ή ο εθελοντισμός) εξελίσσεται ως ένα μεγάλο φαινόμενο, με τους εθελοντές να ταξιδεύουν για να βοηθήσουν αυτούς που χρειάζονται πραγματικά βοήθεια έτσι να αντιμετωπίσουν τις παγκόσμιες ανισότητες. Ο εθελοντικός τουρισμός ορίζεται ως εφαρμοστέο "σε εκείνους τους τουρίστες οι οποίοι, για διάφορους λόγους, εθελοντικά με οργανωμένο τρόπο κάνουν διακοπές για να βοηθήσουν ή να ανακουφίσουν την υλική φτώχεια ορισμένων ομάδων στην κοινωνία". Η οργάνωση των Παγκόσμιων Εθελοντών (VSO) ιδρύθηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο το 1958 και το αμερικανικό ειρηνευτικό σώμα στη συνέχεια ιδρύθηκε το 1960. Πρόκειται για τους πρώτους οργανισμούς εθελοντικής αποστολής μεγάλης κλίμακας, οι οποίοι αρχικά προέκυψαν για τον εκσυγχρονισμό λιγότερο ανεπτυγμένων οικονομικών χωρών, οι οποίες αντιμετωπίζουν διάφορων ειδών προβλήματα κατά καιρούς (Stolarick, et al. 2011).

Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι σε μεγάλο βαθμό επαίνεσε για την πιο βιώσιμη προσέγγιση του ταξιδιού, καθώς οι τουρίστες προσπαθούν να αφομοιωθούν σε τοπικούς πολιτισμούς και να αποφύγουν τις επικρίσεις του καταναγκαστικού και εκμεταλλευτικού μαζικού τουρισμού. Εντούτοις, όλο και περισσότερο ο εθελοντισμός επικρίνεται από μελετητές που υποδηλώνουν ότι μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις καθώς αρχίζει να υπονομεύει την τοπική εργασία και αναγκάζει τις ανεχόμενες κοινότητες υποδοχής να υιοθετήσουν τις Δυτικές πρωτοβουλίες, ενώ οι κοινότητες υποδοχής χωρίς ισχυρή κληρονομιά αδυνατούν να διατηρήσουν τους

εθελοντές που γίνονται οι δυσαρεστημένοι από τις εμπειρίες και τις εθελοντικές ελλείψεις επιμένουν. Όλο και περισσότερο, οργανώσεις όπως η VSO ασχολήθηκαν με τα εθελοντικά προγράμματα που βασίζονται στην κοινότητα, όπου η εξουσία ελέγχου του μέλλοντος της κοινότητας βρίσκεται στα χέρια των τοπικών πληθυσμών (Stojanovic, etal. 2014).

#### Ο τουρισμός χαμηλού κόστους

Ο τουριστικός προορισμός χαμηλού κόστους, ο οποίος επιδιώκει να βοηθήσει τους λιγότερα ευκατάστατους ανθρώπους στις αναπτυσσόμενες χώρες, λαμβάνει αυξημένη προσοχή από όσους ασχολούνται με την ανάπτυξη. Το ζήτημα έχει αντιμετωπιστεί μέσω έργων μικρής κλίμακας στις τοπικές κοινότητες και μέσω προσπαθειών από τα Υπουργεία Τουρισμού για την προσέλκυση μεγάλου αριθμού τουριστών. Η έρευνα του Ινστιτούτου Υπερπόντιας Ανάπτυξης υποδεικνύει ότι ούτε είναι ο καλύτερος τρόπος για να ενθαρρυνθούν οι λιγότερο ευκατάστατοι τουρίστες (Skoultzos, 2014).

#### Ο τουρισμός της ύφεσης

Ο τουρισμός της ύφεσης είναι μια τάση ταξιδιού που εξελίχθηκε μέσω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Ο τουρισμός της ύφεσης καθορίζεται από χαμηλού κόστους και υψηλής αξίας εμπειρίες που λαμβάνουν χώρα από δημοφιλή καταφύγια. Διάφορα σημάδια τουριστικής ύφεσης έχουν αποκαλύψει επιχειρηματική έκρηξη κατά τη διάρκεια της ύφεσης, χάρη στο συγκριτικά χαμηλό κόστος ζωής και τη αργή παγκόσμια αγορά εργασίας, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι ταξιδιώτες επιμηκύνουν τα ταξίδια. Αυτή η έννοια δεν χρησιμοποιείται ευρέως στην έρευνα στον τομέα του τουρισμού. Συνδέεται με το βραχύβιο φαινόμενο που είναι ευρύτερα γνωστό ως παραμονή (Shin, 2010).

#### Ο ιατρικός τουρισμός

Όταν υπάρχει σημαντική διαφορά τιμής μεταξύ των χωρών για μια συγκεκριμένη ιατρική διαδικασία, ιδίως στη Νοτιοανατολική Ασία, την Ινδία, την Ανατολική Ευρώπη, την Κούβα

και τον Καναδά, όπου υπάρχουν διαφορετικά ρυθμιστικά καθεστάτα, σε σχέση με συγκεκριμένες ιατρικές διαδικασίες, που ταξιδεύουν για να επωφεληθούν από τις τιμές ή τις ρυθμιστικές διαφορές συχνά όλες αυτές οι πληροφορίες αναφέρονται ως "ιατρικός τουρισμός" (Russo&Richards, 2016).

#### Ο εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αναπτύσσεται λόγω της αυξανόμενης δημοτικότητας της διδασκαλίας και της μάθησης της γνώσης και της ενίσχυσης της τεχνικής ικανότητας εκτός του περιβάλλοντος στην τάξη. Στον εκπαιδευτικό τουρισμό, η κύρια δραστηριότητα της περιήγησης ή της ψυχαγωγίας περιλαμβάνει την επίσκεψη σε μια άλλη χώρα για να μάθει για τον πολιτισμό, τις περιηγήσεις σε μελέτες ή για να εργαστεί και να εφαρμόσει δεξιότητες που αποκτήθηκαν μέσα στην τάξη σε ένα διαφορετικό περιβάλλον, όπως στο Διεθνές Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Πρακτικής (Reisinger, 2009).

#### Ο τουρισμός των εκδηλώσεων

Αυτός ο τύπος τουρισμού εστιάζει τους τουρίστες που έρχονται σε μια περιφέρεια είτε για να συμμετάσχουν σε μια εκδήλωση είτε για να δουν μια οργανωμένη εκδήλωση που έχει αναλάβει η πόλη / περιοχή. Αυτός ο τύπος τουρισμού μπορεί επίσης να εμπίπτει στον βιώσιμο τουρισμό και οι εταιρείες που δημιουργούν μια βιώσιμη εκδήλωση που θα συμμετάσχει θα ανοίξουν μια ευκαιρία όχι μόνο για τους καταναλωτές αλλά και για τους εργαζομένους τους για να μάθουν και να αναπτυχθούν από την εμπειρία. Η δημιουργία μιας βιώσιμης ατμόσφαιρας δημιουργεί την ευκαιρία να ενημερωθούν και να ενθαρρυνθούν βιώσιμες πρακτικές. Ένα παράδειγμα του τουρισμού των εκδηλώσεων θα είναι τα μουσικά φεστιβάλ που γίνονται ετησίως. Αυτό είναι ένα τέλειο παράδειγμα επειδή όλο το χρόνο οι άνθρωποι συρρέουν για να καθίσουν σε τεχνολογικές συνομιλίες και να δουν μια ολόκληρη πόλη των συγκροτημάτων να εκτελούν. Αυτοί οι άνθρωποι σχεδιάζουν για να βιώσουν κάτι που δεν μπορούν να νιώσουν στη γενέτειρά τους, κάτι που είναι ακριβώς αυτό που αφορά τον τουρισμό (Richards&vanderArk, 2013).

## Ο δημιουργικός τουρισμός

Ο δημιουργικός τουρισμός υπήρξε ως μορφή πολιτιστικού τουρισμού, από τις πρώτες αρχές του τουρισμού. Οι ευρωπαϊκές της ρίζες χρονολογούνται από την εποχή του GrandTour, όπου οι γιοι των αριστοκρατικών οικογενειών ταξιδεύουν με σκοπό κυρίως τις διαδραστικές εκπαιδευτικές εμπειρίες. Πιο πρόσφατα, ο δημιουργικός τουρισμός δόθηκε από το CrispinRaymond και τον GregRichards, οι οποίοι, ως μέλη της Ένωσης Τουριστικής και Ελεύθερης Εκπαίδευσης (ATLAS), έχουν διοργανώσει διάφορα έργα για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τον βιοτεχνικό τουρισμό, γνωστό ως βιώσιμο τουρισμό. Έχουν ορίσει τον «δημιουργικό τουρισμό» ως τον τουρισμό που σχετίζεται με την ενεργό συμμετοχή των ταξιδιωτών στον πολιτισμό της κοινότητας υποδοχής, μέσω διαδραστικών εργαστηρίων και εμπειριών άτυπης μάθησης (Raj&Vignali, 2010).

Εν τω μεταξύ, η έννοια του δημιουργικού τουρισμού προσελκύστηκε από οργανισμούς υψηλού επιπέδου όπως η UNESCO, οι οποίοι μέσω του CreativeCitiesNetwork, υποστήριξαν τον δημιουργικό τουρισμό ως μια αφοσιωμένη, αυθεντική εμπειρία που προωθεί την ενεργό κατανόηση των συγκεκριμένων πολιτιστικών χαρακτηριστικών ενός τόπου(Quiroz, 2011).

Πιο πρόσφατα, ο δημιουργικός τουρισμός έχει αποκτήσει δημοτικότητα ως μορφή πολιτιστικού τουρισμού, βασιζόμενη στην ενεργό συμμετοχή των ταξιδιωτών στον πολιτισμό των κοινοτήτων υποδοχής που επισκέπτονται. Διάφορες χώρες προσφέρουν παραδείγματα αυτού του τύπου ανάπτυξης του τουρισμού, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστρία, η Γαλλία, οι Μπαχάμες, η Τζαμάικα, η Ισπανία, η Ιταλία, η Νέα Ζηλανδία και η Νότια Κορέα (Pivac, etal. 2011).

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των τουριστών με αυτόν τον νέο τρόπο έτσι ώστε να ανακαλύψουν έναν πολιτισμό αφορά ιδιαίτερα τους χειριστές και τους διαχειριστές επωνυμιών, όπου είναι προσεκτικοί στη δυνατότητα προσέλκυσης ποιοτικού τουρισμού, τονίζοντας την άυλη κληρονομιά (εργαστήρια χειροτεχνίας, μαθήματα μαγειρικής κλπ.) και βελτιστοποιώντας τη χρήση της υπάρχουσας υποδομής(Pasya, etal. 2016).

## Ο βιωματικός τουρισμός

Ο βιωματικός τουρισμός (ή "ταξίδι εμπάπτισης") είναι μία από τις κυριότερες τάσεις της αγοράς στη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία. Είναι μια προσέγγιση στα ταξίδια που επικεντρώνεται στην εμπειρία μιας χώρας, μιας πόλης ή ενός ιδιαίτερου τόπου συνδέοντας την ιστορία της, τους ανθρώπους και τον πολιτισμό της. Ο όρος βιωματικός τουρισμός αναφέρεται ήδη σε δημοσιεύσεις από το 1985, ωστόσο ανακαλύφθηκε ως μια σημαντική τάση της αγοράς πολύ αργότερα (Okumus, etal. 2012).

### Ο σκοτεινός τουρισμός

Μια αναδυόμενη περιοχή ιδιαίτερου ενδιαφέροντος έχει αναγνωριστεί από τους Lennon και Foley (2000) ως "σκοτεινός" τουρισμός. Αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει επισκέψεις σε "σκοτεινούς" τόπους, όπως πεδία μάχης, σκηνές τρομακτικών εγκλημάτων ή πράξεις γενοκτονίας, όπως για παράδειγμα στρατόπεδα συγκέντρωσης. Η προέλευσή του είναι ριζωμένη σε εκθεσιακούς χώρους και μεσαιωνικές εκθέσεις (Noonan&Rizzo, 2017).

Ο Philip Stone υποστηρίζει ότι ο σκοτεινός τουρισμός είναι ένας τρόπος να φανταστεί κανείς τον θάνατό του μέσω του πραγματικού θανάτου των άλλων. Ο Erik Cohen εισάγει τον όρο "περιοχές populo" για να αποδείξει τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα του σκοτεινού τουρισμού. Οι περιοχές Populo μεταδίδουν την ιστορία των θυμάτων στους επισκέπτες. Με βάση μια μελέτη στο YadVashem, το μουσείο Shoah (Ολοκαύτωμα) στην Ιερουσαλήμ, μια νέα ονομασία μιας περιοχής populo, προτείνει να περιγράψει τους σκοτεινούς χώρους του τουρισμού σε ένα πνευματικό και πληθυσμιακό κέντρο των ανθρώπων στους οποίους έπεσε μια τραγωδία (Noonan&Rizzo, 2017).

Η εκμάθηση του Shoah στην Ιερουσαλήμ προσφέρει μια συνάντηση με το θέμα που διαφέρει από τις επισκέψεις σε ιστοτόπους της Ευρώπης αλλά εξίσου αυθεντική. Υποστηρίζεται ότι η διχοτόμηση μεταξύ "αυθεντικών" τοποθεσιών στη θέση μιας τραγωδίας και των "δημιουργημένων" χώρων είναι ανεπαρκής. Οι αξιολογήσεις συμμετεχόντων από σεμινάρια για τους ευρωπαίους εκπαιδευτικούς στο YadVashem δείχνουν ότι η τοποθεσία είναι μια σημαντική πτυχή μιας ουσιαστικής συνάντησης με το θέμα. Οι συνέπειες για άλλες



περιπτώσεις σκοτεινού τουρισμού στις θέσεις populosυζητούνται. Στο πνεύμα αυτό, ο PeterTarlow ορίζει τον σκοτεινό τουρισμό ως την τάση να επισκεφτεί κανείς τις σκηνές των τραγωδιών ή ιστορικά αξιοθαύμαστους θανάτους ανθρώπων, οι οποίοι συνεχίζουν να επηρεάζουν τη ζωή μας. Αυτό το ζήτημα δεν μπορεί να γίνει κατανοητό χωρίς την εικόνα των συγκεκριμένων εμπειριών (Loulanski&Loulanski, 2011).

### Ο κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός καθιστά τον τουρισμό διαθέσιμο σε φτωχούς που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να αντέξουν οικονομικά να ταξιδέψουν για την εκπαίδευσή τους ή την αναψυχή τους. Περιλαμβάνει ξενώνες και καταλύματα διακοπών χαμηλού κόστους που διοικούνται από εκκλησίες και εθελοντικές οργανώσεις, συνδικάτα ή, κατά την κομμουνιστική περίοδο, δημόσιες επιχειρήσεις. Τον Μάιο του 1959, στο δεύτερο συνέδριο του κοινωνικού τουρισμού στην Αυστρία, ο WalterHunziker πρότεινε τον ακόλουθο ορισμό: «Ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουρισμού που ασκείται από ομάδες χαμηλού εισοδήματος και που καθίσταται δυνατή και διευκολύνεται από ξεχωριστές και κατά συνέπεια εύκολα αναγνωρίσιμες υπηρεσίες(Kostoroulou, etal. 2013).

### Ο θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός, και συγκεκριμένα τα θρησκευτικά ταξίδια, χρησιμοποιούνται για να ενισχύσει την πίστη και να δείξει αφοσίωση, τα οποία είναι και τα βασικά δόγματα πολλών μεγάλων θρησκειών. Οι θρησκευτικοί τουρίστες αναζητούν προορισμούς των οποίων η εικόνα τους ενθαρρύνει να πιστεύουν ότι μπορούν να ενισχύσουν τα θρησκευτικά στοιχεία της αυτογνωσίας τους με θετικό τρόπο. Με δεδομένο αυτό, η αντιληπτή εικόνα ενός προορισμού μπορεί να επηρεαστεί θετικά από το αν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της θρησκευτικής αυτοδιάθεσης ή όχι (Konsola&Karachalis, 2010).

## **2. Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

### **2.1 Η προέλευση και οι κύριοι ορισμοί των εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Αν και ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί για τα τεράστια οικονομικά και κοινωνικά του οφέλη, καθώς είναι οικονομική σωτηρία που παρέχει θέσεις εργασίας και αύξηση του ΑΕΠ, έχει κατηγορηθεί ως πηγή μεγάλου φάσματος σοβαρών προβλημάτων, ιδίως στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Για παράδειγμα, το γεγονός ότι δημιουργεί τεράστια οικονομική διαρροή, καθώς οι περισσότερες επενδύσεις του τουρισμού προέρχονται από τις δυτικές πολυεθνικές εταιρείες στις οποίες θα εισρεύσουν τα εισοδήματα από τον τουριστικό τομέα. Ο Macleod (2004) υποστηρίζει ότι ο τουρισμός μεταβάλλει τη σύνθεση του εργαζόμενου πληθυσμού από τις παραδοσιακές βιομηχανίες της γεωργίας στον τουρισμό που βασίζεται στην υπηρεσία και την φιλοξενία που διαταράσσει την κοινότητα και την πολιτιστική της ταυτότητα (Jončić, 2016).

Οι τέσσερις κύριες επιρροές φαινόμενα οδήγησαν στην ανάγκη μιας διαφορετικής προσέγγισης στον τουρισμό: 1) τα οικονομικά ζητήματα όπως το γεγονός ότι η οικονομική ανάπτυξη δεν επιλύει το πρόβλημα της φτώχειας, 2) τα περιβαλλοντικά ζητήματα που αφορούν την επιρροή του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον, 3) τα πολιτικά ζητήματα που αντικατοπτρίζουν την πολιτική οικονομία της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας, η οποία έγινε φυσική συνέχιση των ιστορικών ανισοτήτων μεταξύ του Πρώτου Παγκόσμιου Πολέμου και του Τρίτου Κόσμου και 4) τα κοινωνικά ζητήματα, συμπεριλαμβανομένης της νέας ταξιδιωτικής αγοράς του μεταμοντέρνου πολιτισμού (Guachalla, 2016).

Έτσι δημιουργήθηκε η "νέα" μορφή του τουρισμού και πολλοί άνθρωποι το δέχτηκαν ενστικτωδώς, παρόλο που δεν μπορούσαν να το ορίσουν με ακρίβεια. Ωστόσο, σήμερα εκπλήσσει το γεγονός ότι δεν υπάρχει γενικά αποδεκτός ή ευρέως αποδεκτός ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού, ούτε ότι έχουν γραφτεί ρητές γραμμές μεταξύ των διαφορετικών μορφών του. Αυτή η διαφορετική προσέγγιση θα είχε λιγότερες σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις στις περιοχές προορισμού και στους πληθυσμούς τους και θα εξακολουθούσε να

απολαμβάνει τις θετικές οικονομικές επιπτώσεις, ώστε να εμφανίζεται ως η βέλτιστη λύση. Αυτή η νέα «μορφή» τουρισμού προέκυψε ως μια εναλλακτική λύση για τον πιο ανεπιθύμητο τύπο του τουρισμού «τον μαζικό τουρισμό» ή τον «συμβατικό / εμπορικό τουρισμό» ή τον «παραδοσιακό τουρισμό» (Gibson&Connell, 2012).

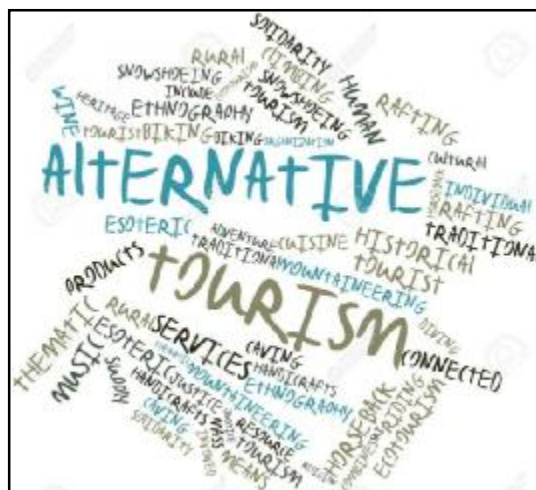
Τελικά, οι "νέες" μορφές τουρισμού εμφανίστηκαν στις αναπτυσσόμενες χώρες μεταξύ της δεκαετίας του 1970 και της δεκαετίας του 1980, προκειμένου να αντιμετωπιστεί ο σκληρός μαζικός τουρισμός. Αυτές οι μορφές τουρισμού εξυπηρετούσαν μια πιο ευαίσθητη προσέγγιση δίνοντας προτεραιότητα στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους στην πρώτη γραμμή του σχεδιασμού και της ανάπτυξης. Εμφανίστηκαν με διαφορετικά ονόματα και διάφορα μοντέλα για να βελτιώσουν την κατάσταση και να διατηρήσουν την αρχική αγροτική έκκληση του τουριστικού προορισμού (Festicket, 2014).

Περιλάμβαναν έργα μικρής κλίμακας, με χαμηλό επίπεδο επενδύσεων, χαμηλού βαθμού χαρακτήρα, ανεξάρτητα και αυτοσυντηρούμενα και απαιτώντας την υψηλή συμμετοχή των κατοίκων της περιοχής. Η συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού βελτιώνει τις επαφές μεταξύ των φιλοξενουμένων και των ξένων προσκεκλημένων τους, προσφέρει μια πιο αυθεντική, ουσιαστική και ικανοποιητική εμπειρία τόσο για τον επισκέπτη όσο και για τον οικοδεσπότη. Στον εναλλακτικό τουρισμό ο πελάτης λαμβάνει στέγαση απευθείας, όπως και άλλες υπηρεσίες και εγκαταστάσεις που προσφέρονται εκεί (Fernandes, 2011).

Λίγα χρόνια αργότερα, προστέθηκαν και άλλα χαρακτηριστικά στον εναλλακτικό τουρισμό που ξεχώρισαν από τον μαζικό τουρισμό, οδηγώντας στο γεγονός ότι σε άτομα, οικογένειες ή τοπική κοινότητα που επιλέγουν τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού, προσφέρουν ιδιωτικά στους επισκέπτες, ένα σύνολο υπηρεσιών φιλοξενίας. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός στοχεύει στην καθιέρωση άμεσης προσωπικής και πολιτιστικής ενδοεπικοινωνίας και κατανόησης μεταξύ φιλοξενούμενου και επισκέπτη. Αυτοί οι ορισμοί υποστηρίζουν τη διευκόλυνση και τη βελτίωση των επαφών μεταξύ επισκεπτών, προκειμένου να επιτευχθεί πολιτιστική ανταλλαγή και επικοινωνία αμφότερων των μερών. Ο Donald Macleod (1998) προτείνει μια σειρά αρχών για τον καλύτερο ορισμό του εναλλακτικού τουρισμού (DuCros&McKercher, 2014).

Σύμφωνα με τον Holden, στα μέσα της δεκαετίας του '80, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ μελών διαφορετικών κοινοτήτων. Επιδιώκει την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης, αλληλεγγύης και ισότητας μεταξύ των συμμετεχόντων». Ο Holden επικεντρώθηκε στην εξέλιξη της αλληλεπίδρασης των φιλοξενουμένων και των οικοδεσποτών, μέσω της διευθέτησης καλά οργανωμένων εκδρομών ειδικού ενδιαφέροντος, παρά στην πραγματική ανάπτυξη των εγκαταστάσεων. Ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται τότε ως «μορφή τουρισμού που συνάδει με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες και επιτρέπει τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους φιλοξενούμενους να απολαμβάνουν θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες» (Dragievic, etal. 2013).

Στην Ευρώπη, ειδικά στη Γερμανία, την Αυστρία και την Ελβετία, στις αρχές της δεκαετίας του 1980, ο όρος που χρησιμοποιείται για να εξηγηθεί νέα μορφή τουρισμού ήταν ο «ήπιος τουρισμός» καθώς το κύριο χαρακτηριστικό του ήταν η σημασία για τα περιβαλλοντικά ζητήματα και η προώθηση οικολογικής φιλικής ανάπτυξης των πολιτικών. Ο ήπιος τουρισμός ορίζεται ως "η αμοιβαία κατανόηση μεταξύ του τοπικού πληθυσμού και των επισκεπτών, η οποία δεν θέτει σε κίνδυνο την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής υποδοχής και η οποία προσπαθεί να φροντίσει το περιβάλλον όσο το δυνατόν καλύτερα (DiLascio, etal. 2011).



**Εικόνα 2 :** Τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού

(Πηγή : <http://bit.do/eQnw2>)

Οι τουρίστες που επιλέγουν την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού δίνουν προτεραιότητα στη χρήση υποδομών προορισμών για τον τοπικό πληθυσμό και δεν δέχονται σημαντικές τουριστικές εγκαταστάσεις επιβλαβείς για το περιβάλλον. Ο όρος "Νέος Τουρισμός" προτάθηκε το 1979 από τους Rosenow και Pulsipher για την αμερικανική τουριστική βιομηχανία ως έναν νέο τρόπο ανάπτυξης, υποστηρίζοντας ότι όχι μόνο οι επισκέπτες αλλά και οι κοινότητες θα ωφεληθούν καθώς θα αναπτύσσουν μια τουριστική βιομηχανία με βάση τα μοναδικά τους στοιχεία ενεργητικού (Cundy, 2013).

Η χρήση του όρου «εναλλακτικός τουρισμός» είναι προβληματική, καθώς οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού συνδέονται στενά με την αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης, καθιστώντας τον όρο «βιώσιμος τουρισμός» πιο ακριβή στην περιγραφή των «νέων» μορφών τουρισμού. Σύμφωνα με τον Holden (2003), ο βιώσιμος τουρισμός είναι περισσότερο συμβατός με το φυσικό περιβάλλον από τον συμβατικό μαζικό τουρισμό. Η βλάστηση, τα ζωικά ενδιαίτηματα και οι πρώτες γεωργικές εκτάσεις επέτρεψαν τη δημιουργία νέων υποδομών μέσω της αποψίλωσης που βλάπτει το οικοσύστημα και το τοπίο (Correia, etal. 2013).

