

# 1

## *Εισαγωγή*

### *στην Ψυχολογία του Τουρισμού*

#### **1.1. Η Σύγχρονη Ψυχολογία: Έννοια, Αντικείμενο, Διευκρινίσεις**

Αν η ψυχολογία είχε παραμείνει στην παλιά αντίθεση μεταξύ σώματος και ψυχής, και τον συνακόλουθο διαχωρισμό της ψυχικής ζωής από την υπόλοιπη ανθρώπινη δραστηριότητα, είναι βέβαιο ότι ο κλάδος της φιλοσοφίας που ασχολείτο με την ψυχή, θα είχε τις ρίζες του στις πρώτες μορφές της ανθρώπινης σκέψης στα πλαίσια των πρώιμων επιστημονικών αναζητήσεων.

Και τούτο θα αποστερούσε από τη σύγχρονη ψυχολογία όλο το μεγαλόπνοο πρόγραμμα ανάπτυξης της σε ανεξάρτητο και χειραφετημένο κλάδο της σύγχρονης επιστήμης. Διότι έχουν περάσει πάνω από εκατό εβδομήντα χρόνια από τότε, που η αποκαλούμενη «νέα» ψυχολογία του δεύτερου ημίσεος του 19ου αιώνα προσπαθούσε να αποβάλλει τον χαρακτηρισμό της «φιλοσοφικής ψυχολογίας», που την οριοθετούσε μέχρι το χρονικό εκείνο σημείο.

Εδώ θα γίνει λόγος για τη σύγχρονη ψυχολογική θεώρηση των τελευταίων εκατό δέκα περίπου χρόνων, που σηματοδότησε το επιστημονικό περιεχόμενο του κλάδου ο οποίος έχει σαν κύριο στόχο του την έρευνα των επιμέρους ψυχικών λειτουργιών του ανθρώπινου ψυχισμού ενιαία<sup>1</sup>. Που προκύπτει από την παρατήρηση και το πείραμα όλων των

---

1. Με την έννοια της συνολικής εκτίμησης των σωματικών και ψυχικών εκδηλώσεων της ανθρώπινης δραστηριότητας.

δυνατών αντιδράσεων των οργανισμών μέσα στα πλαίσια του φυσικού και του κοινωνικού περιβάλλοντος στο οποίο ζουν. Και με την έννοια αυτή δεν αφορά μόνο το ανθρώπινο είδος, αλλά και τα όντα του ζωικού βασιλείου.

Ο στόχος είναι προφανής και σαφής: μελέτη των ποικίλων μεταβολών των γενικών και ειδικών συνθηκών που οδηγούν σε προβλεπόμενες ή απρόβλεπτες αντιδράσεις των οργανισμών, με κατεύθυνση τη διατύπωση «νόμων» που θα διέπουν την ανθρώπινη και ζωική συμπεριφορά.

Πρόκειται για μια προσπάθεια διατύπωσης «νόμων» ή «γενικών αρχών» της συμπεριφοράς, η οποία δεν είναι πάντοτε ευχερής. Και τούτο συμβαίνει διότι, πολύ συχνά, ο ψυχολόγος προσπαθεί –όταν οι μεταβολές των γενικών ή ειδικών συνθηκών δεν παρουσιάζονται– να παράγει ή να αναπαράγει όλες εκείνες τις απαιτούμενες μεταβολές σε πειραματικό επίπεδο. Ή ακόμα να προσφύγει σε μια σειρά παρατηρήσεων που με επίπονη συλλογή στοιχείων, είναι ικανές να χρησιμοποιηθούν για την πιστοποίηση των μεταβολών.

Έτσι, η σύγχρονη ψυχολογία ως κλάδος των λεγόμενων Κοινωνικών ή Ανθρωπιστικών Επιστημών, έχοντας σαν γνώμονα τον άνθρωπο τόσο σαν κοινωνικό όν όσο και σαν βιολογικό, δεν μπορεί να αποφύγει την εμπλοκή σε μία ατέρμονα προσπάθεια επίλυσης μεθοδολογικών δυσχερειών, που προκύπτουν κύρια από τα δυσδιάκριτα όρια ορισμένων παρεμφερών επιστημονικών κλάδων.

Αυτός είναι και ο ουσιαστικότερος λόγος, για τον οποίο μια σειρά επιστημόνων και ερευνητών του κλάδου της ψυχολογίας είναι από τα πράγματα υποχρεωμένοι να καταφεύγουν συχνά στην πολυεπιστημονική ανάλυση, ώστε το αποτέλεσμα που θα προκύψει να έχει σφαιρική προοπτική.

Αναπόφευκτα, λοιπόν, οδηγείται κανείς στο συμπέρασμα ότι η ευρύτητα των στόχων της ψυχολογίας (όπως και της κοινωνιολογίας) προϋποθέτει τη διεπιστημονική συνεργασία με μια σειρά άλλων κλάδων, ανάμεσα στους οποίους η κοινωνιολογία, η πολιτική επιστήμη, η κοινωνική ανθρωπολογία, η βιολογία, η οικονομία, η νευρολογία και η γενετική παίζουν προεξάρχοντα ρόλο<sup>2</sup>. Στα πλαίσια αυτά της διεπι-

---

2. Βλέπε Περικλή Ν. Λύτρα, «Τουριστική Κοινωνιολογία», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1977, σελ. 17-18.

