
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΕΣ ΧΩΡΕΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Φαινόμενο των σύγχρονων κοινωνιών της μεταπολεμικής περιόδου ο τουρισμός εκφράζει την ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου για ψυχαγωγία, ξεκούραση και φυγή από την καθημερινότητα των κοινωνιών αυτών (Κανελλάκης 1975). Συνδέεται επίσης η ανάπτυξή του με νέες αξίες που έχουν γίνει αποδεκτές στις σύγχρονες κοινωνίες όπως: φυσική υγεία, κοινωνική θέση και πολλές εμπειρίες (Graburn 1977).

Οι παράγοντες που συνέβαλαν κυρίως στην αλματώδη ανάπτυξη του τουρισμού μεταπολεμικά ήταν η αύξηση των εισοδημάτων και του ελεύθερου χρόνου στις ανεπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών, η μεγάλη ανάπτυξη των οδικών και αεροπορικών μεταφορών και τέλος ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός που πουλάει φτηνά στον τουρίστα ένα «πακέτο» στο οποίο περιλαμβάνεται η μετάβαση, η διαμονή, η ξενάγηση και πολλές φορές το φαγητό. Έτσι, ενώ οι παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις ήταν 6,8 δισ. δολάρια το 1960, φτάνουν τα 106,1 δισ. δολάρια το 1980.¹ Το τουριστικό συνάλλαγμα είναι ακριβώς και η αιτία που πολλές αναπτυσσόμενες χώρες ακολουθώντας και τις προτροπές Διεθνών Οργανισμών, αλλά και κυβερνήσεων βιομηχανικών χωρών² στράφηκαν, στη δεκαετία του '60 κυρίως, στην ανάπτυξη του τομέα. Αυτή η εξέλιξη καθόρισε και τον τρόπο που μελετήθηκε ο τουρισμός.

1. United Nations, *Elements of Tourism Policy in Developing Countries*, Νέα Υόρκη 1973· IUOTO, *Economic Review or World Tourism*, Γενεύη 1972· Robert Senior, *The World Travel Market*, Euromonitor Publications Ltd., Λονδίνο 1982.

2. ΕΟΤ - Α' Διάσκεψη Τουρισμός '84, Εισήγηση Ν. Σκουλά, Γεν. Γραμματέα ΕΟΤ, σ. 6. Ρέθυμνο, Μάρτιος 1984.

Τονίστηκε δηλαδή κυρίως η οικονομική —αναπτυξιακή— πλευρά³ ενώ αγνοήθηκε η κοινωνιολογική.

Χρειάστηκε να γίνουν —πριν από 20-25 χρόνια— οι πρώτες έρευνες των κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού ώστε να γίνει και ευρύτερα αποδεκτό ότι είναι ένα πολυσύνθετο κοινωνικό φαινόμενο με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και δεν μπορεί να θεωρηθεί απλώς ένα ουδέτερο οικονομικό μέγεθος. Τα τελευταία χρόνια η κοινωνιολογία άρχισε να μελετά συστηματικά τον τουρισμό και έτσι υπάρχει τώρα ένας σημαντικός αριθμός μελετών που προσεγγίζουν το φαινόμενο και από αυτή την πλευρά (Greenwood 1972, Forster 1964, Moore 1970, Noronha 1975, Cohen 1972, Smith 1977a και Thurot 1976).

Τα κύρια χαρακτηριστικά στη βιβλιογραφία της κοινωνιολογίας του τουρισμού είναι:

α) Το μεγαλύτερο μέρος των μελετών και ερευνών που έχουν γίνει είναι μελέτες περιπτώσεων σε αναπτυσσόμενες χώρες (Ασία, Αφρική, Νησιά Καραϊβικής) ενώ στην Ευρώπη το ενδιαφέρον συγκεντρώθηκε στις μεσογειακές χώρες (Μάλτα, Ισπανία). Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις αναπτυσσόμενες χώρες εξηγείται από το γεγονός ότι σ' αυτές υπεισέρχονται όλοι οι παράγοντες που καθορίζουν αν οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης θα είναι δυσμενείς ή όχι. Τέτοιοι παράγοντες είναι τα διαφορετικά συστήματα αξιών (θρησκεία — ήθη — έθιμα) της χώρας υποδοχής τουριστών από τη χώρα αποστολής, η μαζικότητα του τουρισμού και η μεγάλη διαφορά στο οικονομικό επίπεδο ανάμεσα στον τουρίστα και τον ντόπιο (Mathews 1978, Noronha 1975, Cohen 1972, De Kadt 1979).

β) Το εύρος των θεμάτων που μελετήθηκαν, που εκτείνεται από τη συμβολή του τουρισμού στην κοινωνική αλλαγή και την επίπτωσή του στα τοπικά ήθη και έθιμα ως τη δημιουργία στερεοτύπων και ξενοφοβίας. Το εύρος αυτό οφείλεται οπωσδήποτε και στο γεγονός ότι τις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού μελέτησαν —πλην των κοινωνιολόγων— και επιστήμονες από άλλους κλάδους όπως κοινωνικοί ανθρωπολόγοι, ανθρωπολόγοι, οικονομολόγοι, κοινωνικοί ψυχολόγοι, πολιτικοί επιστήμονες (Graburn 1983a, Richter 1983, Stringer-Learce 1984, Baretje 1982, Gray 1982).

γ) Από τη βιβλιογραφία πάντως λείπουν μελέτες που να συγκρίνουν τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης με τις επιπτώσεις ενός άλλου τύπου ανάπτυξης (π.χ. βιομηχανικής) (Noronha 1975, McNaught 1982), ενώ παράλληλα χρεώνονται στον τουρισμό και δυσμενείς κοινωνικές επιπτώσεις που είναι αμφίβολο αν οφείλονται αποκλειστικά σ' αυτόν, αφού οι περισσότε-

3. Βλ. π.χ. IBRD, *Economic development of Morocco*, John Hopkins Press, Βαλτιμόρη 1966.

ρες μελέτες γίνονται μετά την εμφάνιση του τουρισμού. Σημαντική είναι επίσης η έλλειψη φερέγγυων στατιστικών στοιχείων και μεθόδων στις περισσότερες μελέτες του τουρισμού που είναι στην πλειονότητά τους περιγραφικές.