Σήμερα, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι κατευθυντήριες γραμμές και οι πρακτικές διαχείρισης του βιώσιμου τουρισμού εφαρμόζονται σε όλες τις μορφές τουρισμού σε όλους τους τύπους προορισμών, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού και των διάφορων εξειδικευμένων τουριστικών τομέων. Οι αρχές της βιωσιμότητας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικο-πολιτισμικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και πρέπει να δημιουργηθεί μια κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά τους. Ο βιώσιμος τουρισμός γίνεται τόσο δημοφιλής ώστε ορισμένοι λένε ότι αυτό που ονομάζουμε σήμερα «εναλλακτική» θα είναι το «mainstream» σε μια δεκαετία (Connell, 2012).

Οι Smith και Eadington (1992) ανέφεραν την ακαδημαϊκή έκθεση Nash και Butler (1989) ότι «η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού έχει ελάχιστες επιστημονικές αξίες και ότι μια πιο αποδεκτή υποκατάστατη φράση θα είναι εναλλακτικές μορφές τουρισμού» (Cisneros-Martínez&Fernández-Morales, 2015).

## **2.2 Η πολυπλοκότητα της ταξινόμησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Από τότε που έφτασε ο "νέος" τουρισμός, πολλές μορφές του έχουν αναδυθεί σταδιακά και οι πηγές βρίσκονται σε πολλές διαφορετικές πτυχές της σύγχρονης οικονομικής και κοινωνικής ζωής. Οι ειδικές ομάδες "νέων" τουριστών φάνηκαν να έχουν κίνητρο να ταξιδεύουν για διάφορους λόγους, διαμορφώνοντας τόσο παρόμοιους όσο και αμφιλεγόμενους τύπους εναλλακτικού τουρισμού. Αυτό οφείλεται σε ένα σημείο στο γεγονός ότι παρόλο που ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αποκτήσει ολοένα αυξανόμενη ακαδημαϊκή προσοχή, οι διαφορές στην ερμηνεία του κάθε ακαδημαϊκού οδήγησαν στην αμφισβήτηση του ορισμού και της σωστής ορολογίας για τον εναλλακτικό τουρισμό (Bowdin, etal. 2011).

Το μόνο που έχουν οι κοινότητες των ακαδημαϊκών είναι η αντίθεσή τους στο ολοκληρωμένο ή στον μαζικό τουρισμό. Άλλοι υποδηλώνουν ότι «το εναλλακτικό τουριστικό παράδειγμα πρέπει να εξεταστεί ως ένας γενικότερος γενικός όρος, όπως η ποικιλομορφία των άλλων μορφών τουρισμού ή των εξειδικευμένων αγορών. Μερικές φορές, ο οικοτουρισμός ή ο πολιτιστικός τουρισμός ή άλλες μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται ως συνώνυμα του εναλλακτικού τουρισμού και άλλες φορές με τις διάφορες μορφές του, καθιστά την κατάταξη πολύπλοκη. Παρακάτω, θα παρουσιαστούν ορισμένες από τις κύριες διαφορετικές προσεγγίσεις που οδηγούν σε συγκεκριμένες ταξινομήσεις (Blesic, etal. 2013).

Υπάρχουν πολλές πτυχές του εναλλακτικού τουρισμού που καλλιεργούν την κοινωνική και οικολογική αναδιάρθρωση, φυσικά ενδιαφέροντος είναι ο οικολογικός τουρισμός, ο βιώσιμος τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο κοινοτικός τουρισμός, ο ειρηνικός τουρισμός, ο εθελοντικός τουρισμός και άλλα είδη τουρισμού. Ο οικολογικός τουρισμός φαίνεται να είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους για να συνδεθεί η οικονομική ανάπτυξη με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Η έννοια του βιώσιμου τουρισμού του Butler είναι αυτή του «τουρισμού στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης» (Bladen, etal. 2012).

Ο τουρισμός χαμηλού κόστους εμφανίστηκε τελευταία και είναι περισσότερο μια προσέγγιση για την ανάπτυξη και τη διαχείριση του τουρισμού που ενισχύει τις συνδέσεις

μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστών των κατώτερων στρωμάτων, προκειμένου ο τουριστικός τομέας να υποστηρίξει την εξάλειψη της φτώχειας και οι άνθρωποι να έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν στην ανάπτυξη του προϊόντος. Αναμένεται ότι ο τουρισμός χαμηλού κόστους θα βελτιώσει την ποιότητα ζωής των τοπικών κατοίκων. Η ειρήνη μέσω του τουρισμού επικεντρώνεται στα είδη τουρισμού που ευνοούν πιο ειρηνικές σχέσεις. Ο επίσημος τρόπος για να εξηγήσουμε τη σχέση μεταξύ τουρισμού και ειρήνης είναι να διασφαλίσουμε ότι ο διεθνικός πολιτιστικός τουρισμός διεγείρει αρμονικές σχέσεις (Barbieri&Mahoney, 2010).

Ο ειρηνικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη συμφιλίωση δύο εθνών και γενικότερα των παράλληλων ομάδων ανθρώπων σε καταστάσεις σύγκρουσης που εξασφαλίζουν τη συνύπαρξή τους. Ο εθελοντικός τουρισμός προέκυψε ως απάντηση στα αυξανόμενα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα στις αναπτυσσόμενες χώρες και ως απάντηση στις φυσικές καταστροφές και τις τρομοκρατικές επιθέσεις. Περιλαμβάνει βραχυπρόθεσμα έργα με σκοπό την εξυπηρέτηση κοινοτήτων που έχουν ανάγκη. Σύμφωνα με τον Wearing, οι εθελοντές τουρίστες έχουν οριστεί εκείνοι που "για να κάνουν διακοπές που θα μπορούσαν να βοηθήσουν ή να ανακουφίσουν την υλική φτώχεια ορισμένων ομάδων στην κοινωνία, την αποκατάσταση ορισμένων περιβαλλόντων ή την έρευνα σε πτυχές του περιβάλλοντος"(Báez-Montenegro&Devesa-Fernández, 2017).

Ο τουρισμός της δικαιοσύνης αναγνωρίστηκε πρόσφατα ως αναδυόμενη τάση και πήρε το συγκεκριμένο όνομα. Ορισμένοι συγγραφείς θεωρούν τον πολιτιστικό τουρισμό ως εναλλακτικό τουρισμό, με βάση τον ορισμό του Holden (1984) ως μια διαδικασία που προωθεί μια δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ μελών διαφορετικών κοινοτήτων. Επιδιώκει την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης, αλληλεγγύης και ισότητας μεταξύ των συμμετεχόντων. Ο θρησκευτικός τουρισμός προσπαθεί να βοηθήσει την τουριστική βιομηχανία υπό την έννοια ότι οι καταπιεσμένοι άνθρωποι ασχολούνται με τον τουριστικό τομέα για να προσφέρουν εκδρομές κληρονομιάς και οι εκδρομές αυτές μπορούν να υποστηρίξουν την κατανόηση των θεμάτων των ανθρωπίνων δικαιωμάτων από τους επισκέπτες (Bae, etal. 2017).

Η Angela Benson (2005) προτείνει να περιληφθεί ο «πολιτιστικός τουρισμός» στο πλαίσιο του «εναλλακτικού τουριστικού παραδείγματος» και πιο συγκεκριμένα στους εκπαιδευτικούς, επιστημονικούς και εθελοντικούς τομείς. Ο σύγχρονος "εκπαιδευτικός" τουρισμός αναφέρεται στις ευκαιρίες που προσφέρουν τα κολλέγια και τα πανεπιστήμια να ταξιδεύουν και να σπουδάζουν οι μαθητές στο εξωτερικό. Περιλαμβάνει «σχολικές εκδρομές και φροντιστήρια, και εκμάθηση διάφορων τεχνικών σε ενήλικες και ηλικιωμένους, όπως της κουζίνας, της τέχνης, των μαθημάτων κηπουρικής σε εξωτικές τοποθεσίες. Ο Mieczkowski (1995) θεωρεί τον «επιστημονικό τουρισμό» ως μια μορφή του οικοτουρισμού με την έννοια ότι προστατεύει το περιβάλλον, παρακινεί άτομα ή ομάδες να επισκέπτονται διάφορα οικοσυστήματα υπό την ηγεσία των επιστημόνων υψηλής εξειδίκευσης (Artal-Tur, etal. 2018).

Με έναν πιο απλό και διαφορετικό τρόπο, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ο γενικός όρος που περιλαμβάνει ένα φάσμα μορφών τουρισμού όπως τον «οικολογικό τουρισμό», τον «αγροτικό τουρισμό», κλπ. Για παράδειγμα, ο «οικοτουρισμός» περιλαμβάνει περιβαλλοντική και οικολογική συνείδηση που εξασφαλίζει τη διατήρηση και συντήρηση. Ο «κοινοτικός τουρισμός», που πραγματοποιείται μέσα στην τοπική κοινωνία, όπου έχουν κοινωνικοοικονομική εξουσία μέσω του τουρισμού και του «αγροτικού τουρισμού», που βρίσκεται στην ύπαιθρο με τη συγχώνευση της αγροτικής ζωής και των βασικών εγκαταστάσεων (Allen, etal. 2015).

Οποιοσδήποτε τύπος τουρισμού που προβάλλει την αγροτική ζωή, την τέχνη, τον πολιτισμό και την κληρονομιά σε αγροτικές τοποθεσίες, ωφελώντας έτσι την τοπική κοινωνία από οικονομική και κοινωνική άποψη, καθώς και την αλληλεπίδραση των τουριστών με τους ντόπιους για μια πιο εμπλουτισμένη τουριστική εμπειρία. Είναι πολύπλευρος ο εναλλακτικός τουρισμός και μπορεί να περιλαμβάνει τον αγροτικό τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό, τον περιβαλλοντικό τουρισμό, τον περιπετειώδη τουρισμό και τον οικολογικό τουρισμό (García-Hernández, etal. 2017).

Σύμφωνα με το Ισπανικό Ινστιτούτο Προοπτικών Τεχνολογικών Μελετών, οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να ταξινομηθούν με σαφήνεια στις ακόλουθες κύριες κατηγορίες : Πολιτιστικός και Ιστορικός τουρισμός, Τουρισμός Υγείας,



Πολιτιστικός Τουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός, Περιβαλλοντικός Τουρισμός και Ψυχαγωγικός Τουρισμός (Gibson&Connell, 2012).

Η Έλλη Φραγκάκη (2003) επεσήμανε πέντε κατηγορίες του τουρισμού (Kostopoulou, etal. 2013) :

- Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός, όπου είναι διοργανώσεις συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες εγκαταστάσεις.
- Αθλητικός τουρισμός υπό την έννοια ότι ο τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με αθλητικές εκδηλώσεις και αθλητισμό.
- Θρησκευτικός τουρισμός, όπου περιλαμβάνει εκκλησίες, μοναστήρια, θρησκευτικές γιορτές κ.λπ.
- Πολιτιστικός τουρισμός που συνδέεται με επισκέψεις σε μνημεία ή πολιτιστικές εκδηλώσεις.
- Οικοτουρισμός, είναι ο τουρισμός που συνδυάζει την τοπική οικονομική ανάπτυξη, το περιβάλλον και την προώθηση των φυσικών πλεονεκτημάτων και της ιστορίας μιας περιοχής.

Αυτές οι μορφές αποτελούν τη βάση για την εξέλιξη πολλών τύπων εναλλακτικού τουρισμού. Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός αποτελεί το κύριο ενδιαφέρον, καθώς πρόσφατα η σταδιακή μετατροπή του πολιτιστικού τουρισμού σε μαζικό τουρισμό δημιούργησε την ανάγκη για στροφή από τον πολιτιστικό σε δημιουργικό τουρισμό, προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι αρνητικές επιπτώσεις που θα έχουν οι περιφέρειες για την αναζωπύρωση του μαζικού τουρισμού (Konsola&Karachalis, 2010).

Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός

Ως εναλλακτική μορφή του τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός αποκαλύφθηκε ως αντίδραση στον μαζικό τουρισμό, υποδηλώνοντας το ταξίδι που αποσκοπεί στην ανακάλυψη και μάθηση περισσότερων μνημείων και τόπων ιστορικού και καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες παγκόσμιες τουριστικές αγορές. Έχει αναπτυχθεί ώστε να αποτελέσει σημαντικό φαινόμενο στην ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία και βασικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος (Jovicic, 2016).

Στο παρελθόν, ο πολιτισμός δεν συνδεόταν στενά με τον τουρισμό, ο οποίος θεωρήθηκε ως δραστηριότητα αναψυχής. Στην Ευρώπη, η πλειοψηφία των πλούσιων ανθρώπων θεωρούσε τις διακοπές ως χρόνο για ξεκούραση και χαλάρωση και μόνο μικρός αριθμός από αυτούς χρησιμοποιούσαν τις πολιτιστικές περιηγήσεις με συγκεκριμένους εκπαιδευτικούς στόχους. Αυτή η κατάσταση άλλαξε τον 20ό αιώνα, καθώς οι τουρίστες έγιναν πιο έμπειροι και άρχισαν να αναζητούν νέες εμπειρίες σχετικά με τον χρόνο των διακοπών τους και περισσότερες περιοχές άρχισαν να αναγνωρίζουν την αξία του πολιτισμού ως ένα πιθανό μέσο για την παραγωγή του τουρισμού (Guachalla, 2016).

Σήμερα, ο τουρισμός και ο πολιτισμός είναι αδιαχώριστα τμήματα. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, ο πολιτισμός και ο τουρισμός έχουν μια αμοιβαία ωφέλιμη σχέση που μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα των περιφερειών και των χωρών. Ο πολιτισμός αποτελεί όλο και περισσότερο ένα σημαντικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος, το οποίο δημιουργεί επίσης διακριτικό χαρακτήρα σε μια γεμάτη παγκόσμια αγορά. Παράλληλα, ο τουρισμός προσφέρει ένα σημαντικό μέσο για την ενίσχυση του πολιτισμού και τη δημιουργία εισοδήματος που μπορεί να στηρίξει και να ενισχύσει την πολιτιστική κληρονομιά, την πολιτιστική παραγωγή όπως και τη δημιουργικότητα (Gibson&Connell, 2012).

Οι προσπάθειες καθορισμού του πολιτιστικού τουρισμού είναι μάλλον προβληματικές, καθώς συνίστανται σε δύο στοιχεία που ο ορισμός τους επίσης δεν είναι ξεκάθαρα, ο "πολιτισμός" και ο "τουρισμός". Επίσης, η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, που προέκυψε από τις ευρύτερες κοινωνικές και οικονομικές τάσεις που κυριαρχούσαν στην περίοδο της «μεταμοντερνικότητας», είναι ένας λόγος για μια ποικιλία όρων που έχουν

προκύπτει τόσο στη λογοτεχνία όσο και στις δηλώσεις πολιτικής. Ο πολιτιστικός τουρισμός, ο εθνοτικός τουρισμός και πλήθος άλλων όρων φαίνεται να είναι σχεδόν εναλλάξιμοι στη χρήση τους, αλλά σπάνια είναι σαφές εάν οι άνθρωποι μιλάνε για το ίδιο πράγμα (Okumus, etal. 2012).

Ο Bonink το 1992 κατέληξε σε δύο μεγάλες προσεγγίσεις. Η πρώτη είναι η προσέγγιση "τοποθεσίες και μνημεία", που εστιάζει στο είδος των αξιοθέατων που επισκέπτονται οι πολιτιστικοί τουρίστες, αναφερόμενοι σε ένα προϊόν που βασίζεται στον ορισμό του πολιτισμού. Τα πολιτιστικά αξιοθέατα μιας χώρας ή μιας περιοχής θεωρούνται βασικά ως φυσικά πολιτιστικά αξιοθέατα που ήταν σημαντικά για τον τουρισμό. Η προσέγγιση αυτή χρησιμοποιείται κυρίως για μια ποσοτική έρευνα στον πολιτιστικό τουρισμό, αλλά το μειονέκτημα της είναι ότι περιορίζει την ανάλυση σε συγκεκριμένους τόπους, που συνδέει τον πολιτιστικό τουρισμό με την έννοια του "υψηλού τουρισμού" και με την κατανάλωση πολιτιστικών προϊόντων, ενώ είναι σημαντικό σε πολιτιστικές διαδικασίες που πρέπει να εξεταστούν (Skoultzos, 2014).

Η δεύτερη προσέγγιση είναι η εννοιολογική προσέγγιση και είναι σαφέστερα βασισμένη στη διαδικασία καθώς προσπαθεί να περιγράψει το κίνητρο και τις έννοιες που συνδέονται με την πολιτιστική τουριστική δραστηριότητα. Με αυτή την έννοια, οι πολιτιστικοί τουρίστες μαθαίνουν για τα προϊόντα και τη διαδικασία άλλων πολιτισμών. Οι τουρίστες επισκέπτονται όλο και περισσότερους προορισμούς για να βιώσουν τον τρόπο ζωής, την καθημερινή κουλτούρα και τα έθιμα των ανθρώπων που επισκέπτονται (Stylianou-Lambert, 2011).

Έτσι το Έργο Πολιτιστικού Τουριστικού Έργου ATLAS το 1991 προσπάθησε να συνδυάσει τις δύο προαναφερθείσες προσεγγίσεις οδηγώντας στο γεγονός ότι ένας ορισμός που βασίζεται στο προϊόν ήταν απαραίτητος για τη μέτρηση του πολιτιστικού τουρισμού ενώ ένας εννοιολογικός ορισμός βασιζόμενος στη διαδικασία ήταν επίσης απαραίτητος για την περιγραφή του πολιτιστικού τουρισμού ως δραστηριότητας (Zhu, 2012).

Η ATLAS πρότεινε δύο μορφές ορισμού (Triarchi & Karamanis, 2017) :

- Ο εννοιολογικός ορισμός που είναι "η κίνηση των ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο συνήθους διαμονής τους, με σκοπό να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες".
- Ο τεχνικός ορισμός που είναι "Όλες οι μετακινήσεις προσώπων σε συγκεκριμένα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς, καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις και τέχνες εκτός. Η διαφορά τους είναι ότι ο εννοιολογικός ορισμός θεωρεί το κίνητρο των τουριστών κεντρικό.

Ο εννοιολογικός ορισμός της ATLAS, είναι ένας από τους πιο διαδεδομένους ορισμούς. Οι άνθρωποι που κινούνται προς πολιτιστικά αξιοθέατα, κάπου εκτός από τη χώρα τους, προκειμένου να αποκτήσουν επαρκείς πληροφορίες και γνώσεις, εκπληρώνοντας τα δικά τους πολιτιστικά αιτήματα, είναι οι πολιτιστικοί τουρίστες. Ορισμένοι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι δεν είναι όλοι οι πολιτιστικοί τουρίστες που «καταναλώνουν» τον πολιτισμό, με την έννοια της ικανοποίησης των δικών τους πολιτιστικών αναγκών, με τον ίδιο τρόπο (Vong&Ung, 2012).

Μερικοί τουρίστες έχουν μια πιο καλή επαφή, άλλοι μια πιο βαθιά και άλλοι μια πιο τυπική. Καθώς το επίπεδο ενδιαφέροντος σε πολιτιστικά αξιοθέατα και εκδηλώσεις διαφέρει μεταξύ των τουριστών, είναι δυνατόν να διακρίνουμε διάφορες κατηγορίες πολιτιστικών τουριστών. Οι McKercher και Du Cros το 2002 πρότειναν μια ευρεία τυπολογία που ήταν μάλλον αποδεκτή από τους ακαδημαϊκούς. Αυτοί οι τύποι πολιτιστικών τουριστών μπορούν να ταξινομηθούν σε βασικές ομάδες. Στην πρώτη ομάδα περιλαμβάνονται εκείνοι οι τουρίστες που βασικά κίνητρα είναι ο πολιτισμός που τους ενδιαφέρει. Η δεύτερη ομάδα αναφέρεται στον τουρίστα, για τον οποίο ο πολιτισμός είναι μόνο συμπλήρωμα, δευτερογενής ή ακόμα και τυχαίος παράγοντας (Okumus, etal. 2012).

Τα τελευταία χρόνια, η δυναμική ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να εξηγηθεί από τη γρήγορη αύξηση της ζήτησης για ταξίδια σε διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα και ανέσεις. Η άνοδος του ενδιαφέροντος των τουριστών τόσο σε μακρινούς πολιτισμούς όσο και

στην τοπική κληρονομιά συνέβη με την αύξηση των μορφωμένων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο και την παγκοσμιοποίηση. Επιπλέον, η τεχνολογία υποστήριξε αυτή την ανάπτυξη, ιδιαίτερα το διαδίκτυο ως πηγή πληροφοριών για τα πολιτιστικά αξιοθέατα και για να δοθεί η δυνατότητα στους τουρίστες να δημιουργήσουν δικά τους προϊόντα πολιτιστικού τουρισμού (Jovicic, 2016).

Για παράδειγμα, συνδυάζοντας τα ταξίδια, τη διαμονή και τα ελκυστικά περιεχόμενα σε ειδικά διαμορφωμένα πακέτα, αγνοώντας τους εξειδικευμένους ταξιδιωτικούς πράκτορες στον τομέα του τουρισμού. Η τεχνολογία έχει επηρεάσει βαθιά την τουριστική κατανάλωση, καθώς οι πολιτιστικοί χώροι αντιμετωπίζονται τώρα μεμονωμένα μέσω του ακουστικού οδηγού ή του προβολέα μιας βιντεοκάμερας (Konsola&Karachalis, 2010).

Ο πολιτιστικός τουρίστας, από τον καταναλωτή, μετατρέπεται σε παραγωγό των πολιτιστικών προϊόντων και εμπειριών. Οι πολιτιστικοί τουρίστες έχουν πλέον αποκτήσει περισσότερες γνώσεις σχετικά με τις εμπειρίες που τους παρέχονται από ότι οι άνθρωποι που τις προμηθεύουν, παίρνοντας έτσι το προβάδισμα στην παραγωγή εμπειρίας. Οι εμπειρίες στις οποίες εμπλέκονται συνδέονται με τη μετάβαση από απτά σε άυλα τουριστικά μέσα που υποδηλώνουν τη μετάβαση από τα στατικά αξιοθέατα σε πιο αλληλεπιδραστικές και άυλες εμπειρίες. Αυτές οι εμπειρίες συνδέονται με την τοπική κουλτούρα και όχι με την παγκόσμια (Fernandes, 2011).

Καθώς ο τουριστικός πολιτισμός γίνεται πιο διαδραστικός και δημιουργικός, ο πολιτιστικός τουρισμός πρέπει να επανατοποθετηθεί και να γίνει πιο «δημιουργικός». Παρόλο που η νέα αυτή μορφή του τουρισμού είναι δύσκολη για τον παραδοσιακό τουριστικό τομέα να αντιμετωπίσει, αποκαλύπτει μεγάλες ευκαιρίες για την παροχή εναλλακτικών πηγών εσόδων στις περιφέρειες. Ο παραδοσιακός πολιτιστικός τουρισμός, τις τελευταίες ημέρες, μοιάζει περισσότερο με τον μαζικό τουρισμό παρά με τον εναλλακτικό, καθώς διάσημες τοποθεσίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών, υποβαθμίζουν την ποιότητα της εμπειρίας και πιέζουν τους «σοβαρούς» πολιτιστικούς τουρίστες (Correia, etal. 2013).

Επιπλέον, πολλά μέρη για να αναπτύξουν μια μοναδική εικόνα ακολούθησαν παρόμοιες στρατηγικές που είχαν ως αποτέλεσμα να τους κάνει να φαίνονται τα ίδια στα μάτια των πολιτιστικών τουριστών. Πολλοί τουρίστες αναζητούν τώρα "εναλλακτικές" μορφές τουρισμού που συνδέονται με τη γνώση και βασίζονται σε δεξιότητες, σε "νέες περιοχές", μακριά από την παραδοσιακή πολιτιστική κληρονομιά. Σήμερα, οι τουρίστες επισκέπτονται χώρους τόσο για τη δημιουργική τους ατμόσφαιρα όσο και για την ευκαιρία να κάνουν οι ίδιοι δημιουργικές δραστηριότητες (Bladen, etal. 2012).

Η νέα πρόκληση για τις περιφέρειες παγκοσμίως είναι να ανιχνεύσουν τρόπους ενσωμάτωσης της δημιουργικότητας και να κάνουν τους τουρίστες να πιστεύουν ότι βρίσκονται στο μοναδικό μέρος που επιθυμούν για τις ποιοτικές διακοπές τους. Σύμφωνα με τον Richards (2012), οι τρόποι με τους οποίους η δημιουργικότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί στον τουρισμό περιλαμβάνουν "προϊόντα και εμπειρίες τουρισμού, αναζωογόνηση υφιστάμενων προϊόντων, αξιοποίηση πολιτιστικών και δημιουργικών περιουσιακών στοιχείων, παροχή οικονομικών παραγόντων δημιουργικής ανάπτυξης, εμπειρία του τουρισμού, κλπ. Έτσι, μέσω αυτών των τρόπων, η δημιουργικότητα θα μπορούσε να στηρίξει την προσπάθεια των τόπων να αποκτήσουν τη μοναδικότητά τους και να εξελίξουν τον πολιτιστικό τους τουρισμό σε ένα «δημιουργικό τρόπο διασκέδασης» (Báez-Montenegro&Devesa-Fernández, 2017).

Σύμφωνα με την UNESCO (2006), ο «δημιουργικός τουρισμός θεωρείται μια νέα γενιά τουρισμού. Η πρώτη γενιά ήταν ο παραθαλάσσιος τουρισμός, στον οποίο οι άνθρωποι έρχονται σε ένα μέρος για χαλάρωση και αναψυχή. Το δεύτερο ήταν ο πολιτιστικός τουρισμός, προσανατολισμένος στα μουσεία και τις πολιτιστικές εκδρομές. Ο δημιουργικός τουρισμός περιλαμβάνει περισσότερη αλληλεπίδραση, στην οποία ο επισκέπτης έχει μια εκπαιδευτική, συναισθηματική, κοινωνική και συμμετοχική αλληλεπίδραση με τον τόπο, τη ζωτική του κουλτούρα και τους ανθρώπους που ζουν εκεί. Αυτή η τρίτη γενιά απαιτεί επίσης να εξελίσσονται οι διαχειριστές, αναγνωρίζοντας τη δημιουργικότητα μέσα στην πόλη τους ως πόρο και παρέχοντας νέες ευκαιρίες για την αντιμετώπιση των εξελισσόμενων συμφερόντων των τουριστών. Ο δημιουργικός τουρισμός έχει μεγαλύτερο βαθμό εμπορικής προσφοράς και συμμετοχής, ενώ ο πολιτιστικός τουρισμός βασικά διαχειρίζεται ή χρηματοδοτείται από τον δημόσιο τομέα (Bae, etal. 2017).