στημονικής ανάλυσης η ψυχολογία στις ημέρες μας τόσο σε *θεωρητικό* όσο και σε *πρακτικό* (δηλαδή εφαρμοσμένο) επίπεδο, έχει να παρουσιάσει σημαντικό έργο και μάλιστα σε εξειδικευμένους χώρους.

Ένας από τους πολλούς και διαφορετικούς αυτούς εξειδικευμένους χώρους της σύγχρονης, κύρια μεταπολεμικής, παγκόσμιας κοινωνίας είναι και ο *τουρισμός*, του οποίου η σπουδαιότητα και η αναγκαιότητα δεν αμφισβητείται πλέον ούτε από τους πολέμιους του. Και τούτο διότι ο τουρισμός έχει περιβληθεί το ένδυμα μίας σύγχρονης *ψυχολογικής αναγκαιότητας*, που θα μπορούσε να αφήσει αδιάφορη τη σύγχρονη ψυχολογία.

Έτσι το αντικείμενο της σύγχρονης ψυχολογίας, που είναι η έρευνα του εσωτερικού κόσμου του ανθρώπου και η κατανόηση της συμπεριφοράς μέσα σ' ένα δοσμένο κοινωνικό περιβάλλον, ενέχει ιδιαίτερη σπουδαιότητα και για τη μελέτη και έρευνα της τουριστικής συμπεριφοράς (είτε αυτή αφορά τον τουρίστα καταναλωτή, είτε αφορά τις εργασιακές σχέσεις στον τουρισμό).

Οριοθετώντας το αντικείμενο της σύγχρονης ψυχολογίας, όπως αναφέρει η Μ. Νασιάκου, έχουμε να κάνουμε με τις εμπειρίες της ανθρώπινης ζωής από τις πιο ειδικές και πρακτικές (όπως π.χ. η δυσκολία που μπορεί να προξενεί στις διαπροσωπικές σχέσεις ενός ατόμου ένα φυσιολογικό σωματικό ελάττωμα, μία ανεπάρκεια ή έλλειψη) ως τις συνθετότερες και γενικότερου ενδιαφέροντος (όπως, π.χ., ο φόβος της αποτυχίας σε μία ανταγωνιστική κοινωνία που μπορεί να εμποδίζει το άτομο να αναπτύξει τις ικανότητες του και να επιτύχει ικανοποιητικότερη προσαρμογή)<sup>3</sup>.

Με την έννοια αυτή, λοιπόν, η τουριστική αναψυχή σχετίζεται αναπόφευκτα τόσο με κάποιες ειδικές διεργασίες ψυχολογικού χαρακτήρα (λ.χ. τουρισμός αναπήρων, ή τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες), όσο και με πολύπλοκες δράσηριότητες (λ.χ. ικανοποίηση των πολυδιάστατων απαιτήσεων των τουριστών που ανήκουν στις κατηγορίες του επιλεκτικού τουρισμού).

Σε ότι αφορά το εύρος της σύγχρονης ψυχολογίας θα πρέπει να αναφερθεί εδώ, στο εισαγωγικό μέρος, ότι στις ημέρες μας υπάρχει

---

3. Βλέπε Μ. Νασιάκου, «Η ψυχολογία σήμερα», τόμος Ι: Γενική Ψυχολογία, εκδόσεις Παπαζήσης, 2η έκδοση, Αθήνα, 1982.

μια διαίρεση του κλάδου σε σχέση πάντα με το πού βρίσκεται το κέντρο του ενδιαφέροντος από πλευράς του εξεταζομένου θέματος. Την αναφέρουμε στη συνέχεια ιδιαίτερα συνοπτικά, εξαιτίας των στόχων αυτής της εργασίας:

- 1) *Πειραματική ψυχολογία*: (που σαν όρος δεν είναι δόκιμος, γιατί η ψυχολογία συνολικά χρησιμοποιεί το πείραμα) είναι ο ψυχολογικός κλάδος όπου χρησιμοποιούνται πειραματικές κυρίως μέθοδοι για την κατανόηση των τρόπων αντίληψης του κόσμου και των συγκινησιακών αντιδράσεων, έχει δε σαν κύριο μέσο τα πειράματα σε ζώα και την προσπάθεια μεταφοράς αξιόπιστων δεδομένων στην ανθρώπινη συμπεριφορά. Στόχος, όμως, που περικλείει πολλές μεθοδολογικές αδυναμίες.
- 2) *Κοινωνική ψυχολογία*: είναι ο ψυχολογικός κλάδος που ερευνά το σύνολο των διαπροσωπικών σχέσεων και των επιδράσεών τους στη διαμόρφωση της προσωπικότητας μέσα σ' ένα δοσμένο κοινωνικό σύνολο, με αντικείμενο που περιστρέφεται γύρω από τη θεσμοθέτηση των ανθρώπινων σχέσεων και της δυναμικής των ομάδων. Ο συσχετισμός της κοινωνικής ψυχολογίας με θέματα που αφορούν την κοινωνιολογία, την πολιτική, την επικοινωνιολογία κ.λπ., καθορίζει το πλαίσιο αναζήτησης και έρευνάς της.
- 3) *Κλινική ψυχολογία*: είναι ο ψυχολογικός κλάδος όπου επιχειρείται το πέρασμα από τη θεωρία στην πράξη, δηλαδή η εφαρμογή των ψυχολογικών θεωριών στην πράξη. Στόχος κύριος εδώ είναι η διαγνωστική προβληματική και στη συνέχεια η θεραπευτική αγωγή των ψυχο-σωματικών διαταραχών και επιβαρύνσεων της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Στον κλάδο αυτό χρησιμοποιούνται ευρύτατα οι μέθοδοι μέτρησης, ενώ συχνά λείπουν τα προαπαιτούμενα (λ.χ. αποδεικτικές πειραματικές και θεωρητικές γνώσεις).
- 4) *Εξελικτική ψυχολογία*: είναι κλάδος της ψυχολογικής σκέψης που ερευνά την πορεία και τα στάδια της νοητικής και συναισθηματικής ανάπτυξης του ατόμου από τη γέννηση μέχρι την ενηλικίωση, καθώς και τους παράγοντες που συμβάλλουν στη

