

Εισαγωγή

Η λέξη «τουρίστας» (tourist) εμφανίστηκε για πρώτη φορά στο Ηνωμένο Βασίλειο, στις αρχές του 19ου αιώνα –προερχόμενη από τη γαλλική λέξη «tour»– και απεικόνιζε τους νεαρούς Άγγλους ευγενείς, οι οποίοι, για λόγους κοινωνικού status και αναψυχής, πραγματοποιούσαν τη «μεγάλη περιήγηση της Γαλλίας» (grand tour).

Ο 19ος αιώνας, εκτός από τις σποραδικές απόπειρες προσδιορισμού και οριοθέτησης των μικρής έντασης τουριστικών μετακινήσεων (αριστοκράτες και εισοδηματίες), συνέβαλε πάραυτα στον εκσυγχρονισμό του τουρισμού μέσω της ανάπτυξης ενός αριθμού τεχνολογικών και οργανωτικών παραγόντων όπως ο σιδηρόδρομος (το μήκος του σιδηροδρομικού δικτύου έφτανε τα 40.000 km μόνο στη Ρωσία), τα ατμόπλοια («Queen Mary», «Queen Elizabeth», «Titanic», «Liberté» κ.λπ.), οι Tour-Operators (Thomas Cook), τα ξενοδοχεία πολυτελείας («Ritz», «Carlton», «Grand Hotel» κ.λπ.) και οι ταξιδιωτικοί οδηγοί (Baedeker).

Ωστόσο, η τουριστική δραστηριότητα δεν αντιπροσωπεύει ένα νέο φαινόμενο, εφόσον το ταξίδι και οι μετακινήσεις των ατόμων αποτέλεσαν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες εξέλιξης στην ιστορία της ανθρωπότητας (αρχαιότητα, ρωμαϊκή περίοδος, Μεσαίωνας, Αναγέννηση). Η ανάγκη για μετακινήσεις, ανακαλύψεις, αναζήτηση της αλλαγής και της αναψυχής δεν υπήρξε προνόμιο των σύγχρονων βιομηχανικών κοινωνιών, αλλά βαθύτερο και αρχέγονο κίνητρο των ατόμων.

Ο 20ός αιώνας, με τις μεγάλες οικονομικές, κοινωνικές, τεχνολογικές και πολιτικές εξελίξεις που τον χαρακτηρίζουν, μετατρέπει τον τουρισμό της «ελίτ» του 19ου αιώνα σε φαινόμενο μαζικής κατανάλωσης.

Η ουσιαστική όμως ανάπτυξη του διεθνούς τουριστικού φαινομένου πραγματοποιείται μετά το πέρας του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και ιδίως το τελευταίο τέταρτο του 20ού αιώνα και στις αρχές του 21ου, όπου φαίνεται να αποκτά πραγματικές βιομηχανικές δομές.

Ο τουρισμός του 21ου αιώνα τείνει να χαρακτηριστεί από την ανάπτυξη του «e-tourism», στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της νέας οικονομίας του τουρισμού, επιφέροντας σημαντικές αναδιαρθρώσεις στην τουριστική βιομηχανία.

Η ανάδυση του «m-tourism» (m: mobile = κινητό) και η περαιτέρω ανάπτυξή του στον 21ο αιώνα θεωρείται βέβαιο ότι θα ενισχύσει τις επιτελούμενες κατά τη διάρκεια του 20ού αιώνα αναδιαρθρώσεις της τουριστικής βιομηχανίας.

Οι παράγοντες που συνέβαλαν προοδευτικά στη διαμόρφωση των παραπάνω, βασίστηκαν ουσιαστικά στην ύπαρξη διαρκούς ειρήνης, την οποία η Διακήρυξη της Μανίλα για τα ταξίδια και τον τουρισμό (WTO 1980) διέβλεπε ως την απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας, συνοδευμένης από την αύξηση της παραγωγής, της παραγωγικότητας, της αγοραστικής δύναμης των ατόμων, την επιμήκυνση της διάρκειας ζωής, τη μείωση των ορίων ηλικίας για συνταξιοδότηση, την ελάττωση

του χρόνου εργασίας, την αύξηση της χρονικής διάρκειας των διακοπών μετ' αποδοχών, τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών καταλυμάτων και των μεταφορικών μέσων, τη μεγέθυνση των Tour-Operators κ.λπ.

Ωστόσο, αυτοί οι παράγοντες δεν είναι σε θέση να ερμηνεύσουν τη μεγέθυνση του τουριστικού φαινομένου. Σε αυτούς θα πρέπει να προστεθούν όλοι εκείνοι οι παράγοντες που σχετίζονται με το άτομο και τα βαθύτερα κίνητρά του, στο πλαίσιο της σύγχρονης βιομηχανικής κοινωνίας.

Τεχνικά μέσα, βιομηχανικές δομές των σύγχρονων κοινωνιών, συνθήκες ειρήνης και ανθρώπινες ανάγκες κατέστησαν τον τουρισμό έναν σημαντικότερο κοινωνικο-οικονομικό και πολιτιστικό παράγοντα.

Η οικονομική του τουρισμού, για πολύ καιρό, αντιμετωπίστηκε ως ο «φτωχός συγγενής» των οικονομικών επιστημών.

Για μεγάλο χρονικό διάστημα, τόσο το θεωρητικό πεδίο ανάλυσης όσο και η διαθέσιμη πληροφόρηση αδυνατούσαν να ερμηνεύσουν τον νέο οικονομικό τομέα που αντιπροσώπευε ο τουρισμός.

Είναι γνωστό ότι το τουριστικό φαινόμενο χαρακτηρίζεται για την πολυσυνθετότητά του και τις ιδιομορφίες του και, ως εκ τούτου, δεν υφίστανται ακριβείς εννοιολογικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις, συναφείς και κοινά αποδεκτές από όλες τις χώρες. Επιπλέον, η έννοια «τουρισμός» μπορεί να λάβει διάφορες ερμηνείες, ανάλογα με το πεδίο ανάλυσης και έρευνας στο οποίο αναφέρεται.

Η μελέτη του τουριστικού φαινομένου μοιάζει μ' ένα κομβικό σημείο στο οποίο συναντιούνται διάφορες κατηγορίες επιστημών. Οι γεωγράφοι ίσως είναι οι μόνοι οι οποίοι αντιλήφθηκαν αρκετά νωρίς την οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική, νομική και πολιτιστική διάσταση του τουριστικού φαινομένου. Αυτή η διαπίστωση οδήγησε στη συνέχεια σε μια σφαιρική και πολυδιάστατη ανάλυσή του, στο μέτρο φυσικά του δυνατού, δεδομένης της ευρύτητας του πεδίου έρευνας και ανάλυσης.

Βασικά, η μελέτη της οικονομικής του τουρισμού πηγάζει από το βαθμό κατανόησης, πληροφόρησης (στατιστικές εγγραφές) και ερμηνείας των οικονομικών συναλλαγών που πραγματοποιούν οι τουρίστες, κεντρικό άξονα των οποίων αποτελούν η τουριστική παραγωγή και η τουριστική κατανάλωση.

Οι οικονομολόγοι ενδιαφέρθηκαν αρκετά καθυστερημένα για τον τουρισμό, χρησιμοποιώντας ως πηγές πληροφόρησης τις μελέτες των κοινωνιολόγων και των γεωγράφων.

Μερικοί πρωτοπόροι ερευνητές του τουρισμού, όπως οι R. Baretje, K. Krapf, C. Kaspar, W. Hunziker, P. Defert, επιχείρησαν, τη δεκαετία του 1960-70, να ερμηνεύσουν την οικονομική διάσταση του τουρισμού, χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα στατιστικά εργαλεία και τους υπάρχοντες οικονομικούς δείκτες.

Τη δεκαετία του 1980, οι οικονομολόγοι, στην προσπάθειά τους να διαμορφώσουν τον πρώτο «*Δορυφόρο Λογαριασμό Τουρισμού*», έθεταν ερωτήματα του τύπου «Πού αρχίζει και πού τελειώνει ο τουρισμός;» ή κατέληγαν σε διαπιστώσεις με το ακόλουθο περιεχόμενο: «*Όσον αφορά στην οικονομική ερμηνεία της έννοιας "τουρισμός", δεν υφίσταται ένας τουριστικός κλάδος και ακόμα περισσότερο ένα τουριστικό προϊόν*».

Ως εκ τούτου, το οικονομικό πεδίο του τουρισμού, βασιζόμενο στην εννοιολογική

προσέγγιση του τουρίστα, αντιστοιχεί «στο σύνολο των οικονομικών λειτουργιών που ενεργοποιούνται ώστε να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του τουρίστα».

Επομένως, φαίνεται αρκετά δύσκολο να προσδιοριστεί το ερευνητικό πεδίο της τουριστικής δραστηριότητας, όπως επίσης κρίνεται εσφαλμένη η επικράτηση μιας περιοριστικής αντίληψης, η οποία οριοθετεί το συγκεκριμένο πεδίο μόνο στη μελέτη του ξενοδοχειακού κλάδου και των υπηρεσιών εστίασης.

Ο τουρισμός επηρεάζει το σύνολο σχεδόν των παραγωγικών κλάδων μιας εθνικής οικονομίας, εφόσον ένας μεγάλος αριθμός προϊόντων αποβλέπει στην ικανοποίηση της τουριστικής κατανάλωσης.

Στα τέλη του 20ού αιώνα, πολλοί ερευνητές των οικονομικών επιστημών άρχισαν να ενδιαφέρονται με ορθολογικότερο και ουσιαστικότερο τρόπο για την οικονομική ανάλυση του τουρισμού, απ' ό,τι οι προγενέστεροί τους. Οι μελέτες τους συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στην ερμηνεία των παραγόντων που προσδιορίζουν την τουριστική ζήτηση και την τουριστική προσφορά, καθώς και το μέγεθος των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού στο πλαίσιο μιας εθνικής οικονομίας. Κύρια επιδίωξη αποτέλεσε η συνολική οικονομική προσέγγιση και οριοθέτηση του τουριστικού φαινομένου, καθώς και η ακριβής εκτίμηση/μέτρησή του.

Η επεξεργασία των εθνικών λογαριασμών τουρισμού, σ' ένα πρώτο στάδιο, που προσδιορίζεται χρονικά στο τελευταίο τέταρτο του 20ού αιώνα, ακολουθείται από ένα δεύτερο στάδιο διεθνούς εναρμονισμού και ομογενοποίησης των παραπάνω, το οποίο ορίζεται στον 21ο αιώνα.

Σύμφωνα με τον G. Cazes (1995), θεωρείται πιο ενδιαφέρουσα η αναζήτηση και η απάλειψη των κενών που παρουσιάζει μια σφαιρική ανάλυση του τουριστικού φαινομένου, ενώ σύμφωνα με τον B. Archer (1989) η ερμηνεία του απαιτεί ένα συστημικό πλαίσιο ανάλυσης, το οποίο προϋποθέτει μια πολύ επιστημονική προσέγγιση.

Στις αρχές του 21ου αιώνα, ο τουρισμός εξελίχθηκε σ' ένα οικονομικό φαινόμενο, το οποίο διαθέτει τα δικά του χαρακτηριστικά και κατέχει μια σημαντική θέση στους κόλπους της παγκόσμιας οικονομίας, καθώς και των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών οικονομιών (WTO, WTTC).

Ως οικονομική δραστηριότητα, ακολουθεί τις εξελίξεις (κατανάλωση), μεταβάλλεται (παραγωγή), συμμετέχει στον διεθνή ανταγωνισμό και δημιουργεί πολυεπίπεδες εξαρτήσεις (Ascher 1984), με συνέπεια να επιβάλλεται ο έλεγχος της ανάπτυξης του τουρισμού (μονοκαλλιέργεια), ώστε να αποφευχθεί ένας πρόσθετος αριθμός εξαρτήσεων.