Οι Richards και Raymond (2000) προσδιόρισαν τη νέα έννοια του «δημιουργικού τουρισμού» ως ο τουρισμός που προσφέρει στους επισκέπτες τη δυνατότητα να αναπτύξουν το δημιουργικό τους δυναμικό μέσω της ενεργού συμμετοχής τους σε μαθήματα και μαθησιακές εμπειρίες που είναι χαρακτηριστικές του προορισμού διακοπών όπου πραγματοποιούνται οπότε ο «δημιουργικός τουρισμός είναι ένα είδος διακοπών αφιερωμένο στην εκμάθηση μιας συγκεκριμένης ικανότητας που ανήκει σε έναν πολιτισμό της χώρας υποδοχής» δίνοντας το παράδειγμα «ενός αυξανόμενου αριθμού μαθημάτων σε τομείς όπως η γλώσσα, η γαστρονομία και η τέχνη τα τελευταία χρόνια, που οφείλεται όχι μόνο στην υψηλή ζήτηση δημιουργικών δεξιοτήτων αλλά και σε έναν αυξανόμενο αριθμό δημιουργικών παραγωγών που έχουν αρχίσει να εξυπηρετούν αυτή την αγορά (Festicket, 2014).

Στην πραγματικότητα, ο «δημιουργικός τουρισμός» μπορεί να οριστεί ευρέως ως η δημιουργία δημιουργικών εμπειριών με τους τουρίστες. Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους μπορεί να συμβεί αυτή η συνεργασία μεταξύ φιλοξενουμένων και παρόχων, αναπτύσσοντας δημιουργικές εμπειρίες στον τουρισμό. Σύμφωνα με τον Richards (2009), "οι εμπειρίες αυτές μπορούν να παραδοθούν με ποικίλους τρόπους, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας δικτύων, διαδρομών, μαθημάτων και εκδηλώσεων". Η ανάπτυξη αξίας στο δημιουργικό τουριστικό σύστημα οδηγεί σε στροφή προς δίκτυα ευρύτερης αξίας αντί σε περιοριστικές αλυσίδες αξίας και η παραγωγή αξίας ακολουθεί μια διανομή και εφαρμογή του περιεχομένου παρά την παραγωγή προηγούμενου περιεχομένου (DuCros&McKercher, 2014).

Συμπερασματικά, οι περιφέρειες πρέπει να σταματήσουν να δίνουν πλήρη προσοχή στα υλικά αγαθά τους για να προσελκύσουν τουρίστες και πρέπει να μεταφέρουν την πολιτική τους στην ανάπτυξη και την αξιοποίηση άυλων παραγόντων, όπως ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη της γνώσης και η δικτύωση, οι οποίες είναι απαραίτητες για τη στήριξη των πολιτιστικών ή δημιουργικών τουριστικού συστήματος (García-Hernández, etal. 2017).

Πρέπει να επικεντρωθούν στα διάφορα στοιχεία του δημιουργικού συστήματος, όπως οι χώροι και τα γεγονότα που υποστηρίζουν τα δίκτυα που απαιτούνται για να ενσωματώσουν τη δημιουργικότητα και να δημιουργήσουν δεσμούς με δημιουργικούς καταναλωτές και παραγωγούς εκτός του προορισμού. Ο δημιουργικός τουρισμός χρειάζεται προσεκτικό

σχεδιασμό, σύμφωνα με τις αρχές της ορατότητας, της διαπερατότητας και της ευελιξίας (Noonan&Rizzo, 2017).

Εάν τα μέρη είναι τυχαίες επιλογές, δεν θα είναι σε θέση να ενσωματώσουν τη δημιουργικότητα, να προσελκύσουν δημιουργικές βιομηχανίες και να θέσουν τα θεμέλια για τη βιώσιμη ανάπτυξη του «δημιουργικού» τουρισμού. Ο ΟΟΣΑ τονίζει πάντα τη σημαντική συμβολή των δημιουργικών βιομηχανιών στην οικονομική ανάπτυξη και την ανάγκη σύνδεσης με τον τουρισμό. Η ανάπτυξη του τουρισμού παρέχει δημιουργικές εμπειρίες στον τομέα του τουρισμού, υποστηρίζοντας καινοτόμες προσεγγίσεις στην ανάπτυξη και το μάρκετινγκ του τουρισμού και αναδημιουργώντας την εικόνα των προορισμών (Raj & Vignali, 2010).

### **2.3 Οι τρέχουσες τάσεις των εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Σύμφωνα με τις τουριστικές τάσεις και τις πολιτικές του ΟΟΣΑ για το 2014, η ζήτηση των πελατών για βιώσιμα και φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα τουρισμού αναμένεται να αυξηθεί, αλλά ο οικολογικός τουρισμός ως σημαντικός αυτόνομος τομέας ανάπτυξης έχει αναπτυχθεί αργά. Οι επισκέπτες απαιτούν πιο ατομικές και αυθεντικές εμπειρίες και εξαρτώνται περισσότερο από την τεχνολογία για να προγραμματίσουν τις διακοπές τους. Το διαδίκτυο θα συνεχίσει να επηρεάζει τη δημιουργική διάσταση του τουρισμού (Pivac, etal. 2011).

Οι συνέπειες του διαδικτύου είναι σημαντικές για τον τουρισμό, καθώς οι τουρίστες χρησιμοποιούν τα smartphones ή τα tablet τους για να κάνουν κράτηση, αντιπροσωπεύοντας το 54% των κρατήσεων, ενώ τα ταξιδιωτικά γραφεία μειώθηκαν στο 24%. Η πιο διαδεδομένη πρόσβαση στο διαδίκτυο παγκοσμίως έχει εκτοπίσει τους παρόχους υπηρεσιών τουρισμού στους καταναλωτές και διευκολύνει τα ανεξάρτητα ταξίδια, ακόμη και σε πιο απομακρυσμένους τουριστικούς προορισμούς (Allen, etal. 2015).

Οι δημιουργικές καινοτομίες στον τομέα του τουρισμού θα απαιτήσουν την επανατοποθέτηση του ταξιδιωτικού συστήματος, μετατοπίζοντας από μια παραδοσιακή



αλυσίδα αξίας προς έναν "ιστό αξίας" που περιλαμβάνει τους προμηθευτές ταξιδιών, τους καταναλωτές, τους κατοίκους, άλλους μη ταξιδιωτικούς παράγοντες σε μια διαδικασία δημιουργίας ταξιδιών (Bae, etal. 2017).

Η κυριαρχία του διαδικτύου και των νέων μέσων επηρεάζει την επαφή μεταξύ επισκεπτών και ντόπιων, η οποία είναι τώρα πιο άμεση, δημιουργώντας το νέο φαινόμενο του «σχεσιακού» τουρισμού. Οι τουρίστες θα απολαύσουν την εμπειρία το να "ζουν σαν τοπικοί". Αυτή η τελευταία τάση δημιουργεί νέους τουριστικούς χώρους σε πολλές πόλεις και αγροτικές περιοχές. Οι δημιουργικές βιομηχανίες υποστηρίζουν την εξέλιξη όλων αυτών των τάσεων(Cisneros-Martínez&Fernández-Morales, 2015).

### 3. Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> : Τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού

#### 3.1 Ο ορισμός του πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι το υποσύνολο του τουρισμού που ασχολείται με τη δέσμευση του ταξιδιώτη με τον πολιτισμό μιας χώρας ή μιας περιοχής, συγκεκριμένα τον τρόπο ζωής των ανθρώπων στις γεωγραφικές περιοχές, την ιστορία αυτών των ανθρώπων, την τέχνη, την αρχιτεκτονική, τη θρησκεία και άλλα στοιχεία βοήθησαν να διαμορφώσουν τον τρόπο ζωής τους (Cundy, 2013).

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τουρισμό σε αστικές περιοχές, ιδιαίτερα σε ιστορικές ή σε μεγάλες πόλεις και τις πολιτιστικές τους εγκαταστάσεις, όπως τα μουσεία και τα θέατρα. Μπορεί επίσης να συμπεριλάβει τον τουρισμό στις αγροτικές περιοχές, επιδεικνύοντας τις παραδόσεις των αυτόχθονων πολιτιστικών κοινοτήτων (δηλαδή των φεστιβάλ, των τελετουργικών, κλπ) και τις αξίες και τον τρόπο ζωής τους, καθώς και τις θέσεις όπως ο βιομηχανικός τουρισμός και ο δημιουργικός τουρισμός (DuCros&McKercher, 2014).



**Εικόνα 3 :** Ο πολιτιστικός τουρισμός

(Πηγή :<http://bit.do/eQnxz>)

Είναι γενικά αποδεκτό ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες δαπανούν σημαντικά περισσότερους πόρους από τους απλούς τουρίστες. Αυτή η μορφή του τουρισμού γίνεται γενικά πιο δημοφιλής σε όλο τον κόσμο και σε μια πρόσφατη έκθεση του ΟΟΣΑ κατέδειξε το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει ο πολιτιστικός τουρισμός στην περιφερειακή ανάπτυξη σε διάφορες περιοχές του κόσμου (DiLascio, etal. 2011).

Ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως «η μετακίνηση προσώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τη συνήθη κατοικία τους, με σκοπό να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες». Αυτές οι πολιτιστικές ανάγκες μπορούν να περιλαμβάνουν τη στερεοποίηση της πολιτιστικής ταυτότητας, παρατηρώντας τους άλλους πολιτισμούς (Correia, etal. 2013).

### **3.2 Οι προορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού**

Ένας τύπος πολιτιστικού τουριστικού προορισμού είναι οι ζωντανοί πολιτιστικοί χώροι. Οι άνθρωποι πρέπει να επισκέπτονται κάθε πολιτισμό διαφορετικό από τον δικό τους, όπως να κάνουν ταξίδια σε μια ξένη χώρα. Άλλοι προορισμοί περιλαμβάνουν ιστορικές τοποθεσίες, σύγχρονες αστικές περιοχές, πολιτιστικές τοποθεσίες της πόλης, εκθέσεις / φεστιβάλ, θεματικά πάρκα και φυσικά οικοσυστήματα. Έχει αποδειχθεί ότι τα πολιτιστικά αξιοθέατα και τα γεγονότα είναι ιδιαίτερα ισχυροί μαγνήτες για τον τουρισμό (Dragievic, etal. 2013).

Ο όρος πολιτιστικός τουρισμός χρησιμοποιείται για ταξίδια που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε πολιτιστικούς πόρους, ανεξάρτητα από το αν πρόκειται για υλικούς ή άυλους πολιτιστικούς πόρους και ανεξάρτητα από το κύριο κίνητρο. Για να κατανοηθεί σωστά η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού, είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε τους ορισμούς ορισμένου αριθμού όρων, όπως για παράδειγμα του πολιτισμού, του τουρισμού, της πολιτιστικής οικονομίας, των πολιτιστικών και τουριστικών δυνατοτήτων, της πολιτιστικής και τουριστικής προσφοράς και άλλων (Correia, etal. 2013).

### **3.3 Οι βασικές αρχές του πολιτιστικού τουρισμού**

## Ο προγραμματισμός του προορισμού

Καθώς το ζήτημα της παγκοσμιοποίησης λαμβάνει χώρα σε αυτό το σύγχρονο καιρό, η πρόκληση της διατήρησης των λίγων υπολειπόμενων πολιτιστικών κοινοτήτων σε όλο τον κόσμο γίνεται σκληρή. Σε μια κοινότητα που βασίζεται σε φυλές, η επίτευξη οικονομικής προόδου με ελάχιστες αρνητικές επιπτώσεις είναι ένας ουσιαστικός στόχος για κάθε προγραμματιστή προορισμού. Εφόσον χρησιμοποιούν την κουλτούρα της περιοχής ως την κύρια προσέλευση, η βιώσιμη ανάπτυξη προορισμού της περιοχής είναι ζωτικής σημασίας για την πρόληψη των αρνητικών επιπτώσεων (δηλαδή καταστρέφοντας την αυθεντική ταυτότητα της φυλετικής κοινότητας) λόγω του τουρισμού (Bowdin, etal. 2011).

## Τα θέματα διαχείρισης

Η αναγκαιότητα, οι προσδοκίες και τα προσδοκώμενα οφέλη από τον τουρισμό ποικίλλουν και τα χρήματα είναι καλά εκεί. Αυτό αποδεικνύεται σαφώς ως τοπικές κοινότητες που ζουν σε περιοχές με τουριστικό δυναμικό (προορισμοί) για να αναπτύξουν ένα όραμα για το είδος του τουρισμού που επιθυμούν να διευκολύνουν, ανάλογα με τα ζητήματα και τις ανησυχίες που θέλουν να διευθετηθούν ή να ικανοποιηθούν (Shin, 2010).

### **3.3.1 Ο σχεδιασμός του προορισμού του πολιτιστικού τουρισμού**

#### Οι πόροι του σχεδιασμού προορισμού

Είναι σημαντικό ότι ο υπεύθυνος σχεδιασμού προορισμού λαμβάνει υπόψη τον διαφορετικό ορισμό του πολιτισμού, καθώς ο όρος είναι υποκειμενικός. Η ικανοποίηση των ενδιαφερόντων των τουριστών, όπως τοπία, θαλάσσια μέρη, τέχνη, φύση, παραδόσεις, τρόποι ζωής και άλλα προϊόντα που συνδέονται με αυτά, που μπορεί να κατηγοριοποιηθεί πολιτισμικά με την ευρύτερη έννοια της λέξης, είναι πρωταρχική σκέψη καθώς σηματοδοτεί την αρχική φάση της ανάπτυξης ενός πολιτιστικού προορισμού (Reisinger, 2009).

Η ποιότητα των υπηρεσιών και ο προορισμός, που δεν εξαρτάται αποκλειστικά από την πολιτιστική κληρονομιά αλλά κυρίως από το πολιτιστικό περιβάλλον, μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω με τον καθορισμό ελέγχων και πολιτικών που θα διέπουν την κοινότητα και τους ενδιαφερόμενους. Ο υπεύθυνος σχεδιασμού θα πρέπει να είναι καταλαβαίνει την διαφορετική έννοια του ίδιου του πολιτισμού, καθώς αυτό τροφοδοτεί τη διαμόρφωση αναπτυξιακών πολιτικών που απαιτούν αποτελεσματικό προγραμματισμό και παρακολούθηση της ανάπτυξης (π.χ. αυστηρή πολιτική προστασίας και διατήρησης της κοινότητας) (Raj&Vignali, 2010).

Η τοπική κοινότητα, οι τουρίστες, ο προορισμός και ο βιώσιμος τουρισμός

Παρότι η ικανοποίηση των συμφερόντων και των απαιτήσεων των τουριστών μπορεί να είναι κορυφαία προτεραιότητα, είναι επιτακτική η ανάγκη να ανακατασκευαστούν τα υποσυστήματα των κατοίκων του προορισμού. Οι αναπτυξιακές πιέσεις θα πρέπει να αναμένονται και να ορίζονται στο ελάχιστο επίπεδο τους έτσι ώστε να διαφυλάσσονται οι πόροι της περιοχής και να αποτρέψει έναν κορεσμό του προορισμού ώστε να μην καταχραστεί το προϊόν και τους κατοίκους αντίστοιχα (Loulanski&Loulanski, 2011).

Το σχέδιο πρέπει να ενσωματώνει τους ντόπιους στο κέρδος τους με την κατάρτιση και την απασχόληση τους και στη διαδικασία τους ενθαρρύνουν να συμμετάσχουν στην ταξιδιωτική επιχείρηση. Οι ταξιδιώτες δεν πρέπει μόνο να γνωρίζουν τον προορισμό τους, αλλά και να ενδιαφέρονται για το πώς θα βοηθήσουν στη διατήρηση του χαρακτήρα του, διευρύνοντας παράλληλα την ταξιδιωτική τους εμπειρία (Kostopoulou, etal. 2013).

Η έρευνα στον τομέα του τουρισμού

Ο διεθνής τουρισμός αλλάζει στον κόσμο. Το Κέντρο Τουρισμού και Πολιτιστικής Αλλαγής (CTCC) πρωτοστατεί διεθνώς στην προσέγγιση του τουρισμού για κριτική έρευνα σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ τουρισμού, τουριστών και πολιτισμού (Konsola&Karachalis, 2010).

Το Κέντρο για τον Τουρισμό και την Πολιτιστική Αλλαγή (CTCC) είναι ένα διεθνές κέντρο για την κριτική έρευνα σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ τουρισμού και πολιτισμού με έδρα το Leeds Metropolitan University, στην Αγγλία. Το Κέντρο για τον Τουρισμό και την Πολιτιστική Αλλαγή ασχολείται με την καθαρή και εφαρμοσμένη έρευνα, την μεταπτυχιακή εκπαίδευση και την επαγγελματική ανάπτυξη, τις συμβουλευτικές υπηρεσίες, τις εκδόσεις και την οργάνωση συνεδρίων (Konsola&Karachalis, 2010).

Επιπλέον, το Κέντρο για τον Τουρισμό και την Πολιτιστική Αλλαγή εργάζεται για να μεγιστοποιήσει τις δυνατότητες του τουρισμού να προωθήσει και να στηρίξει την πολιτιστική πολυμορφία, να τονώσει τον διαπολιτισμικό διάλογο και να συμβάλει στην επίτευξη των Αναπτυξιακών Στόχων της Χιλιετίας των Ηνωμένων Εθνών, διατηρώντας ταυτόχρονα μια κριτική και δημιουργική προσέγγιση (Konsola&Karachalis, 2010).

### **3.3.2 Οι πόροι του σχεδιασμού προορισμού του πολιτιστικού τουρισμού**

Οι πηγές δεδομένων

Ο πυρήνας της δουλειάς του σχεδιαστή είναι να σχεδιάσει μια κατάλληλη διαδικασία σχεδιασμού και να διευκολύνει την απόφαση της κοινότητας. Οι άφθονες πληροφορίες που αποτελούν βασική απαίτηση συμβάλλουν μέσω διαφόρων τεχνικών ερευνών και αναλύσεων. Παρακάτω παρουσιάζονται μερικά από τα χρήσιμα εργαλεία που χρησιμοποιούνται συνήθως από τους σχεδιαστές για να τους βοηθήσουν (Guachalla, 2016) :

- Οι συνεντεύξεις βασικών πληροφοριοδοτών.
- Οι βιβλιοθήκες, το διαδίκτυο και η έρευνα.
- Η απογραφή και η στατιστική ανάλυση.
- Η χωρική ανάλυση με γεωγραφικό σύστημα πληροφοριών (GIS) και τεχνολογίες παγκόσμιου συστήματος εντοπισμού θέσης (GPS).

Οι βασικές δομές

Οι συμμετέχουσες δομές καθοδηγούνται κατά κύριο λόγο από τις τοπικές αρχές της κυβέρνησης και από το επίσημο συμβούλιο τουρισμού, με τη συμμετοχή διαφόρων ΜΚΟ, εκπροσώπων κοινοτήτων και αυτοχθόνων, αναπτυξιακών οργανισμών και ακαδημιών άλλων χωρών (García-Hernández, etal. 2017).

## 4. Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> : Τα χαρακτηριστικά των φεστιβάλ

### 4.1 Ο ορισμός του φεστιβάλ

Η λέξη "φεστιβάλ" αρχικά χρησιμοποιήθηκε ως επίθετο από τα τέλη του 14ου αιώνα, που προέρχεται από τα λατινικά μέσω παλαιών γαλλικών. Στη μέση αγγλική γλώσσα, ένα το φεστιβάλ ήταν μια θρησκευτική εορτή. Η πρώτη του καταγραφή που χρησιμοποιήθηκε ως ουσιαστικό ήταν το 1589 (ως "Festifall"). Η γιορτή πρωτοεμφανίστηκε ως ουσιαστικό περίπου το 1200, και η πρώτη καταγεγραμμένη χρήση του ως ρήμα ήταν περίπου το 1300 (Connell, 2012).

Ο όρος "γιορτή" χρησιμοποιείται επίσης στην κοινή κοσμική ομιλία ως συνώνυμο για οποιοδήποτε μεγάλο ή περίπλοκο γεύμα. Όταν χρησιμοποιείται ως έννοια ενός φεστιβάλ, συχνά αναφέρεται σε ένα θρησκευτικό φεστιβάλ παρά σε ένα φεστιβάλ ταινίας ή τέχνης. Στις Φιλιππίνες και σε πολλές άλλες πρώην ισπανικές αποικίες, η ισπανική λέξη fiesta χρησιμοποιείται για να δηλώσει μια κοινοτική θρησκευτική γιορτή για να τιμήσει έναν πολιούχο άγιο (Bowdin, etal. 2011).

Ένα φεστιβάλ είναι ένα γεγονός που γιορτάζεται συνήθως από μια κοινότητα και επικεντρώνεται σε κάποια χαρακτηριστική πτυχή αυτής της κοινότητας και της θρησκείας ή των πολιτισμών της. Συχνά χαρακτηρίζεται ως τοπική ή εθνική εορτή. Δίπλα στη θρησκεία και τη λαογραφία, σημαντική είναι η γεωργική προέλευση. Το φαγητό είναι ένας τόσο σημαντικός πόρος που πολλά φεστιβάλ συνδέονται με το χρόνο συγκομιδής. Η θρησκευτική ανάμνηση και οι ευχαριστίες για την καλή συγκομιδή συνδυάζονται σε εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα το φθινόπωρο, όπως τις Απόκριες στο βόρειο ημισφαίριο και το Πάσχα στο νότιοημισφαίριο(Zhu, 2012).

Τα φεστιβάλ συχνά εξυπηρετούν την εκπλήρωση συγκεκριμένων κοινοτικών στόχων, ιδίως όσον αφορά την ανάμνηση ή την ευχαριστία. Οι εορτασμοί προσφέρουν μια αίσθηση ότι ανήκουν σε θρησκευτικές, κοινωνικές ή γεωγραφικές ομάδες, συμβάλλοντας στην ομαδική συνεκτικότητα. Μπορούν επίσης να παρέχουν ψυχαγωγία, η οποία ήταν ιδιαίτερα σημαντική



για τις τοπικές κοινότητες πριν από την έλευση της μαζικής παραγωγικής ψυχαγωγίας. Τα φεστιβάλ που επικεντρώνονται σε πολιτιστικά ή εθνικά θέματα επιδιώκουν επίσης να ενημερώνουν τα μέλη της κοινότητας για τις παραδόσεις τους. Η συμμετοχή των πρεσβυτέρων που μοιράζονται τις ιστορίες και την εμπειρία παρέχει ένα μέσο για ενότητα μεταξύ των οικογενειών (Zeppel, 2010).

Στην αρχαία Ελλάδα και στη Ρώμη, φεστιβάλ όπως τα Σατουρνάλια συνδέονταν στενά με την κοινωνική οργάνωση και τις πολιτικές διαδικασίες καθώς και με τη θρησκεία. Στη σύγχρονη εποχή, τα φεστιβάλ μπορεί να παρακολουθούνται από ξένους όπως τουρίστες, που προσελκύονται από μερικές πιο εκκεντρικές ή ιστορικές στιγμές. Οι Φιλιππίνες είναι ένα παράδειγμα μιας σύγχρονης κοινωνίας με μεγάλο αριθμό φεστιβάλ, καθώς κάθε ημέρα του έτους έχει τουλάχιστον μία συγκεκριμένη γιορτή. Υπάρχουν περισσότερα από 42.000 γνωστά μεγάλα και δευτερεύοντα φεστιβάλ στη χώρα, τα περισσότερα από τα οποία είναι ειδικά για το επίπεδο του χωριού (Wiltshier & Clarke, 2017).



**Εικόνα 4 :** Ο κόσμος των φεστιβάλ

(Πηγή : <http://bit.do/eOnx2>)

## **4.2 Οι παραδόσεις των φεστιβάλ**

Πολλά φεστιβάλ έχουν θρησκευτική προέλευση και συνθέτουν πολιτιστική και θρησκευτική σημασία στις παραδοσιακές δραστηριότητες. Τα σημαντικότερα θρησκευτικά φεστιβάλ, όπως

τα Χριστούγεννα, το Ρος Χασανά, το Ντιβάλι και το Ινταλ-Άντα, χρησιμεύουν για την γιορτή του νέου έτους. Άλλα, όπως τα φεστιβάλ συγκομιδής, γιορτάζουν τις εποχιακές αλλαγές (Triarchi&Karamanis, 2017).

Εκδηλώσεις ιστορικής σημασίας, όπως σημαντικές στρατιωτικές νίκες ή άλλες εκδηλώσεις οικοδόμησης του έθνους, παρέχουν επίσης την ώθηση για ένα φεστιβάλ. Ένα πρώιμο παράδειγμα είναι το φεστιβάλ που καθιέρωσε ο Αρχαίος Αιγύπτιος Φαραώ ΡαμσήζΓ', ο οποίος γιόρταζε τη νίκη του απέναντι στους Λιβύους. Σε πολλές χώρες, οι βασιλικές αργίες μνημονεύουν δυναστικά γεγονότα, όπως και οι γεωργικές αργίες που αφορούν τις συγκομιδές. Τα φεστιβάλ συχνά εορτάζονται κάθε χρόνο (Stylianou-Lambert, 2011).

Υπάρχουν πολλά είδη φεστιβάλ στον κόσμο και οι περισσότερες χώρες γιορτάζουν σημαντικές εκδηλώσεις ή παραδόσεις με πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες. Οι περισσότεροι κορυφώνονται με την κατανάλωση ειδικά ετοιμασμένου φαγητού (δείχνοντας τη σύνδεση με το "πανηγύρι") και φέρνουν τους ανθρώπους μαζί. Τα φεστιβάλ συνδέονται επίσης στενά με τις εθνικές αργίες. Οι λίστες των εθνικών φεστιβάλ δημοσιεύονται για να διευκολύνουν τη συμμετοχή (Skoultzos, 2014).