διαμόρφωση της συμπεριφοράς<sup>4</sup>. Ονομάζεται και ψυχολογία της ανάπτυξης, ενώ παρεμφερής κλάδος της είναι και η λεγόμενη γνωστική ψυχολογία.

- 5) *Εκπαιδευτική ψυχολογία*: κλάδος που (όπως και η Κοινωνιολογία της Εκπαίδευσης) απορρέει από τα προβλήματα του εκπαιδευτικού συστήματος και των θεσμών του και τις επιμέρους σχέσεις που αναπτύσσονται σ' αυτούς, και που σχετίζεται με τις παιδαγωγικές επιστήμες<sup>5</sup>. Ο κλάδος αυτός της σύγχρονης ψυχολογίας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον τελευταία, καθόσον η διασύνδεσή του με την εκπαίδευση εξειδικευμένων χώρων (όπως λ.χ. ο τουρισμός που ενδιαφέρει την παρούσα εργασία) έχει μεγεθυνθεί τα τελευταία χρόνια.
- 6) *Βιομηχανική ψυχολογία*: είναι ο κλάδος που (όπως και η Βιομηχανική Κοινωνιολογία) έχει τις ρίζες του στα προβλήματα της αμερικάνικης επιστημονικής σκέψης στους χώρους της βιομηχανίας, της τεχνολογίας και της οικολογίας, ο οποίος μεταφέρθηκε ραγδαία σε μία μεγάλη σειρά χωρών του πλανήτη. Ουσιαστικά δεν πρόκειται για έναν επιμέρους κλάδο αλλά για περισσότερους, αφού μπορούμε πλέον να κάνουμε λόγο: για βιομηχανική ψυχολογία, για ψυχολογία της τεχνολογίας, για οικολογική ψυχολογία και για ψυχολογία των εργασιακών και ανθρώπινων σχέσεων.

Παράλληλα δεν θα πρέπει να αγνοούνται και ορισμένοι άλλοι κλάδοι της ψυχολογίας, που τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ραγδαία σε μια σειρά χωρών του εξωτερικού, αλλά και στη χώρα μας. Ανάμεσα σ' αυτούς τους κλάδους, οι οποίοι τα προσεχή χρόνια αναμένεται να αρχίσουν να παίζουν καθοριστικό ρόλο, ξεχωρίζουν:

- η *Ψυχοφυσιολογία*, που σχετίζεται με τη βιολογία και την πειραματική ψυχολογία,
- η *Νευροφυσιολογία*,

---

4. Βλέπε Μ. Νασιάκου, όπου πριν, σελ. 28.

5. Βλέπε Maurice Debesse και Gaston Mialaret, «Οι Παιδαγωγικές Επιστήμες», 8τομο έργο, 1ος τόμος: Γενική Εισαγωγή, εκδόσεις Δίπτυχο, Αθήνα, 1980, σελ. 151-187.

- η *Γενετική*,
- η *Ψυχο-φαρμακολογία*.

Όλα όσα αναφέρθηκαν προηγούμενως έχουν την έννοια μιας γενικής και εξαιρετικά συνοπτικής αναφοράς στον κλάδο της σύγχρονης ψυχολογίας, ώστε ο αναγνώστης να δυνηθεί να προσεγγίσει τα θέματα της *Τουριστικής Ψυχολογίας*, που θα ακολουθήσουν. Και συνεπώς αυτό που ενδιαφέρει εδώ είναι η κατανόηση της σπουδαιότητας του ρόλου που διαδραματίζει η σημερινή ψυχολογία σε μια εξαιρετικά ευρεία γκάμα θεμάτων της ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, μέσα στην οποία ξεχωρίζει με τη σημασία της, με την αναγκαιότητά της και με τη μαζικότητά της η τουριστική διεργασία.

## 1.2. Σχέσεις Ψυχολογίας Τουρισμού με άλλους Κλάδους

Στις ημέρες μας η σύγχρονη ψυχολογία, στην προσπάθεια κατανόησης και ερμηνείας των εκδηλώσεων της ανθρώπινης «ψυχής», όπως προαναφέρθηκε, είναι υποχρεωμένη να παίρνει στοιχεία πολλών άλλων συναφών και παρεμφερών επιστημονικών κλάδων στα πλαίσια της διεπιστημονικής ανάλυσης.

