



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

---

**Τουρισμός γκέι-λεσβιών: διερεύνηση παρούσας  
κατάστασης και προοπτικών ανάπτυξης στην  
Ελλάδα**

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

---

Εισηγήτρια: Ναταλία, Τασόγλου, Α.Μ. 1878

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©

**2017**



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE**

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS  
DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING**

---

**Gay - lesbian tourism: exploration of the  
current situation and prospects for growth in  
Greece**

**DIPLOMA THESIS**

Student: Natalia Tasoglou, 1878

Supervisor: Dr. Nikolaos Trihas

©

**2017**

**Υπεύθυνη Δήλωση:** Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ένα πολύ σημαντικό κομμάτι του τουρισμού που σταδιακά αναδύεται και τείνει να λάβει εξέχουσα θέση στον χώρο της τουριστικής αγοράς, είναι αυτό του τουρισμού των γκέι-λεσβιών. Ήδη από το 1990, το οποίο ανακηρύχθηκε ως «Ευρωπαϊκό Έτος Τουρισμού», ξεκίνησαν να καταγράφονται συστηματικές προσπάθειες εκ μέρους των τουριστικών καταλυμάτων προκειμένου τα ομοφυλόφιλα άτομα να αποκτήσουν όσο το δυνατό πληρέστερη πρόσβαση σε προορισμούς που μέχρι εκείνη τη στιγμή μπορούσαν ελάχιστα ή καθόλου να προσεγγίσουν. Σήμερα η τουριστική βιομηχανία εμφανίζεται ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένη όσον αφορά στην εν λόγω ομάδα τουριστών η οποία σύμφωνα με πλήθος ερευνών τείνει να «καταλάβει» τα επόμενα χρόνια ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης. Σκοπός της παρούσας εργασίας, είναι η μελέτη της αγοράς των ομοφυλόφιλων τουριστών τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκοσμίως. Κύρια συμπεράσματα τα οποία προέκυψαν από την εν λόγω εργασία είναι ότι ο τουρισμός των γκέι-λεσβιών είναι μία ειδική μορφή τουρισμού, η οποία μπορεί να αποτελέσει σημαντική πηγή εσόδων για την ελληνική τουριστική βιομηχανία και ότι η έλλειψη ουσιαστικών υποδομών, ενός σαφώς καθορισμένου θεσμικού πλαισίου και η ανεπαρκής εκπαίδευση είναι τα κυριότερα «εμπόδια» στην ανάπτυξη του τουρισμού των γκέι-λεσβιών στην Ελλάδα. Τέλος, το γεγονός ότι η ελληνική κοινωνία στο σύνολό της, θα πρέπει να αποκτήσει συνείδηση όσον αφορά στην αποδοχή, εξυπηρέτηση και αντιμετώπιση των ομοφυλόφιλων τουριστών αποτελεί βασικό συμπέρασμα της παρούσας εργασίας.

**Λέξεις κλειδιά:** Ελλάδα, γκέι, λεσβίες, τουρισμός, ειδικές μορφές τουρισμού

## **ABSTRACT**

A very important part of tourism gradually emerges and tends to take a prominent position in the tourism market place is that of gay-lesbian tourism. Already in 1990, which was declared as “European Tourism Year”, a systematic effort began to be recorded by the tourist accommodation to gay people to gain the fullest possible access to destinations that until that moment could little or nothing to approach. Today the tourism industry appears particularly sensitive with regard to this group of tourists which according to numerous surveys tend to occupy the next few years, a major global tourism market share. The purpose of this thesis is the study of the market of gay tourists both in Greece and worldwide. Main conclusions arising from this work is that the gay tourism is an special form of tourism, which can be an important source of revenue for the Greek tourism industry and the lack of essential infrastructure, a well-defined institutional framework and inadequate training. They are the main “obstacles” in the development of gay tourism in Greece. Finally the fact that the Greek society as a whole, must become conscious in terms of acceptance, service and treatment of gay tourists is a key finding of this study.

**Key words:** Greece, gay, lesbian, tourism, special forms of tourism

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	2
Abstract .....	3
Πίνακας Εικόνων.....	8
1 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
1.1  Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού .....	9
1.2  Ο Ρόλος του Τουρισμού στην Ελλάδα.....	9
1.3  Τουρισμός και ευρωπαϊκή οικονομία .....	10
1.4  Ειδικός και Εναλλακτικός τουρισμός .....	11
1.5  Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού.....	13
1.6  Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα. ....	13
2 <sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ  ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	15
2.1  Ομοφυλοφιλία .....	15
2.2  Τα αίτια της ομοφυλοφιλίας.....	17
2.3  Προβλήματα ταυτότητας ομοφυλοφίλων .....	18
2.4  Στάσεις των ετεροφυλόφιλων απέναντι στους ομοφυλόφιλους.....	19
2.5  Τι είναι η ΛΟΑΤ κοινότητα και τα σύμβολα της. ....	23
2.6  Χαρακτηριστικά και προφίλ gay τουριστών.....	26
2.7  Gay άτομα και λόγοι που ταξιδεύουν .....	27
2.8  Διακοπές και γκέι ταυτότητα .....	30
2.9  Αναβάθμιση και Ταξίδια.....	31
2.10  Προφίλ γκέι και λεσβιών από τη CMI .....	32
2.11  Δημογραφικά στοιχεία.....	33
2.12  Τουριστικά δρώμενα για τους gay .....	34
2.12.1  GAY PRIDE .....	34
2.12.2  Έκρηξη του Gay Τουρισμού στη Διεθνή Τουριστική Αγορά .....	34
2.13  Ο gay τουρισμός στην Ελλάδα. Η περίπτωση της Μυκόνου.....	39
2.14  Δημοφιλείς ελληνικοί προορισμοί για τους gay τουρίστες .....	41

2.14.1	To gay friendly ξενοδοχείο Geranium Moonlight στη Μύκονο .....	41
2.15	Οι γάμοι ομοφυλοφίλων .....	43
2.16	Σχετικές ερευνες.....	44
2.17	Προορισμοί.....	45
3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	46
3.1	Σκοπός της μελέτης .....	46
3.2	Είδος της έρευνας.....	46
3.3	Εργαλείο της έρευνας.....	47
3.4	Μέθοδοι ανάλυσης των δεδομένων .....	47
3.5	Χρονοδιάγραμμα εργασίας .....	48
3.6	Το δείγμα της έρευνας .....	48
4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	50
4.1	Δημογραφικά στοιχεία της έρευνας.....	50
4.1.1	Προσωπική κατάσταση συμμετεχόντων .....	52
4.1.2	Κατηγορία συμμετεχόντων .....	52
4.1.3	Ηλικία συμμετεχόντων .....	53
4.1.4	Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων στην έρευνα .....	54
4.1.5	Επαγγελματική - οικονομική κατάσταση συμμετεχόντων.....	55
4.2	Συνήθης τρόπος ταξιδιού .....	57
4.3	Μέθοδοι κράτησης εισιτηρίων.....	58
4.4	Είδος καταλύματος που επιλέγεται για διακοπές.....	59
4.5	Επιθυμία συμπεριφοράς προσωπικού στα καταλύματα.....	60
4.6	Επίσκεψη προορισμού με σκοπό τη συμμετοχή σε LGBT event .....	61
4.7	Λόγοι πραγματοποίησης ενός ταξιδιού.....	62
4.8	Παράγοντες για την επιλογή προορισμού.....	63
4.9	Χαρακτηριστικά προορισμού.....	65
4.10	Κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού .....	66
4.11	Χαρακτηριστικά ενός gay friendly καταλύματος.....	67

4.12	Απαντήσεις σχετικές με τον τουρισμό των γκέι-λεσβιών στην Ελλάδα ..	69
4.13	Αγαπημένοι προορισμοί σε Ελλάδα και εξωτερικό. ....	71
5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΣΥΖΗΤΗΣΗ .....	75
5.1	Οι τρόποι προώθησης των επιχειρήσεων του Ομοφυλόφιλου τουρισμού ...	77
5.2	Μελλοντικές έρευνες .....	78
Βιβλιογραφία.....		80
Ξενόγλωσση.....		80
Ελληνόγλωσση .....		82
Παράρτημα.....		86
Εικόνες από events .....		86



## Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων στην έρευνα .....	50
Πίνακας 2: Λόγοι πραγματοποίησης ενός ταξιδιού .....	62
Πίνακας 3: Παράγοντες επιλογής ενός προορισμού .....	64
Πίνακας 4: Χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας προορισμός.....	65
Πίνακας 5: Κριτήρια για την επιλογή καταλύματος .....	66
Πίνακας 6: Χαρακτηριστικά ενός φιλικού προς τους γκέι καταλύματος.....	68
Πίνακας 7: Βαθμός συμφωνίας σε διάφορες προτάσεις.....	70
Πίνακας 8: Δημοφιλέστεροι προορισμοί σε Ελλάδα και εξωτερικό .....	72