### **4.3 Οι τύποι των φεστιβάλ**

#### **Θρησκευτικά φεστιβάλ**

Μεταξύ πολλών θρησκειών, μια γιορτή είναι μια σειρά από εορτασμούς προς τιμήν των Θεών ή του Θεού. Μια γιορτή και ένα φεστιβάλ είναι ιστορικά εναλλάξιμα. Οι περισσότερες θρησκείες έχουν φεστιβάλ που επαναλαμβάνονται ετησίως και μερικές θρησκείες, το Πάσχα και το Ινταλ-Άντα είναι κινητές γιορτές, δηλαδή εκείνες που καθορίζονται είτε από τους σεληνιακούς ή γεωργικούς κύκλους ή από το ημερολόγιο που χρησιμοποιείται εκείνη τη στιγμή. Το φεστιβάλ Sed, για παράδειγμα, γιόρτασε το τριακοστό έτος της κυριαρχίας του αιγυπτιακού Φαραώ και στη συνέχεια κάθε τρία ή τέσσερα χρόνια πραγματοποιείται εκδήλωση για αυτό τον σκοπό (Vong&Ung, 2012).

Στο χριστιανικό λειτουργικό ημερολόγιο, υπάρχουν δύο κύριες γιορτές, γνωστές ως η γιορτή της Γεννήσεως του Κυρίου (Χριστούγεννα) και η γιορτή της Αναστάσεως Του (Πάσχα). Στα καθολικά, ανατολικά ορθόδοξα και αγγλικανικά λειτουργικά ημερολόγια υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός μικρότερων γιορτών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου που γιορτάζουν αγίους, ιερά γεγονότα ή δόγματα. Στις Φιλιππίνες, κάθε μέρα του έτους έχει τουλάχιστον ένα συγκεκριμένο θρησκευτικό φεστιβάλ, είτε από καθολική, ισλαμική, είτε ιθαγενή προέλευση (Shin, 2010).

Τα Βουδιστικά θρησκευτικά φεστιβάλ, όπως το EsalaPerahera, που πραγματοποιείται στη Σρι Λάνκα και την Ταϊλάνδη. Τα ινδουιστικά φεστιβάλ, όπως το Holi, είναι πολύ αρχαία. Η κοινότητα Sikh γιορτάζει το φεστιβάλ Vaisakhi που σηματοδοτεί το νέο έτος και τη γέννηση του Khalsa (Richards&vanderArk, 2013).

#### Φεστιβάλ τέχνης

Μεταξύ των πολυάριθμων φεστιβάλ γενικών τεχνών υπάρχουν επίσης πιο συγκεκριμένα είδη φεστιβάλ, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που παρουσιάζουν πνευματικά ή δημιουργικά επιτεύγματα όπως φεστιβάλ επιστημών, λογοτεχνικά φεστιβάλ και μουσικά φεστιβάλ. Στις υποκατηγορίες περιλαμβάνονται φεστιβάλ κωμωδίας, φεστιβάλ ροκ, φεστιβάλ τζαζ και φεστιβάλ buskers, φεστιβάλ ποίησης, φεστιβάλ θεάτρου και αφήγησης και φεστιβάλ αναπαράστασης όπως οι εκδηλώσεις της Αναγέννησης. Στις Φιλιππίνες, εκτός από τα πολυάριθμα φεστιβάλ τέχνης που διασκορπίζονται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ο Φεβρουάριος είναι γνωστός ως μήνας εθνικών τεχνών, το αποκορύφωμα όλων των φεστιβάλ τέχνης σε ολόκληρο τον κόσμο (Quiroz, 2011).

Τα φεστιβάλ κινηματογράφου περιλαμβάνουν προβολές διαφόρων ταινιών και συνήθως πραγματοποιούνται ετησίως. Μερικά από τα σημαντικότερα φεστιβάλ κινηματογράφου περιλαμβάνουν το Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Βερολίνου, το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Βενετίας και το Φεστιβάλ Κινηματογράφου των Καννών (Quiroz, 2011).

## Φεστιβάλ τροφίμων και ποτών

Ένα φεστιβάλ τροφίμων είναι ένα γεγονός που γιορτάζει φαγητό ή ποτό. Αυτά συχνά υπογραμμίζει την παραγωγή τροφίμων από μια συγκεκριμένη περιοχή. Ορισμένα φεστιβάλ τροφίμων επικεντρώνονται σε ένα συγκεκριμένο είδος τροφίμων, όπως το Εθνικό Φεστιβάλ Φιστικιού στις Ηνωμένες Πολιτείες ή το Διεθνές Φεστιβάλ Oyster του Galway στην Ιρλανδία. Υπάρχουν επίσης ειδικά φεστιβάλ ποτών, όπως το περίφημο Oktoberfest στη Γερμανία που είναι γνωστό για τις μπύρες (Kostopoulou, etal. 2013).

Πολλές χώρες διοργανώνουν φεστιβάλ για να γιορτάσουν το κρασί. Ένα παράδειγμα είναι ο παγκόσμιος εορτασμός της άφιξης του Beaujolais nouveau, το οποίο περιλαμβάνει την αποστολή του νέου οίνου σε όλο τον κόσμο για την ημερομηνία κυκλοφορίας του την τρίτη Πέμπτη του Νοεμβρίου κάθε έτους. Τόσο το Beaujolais nouveau όσο και η ιαπωνική σαλάτα ρυζιού συνδέονται με το χρόνο συγκομιδής. Στις Φιλιππίνες, υπάρχουν τουλάχιστον διακόσια φεστιβάλ αφιερωμένα σε τρόφιμα και ποτά (Joncic, 2016).

## Εποχιακά φεστιβάλ και φεστιβάλ συγκομιδής

Τα εποχιακά φεστιβάλ, όπως το Beltane, καθορίζονται από τα ηλιακά και τα σεληνιακά ημερολόγια και από τον κύκλο των εποχών, κυρίως λόγω της επίδρασής του στην προσφορά τροφίμων, με αποτέλεσμα να υπάρχει ένα ευρύ φάσμα αρχαίων και σύγχρονων φεστιβάλ συγκομιδής. Οι αρχαίοι Αιγύπτιοι βασιζόνταν στην εποχική πλημμύρα που προκλήθηκε από τον ποταμό Νείλο, μια μορφή άρδευσης που παρείχε γόνιμη γη για καλλιέργειες (García-Hernández, etal. 2017).

Στις Άλπεις, το φθινόπωρο η επιστροφή των βοοειδών από τα ορεινά βοσκοτόπια στους στάβλους της κοιλάδας γιορτάζεται ως το Almbtrieb. Ένα αναγνωρισμένο χειμωνιάτικο φεστιβάλ, το κινεζικό νέο έτος, καθορίζεται από το σεληνιακό ημερολόγιο και γιορτάζεται από την ημέρα της δεύτερης νέας σελήνης μετά το χειμερινό ηλιοστάσιο. Το Dree Festival των Apatanis που ζουν στην περιοχή Lower Subansiri του Arunachal Pradesh γιορτάζεται

κάθε χρόνο από τις 4 έως τις 7 Ιουλίου λόγω της συγκομιδής των φυτών (Noonan&Rizzo, 2017).

Το καλοκαίρι ή την Ημέρα του Αγίου Ιωάννη, αποτελεί παράδειγμα εποχιακού φεστιβάλ που σχετίζεται με την εορταστική ημέρα ενός χριστιανικού αγίου καθώς και μια γιορτή της εποχής του θερινό ηλιοστάσιο στο βόρειο ημισφαίριο, όπου είναι ιδιαίτερα σημαντικό στη Σουηδία. Τα χειμερινά καρναβάλια παρέχουν επίσης την ευκαιρία να χρησιμοποιηθούν για να γιορτάσουν δημιουργικές ή αθλητικές δραστηριότητες που απαιτούν χιόνι και πάγο. Στις Φιλιππίνες, κάθε μέρα του έτους έχει τουλάχιστον ένα φεστιβάλ αφιερωμένο στη συγκομιδή καλλιέργειών, ψαριών, πουλερικών, γάλακτος και άλλων τοπικών αγαθών (Noonan&Rizzo, 2017).

#### **4.4 Τα φεστιβάλ στην Ελλάδα**

Σε συνδυασμό με τον τουρισμό και ένα ζεστό κλίμα που επιτρέπει την πραγματοποίηση πολιτιστικών εκδηλώσεων σε υπαίθριους χώρους, τα φεστιβάλ στην Ελλάδα εδώ και πολλές δεκαετίες αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμού και της οικονομίας της χώρας. Τα τελευταία χρόνια, τα φεστιβάλ έχουν παύσει να αποτελούν το αποκλειστικό προνόμιο της Αθήνας και του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) (Skoultzos, 2014).

Σε όλη τη χώρα, οι δημοτικές αρχές, σε συνεργασία με πολιτιστικά κέντρα και άλλους πράκτορες, έχουν δημιουργήσει γιορτινές πολιτιστικές εκδηλώσεις σε αμέτρητες μικρότερες πόλεις και χωριά. Η πλειοψηφία των εορταστικών εκδηλώσεων στην Ελλάδα πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών σε υπαίθριους χώρους, αρχαία θέατρα ή ειδικά διαμορφωμένες εγκαταστάσεις σε χώρους ιδιαίτερου ιστορικού και αισθητικού ενδιαφέροντος (Stylianou-Lambert, 2011).

Το παλαιότερο και πιο γνωστό φεστιβάλ είναι το Φεστιβάλ Αθηνών, το οποίο διοργανώνεται από το πολιτιστικό τμήμα του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού και φιλοξενείται στα θέατρα του Ηρώδου του Αττικού και του Λυκαβηττού στην Αθήνα καθώς και στην Επίδαυρο. Το φεστιβάλ λειτουργεί από τον Ιούνιο μέχρι το τέλος Σεπτεμβρίου. Στην

Αθήνα, το Φεστιβάλ που φιλοξενήθηκε στο Ρωμαϊκό Θέατρο του Ηρώδου του Αττικού, κάτω από την Ακρόπολη, είναι ένα ετήσιο γεγονός από το 1955 (Triarchi&Karamanis, 2017).

Αρχικά είχε προγραμματιστεί να φιλοξενήσει αρχαία ελληνικά δράματα και μουσικές παραστάσεις, με την πάροδο των ετών επέκτεινε το πρόγραμμά του για να συμπεριλάβει το νέο και σύγχρονο θέατρο, τη μουσική και το χορό. Η ατμόσφαιρα του Ηρώδου του Αττικού, που προσφέρει εκπληκτική θέα στον Παρθενώνα, φιλοξένησε μερικούς από τους μεγαλύτερους καλλιτέχνες, ορχήστρες και καλλιτεχνικές εταιρείες από όλο τον κόσμο. Αυτά περιλαμβάνουν τη Maria Callas, τον Leonard Bernstein, τον Mstislav Rostropovich, τον David Oistrach, τον Yehudih Menuhin, τον Colin Davis, τις εταιρίες Ballet Ballet, το Βερολίνο, το Εθνικό Θέατρο της Μεγάλης Βρετανίας, το Ολλανδικό Θέατρο Χορού, το Bausch και πολλούς άλλους. Από το 1996, η Ακρόπολη είναι ανοιχτή στο κοινό κάθε βράδυ και κυρίως τις μεσημεριανές ώρες και οι επισκέπτες μπορούν να ακούσουν συναυλίες στο χώρο (Kostopoulou, etal. 2013).

Το φεστιβάλ του Λυκαβηττού, το οποίο λειτουργεί από το 1964 σε ένα περιβάλλον σχεδιασμένο από τον πρωτοποριακό αρχιτέκτονα Γ. Ζενετό στο λόφο του Λυκαβηττού, αρχικά επικεντρώθηκε σε παραστάσεις αρχαίου ελληνικού δράματος. Ο χώρος ανακαινίστηκε το 1977 και από τότε, ως μέρος του Φεστιβάλ Αθηνών, φιλοξενεί θεατρικές και χορευτικές εκδηλώσεις και μουσική με περισσότερη έμφαση στη ροκ, ποπ, τζαζ και παραδοσιακή μουσική από τον Ιούνιο έως το τέλος Σεπτεμβρίου (Skoultzos, 2014).

Ο πρώτος σύγχρονος καλλιτέχνης που εμφανίστηκε στο θέατρο της Επιδαύρου του 4ου αιώνα π.Χ., ο οποίος έχει 14.000 θέσεις και είναι παγκοσμίως γνωστός για την ομορφιά του και την άριστη ακουστική του, ήταν ο μεγάλος αγωγός Δημήτρης Μητρόπουλος το 1935, τρία χρόνια μετά την πρώτη σύγχρονη παράσταση του ελληνικού δράματος (Triarchi&Karamanis, 2017).

Από το 1954, το Θέατρο της Επιδαύρου φιλοξένησε έργα αρχαίου δράματος και μουσικών εκδηλώσεων με διεθνώς αναγνωρισμένους καλλιτέχνες όπως η Maria Callas, η Monserrat Caballe, ο Mstislav Rostropovich, η Φιλαρμονική Ορχήστρα του Βερολίνου που

ενορχήστρωσε ο Herbert Von Karajan και η Ορχήστρα Χορωδία της La Scala του Μιλάνου που πραγματοποιήθηκε από τον Claudio Abado. Δίπλα στο θέατρο της Επιδαύρου βρίσκεται η "Μικρή Επίδαυρος", ένα πρόσφατα εξερευνημένο αρχαίο θέατρο που φιλοξένησε μουσικές παραστάσεις που διοργάνωσε το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών από το 1995 (Kostoroulou, etal. 2013).

Ορισμένα φεστιβάλ που γίνονται στην περιοχή της Αθήνας κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού οργανώνονται από πολιτιστικά κέντρα και δημοτικές αρχές. Αυτές περιλαμβάνουν την Κρυσταλλιά, που πήρε το όνομά της από τον ποιητή Κ. Κρυστάλλη και πραγματοποιήθηκε στο αρχοντικό του 19ου αιώνα της Δούκισσας της Πλαζάνης στη Πεντέλη, που προσφέρει παραστάσεις σύγχρονης ελληνικής και κλασικής μουσικής. Ακόμη, υπάρχει το Φεστιβάλ της Βερόνα, που πραγματοποιήθηκε στο θέατρο «Μελίνα Μερκούρη». Ένα θέατρο που βρίσκεται εγκαταλελειμμένο λατομείο από το 1987, το πρόγραμμα του οποίου περιλαμβάνει τις επιδόσεις του αρχαίου δράματος, του σύγχρονου Ελληνισμού και του χορού (Skoultzos, 2014).

Το φεστιβάλ στη Βυζαντινή Μονή Καισαριανής φιλοξενεί εκθέσεις, το φεστιβάλ του Χαλανδρίου για θέατρο και μουσική, το θέατρο Βεάκειο στον Πειραιά είναι αφιερωμένο στον χορό. Στον λόφο του Φιλοπάππου απέναντι από την Ακρόπολη, σε υπαίθριο θέατρο φιλοξενούνται παραστάσεις ελληνικού χορού με παραδοσιακές φορεσιές από τους τραγουδιστές και χορευτές στην μνήμη της Δώρας Στράτου από το Μάιο έως τον Σεπτέμβριο. Το φθινόπωρο, διοργανώνεται στην Αθήνα ένα Πανόραμα Ευρωπαϊκού Κινηματογράφου, που διοργανώνεται από την εφημερίδα Ελευθεροτυπία, και ένα φεστιβάλ Κινηματογράφου, το οποίο διοργανώνεται από το περιοδικό Σινεμά (Triarchi&Karamanis, 2017).

Η Θεσσαλονίκη είναι η έδρα του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου, το σημαντικότερο ετήσιο κινηματογραφικό γεγονός στην Ελλάδα, το οποίο έκανε το ντεμπούτο του το 1960 ως το ελληνικό κινηματογραφικό φεστιβάλ και ίδρυσε ξεχωριστό διεθνές τμήμα το 1966. Μετά από μια σειρά αλλαγών στη δομή των κοινωνικών παραγόντων, το φεστιβάλ προώθησε το διεθνές του προφίλ το 1992. Διεξάγεται κάθε φθινόπωρο. Το φεστιβάλ Δημήτρια, επίσης στη Θεσσαλονίκη, φιλοξενεί θεατρικές, μουσικές, χορευτικές και παραστάσεις όπερας από ελληνικές και ξένες εταιρείες, καθώς και διαλέξεις, εκθέσεις και συμπόσια. Οι χώροι για

αυτές τις εκδηλώσεις διανέμονται σε όλη την πόλη. Στην πόλη της Καλαμάτας, το Διεθνές φεστιβάλ ντοκιμαντέρ πραγματοποιείται κάθε Οκτώβριο (Kostoroulou, etal. 2013).

Πολλά από τα φεστιβάλ σε άλλα μέρη και πόλεις της Ελλάδας έχουν κερδίσει μεγάλη φήμη και δημοτικότητα τα τελευταία χρόνια. Μερικοί από αυτούς επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες μορφές τέχνης ενώ άλλοι προσφέρουν ποικίλες παραστάσεις. Αυτά περιλαμβάνουν το φεστιβάλ του Ναυπλίου υπό την καθοδήγηση του περίφημου πιανίστα Γιάννη Βακαρέλλη, που διοργανώνεται σε ιστορικά αξιοθέατα της πόλης και επικεντρώνεται στη μουσική (Stylianou-Lambert, 2011).

Επιπλέον, διοργανώνεται το Διεθνές Κέντρο Χορού στην Καλαμάτα, το φεστιβάλ Όργου, το Διεθνές Κέντρο Χορού στην Καλαμάτα, το φεστιβάλ Ολύμπου στην Πιερία. Επίσης αξιοσημείωτα είναι τα φεστιβάλ του Φιλίππου και της Θάσου. Επιπλέον, το Φεστιβάλ Ηρακλείου, που διοργανώνεται στο Θέατρο Μάνος Χατζιδάκις και στο Θέατρο Κήπου Νίκου Καζαντζάκη, προσφέρει ένα από τα μεγαλύτερα και ποικίλα προγράμματα που φιλοξενούν θεατρικές παραστάσεις, παραδοσιακές μουσικές και χορευτικές εκδηλώσεις, όπερα, εκθέσεις τέχνης, διαλέξεις και συμπόσια (Skoultzos, 2014).

Το Διεθνές Φεστιβάλ στην Πάτρα περιλαμβάνει παραστάσεις αρχαίου δράματος, κλασσικού και σύγχρονου θεάτρου, όπερας, κλασσικής μουσικής, εκθέσεων τέχνης, σεμιναρίων, συνεδρίων κλπ. Το Φεστιβάλ της Δωδώνης στο θέατρο της Δωδώνης στην Ήπειρο είναι αφιερωμένο στον Διόνυσο της Νάξου όπου προσφέρει συναυλίες, χορευτικές παραστάσεις, λαϊκά γεγονότα, λογοτεχνικές βραδιές και παραστάσεις σκιών (Kostoroulou, etal. 2013).

Στην πόλη του Ρεθύμνου στην Κρήτη, το Αναγεννησιακό Φεστιβάλ φιλοξενεί θεατρικές, μουσικές και χορευτικές εκδηλώσεις, κινηματογράφο και καλλιτεχνικές παραστάσεις. Το φεστιβάλ των Χανίων, το οποίο στεγάζεται στο βρετανικό λιμάνι και φρούριο της πόλης, περιλαμβάνει εκθέσεις τέχνης, μουσικές και χορευτικές παραστάσεις και μαραθώνια θέατρα. Σε ένα μεσαιωνικό κάστρο στην πόλη της Ρόδου, το Summertime Festival φιλοξενεί μουσικές συναυλίες, θεατρικές και χορευτικές εκδηλώσεις, παραδοσιακές και αναγεννησιακές μουσικές συναυλίες και ρεσιτάλ (Triarchi&Karamanis, 2017).



Στις ειδικές εκδηλώσεις του φεστιβάλ που ασχολούνται με συγκεκριμένες μορφές καλλιτεχνικών εκφράσεων περιλαμβάνονται το Διεθνές Φεστιβάλ Κουκλοθέατρου της Ύδρας με σκιερές θεατρικές παραστάσεις από Έλληνες και ξένους καλλιτέχνες και ο Διαγωνισμός Θεάτρου Ιθάκης με νέες και πρωτοποριακές θεατρικές παραστάσεις. Επιπρόσθετα, υπάρχει το Φεστιβάλ του Ιπποκράτη του Ορφανού στο νησί της Κω που εκτελεί κλασσικές ελληνικές θεατρικές παραστάσεις καθώς και μια επανάληψη της τελετής του Ιπποκράτη. Τέλος, το Φεστιβάλ Τέχνης και Ομιλίας στο νησί της Λευκάδας είναι αφιερωμένο στη λογοτεχνία και φιλοξενεί διαλέξεις, θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες και εκθέσεις, ενώ το Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικής στην Σαντορίνη προσφέρει συναυλίες κλασσικής μουσικής (Stylianou-Lambert, 2011).

Πολλές πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ μικρότερης διάρκειας φιλοξενούνται από την άνοιξη έως το φθινόπωρο από πολλές πόλεις και χωριά. Πρόκειται συνήθως για γιορτές γεγονότων και στοιχείων τοπικής ιστορικής σημασίας, τοπικών προϊόντων και βιοτεχνιών, όπως τα φεστιβάλ κρασιού στη Σάμο και την Κρήτη, το φεστιβάλ ούζου στη Μυτιλήνη, το Φεστιβάλ της Αγιάς στην Κρήτη, με χορό και τραγούδι διαγωνισμούς, μουσικές εκδηλώσεις και τοπικές εκθέσεις χειροτεχνίας (Skoultzos, 2014).

Άλλα παραδείγματα είναι η εβδομάδα ιστιοπλοϊκής εκδρομής στην Ύδρα, αφιερωμένη στον ναύαρχο Μιαούλη, όπου διοργανώνονται παραδοσιακές χορευτικές παραστάσεις και ενεργοποιούν και πάλι τη φλόγα του Μιαούλη από την Τουρκική Άμπαδα κατά τη διάρκεια του πολέμου της ανεξαρτησίας. Υπάρχουν επίσης τα "Αρμάτα" στις Σπέτσες, η επανάληψη της ήττας του Οθωμανικού Ναυτικού στο λιμάνι του νησιού και η γιορτή της Μυκόνου για τη συγκομιδή σταφυλιών που πραγματοποιείται στο Αγροτικό Μουσείο, που αναβιώνει παραδοσιακές παραγωγικές δραστηριότητες όπως η οινοποίηση (Kostopoulou, etal. 2013).

#### **4.5 Τα φεστιβάλ κινηματογράφου στον Πύργο Ηλείας**

Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για Παιδιά και Νέους είναι γνωστό για την ελληνική, ευρωπαϊκή και διεθνή κατάσταση στον τομέα του κινηματογράφου για παιδιά και νέους, όπου είναι ένα φεστιβάλ μοναδικό στο είδος του στην Ελλάδα, με ιδιαίτερο

καλλιτεχνικό προφίλ, φιλοσοφία και εκπαιδευτική διάσταση. Υπάρχουν υψηλοί, αλλά ρεαλιστικοί και βιώσιμοι συγκεκριμένοι στόχοι. Η δημιουργία ποιοτικού κινηματογράφου για παιδιά και νέους εξοικειωμένους με το ελληνικό κοινό, Έλληνες κινηματογραφιστές, πολιτιστικές οργανώσεις νεολαίας και όλους όσους εμπλέκονται άμεσα στην εκπαίδευση και την πολιτιστική ανάπτυξη των νέων είναι η συμβολή στη δημιουργία ενός μελλοντικού κινηματογραφικού ακροατηρίου που έχει κριτική σκέψη και αισθητική τελειοποίηση (Γκροσδάνης, 2017).

Δίνεται η ευκαιρία σε παιδιά και νέους στην Ελλάδα να παρακολουθήσουν ποιοτικές ταινίες και να συναντηθούν με συναδέλφους από διάφορες χώρες για πολιτιστικούς και εκπαιδευτικούς σκοπούς. Παρέχεται ενθάρρυνση της ανάπτυξης της κινηματογραφικής και οπτικοακουστικής παραγωγής για παιδιά και νέους στην Ελλάδα. Υπάρχει συμβολή στην ανάπτυξη φιλίας και συνεργασίας μεταξύ κινηματογραφιστών διαφορετικών χωρών, πολιτισμών και αντιλήψεων. Παρέχεται η βοήθεια στους Έλληνες κινηματογραφιστές να έρθουν σε επαφή με συναδέλφους από άλλες χώρες και να δημιουργήσουν μια αγορά για ποιοτικές κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές για παιδιά και νέους (Καούρας, et al. 2017).

Παρουσιάζονται ποιοτικές ελληνικές ταινίες σε παιδιά αποδήμων Ελλήνων, φέρνοντάς τους σε επαφή με την πραγματικότητα και τη γλώσσα της σύγχρονης Ελλάδας. Συνεχώς προωθούνται καθολικές ανθρώπινες αξίες και τα διαχρονικά ολυμπιακά ιδεώδη και διοργανώνονται εκδηλώσεις που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του σύγχρονου πολιτισμού παράλληλα με τα ίχνη του αρχαίου πολιτισμού. Το συγκεκριμένο φεστιβάλ παρέχει το υψηλό καλλιτεχνικό προφίλ, την εκπαιδευτική εστίαση και την οργανωμένη στον λαό παρουσίαση κινηματογραφικών εκδηλώσεων. Το φεστιβάλ προτιμάται από το κοινό, ιδιαίτερα από τα παιδιά και τους νέους λόγω των κινηματογραφικών εκδηλώσεων και τη εκπαιδευτικής κοινότητας. Στην επαρχία της Ηλείας θεωρείται το σημαντικότερο πολιτιστικό γεγονός, προωθώντας την περιοχή και έχοντας κερδίσει την αποδοχή όλων των τοπικών οργανώσεων (Κοκκώσης, et al. 2011).