Σκοπός λοιπόν αυτού του άρθρου είναι να εκθέσει τις κοινωνικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες όπως αυτές εμφανίζονται στα ευρήματα των σημαντικότερων ερευνών της κοινωνιολογίας του τουρισμού.

Α. ΔΥΣΦΟΡΙΑ ΤΩΝ ΝΤΟΠΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗ «ΣΧΕΣΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ» ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι αισιόδοξοι μελετητές του τουρισμού θεωρούν θετικό στοιχείο της ανάπτυξης του το γεγονός ότι φέρνει σε επαφή λαούς με διαφορετικά ήθη, έθιμα και κουλτούρα και έτσι συμβάλλει στη βελτίωση της διεθνούς κατανόησης. Οι απόψεις αυτές, που προέρχονται συνήθως από επίσημους κρατικούς φορείς και διεθνείς οργανισμούς, δεν ισχύουν για τις αναπτυσσόμενες χώρες όπου η ύπαρξη των παραγόντων που προαναφέραμε (μαζικός τουρισμός, διαφορετικά συστήματα αξιών, διαφορά οικονομικού επιπέδου) δημιουργεί δυσφορία στους ντόπιους και αντιδράσεις στην τουριστική ανάπτυξη (Nash 1977, Jafari 1974, McNaught 1982).

Έχει αποδειχτεί ότι όπου δεν εμφανίζονται αυτοί ή κάποιοι από αυτούς τους παράγοντες, η τοπική δυσφορία είναι μικρότερη ή και ανύπαρκτη, π.χ. τουρίστας από ανεπτυγμένη χώρα που επισκέπτεται ανεπτυγμένη χώρα.

Αρκετά είναι επίσης τα παραδείγματα τοπικής δυσφορίας και από έναν άλλο παράγοντα: το αποικιακό παρελθόν των χωρών αποστολής τουριστών (Gray 1970, Mathews 1978).

Πριν προχωρήσουμε στην αναλυτικότερη μελέτη των παραπάνω παραγόντων είναι σημαντικό να εξετάσουμε τι αναζητούν οι τουρίστες που ταξιδεύουν κατά χιλιάδες τα τελευταία χρόνια στις αναπτυσσόμενες χώρες. Όπως υποστηρίχθηκε χαρακτηριστικά, οι τουρίστες κατευθύνονται σ' αυτό που ονομάζουν *pleasure periphery* (Turner και Ash 1975), μια λωρίδα δηλαδή της υδρογείου που εκτείνεται από τη Μεσόγειο ως την Καραϊβική και περιλαμβάνει το σύνολο σχεδόν των αναπτυσσόμενων χωρών υποδοχής τουριστών, αναζητούν κυρίως τα 4 S'S (sun, sex, sand, sea), δηλαδή ήλιος, σεξ, αμμουδιά, θάλασσα. Αυτός ο τύπος του μαζικού τουρισμού-πακέτου ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για την τιμή του τουριστικού προϊόντος και όλο και λιγότερο για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (ιστορικά ή πολιτιστικά) της χώρας που επισκέπτεται (Noronha 1975). Αφού άλλωστε πολλές χώρες προσφέ-

ρουν όσα οι τουρίστες ζητούν, τους είναι αδιάφορο και πού θα πάνε (Jafari 1974). Εξάλλου πρέπει να τονιστεί ότι αυτός ο τύπος τουρισμού απαιτεί και τις μεγαλύτερες προσαρμογές από τους ντόπιους. Η σημαντικότερη δε από αυτές τις προσαρμογές είναι η δημιουργία μιας ολόκληρης υποδομής (Ξενοδοχεία — μεταφορές — εστιατόρια — μπαρ κλπ.) που αποκλειστικός στόχος της είναι η εξυπηρέτηση των τουριστών.⁴

Όπως άλλωστε έχει υποστηρίξει ο Nash,⁵ «κάθε ανάλυση των κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού σε μια περιοχή, θα έπρεπε να αρχίσει από τις ατομικές και συλλογικές προσαρμογές που κάνουν οι ντόπιοι σε σχέση μ' αυτές τις αναπόφευκτες λειτουργίες εξυπηρέτησης. Αυτές οι προσαρμογές μπορεί να θεωρηθούν οι πρώτες επιπτώσεις του τουρισμού».

Σ' αυτήν ακριβώς τη σχέση εξυπηρέτησης αντιδρούν οι ντόπιοι θεωρώντας την ανισότιμη. Κλασικό παράδειγμα αυτής της ανισότιμης σχέσης είναι η εκμάθηση ξένων γλωσσών από τους κατοίκους της χώρας υποδοχής, ενώ οι τουρίστες ελάχιστες φορές μιλούν τη γλώσσα της χώρας που επισκέπτονται (Nunez 1977).

Μετά από αυτήν την αναγκαία παρένθεση θα αναφερθούμε τώρα στους παράγοντες που επιτείνουν την αντίδραση των ντόπιων στη μαζική τουριστική ανάπτυξη.

Ο μαζικός τουρισμός εμφανίζεται στις χώρες υποδοχής με δύο μορφές: είτε με τη δημιουργία θυλάκων με μεγάλη τουριστική ανάπτυξη (Britton 1982) είτε με την εγκατάσταση μεγάλων τουριστικών συγκροτημάτων (τουριστικά γκέτο, Jafari 1974), τα οποία καλύπτουν όλες τις ανάγκες των τουριστών. Και στις δύο αυτές μορφές του μαζικού-οργανωμένου τουρισμού, ο τουρίστας έρχεται σχεδόν αποκλειστικά σε επαφή με άλλους τουρίστες, ενώ η μόνη επαφή με τους ντόπιους είναι πολλές φορές το προσωπικό των ξενοδοχείων. Έτσι, ακόμη και οι τουρίστες που θέλουν να γνωρίσουν —μέσω των ντόπιων— τα τοπικά ήθη και έθιμα δεν τα καταφέρνουν αφού ο μαζικός τουρισμός μετατρέπει την ανθρώπινη σχέση σε μια σχέση εφήμερη ανάμεσα στον πωλητή και τον αγοραστή μιας υπηρεσίας (Jafari 1974).

Έτσι οι ντόπιοι δυσφορούν, τόσο γιατί αισθάνονται ότι η σχέση τους με τους τουρίστες είναι ψυχρή-επαγγελματική όσο και γιατί στις περιοχές με έντονη τουριστική ανάπτυξη αισθάνονται ξένοι στην ίδια τους τη χώρα.