Η τουριστική δραστηριότητα συμβάλλει στη διαφοροποίηση της παραγωγικής δομής μιας χώρας, εξαιτίας της άμεσης σχέσης της με το σύνολο της οικονομίας. Ωστόσο, από καθαρά οικονομική άποψη, είναι χρήσιμο να ληφθεί υπόψη το άριστο μέγεθος αυτής της δραστηριότητας για κάθε χώρα. Επομένως, για κάθε τύπο χώρας (οικονομικά αναπτυγμένες, αναπτυσσόμενες, υποανάπτυκτες), αντιστοιχεί μία συγκεκριμένη μορφή τουριστικής ανάπτυξης, στενά συνυφασμένης με την παραγωγική της δομή και τις διακρίσεις της τουριστικής κατανάλωσης.

Η τουριστική δραστηριότητα οφείλει να ενσωματωθεί στο εθνικό ή περιφερειακό παραγωγικό σύστημα, ώστε να μεγιστοποιηθούν οι θετικές οικονομικές επιδράσεις.

Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και των σύγχρονων εξελίξεων που επηρεάζουν το

ρόλο του κράτους, καθώς και το οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον, η μεγιστοποίηση των οικονομικών αποτελεσμάτων του τουρισμού λαμβάνει ακόμα μεγαλύτερες διαστάσεις.

Σε γενικές γραμμές, η οικονομική ανάλυση του τουρισμού θα πρέπει να λάβει υπόψη της το σύνολο των εμπλεκόμενων παραμέτρων/μεταβλητών.

Μια συνδυαστική προσέγγιση, η οποία εξετάζει τη μακροοικονομική (π.χ. μέθοδοι εκτίμησης/μέτρησης των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο) και τη μικροοικονομική (π.χ. ανάλυση καταναλωτικών συμπεριφορών) διάσταση του τουρισμού, συμβάλλει στη σφαιρικότερη κατανόηση και ερμηνεία του τουριστικού φαινομένου.

Κύρια επιδίωξη του παρόντος συγγράμματος είναι η οικονομική ανάλυση του τουριστικού φαινομένου, λαμβάνοντας υπόψη την πολυπλοκότητά του, την πολυεπιστημονική θεώρησή του και τον μικρό σχετικά βαθμό επιστημονικής προσέγγισής του σε σχέση με τα άλλα πεδία έρευνας των οικονομικών επιστημών.

Φυσικά αυτό διενεργήθηκε με τη βοήθεια της ανάλυσης της τουριστικής ζήτησης και της τουριστικής προσφοράς, καθώς και των εννοιολογικών, θεωρητικών και μεθοδολογικών προσεγγίσεων του τουριστικού φαινομένου από την εμφάνιση των λέξεων «tourist» και «tourism» (1800, 1811), στις αρχές του 19ου αιώνα, έως την εποχή του «e-tourism», και του προτεινόμενου μεθοδολογικού πλαισίου των «Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού» (WTO) στις αρχές του 21ου αιώνα.

Το παρόν σύγγραμμα αποτελείται από **τέσσερα μέρη**, τα οποία συνθέτουν **οκτώ διακριτά μεταξύ τους κεφάλαια**.

Η διάταξη και η ακολουθία των κεφαλαίων έχει γίνει βάσει μίας χρηστικής δόμησης, όπου το ειδικό διαδέχεται και αποτελεί συνέχεια του γενικού. Κύρια επιδίωξη τόσο της δόμησης και της ακολουθίας των κεφαλαίων, όσο και των επιμέρους προσεγγίσεων αυτού του συγγράμματος, είναι η ανάλυση και η ερμηνεία όρων, εννοιών, μεθόδων, μοντέλων κ.λπ., να επιτρέψει στον αναγνώστη (φοιτητή, ερευνητή, επαγγελματία του τουρισμού) να κατανοήσει, αφενός μεν την πολυσυνθετότητα που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη Οικονομική του Τουρισμού, αφετέρου δε τον ρόλο που διαδραματίζει σε μια εθνική ή περιφερειακή οικονομία.

Προς τούτο έχει χρησιμοποιηθεί η ακολουθία «Τουριστικό Φαινόμενο-Τουριστική Ζήτηση-Τουριστική Προσφορά», η ανάλυση και η ανάπτυξη της οποίας οδηγεί συστηματικά και μεθοδικά στο τελευταίο μέρος, που επικεντρώνεται στη μελέτη των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού και στα εργαλεία/μεθόδους εκτίμησης και μέτρησής του.

Το **πρώτο κεφάλαιο** του συγγράμματος αναφέρεται στη διαχρονική επισκόπηση των εξελικτικών φάσεων του τουριστικού φαινομένου. Η ιστορική αναδρομή του τουριστικού φαινομένου, από την αρχαιότητα έως σήμερα, αποδεικνύει ότι ο τουρισμός υπήρξε μία μορφή κατανάλωσης του ελεύθερου χρόνου προσδιοριζόμενη από την μετακίνηση, το κίνητρο, το χρόνο και το χώρο.

Το **δεύτερο κεφάλαιο** επικεντρώνεται στις εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουριστικού φαινομένου. Οι επίπονες και μακροχρόνιες προσπάθειες επιστημονικής οριοθέτησης του τουριστικού φαινομένου, οι εννοιολογικές προσεγγίσεις του υποκειμένου «τουρίστα», η στατιστική ανάλυση και η ομοιογένεια των στατιστικών στοιχείων, οι απόπειρες θεώρησης του τουρισμού ως «διακριτής επιστήμης» και «βιομηχανίας», κα-

θώς και η μελέτη του σύγχρονου τουρίστα-καταναλωτή, έχουν ως κύρια επιδίωξη να ερμηνεύσουν και να αναλύσουν τον μαζικό τουρισμό, απόρροια του εκδημοκρατισμού και των τεχνικό-βιομηχανικών δομών των οικονομικά αναπτυγμένων χωρών.

Το **τρίτο κεφάλαιο** αφορά στη μελέτη των ιδιομορφιών, των χαρακτηριστικών και των προσδιοριστικών παραγόντων της τουριστικής ζήτησης. Η οικονομική ερμηνεία της τουριστικής ζήτησης αποδεικνύεται αρκετά σύνθετη και η κατανόσή της προϋποθέτει, εκτός από τη μέτρηση της τουριστικής κατανάλωσης, τη χωρική (ποσοτική) ανάλυση των τουριστικών ροών. Αυτό επιχειρείται με τη μελέτη των χωρών προέλευσης και υποδοχής των τουριστών και των σχέσεων κέντρου-περιφέρειας, οι οποίες ερμηνεύονται με τη βοήθεια των οικονομικών θεωριών της ζήτησης και της διεθνούς εξειδίκευσης.

Οι μέθοδοι εκτίμησης της τουριστικής ζήτησης, η ετερογένεια, η εποχικότητα και οι καθοριστικοί παράγοντες που την επηρεάζουν, επιχειρούν να αναλύσουν τον πολυδιάστατο και πολυσύνθετο χαρακτήρα της, εφόσον η τουριστική ζήτηση αποτελεί απόρροια των υπαρχουσών κοινωνικών δομών και του ισχύοντος πολιτικο-οικονομικού και ιδεολογικού πλαισίου.

Το **τέταρτο κεφάλαιο** εξετάζει τις τυπολογίες του τουρίστα και του τουρισμού, τις μεθόδους πρόβλεψης και τις νέες τάσεις της τουριστικής ζήτησης, εφόσον γίνεται όλο και πιο ορατό μέσα από την εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, ότι η μετάβασή του από την οικονομία της παραγωγής στην οικονομία της κατανάλωσης επιβάλλει και παράλληλα απαιτεί τον ακριβή προσδιορισμό (ποσοτικά και ποιοτικά) της ζήτησης, με τη βοήθεια σύγχρονων επιστημονικών ερευνητικών εργαλείων.

Το **πέμπτο κεφάλαιο** επιχειρεί να διερευνήσει τα χαρακτηριστικά, τις τυπολογίες και τη διάρθρωση των δομών της υποδοχής. Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει την τουριστική παραγωγή και ενσωματώνει το σύνολο των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες-καταναλωτές.

Η μελέτη των χαρακτηριστικών της τουριστικής προσφοράς, των τύπων των τουριστικών προϊόντων, της χωρικής διάρθρωσης και των στοιχείων της προσφοράς που εκλαμβάνονται ως παράγοντες της τουριστικής εξειδίκευσης, αποσκοπεί να καταστήσει κατανοητή τη συνθετότητα και τη σπουδαιότητα της συνολικής τουριστικής παραγωγής στη διαμόρφωση των οικονομικών επιδράσεων.

Το **έκτο κεφάλαιο**, ως συνέχεια του προηγούμενου, περνά από τη γενική προσέγγιση στην ειδική, επικεντρώνεται στην οικονομική οργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων και των ενδιάμεσων του τουριστικού κυκλώματος και πιο συγκεκριμένα μελετά τις οικονομικές συγκεντρώσεις των Tour-Operators, τον «e-tourism» και τα νέα τουριστικά προϊόντα.

Το **έβδομο κεφάλαιο** παρουσιάζει την ανάλυση των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού σε μία εθνική οικονομία. Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει μία οικονομική δραστηριότητα, δηλαδή ένα σύνολο συντονισμένων έργων και ενεργειών που αποσκοπεί στην ικανοποίηση ενός αριθμού ανθρώπινων αναγκών, οι οποίες σχετίζονται με τις μετακινήσεις και τον ελεύθερο χρόνο. Η μελέτη των δυσκολιών οικονομικής προσέγγισης της τουριστικής δραστηριότητας, οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις, οι τουριστικές δαπάνες και το ισοζύγιο πληρωμών, η τουριστική κατανάλωση, η τουριστική παραγωγή, η προστιθέμενη αξία, οι τουριστικές επενδύσεις, η τουριστική απασχόληση, οι τιμές, ο

ρόλος του κράτους, έχουν ως βασική επιδίωξη να οριοθετήσουν, αλλά και να προσδιορίσουν επακριβώς τη δυναμική του τουρισμού στο πλαίσιο μίας εθνικής οικονομίας.

Στο τελευταίο, το **όγδοο κεφάλαιο**, αναλύονται οι μέθοδοι εκτίμησης/μέτρησης (Οικονομικοί Λογαριασμοί του Τουρισμού, Λογαριασμός Εξωτερικών Σχέσεων, Πίνακες Εισροών-Εκροών, οικονομετρικά μοντέλα, τουριστικοί πολλαπλασιαστές, Δορυφόροι Λογαριασμοί Τουρισμού) που αποτελούν και τα μεθοδολογικά εργαλεία εκτίμησης/μέτρησης των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού σε μία εθνική οικονομία.

Η μελέτη της οικονομικής του τουρισμού (εθνικό, περιφερειακό παραγωγικό σύστημα) προϋποθέτει πλέον ότι ο τουρισμός θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως μία σύνθετη πολυκλαδική οικονομική δραστηριότητα, κατεξοχήν εξαγωγική, και ως τέτοια θα πρέπει να αποσκοπεί στη μεγιστοποίηση των θετικών οικονομικών επιδράσεων. Ο απλοϊκός εμπειρισμός, που διακρίνει ακόμα και στις μέρες μας την προσέγγιση του τουρισμού και των οικονομικών του επιδράσεων, εκ μέρους των κρατικών και των συλλογικών φορέων τουρισμού, οδηγεί όχι μόνο σε ελαχιστοποίηση των οικονομικών του αποτελεσμάτων, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, αλλά επίσης σε στρεβλώσεις και δύσβατα μονοπάτια, σ' ένα ταχύτατα μεταβαλλόμενο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον.

ΜΕΡΟΣ Α΄

Το τουριστικό φαινόμενο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Διαχρονική επισκόπηση των εξελικτικών φάσεων

Η λέξη «τουρισμός» πρωτοεμφανίζεται στις αρχές του 19ου αιώνα (Lanquar 1981: 4-6), αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει δεν είναι τόσο πρόσφατη. Αυτή εξελίχθηκε παράλληλα με τα στάδια που διαμόρφωσαν την ανθρωπότητα κατά τη διάρκεια των τελευταίων χιλιετηρίδων.