Έτσι στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται ορισμένοι άλλοι κλάδοι της επιστήμης, που με τρόπο άλλοτε άμεσο και άλλοτε έμμεσο προσφέρουν στοιχεία, διαπιστώσεις, ερευνητικό υλικό, ακόμα και «νόμους» για την υποβοήθηση του δύσκολου έργου της ψυχολογίας.

Η αναφορά που ακολουθεί, στους κλάδους αυτούς, έχει την έννοια διασύνδεσης των κλάδων αυτών όχι με την ψυχολογία γενικά αλλά με την έννοια διασύνδεσης των επιστημονικών αυτών κλάδων με το σύγχρονο κλάδο της *Τουριστικής Ψυχολογίας*, που είναι και αυτό που ενδιαφέρει την παρούσα εργασία.

Η παράθεση αυτή θα είναι συνοπτική λόγω της φύσης της εργασίας, όμως παρέχει ουσιαστικά στοιχεία σε ότι αφορά στην κατανόηση των προβλημάτων της τουριστικής ψυχολογίας. Και συνδέεται άμεσα με τα κεφάλαια 5 και 6 του ΜΕΡΟΥΣ Β' του βιβλίου, που αναφέρονται στα ειδικά και στα γενικά θέματα και τα οποία σχετίζονται με την τουριστική ψυχολογία αντίστοιχα.

## α) Σχέσεις με την Πολιτική Επιστήμη

Οι σχέσεις ανάμεσα στην Τουριστική Ψυχολογία και στην Πολιτική Επιστήμη είναι ουσιώδεις και πολυσήμαντες, μιας και η πολιτική επιστήμη, σαν κλάδος που αναφέρεται στο «κράτος» και την «εξουσία» και τους επιμέρους θεσμούς του, ενδιαφέρει άμεσα τον τουρισμό.

Οι στόχοι της τουριστικής ψυχολογίας τόσο στον τομέα του τουρίστα-καταναλωτή, όσο και στον χώρο εργασίας των τουριστικών επαγγελματιών, σχετίζεται άμεσα με την πολιτική επιστήμη, αφού η οργάνωση, ο σχεδιασμός και η χάραξη κάθε επιμέρους τουριστικής πολιτικής από το κράτος και τους θεσμούς του μπορεί να παίξει αποφασιστικό ρόλο για τα δεδομένα της τουριστικής ψυχολογίας (είτε αυτή έχει να κάνει με τον δημόσιο τομέα είτε με τον ιδιωτικό).

Σε θεσμικό, εξάλλου, επίπεδο της εκτελεστικής εξουσίας, υπάρχει μια σειρά από θεσμούς και όργανα (λ.χ. υφυπουργείο Εθνικής Οικονομίας με αρμοδιότητα στον Τουρισμό, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Νομαρχιακές Επιτροπές Τουρισμού, Διυπουργικό Όργανο Τουρισμού, Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, Τμήμα Τουρισμού, Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών, κ.λπ.) που οι επιδράσεις τους κατά τη λειτουργία ή τη δυσλειτουργία τους επηρεάζουν άμεσα την τουριστική ψυχολογία.

Ας μην παραγνωρίζεται, εξάλλου, ότι αυτή καθαυτή η χάραξη της τουριστικής πολιτικής της κάθε χώρας επηρεάζει σημαντικά πολλές από τις γενικές αλλά και ειδικές δραστηριότητες της τουριστικής ψυχολογίας, όπως για παράδειγμα οι αποφάσεις για χαρακτηρισμό ενός τόπου σαν κύριου τουριστικού αναπτυξιακού προορισμού, οι οποίες αλλάζουν τα κοινωνικά και ψυχολογικά δεδομένα των κατοίκων της περιοχής.

Ολοκληρώνοντας τη διασύνδεση πολιτικής επιστήμης με την τουριστική ψυχολογία θα πρέπει να αναφερθούν και ακόλουθα θέματα:

- Διεθνολογικές προσπάθειες τουριστικής δράσης (π.χ. δραστηριότητες Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, Ηνωμένων Εθνών, Ευρωπαϊκής Ένωσης, κ.λπ.),
- Θέματα ανάλυσης εθνικών τουριστικών πολιτικών,
- Προβλήματα οικονομικής πολιτικής, που παίρνονται σε κυβερνητικό επίπεδο,

- Θέματα ειδικών τουριστικών επιλογών που αναφέρονται στην ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, κ.λπ.

## **β) Σχέσεις με το Δίκαιο**

Η διασύνδεση Τουριστικής Ψυχολογίας και επιστήμης του Δικαίου (πιο γνωστή σαν Νομική Επιστήμη) είναι δεδομένη, μιας και η όλη οργάνωση και λειτουργία του τουριστικού τομέα βασίζεται σε ένα νομοθετικό πλαίσιο ιδιαίτερα ευρύ και πολυδαίδαλο.