## Λίστα Διαγραμμάτων

Σχήμα 1: Προσωπική κατάσταση συμμετεχόντων .....	52
Σχήμα 2: Κατηγορία συμμετεχόντων.....	53
Σχήμα 3: Ηλικία συμμετεχόντων .....	54
Σχήμα 4: Επίπεδο Εκπαίδευσης συμμετεχόντων .....	55
Σχήμα 5: Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων.....	56
Σχήμα 6: Οικονομική κατάσταση συμμετεχόντων .....	57
Σχήμα 7: Συνήθης τρόπος ταξιδιού .....	57
Σχήμα 8: μέθοδοι κράτησης εισιτηρίων .....	58
Σχήμα 9: Είδος καταλύματος που επιλέγεται για τις διακοπές .....	59
Σχήμα 10: Επιθυμία συμπεριφοράς προσωπικού στα καταλύματα .....	60
Σχήμα 11: Συμμετοχή σε LGBT event .....	61

# 1<sup>ο</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας, ειδικά στον Δυτικό Κόσμο ενώ παράλληλα αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως την Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία και την Ελλάδα. Πρόσφατα χάρη στη μεγάλη μείωση του κόστους ταξιδιού, υπάρχουν ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί όπως Τσεχία, Ουγγαρία, Κροατία, Τουρκία, Αίγυπτος, που προσελκύουν κάθε χρόνο όλο και περισσότερους τουρίστες με όπλο τις χαμηλές τιμές και την καλή εξυπηρέτηση (Χατζηδάκης, 2015).

## 1.2 Ο Ρόλος του Τουρισμού στην Ελλάδα

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύρρυθμη οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας. Δεν είναι τυχαίο ότι συνεισφέρει περίπου το 18% του ΑΕΠ, αν ληφθούν υπόψη και οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας. Το σύνολο των εσόδων της χώρας μας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, τόσο προϊόντων όσο και υπηρεσιών, και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Στον ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περίπου 800.000 εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Ωστόσο, για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο στην οικονομία της χώρας θα πρέπει εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό να αναπτύξει και άλλες μορφές όπως συνεδριακό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό κ.α. που αποτελούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού. (Χατζηδάκης, 2015).

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η Ελλάδα είναι μια χώρα που προσφέρει ιδανικούς προορισμούς εναλλακτικού τουρισμού με αμέτρητες επιλογές και την ευκαιρία στους επισκέπτες της να εκμεταλλευτούν την ποικιλία αυτή που πηγάζει από την εκπληκτική γεωγραφική της θέση και τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες (Ηγουμενάκης, 2000).

Η πλούσια χλωρίδα και πανίδα της Ελλάδας, είναι οι βασικότεροι παράγοντες που συντελούν στην δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά οι ειδικές μορφές τουρισμού, που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο θεραπευτικός – ιαματικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός, κ.λπ. Έτσι, η χώρα αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές «κλασσικού τύπου», αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας εκτός από την ξεκούραση και την απόλαυση των αξιοθέατων της χώρας και τη μοναδική εμπειρία, που προσφέρουν η φύση και τα «προϊόντα» της, ο θρησκευτικός πολιτισμός της αλλά και οι εξειδικευμένες υποδομές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας (Χατζηδάκης, 2015).

### **1.3 Τουρισμός και ευρωπαϊκή οικονομία**

Ο Τουρισμός συμβάλλει ιδιαίτερα στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας. Είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους με ρυθμό ανάπτυξης που φθάνει το 5%, πολύ πάνω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο και με συνεχή ανοδική πορεία τα τελευταία 15 χρόνια, που κατά πάσα πιθανότητα θα συνεχιστεί και στο μέλλον. Οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές εξελίξεις επαναπροσδιορίζουν τη δομή της τουριστικής βιομηχανίας στην Ευρώπη καθώς και τους ταξιδιωτικούς προορισμούς. Οι κοινωνικές εξελίξεις μεταβάλλουν τον τύπο των διακοπών που προτιμούν οι τουρίστες - σε γενικές γραμμές, μικρότερα σε διάρκεια αλλά πιο συχνά ταξίδια. Αυτή η τάση, σε συνδυασμό με τα τρομοκρατικά χτυπήματα στις ΗΠΑ -που κατέδειξαν πόσο εύθραυστη είναι η τουριστική βιομηχανία- οδηγεί τους τουρίστες να

προτιμούν σχετικά κοντινούς προορισμούς. Αυτή η αλλαγή στις προτιμήσεις συνδυάζεται με τη μεγάλη ποικιλία που υπάρχει πλέον στα μέσα μεταφοράς για τις διακοπές, καθώς οι κρουαζιέρες, τα σιδηροδρομικά και αεροπορικά ταξίδια "σημείο-σημείο" έχουν αυξήσει σημαντικά τον επιβατικό τους όγκο. Επίσης, η νομισματική ένωση, που περικλείει ένα μεγάλο αριθμό ευρωπαϊκών χωρών, αναμένεται να ενισχύσει την ανάπτυξη του ευρωπαϊκού τουρισμού τα επόμενα χρόνια.

Η Ευρώπη αποτελεί τον κορυφαίο τουριστικό προορισμό στον κόσμο, προσελκύνοντας περισσότερο από το 50% της σχετικής αγοράς. Ο αριθμός των αφίξεων είναι διπλάσιος από ό,τι στο μεγαλύτερο ανταγωνιστή της Γηραιάς ηπείρου, την Αμερική. Στην Ευρώπη βρίσκονται οι δύο κορυφαίοι προορισμοί στον κόσμο σε ό,τι αφορά τις αφίξεις, η Γαλλία και η Ισπανία. Από πλευράς εσόδων, η Ευρώπη κατέχει αξιοζήλευτη θέση, με τέσσερις από τους έξι κορυφαίους προορισμούς, και τζίρο πάνω από 100 δισεκατομμύρια ευρώ. Ιδιαίτερα σημαντικό επίσης για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ευρώπη είναι ότι περισσότεροι από το 60% των πολιτών της κάνουν διακοπές. Αξιοπρόσεκτη είναι και η αύξηση της τουριστικής κίνησης στις χώρες του ευρωπαϊκού Νότου, με την Τουρκία να αποτελεί την πρωταθλήτρια (+12%) και να ακολουθείται από την Κροατία (+12%) και τη Σλοβενία (+11%) (Χατζηδάκης, 2015).

#### **1.4 Ειδικός και Εναλλακτικός τουρισμός**

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο με μεγάλη δύναμη, τα τελευταία 50 χρόνια. Στην διάρκεια αυτών των χρόνων ο τουρισμός άλλαξε μορφή και ένταση και εξελίσσεται βάσει τα εκάστοτε πρότυπα των οικονομιών και των κοινωνιών στις οποίες δρα και αναπτύσσεται. Ο τουρισμός έχει αναδειχτεί σε μείζονα οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Οι κοινωνικοοικονομικές αλλαγές επηρεάζουν τις τουριστικές προτιμήσεις με αποτέλεσμα ο σύγχρονος τουρισμός να αλλάζει. Ο μαζικός τουρισμός αφορά την παραδοσιακή αγορά διακοπών η οποία περιλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς. Οι τουρίστες αναζητούν ξεκούραση και διασκέδαση. Σήμερα ο μαζικός

τουρισμός δεν αποτελεί πρότυπο λόγω των αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί στο περιβάλλον. Η Ελλάδα είναι ένας από τους δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς ο οποίος πληρεί τα τρία περίφημα 3S (sea, sun, sand) του μαζικού τουρισμού. Το πρότυπο αυτό διέπεται από βασικούς κανόνες και χαρακτηριστικά τόσο ως προς την ζήτηση όσο και ως την προσφορά. Η ανάπτυξη αυτού του τύπου τουρισμού έχει αναδείξει μεγάλα προβλήματα που σχετίζονται με την εποχικότητα στη ζήτηση και τη συσσώρευση τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές. Ο σύγχρονος τουρίστας δεν έχει καμία σχέση με εκείνον της δεκαετίας του 1960. Πλέον είναι έμπειρος και έχει γνωρίσει διάφορους τουριστικούς προορισμούς. Ως αποτέλεσμα, είναι πιο απαιτητικός ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών που περιμένει σε έναν προορισμό. Γίνεται περισσότερο «ατομιστής» θέλοντας να καλύψει τα δικά του ενδιαφέροντα, κάτι το οποίο οδηγεί στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός δίνει την θέση του σταδιακά στις ειδικές μορφές τουρισμού. Η διεθνής ζήτηση προς τον επιλεκτικό τουρισμό επηρεάζει και την τουριστική αγορά στην Ελλάδα. Ουσιαστικά όταν αναφερόμαστε στις ειδικές και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εννοούμε πως ανταποκρίνονται σε ένα ισχυρό ειδικό κίνητρο, το οποίο όμως μπορεί να συνοδεύεται και από άλλα δευτερεύοντα και λιγότερο σημαντικά κίνητρα. Είναι μια καινούργια φιλοσοφία στον τομέα και περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού που σχετίζονται με τα ενδιαφέροντα των τουριστών.