Η συνεπής δουλειά, η αφοσίωση σε στόχους και η συνεχής παρουσία του, καθιέρωσαν το φεστιβάλ ως ένα ιδιαίτερο και ιδιαίτερα σημαντικό θεσμό, όχι μόνο επειδή είναι το μοναδικό

στο είδος του στην Ελλάδα αλλά και επειδή έχει αποκτήσει παγκόσμια αναγνώριση και εκτίμηση (Κιλιπίρης, 2010).

## 5. Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> : Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα

Ο πολιτισμός παίζει εδώ και πολύ καιρό σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Οι αρχαιολογικοί χώροι της Ελλάδας και τα συναφή μουσεία αποτελούσαν ανέκαθεν σημαντικό επίτευγμα για τους ξένους επισκέπτες και αυτοί οι ίδιοι πόροι έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην εθνική αυτο-εικόνα της Ελλάδας. Πιο πρόσφατα, ωστόσο, η προσοχή έχει μετατοπιστεί προς την κατεύθυνση της διεύρυνσης του φάσματος των πολιτιστικών αξιοθέατων, ώστε να συμπεριληφθούν και οι πτυχές του νεοελληνικού πολιτισμού (Ανδριώτης, 2009).

Στο παρελθόν, ο πολιτισμός θεωρείται αναπόσπαστο κομμάτι του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και όχι μια συγκεκριμένη τουριστική μορφή. Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται πλέον ιδιαίτερα σημαντικός σε μια χώρα η του οποίου το τουριστικό προϊόν βασίστηκε σε μεγάλο βαθμό στις διακοπές στις παραλίες - μια αγορά που υπόκειται σε αυξανόμενη πίεση από ανταγωνιστικούς προορισμούς στη Μεσόγειο και αλλού. Η ζήτηση του τουρισμού είναι επίσης εξαιρετικά εποχιακή και συγκεντρωμένη στο χώρο (Κοκκώσης, et al. 2011).

Ως εκ τούτου, ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται ως ένα δυναμικό μέσο για τη διαφοροποίηση του βασικού προϊόντος διακοπών στην παραλία, για τη διάδοση της τουριστικής περιόδου και για να πείσει τους τουρίστες να ανακαλύψουν μέχρι τώρα άγνωστες περιοχές της Ελλάδας. Αυτό μπορεί να εξηγήσει γιατί το δυναμικό για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού γίνεται αντιληπτό ως μεγαλύτερο στην Ελλάδα από ότι σε οποιαδήποτε άλλη χώρα της ΕΕ (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).



**Εικόνα 5 :** Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα

(Πηγή :<http://bit.do/eQnyi>)

Ταυτόχρονα, παρατηρείται ολοένα αυξανόμενη συνειδητοποίηση των πιθανών αρνητικών επιπτώσεων της πίεσης των επισκεπτών σε μερικά από τα σημαντικότερα πολιτιστικά αξιοθέατα της Ελλάδας, κυρίως στην Ακρόπολη (Βενετσανοπούλου, 2006).

### **5.1 Η προσφορά των πολιτιστικών αξιοθέατων**

Οι κλασικές τοποθεσίες λειτουργούν ως μείζον έλξη για τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα. Ο ευρωπαϊκός κατάλογος πολιτιστικών τουριστικών πόρων, απαριθμεί 173 αξιοθέατα στην Ελλάδα, τα περισσότερα από τα οποία βασίζονται σε κλασικές τοποθεσίες ή αντικείμενα. Η Ελλάδα διαθέτει 38 τοποθεσίες διεθνούς σημασίας, τα δύο τρίτα των οποίων ταξινομούνται ως «αρχαιολογικοί» ή «ιστορικοί» πόροι (Γκροσδάνης, 2017).

Η κατανομή των μεγάλων χώρων αντικατοπτρίζει την κατά βάση κλασική τους προέλευση. Μόνο 16 πολιτιστικά αξιοθέατα βρίσκονται στην Αθήνα, ή το 9% των απογραφισμών χώρων. Σε σύγκριση με το εξωτερικό, η Ρώμη αντιπροσωπεύει σχεδόν το 18% των χώρων που απαριθμούνται στην Ιταλία. Πολλές από τις ελληνικές τοποθεσίες βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές, μακριά από μεγάλες πόλεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εμποδίζει την ανάπτυξη του αστικού πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα (Καούρας, et al. 2017).

Όπως μελέτησαν αρκετοί ερευνητές, οι περισσότεροι ξένοι τουρίστες στην Ελλάδα μένουν έξω από τις μεγάλες πόλεις και κάνουν μόνο ημερήσιες εκδρομές σε μουσεία ή αρχαιολογικούς χώρους. Αυτό υπογραμμίζει τη σχετικά πρόωρη προέλευση των περισσότερων πολιτιστικών πόρων του ελληνικού τουρισμού(Κιλιπίρης, 2010).

Ωστόσο, ο κεντρικός χαρακτήρας της ελληνικής διοίκησης και χρηματοδότησης, σε συνδυασμό με την έντονη αίσθηση της εθνικής ταυτότητας, τείνουν να δίνουν μεγάλη έμφαση σε μερικές σημαντικές τοποθεσίες διεθνούς σημασίας. Οι αρχαιολογικοί χώροι που έχουν αναπτυχθεί για τον τουρισμό επομένως τείνουν να βρίσκονται κοντά σε μεγάλα αστικά κέντρα, όπως η Ακρόπολη και η Κνωσός (Ανδριώτης, 2009).

Οι οικονομικοί περιορισμοί τείνουν επίσης να περιορίζουν την ανάπτυξη των χιλιάδων τόπων με πιθανό ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον που υπάρχουν σε όλη την Ελλάδα. Ωστόσο, καθώς η οικονομική ανάπτυξη έχει προχωρήσει, η πίεση των τοπικών κατοίκων έχει οδηγήσει στο άνοιγμα τοποθεσιών στις αγροτικές περιοχές, όπου ο τουρισμός μπορεί να προσφέρει σημαντική ώθηση στην τοπική οικονομία. Παραδείγματα τέτοιων εξελίξεων βρίσκονται στους αρχαιολογικούς χώρους του Δία, της Δωδώνης, της Πύλου, της Φαιστού, της Σπάρτης και του Μυστρά. Θα πρέπει όμως να αναγνωριστεί ότι για τον Ελληνικό πληθυσμό οι αρχαιότητες αντιπροσωπεύουν πολύ περισσότερα από απλά τουριστικά αξιοθέατα, όπου αποτελούν βασικό στοιχείο της ελληνικής ταυτότητας και παράδοσης. Η πρώην υπουργός Πολιτισμού Μελίνα Μερκούρη τόνισε ότι στην ανάπτυξη των πολιτιστικών πόρων η διατήρηση της ελληνικής ταυτότητας πρέπει να υπερισχύει της οικονομικής ή τουριστικής ανάπτυξης(Κοκκώσης, et al. 2011).

Το ελληνικό ενδιαφέρον για τον παραδοσιακό πολιτισμό αντικατοπτρίζεται στην προσφορά μουσείων. Τα 240 εθνικά και περιφερειακά μουσεία που απαριθμήθηκαν από την UNESCO το 1979 είχαν αυξηθεί σε 267 το 1990 και στις επόμενες μετρήσεις παρουσιάστηκαν πολλά περισσότερα. Σε τοπικό επίπεδο έχει σημειωθεί η μεγαλύτερη αύξηση της προσφοράς. Τώρα υπάρχουν 365 Λαογραφικά Μουσεία, από τα οποία τα 62 βρίσκονται στην Αθήνα, ιδρύθηκαν κυρίως από πολιτιστικές και τοπικές αρχές, με την ενθάρρυνση του Υπουργείου Πολιτισμού (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Όπως και στην Ιταλία, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός πολιτιστικών πόρων που δεν χρησιμοποιούνται επαρκώς. Μόνο ένας μικρός αριθμός αρχαιολογικών συλλογών στην Ελλάδα είναι ανοικτοί στο κοινό, διότι σε πολλές περιπτώσεις τα μέτρα ασφαλείας δεν επαρκούν για να επιτρέψουν την πρόσβαση του κοινού (Κιλίπρης, 2010).

Ωστόσο, προγραμματίζονται νέες εξελίξεις που θα συμβάλουν στην αναβάθμιση των πολιτιστικών τουριστικών πόρων της Ελλάδας. Η χρηματοδότηση της ΕΕ συμβάλλει στην αποκατάσταση της Ακρόπολης και των μοναστικών κτιρίων στο Άγιο Όρος της Μακεδονίας. Το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης του Ιδρύματος Γουλανδρή χτίστηκε στο κέντρο της Αθήνας και ξεκίνησε να λειτουργεί το 1997. Το κόστος κατασκευής του ήταν 17,5 εκατομμύρια ευρώ και το σύνολο των λειτουργικών εξόδων καλύπτεται από διάφορα ιδρύματα (Καούρας, et al. 2017).

Όπως συμβαίνει και με άλλους προορισμούς της Μεσογείου που βασίζονται σε ένα βασικό προϊόν του ήλιου, της θάλασσας και της άμμου, η Ελλάδα είναι απασχολημένη να διαφοροποιήσει την τουριστική της προσφορά. Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται ένα σημαντικό μέσο για την επίτευξη διαφοροποίησης. Στη Χίο, ένα μικρό, σχετικά ανεπτυγμένο νησί, για παράδειγμα, προσπαθεί να αποφύγει τις παγίδες της μαζικής τουριστικής ανάπτυξης με τη βοήθεια μιας αναπτυξιακής πολιτικής που βασίζεται στον πολιτιστικό τουρισμό (Γκροσδάνης, 2017).

Η πολιτική, η οποία αναπτύχθηκε με τη βοήθεια των Αυστριακών συμβούλων, βασίστηκε σε μια σειρά μέτρων που αποσκοπούσαν στην τόνωση της τοπικής πολιτιστικής παραγωγής, ώστε να μεγιστοποιηθεί το τουριστικό εισόδημα που προέρχεται από τους κατοίκους της περιοχής. Τα προτεινόμενα μέτρα περιλαμβάνουν ένα πρόγραμμα πολιτιστικών εκδηλώσεων, την προώθηση της μεσαιωνικής κληρονομιάς και της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και την ανάπτυξη τυπικών προϊόντων του νησιού προς πώληση στους τουρίστες. Προτάθηκαν επίσης μέτρα που θα εξασφαλίσουν τη συνέχιση και τον εμπλουτισμό των τοπικών παραδόσεων, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας εργαστηρίων για καλλιτέχνες, που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από καλλιτέχνες από άλλες περιοχές της Ελλάδας και την διοργάνωση ενός διεθνούς αρχιτεκτονικού συμποσίου, με βάση την κτισμένη κληρονομιά το νησί (Βενετσανοπούλου, 2006).

## 5.2 Η ζήτηση του πολιτιστικού τουρισμού

Η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα κυριαρχείται από την εισερχόμενη τουριστική αγορά. Οι ξένοι τουρίστες παράγουν το 75% των διανυκτερεύσεων και αντιπροσωπεύουν τη μεγάλη αγορά για πολιτιστικά αξιοθέατα. Ο τουρισμός είναι έντονα συγκεντρωμένος, τόσο εποχιακά όσο και χωρικά. Περίπου το 60% των ξένων τουριστών φτάνουν μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου σε τέσσερις περιοχές (Κρήτη, Ρόδος, Κέρκυρα και Αθήνα) όπου αντιπροσωπεύουν το 62% των διανυκτερεύσεων. Αυτό δημιουργεί σημαντική πίεση στις τοποθεσίες που βρίσκονται σε αυτές τις περιοχές κατά τη διάρκεια της υψηλής περιόδου (Ανδριώτης, 2009).

Η σημασία της κλασικής αρχαιολογίας στο πολιτιστικό τουριστικό προϊόν της Ελλάδας υπογραμμίζεται από το γεγονός ότι οι αρχαιολογικοί χώροι προσέλκυαν πάνω από 7 εκατομμύρια επισκέπτες, πάνω από δύο φορές περισσότερο από τα ελληνικά μουσεία. Οι περισσότερες επισκέψεις σε μουσεία συνδέονται επίσης με την κλασική αρχαιολογία, αφού σχεδόν τα μισά από τα μουσεία στην Ελλάδα είναι αρχαιολογικά μουσεία. Η Ελλάδα έχει στην πραγματικότητα το μεγαλύτερο ποσοστό αρχαιολογικών χώρων διεθνούς σημασίας στην ΕΕ (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Οι επισκέπτες για τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους καλύπτουν μόνο τις εισπράξεις και επομένως είναι πιθανό να υποτιμηθούν σημαντικά οι συνολικές επισκέψεις, καθώς τα δημόσια πολιτιστικά αξιοθέατα δεν χρεώνουν την είσοδο τις Κυριακές, που είναι η πιο δημοφιλής μέρα για τους Έλληνες επισκέπτες. Οι επισκέψεις τόσο στους αρχαιολογικούς χώρους όσο και στα μουσεία αυξήθηκαν σημαντικά. Ωστόσο, η πιο δραματική επέκταση των επισκεπτών έγινε στη δεκαετία του 1970. Σε αντίθεση με τις περισσότερες άλλες χώρες της ΕΕ, οι επισκέψεις σε μουσεία που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα άλλαξαν στη διάρκεια των επόμενων δεκαετιών (Γκροσδάνης, 2017).

Αν το πρότυπο των πληρωμένων επισκέψεων σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία συγκρίνεται με το επίπεδο των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα, είναι σαφές ότι υπάρχει σχέση μεταξύ τουριστικών αφίξεων και πολιτιστικών επισκέψεων. Οι αφίξεις τουριστών



συσχετίζονται ιδιαίτερα με τον αριθμό των επισκέψεων σε αρχαιολογικούς χώρους, αλλά συσχετίζονται λιγότερο με το επίπεδο επισκέψεων σε μουσεία. Το γεγονός ότι οι αφίξεις τουριστών φαίνεται να σχετίζονται περισσότερο με την εισαγωγή του αρχαιολογικού χώρου μπορεί να εξηγήσει σε κάποιο βαθμό τη σχετική έλλειψη ανάπτυξης επισκέψεων σε μουσεία (Κιλιπίρης, 2010).

Μία ενδεχομένως ανησυχητική τάση που αναδύεται είναι η σχετική αποσύνδεση των εισαγωγών αρχαιολογικών χώρων και των αφίξεων τουριστών. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι οι εισερχόμενοι τουρίστες ενδιαφέρονται σχετικά λιγότερο από τον τουρισμό σε σχέση με τους τουρίστες στα προηγούμενα χρόνια. Αυτό είναι ίσως κατανοητό λόγω του γεγονότος ότι μεγάλο μέρος της επέκτασης της αγοράς στην Ελλάδα, οφειλόταν σε φθηνές οργανωμένες διακοπές, οι οποίες ενδέχεται να προσελκύουν σχετικά λιγότερους τουρίστες που έχουν κουλτούρα (Κοκκώσης, et al. 2011).

Η σημασία του πολιτισμού για την προσέλκυση ξένων τουριστών υπογραμμίστηκε επίσης από την έρευνα που πραγματοποίησε το Εθνικό Γραφείο Τουρισμού (ΕΟΤ). Οι ελληνικοί αρχαιολογικοί χώροι αναφέρθηκαν ως λόγος για να επισκεφτούν το 9% του συνόλου των τουριστών και ο συνδυασμός του κλίματος και των αρχαιοτήτων αναφέρθηκε από το 18% των τουριστών (Βενετσανοπούλου, 2006).

Είναι σαφές ότι για τους περισσότερους βορειο-Ευρωπαίους τα πολιτιστικά αξιοθέατα στην Ελλάδα έχουν τη δεύτερη θέση, αλλά ο πολιτισμός αποτελεί για πολλούς επισκέπτες έναν ισχυρό δευτερεύοντα παράγοντα που μπορεί να δώσει στην Ελλάδα ένα πλεονέκτημα σε σχέση με ορισμένους ανταγωνιστικούς προορισμούς για τον ήλιο, τη θάλασσα και την άμμο (Καούρας, et al. 2017).

Η κλασική προέλευση μεγάλου μέρους της πολιτιστικής προσέλκυσης στην Ελλάδα σημαίνει ότι η Αθήνα δεν είναι τόσο κυρίαρχη όσον αφορά τις πολιτιστικές επισκέψεις όπως μερικές ευρωπαϊκές πρωτεύουσες. Η περιοχή της Αθήνας αντιπροσώπευε λίγο περισσότερο από το ένα τέταρτο όλων των επισκέψεων του αρχαιολογικού χώρου, για παράδειγμα, η συντριπτική πλειονότητα των οποίων αντιστοιχούσαν οι επισκέπτες στην Ακρόπολη. Η τάση

συγκέντρωσης συλλογών αντικειμένων σε μουσεία στην πρωτεύουσα, ωστόσο, σημαίνει ότι η Αθήνα αντιπροσωπεύει περίπου το 40% όλων των εισόδων στα μουσεία (Ανδριώτης, 2009).

Έρευνες επισκεπτών σε πολιτιστικούς χώρους στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος ATLAS για τον πολιτιστικό τουρισμό. Σχεδόν 600 επισκέπτες συμμετείχαν σε συνεντεύξεις, όπου διανεμήθηκαν ισάριθμα οι τρεις περιοχές έρευνας. Η Εθνική Πινακοθήκη στην Αθήνα, ο αρχαιολογικός χώρος του Δία στη Μακεδονία και το αρχαιολογικό μουσείο στη Θεσσαλονίκη (Κιλιπίρης, 2010).

Σχεδόν το 60% των ερωτηθέντων ήταν ξένοι τουρίστες, κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Το ποσοστό των Αμερικανών τουριστών ήταν υψηλότερο στην Αθήνα, ενώ οι Άγγλοι και οι Γερμανοί τουρίστες ήταν πιο πολυάριθμοι στις άλλες δύο περιοχές. Πολλοί από τους ξένους τουρίστες επισκέπτονταν την Ελλάδα για πακέτα διακοπών, έμεναν σε ξενοδοχεία και ξόδευαν δύο ή τρεις εβδομάδες στη χώρα (Κοκκώσης, et al. 2011).

Η πλειοψηφία των ξένων τουριστών επισκέφθηκε τουλάχιστον ένα ακόμη πολιτιστικό αξιοθέατο κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Ελλάδα. Τα μουσεία ήταν τα πιο συχνά προς επίσκεψη είδη πολιτιστικής έλξης (αυτά περιελάμβαναν αρχαιολογικά μουσεία που συνδέονταν με αρχαιολογικούς χώρους) και οι οπτικές και παραστατικές τέχνες ήταν πολύ λιγότερο σημαντικά στοιχεία της τουριστικής κατανάλωσης (Καούρας, et al. 2017).

Η κινητήρια δύναμη της ελληνικής αρχαιολογίας είναι σαφής από τη σύγκριση των τριών χώρων. Σχεδόν λίγοι ξένοι τουρίστες είχαν ταξιδέψει ειδικά για να επισκεφτούν το μουσείο τέχνης στην Αθήνα, ενώ στα αρχαιολογικά αξιοθέατα σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες έδειξαν ότι η έλξη ήταν σημαντική στην απόφασή τους να επισκεφθούν την τοποθεσία. Εκείνοι που επισκέπτονταν το μουσείο τέχνης στην Αθήνα ήταν πολύ πιο πιθανό να έχουν επαγγέλματα που σχετίζονται με τις εικαστικές τέχνες από ότι οι επισκέπτες στις άλλες δύο τοποθεσίες (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό των ελληνικών ερευνών ήταν το σχετικά υψηλό ποσοστό των ερωτηθέντων που είχαν επισκεφθεί τα φεστιβάλ ενώ ήταν σε διακοπές. Πάνω από το 20% των ερωτηθέντων σε ελληνικούς πολιτιστικούς χώρους είχαν επισκεφθεί ένα φεστιβάλ στην Ελλάδα, έναντι 11% για την έρευνα ATLAS στο σύνολό της. Σε σύγκριση με τα αποτελέσματα των ερευνών της ATLAS σε άλλες χώρες, φαίνεται ότι η Ελλάδα τείνει να έχει λιγότερους συγκεκριμένους πολιτιστικούς τουρίστες. Ωστόσο, όπως υποδηλώνει η προηγούμενη έρευνα, η παρουσία πολιτιστικών αξιοθέατων και ιδιαίτερα αρχαιολογικών χώρων αποτελεί σημαντικό δευτερεύον κίνητρο για την επίσκεψη στην Ελλάδα (Γκροσδάνης, 2017).

### **5.3 Η πολιτιστική τουριστική κληρονομιά**

Μολονότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναγνωρίστηκε ήδη από το 1946 ως περιοχή εθνικής σημασίας, οι πρωτοβουλίες για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού τείνουν να προχωρούν κατά τρόπο αποσπασματικό. Ο πολιτισμός εξακολουθεί να τείνει να θεωρείται μέρος του γενικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος και όχι να αναπτυχθεί ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς. Η πολιτική τουρισμού επικεντρώθηκε στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής και τουριστικής υποδομής. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, πολλά ξενοδοχεία κατασκευάστηκαν σε τοποθεσίες που συνδέονται με πολιτιστικά τουριστικά αξιοθέατα, όπως οι Δελφοί και η Ολυμπία (Stolarick, etal. 2011).

Ωστόσο, επιχειρήθηκε διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς για την Ελλάδα και ανάπτυξη του πολιτισμού ως ένα από τα βασικά στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ο Ε.Ο.Τ. συμμετέχει σε προγράμματα αποκατάστασης και ανάπτυξης παραδοσιακών κτιρίων σε διάφορες τοποθεσίες σε όλη την Ελλάδα. Στόχος του προγράμματος είναι η διατήρηση των κτιρίων και των τοπίων που είναι αντιπροσωπευτικά του ελληνικού πολιτισμού και η ανάπτυξη των πόρων αυτών για τουριστική χρήση, δημιουργώντας έτσι εισοδήματα για την υποστήριξη της απασχόλησης και της περαιτέρω διατήρησης (Βενετσανοπούλου, 2006).

Το πρόγραμμα επικεντρώνεται στη διατήρηση και την ανάπτυξη της κληρονομιάς σε περιοχές που απομακρύνονται από τις κύριες τουριστικές περιοχές, ιδίως στην ηπειρωτική χώρα. Πολλοί από αυτούς τους οικισμούς μειώνονται εξαιτίας της ερήμωσης της υπαίθρου, οπότε η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλλει στη δημιουργία οικονομικής δραστηριότητας, η οποία συμβάλλει στην εξάλειψη της μετανάστευσης. Οι βασικές αρχές που εφαρμόζονται σε όλες αυτές τις εξελίξεις περιλαμβάνουν τη διατήρηση των αρχικών αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών και των αισθητικών ιδιοτήτων της περιοχής, την προσαρμογή σε νέες χρήσεις (συνήθως του τουρισμού) και τον αυστηρό έλεγχο των νέων κτιρίων για τη διασφάλιση της συμβατότητας με τα αρχικά κτίρια (Shin, 2010).

Μέχρι το 1991, είχαν ανακαινιστεί συνολικά 119 κτίρια σε 16 χωριά, που παρείχαν περίπου 700 τουριστικά κρεβάτια σε περιοχές με χαμηλά επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης. Το κόστος του προγράμματος (2,75 εκατομμύρια ευρώ) καλύφθηκε από την ελληνική κυβέρνηση με την υποστήριξη του Μεσογειακού Προγράμματος Ένταξης της ΕΕ. Μια έκδοση με αρχιτεκτονικές λεπτομέρειες για όλα τα έργα που ολοκληρώθηκαν δημιουργήθηκε ως μέρος της ελληνικής συμβολής στο Ευρωπαϊκό Έτος Τουρισμού (Richards&vanderArk, 2013).

Η ανάπτυξη της Βάθειας στην Πελοπόννησο αποτελεί παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο το πρόγραμμα έχει λειτουργήσει. Το χωριό Βάθια σχεδόν εγκαταλείφθηκε και είχε μόνο 11 κατοίκους. Ο ΕΟΤ άρχισε να ανακατασκευάζει τον οικισμό, με στόχο να προσελκύσει τουρίστες στα ανακαινισμένα παραδοσιακά κτίρια και να πείσει τους μετανάστες να επιστρέψουν στο χωριό. Το κτιριακό πρόγραμμα του ΕΟΤ περιλάμβανε εννέα ξενώνες με συνολικά 50 κρεβάτια, εστιατόριο, καφενείο και λαογραφικό μουσείο (Konsola&Karachalis, 2010).

Η αναδιάρθρωση περιελάμβανε επίσης βελτιώσεις της υποδομής, όπως η αποστράγγιση και η διεύρυνση των οδών. Η αρχική επένδυση από τον Ε.Ο.Τ. ύψους 110 εκατομμυρίων ευρώ προκάλεσε περαιτέρω ιδιωτικές επενδύσεις, οι οποίες μέχρι τότε είχαν στηρίξει την ανακαίνιση 175 ακόμη κτιρίων και την παροχή επιπλέον 400 κλινών. Παρόμοια προγράμματα πραγματοποιούνται επίσης σε αρκετούς άλλους τομείς, όπως στη Σαντορίνη, στη Χίο και στη Κεφαλονιά (Skoultzos, 2014).

Η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος έχει γίνει όλο και πιο επιτακτικό ζήτημα πολιτικής στον ελληνικό τουρισμό τα τελευταία χρόνια. Η συνειδητοποίηση ότι οι προηγούμενες εξελίξεις είχαν συχνά καταστρέψει τους βασικούς φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους στους οποίους βασίζεται ο τουρισμός οδήγησε σε μια αυξανόμενη πολιτική έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό και στην εξάπλωση του τουρισμού μακριά από περιοχές με υπερπλήρεις περιοχές. Οι τρέχουσες προτεραιότητες πολιτικής για τον ΕΟΤ, για παράδειγμα, είναι οι εξής (Triarchi & Karamanis, 2017) :

- Ο τουρισμός, ο πολιτισμός και η φιλία.
- Ο τουρισμός, το περιβάλλον και η υγεία.
- Ο τουρισμός καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου.
- Η περιφερειακή ανάπτυξη του τουρισμού.