Το νομοθετικό αυτό πλαίσιο που καλύπτει πολλούς και διαφορετικούς κλάδους του δικαίου (όπως το Εμπορικό Δίκαιο, το Διεθνές Ιδιωτικό Δίκαιο, το Αστικό Δίκαιο, το Εργατικό Δίκαιο, το Φορολογικό Δίκαιο, το Ασφαλιστικό Δίκαιο, το Δίκαιο Αερομεταφορών, το Δίκαιο της Θάλασσας και το Δίκαιο του Διαστήματος, για να αναφερθούμε μόνο στους πλέον σχετικούς κλάδους), έχουν οριοθετήσει και το πλαίσιο του εξειδικευμένου Τουριστικού Δικαίου που με μια σειρά νομικών κανόνων καθορίζει και το όλο θέμα της τουριστικής ανάπτυξης.

Και με την έννοια αυτή ενδιαφέρει όλους τους κλάδους των κοινωνικών επιστημών, ανάμεσα στους οποίους η ψυχολογία παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο, μιας και η επίρροια των νομικών κανόνων επηρεάζει την τουριστική συμπεριφορά σε μεγάλο βαθμό. Δίνω ένα απλό παράδειγμα που είναι όμως ενδεικτικό για την προκειμένη περίπτωση: οι νομικοί κανόνες που καθορίζουν την άσκηση γυμνισμού σε μια χώρα μπορούν να δημιουργήσουν σημαντικά κοινωνικά και ψυχολογικά προβλήματα τόσο σε τουρίστες όσο και σε κατοίκους κάποιων περιοχών, αν δεν υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο που να διέπει τη λειτουργία του. Το παράδειγμα αυτό δεν είναι τυχαίο για την Ελλάδα, αν ληφθούν υπόψη όσα μεσολάβησαν κατά τα πρώτα χρόνια άσκησης γυμνισμού στη χώρα μας, τις αντιδράσεις των κατοίκων, τις κινητοποιήσεις κάποιων εκπροσώπων της εκκλησίας και τις σπασμωδικές αντιδράσεις της Πολιτείας.

Επίσης, δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται ότι η σύγχρονη τουριστική επιχείρηση – τόσο σε επίπεδο λειτουργίας της εκμετάλλευσης, όσο και σε επίπεδο έμφυχου δυναμικού– υπόκειται σε μία μεγάλη σειρά κανόνων της Διοικητικής, Φορολογικής, Εργατικής και Ασφαλι-



στικής Νομοθεσίας και Νομολογίας<sup>6</sup>, η χρήση της οποίας προσφέρει το απαραίτητο εκείνο πραγματολογικό-νομικό υπόβαθρο<sup>7</sup> για την πληρέστερη κατανόηση και λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και στους αναπτυξιακούς νόμους.

Τέλος, θα ήθελα να τονιστεί εδώ, ότι η αρχική δημιουργία του υφυπουργείου Τουρισμού και η μετεξέλιξή του σε υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού, ως την κατάργησή του εκ νέου και την υπαγωγή του και πάλι στο ΥΠΕΘΟ δεν συνέβαλε ουσιαστικά στην εκκρεμότητα ψήφισης ενός νόμου πλαισίου για τον τουρισμό. Διότι μέσα στην τελευταία δεκαετία έχουν εισαχθεί οκτώ (αριθμός 8) νομοσχέδια για ψήφιση στη Βουλή, δίχως κανένα από αυτά να γίνει νόμος του Κράτους. Ελπίδα όλων των τουριστικών φορέων ήταν ότι το 9ο νομοσχέδιο –παρά τις αντιδράσεις ορισμένων εξ αυτών– θα καταστεί νόμος του κράτους στο Α' Τμήμα Θερινών Διακοπών της Βουλής τον Ιούλιο του 1993. Πράγμα που επετεύχθη.

### γ) Σχέσεις με την Οικονομική Επιστήμη

Στο σημείο αυτό οι σχέσεις της Τουριστικής Ψυχολογίας με την Οικονομική Επιστήμη είναι πολύ περισσότερο κατανοητές για τον αναγνώστη, διότι η όλη δομή και λειτουργία του τουριστικού θεσμού είναι βασισμένη πάνω στην οικονομική ανάλυση και έρευνα του παραδοσιακού σχήματος «παραγωγή-κατανάλωση».

Αυτό δε συμβαίνει, διότι όλος ο τουρισμός αποτελεί ένα οικοδόμημα το οποίο εδράζεται πάνω σε οικονομικές καθαρά βάσεις και ακόμη θεσμό όπου οι κύριες οικονομικές έννοιες (λ.χ. προϊόν, προσφορά-ζήτηση, δαπάνη, κόστος, προϋπολογισμός, πληθωρισμός κ.λπ.) βρίσκουν μια καινούργια και με πολλές ιδιαιτερότητες εφαρμογή.

Επίσης, υπάρχει μια στενή διασύνδεση αυτών των εννοιών της

- 
6. Βλέπε σχετικά το βιβλίο του Ευάγγελου Μούντανου «Κώδικας Ξενοδοχειακής Νομοθεσίας και Νομολογίας», Αθήνα, 1979 (ενημερώνεται κάθε τρίμηνο).
  7. Βλέπε επίσης το βιβλίο της Αντωνίας Ευθυμιάτου-Πουλάκου, «Στοιχεία Τουριστικής Νομοθεσίας», εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, Αθήνα, 1987. Βλέπε και στον Πίνακα Νο 9 του παραρτήματος για τον αναπτυξιακό νόμο 1892/90.