Η λίστα με τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού είναι μεγάλη αφού αυξάνεται συνεχώς ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες των τουριστών μειώνοντας αισθητά τα ποσοστά του μαζικού οργανωμένου τουρισμού. Με τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές ο τουρισμός αποκτά πάλι έναν κοινωνικό και πολιτιστικό χαρακτήρα ενώ ταυτόχρονα δίνεται έμφαση στο ταξίδι-νόημα και όχι στο ταξίδι-φυγή (Τσάρτας, 2010). Οι δραστηριότητες και τα χόμπι των τουριστών καθορίζουν το πλαίσιο πραγματοποίησης των ταξιδιών. Έτσι, εμπλέκονται ομάδες που θέλουν να αναπτύξουν τα ενδιαφέροντά τους επισκεπτόμενοι μέρη και τοποθεσίες που συνδέονται με έναν ειδικό σκοπό.

## **1.5 Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού.**

Με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μίας περιοχής. (Σφακιανάκης, 2003)

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων και η αποφυγή των κοσμικών παραλιών. Ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος, στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα (Σφακιανάκης, 2003).

## **1.6 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.**

Τα σημαντικότερα είδη τουρισμού που συνθέτουν αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικό τουρισμό είναι: (Σφακιανάκης, 2003)

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Μαθησιακός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας
- Κοινωνικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός

- Αθλητικός τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Ορεινός-ορειβατικός τουρισμός
- Χιονοδρομικός τουρισμός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων
- Περιπατητικός τουρισμός



## 2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

### 2.1 Ομοφυλοφιλία

Ο προσανατολισμός της σεξουαλικής επιθυμίας ή ο γενετήσιος προσανατολισμός είναι εύκολο να διακριθεί από άλλες συνιστώσες της ανθρώπινης σεξουαλικότητας. Η βιολογία του φύλου, η σεξουαλική του συμπεριφορά και η ταυτότητα είναι τα πιο σημαντικά στοιχεία για την διαμόρφωση της σεξουαλικής επιθυμίας του καθένα. Αυτά τα τρία στοιχεία, μπορούν να οδηγήσουν σε μια αρμονική ανάπτυξη, που θα βοηθά το άτομο να ζήσει τη σεξουαλικότητά του με μια αίσθηση ισορροπίας και ωριμότητας. Ο τρόπος που προβάλλουμε και εκφράζουμε την σεξουαλικότητά μας καθορίζεται από το πώς αισθανόμαστε αναφορικά με την «αρσενικότητα» ή την «θηλυκότητά» μας, από το είδος των ατόμων που μας ελκύουν, αλλά και από τα πρότυπα που έχουμε εσωτερικεύσει για τον τύπο του άνδρα ή της γυναίκας που μας αρέσει (Λαγουμίδου, 1996, Maroto, 2006, βρέθηκε σε: Αγγουράκη et al., 2010).

Ετυμολογικά, η λέξη ομοφυλοφιλία είναι σύνθετη με δύο συνθετικά – ομόφυλος, που στα αρχαία ελληνικά σημαίνει του ίδιου φύλου- και φιλία. Ο όρος ομοφυλοφιλία εμφανίστηκε στο τέλος του περασμένου αιώνα. Προέρχεται από την ελληνική λέξη «όμοιος» ή την λατινική «uomo» (άντρας) και την λέξη «σεξουαλικότητα» (Αντωνοπούλου, 1997). Ο όρος αυτός ισχύει και για τα δύο φύλα, ενώ, παράλληλα, για τις γυναίκες αυτού του προσανατολισμού υπάρχει και η λέξη «λεσβία», που προέρχεται από τη Λέσβο - την πατρίδα της ποιήτριας Σαφούς, που έγραψε διάπυρους στίχους για τις συντρόφισσες της (Αντωνοπούλου, 1997:158). Σήμερα αρκετά άτομα που έχουν σεξουαλικό προσανατολισμό προς άτομα του ίδιου φύλου προτιμούν τον όρο «gay». Ο όρος ομοφυλοφιλία σχηματίστηκε και καθιερώθηκε από τον Benkerk, το 1869 (Λαγουμίδου, 1996). Ο John Boswell (1980) αναφέρει ότι ο όρος «gay» χρησιμοποιήθηκε το 13ο και 14ο αιώνα, όταν η λογοτεχνία ήθελε να προσδιορίσει τον έρωτα των χωρικών (Λαγουμίδου, 1996). Ο

όρος gay χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει μια πολιτική ταυτότητα βασισμένη στην σεξουαλική προτίμηση του ατόμου (Pierson & Thomas, 2002, βρέθηκε σε: Πεντίδης, Αρκαδινού, 2006).

Ο όρος ομοφυλοφιλία ερμηνεύεται ως ο σεξουαλικός προσανατολισμός ανδρών και γυναικών που βρίσκουν την σεξουαλική τους ολοκλήρωση με άτομα του ίδιου φύλου. Η ομοφυλοφιλία είναι βασικό στοιχείο της προσωπικότητας των ανθρώπων αυτών. (Αντωνοπούλου, 1997, βρέθηκε σε: Πεντίδης, Αρκαδινού, 2006). Έναν άλλο ορισμό δίνει ο George Weinberg (1965) στη διάρκεια μιας ομιλίας του σε μια ομάδα ομοφυλοφίλων. Ορίζει την ομοφυλοφιλία ως μια φοβία, παθολογική και παράλογη, που έχει ως αποτέλεσμα την ύπαρξη παράλογης συμπεριφοράς και την επιθυμία να καταστραφεί αυτό το ερέθισμα που οδηγεί στη φοβία. (Λοΐζου, 2008)

Ακόμη, ο Adams αναφέρει ότι η ομοφυλοφιλία είναι η αποστροφή που προκαλείται από την αλληλεπίδραση ή τη συναναστροφή με ομοφυλόφιλα άτομα. Οι ομοφυλόφιλοι δέχονται κριτική πολύ έντονα και είναι εύκολα θύματα ρατσισμού λόγω της κατάστασης της κοινωνίας που δεν είναι ακόμη έτοιμη να αποδεχτεί το διαφορετικό. Αντιθέτως, η ομοφυλοφιλία εμφανίζεται από την αρχαιότητα και υπάρχει ακόμη και σήμερα σε πολλές φυλές που έχουν παραμείνει αναλλοίωτες από την εξέλιξη του πολιτισμού (Νέα Γουινέα). Και στις δύο περιπτώσεις η ομοφυλοφιλία θεωρήθηκε κάτι το φυσιολογικό ή ίσως να πέρασε απλά απαρατήρητη από την πλειοψηφία. (Λοΐζου, 2008). Περίπου στις αρχές του 20ου αιώνα, ο Φρόυντ εμφανίζεται ερευνώντας την ομοφυλοφιλία και διαπιστώνοντας ψυχογενετικά αίτια γι' αυτή. Ο Φρόυντ θεωρούσε την κατεύθυνση του ατόμου προς την ομοφυλοφιλία ως ένα φυσικό στάδιο προς την ωρίμανση του ανθρώπου. Σύμφωνα με την φροϋδική λογική, η ψυχοσεξουαλική ανάπτυξη του ατόμου που είναι ομοφυλόφιλο έχει παγιδευτεί. Αυτό συμβαίνει, λόγω των συγκρούσεων μεταξύ των γονέων και του παιδιού που βρίσκεται στα πρώτα στάδια της εξέλιξής του. (Κουκουτσάκη, 2002, βρεέθηκε σε: Αγγουράκη κ.α., 2010) Η ομοφυλοφιλία φαίνεται αρχικά να θεωρείται ως αμάρτημα, αργότερα ως έγκλημα και στην συνέχεια ως ασθένεια (Τζαμαλούκα, 2002, Μπάντμαν, 2000) Η θρησκεία ήταν πρωτοπόρος στη θεώρηση της ομοφυλοφιλίας ως αμάρτημα και καταδίκασε τις μη ηθικές σχέσεις των ομοφυλόφιλων (Ταχτσής, 1992' Αγγουράκη κ.α., 2010)