Σήμερα, ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου (Krapf 1964: 30-35). Παρουσίασε μια ταχύτατη ανάπτυξη, μια χωρική εξάπλωση και μια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, ώστε τείνει να θεωρείται ως ένα κοινότοπο (banal) και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας.

Η εποχή του τουρισμού της μάζας διαδέχτηκε την εποχή των τουριστών εξερευνητών, των αριστοκρατών και των «rentiers» (εισοδηματιών) (Boyer 1982: 133-148).

Η εξάπλωση της τουριστικής πρακτικής υπήρξε απόρροια των συσχετισμών μιας δέσμης μεταβλητών όπως η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η βελτίωση των μεταφορικών μέσων, η βιομηχανοποίηση της τουριστικής παραγωγής κ.λπ. Ταυτόχρονα δημιούργησε σημαντικότητες και πολυεπίπεδες επιδράσεις στην οικονομία, την κοινωνία και το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον των χωρών υποδοχής.

Κατ' αυτό τον τρόπο ένας συνεχώς αυξανόμενος αριθμός χωρών αντιμετωπίζει πλέον, στο πλαίσιο επιστημονικών προσεγγίσεων, τις δυνατότητες και τις προοπτικές που εμπεριέχει μια δυναμική ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας (Τσάρτας 1996: 51-78).

Η ενσωμάτωση, όμως, του τουρισμού στο κοινωνικο-οικονομικό σύστημα, μέσα από τη διεθνοποίηση και τη μαζικοποίησή του, υπήρξε απόρροια της εξελικτικής του πορείας.

Η διεθνοποίηση του τουρισμού, όπως και η δομή και η σύνθεση της οργάνωσης των ταξιδιών, οφείλουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους στον ευρωπαϊκό πολιτισμό. Αυτός ουσιαστικά διεύρυνε και πολλαπλασίασε τους ήδη υπάρχοντες από την αρχαιότητα κύριους άξονες μεταφοράς και επικοινωνίας, ωθούμενος από μια φιλοσοφία πολιτιστικού, θρησκευτικού, οικονομικού και πολιτικού επεκτατισμού.

Θα ήταν επομένως παράδοξο η τουριστική πρακτική να κινηθεί εκτός του προαναφερθέντος πεδίου. Πολιτισμός, πολιτική και οικονομία δημιουργούν από κοινού με τον διεθνή τουρισμό ένα ιδιαίτερο πεδίο, το οποίο απεικονίζεται σήμερα στη φύση και στις δομές των τουριστικών ροών.

Η παράθεση και η σύντομη ανάλυση των φάσεων και των σταδίων που διένυσε ο του-

ρισμός από την αρχαιότητα ως σήμερα αφενός μεν απεικονίζει την εξελικτική του πορεία και την πολυσύνθετη φύση του, αφετέρου δε τείνει να ερμηνεύσει τη φιλοσοφία της τουριστικής ανάπτυξης μέσα από τις παρατηρούμενες μεγεθύνσεις του τουριστικού φαινομένου.

Γιατί, έστω και αν θεωρείται ότι το τουριστικό φαινόμενο συχνά προκαλεί «σοκ» στις κοινωνίες και στις οικονομίες των χωρών υποδοχής, ουσιαστικά οφείλει τη μεγέθυνσή του καθώς και τη σημερινή του μορφή στις αστικο-βιομηχανικές δομές που αναπτύχθηκαν στη Δυτική Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική τον 19ο αιώνα (Sue 1980: 3-27).

1.1 Η αρχαιότητα

Η λέξη «τουρισμός» (προερχόμενη από το αγγλικό «tour» και το γαλλικό «tour») κάνει την εμφάνισή της τον 19ο αιώνα, ενώ η δραστηριότητα που υποδηλώνει έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα.

Το τουριστικό φαινόμενο ήταν συνδεδεμένο με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες που μπορούσαν να πραγματοποιηθούν εντός αυτού. Οι πραγματοποιούμενες μετακινήσεις χαρακτηρίζονταν από ένα πνεύμα σύνθετο και από μια εντατικότητα χωρικά και χρονικά προσδιορισμένη.

Οι διάφορες μορφές τουρισμού, η ανάπτυξη των οποίων επιδιώκεται σήμερα σε πολλές περιοχές, στο πλαίσιο των εναλλακτικών λύσεων, προκειμένου να εμπλουτίσουν ένα μονοδιάστατο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, αποτελούσαν ήδη πρακτικές των αρχαίων κοινωνιών.

Τα θρησκευτικά προσκυνήματα συνδύαζαν την περιπέτεια με τη γιορτή, την ευχαρίστηση, την αναψυχή, τη συναναστροφή κ.λπ. Στους Δελφούς ή στην Ελευσίνα, οι «προσκυντές», πέρα από την ικανοποίηση του βασικού κινήτρου της μετακίνησης, επιδίωκαν την ανακάλυψη της διαδρομής, του τοπίου, των υπαρχόντων οικισμών, των πληθυσμών υποδοχής, της περιπέτειας και των εκπλήξεων του ταξιδιού.

Την έννοια της χωροχρονικής διάστασης του ταξιδιού και της μετακίνησης εμπεριέχουν ήδη εκείνη την περίοδο οι αναφορές του Σωκράτη στον *Φαίδωνα* του Πλάτωνα: «*Η γη περιλαμβάνει έναν μεγάλο αριθμό περιοχών ... και δεν είναι ούτε η σύστασή της ούτε το μέγεθός της που προκαλεί ερωτήματα στους ανθρώπους όταν αναφέρονται σ' αυτήν ... Πρόκειται για κάτι το τεράστιο ... και εμείς που κατοικούμε από τη Φώκαια μέχρι τις Ηράκλειες Στήλες καταλαμβάνουμε μόνο ένα μικρό τμήμα ... υπάρχουν επιπλέον άλλοι τόποι και μεγάλος αριθμός ατόμων που κατοικούν σε αντίστοιχες περιοχές*» (Sigaux 1965: 9).

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος δήλωνε την προέλευση και την τάξη των πολιτών, οι οποίοι, απαλλαγμένοι από την καταναγκαστική εργασία, ένιωθαν την υποχρέωση να ασχοληθούν με το κοινωνικό, ηθικό και πολιτικό γίγνεσθαι της πολιτείας.

Η εργασία αποτελεί κύριο μέλημα και ενασχόληση των πληβείων, συναφή με τον απολιτικό χαρακτήρα της υπόστασής τους. Ο ελεύθερος χρόνος ήταν συνώνυμο των ευγενών ενασχολήσεων, απόρροια της πολιτικής σκέψης, που όχι μόνο επεξηγούσε, αλλά και οριοθετούσε τι είναι ελευθερία. Κατ' αυτό τον τρόπο, η διαμορφούμενη κοινωνική διαστρωμάτωση και η έννοια του ελεύθερου χρόνου καθορίζουν στη συνέχεια την τουριστική πρακτική, τη χωρική διάσταση της οποίας υπογραμμίζουν οι αναφορές του Σωκράτη.

Αυτούς τους τόπους αναφοράς και τους κατοίκους τους, πρώτοι οι αρχαίοι Έλληνες επιδίωξαν να τους γνωρίσουν.

Ο Ηρόδοτος, γεωγράφος και ιστορικός (480-421 π.Χ.), υπήρξε ένας από τους πρώτους «ταξιδιώτες-τουρίστες», ο οποίος κατά τη διάρκεια των μετακινήσεών του δεν σταμάτησε να ενδιαφέρεται για τα ήθη, τα έθιμα, τη θρησκεία και τις τέχνες των τόπων που επισκεπτόταν. Οι περιηγήσεις του Ηροδότου φτάνουν μέχρι τη Σικελία, την Αίγυπτο και την Περσία και εξιστορούνται στις *Ιστορίες* του. Σήμερα ο Ηρόδοτος μπορεί να χαρακτηριστεί, σύμφωνα με τις σύγχρονες αναζητήσεις στις τυπολογίες του τουρίστα, ως «μοντέλο» τουρίστα και να ενταχθεί στην κατηγορία του «ευφυούς τουρίστα» (touriste intelligent).

Στην ίδια κατηγορία μπορούμε να κατατάξουμε και τον Πausανία, γεωγράφο-ιστορικό, ο οποίος μέσα από την περιγραφή της Ελλάδας ή τις *Ελληνικές Αποδημίες* (150 π.Χ.) διαθέτει προς χρήση των ταξιδιωτών έναν από τους πρώτους τουριστικούς οδηγούς. Η Pax Romana παρείχε επίσης μια λεπτομερή περιγραφή των τόπων που έρχονταν επίσκεψης, από τους Δελφούς έως την Ολυμπία, διασχίζοντας την Αθήνα.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες (776 π.Χ.), οι οποίοι πραγματοποιούνταν κάθε τέσσερα χρόνια στην Ολυμπία, αποτελούσαν μια αθλητικο-θρησκευτική εκδήλωση στο πλαίσιο μιας χωροχρονικά οριοθετημένης μετακίνησης. Η αναψυχή και οι πολιτιστικές δραστηριότητες (θεατρικές παραστάσεις, μουσικές εκδηλώσεις) συμπλήρωναν τον κύριο κορμό των δραστηριοτήτων.

Ο αθλητικο-θρησκευτικός ολυμπιακός τουρισμός εμφανίζεται στενά προσκείμενος στη φιλοσοφία και στις αξίες που χαρακτήριζαν τον ελληνικό τουρισμό. Αυτή η μορφή τουρισμού δεν συνδύαζε τη μετακίνηση με την ανακάλυψη ή την περιπέτεια, αλλά με την προσήλωση των μετακινουμένων στις τοπικές παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Ως εκ τούτου, ο ολυμπιακός τουρισμός δύναται να χαρακτηριστεί ως κατεξοχήν «πολιτιστικός-ανθρωποκεντρικός», βασική επιδίωξη του οποίου ήταν η σύσφιξη των δεσμών μεταξύ των ατόμων, έχοντας ως σημείο αναφοράς την ίδια χωρική μεταβλητή, δηλαδή τον ίδιο τόπο.

Τα Πύθια στους Δελφούς, που περιλάμβαναν αγώνες αρμάτων, διαγωνισμούς τραγουδιού και θεατρικές παραστάσεις, εμπεριέχουν επίσης αφενός μεν τη χωρική οριοθέτηση, αφετέρου δε την τουριστική σκοπιμότητα.

Η πρακτική της λουτροθεραπείας, αρκετά διαδεδομένη κατά την αρχαιότητα, συνδύαζε τις υποχρεωτικές και ωφέλιμες μετακινήσεις μ' εκείνες της αναψυχής και της κοσμικότητας. Ο ιαματικός-θεραπευτικός τουρισμός αποτέλεσε εξ αρχής εκείνη τη μορφή τουρισμού που περιλάμβανε στο κίνητρο της μετακίνησης το ωφέλιμο και το αναγκαίο σε συνδυασμό με τις τάσεις της φυγής και της απόδρασης. Στην Ιταλία αφθονούν οι ιαματικές πηγές, ενώ πλησίον της Ρώμης, οι ιαματικές πηγές της Albula μονοπωλούν τις βασιλικές προτιμήσεις. Η λουτροθεραπεία έχει τέτοια σπουδαιότητα, που αναφέρεται χαρακτηριστικά: «*Στη Ρώμη, οι επισκέπτες στα κέντρα λουτροθεραπείας λούονται κατά τη διάρκεια όλων των ωρών της ημέρας και της νύχτας. Παραμένουν στις λουτροπόλεις ημέρες ολόκληρες και αφιερώνουν στη λουτροθεραπεία ένα σημαντικό μέρος του ελεύθερου χρόνου τους*» (Sığaux 1965: 14). Τα κέντρα λουτροθεραπείας εκείνης της περιόδου αποτελούν ολόκληρα οικιστικά συγκροτήματα, όπου αναπτύσσεται παράλληλα μια πληθώρα δραστηριοτήτων αναψυχής, ενώ συχνά περιλαμβάνουν αίθουσες βιβλιοθηκών και μουσείων (Jerome Corcorino).