οικονομίας με τις έννοιες εκείνες της ψυχολογίας (λ.χ. αντίληψη, γνώση, μάθηση, μνήμη, προσαρμοστικότητα, ικανοποίηση αναγκών κ.λπ.) που απασχολούν στις ημέρες μας όχι μόνο τον τουριστικό επιχειρηματία και τον εργαζόμενο στα τουριστικά επαγγέλματα, αλλά και τον ίδιο τον τουρίστα-καταναλωτή (ο οποίος ας σημειωθεί είναι ένας εξαιρετικά ιδιόμορφος καταναλωτής, όπως θα φανεί και στη συνέχεια).

Για όλα τα παραπάνω θα λέγαμε ότι η σχέση της τουριστικής ψυχολογίας με την οικονομία είναι σχετικά πιο γνωστή στον μέσο πολίτη ή ασχολούμενο με τον τουρισμό. Εξάλλου, η εισαγωγή και στον χώρο του τουρισμού των εξειδικευμένων κλάδων της «Τουριστικής Οικονομικής», της «Οικονομικής των Τουριστικών Εκμεταλλεύσεων» και του «Τουριστικού Μάρκετινγκ» οριοθετεί το πλαίσιο οικονομικής σημασίας του τουρισμού στις σύγχρονες αναπτυγμένες κοινωνίες<sup>8</sup>.

#### **δ) Σχέσεις με την Επικοινωνιολογία**

Αναφορικά με τη διασύνδεση της Τουριστικής Ψυχολογίας με την Επικοινωνιολογία –που αποτελεί σύγχρονο κλάδο της επιστήμης που εξετάζει τα θέματα μεταδοτικότητας, διεισδυτικότητας και απόδοσης των μηνυμάτων, μεταδόσεων, πληροφοριών, εικόνων, κ.λπ.– είναι έξω από κάθε αμφιβολία ότι η σπουδαιότητά της είναι κεφαλαιώδης.

Αυτό συμβαίνει σήμερα, διότι στην εποχή μας όλη η διαμόρφωση της ανθρώπινης συμπεριφοράς περνάει αναπόφευκτα από όλα τα σύγχρονα επικοινωνιακά κανάλια (που αποκαλούνται «επικοινωνιακοί δίαυλοι» και που είναι ο Τύπος, το Ραδιόφωνο και η Τηλεόραση κύρια, αλλά και το βίντεο, οι ιδιωτικές προβολές, internet, social media, κ.λπ., που όλα μαζί αποτελούν τα Μαζικά Μέσα Ενημέρωσης (ή αλλιώς mass media).

---

8. Με τα περισσότερα από αυτά τα θέματα της τουριστικής οικονομικής, έχει ασχοληθεί στο παρελθόν ο Σταύρος Καλφιώτης με βιβλία του στις εκδόσεις Θ.Π. Τυροβολάς. Παρ' όλα αυτά απαιτείται σύντομα νέοι τουριστικοί επιστήμονες του χώρου αυτού της τουριστικής οικονομικής να ασχοληθούν, εμπλουτίζοντας την πραγματικά φτωχή ελληνική επιστημονική τουριστική βιβλιογραφία στον τομέα αυτό, που τόσο πολύ μεγάλη σημασία έχει για τον τόπο μας.

Τα σύγχρονα μέσα μαζικής ενημέρωσης ενέχουν στις ημέρες μας ιδιάζουσα σπουδαιότητα για όλους τους επιμέρους θεσμούς της κοινωνικής ζωής και δεν θα μπορούσε ασφαλώς να είναι διαφορετική και η αντιμετώπιση του τουριστικού τομέα. Δίνω ένα απλό παράδειγμα: ...η «ταξιδιωτική οδηγία» του προέδρου των ΗΠΑ Ρόναλντ Ρέιγκαν (σχετικά με τον ελληνικό τουρισμό, που πέρασε ακριβώς μέσα από αυτούς τους κύριους επικοινωνιακούς διαύλους στον μέσο αμερικανό τουριστικό καταναλωτή το 1985 και στοίχισε υπέρογκα ποσά στην εθνική μας οικονομία τα έτη 1985-1987.

Εδώ θα πρέπει να επισημανθεί ότι όσο πιο ανοικτό και δημοκρατικό είναι ένα πολιτικο-κοινωνικό σύστημα, τόσο τα αφορώντα την ενημέρωση και πληροφόρηση της κοινής γνώμης μέσα χρησιμοποιούν χωρίς εμπόδια την πληθώρα των επικοινωνιακών διαύλων για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων. Αυτό ακριβώς συμβαίνει και στα πλαίσια του σύγχρονου αναπτυγμένου τουρισμού, όπου πλέον η εικόνα έχει υποκαταστήσει τα περισσότερα είδη τουριστικής προσέλευσης (πράγμα που διαπιστώνει ο τουριστικός επισκέπτης σε όλες τις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού).