Αντίθετα από τη θρησκεία, η ιατρική θεώρησε την ομοφυλοφιλία ως ασθένεια ή ηθική νόσο. Προσπάθησε να τη μελετήσει και κατά τη διάρκεια αυτής την ονόμασε «εκ γενετής κληρονομικό εκφυλισμό». Οι άνθρωποι με αυτή την ασθένεια αντιμετώπισαν την κατηγορία των θλιβερών θυμάτων ενός λάθους της φύσης. Η ιατρική, μετά από αυτή τη μελέτη, προσπάθησε να βρει τη θεραπεία ώστε να μειώσει και να ελέγξει το φαινόμενο της ομοφυλοφιλίας. (Ασκητής, 1997, βρέθηκε σε: Αγγουράκη κ.α. 2010)

## **2.2 Τα αίτια της ομοφυλοφιλίας**

Υπάρχουν πολλές θεωρίες για τα αίτια της ομοφυλοφιλίας, καθώς άλλοι πιστεύουν ότι είναι κληρονομική, άλλες ότι οφείλεται σε κάποιον συγγενή και άλλες ότι οφείλεται σε ορμόνες. Δεν υπάρχουν όμως αξιόπιστες πηγές που να αναφέρονται σε αυτές τις θεωρίες. (Αντωνοπούλου, 1997) Το σίγουρο είναι ότι ο ομοφυλόφιλος άντρας δεν μειονεκτεί βιολογικά και οι σωματικές του λειτουργίες δεν διαφέρουν από αυτές του ετεροφυλόφιλου άνδρα. Το ίδιο ισχύει και για την ομοφυλόφιλη γυναίκα σε σχέση με την ετεροφυλόφιλη. Μια άλλη θεωρία αναφέρει ότι οι τάσεις ομοφυλοφιλίας προέρχονται από το οικογενειακό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα: Η κλαστική ψυχαναλυτική θεωρία βλέπει την ομοφυλοφιλία σαν μια καθήλωση της ψυχοσεξουαλικής ανάπτυξης. Υποστηρίζει ότι οι άνδρες κατευθύνονται προς την ομοφυλοφιλία, όταν, από την παιδική τους ηλικία έρχονται σε επαφή με έναν πολύ επιθετικό, απών και εχθρικό πατέρα και μια δεσμευτική και σαγηνευτική μητέρα. Άρα ερχόμαστε στο συμπέρασμα ότι η εμφάνιση της ομοφυλοφιλίας δίνει έμφαση στο σημαντικό ρόλο των προσωπικών σχέσεων μέσα στην οικογένεια (Μάνος, 1988). Βέβαια, όλα αυτά είναι απλά υποθέσεις που δεν έχουν τεκμηριωθεί από επιστήμονες. (Πεντίδης & Αρκαδινού, 2006). Μία άλλη θεωρία υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι στρέφονται στην ομοφυλοφιλία μετά από μια σειρά αρνητικών, δυσάρεστων, ή τραυματικών εμπειριών με ανθρώπους του αντίθετου φύλου στη διάρκεια της παιδικής και της εφηβικής ηλικίας. Υπάρχουν πολλές θεωρίες για την ερμηνεία του φαινομένου της ομοφυλοφιλίας, αλλά δεν έχει διατυπωθεί καμιά που να μπορεί να εξηγήσει ολοκληρωτικά το φαινόμενο. Το πιθανότερο είναι, τελικά, να

οφείλεται σ'ένα άθροισμα πολλών παραγόντων, αρκετοί από τους οποίους δεν έχουν ακόμη μελετηθεί και κατανοηθεί ικανοποιητικά (Μπράβος, Πανάγου, 1998, βρέθηκε σε: Μουρτοπαλλα, Παναγιωτακοπούλου, 2009).

### **2.3 Προβλήματα ταυτότητας ομοφυλοφίλων**

Ο όρος ταυτότητα του φύλου, συμπεριλαμβάνει συγκεκριμένα συναισθήματα που αποκτά το άτομο όταν αρχίσει να συνειδητοποιεί ότι ανήκει στο ανδρικό ή στο γυναικείο φύλο. Η συνειδητοποίηση αυτή είναι μια κοινωνική διαδικασία η οποία ακολουθείται από τη διαμόρφωση αξιών, κινήτρων, τρόπων σκέψης και την υιοθέτηση συμπεριφορών ανάλογα με το περιβάλλον και την εποχή στην οποία κινείται το άτομο. Συνεπώς το κοινωνικό φύλο (gender) αποτελείται από επίκτητα ψυχολογικά, πολιτισμικά, κοινωνικά χαρακτηριστικά και ξεχωρίζει από το βιολογικό (sex) το οποίο είναι ευδιάκριτο, μόνιμο και αμετάβλητο από εξωτερικούς παράγοντες. (Δεληγιάννη-Κουϊμτζή, Σακκά 2005)

Σύμφωνα με τον Robert Stoller και τους Green και Money (στην Λαγουμίδου, 1996:13) η ταυτότητα του γένους «υποδηλώνει τις ψυχολογικές όψεις της συμπεριφοράς που σχετίζονται με την αρρενωπότητα και την θηλυκότητα». Το γένος θεωρείται κοινωνικό χαρακτηριστικό, δηλαδή το άτομο μαθαίνει από το κοινωνικό σύνολο ότι «είναι αγόρι» ή «είναι κορίτσι», ενώ το φύλο είναι βιολογικό, δηλαδή προϋπάρχει. Κάτι τέτοιο είναι όμως σχετικό. Οι άνδρες, συνήθως τείνουν να «είναι αρρενωποί» και οι γυναίκες «με θηλυκότητα και ευαισθησία», οριοθετώντας την συμπεριφορά τους σύμφωνα με το φύλο τους. Ωστόσο, το φύλο και το γένος δύνανται να αναπτυχθούν σε συγκρουόμενες ή αντίθετες κατευθύνσεις (Λαγουμίδου, 1996). «Η ταυτότητα του γένους είναι το αποτέλεσμα πολλαπλών πολιτισμικών επιδράσεων και ειδικότερα μιας σχεδόν ατέρμονης σειράς τατίσεων και συγκρούσεων με το περιβάλλον, π.χ. με τα μέλη της οικογένειας, με τους δασκάλους, τους φίλους ή τους συναδέλφους» (Herdt, 1981 όπως αναφέρεται στην: Λαγουμίδου, 1996). Η ουσιαστική ταυτότητα του γένους εμφανίζεται ως βασικό χαρακτηριστικό της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην καθορίζεται βιολογικά με απλό, άμεσο τρόπο, αλλά σχηματοποιείται μέσω της κοινωνικής μάθησης (Λαγουμίδου, 1996). «Αλλά οι άνδρες, σχεδόν πάντα, αναπτύσσουν μία

αίσθηση ότι είναι “αρσενικοί” και τα κορίτσια “θηλυκά”, ακόμα και αν ψυχολογικά είναι παραπαίοντες» (Λαγουμίδου, 1996, βρέθηκε σε: Πεντίδης, Αρκαδινού, 2006)

## **2.4 Στάσεις των ετεροφυλόφιλων απέναντι στους ομοφυλόφιλους**

Οι αρνητικές στάσεις απέναντι στους ομοφυλόφιλους που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως ομοφοβία, παραπέμπουν σε αντιομοφυλοφιλικά συναισθήματα, προκαταλήψεις και στερεότυπα. Τέτοιες στάσεις φαίνεται ότι αποτελούν βάση για εγκλήματα μίσους, απέναντι σε ομοφυλόφιλους άντρες και γυναίκες. (Herek, 2007) Επειδή η πλειοψηφία τέτοιων επιθέσεων διαπράχθηκε από νέα παιδιά υπήρξε ενδιαφέρον για τις αρνητικές στάσεις απέναντι στους ομοφυλόφιλους άνδρες και γυναίκες που κατέχονται από ετεροφυλόφιλους νεαρούς ενήλικες. (Kerns & Fine, 1994)