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να υπογραμμιστεί η «εσωστρέφεια» που χαρακτηρίζει

τις ρωμαϊκές οικιστικές συγκεντρώσεις, σε αντίθεση με τις ελληνικές, που παρουσιάζονται περισσότερο «εξωστρεφείς».

Ο Καίσαρας Αύγουστος συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη του κέντρου λουτροθεραπείας της Baies, το οποίο δέχεται και χειμερινή πελατεία. Κατ' αυτό τον τρόπο, η φιλοσοφία οργάνωσης και λειτουργίας του συγκεκριμένου κέντρου μειώνει στο ελάχιστο την εποχικότητα που χαρακτηρίζει άλλα κέντρα λουτροθεραπείας. Παράλληλα, κατασκευάζονται δημόσια οικοδομήματα, βίλες αναψυχής και ξενοδοχειακά καταλύματα που ωθούν στη μεγέθυνση της λουτρόπολης και στην ένωσή της με τη Νάπολη. Η εξέλιξη της Baies σε διεθνές ιαματικό-θεραπευτικό κέντρο, το οποίο συνδύαζε τη θεραπεία με την αναψυχή, προσέλκυσε στη συνέχεια και ξένη πελατεία, όπως Αιγυπτίους και Φοίνικες, με όλες τις συνέπειες, θετικές και αρνητικές, που είναι σε θέση να επιφέρουν οι μεγεθύνσεις αυτού του είδους. Ο Σενέκας, τακτικός επισκέπτης της λουτρόπολης, τη χαρακτηρίζει πλέον ως μια πόλη χωρίς κανόνες. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρει: «*Την εγκατέλειψα μια ημέρα μετά την άφιξή μου. Πρόκειται για ένα μέρος που ο συνωστισμός το κάνει επικίνδυνο. Ο συνετός θα πρέπει να αποφύγει συναντήσεις που αντιτίθενται στα χρηστά ήθη*» (Sigaux 1965: 14).

Οι αρχαίοι Έλληνες επισκέπτονταν συχνά τις ιαματικές πηγές και υποβάλλονταν σε θεραπείες είκοσι μίας ημερών. Τα θεραπευτικά αποτελέσματα της κάθε πηγής αλλά και ο συρμός της εποχής, εφάμιλλος του σημερινού, συνέβαλαν ουσιαστικά στη διαφοροποίηση των προτιμήσεων. Οι ιαματικές πηγές της Χειμάρας προτιμούνταν από τον Πίνδαρο και της Κασταλίας από τον Ηρόδοτο, ενώ οι πηγές της Σκοτούσας (Θεσσαλία) και της Αιδηψού ήταν πασίγνωστες.

Στη φήμη του κέντρου λουτροθεραπείας, στο βαθμό επιλεξιμότητάς του από τους λουομένους και στο μέγεθος της διαφοροποίησής του έναντι των άλλων κέντρων, σημαντικό ρόλο διαδραμάτιζε η ύπαρξη μιας σειράς συγκριτικών πλεονεκτημάτων, όπως τα υπάρχοντα οικοδομήματα και η αρχιτεκτονική τους, το μέγεθος και η καλαισθησία των κήπων, καθώς και η συχνότητα με την οποία επισκέπτονταν τα κέντρα αυτά.

Τα εκπαιδευτικά ταξίδια μπορούν να συμπληρώσουν τις παραπάνω μορφές και να συνδυαστούν με κίνητρα κλιματολογικά, θρησκευτικά, αναψυχής κ.λπ., αιτιολογώντας κατ' αυτό τον τρόπο σημαντικές μετακινήσεις των Ρωμαίων στην αρχαία Ελλάδα, καθώς και των Ελλήνων και των Ρωμαίων στην Αίγυπτο.

Αυτές οι μορφές τουρισμού συνέβαλαν ουσιαστικά στην αύξηση της κινητικότητας των ατόμων, καθώς και στη μεγέθυνση της ροπής τους για την αναζήτηση της «αλλαγής», μέσα από την εναλλαγή των χρονικών περιόδων της Ιστορίας (CCE 1993: 26-30).

Η ανθρωπότητα, πριν από το χαρακτηρισμό της ως «στατικής», διακρινόταν για τον νομαδικό της χαρακτήρα. Η φυσική απόδραση, δηλαδή το ταξίδι, πριν απ' όλα είχε κοινωνικό προσανατολισμό. Γι' αυτό υπήρξε αντικείμενο προσεκτικής παρατήρησης ως προς τη λειτουργία του φυσικού πλαισίου διεξαγωγής του, των τεχνικών αναγκών της κοινωνίας και των προβολών του ίδιου του ατόμου στο σύνθητες περιβάλλον του. Το άτομο, συνήθως μοναδικός αποδέκτης των υπαρξιακών του αναγκών, αναζητά την αποδοχή του μέσα από την ικανοποίηση των τελευταίων.

Το ταξίδι, με τη βοήθεια του στοιχείου της αναψυχής, πέτυχε να συνδέσει κατά τρόπο συστηματικό το «εξαιρετικό» με το «καθημερινό», επιτυγχάνοντας το συγκεκριμένο της χωρικής ανακάλυψης με μια «μυθική πραγματικότητα» (Tocquer, Zins 1989: 152-170).

1.1.1 Τα ξενοδοχειακά καταλύματα

Στην αρχαία Ελλάδα, η έννοια της φιλοξενίας υπήρξε αναπόσπαστο τμήμα της τουριστικής μετακίνησης και ο Ξένιος Ζεός αντιπροσώπευε τον προστάτη οικοδεσποτών και φιλοξενουμένων. Η φιλοξενία είχε ισχύ νόμου και οι κάτοικοι των πόλεων όπου διεξάγονταν μεγάλα θρησκευτικά ή αθλητικά γεγονότα, δέχονταν φιλοκερδώς τους επισκέπτες στα σπίτια τους.

Οι πρακτικές της υποδοχής και της φιλοξενίας, επιβαλλόμενες κατά κάποιον τρόπο στο πλαίσιο της διεξαγωγής των προαναφερθεισών εκδηλώσεων, συνέβαλαν στην εμφάνιση των πρώτων πανδοχείων κατά μήκος των οδικών αρτηριών. Η ηθική τάξη, από την άλλη, απαιτούσε τη δωρεάν παραμονή για τις ασθενέστερες οικονομικά τάξεις των ταξιδιωτών. Τα πρώτα ίχνη πανδοχείου αυτού του τύπου στην ανατολική Μεσόγειο ανακαλύπτονται στην Κρήτη και η λειτουργία του χρονολογείται το 1500 π.Χ.

Η αύξηση των τουριστικών μετακινήσεων στην αρχαία Ελλάδα συνδέεται στενά με τον πολλαπλασιασμό μιας σειράς αθλητικών, θρησκευτικών και πολιτιστικών γεγονότων (Ολυμπιακοί Αγώνες, Πύθια, Ίσθμια, Νέμεα, θεατρικές παραστάσεις, μουσικές εκδηλώσεις, επισκέψεις στον Παρθενώνα κ.λπ.), τα οποία με τη σειρά τους συμβάλλουν στην πύκνωση και στη βελτίωση του υπάρχοντος οδικού δικτύου, το οποίο συμπληρώνεται με πρόσθετες υπηρεσίες, όπως εκείνες των πανδοχείων, των σταθμών ανάπαυλας, της οδικής ασφάλειας, των εμπορικών καταστημάτων κ.λπ. Στον ιερό λόφο της Ακρόπολης δημιουργούνται:

- δημόσιοι κοιτώνες με κύριο σκοπό την ανάπαυση των επισκεπτών
- ξενώνες
- πανδοχείο προορισμένο να υποδέχεται δωρεάν τους προσκυνητές.

Τον 5ο αιώνα π.Χ. χρονολογείται το πρώτο ελληνικό πανδοχείο, που ανακαλύφθηκε από τους αρχαιολόγους στις Πλαταιές της Βοιωτίας, πλησίον του ναού της Ήρας. Η χωροθέτησή του καθώς και η δυναμικότητά του, η οποία ανερχόταν σε εκατόν πενήντα δωμάτια, καταμεμημένα σε δύο επίπεδα, φανερώνουν σημαντικές μετακινήσεις ατόμων.

Όμως, και στην αρχαία Ρώμη η φιλοξενία θεωρούνταν αναφαίρετο δικαίωμα των ταξιδιωτών. Το κράτος, «όντας κοινωνικό», προκειμένου να εξασφαλίσει τη «στεγασμένη διανυκτέρευση», κατασκεύασε κατά μήκος των πλέον πολυσύχναστων οδικών αρτηριών ένα είδος πανδοχείου όπου οι ταξιδιώτες μπορούσαν να γευματίσουν και να διανυκτερεύσουν δωρεάν.

Παράλληλα, όμως, με τα «κοινωνικής φύσεως πανδοχεία», έκαναν την εμφάνισή τους και τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Η κοινωνική υπόσταση της τουριστικής μετακίνησης παραχωρεί τη θέση της στην «εμπορευματοποίηση». Φαινόμενα όπως οι κλοπές εμπορευμάτων, οι ληστείες πελατών και η πορνεία θα καταστήσουν αυτού του είδους τα πανδοχεία κακόφημα, σε τέτοιο βαθμό που για πρώτη φορά το κράτος θα λειτουργήσει «παρεμβατικά», επιβάλλοντας κανόνες ελέγχου της λειτουργίας τους. Η κοινωνική πολιτική του ρωμαϊκού κράτους δεν περιορίζεται μόνο στη δημιουργία ξενοδοχειακών καταλυμάτων, αλλά ταυτόχρονα αποδεικνύεται πρωτοποριακή, προβαίνοντας σε δωρεάν διανομή τροφής και οίνου στις μάζες των φτωχών ταξιδιωτών που συχνάζαν στα κρατικά πανδοχεία.

Ενδείξεις μαζικών παραθεριστικών μετακινήσεων εμφανίζονται επίσης και στην αρ-

χαιότητα. Μετά την ίδρυση των μεγάλων αστικών κέντρων, όπως η Αλεξάνδρεια και η Αντιόχεια, από τον Μέγα Αλέξανδρο, δημιουργείται η ανάγκη παραθεριστικών κατοικιών κοντά στις πόλεις από τις υψηλές εισοδηματικές κατηγορίες των πολιτών. Ο Καίσαρας Αύγουστος θέσπισε τις «καλοκαιρινές διακοπές», ως κατεξοχήν προνόμιο της ανώτερης κοινωνικής τάξης, οι οποίες πραγματοποιούνταν το μήνα Αύγουστο (Feriae Augusti).

Η τάξη των πατρικίων διέθετε ένα σημαντικό τμήμα του ελεύθερου χρόνου της σε τουριστικές μετακινήσεις, απόρροια των οποίων υπήρξε η δημιουργία πολυάριθμων και πολυσύχναστων παραθεριστικών κέντρων. Τέτοια κέντρα ήταν ο κόλπος της Νάπολης και το νησί του Κάπρι, καθώς και οι γύρω από τον Βεζούβιο περιοχές. Αρένες, ταβέρνες, αίθουσες τυχερών παιχνιδιών, δημόσια λουτρά, θέατρα κ.λπ. συνέθεταν την τουριστική προσφορά αυτών των σταθμών παραθερισμού.

Η ενσωμάτωση της αναψυχής στη ζωή των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων, παράλληλα με την ύπαρξη μιας σειράς γεγονότων χωρικά και χρονικά καθορισμένων, αύξησε τις τουριστικές μετακινήσεις, βελτίωσε και οργάνωσε τα μεταφορικά μέσα (Wacker-mann 1993: 279). Ουσιαστικά, ο βαθμός κινητικότητας των πρώτων αυτών τουριστών υπήρξε απόρροια της κοινωνικής τους τάξης.