Ο πολιτισμός θεωρείται επίσης ως σημαντική έκφραση της ελληνικής εθνικής ταυτότητας και πολλή κυβερνητική πολιτική για τον πολιτισμό έχει ως στόχο την ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά. Για παράδειγμα, το γεγονός της Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Πρωτεύουσας ήταν το πνευματικό στοιχείο της Ελληνίδας Υπουργού Πολιτισμού Μελίνας Μερκούρη (Kostopoulou, etal. 2013).

Η Αθήνα έγινε η πρώτη Πολιτιστική Πρωτεύουσα το 1985 και η εκδήλωση υποβλήθηκε σε μεγάλο βαθμό από την ελληνική κυβέρνηση. Πραγματοποιήθηκαν πάνω από 100 εκθέσεις, οι οποίες προσέλκυσαν περισσότερους από 700.000 επισκέπτες. Η διοργάνωση του πρώτου πολιτιστικού γεγονότος στην Αθήνα ήταν η αναγνώριση της συμβολής του ελληνικού πολιτισμού στη διαμόρφωση μιας ευρύτερης ευρωπαϊκής πολιτιστικής ταυτότητας (Kostopoulou, etal. 2013).

Η ευθύνη για τη χρηματοδότηση της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού είναι κατανεμημένη σε διάφορα υπουργεία, όπως το Υπουργείο Πολιτισμού, το Υπουργείο Τουρισμού, το Υπουργείο Εσωτερικών και το Υπουργείο Περιβάλλοντος. Η χρηματοδότηση του πολιτιστικού τουρισμού και του πολιτισμού εν γένει είναι αρκετά συγκεντρωτική, αν και έχουν καταβληθεί προσπάθειες τα τελευταία χρόνια για την αποκέντρωση των ευθυνών και

των δραστηριοτήτων στον πολιτισμό. Υπάρχει ένας διυπουργικός φορέας ο οποίος προσπαθεί να συντονίσει το έργο του Υπουργείου Πολιτισμού και του Υπουργείου Τουρισμού, αν και ο πολιτιστικός τουρισμός δεν είναι ο Οργανισμός Τουρισμού (Kostopoulou, etal. 2013).

Το Υπουργείο Πολιτισμού αφιερώνει μεγάλο μέρος του προϋπολογισμού του στη διατήρηση της κληρονομιάς και ένας από τους κύριους πολιτικούς του στόχους είναι η «ανασκαφή, ανύψωση και συντήρηση» αρχαιολογικών χώρων και μνημείων. Η κρατική χρηματοδότηση για τον πολιτισμό ανήλθε το 1993 σε 180 δισεκατομμύρια δραχμές (681 εκατομμύρια ευρώ), εκ των οποίων πάνω από το 75% δαπανήθηκε για την εθνική κληρονομιά (κυρίως αρχαιολογικούς χώρους). Οι πολιτιστικές δαπάνες αντιπροσωπεύουν το 7% του κρατικού προϋπολογισμού, το οποίο συμπληρώνεται με το 15% των κεφαλαίων που παράγονται από κρατικές λαχειοφόρες αγορές (Kostopoulou, etal. 2013).

Η Ελλάδα έχει επίσης κάνει ενεργή χρήση ευρωπαϊκών προγραμμάτων με στόχο την προώθηση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Εκτός από τη διοργάνωση του πρώτου γεγονότος της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας το 1985, το 1997 η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα που φιλοξένησε το γεγονός δύο φορές, αυτή τη φορά στη Θεσσαλονίκη. Η Ελλάδα συμμετείχε ενεργά στο πρόγραμμα της DGX της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με στόχο τη διατήρηση της ευρωπαϊκής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς (Kostopoulou, etal. 2013).

Στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού είχαν αναληφθεί εργασίες συντήρησης στο Αρχαίο Θέατρο Φιλίππων, στη Μακεδονία, στο Θέατρο Λακκί στη Λέρο, στο Αρχαίο Ωδείο στην Κω και στον Ανοιχτό Κινηματογράφο Αίγλης στη Θεσσαλονίκη. Η σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς στην ελληνική οικονομία υπογραμμίζεται περαιτέρω από το γεγονός ότι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα περιφερειακής βοήθειας στην Ελλάδα είχε χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη της πολιτιστικής κληρονομιάς (Kostopoulou, etal. 2013).

## **5.4 Οι επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού**

Ένας τομέας στον οποίο διεξάγεται εκτεταμένη έρευνα για τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι η αξιολόγηση των κοινωνικών και πολιτιστικών επιπτώσεων του τουρισμού. Οι μελέτες

τείνουν να επικεντρώνονται στα ελληνικά νησιά, όπου ο αντίκτυπος του τουρισμού είναι συχνά πιο έντονος. Η ανάπτυξη του τουρισμού οδηγεί συχνά στην εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού για κατανάλωση από τους τουρίστες (Konsola&Karachalis, 2010).

Αυτό περιλαμβάνει την προσαρμογή παραδοσιακών γιορτών ως τουριστικών εκδηλώσεων, τον πολλαπλασιασμό των πολιτισμικών στερεοτύπων, όπως η μουσική και η πώληση αναμνηστικών προϊόντων «ελληνικής τέχνης». Αυτό οδηγεί στη δημιουργία μιας «ψεύτικης γνησιότητας» σε τουριστικούς προορισμούς, όπου τα παραδοσιακά αντικείμενα χάνουν τον αρχικό τους σκοπό και χρησιμεύουν μόνο ως διακοσμητικά αντικείμενα (Skoultzos, 2014).

Η έρευνα για τα νησιά Ίος και Σέριφος δείχνει ότι οι πολιτιστικές αλλαγές που ξεκίνησε ο τουρισμός μπορούν να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στη συνοχή και την πολιτιστική ταυτότητα των νησιωτών. Οι άνθρωποι δεν παρευρίσκονται πλέον στα παραδοσιακά γλέντια, είτε γιατί συμβαίνουν το καλοκαίρι και δεν θέλουν να εγκαταλείψουν τη δουλειά τους, είτε γιατί έχουν αλλάξει το τρόπο ζωής τους. Τα πανηγύρια ήταν πάντα μια ευκαιρία να συγκεντρωθούν οι κάτοικοι όλων των κοινωνικών και οικονομικών στρωμάτων και βοήθησε τους νησιώτες να εκφράσουν τα σύμβολα της κοινής τους πολιτιστικής ταυτότητας (τραγούδια, χορούς κλπ.) (Stylianou-Lambert, 2011).

Ως εκ τούτου, ο τοπικός πολιτισμός δεν αποτελεί μόνο προσέλκυση πολιτιστικών τουριστών, αλλά αποτελεί επίσης πηγή πόρων μεταξύ τοπικών κατοίκων και τουριστών και μεταξύ των ίδιων των τοπικών κατοίκων (Triarchi&Karamanis, 2017).

## **6. Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> : Ερευνητικό μέρος**

### **6.1 Ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα**

Ο σκοπός της ερευνητικής μελέτης είναι να παρουσιαστούν και να αναλυθούν επισταμένως οι απόψεις των εργαζομένων του Δήμου, των καταστημάτων αλλά και των οργανισμών της περιοχής του Πύργου, του Κατάκολου και της Αρχαίας Ολυμπίας, σχετικά με το ρόλο του φεστιβάλ ως μέσο ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και συγκεκριμένα αναπτύσσεται η περίπτωση της Αρχαίας Ολυμπίας.

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι τα εξής:

- Ποια είναι η αξιολόγηση του φυσικού περιβάλλοντος, των αρχαιολογικών χώρων/μουσείων και των φεστιβάλ/πολιτιστικών εκδηλώσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής;
- Είναι σημαντικά για την τοπική ανάπτυξη τα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία;
- Είναι απαραίτητη η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στις πολιτιστικές εκδηλώσεις των περιοχών;
- Με ποιόν τρόπο θα μπορούσε να βελτιωθεί η τουριστική κίνηση της περιοχής;

### **6.2 Η μεθοδολογία και το δείγμα**

Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε είναι το ερωτηματολόγιο. Ένα ερωτηματολόγιο είναι ένα ερευνητικό εργαλείο που αποτελείται από μια σειρά ερωτήσεων (ή άλλων τύπων προτροπών) με σκοπό τη συλλογή πληροφοριών από τους ερωτώμενους (Adler & Clark, 2018). Τα ερωτηματολόγια έχουν πλεονεκτήματα σε σχέση με



κάποιους άλλους τύπους ερευνών, επειδή είναι φτηνό και δεν απαιτεί τόσο μεγάλη προσπάθεια από τον ερωτώμενο. Τα ερωτηματολόγια περιορίζονται επίσης στο γεγονός ότι οι ερωτηθέντες πρέπει να μπορούν να διαβάζουν τις ερωτήσεις και να απαντούν σε αυτά (Babbie, 2018).

Τα ερωτηματολόγια έχουν πλεονεκτήματα σε σχέση με κάποιους άλλους τύπους ερευνών, δεδομένου ότι είναι μια φτηνή μέθοδος, δεν απαιτούν τόσο μεγάλη προσπάθεια από τον ερωτώμενο όπως λεκτικές ή τηλεφωνικές έρευνες και συχνά έχουν τυποποιημένες απαντήσεις που καθιστούν απλή τη συλλογή δεδομένων. Ωστόσο, τέτοιες τυποποιημένες απαντήσεις μπορεί να αποθαρρύνουν τους χρήστες. Τα ερωτηματολόγια περιορίζονται επίσης από το γεγονός ότι οι ερωτηθέντες πρέπει να μπορούν να διαβάζουν τις ερωτήσεις και να απαντούν σε αυτές (Gay, et al. 2017).

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αποτελείται από 13 ερωτήσεις, που αφορούν στοιχεία για το ρόλο των φεστιβάλ ως μέσο ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και συγκεκριμένα παρουσιάζεται η περίπτωση της Αρχαίας Ολυμπίας. Χρησιμοποιήθηκαν κλειστού και ανοικτού τύπου ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι εύκολες στην συμπλήρωση, δεν είναι ιδιαίτερα χρονοβόρες και παρέχουν την δυνατότητα αντικειμενικών απαντήσεων.

Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε στους εργαζομένους του Δήμου, των καταστημάτων αλλά και των οργανισμών της περιοχής του Πύργου, του Κατάκολου και της Αρχαίας Ολυμπίας, κατά την περίοδο του Σεπτεμβρίου. Επιλέχθηκε τυχαίο δείγμα 100 ατόμων.

### **6.3 Η στατιστική ανάλυση**

Το στατιστικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε για την στατιστική ανάλυση των δεδομένων είναι το πρόγραμμα IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) και πιο συγκεκριμένα η έκδοση 22. Το όνομα του λογισμικού ήταν αρχικά για το στατιστικό πακέτο των κοινωνικών επιστημών, που αντικατοπτρίζει την αρχική αγορά, αν και το λογισμικό είναι

πλέον δημοφιλές και σε άλλους τομείς, συμπεριλαμβανομένων των επιστημών υγείας και του μάρκετινγκ.

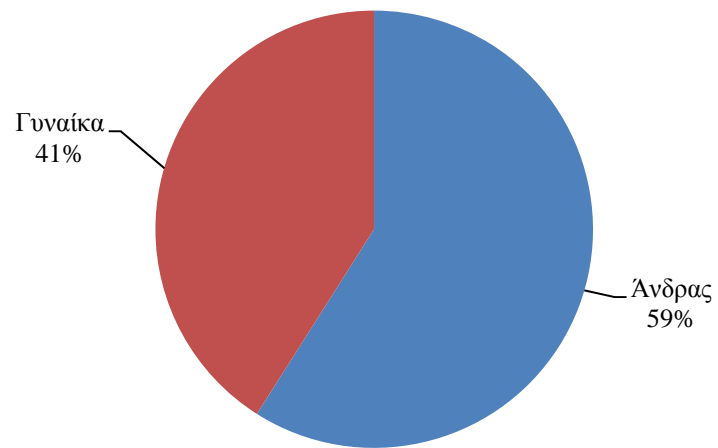
Το αρχικό εγχειρίδιο του SPSS έχει περιγραφεί ως ένα από τα "πιο σημαντικά βιβλία της κοινωνιολογίας", επιτρέποντας στους συνηθισμένους ερευνητές να κάνουν δική τους στατιστική ανάλυση. Εκτός από τη στατιστική ανάλυση, η διαχείριση δεδομένων (επιλογή υποθέσεων, αναδιαμόρφωση αρχείων, δημιουργία παραγόμενων δεδομένων) και η τεκμηρίωση τους αποτελούν χαρακτηριστικά του βασικού λογισμικού.

Τα στατιστικά στοιχεία του SPSS τοποθετούν περιορισμούς στην εσωτερική δομή αρχείων, τους τύπους δεδομένων, την επεξεργασία δεδομένων και τα αρχεία που ταιριάζουν, τα οποία από κοινού απλοποιούν σημαντικά τον προγραμματισμό. Τα σύνολα δεδομένων SPSS έχουν διδιάστατη δομή πίνακα, όπου οι σειρές συνήθως αντιπροσωπεύουν περιπτώσεις και οι στήλες αντιπροσωπεύουν μετρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, στην παρούσα εργασία, παρουσιάζονται τα ποσοστά που αντιστοιχούν στις απαντήσεις των ερωτώμενων σε κάθε μία ερώτηση ξεχωριστά μέσω γραφημάτων, πινάκων και διαγραμμάτων.

## **6.4 Τα αποτελέσματα της έρευνας**

Για τον προσδιορισμό του φύλου των ερωτώμενων, με ποσοστό της τάξεως του 59% (n=59) απάντησαν ότι είναι άνδρες και με ποσοστό της τάξεως του 41% (n=41) απάντησαν ότι είναι γυναίκες στην έρευνα που έγινε.

## Το φύλο των ερωτηθέντων



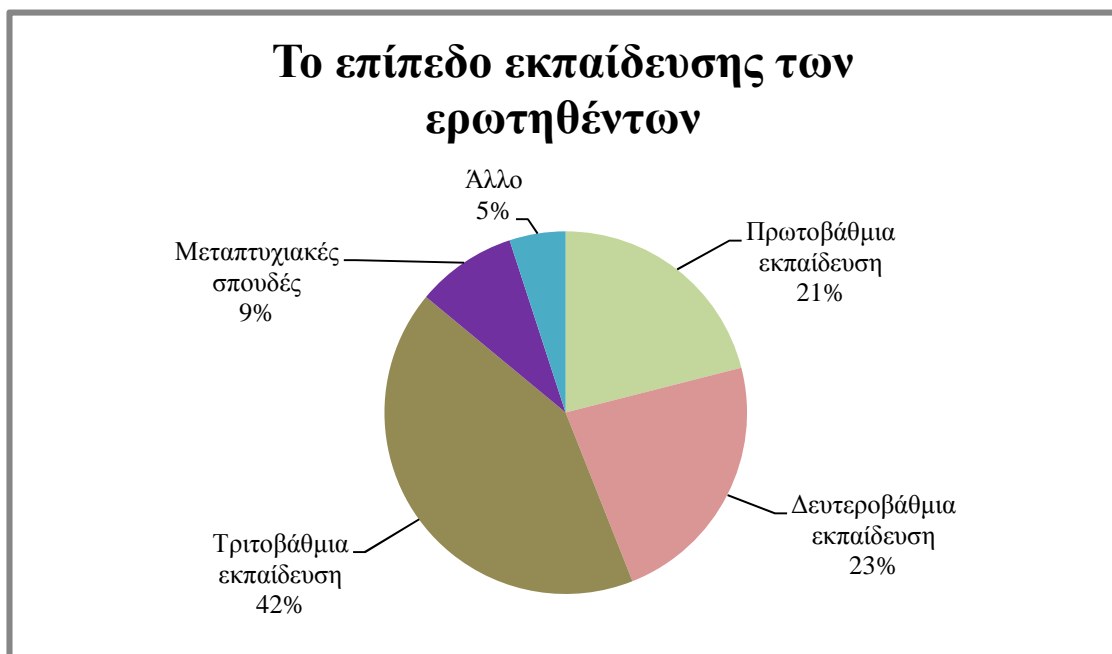
**Διάγραμμα 1 :** Το φύλο των ερωτηθέντων.

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με τον προσδιορισμό της ηλικιακής ομάδας και συγκεκριμένα ένα μέρος του δείγματος του 17% (n=17), δηλώνει ότι είναι ηλικίας από 18 έως 24, ενώ ακολουθεί το ποσοστό των ερωτώμενων που δήλωσαν ότι είναι σε ηλικία από 25 έως 34 με ποσοστό 21% (n=21). Ένα μέρος του δείγματος με ποσοστό 32% (n=32) δήλωσε ότι είναι ηλικίας από 35 έως 54. Η επόμενη μερίδα των ερωτώμενων με ποσοστό 19% (n=19) δήλωσε ότι είναι ηλικίας από 55 έως 65. Ενώ τέλος, αυτοί που απάντησαν ότι είναι πάνω από 66 ετών είναι με ποσοστό 11% (n=11).



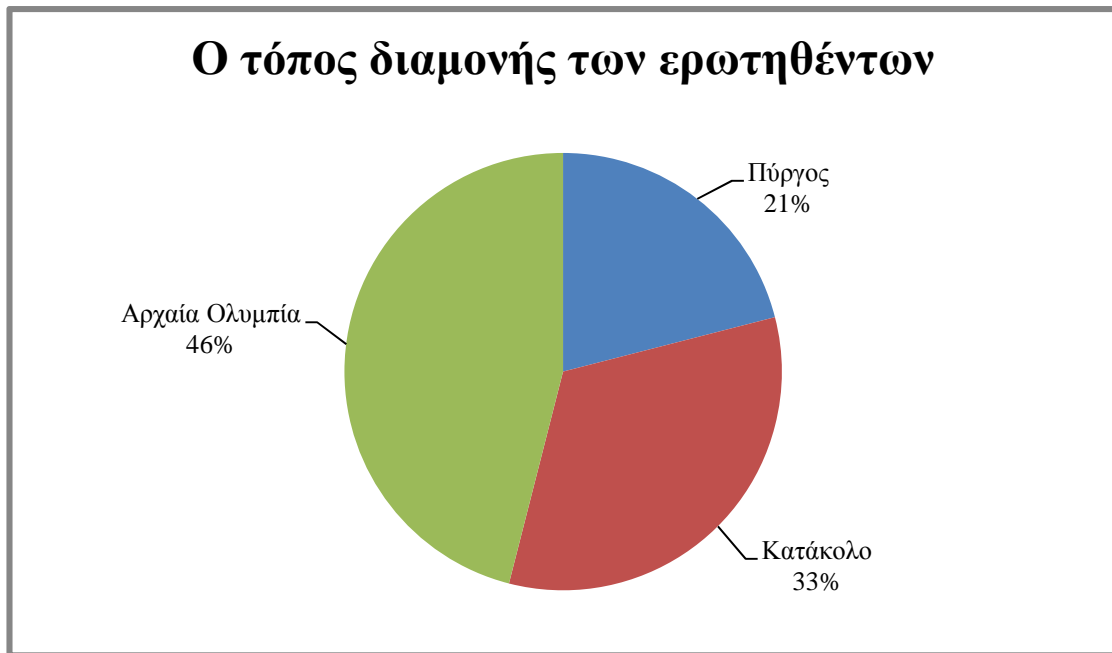
**Διάγραμμα 2 :** Η ηλικία των ερωτηθέντων

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει καθαρά με τον προσδιορισμό του επιπέδου εκπαίδευσης που κυμαίνεται ο ερωτώμενος. Υπάρχουν 4 κατηγορίες επιπέδου εκπαίδευσης όπου είναι η πρωτοβάθμια εκπαίδευση, η δευτεροβάθμια εκπαίδευση, η τριτοβάθμια εκπαίδευση και τέλος οι κάτοχοι μεταπτυχιακού-διδακτορικού διπλώματος. Το ποσοστό του 21% (n=21), δήλωσε ότι ανήκει στην κατηγορία της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το ποσοστό του 23% (n=23), δήλωσε ότι ανήκει στην κατηγορία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Το ποσοστό του 42% (n=42), δήλωσε ότι ανήκει στην κατηγορία της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το ποσοστό του 9% (n=9), δήλωσε ότι ανήκει στην κατηγορία μεταπτυχιακές σπουδές. Ενώ τέλος, με ποσοστό της τάξεως του 5% (n=5), δήλωσε ότι ανήκει στην κατηγορία άλλης εκπαίδευσης.



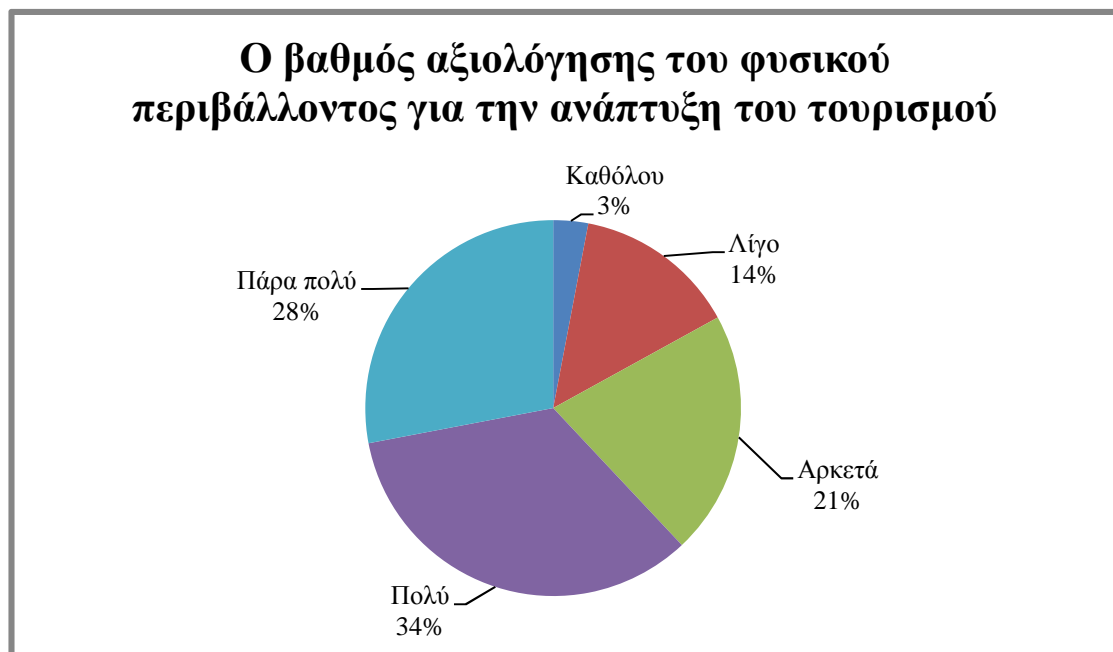
**Διάγραμμα 3 :** Το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με τον τόπο διαμονής των ερωτώμενων και συγκεκριμένα οι ίδιοι πρέπει να απαντήσουν εάν διαμένουν στην περιοχή του Πύργου, του Κατάκολου ή της Αρχαίας Ολυμπίας. Το ποσοστό του 21% (n=21), δήλωσε ότι διαμένει στην περιοχή του Πύργου. Το ποσοστό του 33% (n=33), δήλωσε ότι διαμένει στην περιοχή του Κατάκολου. Ενώ τέλος, με ποσοστό του 46% (n=46), δήλωσε ότι διαμένει στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται καλύτερα στο διάγραμμα που ακολουθεί.



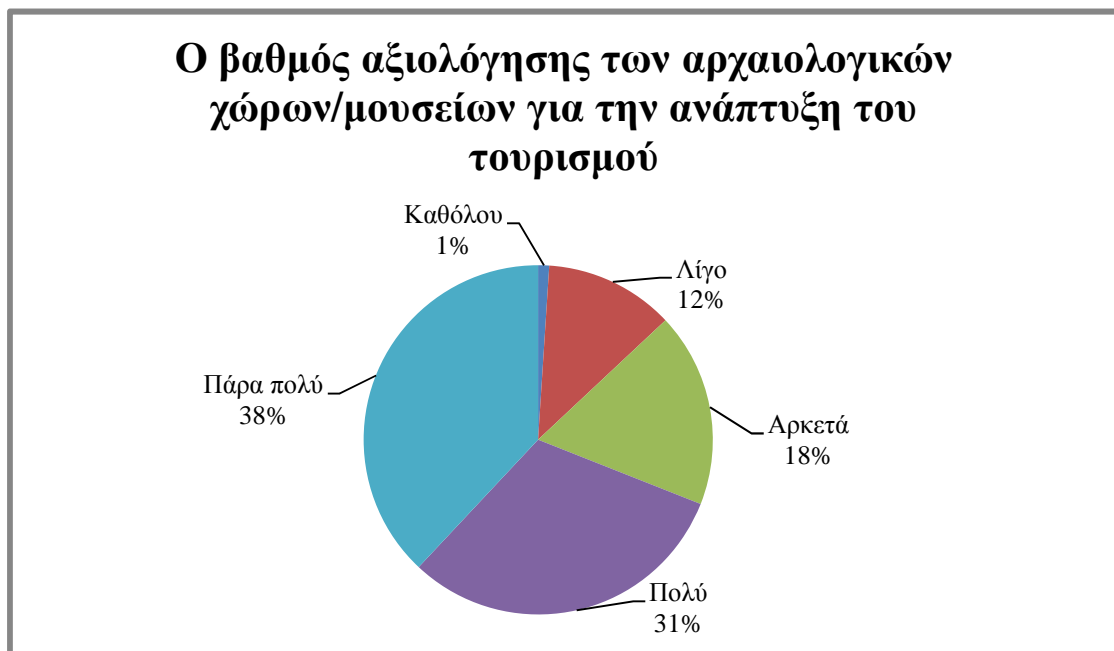
**Διάγραμμα 4 :** Ο τόπος διαμονής των ερωτηθέντων

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το πώς αξιολογούν οι ερωτώμενοι κάποια στοιχεία για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή τους. Όσον αφορά για τον βαθμό αξιολόγησης του φυσικού περιβάλλοντος, οι ερωτώμενοι απάντησαν τα εξής. Το ποσοστό του 3% (n=3), δήλωσε ότι το φυσικό περιβάλλον δεν αναπτύσσει καθόλου τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 14% (n=14), δήλωσε ότι το φυσικό περιβάλλον αναπτύσσει λίγο τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 21% (n=21), δήλωσε ότι το φυσικό περιβάλλον αναπτύσσει αρκετά τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 34% (n=34), δήλωσε ότι το φυσικό περιβάλλον αναπτύσσει πολύ τον τουρισμό στην περιοχή τους. Τέλος, το ποσοστό του 28% (n=28), δήλωσε ότι το φυσικό περιβάλλον αναπτύσσει πάρα πολύ τον τουρισμό στην περιοχή τους.