Παρόλο που προηγούμενες έρευνες έχουν εντοπίσει πολλές μεταβλητές της προσωπικότητας και της συμπεριφοράς, που συσχετίζονται με την ανδρική στάση των ετεροφυλόφιλων νέων απέναντι στους γκέι άνδρες και τις λεσβίες, (Herek, 1988’ 1997’ 2000’ 2004’ 2007) αυτή η μελέτη εστιάζει σε μια άλλη μεταβλητή που με συνέπεια έχει βρεθεί να συνδέεται με αρνητικές στάσεις απέναντι σε ομοφυλόφιλους άνδρες και γυναίκες. Επειδή μια σημαντική πλειοψηφία ανδρών διαπράττει επιθέσεις απέναντι σε γκέι και λεσβίες (Herek, 2007), κατανοούν τους παράγοντες που συνδέονται με τις διαφορές των φύλων σε αρνητικές στάσεις προς τους ομοφυλόφιλους άνδρες και γυναίκες, που μπορεί να δώσει ιδέες σχετικά με το γιατί διαπράττονται αυτά τα εγκλήματα μίσους. (Kerns & Fine, 1994). Σε προηγούμενες μελέτες έχει βρεθεί ότι γενικά οι άνδρες έχουν περισσότερο αρνητική στάση απέναντι στους ομοφυλόφιλους απ’ότι οι γυναίκες (Herek, 1997, 2000). Η πιο δυνατή διαφορά των φύλων υπάρχει στις στάσεις προς τους ομοφυλόφιλους άνδρες, με όλες τις γνωστές μελέτες, να έχουν ανάλογο αποτέλεσμα. (Herek, 2004) Ευρήματα που αφορούν τις διαφορές των φύλων στις στάσεις προς τις λεσβίες είναι κάπως λιγότερο συνεπής, και μπορούν να βασίζονται από το όργανο που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση τέτοιων στάσεων. (Herek, 2000) Παρόλο που οι περισσότερες μελέτες που έχουν χρησιμοποιήσει τη κλίμακα στάσεων του Herek

απέναντι στους γκέι και τις λεσβίες (ATLG), βρίσκουν ότι οι άνδρες έχουν πιο αρνητική στάση απέναντι στις λεσβίες απ'ότι οι γυναίκες (Herek, 1997), οι διαφορές μεταξύ των φύλων είναι σχετικά μικρές και κάποιες μελέτες που δεν χρησιμοποίησαν το ATLG, βρήκαν ότι οι άνδρες πραγματοποίησαν πιο ευνοϊκές στάσεις προς τις λεσβίες απ'ότι οι γυναίκες. (Whitley, 2001' Kerns, Fine, 1994 )

Οι στάσεις απέναντι στους ομοφυλόφιλους άνδρες και γυναίκες αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία της στάσης του ρόλου των δύο φύλων. Επειδή οι γκέι και οι λεσβίες αποκλίνουν από πολιτισμικές προσδοκίες για τους ρόλους που οι άνδρες και οι γυναίκες θα έπρεπε να εκτελούν στη ζωή τους (Whitley, 2001) κάποιος θα περίμενε ότι τα ετεροφυλόφιλα άτομα που είναι πιο αποδεκτικοί των όσων αποκλίνουν από τους παραδοσιακούς ρόλους των φύλων, θα είχαν περισσότερο θετικές στάσεις προς του γκέι άνδρες και τις λεσβίες. Επειδή η ευρύτερη αποδοχή των διακυμάνσεων από τους παραδοσιακούς ρόλους για τα αρσενικά και θηλυκά είναι χαρακτηριστικό των μη παραδοσιακών συμπεριφορών του φύλου, κάποιος θα περίμενε ότι τα άτομα με μη παραδοσιακές συμπεριφορές φύλων, θα είχαν περισσότερο θετικές στάσεις απέναντι σε γκέι άνδρες και λεσβίες από αυτούς που έχουν παραδοσιακή συμπεριφορά. (Kite, 1994, Whitley, 1987, βρέθηκε σε: Kerns & Fine, 1994)

Μια άλλη μελέτη αναφέρει ότι οι ετεροφυλόφιλοι, κυρίως οι άνδρες, τυπικά, κατέχουν περισσότερο αρνητικές στάσεις προς τους γκέι και τις λεσβίες. (Herek, 2004' Kerns & Fine, 1994). Οι Kern και Fine (1994) εξετάζουν τις στάσεις των φοιτητών κολεγίου, αναφέροντας ότι οι άνδρες, σε σύγκριση με τις γυναίκες, έχουν περισσότερες αρνητικές στάσεις απέναντι στους ομοφυλόφιλους, αλλά σημαντικές διαφορές μεταξύ των φύλων που δεν βρέθηκαν στις στάσεις απέναντι στις λεσβίες. Ο Herek, (2007) αναλύοντας τα δεδομένα από μια εθνική έρευνα, βρήκε ότι οι ενήλικοι, που κυμαίνονται από την ηλικία των 20 έως 91, είχαν προσωπικές αντιδράσεις για τους ομοφυλόφιλους άνδρες, που ήταν πιο αρνητικές από τις αντιδράσεις για τις ομοφυλόφιλες γυναίκες, με ετεροφυλόφιλους (στρέιτ) άνδρες να έχουν ιδιαίτερα αρνητικές αντιδράσεις προς τους γκέι άνδρες. Τα στοιχεία περιλαμβάνουν αξιολογήσεις συμπεριφοράς των δικαιωμάτων υιοθεσίας, αναγνώριση σχέσεων, προσωπική δυσφορία, πιθανότητα παρενοχλημένων παιδιών

και συναισθηματικές αντιδράσεις. (Ogletree & Harper, 2006)

Μολονότι οι στάσεις προς τους ομοφυλόφιλους άνδρες έχουν βρεθεί να είναι πιο αρνητικές από τις στάσεις απέναντι στις λεσβίες, τυπικά, τα στοιχεία δεν αξιολογούν την αντίληψη των αρμοδιοτήτων. Το στερεοτυπικό μοντέλο περιεχομένου (Cuddy, Fiske, Glick, 2004) διαφοροποιεί τις μορφές προκατάληψης κατά μήκος των δύο διαστάσεων, της αρμοδιότητας και της ζεστασιάς. Σε μια πρόσφατη μελέτη, διερευνήθηκε εάν οι διαφορικές αντιλήψεις των ομοφυλοφίλων ανδρών και γυναικών έχουν επεκταθεί και σε αυτές τις διαστάσεις. Υποθέτουν ότι, παρόλο που οι ομοφυλόφιλοι άνδρες θα μπορούσαν να εκληφθούν ως λιγότερο θερμοί σε σχέση με τις ομοφυλόφιλες γυναίκες, και τους ετεροφυλόφιλους άνδρες και γυναίκες, θα έπρεπε να εκληφθούν ως περισσότερο ικανοί και από τις λεσβίες και από τις στρέιτ γυναίκες. (Ogletree & Harper, 2006)

Ακόμη, ο Gregory M. Herek (1997) σ'ένα άρθρο του αναφέρει ότι, στο προηγούμενο τέταρτο του αιώνα, η επιστημονική έρευνα πάνω στην ομοφυλοφιλία έχει υποστεί μία ριζική αλλαγή. Η ρίζη με μελέτες του παρελθόντος που όριζαν ότι οι γκέι άνδρες και οι λεσβίες ήταν διανοητικά άρρωστοι και αναζητούσαν θεραπεία για την ομοφυλοφιλία, κάνουν τους κοινωνικούς και συμπεριφορικούς επιστήμονες να στρέφουν την προσοχή τους σε πολλά προβλήματα και προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ομοφυλόφιλοι στην ετεροφυλοφιλική κοινωνία. Αυτά περιλαμβάνουν προβλήματα που δημιουργήθηκαν από ατομική και θεσμική προκατάληψη, ενώ συχνά επισημαίνεται η ομοφοβία ή ο ετεροσεξισμός. (Herek, 1997)

Επιπλέον, αναφέρει ότι ένα από τα πιο συνεπή ευρήματα σε αυτή την έρευνα είναι ότι οι ετεροφυλόφιλοι που γνωρίζουν προσωπικά έναν ομοφυλόφιλο άνδρα ή γυναίκα δηλώνουν ότι είναι πιο θετικές οι στάσεις τους απέναντι στους ομοφυλόφιλους σαν ομάδα. Αυτό το εύρημα είναι σύμφωνο με μια μακροχρόνια κοινωνική ψυχολογική θεωρία της προκατάληψης, που ονομάζεται υπόθεση επαφής.