Τα διαφορετικά συστήματα αξιών πάλι είναι συχνή αιτία δυσανεξίας των ντόπιων που καταλογίζουν στους τουρίστες έλλειψη σεβασμού στα τοπι-

4. Έτσι όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Mathews τα 4 S'S του τουρισμού μετατρέπονται σε 5 με την πρόσθεση του servility (εξυπηρέτηση). Βλ. H.G. Mathews, *International Tourism: A political and Social analysis*, Schenkman, Καμπριτζ, Μασαχουσέτη 1978, σ. 81-85.

5. Βλ. Nash D., «Tourism as a form of imperialism», στο V. Smith (εκδ.), *Hosts and Guests: The anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977, σ. 43.

κά ήθη και έθιμα (Mathews 1978), που εκφράζεται είτε με το ντύσιμό τους είτε με τη συμπεριφορά τους, ενώ παράλληλα ενοχλούνται από την επέμβαση των τουριστών στην προσωπική τους ζωή που συχνά τους μετατρέπει σε αντικείμενα για φωτογράφιση ή σε μέλη ενός παραδοσιακού ζωολογικού κήπου (Smith 1977b, Urbanowicz 1977).

Η μεγάλη διαφορά στο οικονομικό επίπεδο πάλι ενοχλεί τους ντόπιους (Nettekoven 1979) γιατί, όπως χαρακτηριστικά έχει αναφερθεί για την Τυνησία,⁶ «ο τουρισμός είναι η συμπεριφορά μιας σπάταλης κοινωνίας μέσα σε μια άλλη κοινωνία με πολλές ανάγκες. Όσα ένας μέσος τουρίστας καταναλώνει σε μια εβδομάδα ισούνται με αυτά που τρώνε σε έναν ολόκληρο χρόνο δύο Τυνησιοί στους τρεις».

Ενώ όμως οι ντόπιοι από τη μια πλευρά αντιδρούν στον μαζικό τουρισμό, από την άλλη κερδίζουν χρήματα από αυτόν και το αποτέλεσμα είναι να δημιουργείται έτσι μια κυκλοθυμική σχέση με τον τουρισμό που δεν είναι παρά μια σχέση εξάρτησης. Αποτέλεσμα αυτής της σχέσης είναι ότι ενώ συχνά οι κάτοικοι χαιρόνται στο τέλος της τουριστικής περιόδου, όταν πλησιάζει η επόμενη περίοδος ανησυχούν μήπως και δεν ξανάρθουν οι τουρίστες (Greenwood 1972).

Ενδιαφέρον έχει, τέλος, να εξετάσουμε τη μορφή που παίρνει η δυσφορία των ντόπιων προς τους τουρίστες. Αυτή λοιπόν εκφράζεται είτε με την άρνηση να έχουν σχέση μαζί τους είτε, το συνηθέστερο, με τη δημιουργία στερεοτύπων γι' αυτούς. Τα στερεότυπα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη οι ντόπιοι συνήθως γενικεύουν, ταυτίζοντας τον τουρίστα με τη θετική ή αρνητική εικόνα που έχουν για τον κάτοικο μιας ανεπτυγμένης χώρας. Έτσι στο Μεξικό (Nunez 1963), οι ντόπιοι αποκαλούσαν τους τουρίστες Αμερικάνους και τις τουριστικές περιοχές αμερικάνικο τομέα ενώ σε μια άλλη περίπτωση (Brewer 1984), οι αμερικανίδες τουρίστριες θεωρούνται γενικά «εύκολες» και σεξουαλικά ελεύθερες.

Στο Μπαλί πάλι (Francillon 1975) ο τουρίστας είναι γεροδεμένος, καλοντυμένος, λευκός, ταξιδεύει με αυτοκίνητο και με παρέα. Στις περισσότερες χώρες πάλι, ο νεαρός μακρυμάλλης τουρίστας ταυτίζεται με τον χίπη που για τους ντόπιους ισοδυναμεί με όλα όσα είναι αρνητικά και απορριπτέα στον δυτικό πολιτισμό (Cohen 1973). Στη δεύτερη κατηγορία τα στερεότυπα αφορούν μερικά χαρακτηριστικά που οι ντόπιοι θεωρούν ότι έχει κάποιος λαός. Έτσι στην Ισπανία (Pi-Sunyer 1977), θεωρούσαν ότι οι Γάλλοι έχουν κακούς τρόπους, οι Γερμανοί είναι τσιγκούνηδες και οι Ιταλοί ανάξιοι εμπιστοσύνης, ενώ στη Μάλτα (Boissevain - Inglott 1979) θεωρούν τους Γάλλους

6. Βλ. Bouhdiba A. στο Em. de Kadt (εκδ.), *Tourisme: passeport pour le développement?*, Banque Mondiale et Unesco, Παρίσι 1979.

και τους Ιταλούς απαιτητικούς, τους Άγγλους ευγενείς, τους Γερμανούς ότι ξοδεύουν και τους Λίβυους ότι ενοχλούν τις γυναίκες.

Αυτά τα στερεότυπα βέβαια δεν είναι παρά μια μορφή ξеноφοβίας (Hofstätter 1978) και εκφράζουν την αποτυχία να υπάρξει επαφή ανάμεσα στον τουρίστα και τον ντόπιο. Οι ντόπιοι «γενικεύουν» και «αριθμοποιούν» τους τουρίστες αυξάνοντας τις αποστάσεις από αυτούς.

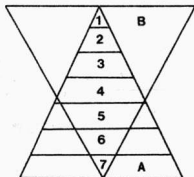
Β. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΠΙΚΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ: Η ΕΜΠΟΡΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΛΛΟΛΗΣ

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού στις ευαίσθητες από πλευράς κοινωνικής δομής και πολιτιστικής ταυτότητας αναπτυσσόμενες χώρες, κατέληξε στην εμπορικοποίηση της τοπικής παράδοσης που μετατράπηκε και αυτή σε τουριστικό προϊόν προς πώληση (Greenwood 1977).