Σε αυτό ακριβώς το πλαίσιο της επιστήμης της επικοινωνιολογίας (Communicology) η τουριστική ψυχολογία μπορεί να βρει ένα άριστο εργαλείο κατανόησης και ερμηνείας των τόσων πολύπλοκων προβλημάτων που αντιμετωπίζει στην προσπάθεια ανάλυσης της τουριστικής συμπεριφοράς. Και όντως τα στοιχεία πραγματολογικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται από τον χώρο της επικοινωνίας, αποτελούν βασικό υλικό ανάλυσης μεγάλης συχνά σημασίας, ανάλογα με τη φύση του εξεταζόμενου θέματος.

### **ε) Σχέσεις με την Ανθρωπολογία**

Εξαιρετικά σημαντική (όπως ακριβώς και για την Τουριστική Κοινωνιολογία)<sup>9</sup> είναι η διασύνδεση της Τουριστικής Ψυχολογίας με την Ανθρωπολογία και την Κοινωνική Ανθρωπολογία, καθώς και με όλους τους συναφείς προς τις τελευταίες επιστημονικούς κλάδους

---

9. Βλέπε βιβλίο Περικλή Ν. Λύτρα, «Τουριστική Κοινωνιολογία», όπου πριν, σελ. 74-75.

(λ.χ. Εθνολογία, Λαογραφία, Δημογραφία, Ιστορία και Φιλοσοφία της Ιστορίας, κ.λπ.).

Πρόκειται για μια σχέση που ξεκινάει από τη μελέτη, ανάλυση και ερμηνεία των πρωτόγονων ανθρώπινων κοινωνιών και των κοινωνικο-πολιτικών συστημάτων που είχαν αναπτυχθεί από κάποιους λαούς, όπως η αρχαία Βιρμανία για παράδειγμα, με τις κοινωνίες «Kachin Gumsa», «Hpralang» και «Lweje» και άλλες<sup>10</sup>.

Σχέση που περνάει μέσα από έννοιες ιστορικο-φιλοσοφικές, που σχετίζονται με την εξουσία, τη θρησκεία και όλους τους πρωτογενείς κοινωνικούς θεσμούς των πρωτόγονων κρατικών κοινωνιών σε όλες τις ηπείρους και ολοκληρώνεται στα πορίσματα της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Ανθρωπολογίας, στην έρευνα των ριζών και των γλωσσών που επεβλήθησαν στις ευρωπαϊκές φυλές και την οριοθέτηση της πορείας αυτής τους τελευταίους είκοσι αιώνες.

Από όλα αυτά τα στοιχεία που προσφέρει ο κλάδος της ανθρωπολογίας, η τουριστική ψυχολογία έχει μια άριστη ευκαιρία να χρησιμοποιήσει πραγματολογικά στοιχεία που σχετίζονται με τις καταβολές των λαών μέσα από την ιστορία, με τα εθνοκεντρικά στοιχεία, που συχνά διέπουν τον τουρισμό<sup>11</sup>, για τη διερεύνηση ψυχολογικών θεμάτων σε υποανάπτυκτες περιοχές και τις επιπτώσεις τους πάνω στην ψυχολογία των κατοίκων, κ.λπ.

Πρόκειται για στοιχεία και δεδομένα που πολλές φορές αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της όλης ψυχολογικής ανάλυσης που θα πρέπει να διέπει τη σφαιρική αντιμετώπιση που απαιτεί η τουριστική ψυχολογία.

## στ) Σχέσεις με την Οικολογία

Αφήσαμε για το τέλος τις σχέσεις της Τουριστικής Ψυχολογίας με την Οικολογία, που είναι σχετικά πρόσφατες και παρουσιάζουν μια ιδιο-

---

10. Βλέπε το βιβλίο του E.R. Leach «Les Systemes Politiques des Hautes Terres de Birmanie», εκδόσεις F. Maspero, σειρά Bibliothéque d' Anthropologic, πρόλογος του R. Firth και επίλογος του J. Pouillon, Παρίσι, 1972, σελίδες 400.

11. Βλέπε κεφάλαιο 5.7 με τίτλο «Σημεία εθνοκεντρικών κατευθύνσεων στον τουρισμό» του Μέρους Β'.

μορφία εξαιτίας του εξαιρετικά ουσιώδους περιεχομένου τους και για τον τουρισμό.

Και αυτό συμβαίνει, διότι η εποχή μας κυριαρχείται σε όλα της τα επίπεδα από τα προβλήματα που προκύπτουν από την αλόγιστη χρήση των δεδομένων του φυσικού περιβάλλοντος και τη συνακόλουθη επιβάρυνση της ανθρώπινης διαβίωσης σε όλον τον πλανήτη.

Για τον λόγο αυτό ακριβώς η οικολογία, σαν σύγχρονος επιστημονικός κλάδος, έχει μια υπερβολικά μεγάλη σπουδαιότητα και παράλληλα μία παγκοσμιότητα, αφού τα θέματά της δεν μπορούν να αγνοηθούν σε κανένα σημείο της παγκόσμιας κοινωνίας, μιας και οι επιπτώσεις των οικολογικών καταστροφών δεν γνωρίζουν όρια και σύνορα.