Η αύξηση της κινητικότητας, σε συνδυασμό με τη χωρική διάρθρωση των ταξιδιών, απαιτούσε συγκεκριμένες προετοιμασίες για την πραγματοποίησή τους. Σημαντικό βοήθημα υπήρξε η δημιουργία επεξηγηματικών εγχειριδίων αναφορικά με τις μετακινήσεις και τους επισκεπτόμενους τόπους. Σε αυτό το πλαίσιο ο Πausanίας, ιστορικός και γεωγράφος, εκδίδει το 170 μ.Χ. τον οδηγό του με θέμα «Περιηγήσεις στην Ελλάδα». Ο Φίλων από το Βυζάντιο (3ος αιώνας π.Χ.) αναφέρει την ύπαρξη των επτά θαυμάτων του κόσμου, τα οποία πρότεινε ως την καλύτερη επιλογή σε κάθε «ποιοτικό ταξιδιώτη».

Πρόκειται για:

- τις πυραμίδες της Αιγύπτου
- τους κρεμαστούς κήπους της Σεμίραμις στη Βαβυλώνα
- το χρυσό άγαλμα του Ολυμπίου Διός που δημιούργησε ο Αθηναίος γλύπτης Φειδίας το 430 π.Χ.
- το ναό της Αρτέμιδος στην Έφεσο (6ος αιώνας π.Χ.)
- το Μαυσωλείο της Αλικαρνασσού (4ος αιώνας π.Χ.)
- τον Κολοσσό της Ρόδου
- το Φάρο της Αλεξάνδρειας.

Παράλληλα με τα τουριστικά καταλύματα και τους ταξιδιωτικούς οδηγούς, εμφανίζονται τη συγκεκριμένη περίοδο και οι πρόγονοι των σημερινών μουσείων. Η Βαβυλώνα εκθέτει τις «Συλλογές των Ιστορικών Ενθυμίων» από τον 6ο αιώνα π.Χ., ενώ οι Έλληνες παρουσιάζουν μια σειρά ιστορικών εκθεμάτων κοντά στις ιερές τοποθεσίες (Ολυμπία, Δελφοί κ.λπ.).

1.2 Ο Μεσαίωνας

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, εκτός των μετακινήσεων για θρησκευτικούς λόγους, διαδραματίζονται στην Ευρώπη μια σειρά από σημαντικά γεγονότα, τα οποία θα βοη-

θήσουν στην επαφή της με νέες ηπείρους. Η εισβολή των Αράβων και η επαφή με τον μουσουλμανικό πολιτισμό δημιουργούν σημαντικά πολιτιστικά κέντρα (Γρανάδα, Σεβίλλη, Κόρδοβα). Οι σταυροφορίες επίσης δημιουργούν στους κατοίκους της Δύσης ένα αίσθημα περιέργειας για τη Μέση Ανατολή.

Στην Ευρώπη, τη Μεσόγειο και τη Βαλτική, οι έμποροι αντιπροσωπεύουν μια κατηγορία τουριστών στους οποίους η επαγγελματική ιδιότητα συνυπάρχει με την πνευματική καλλιέργεια και τα πολιτιστικά τους ενδιαφέροντα. Ουσιαστικά, αυτή την περίοδο εγκαθιδρύεται ο αληθινός επαγγελματικός τουρισμός, αρκετά διαφορετικός από τον «ψευτοπολιτιστικό» τουρισμό, ο οποίος συμπληρώνει σήμερα τις επαγγελματικές μετακινήσεις σ' ένα ευρύτερο πλαίσιο αναψυχής και κατανάλωσης του ελεύθερου χρόνου. Ο Βενετός Μάρκο Πόλο (1254-1324) διηγείται στο βιβλίο του τις περιπλανήσεις που τον οδήγησαν στο «δρόμο του μεταξιού», μέσω της Μέσης Ανατολής, της Μαντζουρίας και της Κίνας, όπου παρέμεινε δεκαέξι χρόνια.

Ένα σημαντικό, όμως, τμήμα των τουριστικών μετακινήσεων κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα οφείλεται κατεξοχήν σε εορταστικές εκδηλώσεις και σε μεγάλα θρησκευτικά γεγονότα. Οι μετακινήσεις, ωστόσο, της πρώτης κατηγορίας χαρακτηρίζονται ως περιορισμένες, λόγω της δυσκολίας των επικοινωνιών και της σπανιότητας οργάνωσης σπουδαίων εορταστικών εκδηλώσεων. Οι μετακινήσεις για εκπαιδευτικούς λόγους παρουσιάζουν επίσης μεγάλη ανάπτυξη, κυρίως προς τα πανεπιστημιακά κέντρα του Παρισιού, του Μονπελιέ, της Οξφόρδης, του Κέμπριτζ κ.λπ.

Ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα εμφανίζεται ως «πολιτιστικό και θρησκευτικό συμβάν» (Dupront 1967: 97-121). Η Εκκλησία, υιοθετώντας τις επιταγές της αρχαίας παράδοσης «περί φιλοξενίας», επαναφέρει αυτόν το θεσμό, υπογραμμίζοντας ότι *«όλοι οι ταξιδιώτες πρέπει να τυγχάνουν φιλοξενίας συνοδευόμενης από όλη την απαιτούμενη ανθρωπιά»*.

Η Εκκλησία λαμβάνει επίσης πρωτοβουλίες για τη δημιουργία μικρών ορεινών καταλυμάτων στις πλέον απομονωμένες περιοχές. Τον 16ο αιώνα, στη Γερμανία επιβάλλεται πρόστιμο σ' εκείνους που αρνούνται να φιλοξενήσουν τους ταξιδιώτες στις κατοικίες τους. Η διάδοση αλκοολούχων ποτών και η ευρεία κατανάλωσή τους στα πανδοχεία προκάλεσε το μένος της Εκκλησίας, η οποία αποδοκίμασε τον τρόπο λειτουργίας τους. Απόρροια των παραπάνω υπήρξε η παρέμβαση του κράτους, το οποίο, επί της βασιλείας του Ερρίκου ΣΤ', περιορίζει τον αριθμό των πανδοχείων του Παρισιού από εξήντα σε τριάντα τέσσερα.

Προς τα τέλη του Μεσαίωνα διαμορφώνεται το «image» (εικόνα) μερικών χωρών στον τομέα της υποδοχής, το οποίο τις συνοδεύει και τις διαφοροποιεί έναντι πολλών άλλων μέχρι σήμερα (Perrin 1983: 6-7). Τα γερμανικά και τα ελβετικά ξενοδοχεία αποκτούν μεγάλη φήμη και προσελκύουν χιλιάδες ταξιδιώτες, λόγω της άνεσης και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η Γαλλία τον 16ο αιώνα θα βασίσει το «image» της και τη διαφοροποίησή της έναντι των προηγούμενων χωρών στη γαστρονομία. Η διαχρονική συνέχιση της παράδοσης και η διατήρηση του αρχικού «image», προσαρμοσμένου στις νέες συνθήκες της αγοράς, προσδίδει ακόμα και σήμερα ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στις παραπάνω χώρες, τόσο ως χώρες υποδοχής των τουριστών όσο και ως εξαγωγείς του τουριστικού «savoir faire».

Το 16ο αιώνα, ο Jehan de Mandeville εκδίδει το βιβλίο του *Ταξίδι στους Άγιους Τόπους*, το οποίο χαρακτηρίζεται κυρίως ως τουριστικός οδηγός για προσκυνητές.

Στο τέλος του Μεσαίωνα φαίνεται ότι αρχίζει να διαμορφώνεται ένα νέο πνεύμα γύρω από το τουριστικό γίγνεσθαι (τουριστική μετακίνηση, τουριστικό κατάλυμα, γαστρονομία, ταξιδιωτικοί οδηγοί), το οποίο εξελίσσεται και διαμορφώνεται ακόμα περισσότερο κατά τη διάρκεια της αναγεννησιακής περιόδου.

1.3 Η Αναγέννηση

Η αναγεννησιακή περίοδος εμπλουτίζει τις μορφές του τουρισμού και πολλαπλασιάζει τα κίνητρα της τουριστικής μετακίνησης. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν πλέον και από «διανοουμενίστικη περιέργεια», όπως την περιγράφει ο Montaigne στα δοκίμιά του: «*Μεταξύ των χαρακτηριστικών της ανθρώπινης συμπεριφοράς ένα είναι αρκετά κοινό, ότι επιθυμούμε περισσότερο τα ξένα πράγματα απ' ό,τι τα δικά μας και ότι αγαπάμε την αλλαγή ... Αυτή η άσβεστη διάθεση των νέων και άγνωστων πραγμάτων εμφυσά μέσα μου την επιθυμία των ταξιδιών και δεν γνωρίζω κανένα καλύτερο σχολείο διαπαιδαγώγησης από το να προτείνεις στον εαυτό σου αδιάλειπτα την πολυμορφία άλλων τρόπων ζωής και να τον κάνεις να τη γευτεί*» (Sigaux 1965: 31).

Ο αποικιοκρατικής μορφής τουρισμός των Αγγλων θα βρει τον υμνητή του στο όνομα του Richard Hakluyt και θα δημιουργήσει την επιθυμία υπερατλαντικών ταξιδιών σε γενιές Αγγλων.

Μεταξύ του 1600 και του 1660 εκδόθηκαν μόνο στη Γαλλία τετρακόσια βιβλία ταξιδιωτικού περιεχομένου (Burkart, Medlik 1985: 17-19), που εξιστορούσαν ταξίδια εκτός της Ευρώπης, όπως Pyrard: Ινδίες (1619), Jannequin: Λιβύη, Σενεγάλη (1643), Flacourt: Μαδαγασκάρη (1653) κ.λπ. Οι εκδοτικοί οίκοι «Barbin» στο Παρίσι και «Rigaud» στη Λιόν ειδικεύονται μόνο στις ταξιδιωτικές εκδόσεις.

Αποτέλεσμα της ανάπτυξης και της διεθνοποίησης του τουρισμού ήταν και η καθιέρωση των «tours» (περιηγήσεων) στη Γαλλία, οι οποίες ουσιαστικά υλοποιούσαν το κίνητρο ενός πολιτιστικού ταξιδιού, επιτρέποντας την ανακάλυψη άλλων περιοχών.

Η λέξη «tour», η οποία στη Γαλλία του 18ου αιώνα σήμαινε ένα κυκλικό ταξίδι, αντλεί την προέλευσή της από τη λατινική λέξη «tornus», που υποδηλώνει ένα περιστρεφόμενο εργαλείο. Αυτή η λέξη δημιούργησε το επίθετο «tornatus», που σημαίνει «περιστρεφόμενος».

Στο πλαίσιο των «tours», δύο διαδρομές προτεινόταν στη Γαλλία (McIntosh, Goeldner 1986: 21-22): η μικρή περιήγηση (petit tour), που περιλάμβανε το Παρίσι και το νοτιοδυτικό τμήμα της Γαλλίας, και η μεγάλη περιήγηση (grand tour), που πρόσθετε στις παραπάνω διαδρομές τη νότια και νοτιοανατολική Γαλλία και τη Βουργουνδία. Τόσο η μεγάλη όσο και η μικρή «tour» ήταν απόρροια της εξωστρέφειας που χαρακτήριζε τον τουρισμό των Αγγλων. Οι πλουσιότεροι Αγγλοι επέλεγαν τη μεγάλη «tour», η οποία διαρκούσε μέχρι και δύο έτη, ενώ η συμμετοχή των νεαρών και μορφωμένων Αγγλων θεωρούνταν απαραίτητο συμπλήρωμα της μόρφωσής τους. Ο ιστορικός Gibbon αναφέρει ότι το 1785 σαράντα χιλιάδες Αγγλοι ταξίδευαν ή ζούσαν στην ευρωπαϊκή ήπειρο.