Η V. Smith⁷ παρουσίασε ιδιαίτερα παραστατικά την επίπτωση των διαφόρων τύπων τουρισμού στον τοπικό πολιτισμό στο διάγραμμα που ακολουθεί:

Επιπτώσεις διαφόρων τύπων τουρισμού στον
τοπικό πολιτισμό

Τύποι τουρισμού



1. Ο τουρισμός του τουρίστα-εξερευνητή
2. Ο τουρισμός του ελίτ-τουρίστα
3. Ο τουρισμός του εκκεντρικού τουρίστα
4. Ο τουρισμός του μεμονωμένου τουρίστα
5. Αρχικά στάδια μαζικού τουρισμού
6. Μαζικός τουρισμός (συνήθως οργανωμένος)
7. Τουρισμός Charter (ο πιο οργανωμένος μαζικός τουρισμός)

Το τρίγωνο Α που περιλαμβάνει και τους 7 τύπους τουρισμού εκφράζει την επίδραση του τουρισμού στον τοπικό πολιτισμό. Το ανεστραμμένο τρίγωνο Β εκφράζει τον τοπικό πολιτισμό υπό την επίδραση των διαφόρων τύπων τουρισμού. Η V. Smith συμπεραίνει⁸ ότι οι 4 πρώτοι τύποι τουρισμού προσαρμόζονται εύκολα στον τοπικό πολιτισμό, ενώ αντίθετα οι 3 τελευταίοι τύποι του μαζικού οργανωμένου τουρισμού τον επηρεάζουν αρνητικά.

7. Βλ. V. Smith (εκδ.). *Hosts and Guests. The anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, 1977, Εισαγωγή, σ. 8-11. Η ανάλυση που ακολουθεί είναι δική της.

8. Βλ. V. Smith, *ό.π.*, σ. 12.

Το κρίσιμο σημείο της επίδρασης της τουριστικής ανάπτυξης είναι η τομή των 2 τριγώνων.

Οι χώρες υποδοχής τουριστών θα πρέπει λοιπόν να επιλέξουν:

α) Αν θα ελέγξουν ή θα αποτρέψουν την τουριστική ανάπτυξη για να διαφυλάξουν την οικονομική και πολιτιστική τους ακεραιότητα. Την πολιτική αυτή επέλεξαν οι αραβικές πετρελαιοπαραγωγικές χώρες.

β) Αν θα ενθαρρύνουν την τουριστική ανάπτυξη θεωρώντας την οικονομικά συμφέρουσα και θα «προσαρμόσουν» τον πολιτισμό τους ώστε να την απορροφήσει. Τη δεύτερη αυτή λύση έχουν επιλέξει οι περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες, με αποτέλεσμα την εμπορικοποίηση της τοπικής παράδοσης που προσφέρεται στον τουρίστα σαν τμήμα του ταξιδιού-πακέτου που αυτός αγοράζει.⁹ Η εμπορικοποίηση αυτή γίνεται ιδιαίτερα αρνητική από το γεγονός ότι οι τουριστικοί πράκτορες και η κρατική τουριστική πολιτική σε συνεργασία με τοπικούς παράγοντες στις τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές, προσαρμόζουν τα τοπικά ήθη και έθιμα στα γούστα των τουριστών (Forster 1964, E. de Kadt 1979, Noronha 1975).

Οι τουρίστες θέλουν να γνωρίσουν τον τοπικό πολιτισμό και καθετί που θεωρούν «εξωτικό» αλλά κυρίως θέλουν να διασκεδάσουν. Οι χοροί στο Φίτζι και την Πολυνησία είναι όμως μονότονοι και αργοί, γι' αυτό επεμβαίνει ο χορογράφος ο οποίος ξέρει πού να κόψει, να παραποιήσει, να δανειστεί ή και να εφεύρει (McNaught 1982). Πρωτοπόρο σ' αυτές τις παρεμβάσεις στους τοπικούς χορούς και τα τραγούδια είναι το Πολυνησιακό Πολιτιστικό Κέντρο στη Χαβάη που διοργανώνει γιορτές για τους τουρίστες με μεθόδους που θυμίζουν Χόλυγουντ. Παρόμοια «πολιτιστικά κέντρα» για την εξυπηρέτηση των τουριστών ίδρυσαν η Ινδονησία και η Νότια Κορέα (Wood 1984). Ρόλος αυτών των κέντρων είναι βέβαια να παρουσιάσουν και χαρακτηριστικά στοιχεία του τοπικού πολιτισμού. Αλλά, όπως αναφέρει ο Stanton,¹⁰ στην ανάλυσή του για το Πολυνησιακό Πολιτιστικό Κέντρο, «γίνεται προσπάθεια να προβληθούν επιλεκτικά τα στοιχεία αυτά της τοπικής κουλτούρας με τα οποία ο τουρίστας μπορεί να ταυτιστεί. Έτσι, τελικά, δίνεται η εικόνα ενός ψεύτικου πολιτισμού που δεν υπάρχει πια σήμερα στα διάφορα νησιά της Πολυνησίας».

9. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Greenwood στο «Culture by the pound: An anthropological perspective on Tourism as Cultural Commoditization» στο V. Smith (εκδ.), *Hosts and Guests...*, ό.π., σ. 137, η εμπορικοποίηση της παράδοσης είναι ίσως η τελική λογική της καπιταλιστικής ανάπτυξης, ιδανικό παράδειγμα της οποίας είναι ο τουρισμός. Η διαδικασία εμπορικοποίησης δεν σταματάει στη γη, την εργασία και το κεφάλαιο, αλλά τελικά περιλαμβάνει την ιστορία, την εθνική ταυτότητα και τον πολιτισμό των λαών του κόσμου.

10. Βλ. Stanton M., «The Polynesian Cultural Center: A Multi-Ethnic Model of Seven Pacific Cultures», στο *Hosts and Guests...*, ό.π., σ. 196-197.