**Διάγραμμα 5 :** Ο βαθμός αξιολόγησης του φυσικού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη του τουρισμού

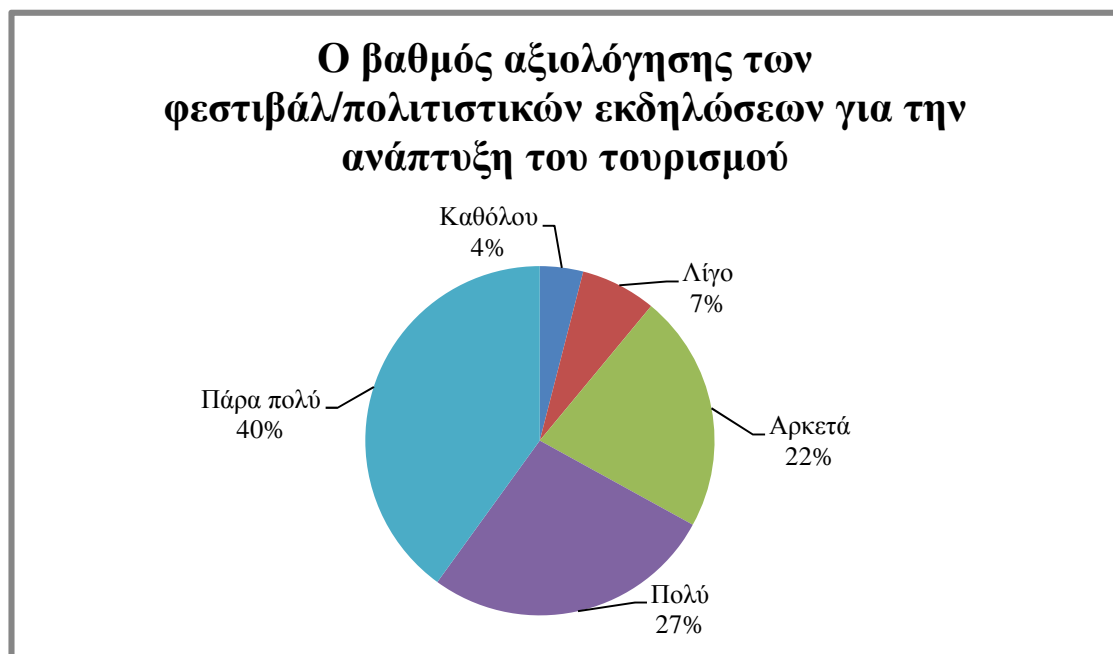
Όσον αφορά για τον βαθμό αξιολόγησης των αρχαιολογικών χώρων/μουσείων, οι ερωτώμενοι απάντησαν τα εξής. Το ποσοστό του 1% (n=1), δήλωσε ότι οι αρχαιολογικοί χώροι/μουσεία δεν αναπτύσσουν καθόλου τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 12% (n=12), δήλωσε ότι οι αρχαιολογικοί χώροι/μουσεία αναπτύσσουν λίγο τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 18% (n=18), δήλωσε ότι οι αρχαιολογικοί χώροι/μουσεία αναπτύσσουν αρκετά τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 31% (n=31), δήλωσε ότι οι αρχαιολογικοί χώροι/μουσεία αναπτύσσουν πολύ τον τουρισμό στην περιοχή τους. Τέλος, το ποσοστό του 38% (n=38), δήλωσε ότι οι αρχαιολογικοί χώροι/μουσεία αναπτύσσουν πάρα πολύ τον τουρισμό στην περιοχή τους.



**Διάγραμμα 6 :** Ο βαθμός αξιολόγησης των αρχαιολογικών χώρων/μουσείων για την ανάπτυξη του τουρισμού

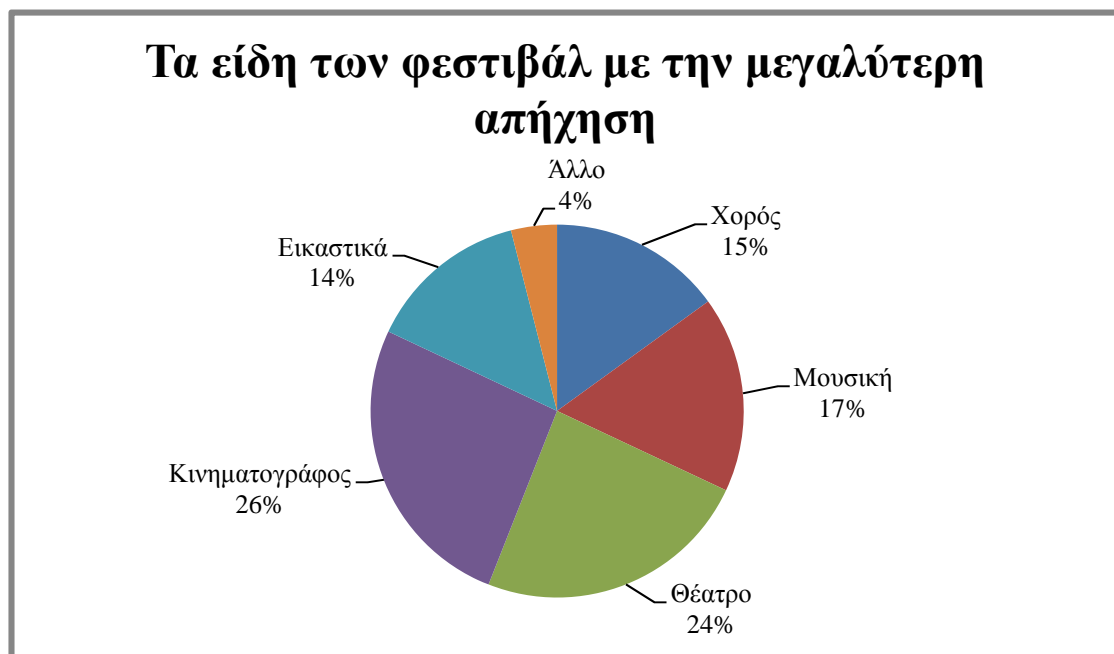


Όσον αφορά για τον βαθμό αξιολόγησης των φεστιβάλ/πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι ερωτώμενοι απάντησαν τα εξής. Το ποσοστό του 4% (n=4), δήλωσε ότι τα φεστιβάλ/πολιτιστικές εκδηλώσεις δεν αναπτύσσουν καθόλου τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 7% (n=7), δήλωσε ότι τα φεστιβάλ/πολιτιστικές εκδηλώσεις αναπτύσσουν λίγο τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 22% (n=22), δήλωσε ότι τα φεστιβάλ/πολιτιστικές εκδηλώσεις αναπτύσσουν αρκετά τον τουρισμό στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 27% (n=27), δήλωσε ότι τα φεστιβάλ/πολιτιστικές εκδηλώσεις αναπτύσσουν πολύ τον τουρισμό στην περιοχή τους. Τέλος, το ποσοστό του 40% (n=40), δήλωσε ότι τα φεστιβάλ/πολιτιστικές εκδηλώσεις αναπτύσσουν πάρα πολύ τον τουρισμό στην περιοχή τους.



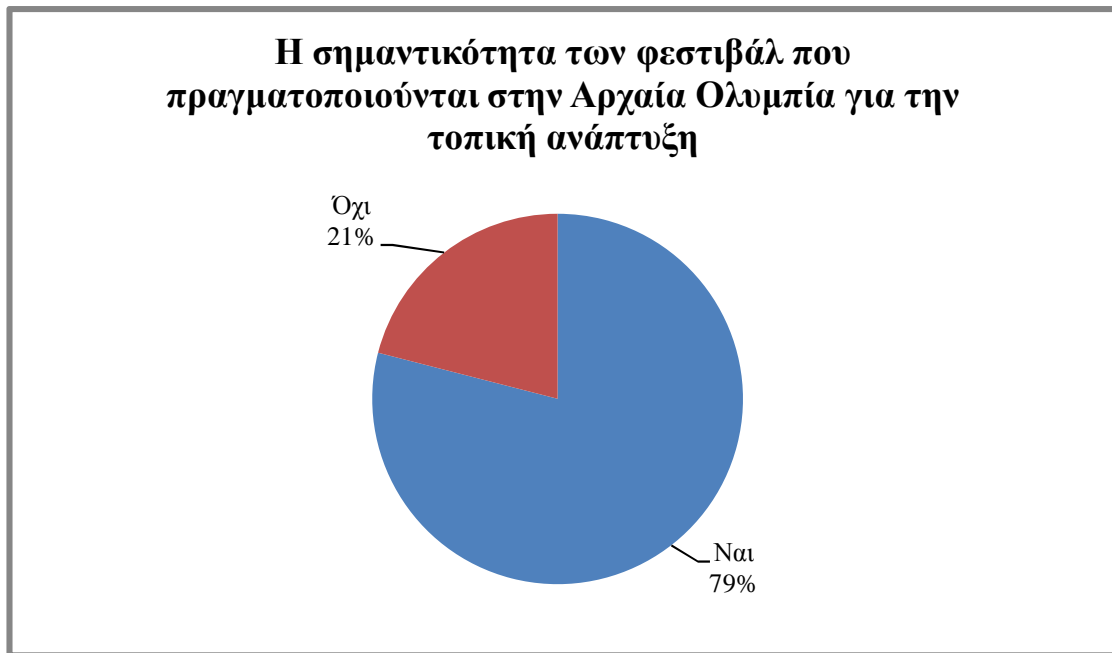
**Διάγραμμα 7 :** Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ/πολιτιστικών εκδηλώσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το ποια είδη φεστιβάλ έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή των ερωτώμενων. Το ποσοστό του 15% (n=15), δήλωσε ότι οι εκδηλώσεις χορού έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 17% (n=17), δήλωσε ότι οι εκδηλώσεις μουσικής έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 24% (n=24), δήλωσε ότι οι εκδηλώσεις θεάτρου έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 26% (n=26), δήλωσε ότι οι εκδηλώσεις κινηματογράφου έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 14% (n=14), δήλωσε ότι οι εκδηλώσεις εικαστικών έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή τους. Τέλος, το ποσοστό του 4% (n=4), δήλωσε ότι άλλες εκδηλώσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή τους.



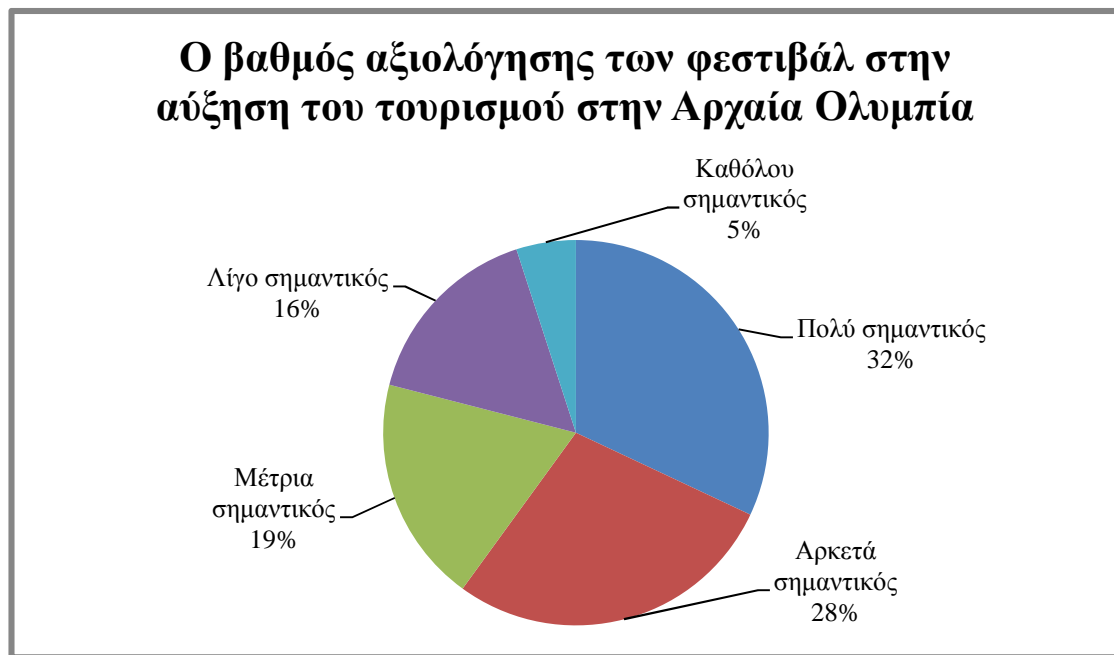
**Διάγραμμα 8 :** Τα είδη των φεστιβάλ με την μεγαλύτερη απήχηση

Η επόμενη ερώτηση αφορά εάν οι ερωτώμενοι θεωρούν σημαντικά τα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία για την τοπική ανάπτυξη. Το ποσοστό του 79% (n=79) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι είναι σημαντικά τα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία για την τοπική ανάπτυξη. Ενώ από την άλλη πλευρά, το ποσοστό του 21% (n=21) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι δεν είναι σημαντικά τα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία για την τοπική ανάπτυξη



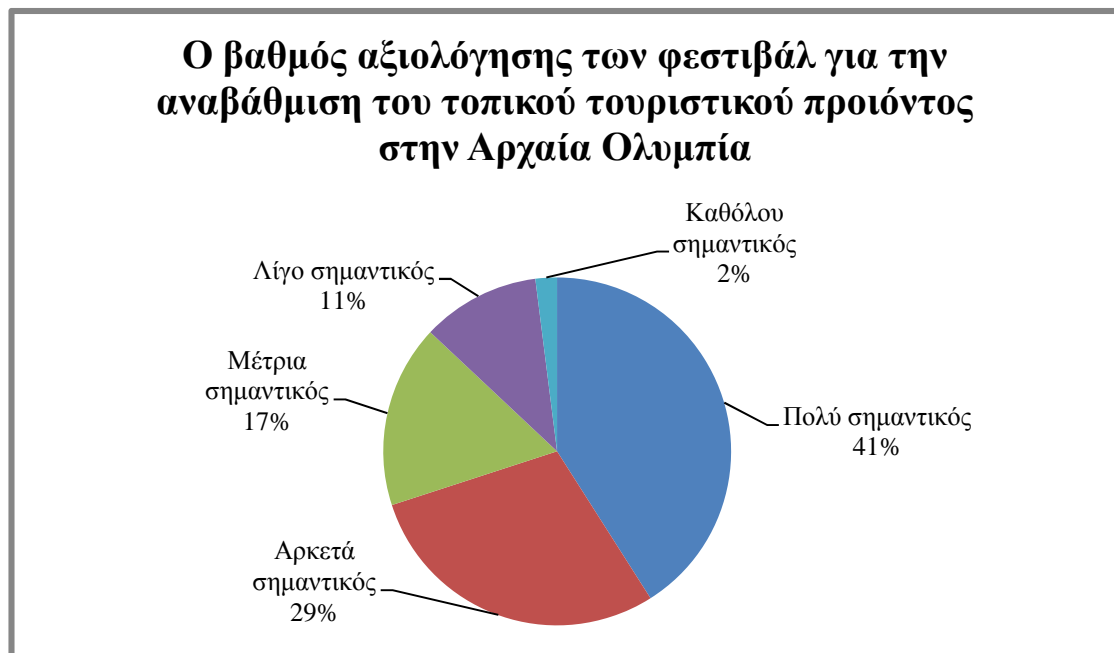
**Διάγραμμα 9 :** Η σημαντικότητα των φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία για την τοπική ανάπτυξη

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά το πώς αξιολογούν οι ερωτώμενοι τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία. Συγκεκριμένα, η πρώτη ερώτηση έχει να κάνει με τον βαθμό αξιολόγησης της αύξησης του τουρισμού στην περιοχή. Το ποσοστό του 32% (n=32), δήλωσε ότι είναι πολύ σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αύξηση του τουρισμού στην περιοχή. Το ποσοστό του 28% (n=28), δήλωσε ότι είναι αρκετά σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αύξηση του τουρισμού στην περιοχή. Το ποσοστό του 19% (n=19), δήλωσε ότι είναι μέτρια σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αύξηση του τουρισμού στην περιοχή. Το ποσοστό του 16% (n=16), δήλωσε ότι είναι ελάχιστα σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αύξηση του τουρισμού στην περιοχή. Τέλος, το ποσοστό του 5% (n=5), δήλωσε ότι είναι καθόλου σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αύξηση του τουρισμού στην περιοχή.



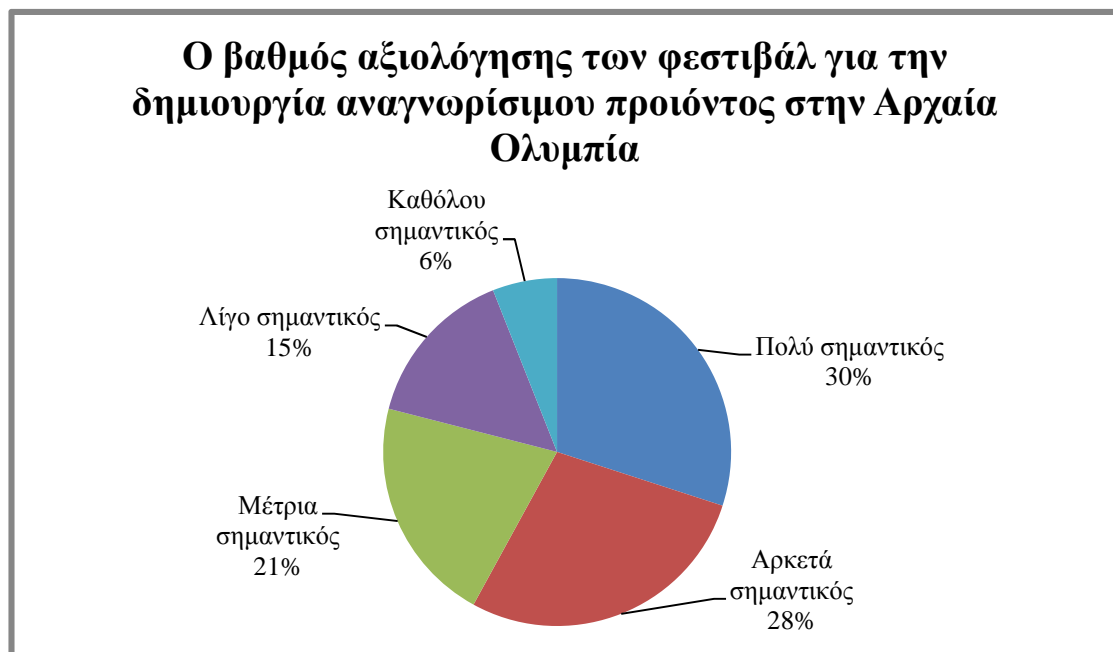
**Διάγραμμα 10 :** Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ στην αύξηση του τουρισμού στην Αρχαία Ολυμπία

Ηδεύτερη ερώτηση έχει να κάνει με τον βαθμό αξιολόγησης της αναβάθμισης του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Το ποσοστό του 41% (n=41), δήλωσε ότι είναι πολύ σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Το ποσοστό του 29% (n=29), δήλωσε ότι είναι αρκετά σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Το ποσοστό του 17% (n=17), δήλωσε ότι είναι μέτρια σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Το ποσοστό του 11% (n=11), δήλωσε ότι είναι ελάχιστα σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Τέλος, το ποσοστό του 2% (n=2), δήλωσε ότι είναι καθόλου σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος.



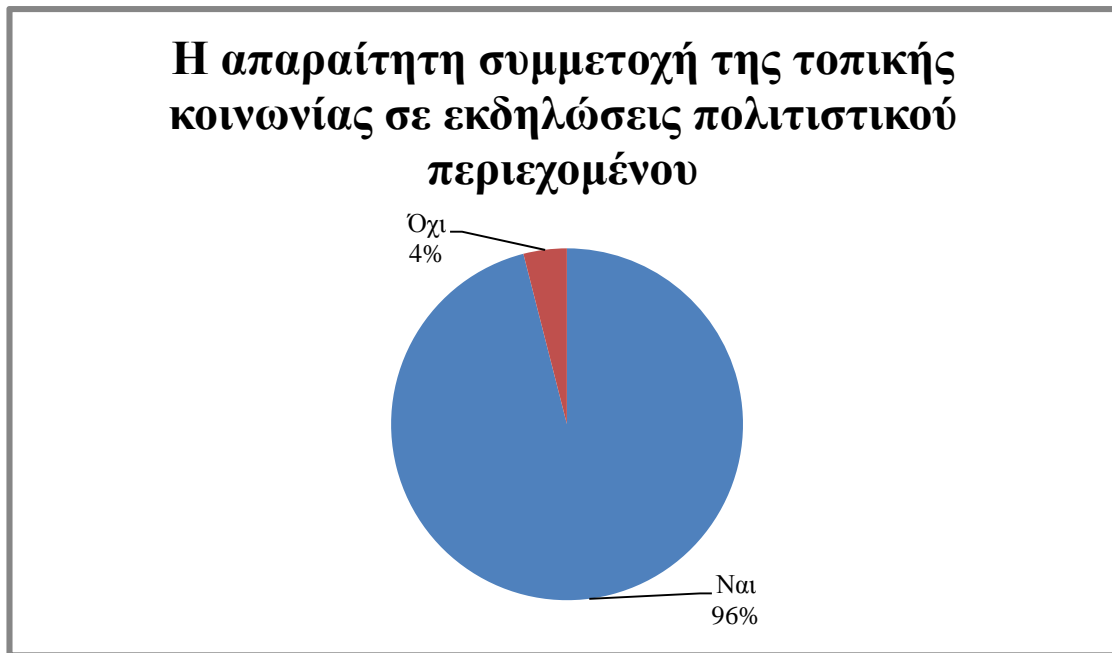
**Διάγραμμα 11 :** Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ για την αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος στην Αρχαία Ολυμπία

Η τρίτη ερώτηση έχει να κάνει με τον βαθμό αξιολόγησης της δημιουργίας αναγνωρίσιμου προϊόντος. Το ποσοστό του 30% (n=30), δήλωσε ότι είναι πολύ σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος. Το ποσοστό του 28% (n=28), δήλωσε ότι είναι αρκετά σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος. Το ποσοστό του 21% (n=21), δήλωσε ότι είναι μέτρια σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος. Το ποσοστό του 15% (n=15), δήλωσε ότι είναι ελάχιστα σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος. Τέλος, το ποσοστό του 6% (n=6), δήλωσε ότι είναι καθόλου σημαντικά τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος.



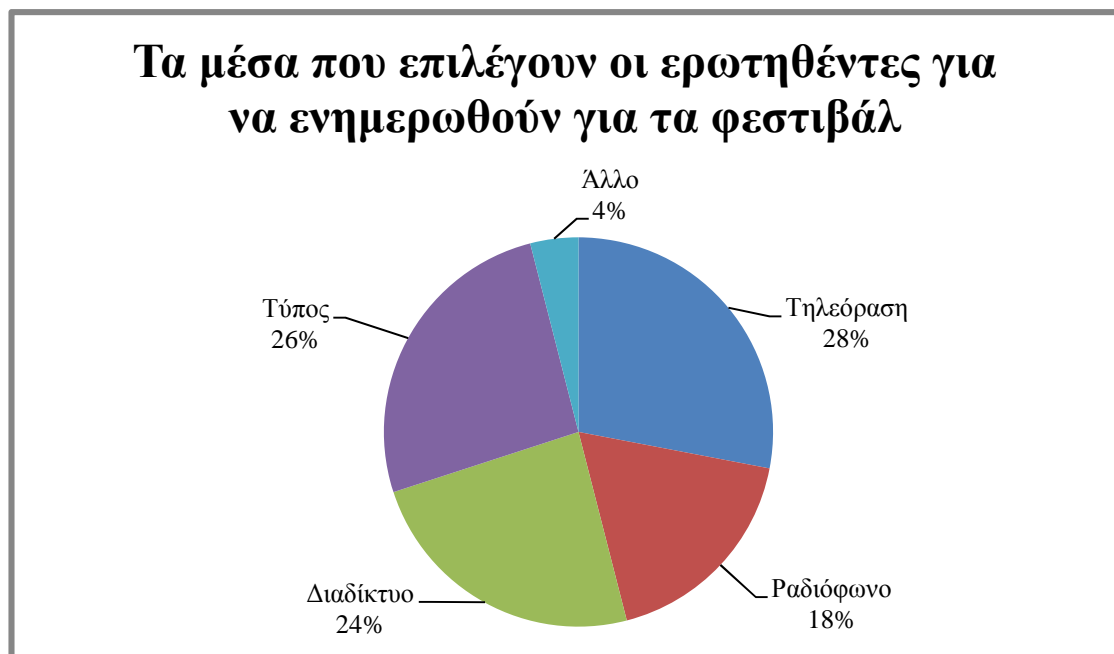
**Διάγραμμα 12 :** Ο βαθμός αξιολόγησης των φεστιβάλ για την δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος στην Αρχαία Ολυμπία

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει το εάν πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι είναι απαραίτητη η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου. Το ποσοστό του 96% (n=96) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι είναι απαραίτητη η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου. Ενώ από την άλλη πλευρά, το ποσοστό του 4% (n=4) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι δεν είναι απαραίτητη η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου.