Όπως διατυπώθηκε, από τον Allport (1954), η υπόθεση επαφής δηλώνει: «Η προκατάληψη, (εκτός αν είναι βαθιά ριζωμένη στη δομή του χαρακτήρα του ατόμου) μπορεί να μειωθεί με την επαφή ανθρώπων ίδιας κοινωνικής θέσης, μεταξύ ομάδων πλειοψηφίας και μειοψηφίας κατά την άσκηση παρόμοιων στόχων. Το φαινόμενο

είναι σημαντικά ενισχυμένο, αν το άτομο τιμωρείται από θεσμικούς υποστηρικτές. (Π.χ. από το νόμο, το έθιμο, ή την παραδοσιακή ατμόσφαιρα), και αν είναι κάποιου είδους που οδηγούν στην αντίληψη κοινών ενδιαφερόντων και κοινής ανθρωπιάς μεταξύ μελών από δυο ομάδες. (αναφέρεται στο: Herek, 1997)

Μία ακόμη έρευνα που έγινε ανάμεσα σε φοιτητές μεγάλου κρατικού πανεπιστημίου αναφέρεται σε περιστατικά από ομοφυλόφιλους άνδρες, λεσβίες και αμφιφυλόφιλους που αντιμετωπίζουν την προκατάληψη, την βία, την εξαπάτηση και τη δυσφήμιση σε εστίες του πανεπιστημίου εξαιτίας του σεξουαλικού τους προσανατολισμού. Για παράδειγμα, κοντά στα τρία τέταρτα των γκέι ανδρών και λεσβιών φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα που διεξήγαγε ο D'Augelli (1989) ανέφεραν ότι είχαν υποστεί λεκτικές προσβολές, το ένα τέταρτο ανέφερε ότι απειλούνταν σωματικά, και το άλλο μισό εξέφρασε ανησυχίες για την προσωπική του ασφάλεια. Εξάλλου, σχεδόν όλοι όσοι πήραν μέρος, αποδεικνύεται ότι δεν είχαν αναφέρει αυτά τα περιστατικά στις αρχές, από φόβο μήπως συνέχιζαν να τους παρενοχλούν. Οι ομοφυλόφιλοι και αμφιφυλόφιλοι άνδρες φοιτητές του πανεπιστημίου, στη μελέτη της Rhoads, (1995) μοιράστηκαν ζωντανά περιστατικά του να δέχεται κάποιος επίθεση σε πάρτυ, να τον χτυπάνε σε μπαρ στο κέντρο της πόλης, να παρενοχλείται στις φοιτητικές εστίες και να νιώθει αποξενωμένος στις τάξεις του. Ένας ομοφυλόφιλος άνδρας περιέγραψε μια απρόκλητη επίθεση, που είχε ως αποτέλεσμα έναν τραυματισμό, καθώς γυρνούσε σπίτι με τον σύντροφό του. Η Rhoads (1995) σχολίασε ότι «οι ιστορίες περί διάκρισης και επίθεσης, φαίνεται πως δεν τελειώνουν» (Engstrom & Sedlacek, 1997: 79)

Σε μια μελέτη που διεξήχθη από τους Lopez και Chism, (1993) όπου μελέτησαν τις εμπειρίες των ομοφυλόφιλων στο πανεπιστήμιο και στις αίθουσες διδασκαλίας, εχθρικά περιστατικά αναφέρουν ότι προκλήθηκαν από την καταστροφή των αφισών που διαφήμιζαν ομοφυλοφιλικές και αμφιφυλοφιλικές εκδηλώσεις, και οι ομοφυλόφιλοι να υποβάλλονται σε προσβλητικές παρατηρήσεις. Οι αρχές σχολίασαν ότι οι γκέι άνδρες φοιτητές και οι λεσβίες φοιτήτριες είχαν μείνει έκπληκτοι από το επίπεδο άγνοιας του φοιτητή σχετικά με τη σεξουαλική ταυτότητα και τα στερεότυπα που διακατέχονταν από ετεροφυλόφιλους φοιτητές. Ομοφυλόφιλοι άνδρες φοιτητές και ομοφυλόφιλες γυναίκες φοιτήτριες ένιωσαν συναισθήματα αποξένωσης από τους συνομήλικους τους στις φοιτητικές εστίες και



στο Ακαδημαϊκό πρόγραμμά τους. Ανέφεραν ότι φοβούνται να αποκαλύψουν τη σεξουαλική τους ταυτότητα στους καθηγητές τους από φόβο για το πως θα τους συμπεριφέρονταν και θα τους βαθμολογούσαν και ήταν εκνευρισμένοι από τους αρμόδιους που αποτύγχαναν να αντιδράσουν σε ομοφοβικά σχόλια. (Engstrom & Sedlacek, 1997).

Η μελέτη της Rhoads (1995) έδωσε έμφαση στην ανάγκη των φοιτητών για επαγγελματικά θέματα που εγείρουν ζητήματα που φέρνουν στην επιφάνεια υποκείμενες εντάσεις και εχθροπραξίες διατηρημένα από πολλούς φοιτητές απέναντι σε ομοφυλόφιλους. Κατανοώντας τις στάσεις των φοιτητών προς τους γκέι άνδρες φοιτητές και λεσβίες φοιτήτριες, είναι ένα κρίσιμο συστατικό το να καταλάβει κανείς τη λεκτική και φυσική παρενόχληση των ομοφυλόφιλων ατόμων κατά την τελευταία δεκαετία. (Ficarrotto, 1990)

## **2.5 Τι είναι η ΛΟΑΤ κοινότητα και τα σύμβολα της.**

Τα αρχικά LGBT (Lesbian-Gay-Bisexual-Transgender) αναφέρονται συνολικά στα Λεσβιακά, Ομοφυλόφιλα, Αμφισεξουαλικά και Τρανσεξουαλικά άτομα. Γι αυτό η ελληνική συντομογραφία είναι ΛΟΑΤ. Παρακάτω θα γίνει μια ανάλυση και ιστορική αναδρομή της συντομογραφίας ΛΟΑΤ καθώς και των συμβόλων της κάθε ομάδας.

Λεσβία ονομάζεται μια γυναίκα που την έλκουν σεξουαλικά και συναισθηματικά άλλες γυναίκες. Οι γυναίκες που έλκονται εξίσου και από τα δύο φύλα αναφέρονται συχνότερα ως αμφισεξουαλικές. Πρέπει να σημειωθεί ότι ο αυτοπροσδιορισμός ενός ατόμου μπορεί να μην συμβαδίζει με τη σεξουαλική του συμπεριφορά, ενώ αντίστοιχα γυναίκες με ομοφυλοφιλική συμπεριφορά μπορεί να μην αυτοπροσδιορίζονται με κανέναν από τους παραπάνω όρους. Η λέξη λεσβία προέκυψε από το όνομα του νησιού Λέσβος, όπου στην αρχαιότητα έζησε η ποιήτρια Σαπφώ, η οποία όπως φαίνεται μέσα από τα ποιήματά της, εξυμνεί τον γυναικείο έρωτα. Στα αγγλικά η λέξη lesbian αναφέρεται πρώτη φορά ως επίθετο που υποδηλώνει σεξουαλική συμπεριφορά στο λεξικό της Οξφόρδης το 1890 και ως ουσιαστικό το 1925. Όσον αφορά την Ελληνική γλώσσα, ο Αριστοτέλης ονόμαζε

"λεβιάζουσες" τις γυναίκες που έκαναν προσπάθειες να χειραφετηθούν, ενώ μέχρι πρόσφατα η λέξη υποδήλωνε επισήμως μόνο τις γυναίκες με καταγωγή από τη Λέσβο.

Η ομοφυλοφιλία ορίζεται ως η ερωτική έλξη ή και σεξουαλική επαφή ατόμου προς άτομο του ιδίου φύλου. Τα τελευταία χρόνια συνηθίζεται στην Ελλάδα να αποκαλείται η ομοφυλοφιλία ως ομοερωτική συμπεριφορά ή ομοερωτικός προσανατολισμός. Ο όρος ομοφυλοφιλία είναι νεότερος. Πλάστηκε στην Ελληνική κατά τον 19ο αι. ως απόδοση του γερμανικού Homosexualität. Τον γερμανικό όρο είχε πλάσει ο Αυστριακός νευρολόγος-ψυχίατρος von Krafft-Ebing, ο οποίος μελέτησε συστηματικά τις σεξουαλικές αποκλίσεις. Η γερμανική λέξη είναι, εν μέρει, ελληνογενής (ως προς το λεξικό πρόθεμα Homo-, το οποίο ανάγεται στο αρχαίο επίθετο όμός «κοινός, ο ίδιος»).

Η αμφιφυλοφιλία ή αμφισεξουαλικότητα αναφέρεται σε άτομα τα οποία ελκύνονται ερωτικά ή ρομαντικά από άτομα και των δύο φύλων. Τα αμφιφυλόφιλα άτομα αποτελούν μέρος της ομάδας ΛΟΑΤ και είναι μία από τις τρεις βασικές εκφράσεις σεξουαλικότητας μαζί με την ετεροφυλοφιλία και ομοφυλοφιλία. Ο όρος αμφιφυλοφιλία, ωστόσο, δε σημαίνει απαραίτητα ίση ερωτική έλξη προς και τα δύο φύλα, αλλά αφορά επίσης άτομα που μπορεί να έχουν κάποια προτίμηση για πρόσωπα του ενός φύλου. Η αμφιφυλοφιλία εμφανίζεται από τα αρχαία χρόνια, π.χ. στην Αρχαία Ελλάδα σπάνια οι άντρες παρουσιάζονται αποκλειστικά ομοφυλόφιλοι. Παρόλα αυτά η έννοια (όπως και οι έννοιες ομοφυλοφιλία και ετεροφυλοφιλία) εμφανίστηκαν μετά το 19ο αιώνα.