Οι περισσότερες παρεμβάσεις πάντως φαίνεται ότι γίνονται σε τοπικό επίπεδο και η μετατροπή τοπικών εθίμων σε θέαμα για τους τουρίστες οδηγεί τους ντόπιους στην αδιαφορία. Σε μια περίπτωση στο Μεξικό (Nunez 1963) διορίστηκαν 3 αγροφύλακες για να σταματήσουν τοπικά έθιμα (ιπποδρομίες κ.ά.) που θεωρήθηκαν ότι δεν θα ήταν αρεστά στους πλούσιους τουρίστες. Στην Ινδονησία πάλι (Crystal 1977), όπου υπάρχουν κάποια παραδοσιακά έθιμα ταφής, σε μια περίπτωση ένας συγγενής του νεκρού προσπάθησε να πουλήσει εισιτήρια σε τουρίστες για να παρακολουθήσουν, ενώ σε άλλη περίπτωση μίκρυνε η διάρκεια της τελετής και της δόθηκε δραματικότερος τόνος για χάρη των τουριστών. Από τα πολλά παραδείγματα της εμπορικοποίησης αυτό της γιορτής Αλάρντε στη μικρή πόλη Φουεντεράμπια της Ισπανίας που αναφέρει ο Greenwood¹¹ είναι το πιο ενδιαφέρον. Η γιορτή αυτή δινόταν κάθε χρόνο σε ανάμνηση μιας νίκης επί των Γάλλων το 1638. Τα τελευταία όμως χρόνια η γιορτή μετατράπηκε σε θέαμα για τους τουρίστες και μάλιστα γινόταν δύο φορές την ίδια μέρα, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι να αποφεύγουν να συμμετέχουν και η τοπική διοίκηση να σκέπτεται να προσλάβει ανθρώπους για να παίρνουν μέρος στην Αλάρντε... Όπως σημειώνει ο Greenwood,¹² «η εμπορικοποιημένη παράδοση δεν χρειάζεται τη συναίνεση αυτών που συμμετέχουν, μπορεί να γίνει από οποιονδήποτε».

Ο τουρισμός συμβάλλει επίσης και στην εμπορικοποίηση τοπικών παραδοσιακών μορφών τέχνης (May 1975, Bascom 1976, Graburn 1976), με την αυξανόμενη ζήτηση που δημιουργείται για αντικείμενα που οι τουρίστες αγοράζουν για ενθύμιο του ταξιδιού τους. Τις περισσότερες βέβαια φορές τα αντικείμενα αυτά ελάχιστη σχέση έχουν με την αληθινή τοπική παράδοση και γι' αυτό ονομάστηκαν «τέχνη του αεροδρομίου» (McNaught 1982).

Αρκετοί είναι πάντως οι ερευνητές (Boissevain και Inglott 1979, Andronicou 1979, Deitch 1977) που θεωρούν ότι αντίθετα ο τουρισμός αναζωογονεί τις τοπικές τέχνες με την αύξηση της ζήτησης γι' αυτές. Αν και σε ορισμένες περιπτώσεις αυτό μπορεί να συμβαίνει, η μαζικοποίηση του τουρισμού οδηγεί τις τοπικές βιοτεχνίες σε παραγωγή όλο και φτηνότερων τέτοιων προϊόντων που δεν αντιπροσωπεύουν την τέχνη του τόπου, αλλά συχνότερα τις αντιλήψεις των τουριστών για το ποια είναι αυτή η τέχνη.

Υπάρχει όμως και μια καθημερινή πλευρά της εμπορικοποίησης της τοπικής παράδοσης και είναι αυτή που εμφανίζεται στη διακόσμηση των μαγαζιών όπου συχνάζουν τουρίστες. Ο D. McKannel¹³ την ονόμασε «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» και σκοπό έχει να πείσει τον τουρίστα ότι είναι σε ένα

11. Βλ. Greenwood D., «Culture by the pound...», ό.π., σ. 131-137.

12. Βλ. Greenwood D., «Culture by the pound...», ό.π., σ. 137.

13. Βλ. D. McKannel, «The Tourist: a new Theory of the Leisure Class», Schocken Books, Νέα Υόρκη 1976, σ. 96-107.

αληθινό «παραδοσιακό» μαγαζί και ότι γνώρισε το αληθινό πρόσωπο της χώρας που επισκέπτεται.

Τα παραπάνω φαινόμενα της εμπορικοποίησης του τοπικού πολιτισμού φαίνεται πάντως ότι έχουν ευαισθητοποιήσει κάποιες —λίγες— κυβερνήσεις αναπτυσσόμενων χωρών. Έτσι πριν από κάποια χρόνια η κυβέρνηση της Τζαμάικα έκανε καμπάνια με το πολύ χαρακτηριστικό σύνθημα: Η Τζαμάικα δεν είναι μόνο μια αμμουδιά... (Wood 1984).

Γ. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΑ ΗΘΗ: ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΡΝΕΙΑΣ
ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ
ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΚΑΙ ΝΕΩΝ

Μέχρι πρόσφατα δεν υπήρχαν μελέτες για τη σχέση της πορνείας και του τουρισμού. Τα τελευταία όμως χρόνια μια σειρά άρθρων και ειδικών εκδόσεων ασχολήθηκαν συστηματικά με το θέμα (Cohen 1982, Wood 1984, Isis 1979, Graburn 1983β).

Ορισμένοι μελετητές θεωρούν ότι ο τουρισμός δημιουργεί πορνεία, ενώ άλλοι πιστεύουν αντίθετα ότι την τουριστική ανάπτυξη δεν ακολουθεί αύξηση της πορνείας.¹⁴ Τα περισσότερα στοιχεία συνηγορούν ότι η πρώτη άποψη είναι κοντύτερα στην αλήθεια, οπωσδήποτε όμως οι τοπικές ιδιομορφίες αλλά και ο τύπος του τουρισμού (μαζικός, οργανωμένος ή όχι) παίζουν σημαντικό ρόλο στην αύξηση ή όχι της πορνείας. Περιπτώσεις ανδρικής πορνείας έχουν αναφερθεί στην Τυνησία (Groupe Huit 1979), την Γκάμπια (Farver 1984) και την Καραϊβική (Mathews 1978). Γνωστοί είναι επίσης και οι «εραστές του καλοκαιριού» στις μεσογειακές χώρες (Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα) αλλά και στο Μπαρμπάντος όπου, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Mathews,¹⁵ πολλές γυναίκες πηγαίνουν στους τοπικούς «επαγγελματίες εραστές» συστημένες.

Αυτοί οι τύποι πορνείας πάντως ωχριούν μπροστά στο οργανωμένο κύκλωμα πορνείας για εξυπηρέτηση των τουριστών που έχει δημιουργηθεί στις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες της νοτιοανατολικής Ασίας (Ταϊλάνδη, Μαλαισία, Φιλιππίνες, Ν. Κορέα, Ινδονησία) (Wood 1984, Cohen 1982, Graburn 1983β). Στη Ν. Κορέα η κισαένγκ (αντίστοιχο της Γιαπωνέζας γκέι-

14. Βλ. E. Cohen, «Thai Girls and Farang Men: the Edge of Ambiguity», *Annals of Tourism Research* 9 (3), 1982, σ. 404-407.