**Διάγραμμα 13 :** Η απαραίτητη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου

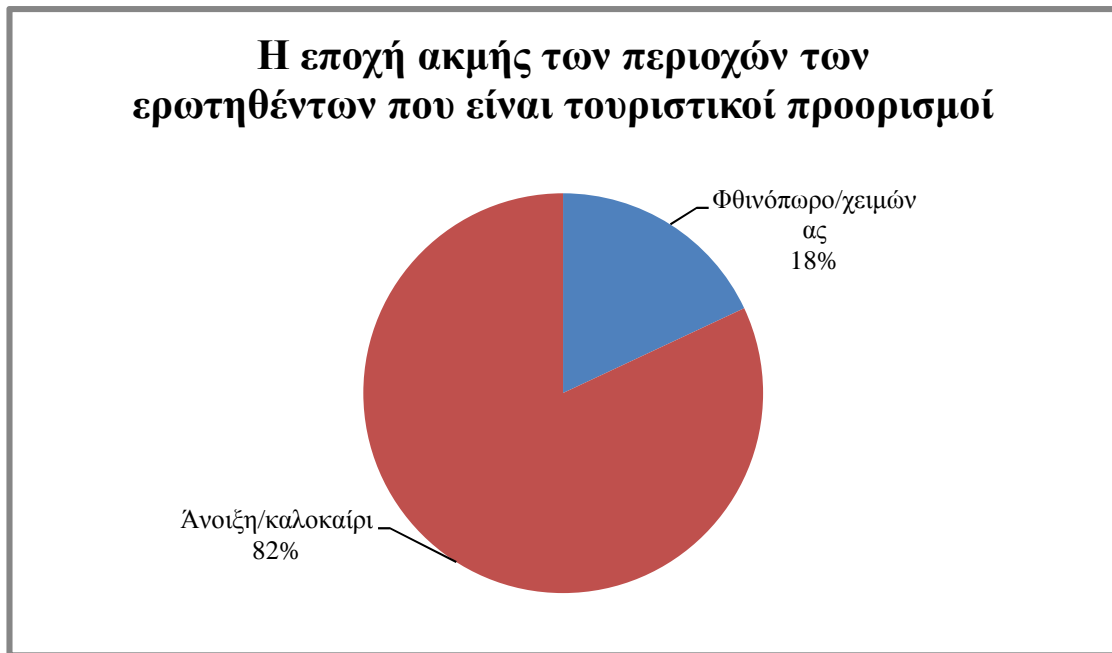
Η επόμενη ερώτηση αφορά το πως ενημερώνονται οι ερωτώμενοι για την πραγματοποίηση των φεστιβάλ στην περιοχή τους. Το ποσοστό του 28% (n=28) των ερωτώμενων δήλωσε ότι ενημερώνεται από την τηλεόραση. Το ποσοστό του 18% (n=18) των ερωτώμενων δήλωσε ότι ενημερώνεται από το ραδιόφωνο. Το ποσοστό του 24% (n=24) των ερωτώμενων δήλωσε ότι ενημερώνεται από το διαδίκτυο. Το ποσοστό του 26% (n=26) των ερωτώμενων δήλωσε ότι ενημερώνεται από τον τύπο. Τέλος, το ποσοστό του 4% (n=4) των ερωτώμενων δήλωσε ότι ενημερώνεται από κάποιο άλλο μέσο.



**Διάγραμμα 14 :** Τα μέσα που επιλέγουν οι ερωτώμενοι για να ενημερωθούν για τα φεστιβάλ

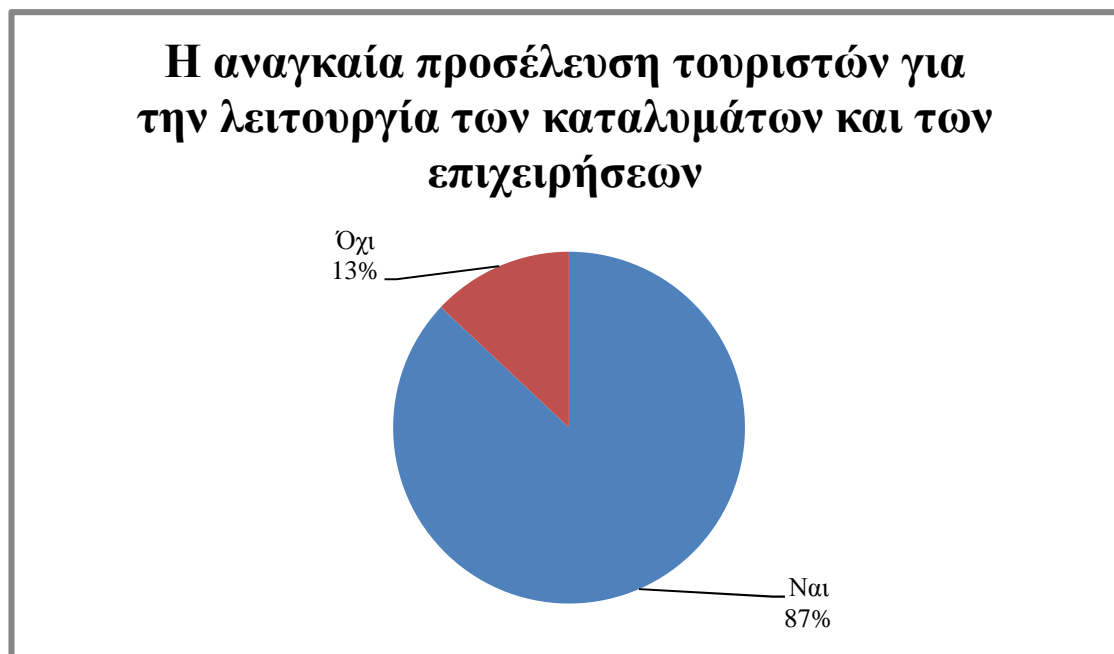


Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το ποια είναι η εποχή ακμής της περιοχής των ερωτώμενων που είναι τουριστικός προορισμός. Το ποσοστό του 18% (n=18) των ερωτώμενων δήλωσε ότι η εποχή ακμής της περιοχής τους που είναι τουριστικός προορισμός είναι το φθινόπωρο ή/και ο χειμώνας. Ενώ από την άλλη πλευρά, το ποσοστό του 82% (n=82) των ερωτώμενων δήλωσε ότι η εποχή ακμής της περιοχής τους που είναι τουριστικός προορισμός είναι η άνοιξη ή/και το καλοκαίρι.



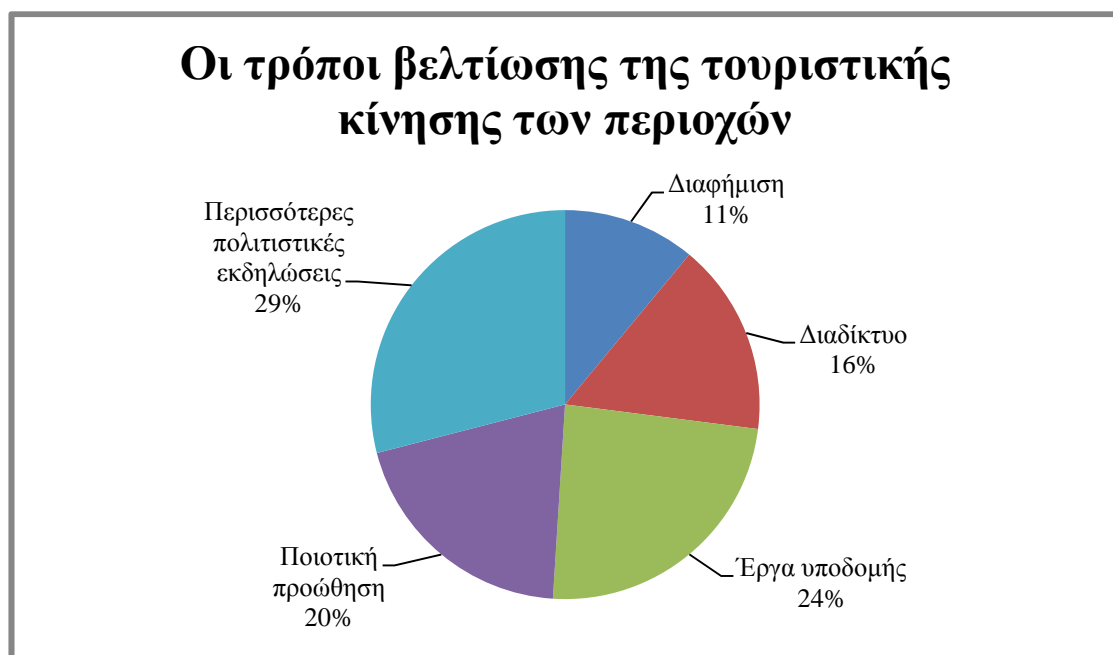
**Διάγραμμα 15 :** Η εποχή ακμής των περιοχών των ερωτώμενων που είναι τουριστικοί προορισμοί

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν είναι αναγκαία η προσέλευση τουριστών για την λειτουργία των καταλυμάτων και επιχειρήσεων της περιοχής των ερωτώμενων. Το ποσοστό του 87% (n=87) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι είναι αναγκαία η προσέλευση τουριστών για την λειτουργία των καταλυμάτων και επιχειρήσεων της περιοχής των ερωτώμενων. Ενώ από την άλλη πλευρά, το ποσοστό του 13% (n=13) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι δεν είναι αναγκαία η προσέλευση τουριστών για την λειτουργία των καταλυμάτων και επιχειρήσεων της περιοχής των ερωτώμενων.



**Διάγραμμα 16 :** Η αναγκαία προσέλευση τουριστών για την λειτουργία των καταλυμάτων και των επιχειρήσεων

Η τελευταία ερώτηση έχει να κάνει με ποιο τρόπο θα μπορούσε να βελτιωθεί η τουριστική κίνηση της περιοχής του κάθε ερωτώμενου. Η συγκεκριμένη απάντηση ήταν ανοικτού τύπου, δηλαδή μπορούσε ο καθένας να γράψει ότι θέλει. Οι πιθανές απαντήσεις που δόθηκαν από τους ερωτώμενους είναι οι εξής. Το ποσοστό του 11% (n=11) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι η διαφήμιση μπορεί να βελτιώσει τη τουριστική κίνηση της περιοχής τους. Το ποσοστό του 16% (n=16) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι το διαδίκτυο μπορεί να βελτιώσει τη τουριστική κίνηση της περιοχής τους. Το ποσοστό του 24% (n=24) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι τα έργα υποδομής μπορούν να βελτιώσουν τη τουριστική κίνηση της περιοχής τους. Το ποσοστό του 20% (n=20) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι η ποιοτικότερη προώθηση μπορεί να βελτιώσει τη τουριστική κίνηση της περιοχής τους. Τέλος, το ποσοστό του 29% (n=29) των ερωτώμενων πιστεύουν ότι η πραγματοποίηση περισσότερων πολιτιστικών εκδηλώσεων μπορεί να βελτιώσει τη τουριστική κίνηση της περιοχής τους.



**Διάγραμμα 17 :** Οι τρόποι βελτίωσης της τουριστικής κίνησης των περιοχών

## 7. Συμπεράσματα – Προτάσεις

Η μεθοδολογία της έρευνας υιοθέτησε μια «ολιστική» προσέγγιση για την περιφερειακή ανάπτυξη, αντιμετωπίζοντας το οικονομικό, φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον και λαμβάνοντας υπόψη τη συμβολή των περιφερειακών πολιτιστικών φεστιβάλ στις τοπικές οικονομίες(Adler&Clark, 2018).

Παρόλο που τα πολιτιστικά φεστιβάλ στις πόλεις συνήθως δημιουργούν σημαντικά οικονομικά οφέλη, τα περιφερειακά πολιτιστικά φεστιβάλ, ακόμη και με χαμηλή απασχόληση και κέρδη, στις περισσότερες περιπτώσεις αποδεικνύονται σημαντικοί παράγοντες στο χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων. Τα περιφερειακά φεστιβάλ προωθούν ευρύτερα την περιοχή, προσφέροντας τη δυνατότητα σε μια ομάδα ανθρώπων να εκφράσουν και να γιορτάσουν την αγάπη τους για την τέχνη και τον πολιτισμό. Αυτές οι ομάδες πίεσης με γνώμονα κάποια θέματα είναι συχνά οι πραγματικοί πρωταγωνιστές της τοπικής ανάπτυξης και της καινοτομίας των πολιτιστικών εκδηλώσεων(Καούρας, et al. 2017).

Τα πολιτιστικά φεστιβάλ είναι ζωντανά κύτταρα δραστηριότητας, ιδιαίτερα στις μικρές τοπικές οικονομίες όπου ο σχετικός αντίκτυπος τους είναι μεγαλύτερος από ότι στις αστικές περιοχές. Επιπλέον, ακόμη και στα πιο ριζοσπαστικά, μη εμπορικά πολιτιστικά φεστιβάλ, ο πολιτισμός και η οικονομία συνδυάζονται, δεδομένου ότι τα φεστιβάλ απαιτούν ακροατήρια, υπηρεσίες υποστήριξης και ηχητικό εξοπλισμό, έχοντας έτσι οικονομικές επιπτώσεις από πλευράς ζήτησης και προσφοράς στις περιοχές(Γκροσδάνης, 2017).

Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας υποδηλώνουν ότι τα περιφερειακά φεστιβάλ που εξετάστηκαν, έχουν σημαντική συνολική αναπτυξιακή επίδραση στις τοποθεσίες υποδοχής μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού, της δημιουργίας απασχόλησης και της δικτύωσης της κοινότητας. Τα ερευνητικά αποτελέσματα δείχνουν ότι στις περισσότερες περιπτώσεις, τα φεστιβάλ δημιουργούν σωρευτικά σημαντική απασχόληση και βελτιώνουν ποιοτικά τις τοπικές οικονομίες με αποτέλεσμα να ενθαρρύνουν τους τουρίστες να επισκέπτονται τις περιοχές που πραγματοποιούνται τα φεστιβάλ(Κιλίπρης, 2010).

Η μελέτη αυτή αποσκοπούσε να παράσχει χρήσιμες γνώσεις για τον ακαδημαϊκό κόσμο, την τοπική αυτοδιοίκηση και την τουριστική βιομηχανία στη συζήτηση σχετικά με το ρόλο των πολιτιστικών φεστιβάλ ως χρήσιμων μηχανισμών περιφερειακής ανάπτυξης. Ωστόσο, λόγω του μικρού μεγέθους του δείγματος, πρέπει να δίνεται προσοχή στην πραγματοποίηση γενικεύσεων βάσει των αποτελεσμάτων της εμπειρικής ανάλυσης (Κοκκώσης, etal. 2011).

Ως εκ τούτου, πρέπει να διεξαχθεί περαιτέρω συγκριτική έρευνα, με τη χρήση μιας ευρύτερης κλίμακας έρευνας η οποία θα αποφέρει μάλλον πιο αντιπροσωπευτικά αποτελέσματα και θα επιτρέψει επίσης τον εντοπισμό των σημαντικών διαφορών μεταξύ των αντιλήψεων των διαφόρων ενδιαφερομένων μερών. Οι μελλοντικές εργασίες θα μπορούσαν επίσης να εξετάσουν τις αντιλήψεις των πολιτών και την εξέταση της διαφορετικής χωρικής κλίμακας της ανάλυσης και των επιπέδων χάραξης πολιτικής για την προώθηση της κατανόησης της πολιτικής του φεστιβάλ και της χρησιμότητάς του για τη διευκόλυνση της περιφερειακής ανάπτυξης. Ένα άλλο θέμα που αξίζει να διερευνηθεί περαιτέρω είναι η οικονομική γεωγραφία των πολιτιστικών φεστιβάλ, η αμφισβήτηση των κοινωνικοοικονομικών δεσμών μεταξύ των φεστιβάλ και των περιφερειών υποδοχής δεδομένης της πληθυσμιακής και οικονομικής τους βάσης (Γκροσδάνης, 2017).

# Βιβλιογραφία

## Ξενόγλωσση

Allen, D. Rhoden, S. Sakharchuk, E. Ilkevich, S. Sharafanova, E. &Pecheritsa, E. (2015). Cultural Tourism. In Dimanche, F. and Andrades, L. (eds) *Tourism in Russia: A Management Handbook*, Bingley: Emerald Group Publishing, 133-178.

Artal-Tur, A. Briones-Peñalver, J. &Villena-Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 7-18.

Bae, S. Chang, M. Park, S., & Kim, C. (2017). The effect of Hallyu on tourism in Korea. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(1), 159-168.

Báez-Montenegro, A. &Devesa-Fernández, M. (2017). Motivation, satisfaction and loyalty in the case of a film festival: differences between local and non-local participants. *Journal of Cultural Economics*, 41(2), 173-195.

Barbieri, C. & Mahoney, E. (2010). Cultural tourism behaviour and preferences among the live-performing arts audience: an application of the univorous–omnivorous framework. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 481-496.

Bladen, C. Kennel, J. Abson, E. & Wilde, N. (2012). *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York.

Blesic, I. Pivac, T. Stamenkovic, I. &Besermenji, S. (2013). Motives of visit ethno music festivals with regard to gender and age structure of visitors. *African journal of business management*, 1(10), 298-305.

Bowdin, G. Allen, J. O' Toole, W. Harris, R. & McDonnell, I. (2011). *Events Management*, 3rd edition, Elsevier Ltd, Oxford.

Cisneros-Martínez, D. & Fernández-Morales, A. (2015). Cultural tourism as tourist segment for reducing seasonality in a coastal area: the case study of Andalusia. *Current Issues in Tourism*, 18(8), 765-784.

Connell, J. (2012). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007-1029.

Correia, A. Kozak, M. & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411-424.

Cundy, W. (2013). Festival Tourism – The concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies, *Geographical Journal*, 6(2), 105-118.

Di Lascio, L. Giannerini, S. Scorcu, E. & Candela, G. (2011). Cultural tourism and temporary art exhibitions in Italy: a panel data analysis. *Statistical Methods & Applications*, 20(4), 519-542.

Dragievic, V. Besermenji, S. Pivac, T. Ivkov, A. Kotic, K. (2013). Evaluation of tourist attractiveness and museum management in Sombor and Apatin (Serbia). *Journal of Family Issues*, 3(6), 49-53.

Du Cros, H. & McKercher, B. (2014). *Cultural Tourism*. London: Routledge.

Fernandes, C. (2011). Cultural planning and creative tourism in an emerging tourist destination. *International Journal of Management Cases*, 13(3), 629-636.

Festicket (2014). *Music Festivals: International Trends 2014*, in cooperation with HPI Research.

García-Hernández, M. de la Calle-Vaquero, M. & Yubero, C. (2017). Cultural heritage and urban tourism: Historic city centers under pressure. *Sustainability*, 9(8), 13-46.

Gibson, C. & Connell, J. (2012). *Music Festivals and Regional Development in Australia*, Ashgate, Burlington.

Guachalla, A. (2016). Perception and experience of urban areas for cultural tourism: A social constructivist approach in Covent Garden. *Tourism and Hospitality Research*.9(5), 98-108.

Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 605-612.

Konsola, N. & Karachalis, N. (2010). Cultural Activity and local development: Festivals in Greek regional cities. *Annals of Tourism Research*, 1(3), 12-19.

Kostopoulou, S. Vagionis, N. & Kourkouridis, D. (2013). Cultural Festivals and Regional Economic Development: Perceptions of Key Interest Groups. *Quantitative Methods in Tourism Economics*, 6(1), 175-194.

Loulanski, T. & Loulanski, V. (2011). The sustainable integration of cultural heritage and tourism: a meta-study. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 837-862.

Noonan, S. & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. *Journal of Cultural Economics*, 4(1), 95-107.



Okumus, F. Avci, U. Kilic, I. & Walls, R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658.

Pasya, G. Setiyorini, H. Andari, R. &Gitasiswara, L. (2016). Traditional festivals : A tourism development contribution for cultural inheritance. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 11(2).

Pivac, T. Blesic, I. Stamenkovic, I. Besermenji, S. (2011). Event management and consumer satisfaction in tourism industry. *African journal of business management*, 16-29.

Quiroz, A. (2011). Cultural tourism in transnational adoption : Staged authenticity” and its implications for adopted children. *Journal of Family Issues*, 4(9), 58-71.

Raj, R. &Vignali, C. (2010). Creating Local Experiences of Cultural Tourism through Sustainable Festivals. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(15), 11-19.

Richards, G. & van der Ark, A. (2013). Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, 3(7), 71-76.

Reisinger, Y. (2009). *International tourism: cultures and behavior*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann.

Russo, P. & Richards, G. (2016). *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*. Bristol: Channel View.

Shin, Y. (2010). Residents' perceptions of the impact of cultural tourism on urban development: The case of Gwangju, Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(4), 405-416.

Skoultzos, S. (2014). *Events as special interest tourism and as leisure time activity: market characteristics and event planning*, PhD Thesis, University of The Aegean.

Stojanovic, V. Dordevic, J. Lazic, L. Stamenkovic, I. Dragicevic, V. (2014). The principles of sustainable development of tourism in the Special Nature Reserve GornjePodunavlje and their impact on the local communities. *Journal of Family Issues*, 6(6), 77-98.

Stolarick, M. Denstedt, M. Donald, B. & Spencer, M. (2011). Creativity, tourism and economic development in a rural context: The case of Prince Edward County. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1), 12-39.

Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from home: Cultural tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.

Triarchi, E. & Karamanis, K. (2017). The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background. *Business & Entrepreneurship Journal*, 6(1), 39-59.

Vong, N. & Ung, A. (2012). Exploring critical factors of Macau's heritage tourism: What heritage tourists are looking for when visiting the city's iconic heritage sites. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 231-245.

Wiltshier, P. & Clarke, A. (2017). Virtual cultural tourism: Six pillars of VCT using co-creation, value exchange and exchange value. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), 372-383.

Zeppel, H. (2010). Managing cultural values in sustainable tourism: Conflicts in protected areas. *Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 93-115.

Zhu, Y. (2012). Performing heritage: Rethinking authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1495-1513.

## Ελληνική

Adler, S. & Clark, R. (2018). *Κοινωνική έρευνα, Μια ξενάγηση στις μεθόδους και στις τεχνικές*. Επιμέλεια Γ. Τσίρμπας. Μετάφραση Α. Χράπαλος. Θεσσαλονίκη: Τζιόλα.

Ανδριώτης, Κ. (2009). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. Αθήνα : Σταμούλη Α.Ε.

Αποστολόπουλος, Κ. & Σδράλη, Δ. (2009). *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου*. Αθήνα : Ελληνοεκδοτική.

Babbie, E. (2018). *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα*. Επιμέλεια Ι. Κατερέλος & Σ. Χατζηφωτίου. Αθήνα: Κριτική.

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό : Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα : Interbrooks.

Γκροσδάνης, Ν. (2017). *Θυμάμαι : 32 χρόνια Φεστιβάλ Ελληνικού Κινηματογράφου*. Αθήνα : Επίκεντρο.

Gay, R. Mills, E. & Airasian, P. (2017). *Εκπαιδευτική έρευνα, Ποσοτικές και ποιοτικές μέθοδοι: Ανάλυση και εφαρμογές*. Αθήνα: Προπομπός.

Καούρας, Κ. Καραμητσάνης, Β. & Ανεστοπούλου, Μ. (2017). *Animasyros 10 διεθνούς φεστιβάλ*. Αθήνα : Πλατφόρμα Εταιρείας Αστικού Πολιτισμού.

Κιλίπρης, Φ. (2010). *Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη : Εμπειρικές προσεγγίσεις*. Αθήνα : Δισίγμα.

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

# Παραρτήματα

## Παράρτημα ερωτηματολογίου

### 1) Επιλέξτε το φύλο σας

- Άνδρας
- Γυναίκα

### 2) Επιλέξτε την ηλικίας σας

- 18-24
- 25-34
- 35-54
- 55-65
- Άνω των 65

### 3) Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης σας;

- Πρωτοβάθμια εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση
- Μεταπτυχιακές σπουδές
- Άλλο

### 4) Ποιος είναι ο τόπος διαμονής σας;

- Πύργος

- Κατάκολο
- Αρχαία Ολυμπία

**5) Πως αξιολογείται τα παρακάτω στοιχεία για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή σας; (επιλέξτε με X)**

Βαθμός Αξιολόγησης	1.Καθόλου	2.Λίγο	3.Αρκετά	4.Πολύ	5.Πάρα πολύ
Φυσικό περιβάλλον					
Αρχαιολογικοί χώροι-μουσεία					
Φεστιβάλ-πολιτιστικές εκδηλώσεις					

**6) Ποια είδη φεστιβάλ θεωρείται ότι έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην περιοχή σας; (επιλέξτε με X)**

- Χορού
- Μουσικής
- Θεάτρου
- Κινηματογράφου
- Εικαστικών
- Άλλο

**7) Θεωρείται σημαντικά για την τοπική ανάπτυξη τα φεστιβάλ που πραγματοποιούνται στην Αρχαία Ολυμπία;**

Ναι

Όχι

**8) Πώς αξιολογείται τα φεστιβάλ στην Αρχαία Ολυμπία; (επιλέξτε με X)**

Βαθμός Αξιολόγησης	1.Πολύ σημαντικός	2.Αρκετά σημαντικός	3.Μέτρια σημαντικός	4.Ελάχιστα σημαντικός	5.Καθόλου σημαντικός
Αύξηση του τουρισμού στην περιοχή					
Αναβάθμιση του τοπικού τουριστικού προϊόντος					
Δημιουργία αναγνωρίσιμου προϊόντος					

**9) Πιστεύετε ότι είναι απαραίτητη η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε αυτές τις εκδηλώσεις; (επιλέξτε με X)**

Ναι

Όχι

**10) Πως ενημερώνεστε για την πραγματοποίηση των φεστιβάλ; (επιλέξτε με X)**

Τηλεόραση	Ραδιόφωνο	Διαδίκτυο	Τύπος	Άλλο
-----------	-----------	-----------	-------	------

--	--	--	--	--

**11) Ποια είναι η εποχή ακμής της περιοχής ως τουριστικός προορισμός; (επιλέξτε με X)**

- Φθινόπωρο/Χειμώνας
- Άνοιξη/Καλοκαίρι

**12) Είναι αναγκαία η προέλευση τουριστών για την λειτουργία των καταλυμάτων και επιχειρήσεων της περιοχής; (επιλέξτε με X)**

- Ναι
- Όχι

**13) Με ποιόν τρόπο κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να βελτιωθεί η τουριστική κίνηση της περιοχής σας; Υπάρχει κάτι που μέχρι τώρα δεν έχει προβληθεί επαρκώς και κρίνεται απαραίτητο για τον τουρισμό της περιοχής;**

Απάντηση

---

---

---

---