Με τον διεθνή όρο τρανσέξουαλ (αγγλικά transsexual) γίνεται αναφορά σε άτομα (άνδρες και γυναίκες) που έχουν προχωρήσει σε χειρουργική επέμβαση αλλαγής (ή ορθότερα επαναπροσδιορισμού) φύλου. Τα άτομα αυτά στην ελληνική γλώσσα αποκαλούνται διεμφυλικά και σπανιότερα φυλομεταβατικά. Πρόκειται για περιπτώσεις όπου ένα άτομο καταφεύγει σε επέμβαση αλλαγής φύλου λόγω της ταυτότητας φύλου του, εφόσον πρόκειται για «μία γυναίκα που γεννήθηκε μέσα σε ένα ανδρικό σώμα» ή «για έναν άνδρα που

γεννήθηκε μέσα σε ένα γυναικείο σώμα». Η επέμβαση αυτή έχει σκοπό τη διόρθωση της ψυχοκοινωνικής φύσης του ατόμου σε σωματικό επίπεδο.

Όπως σε πολλές οργανώσεις και κοινωνίες, τα μέλη της ΛΟΑΤ κοινωνίας έχουν υιοθετήσει ορισμένα σύμβολα από τα οποία αναγνωρίζονται και από τα οποία επιδεικνύουν ενότητα, περηφάνια, κοινές αξίες και πίστη.

Ένα από τα παλαιότερα από αυτά τα σύμβολα είναι το ροζ τρίγωνο, το οποίο προήλθε από τα ναζιστικά στρατόπεδα συγκέντρωσης, όταν οι ομοφυλόφιλοι ήταν αναγκασμένοι να φορούν το ροζ τρίγωνο πάνω τους για να αναγνωρίζονται. Υπολογίζεται ότι 220,000 ομοφυλόφιλοι και λεσβίες πέθαναν μαζί με τους 6,000,000 εβραίους τους οποίους εξόντωσαν οι Ναζί στα στρατόπεδα συγκέντρωσης κατά την διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου μέσα στο τμήμα της αποκαλούμενης από τον Χίτλερ "τελικής λύσης". Για αυτό το λόγο, το ροζ τρίγωνο χρησιμοποιείται τόσο για αναγνώριση όσο και για αναμνηστικό για να θυμίσει σε αυτούς που το φορούν αλλά και στο γενικό κοινό την απάνθρωπη συμπεριφορά που είχαν υποστεί οι ομοφυλόφιλοι κάτω από τους Ναζιστικούς διώκτες.



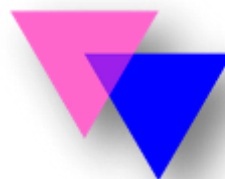
Οι Ναζί ανάγκαζαν τις ανεπιθύμητες γυναίκες, συμπεριλαμβανομένων και των λεσβίων, να φορούν το μαύρο τρίγωνο. Οι σύγχρονες λεσβίες έχουν ανακτήσει αυτό το σύμβολο όπως και οι ομοφυλόφιλοι άνδρες το ροζ τρίγωνο.

Η λάβρυς (double axe), χρησιμοποιούταν στην αρχαία Μινωική Κρήτη (που υπάρχουν αναφορές ότι ήταν μητριαρχική κοινωνία) και στην αρχαιοελληνική

μυθολογία χρησιμοποιούταν από τις Αμαζόνες. Μπορεί να συσχετιστεί με την θεά Δήμητρα και περιστασιακά με την θεά Άρτεμη. Η λάβρυς χρησιμοποιείται για να απεικονίσει την λεσβιακή και φεμινιστική δύναμη. Αρκετές λεσβίες το φορούν περήφανα σαν κόσμημα.



Αμφισεξουαλικό διπλό τρίγωνο. Αυτό το σύμβολο απεικονίζει την αμφισεξουαλικότητα και την αμφισεξουαλική περηφάνια. Η ακριβής προέλευση αυτού του συμβόλου είναι άγνωστη. Θεωρείται πως το ροζ τρίγωνο μπορεί να αντιπροσωπεύει την ομοφυλοφιλία, όπως και όταν είναι



μόνο του, ενώ το μπλε τρίγωνο την ετεροφυλοφιλία και τα δύο μαζί διαμορφώνουν το χρώμα της λεβάντας που απεικονίζει την αμφιφυλοφιλία. Είναι επίσης πιθανό το ροζ να αντιπροσωπεύει την έλξη προς τις γυναίκες και το μπλε την έλξη προς τους άνδρες και τα δύο μαζί να διαμορφώνουν το χρώμα της λεβάντας που απεικονίζει την αμφιφυλοφιλία.

Σημαία αμφιφυλοφιλίας. Το 1988, ο Μάικλ Πέιτζ σχεδίασε την σημαία της αμφιφυλοφιλίας για να απεικονίσει την αμφισεξουαλική κοινότητα. Αυτή η ορθογώνια σημαία αποτελείται από μια φούξια απόχρωση στην κορυφή που συμβολίζει την έλξη προς το ίδιο φύλο, μια πλατιά μπλε λωρίδα στο τέλος που συμβολίζει έλξη στο αντίθετο φύλο και μια λεπτή λωρίδα στο χρώμα της λεβάντας στην μέση που συμβολίζει την έλξη προς τα δύο φύλα.

Δημοφιλή τρανσεξουαλικά σύμβολα που χρησιμοποιούνται για να απεικονίσουν τα τρανσεξουαλικά άτομα, περιλαμβάνουν ένα τροποποιημένο βιολογικό σύμβολο που προήλθε από μια ζωγραφιά της Holly Boswell. Το σύμβολο περιλαμβάνει το βέλος που δείχνει προς τα επάνω δεξιά και συμβολίζει τον άνδρα (αστρολογικό σύμβολο του Άρη) και τον σταυρό που δείχνει προς τα κάτω και συμβολίζει την γυναίκα (αστρολογικό σύμβολο της Αφροδίτης), το σύμβολο περιλαμβάνει και τα δυο αυτά σύμβολα καθώς και ένα βέλος (που ενώνει τα ανδρικά και γυναικεία στοιχεία) που δείχνει επάνω και αριστερά.



## 2.6 Χαρακτηριστικά και προφίλ gay τουριστών.

Η αγορά δεν γνωρίζει για τον συγκεκριμένο τουρισμό, είναι ανενήμερωτη και περιορισμένη. Ο συγκεκριμένος τουρισμός αποδεικνύεται πως είναι ο πιο αναπτυσσόμενος εδώ και κάποια χρόνια. Υπάρχει μια κοινή αντίληψη ότι οι ομοφυλόφιλοι άνδρες είναι εντατικοί παραθεριστές διότι τους αρέσει να ταξιδεύουν, να διαθέτουν χρόνο και χρήμα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ομοφυλόφιλοι ξοδεύουν 57% περισσότερα χρήματα στις διακοπές τους από ότι οι ετερόφυλοι. Επίσης επειδή δεν έχουν

οικογενειακές υποχρεώσεις διαθέτουν περισσότερα χρήματα και χρόνο. Οι gay και οι λεσβίες προτιμούν να μένουν σε διαμερίσματα και motels επειδή νιώθουν ασφάλεια αλλά και ελευθερία μαζί με τους συντρόφους τους. Για τα ξενοδοχεία γίνεται λόγος για την επιθυμία να διατηρήσουν την ανωνυμία τους αυτά τα άτομα και προσπαθούν να αποκρύψουν προσωπικά στοιχεία που θα μπορούσαν να εκθέσουν τον σεξουαλικό προσανατολισμό τους.

Το γεγονός ότι είναι "διαφορετικοί" τους κάνει πιο πρόθυμους να ταξιδεύουν σε άλλα μέρη και άλλες κουλτούρες. Συνήθως προτιμούν μεγάλες πόλεις γιατί εκεί αποδέχονται πιο εύκολα την "διαφορετικότητά" τους και μπορούν να εκφραστούν πιο ελεύθερα δημοσίως.