Γεγονός που αποδείχθηκε ολοφάνερα μετά το πυρηνικό ατύχημα του Τσέρνομπιλ στη Σοβιετική Ένωση και τις επιπτώσεις που επακολούθησαν (πολλές από τις οποίες θα φανούν, σύμφωνα με τους ειδικούς επιστήμονες, τα επόμενα τριάντα με σαράντα χρόνια) για πολλές ευρωπαϊκές χώρες σε πολλά επίπεδα.

Με την έννοια αυτή ο τουρισμός, που είναι ένας ιδιαίτερα ευπαθής κοινωνικός θεσμός σε πολλές και διαφορετικές διεθνολογικού χαρακτήρα κρίσεις, δεν μπορεί να αγνοήσει τις επιπτώσεις πάνω στο περιβάλλον είτε αυτές είναι γενικές (που αφορούν όλο το πλαίσιο της κοινωνικής ζωής και αυτό που ονομάζεται ποιότητα ζωής), είτε είναι ειδικές και αφορούν εξειδικευμένα στην καταστροφή του περιβάλλοντος εξαιτίας καθαρής της τουριστικής ανάπτυξης.

Με την έννοια αυτή η τουριστική ψυχολογία σαν κλάδος που μελετά την ανθρώπινη τουριστική συμπεριφορά και τις απαιτήσεις της, ενδιαφέρεται άμεσα για τα οικολογικά δεδομένα στον χώρο του τουρισμού, για τη συχνή άναρχη πολεοδομική διεργασία, για την ολοένα εκτεινόμενη μόλυνση υδάτων ποταμών, λιμνών και θαλασσών, για τις αλλαγές προς το χειρότερο των ρύπων της ατμόσφαιρας (στις οποίες με την ευκαιρία τονίζουμε ότι δεν είναι άμοιρες και οι αεροπορικές μεταφορές), για την καταστροφή των μνημείων και δεδομένων της πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς των λαών, κ.λπ. που αφορούν ιδιαίτερα την τουριστική ανάπτυξη.

Αλλά πέρα από αυτά τα γενικά και τις ειδικότερες εκδηλώσεις οικολογικών και περιβαλλοντολογικών επιβαρύνσεων που σχετίζο-

νται με τον τουρισμό, όπως η ηχορύπανση (ας σημειωθεί ότι το 1987 υπήρξε Ευρωπαϊκό Έτος Περιβάλλοντος), η χωρίς έλεγχο άναρχη αφισκόλληση, η προβληματική γύρω από την πληθυσμιακή συσσώρευση και τα προβλήματα της και τόσα άλλα, που φαίνονται μικρά, αλλά όμως επηρεάζουν αποφασιστικά την ψυχολογία του τουρίστα σε ατομικό ή σε συλλογικό επίπεδο.

Αυτή η στενή διασύνδεση της τουριστικής ψυχολογίας με τα θέματα του επιστημονικού κλάδου της οικολογίας, προβλέπεται να καταστεί μια από τις πιο βασικές πλευρές του τουρισμού στα επόμενα χρόνια σε όλες τις χώρες του πλανήτη μας, ιδίως μετά τις διαπιστώσεις-πορίσματα του «Ευρωπαϊκού Έτους Τουρισμού» το 1990.

### **1.3. Οι Ιδιαιτερότητες της Καταναλωτικής Συμπεριφοράς στον Τουρισμό**

Το ζήτημα της γνώσης της συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι ιδιαίτερα κρίσιμο τόσο για τον ίδιο τον *καταναλωτή*, όσο και για τις σχετικές *επιχειρήσεις*. Με τον όρο «συμπεριφορά καταναλωτή» (Consumer Behaviour)<sup>12</sup> εννοούμε την ιδιαίτερη εκείνη συμπεριφορά που διαμορφώνει το άτομο ή μια ομάδα ατόμων απέναντι στη διαδικασία της αγοράς σε ότι αφορά τις αγοραστικές του επιλογές και που είναι δυνατό να παρατηρηθούν, να καταγραφούν και στη συνέχεια να αναλυθούν και να ερμηνευθούν.

Αυτή ακριβώς η καταναλωτική συμπεριφορά –μερικά στοιχεία της οποίας θα μας απασχολήσουν διεξοδικά στα επόμενα κεφάλαια– αφορά με έναν εντελώς ιδιαίτερο τρόπο τον τουριστικό τομέα. Αυτό οφείλεται αφ' ενός μεν στην κοινωνιολογική σπουδαιότητα ενός τόσο σημαντικού θεσμού σαν τον τουρισμό και αφ' ετέρου στην ψυχολογική σημασία ορισμένων παραγόντων στην αγορά του τουριστικού προϊόντος.

Σε ότι αφορά την κοινωνιολογική σπουδαιότητα του τουριστικού θεσμού και των επιμέρους χαρακτηριστικών του γνωρισμάτων σε σχέ-

---

12. Για τη συμπεριφορά του καταναλωτή κυκλοφορούν και στη χώρα μας αρκετά αξιόλογα βιβλία. Ένα από αυτά είναι αυτό του Κώστα Μαγνήσαλη, με τίτλο «Καταναλωτική», εκδόσεις Θ.Π. Τυροβολάς, Αθήνα, 1981.