1.4 Ο 19ος αιώνας

Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στην Αγγλία η λέξη «tourist», για να υποδηλώσει αυτούς που συμμετείχαν στην «grand tour». Το 1811 η λέξη «tourism» σήμαινε τη θεωρητική σύλληψη, την υπόσταση και την πραγματοποίηση του ταξιδιού για λόγους αναψυχής. Η αναψυχή αποτελούσε το κατεξοχήν κίνητρο.

Το 1816 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στη Γαλλία η λέξη «touriste», το 1841 η λέξη «tourisme», ενώ το 1930 το επίθετο «touristique» από τον Rodolphe Töpffer.

Σύμφωνα με μερικούς ερευνητές του τουρισμού (Vassalo 1983), η αγγλική λέξη «travel» έχει την ίδια ετυμολογική ρίζα με τη γαλλική λέξη «travail». Το ταξίδι του 19ου αιώνα εκλαμβάνόταν σαν ένα είδος εργασίας (travail), ή τουλάχιστον σαν ένα εργαλείο κατανόησης και αντιμετώπισης της ίδιας της ζωής. Σήμερα, μέσα από την αλληλοδιαδοχή των εξελικτικών σταδίων της ιστορίας, το ταξίδι εκφράζει μάλλον το αντίθετο, δηλαδή την ξεκούραση και την αναψυχή.

Ο 19ος αιώνας συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην ταχύτατη διάδοση του όρου «τουρίστας», μέσω του λογοτεχνικού έργου πολλών Γάλλων συγγραφέων εκείνης της περιόδου: Balzac H., Gauthier (*L' Orient, Le Danube*), Nerval G. (*Oeillette; pérégrination*) Nodier (*Contes*, σ. 407), Baudelaire (*Spleen à Paris, XV*), Flaubert (*Correspondance*, σ. 275) κ.λπ.

Ένα παράδειγμα ταξιδιωτικής λογοτεχνίας αντιπροσωπεύει το παρακάτω απόσπασμα του Flaubert από την *Αλληλογραφία* του (*Correspondance*, σ. 275, 19 Δεκεμβρίου 1850): «*Την επόμενη εβδομάδα θα περιηγηθούμε τις Θερμοπούλες, το Άργος, τη Σπάρτη... Δυστυχώς δεν πρόκειται μόνο για ένα τουριστικό ταξίδι: δεν διαθέτουμε ούτε χρήματα ούτε χρόνο*».

Το κοινό σημείο που χαρακτηρίζει όλους τους συγγραφείς αυτής της περιόδου, καθώς και τα έργα τους, είναι η ιδέα της «ανακάλυψης» που βρίσκεται ενσωματωμένη στο «ταξίδι».

Την περίοδο αυτή, η πρακτική του ταξιδιού θεωρούνταν δύσκολη, επώδυνη και δαπανηρή. Το ταξίδι ήταν προνόμιο μιας ολιγαρχίας «αριστοκρατών και rentiers (εισοδηματιών)», χωρίς ωστόσο να αποκλείεται μια μειοψηφία από άλλες κοινωνικές τάξεις, προρομαντικούς και ρομαντικούς συγγραφείς, οι οποίοι χάρη στις αφηγήσεις τους (*Revue de deux mondes – Επιθεώρηση των δύο κόσμων*) δημιούργησαν ένα ρεύμα ταξιδιωτών προς τη νότια Ιταλία, την Ισπανία, την Ελλάδα και την Αίγυπτο.

- Το 1822 ο Stephenson δημιουργεί στο Νιούκαστλ ένα μικρό εργοστάσιο ατμομηχανών. Το 1825 κατασκευάζει τρεις ατμομηχανές που κινούνταν με ταχύτητα 20 χλμ. την ώρα.
- Το 1830 η πρώτη σιδηροδρομική γραμμή ενώνει το Μάντσεστερ με το Λίβερπουλ, ενώ η ατμομηχανή που χρησιμοποιείται («La Fusée») επιτυγχάνει την ωριαία ταχύτητα των 26 χλμ.
- Το 1836 η Αγγλία διέθετε ένα σιδηροδρομικό δίκτυο μήκους 700 μιλίων, το 1843 2.000 μιλίων και το 1848 5.000 μιλίων.
- Μεταξύ 1850 και 1880, το μήκος του σιδηροδρομικού δικτύου στη Γαλλία επεκτείνεται από 4.000 χλμ. σε 24.000 χλμ.

- Στη Γερμανία το 1850, το μήκος του σιδηροδρομικού της δικτύου φθάνει τα 5.800 χλμ., ενώ στη Ρωσία το 1900 το μήκος του ξεπερνά τα 40.000 χλμ.

Η ανακάλυψη και η εξάπλωση του σιδηροδρόμου στην Ευρώπη, μεταξύ 1840 και 1860, και η καθιέρωσή του ως του κατεξοχήν μεταφορικού μέσου μαζικής μετακίνησης, συνέβαλε σημαντικά στη μεγέθυνση των τουριστικών ροών.

Εκτός του σιδηροδρόμου, σημαντική συμβολή στις μαζικές μετακινήσεις των ταξιδιωτών διαδραμάτισε και η κατασκευή μεγάλων ατμόπλοιων (Wackerman 1993: 32-34).

- Το 1807 ο Robert Fulton (1765-1815) κατασκεύασε το «Clermont», ένα ξύλινο πλοίο με τροχούς, κινούμενο με τη βοήθεια ατμομηχανής.
- Το 1838 κατασκευάζεται το πρώτο ατμόπλοιο χωρίς ιστία, το «Great Western», το οποίο εξυπηρετεί τις πρώτες υπερωκεάνιες διασυνδέσεις.
- Το 1840 κατασκευάζεται το πρώτο ατμόπλοιο που κινείται με προπέλα.

Η εξέλιξη της ναυσιπλοΐας υπήρξε ταχύτερη κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα. Ενίσχυσε τις διηπειρωτικές σχέσεις και ενσωμάτωσε τους θαλάσσιους διαύλους στον βιομηχανικό κόσμο. Ο τουρισμός και τα μέσα μεταφοράς αναπόφευκτα συνδέθηκαν με τα επαγγελματικά ταξίδια και τη μεταφορά των εμπορευμάτων.

Η αληθινή, ωστόσο, επανάσταση στις τουριστικές θαλάσσιες μεταφορές προήλθε από την κατασκευή των «raquebots», ή διαφορετικά «steamships». Τα «raquebots» του 19ου αιώνα ήταν συνώνυμα της ισχύος, της καλαισθησίας και της πολυτέλειας, ενισχύοντας το «μύθο» του ταξιδιού και οριοθετώντας τα σύνορα της αριστοκρατίας σε τέτοιο βαθμό, ώστε η ένταξη στην υψηλή κοινωνία της εποχής να προϋποθέτει τη συμμετοχή σε θαλάσσιες υπερατλαντικές μετακινήσεις. Βασικά, για τους αριστοκράτες του 19ου αιώνα, τα «raquebots» αντιπροσώπευαν ό,τι αντιπροσωπεύουν σήμερα οι αερομεταφορές για τον μαζικό τουρισμό.

Τέτοια πλοία, τα οποία διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στις διηπειρωτικές τουριστικές μετακινήσεις έως τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο περίπου, ήταν τα εξής: «Paris», «Atlantique», «Liberté», «Queen Mary», «Queen Elisabeth», «Titanic» κ.λπ.

Ουσιαστική συμβολή στην ανάπτυξη και τη μεγέθυνση του τουρισμού, καθώς επίσης και στον εκσυγχρονισμό του, είχε εκείνη την περίοδο και η έκδοση «βιβλίων-οδηγών» με ακριβείς και σαφείς ταξιδιωτικές πληροφορίες.

- Το 1837 ο εκδοτικός οίκος «Didot» εκδίδει έναν τουριστικό οδηγό για τη Γαλλία (*Le guide pittoresque portatif et complet du voyageur en France*).
- Το 1839 δημιουργείται από τον Karl Baedeker ο πρώτος μοντέρνος τουριστικός οδηγός ταξιδιών. Αφορούσε «Ένα ταξίδι στον Ρήνο» (*Un voyage sur le Rhin*) και εκδόθηκε στην Coblenze.

Η σχολή των ταξιδιωτικών οδηγών Baedeker, η οποία διέθετε μια ορισμένη φιλοσοφία και εισήγαγε ένα νέο στυλ στο χώρο του ταξιδιού, απέκτησε τόσο μεγάλη φήμη, που μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο η αναφορά σε τουριστικούς οδηγούς υποδήλωνε τους οδηγούς Baedeker. Η τεχντροπία και η φιλοσοφία του Baedeker ταυτίζεται μ' εκείνη του John Murray στην Αγγλία, ο οποίος εκδίδει την ίδια περίπου περίοδο ένα *Εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία (Manuel pour voyageurs en Suisse)*.

Σε διάστημα μόνο μισού αιώνα, η Ευρώπη είναι διάσπαρτη από σιδηροδρομικά δίκτυα και ταξιδιωτικούς οδηγούς. Παρατηρείται σημαντική αύξηση του αριθμού των τουριστών, ενώ οι πρώτες τάσεις μαζικοποίησης των τουριστικών μετακινήσεων γίνονται ορατές. Αυτή η περίοδος συμπίπτει με την τουριστικοποίηση της Ιταλίας, την «Belle Epoque» στην Κυανή Ακτή, με τα καζίνο και τις λουτροπόλεις. Η Άπω Ανατολή και η Αμερική, μέσω των ατμοπλοϊκών διασυνδέσεων, μετατρέπονται σε τουριστικούς προορισμούς και αποποιοούνται τον εμπορικό και μεταναστευτικό τους χαρακτήρα.

Σ' αυτό το πρώτο τουριστικό «boom» κύριο ρόλο έπαιξαν τα τουριστικά καταλύματα, τα οποία λόγω της ιδιομορφίας της πελατείας τους (αριστοκράτες και rentiers), επιδιώκουν να είναι υψηλών προδιαγραφών. Ο ξενοδόχος Charles Ritz, στα τέλη του 19ου αιώνα, έδωσε μεγάλη αίγλη στα ξενοδοχεία, με τη δημιουργία ξενοδοχείων πολυτελείας. Το 1893 εγκαινιάζει το «Grand Hotel» στη Ρώμη, το 1898 το «Ritz» στο Παρίσι και το 1899 το «Carlton» στο Λονδίνο.

Παράλληλα, όμως, κατασκευάζονται σε ολόκληρη την Ευρώπη ξενοδοχειακά καταλύματα μεσαίων και χαμηλών κατηγοριών, τα οποία θα αποτελέσουν τη δεκαετία του 1930 τον πυρήνα για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.

1.4.1 Ο Thomas Cook

Τα μεταφορικά μέσα, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και τα τουριστικά καταλύματα φαίνονταν ωστόσο ανεπαρκή για μια περαιτέρω εμπορευματοποίηση και μεγέθυνση του τουρισμού. Ο Thomas Cook ήταν ο πρώτος που έκανε αυτή τη διαπίστωση. Οι πρώτες μαζικοποιήσεις δημιούργησαν την ανάγκη οργάνωσης του ταξιδιού, όπου απαιτούνταν η πληροφόρηση της πελατείας, η συνένωση όλων των μεταβλητών του ταξιδιού σε μία και μόνο, καθώς και η τιμολόγησή του.