15. Βλ. Mathews H., «*International Tourism: a political Analysis*», σ. 67-69.

σας) περιλαμβάνεται στην τιμή του ταξιδιού που προσφέρουν πολλές γιαπωνέζικες εταιρείες σε υπαλλήλους τους για δώρο (Graburn 1983β). Οι κυριότεροι πελάτες των χωρών που προαναφέραμε είναι Αμερικανοί, Γερμανοί και Γιαπωνέζοι, ενώ η έκταση του κυκλώματος είναι τέτοια ώστε στη Γερμανία και την Ολλανδία δημιουργήθηκαν και ειδικά πρακτορεία που οργανώνουν αποκλειστά ταξίδια (σεξ - τουρ) προς αυτές τις χώρες (Cohen 1982). Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι στις αφίξεις τουριστών στην Ταϊλάνδη (1979) οι άντρες αποτελούν το 65% (Cohen 1982), ενώ από τους Ιάπωνες που επισκέπτονται την Ταϊβάν και τη Ν. Κορέα το 94% είναι άντρες, και όπως ανέφερε ένας Γιαπωνέζος τουριστικός πράκτορας το 80% (Wood 1984) πηγαίνουν γι' αυτόν το λόγο εκεί, πράγμα που επιβεβαιώνεται και από έγκυρο τουριστικό οδηγό του ασιατικού τουρισμού.¹⁶

Εκτός από την πορνεία όμως θετική φαίνεται να είναι η συμβολή του τουρισμού και στην αύξηση της εγκληματικότητας, κύρια θύματα της οποίας είναι οι τουρίστες. Τα πιο συχνά εγκλήματα είναι οι κλοπές, οι ληστείες, οι βιαιοπραγίες και οι βιασμοί.

Στο Μεξικό (Jud 1975) η μελέτη της σχέσης μεταξύ τουρισμού και εγκληματικότητας στις 32 επαρχίες της χώρας βρήκε ότι οι ληστείες και οι κλοπές συνδέονται θετικά με την τουριστική ανάπτυξη. Στην Τόνγκα (Urbanowicz 1977) σημειώθηκε σημαντική αύξηση της εγκληματικότητας και κυρίως των βιαιοπραγιών ανάμεσα σε ντόπιους και ξένους μετά από μια δεκαετία τουριστικής ανάπτυξης. Τρεις μελέτες που έγιναν στη Χαβάη με χρονολογικές σειρές διαπίστωσαν στατιστικά σημαντική τη σχέση τουρισμού και εγκληματικότητας (Fuji και Mak 1980, Ghali 1983, Chesney Lind 1983).

Η σύνδεση πάντως του τουρισμού με την εγκληματικότητα είναι ένα θέμα που θέλει περισσότερη ανάλυση¹⁷ γιατί δεν έχει επαρκώς ερευνηθεί αν η τουριστική ανάπτυξη ευθύνεται για την αύξηση της εγκληματικότητας ή αν τα αυξημένα ποσοστά εγκληματικότητας οφείλονται στο γεγονός ότι θύματα είναι τουρίστες.

Αν και δεν υπάρχει μια πλήρης μελέτη για την επαγγελματική κινητικότητα που δημιουργεί ο τουρισμός, αρκετά στοιχεία από μελέτες περιπτώσεων (Boissevain και Inglott 1979, Wilson 1979) μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι γυναίκες και οι νέοι είναι αυτοί που κυρίως επωφελούνται από τις δυνατότητες οικονομικής ανεξαρτησίας που προσφέρει η τουριστική ανάπτυξη (E. de Kadt). Ειδικότερα για τους νέους έχει επισημανθεί ότι αυτή η οικονομική

16. Βλ. «All Asia Guide», *Far Easter Economic Review*, Χονγκ Κονγκ, 1980.

17. Βλ. Chesney-Lind M. και Lind I., «Visitors as Victims: Crimes against Tourists in Hawaii!», *AOTR* 13 (2), 1986, σ. 171.

ανεξαρτησία είναι ο βασικότερος λόγος που αυξάνεται το χάσμα των γενεών σε περιοχές με έντονη τουριστική ανάπτυξη (Noronha 1975).

Δ. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΙΝΗΤΡΟΥ ΕΠΙΔΕΙΞΗΣ

Ο τουρισμός δημιουργεί όλες τις προϋποθέσεις για την εμφάνιση του διεθνούς κινήτρου επίδειξης¹⁸ που δεν είναι παρά η αλλαγή στη χώρα υποδοχής των πεποιθήσεων, αξιών και συμπεριφορών που προέρχεται από τη μίμηση του κοινωνικού και καταναλωτικού προτύπου που αντιπροσωπεύουν οι τουρίστες που προέρχονται από ανεπτυγμένες χώρες (IUOTO 1975, Jafari 1974, Belisle 1983).

Η μίμηση αυτή ξεκινάει από τα ανώτερα στρώματα των υπανάπτυκτων κοινωνιών και από το τμήμα του πληθυσμού που συναλλάσσεται με τους τουρίστες. Έτσι, αυτή η «λούμπεν μπουρζουαζία»¹⁹ γίνεται μια φτηνή απομίμηση του κυρίαρχου προτύπου της χώρας αποστολής τουριστών. Το κίνητρο επίδειξης λειτουργεί και στο οικονομικό πεδίο με τη μίμηση των καταναλωτικών προτύπων των τουριστών, χωρίς βέβαια οι ντόπιοι να γνωρίζουν ότι αυτά τα καταναλωτικά πρότυπα είναι πολύ υψηλότερα από αυτά που οι τουρίστες έχουν στη χώρα τους. Οι τουρίστες, δηλαδή, καταλήγουν να γίνονται άμισθοι εμπορικοί αντιπρόσωποι των προϊόντων της πατρίδας τους και διαφημιστές ενός τρόπου ζωής που για τους ντόπιους είναι η ίδια η εικόνα της επιτυχίας (Jafari 1974). Η εικόνα βέβαια αυτή δεν είναι αληθινή αφού οι τουρίστες στις διακοπές τους δείχνουν «πλουσιότεροι» (Nettekoven 1979). Έτσι, όπως σωστά έχει επισημανθεί,²⁰ «οι παραστάσεις των κατοίκων από την τουριστική συναλλαγή δεν είναι παρά οι συμβολικές εικόνες της αργίας και της τέρψης που ανάλογα κατευθύνουν και το διεθνές κίνητρο επίδειξης».