Ουσιαστικά, ο Thomas Cook εφάρτε το «ομαδικό ταξίδι» σε προσιτές τιμές, που απευθυνόταν κυρίως σε μεσαίες εισοδηματικές τάξεις (Lanquar 1979: 3-6, Gee, Makens et al. 1979: 23-25). Μερικά από τα κύρια σημεία της εξέλιξης του Thomas Cook είναι τα ακόλουθα:

- Τον Ιούλιο του 1841, ο Thomas Cook μεταφέρει σιδηροδρομικώς τους πρώτους πεντακόσιους εβδομήντα πελάτες του από το Loughborough στο Leicester (35 χλμ.), για να συμμετάσχουν σ' ένα ανταλκοολικό συνέδριο. Η διαφήμιση αυτής της πρώτης εκδρομής έγινε με τη βοήθεια διαφημιστικών αφισών.
- Στη συνέχεια, η σιδηροδρομική εταιρεία Midland Railways ζητά από τον Thomas Cook τη μεταφορά μαθητών και υπαλλήλων εταιρειών.
- Το 1845, ιδρύει το πρώτο του γραφείο ταξιδιών στο Leicester, όπου πουλά εισιτήρια διαφόρων μεταφορικών εταιρειών και οργανώνει εκδρομές μέχρι το Λίβερπουλ και τη Γλασκόβη. Εκδίδει επίσης το μηνιαίο ταξιδιωτικό περιοδικό, τον *Εκδρομέα* (*The Excursionist*), όπου από το 1850 εκθειάζει τις ιδέες του για ταξίδια στην Ευρώπη, τη Βόρεια Αμερική και τις χώρες της Ανατολής.
- Το 1845, επίσης, ο Thomas Cook δημοσιεύει τον πρώτο του ταξιδιωτικό οδηγό με τίτλο: *Εγχειρίδιο για μια εκδρομή στο Λίβερπουλ*.

- Το 1850, πουλά πεντακόσια εισιτήρια βορειοαμερικανικών σιδηροδρομικών εταιρειών, ενώ προετοιμάζει ένα ταξίδι στην Ελβετία, όπου επιτυγχάνει μια προμήθεια (σιδηρόδρομος + τουριστικά καταλύματα) της τάξεως του 3%.
- Το 1851, στη «Διεθνή Έκθεση του Λονδίνου» τού δίνεται η ευκαιρία να αναπτύξει σημαντικά τις δραστηριότητές του στο χώρο της υποδοχής.
- Το 1856, ο Thomas Cook οργανώνει τις πρώτες κυκλικές περιηγήσεις, που αφορούν επισκέψεις στην Αμβέρσα, τις Βρυξέλλες, την Κολωνία, την Κοιλιάδα του Ρήνου έως το Στρασβούργο, το Παρίσι, τη Χάβρη και το Σαουθάμπτον, χρησιμοποιώντας ως κύρια μέσα μεταφοράς το σιδηρόδρομο και τα ατμόπλοια.
- Το 1860, εισάγει τη χρησιμοποίηση των κουπονιών στις σιδηροδρομικές μετακινήσεις και στα ξενοδοχειακά καταλύματα.
- Το 1862, δημιουργεί το «inclusive individual tour» (οργανωμένο ταξίδι), το οποίο, όμως, στην πραγματικότητα οφείλει την επινοήσή του, δώδεκα έτη πριν, στον Άγγλο Thomas Bennett, γενικό γραμματέα του Αγγλικού Προξενείου στο Όσλο.
- Το 1865, ο Thomas Cook πραγματοποιεί την πρώτη «οργανωμένη» κρουαζιέρα.
- Το 1866, οργανώνει το πρώτο ταξίδι με γκρουπ στις ΗΠΑ.

Οι καθυστερήσεις, όμως, των τρένων και κυρίως των πλοίων (αναμονή δύο εβδομάδων στη Νέα Υόρκη), καθώς και οι απαιτήσεις της αριστοκρατικής του πελατείας, τον ώθησαν από το 1887 να προσανατολιστεί προς μια λιγότερο απαιτητική πελατεία.

- Το 1871, πραγματοποιεί τον πρώτο γύρο του κόσμου, όπου συμμετείχε και ο ίδιος. Ταυτόχρονα εφαρμόζει την πίστωση, δεχόμενος την πληρωμή του ξενοδοχειακού καταλύματος με την επιστροφή του πελάτη, και δημιουργεί τα Vouchers.
- Την ίδια περίοδο εισάγει προς χρήση τις ταξιδιωτικές επιταγές (travelers checks), η ευρύτερη διάδοση των οποίων επιτυγχάνεται μετά τη συνεργασία που πραγματοποιεί το 1891 με την American Express.
- Το 1872, ο διάδοχος του Thomas Cook, ο John Cook, οργανώνει το γύρο του κόσμου με το ατμόπλοιο «Ωκεανίς». Φυσικά οι πελάτες του είναι αριστοκράτες, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το πρότυπο της «νέας κοινωνίας».
- Το 1887, η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στην Αφρική ωθεί την εταιρεία Cook να κατασκευάσει ένα ξενοδοχείο στο Λούπορ.
- Το 1890, η εταιρεία Cook έχει το μονοπώλιο των ταξιδιών με ποταμόπλοια στον Νείλο. Στις αρχές του 20ού αιώνα οργανώνει κρουαζιέρες που φτάνουν μέχρι το Ασουάν.
- Το 1892, πεθαίνει ο Thomas Cook. Η εταιρεία Thomas Cook & Son απασχολεί 1.700 εργαζομένους, ενώ διαθέτει ογδόντα πέντε γραφεία ταξιδιών σ' ολόκληρο τον κόσμο.
- Το 1921, η εταιρεία Cook αντιπροσωπεύει ήδη είκοσι μία αεροπορικές εταιρείες.
- Το 1927, δημιουργείται το πρώτο οργανωμένο ταξίδι με αεροπλάνο (Νέα Υόρκη-Σικάγο), επ' ευκαιρία του πυγμαχικού αγώνα μεταξύ Dempsey-Tunney.
- Στη συνέχεια, η εταιρεία Cook προτείνει σε μια «ελίτ» πελατεία αεροπορικά ταξίδια από το Λονδίνο στη Νίκαια ή τις Κάννες, σε μια τιμή δύο φορές υψηλότερη από εκείνη του σιδηροδρόμου.
- Από το 1920 και μετά, η εταιρεία Thomas Cook δεν είναι σε θέση να ελέγξει την ταχεία ανάπτυξή της. Το 1928 συνεργάζεται με την Compagnie Internationale des

Wagons Lits et du Tourisme (CIWLT). Φυσικά, αυτή η συνεργασία αποσκοπούσε στην απορρόφηση του Thomas Cook, η οποία αποσοβήθηκε το 1945 με την εθνικοποίηση της εταιρείας από την αγγλική κυβέρνηση και τη σύναψη μιας εμπορικής και οικονομικής συμφωνίας με την CIWLT.

- Το 1972, η εταιρεία Thomas Cook αποκρατικοποιείται και πωλείται σ' ένα consortium, αποτελούμενο από τη Midland Bank (78,3%), τους διαχειριστές ξενοδοχείων Trust House Forte (15%) και τουριστικές οργανώσεις (6,7%).
- Από το 1973, μια νέα προσέγγιση με την CIWLT δημιουργεί το μεγαλύτερο έως τότε παγκόσμιο δίκτυο γραφείων ταξιδιών, το οποίο απαριθμούσε 870 σημεία πώλησης και 22.000 απασχολούμενους σε 137 χώρες του κόσμου.

Θα πρέπει να υπογραμμίσουμε, ωστόσο, ότι η εταιρεία Cook σταδιακά εγκατέλειψε την οργάνωση ιδιόμορφων ταξιδιών, εκτός από μερικά ταξίδια «γοήτρου», για να προσανατολιστεί κατεξοχήν στην πώληση εισιτηρίων και οργανωμένων ταξιδιών (inclusive tours) τα οποία παράγουν άλλοι Tour-Operators.

Κρίνεται αρκετά ενδιαφέρον, σ' αυτό το σημείο, να παρατεθεί το απόσπασμα ενός άρθρου του *Blackwood Magazine* (Urbain 2002: 52-53), το οποίο ασκούσε κριτική σ' αυτή τη νέα μορφή ταξιδιών (οργανωμένα) που προωθούσε ο Thomas Cook.

Το άρθρο δημοσίευσε στο *Blackwood Magazine*, τον Φεβρουάριο του 1865, ο Βρετανός πρόξενος στην Ιταλία. Στο άρθρο του επιτίθεται βίαια στον τουρισμό των οργανωμένων ταξιδιών: «Αυτό το νέο και διαρκώς αυξανόμενο "κακό" συνίσταται στο να οδηγήσει σαράντα ή πενήντα άτομα, χωρίς διάκριση ηλικίας ή φύλου, από το Λονδίνο στη Νάπολη, μετ' επιστροφής, σε μια ενιαία τιμή, καθορισμένη εκ των προτέρων. Αυτά τα σαράντα άτομα δεν διασπώνται ποτέ από την ομάδα και θα τα δείτε να στοιχίζονται κατά μήκος μιας οδού με τον αρχηγό τους, ο οποίος, τότε μπροστά και τότε πίσω, περιφέρεται σαν ένα "τσοπανόσκυλο" που προσπαθεί να τα προφυλάξει. Ήδη έχω συναντήσει τρία από αυτά τα "κοπάδια" που συνθέτουν ένα τόσο άθλιο θέαμα, που όμοιό του δεν είχα ποτέ ξαναδεί».

Τελικά ο Thomas Cook, το δεύτερο ήμισυ του 19ου αιώνα, με την ανάπτυξη της «ένοχης βιομηχανίας του» (Urbain 2002: 91), προδιαγράφει το ουσιαστικό τέλος της «παράδοσης του ταξιδεύειν» (τουρίστες πλέον και όχι ταξιδιώτες), όπου το άγνωστο, το συχνά επικίνδυνο και ανεξερεύνητο, περιορίζεται αισθητά ενώπιον των διαρκώς αναπτυσσόμενων υποδομών της υποδοχής, καθώς και των συνεχώς αυξανόμενων τουριστικών ροών.

Ο τουρισμός στη συνέχεια, μέσω της μαζικοποίησής του, θα αντικατοπτρίζει πλέον τη σφαιρική εικόνα ενός κόσμου που τον προσδιορίζουν η εξέλιξη και η γνώση.

Σήμερα, ο Thomas Cook, στο πλαίσιο των επιτελούμενων συγχωνεύσεων και εξαγορών μεταξύ Tour-Operators στα τέλη του 20ού και στις αρχές του 21ου αιώνα, ανήκει στον γερμανικό C & N, ο οποίος, παρόλο που τον εξαγόρασε, λειτουργεί υπό την επωνυμία Thomas Cook.

Η ιδέα του Thomas Cook, καθώς και η ταχύτητα ανάπτυξης των γραφείων ταξιδιών του, βρήκε πολλούς μιμητές και στις δύο όχθες του Ατλαντικού.

- Στην Ιταλία, ο Massimiliano Chiari, με έδρα το Μιλάνο, ιδρύει το 1878 ένα γραφείο υποδοχής ξένων τουριστών με την επωνυμία Sommariva SPA.

- Στη Γαλλία, το πρώτο γραφείο ταξιδιών ιδρύεται στη Λιόν το 1878 από τον Alphonse Lubin.
- Στην Αγγλία, εκτός του Thomas Cook, άλλα γραφεία ταξιδιών που ιδρύονται είναι: Dean & Dawson (1871), Frame's Tours (1881) κ.λπ.
- Στη Βόρεια Αμερική, δημιουργείται ένα ευρύ δίκτυο γραφείων ταξιδιών: Fugazi, PriscoTravel, Ferguson, American Express κ.λπ.

Με τη μεγέθυνση του τουριστικού φαινομένου, τα ταξιδιωτικά γραφεία πολλαπλασιάζονται και επιδιώκουν να προστατεύσουν τα συμφέροντά τους με τη δημιουργία ενώσεων και εθνικών συνδικάτων, τα οποία το 1919 θα δημιουργήσουν τη Διεθνή Ομοσπονδία των Γραφείων Ταξιδιών (Fédération Internationale des Agences de Voyages – FIAV). Η FIAV το 1966 θα μετατραπεί στην Παγκόσμια Ομοσπονδία των Οργανώσεων των Γραφείων Ταξιδιών (Fédération Universelle des Associations d' Agences de Voyages – FUAAV).