Αρκετοί μελετητές υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός πολύ λίγο ευθύνεται για το διεθνές κίνητρο επίδειξης και ότι δεν είναι παρά ένας παράγοντας που οδηγεί στην αλλαγή των κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων. Αναφέρουν δε σαν άλλους τέτοιους παράγοντες τον τύπο, την τηλεόραση και τη διαφήμιση (Noronha 1975, Nettekoven 1979, Andronicou 1979).

Αναμφίβολα ο τουρισμός δεν είναι το μόνο κανάλι της προβολής του

18. Βλ. Β. Καραποστόλης, *Η καταναλωτική συμπεριφορά στην ελληνική κοινωνία 1960-1975*, ΕΚΚΕ, 1983, σ. 266-267.

19. Βλ. Erisman M., «Tourism and Cultural Dependency in the West Indies», *Annals of Tourism Research*, 10 (3), σ. 350-351.

20. Βλ. Β. Καραποστόλης, *ό.π.*, σ. 267.

διεθνούς κινήτρου επίδειξης στις αναπτυσσόμενες χώρες. Είναι όμως το ισχυρότερο, γιατί ενώ τα άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας προβάλλουν την εικόνα μιας πλούσιας κοινωνίας, ο τουρισμός μεταφέρει στη χώρα υποδοχής, εδώ και 20-30 χρόνια, το ζωντανό παράδειγμα αυτού του πλούτου: τον ίδιο τον κάτοικο της ανεπτυγμένης χώρας.

Έχει άλλωστε αποδειχτεί ότι οι κάτοικοι των αναπτυσσόμενων χωρών είναι ιδιαίτερα δεκτικοί στην αποδοχή του κοινωνικού προτύπου των δυτικών κοινωνιών και την απόρριψη του δικού τους προτύπου (Nunez 1977, Jafari 1974). Αυτή η απόρριψη είναι ιδιαίτερα εμφανής στους νέους, οι οποίοι θεωρούν την τοπική παράδοση «παρωχημένη», ενώ υιοθετούν το πολιτιστικό πρότυπο της Δύσης, ταυτίζοντάς το απλά με τα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών.²¹ Έτσι, αρκετοί είναι οι μελετητές που υποστηρίζουν ότι μέσω του τουρισμού δημιουργούνται σχέσεις πολιτιστικής εξάρτησης των αναπτυσσόμενων χωρών υποδοχής από τις ανεπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών.²²

Συνοψίζοντας πρέπει να επισημάνουμε κατ' αρχάς ότι παρά τις ελλείψεις της βιβλιογραφίας, το γεγονός ότι τα βασικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού εμφανίζονται κοινά σε διαφορετικές αναπτυσσόμενες χώρες συνηγορεί στο να δεχτούμε την ύπαρξη αυτών των επιπτώσεων.

Μια δεύτερη επισήμανση είναι η ανάγκη για σφαιρικότερες και πληρέστερες μεθοδολογικά έρευνες σε θέματα που σχετίζονται με τις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Τέτοιες έρευνες είναι αναγκαίες τόσο σε ειδικά θέματα, όπως π.χ. οι επιπτώσεις του τουρισμού στην επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, όσο και σε ευρύτερα θέματα όπως ο ρόλος του τουρισμού ως καταλύτη κοινωνικών αλλαγών.

21. Βλ. Π. Τσάρτας, *Οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων* —και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος— στην περίοδο 1950-1980, διδακτορική διατριβή, Τμήμα Κοινωνιολογίας ΠΑΣΠΕ, 1987, σ. 206-207, όπου φαίνεται καθαρά από τις απαντήσεις των νέων στην έρευνα που έγινε στα νησιά Ίος και Σέριφος αυτή η άποψη.

22. Βλ. Erisman H., *ό.π.*, σ. 350-358, όπου αναλύει τις διάφορες θεωρίες πολιτιστικής εξάρτησης των χωρών υποδοχής τουριστών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- «All Asia Guide», *Far Eastern Economic Review*, Χονγκ-Κονγκ 1980.
- Andronicou An., «Tourisme à Chypre» στο Em. de Kadt. (επιμ.), *Tourisme: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι 1979.
- Baretje R., «Tourism's External account and the balance of payments», *Annals of Tourism Research*, 9 (1), 1982.
- Bascom W., *Changing African Art* στο N. Graburn (επιμ.), *Ethnic and tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*, Μπέρκλεϋ, University of California Press, 1976.
- Belisle F.J., «Tourism and Food Production in the Caribbean», *Annals of Tourism Research*, 10 (4), 1983.
- Boissevain J. και Inglott P.S., «Tourisme à Malte», στο Em. de Kadt (επιμ.), *Tourisme: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι 1979.
- Boudhiba Ab., «Impact du tourisme sur les valeurs et croyances traditionnelles en Tunisie» στο Em. de Kadt, (επιμ.), *Tourisme: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι 1979.
- Brewer J.D., «Tourism and Ethnic Stereotypes: Variations in a Mexican Town», *Annals of Tourism Research*, 11 (3), 1984.
- Britton S., «The Political Economy of Tourism in the Third World», *Annals of Tourism Research*, 9 (3), 1982.
- Chesney-Lind M., Lind I.Y. και Schaafsma H., *Salient Factors in Hawaii's Crime Rate*, University of Hawaii - Manoa Youth Development and Research Center Report, ap. 286, 1983.
- Chesney Lind M. και Lind I.Y., «Visitors as Victims: Crimes against Tourist in Hawaii», *Annals of Tourism Research*, 13 (2), 1986.
- Cohen E., «Toward a Sociology of International Tourism», *Social Research*, 39 (1), 1972.
- Cohen E., «Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-tourism», *International Journal of Comparative Sociology*, 14 (1-2), 1973.
- Cohen E., «Thai Girls and Farang Men: The edge of Ambiguity», *Annals of Tourism Research*, 9 (3), 1982.
- Crystal E., «Tourism in Toraja (Sulawesi, Indonesia)» στο V. Smith (εκδ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- De Kadt Em., *Tourisme: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι 1979.
- Deitch L.I., «The Impact of Tourism upon the Arts and Crafts of the Indians of the South-western United States» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- EOT, *Α' Διάσκεψη: Τουρισμός 1984*, Εισήγηση Γ. Γραμματέα EOT Μ. Σκουλά, 1984.
- Erisman M., «Tourism and Cultural Dependency in the West Indies», *Annals of Tourism Research*, 10 (3), 1983.
- Farver J.A., «Tourism and Employment in the Gambia», *Annals of Tourism Research*, 11 (2), 1984.
- Forster J., «The Sociological Consequences of Tourism», *International Journal of Comparative Sociology*, 5, 1964.
- Francillon G., *Bali: Tourism, Culture and Environment*, Report ap. SHC-75/WS/17, Universitas Udayana and UNESCO, Παρίσι 1975.
- Fujii E.T. και Mak J., «Tourism and Crime: Implications for Regional Development Policy», *Regional Studies*, 14 (1980).
- Ghali M., Estores E., Okano F. και Tanaka R., «Economic Factors and the Composition of Juvenile Property Crimes», *Applied Economics* (U.K.), 15 (2), 1983.
- Graburn N.H. (επιμ.), *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*, Berkeley University of California Press, 1976.

- Graburn N.H., «Tourism: The Sacred Journey» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Graburn N.H., The Anthropology of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 10 (1), 1983.
- Graburn N.H., Tourism and Prostitution, *Annals of Tourism Research*, 10 (3), 1983.
- Gray H.P., *International Travel - International Trade*, Lexington, Μασαχουσέτη: D.C. Heath and Co, 1970.
- Gray H.P., «The Contributions of Economics to Tourism Research and Efficiency». *Annals of Tourism Research*, 9 (1), 1982.
- Greenwood D.J., «Tourism as an Agent of Change: a Spanish Basque Case», *Ethnology*, II, 1972.
- Greenwood D.J., «Culture by the Pound: an Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Groupe Huit, «Les effets socio-culturels du tourisme en Tunisie: monographie de Sousse» στο Em. de Kadt (επιμ.), *Tourisme: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι 1979.
- Höfstadter P., Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία, Νέα Σύνορα, 1978.
- IBRD, *The Economic Development of Morocco*, John Hopkins Press, Βαλτιμόρη 1966.
- IUOTO, *Economic Review of World Tourism*, Γενεύη 1972.
- IUOTO, *The Impact of International Tourism on the Economic Development of the Developing Countries*, Γενεύη 1975.
- ISIS, *International Bulletin*, Tourism and Prostitution, αρ. 13, 1979.
- Jafari Jaf., «Socio-economic Costs of Tourism to Developing Countries», *Annals of Tourism Research*, 1 (7), 1974.
- Jud D.G., «Tourism and crime in Mexico», *Social Science Quarterly*, 56 (2), 1975.
- Kanellakis V., *International Tourism: its Significance and Potential as an Instrument for the Economic Development of Greece*, Ph. D. Dissertation, Kansas State University, 1978.
- Καραποστόλης Β., *Η καταναλωτική συμπεριφορά στην ελληνική κοινωνία 1960-1975*, ΕΚΚΕ, 1983.
- Mac Kannel P., *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*, Schocken books inc, Νέα Υόρκη 1976.
- Mathews H.G., *International Tourism: a Political and Social Analysis*, Schenkman, Καίμπριτζ, Μασαχουσέτη, 1978.
- May R.J., «Tourism and the Artcraft Industry in Papua New Guinea» στο Finney B.R. και Watson K.A. (επιμ.), *A New Kind of Sugar: Tourism in the Pacific*, University of California Santa Cruz, 1977.
- McNaught T., «Mass Tourism and the Dilemmas of Modernization in Pacific Island Communities», *Annals of Tourism Research*, 9 (3), 1982.
- Moore K., «Modernization in a Canary island village: an Indicator of Social Change in Spain», *Journal of the Stewart Anthropological Society*, 2, 1970.
- Nash D., «Tourism as a Form of Imperialism» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Nettekoven L., «Mecanismes des échanges culturels reciproques» στο Em. de Kadt (επιμ.), *Tourisme: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι, 1979.
- Noronha R., *Review of the Sociological Literature on Tourism*, World Bank, Ουάσινγκτον D.C., 1975.
- Nunez T.A., «Tourism Tradition and Acculturation: Weekendismo in a Mexican village», *Ethnology*, 2, 1963.
- Nunez T.A., «Touristic Studies in Anthropological Perspective» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Pi-Sunyer Or., «Through Native-eyes: Tourists and Tourism in a Catalan Maritime Communi-

- ty» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Richter L.K., «Tourism Politics and Political Science: a Case of not so benign Neglect», *Annals of Tourism Research*, 10 (3), 1983.
- Smith V. (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Smith V., «Eskimo Tourism: Micro Models and Marginal Men» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Stanton M., «The Polynesian Cultural Center: A Multi Ethnic Model of Seven Pacific Cultures» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Stringer P. και Learce P., «Towards a Symbiosis of Social Psychology and Tourism Studies», *Annals of Tourism Research*, 11 (1), 1984.
- Thuret J.M., «Les effets du tourisme sur les valeurs socioculturelles», *Les cahiers du tourisme* (Aix en Provence), Serice C., αρ. 34.
- Τσάρτας Π., *Οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων –και ιδιαίτερα στα νησιά Τος και Σέριφος– στην περίοδο 1950-1980*, διδακτορική διατριβή, Τμήμα Κοινωνιολογίας ΠΑΣΠΕ 1987.
- Turner L. και Ash J., *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*, Constable, Λονδίνο 1975.
- United Nations, *Elements of Tourism Policy in Developing Countries*, Νέα Υόρκη 1973.
- Urbanowicz C., «Tourism in Tonga: Troubled Times» στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 1977.
- Wilson D., «Premiers effets du tourisme aux Seychelles» στο Em. de Kadt (επιμ.), *Tourism: Passeport pour le développement?*, UNESCO et B.I.R.D., Παρίσι, 1979.
- Wood R.E., «Ethnic Tourism, the State, Andcultural Change in southeast Asia», *Annals of Tourism Research*, 11 (3), 1984.