Η δημιουργία του πρώτου οργανωμένου ταξιδιού από τον Thomas Cook υπήρξε ο προπομπός της μεγέθυνσης των μετέπειτα μαζικά οργανωμένων από τους Tour-Operators ταξιδιών, καθώς και η κύρια αιτία χαρακτηρισμού του τουριστικού φαινομένου ως «τουριστικής βιομηχανίας» κατά το τελευταίο τέταρτο του 20ού αιώνα. Η έννοια «βιομηχανία» αποτέλεσε αντικείμενο πολλών επιστημονικών και μη συζητήσεων και αντιπαραθέσεων κατά τη διάρκεια του 20ού αιώνα, με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.

Φυσικά, σήμερα η χρήση των εννοιών «βιομηχανία» ή και συχνά «βαριά βιομηχανία» στον τουρισμό θεωρείται πεπερασμένη με την ένταξή του στον δευτερογενή ή τριτογενή τομέα της οικονομίας, αν και στις αρχές του 21ου αιώνα φαίνεται να υπάρχει ακόμα μεγάλη «σύγχυση» όσον αφορά έννοιες, ορισμούς και μεθόδους εκτίμησης/μέτρησης του τουριστικού τομέα.

1.5 Ο τουρισμός των «rentiers» (εισοδηματιών)

Ο τουρισμός του 19ου αιώνα υπήρξε κατεξοχήν «αριστοκρατικός» και αποτελούσε κτήμα της κοινωνικής τάξης των «rentiers» (Boyer 1982: 133-145).

Ο όρος «rentier» περιλάμβανε εκείνους που, έχοντας εργαστεί μια ολόκληρη ζωή, είχαν φτάσει σε ηλικία ανάπαυσης, καθώς και εκείνους που δεν ήταν υποχρεωμένοι να εργαστούν εφόσον μπορούσαν να ζήσουν από τα εισοδήματά τους. Εξάλλου, η νομισματική σταθερότητα του 19ου αιώνα τους εξασφάλιζε μια εισοδηματική σταθερότητα. Οι «rentiers» αποτελούσαν εκείνη την κοινωνική τάξη η οποία δεν επηρέαζε σημαντικά την οικονομική και πολιτική ζωή της Ευρώπης. Αντιπροσώπευαν, όμως, το «κοινωνικό μοντέλο» προς μίμηση, ήταν ο «κόσμος» και η «κοινωνία». Στα πρόσωπά τους ζούσαν οι ήρωες των περισσότερων μυθιστορημάτων του Εμίλ Ζολά. Η πλειονότητα των τουριστών που σύχναζαν στην Κυανή Ακτή στα τέλη του 19ου αιώνα ήταν «rentiers». Καταγράφεται ότι το 85%-95% ήταν κυρίως γαιοκτήμονες, ενώ το υπόλοιπο 10-15% αριστοκρατικής καταγωγής, ιδίως αξιωματικοί, γιατροί, δικηγόροι, βουλευτές κ.λπ.

Η βιομηχανική επανάσταση διευκολύνει και απλοποιεί τις τουριστικές μετακινήσεις

των «rentiers». Ο σιδηρόδρομος, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί, τα τραπεζικά δίκτυα, τα γραφεία ταξιδιών μεταβάλλουν ριζικά τον τουριστικό χάρτη της Ευρώπης. Η τουριστικοποίηση πολλών περιοχών γίνεται εμφανής με το κύρος και την ταχύτητα των κατασκευών (πολυτελή ξενοδοχεία, καζίνο, βίλες κ.λπ.). Σήμερα, πολλά φημισμένα κέντρα παραθερισμού οφείλουν το «image» τους στην «touristy» νοοτροπία των «rentiers».

Οι «rentiers» του 19ου αιώνα έπλητταν. Δεν δεσμεύονταν με σχέσεις εργασίας και ζούσαν από την εργασία των άλλων. Η τουριστική θεώρηση των «rentiers» αντίκειται σ' εκείνη της μαρξιστικής θεωρίας και ως εκ τούτου και η έννοια του τουρίστα ανταποκρίνεται καλύτερα σ' εκείνη της ρομαντικής περιόδου. Σύμφωνα με τον J. Cassou (1967), πρόκειται για την τελευταία ανθρωπιστική περίοδο της ιστορίας, όπου οι ευαισθησίες των υψηλού πνευματικού επιπέδου τουριστών και «η φιλοσοφία του ταξιδεύειν» αποτέλεσαν το επίκεντρο των αναζητήσεών της. Ο V. Hugo, ο Dumas, ο Nodier και άλλοι, με τα ταξιδιωτικά τους χρονικά στην *Επιθεώρηση των δύο κόσμων (Revue de deux mondes)*, επιδίωξαν να απαντήσουν στις νέες αναζητήσεις αυτής της τουριστικής πελατείας.

Ο Γάλλος ποιητής A. Lamartine (1790-1869) έγραφε την ίδια περίοδο: «... πλήρης είναι ο άνθρωπος που ταξίδεψε πολύ και άλλαξε είκοσι φορές τον τρόπο σκέψης του και τη ζωή του.

«Οι μικρές και επαναλαμβανόμενες συνήθειες που αποκτά ο άνθρωπος κατά τη διάρκεια της ζωής του και μέσα από τη μονοτονία του τόπου κατοικίας του, είναι σκιές που καλύπτουν τα πάντα. Η σκέψη, η φιλοσοφία, η θρησκεία, ο χαρακτήρας είναι πιο ανεπτυγμένα και ουσιαστικά σ' εκείνον που μπόρεσε να αντικρίσει τη φύση και την κοινωνία από περισσότερες οπτικές γωνίες ... το να ταξιδεύει κανείς για να ανακαλύψει τη σοφία ήταν ένα από τα κύρια ενδιαφέροντα των αρχαίων. Αυτή η πεποίθηση, απόρροια σοφίας, δεν κατανοήθηκε από εμάς ... Μελετάμε τα πάντα στα άθλια βιβλία μας και συγκρίνουμε τα πάντα σύμφωνα με τις μικρές και ιδιόμορφες συνήθειές μας. Και ποιος δημιούργησε τις συνήθειες και τα βιβλία μας; Άνθρωποι το ίδιο μικρόψυχοι με εμάς». (Sigaux 1965: 7).

Η ανάπτυξη του σιδηροδρόμου και η έκδοση μιας σειράς τουριστικών οδηγών (Baedeker, Muray, Joanne) οδήγησαν στο τέλος της τη ρομαντική περίοδο και έθεσαν τις βάσεις της εμπορευματοποίησης «της φιλοσοφίας του ταξιδεύειν».

Ο αριστοκρατικός τουρισμός των «rentiers» (παλαιοτουριστική περίοδος: 1750-1914) υπήρξε ο δημιουργός ταξιδιωτικών μύθων, συμπεριφορών και στάσεων για ορισμένους προορισμούς, οι οποίοι αποτελούν έως σήμερα σημεία αναφοράς τόσο των τουριστικών μετακινήσεων όσο και των χωρικών ενοτήτων υποδοχής: «ταξίδι στην Ιταλία», «ταξίδι στη Βενετία», «οι λίμνες της Βόρειας Ιταλίας», «το Κάπρι», «η Ελβετία» κ.λπ.

Ωστόσο, τα γεγονότα της περιόδου 1905-1935 έθεσαν τέλος στην «παλαιοτουριστική περίοδο» και στον αριστοκρατικό τουρισμό.

1.6 Η περίοδος 1905-1935

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, βαθύτατες μεταβολές συντελούνται στη δομή και τη φιλοσοφία του τουριστικού φαινομένου. Ο τουρισμός αρχίζει να εκδημοκρατίζεται.

Τρία σημαντικά γεγονότα συνέβαλαν σ' αυτό:

- η παραγμένη περίοδος 1905-1914
- ο πόλεμος του 1914-1918, ο οποίος εξαφάνισε την ευρωπαϊκή αριστοκρατία. Παράλληλα, ο πληθωρισμός καταστρέφει τις τάξεις των «rentiers»
- η οικονομική κρίση του 1929.

Ο άνεμος του εκδημοκρατισμού των τουριστικών μετακινήσεων που πνέει αυτή την περίοδο είναι τέτοιος, που οι ανώτερες κοινωνικές τάξεις και τα υψηλά εισοδηματικά στρώματα των τουριστών αποφεύγουν τα πρώην πολυσύχναστα από τους αριστοκράτες τουριστικά κέντρα, μετακινούνται στην Αλγερία, την Αίγυπτο, την Ελλάδα και φτάνουν μέχρι την Κεϋλάνη.

Από το 1914 περίπου, παρατηρείται μια μεταβολή στα κίνητρα των τουριστών (μόδα, ψυχαγωγία), οι οποίοι επισκέπτονταν κατά τους θερινούς μήνες τις ακτές της Μεσογείου. Ταυτόχρονα, αρχίζει η ανάπτυξη των χειμερινών σπορ από τους Άγγλους σε μερικά χιονοδρομικά κέντρα της Ελβετίας, και κυρίως στο Saint-Moritz (Péres 1986: 7-12).

Επομένως, φαίνεται ότι το τουριστικό φαινόμενο αρχίζει να διαφοροποιείται. Ανακαλύπτει τη διπλή εποχικότητα (χειμώννας-καλοκαίρι), προσαρμοσμένη περισσότερο στα σημερινά δεδομένα, ενώ παράλληλα διευρύνεται η συμμετοχή νέων κοινωνικοοικονομικών τάξεων. Ουσιαστικά, πρόκειται για εκείνη την περίοδο η οποία θα δώσει στο τουριστικό φαινόμενο ορισμένα από τα σύγχρονα χαρακτηριστικά του και θα το «εισαγάγει» σε μια νέα περίοδο ευρύτερου εκδημοκρατισμού και μαζικοποίησης.

1.7 Ο μαζικός τουρισμός

Πριν προβούμε στην ανάλυση του μαζικού τουρισμού και των παραγόντων που συνέβαλαν στην ανάπτυξή του, κρίνεται σκόπιμο να παρατεθεί μια σύντομη παρουσίαση της έννοιας της μάζας.

Ο τουρισμός οφείλει τη μαζικοποίησή του στο γεγονός ότι το σύνολο της κοινωνίας, σύμφωνα με τη μορφή οργάνωσής της, ανέκαθεν υπήρξε μια κοινωνία της μάζας. Η εννοιολογική προσέγγιση της μάζας αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία, στο μέτρο που παραπέμπει στην ψυχολογία του πλήθους. Εντούτοις, ορισμένοι φιλόσοφοι επιχειρήσαν να προσεγγίσουν την έννοια της μάζας. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγεται και ο Ortega y Gasset, ο οποίος το 1937 στην *Επανάσταση των μαζών*, επιδιώκει να αποδείξει ότι η μαζικότητα του τουρισμού οφείλεται στο γεγονός ότι ο άνθρωπος λειτουργεί σαν μάζα. Βάσει του παραπάνω σκεπτικού, ο Ortega y Gasset (1986: 67) τονίζει: «*Η μάζα μπορεί να οριστεί σαν ένα ψυχολογικό φαινόμενο. Χωρίς να υπάρχει ανάγκη να εμφανιστούν τα άτομα με τη μορφή των αστικών συγκεντρώσεων, μπορούμε να γνωρίζουμε εάν ένα άτομο αποτελεί μέρος της μάζας ή όχι*».

Η έννοια «άνθρωπος-μάζα» ορίζεται ως το άτομο που παρουσιάζει έναν συγκεκριμένο αριθμό χαρακτηριστικών, εκ των οποίων το πιο ενδιαφέρον είναι ότι δεν μπορεί να ξεχωρίσει από τα υπόλοιπα άτομα.

Σύμφωνα με την έκφραση του D. Riesman (1950), στο βιβλίο του *Το μοναχικό πλή-*