Σε γενικές γραμμές έχει αναδειχθεί ότι οι gay και οι λεσβίες ζητάνε την ίδια διασκέδαση, τους ίδιους μήνες με τον υπόλοιπο πληθυσμό. Ο gay τουρισμός συμβάλει σημαντικά στην οικονομία μιας χώρας γιατί οι συγκεκριμένοι τουρίστες επιλέγουν να επισκεφτούν όλα τα μέρη τα οποία μπορούν να τους προσφέρουν ευχαρίστηση (εστιατόρια, clubs, παραλίες, μουσεία, κ.τ.λ). Από τον LGBT τουρισμό αντλεί σημαντικά οφέλη και ο τουρισμός των πόλεων (city break). Τα λεγόμενα LGBT-events (pride days, lifeball κλπ) στις πόλεις της Ευρώπης συνιστούν δημοφιλείς προορισμούς για εκατοντάδες χιλιάδες ανθρώπους.

## **2.7 Gay άτομα και λόγοι που ταξιδεύουν**

Οι λίγες υπάρχουσες έρευνες σχετικά με τις διακοπές των γκέι και λεσβιών υποδεικνύουν ότι οι λόγοι που ταξιδεύουν είναι γενικά παρόμοιοι με αυτούς των υπολοίπων, και αφορούν συνήθως στην ανάγκη για ξεκούραση και ικανοποίηση (Pritchard *et al.*, 2000; Hughes, 2006). Κατά τα λεγόμενα των Waitt και Markwell (2006) «για πολλούς γκέι τα κίνητρα για να ταξιδέψουν είναι παρόμοια με αυτά πολλών νέων, ελεύθερων ετερόφυλων». Ωστόσο, πολλές έρευνες έχουν οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι υπάρχει μια ξεχωριστή ανάγκη να βρίσκονται ανάμεσα σε άλλα γκέι άτομα και να έχουν πρόσβαση σε χώρους φιλικούς προς τους γκέι (Hughes, 2003). Η έρευνα των Clift και Forrest (1999) πάνω στο ίδιο θέμα θεωρείται σημαντική λόγω των ευρημάτων της, μέσα από την οποία η άνεση, η χαλάρωση και

η εγγυημένη λιακάδα είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες κατά τον σχεδιασμό διακοπών.

Περίπου στο 1/3 του δείγματος οι κοινωνικές διαστάσεις των διακοπών και ιδίως του «γκέι χαρακτήρα» μιας περίπτωσης θεωρούνται επίσης σημαντικά. Αν και η έρευνα έδειξε ότι η πλειοψηφία του δείγματος δεν είχε κάποιο ισχυρό κίνητρο για σεξουαλική δραστηριότητα στις διακοπές οι συγγραφείς ισχυρίζονται ότι είναι φανερό πως όσοι επισκέπτονται ένα μέρος που έχει γκέι φήμη θα κινητοποιηθούν από ευκαιρίες κοινωνικοποίησης και σεξουαλικής δραστηριότητας με νέους γκέι συντρόφους. Μια τέτοια έρευνα που βασίστηκε σε δείγμα 562 ατόμων, κατοίκων νότιας Αγγλίας μας δείχνει μια οπτική γωνία αναφορικά με τα κίνητρα (Pritchard *et al.*, 2000). Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι τα ευρήματα όπως αναγνώρισαν οι συγγραφείς ίσως οφείλονται στο ότι πολλοί από τους ερωτηθέντες κατοικούσαν κοντά στο Μπράιτον, το οποίο έχει μια μεγάλη γκέι κοινότητα. Επομένως, το δείγμα δεν μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό του γκέι πληθυσμού γενικότερα, αλλά αποτελεί ένα ευρύ τμήμα των γκέι.

Η ποιοτική έρευνα που διεξήχθη από τους Pritchard *et al.* (2000) επιβεβαίωσε ότι οι αιτίες για ταξίδι των γκέι (και λεσβιών) ήταν παρόμοιοι με των ετεροφυλόφιλων. Μέσα από την έρευνα συμπεράναν ότι η σεξουαλικότητα επηρεάζει αρκετά τις επιλογές καταλύματος, τις μεθόδους κρατήσεων, οι προορισμοί και τα πακέτα διακοπών. Συμπεράναν επίσης ότι η ανάγκη για ασφάλεια και άνεση μαζί με παρόμοια σκεπτόμενους ανθρώπους και η δραπέτευση από τον σεξισμό παρουσιάζονται ως βασικές επιρροές για την επιλογή των διακοπών τους. Σύμφωνα με τους Pritchard *et al.* (2000), η ανάγκη να ξεφύγουν από τις πιέσεις του να είσαι γκέι θεωρήθηκε ως ο κυριότερος παράγοντας για να φτάσουν στην απόφαση των διακοπών. Παρόλο που αυτή η έρευνα πρόσφερε μια γενική προσέγγιση, ένας από τους βασικούς περιορισμούς είναι ότι το δείγμα αποτελούντα από μια μίξη ερωτηθέντων.

Ένα τέτοιο δείγμα περιλάμβανε ερωτηθέντες που είτε είχαν είτε δεν είχαν δηλώσει ανοιχτά πως είναι γκέι, ίσως να διαφέρει από την αντίληψη που υπάρχει για τον ετεροφυλόφιλο κόσμο και ίσως από τα κίνητρα διακοπών. Μια πολύτιμη συνδρομή στην έρευνα είναι ότι τα ευρήματά της, ιδίως όσων σχετίζονται με την

γκεί επιρροή στην απόφαση για διακοπές, συμπίπτει με αυτά άλλων ερευνών (Clift and Forrest, 1999).

Με τον έλεγχο επιπλέον λόγων που κρύβονται πίσω από την επιλογή προορισμού- με ειδικές αναφορές στο ρίσκο και στην αποφυγή τοποθεσιών- ο Hughes (2003) διεύρυνε την ανάλυση των Clift και Forrest (1999) και Pritchard *et al.*(2000). Βασιζόμενος σε 40 συνεντεύξεις με γκέι άνδρες στο Μάντσεστερ, ο Hughes (2003) συμπέρανε ότι οι «τύποι» διακοπών που κάνουν είναι πανομοιότυποι με αυτούς της υπόλοιπης κοινωνίας. Σύμφωνα με τον συγγραφέα, οι γκέι άνδρες επιλέγουν διακοπές που έχουν ως επίκεντρο τον ήλιο, τα όμορφα τοπία, την κουλτούρα, την πολιτιστική κληρονομιά, τα αθλήματα και τη διασκέδαση. Η κοινωνική αλληλεπίδραση, η αναζωογόνηση, η αυτοεκτίμηση, η ελευθερία, η αύξηση της αυτοπεποίθησης και το κοινωνικό στάτους αφορούν ταυτόχρονα γκέι και μη. Σε προηγούμενη εργασία ο Hughes (2006) ισχυρίστηκε ότι οι διακοπές από μόνες τους είναι μία πλευρά του σχηματισμού και της παγίωσης της ταυτότητας, που μπορεί να θεωρηθεί ως ένας λόγος για τον οποίο οι γκέι αποζητούν τις διακοπές. Επιπλέον, ο Hughes (2003) ανέφερε ότι υπήρχε μικρή υποστήριξη της άποψης ότι οι γκέι ταξιδεύουν για να είναι πιο ανοιχτοί σχετικά με τη σεξουαλικότητά τους ή για να έχουν περισσότερους ερωτικούς συντρόφους, αλλά το ότι η σεξουαλικότητα έχει σημαντική επίδραση στην απόρριψη ή στην επιλογή προορισμού. Αν και η έρευνα του Hughes (2003) εξαπλώθηκε και αναζωπύρωσε προηγούμενες αναλύσεις, αναγνώρισε ότι επειδή το δείγμα της έρευνάς του ήταν ευκαιριακό και βολικό ήταν απίθανο να αντιπροσωπεύει τον ανδρικό γκέι πληθυσμό. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, οι λόγοι για να πάει κανείς διακοπές και το είδος των διακοπών που επιλέγεται από ομοφυλόφιλους άνδρες φαίνεται να είναι παρόμοιοι με εκείνους του υπόλοιπου πληθυσμού. Ωστόσο, στις περισσότερες περιπτώσεις, υπάρχει επίσης μια ιδιαίτερη ανάγκη να συναναστρέφονται με άλλους ομοφυλόφιλους άνδρες και να έχουν πρόσβαση σε γκέι χώρο ή τουλάχιστον, για να αποφευχθεί η ομοφοβία (Hughes, 2006). Για κάποιους γκέι ταξιδιώτες, η ανοχή και αποδοχή της ομοφυλοφιλίας μπορεί να είναι επαρκής, αλλά για άλλους η ύπαρξη μιας γκέι υποδομής μπορεί να είναι αναγκαία. Σε αυτό το σημείο, οι πτυχές της ανοχής και της αποδοχής της ομοφυλοφιλίας σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς πρέπει να τεθεί υπό αμφισβήτηση. Παρόλο που κάποιες τοποθεσίες έχουν γίνει δημοφιλείς

μεταξύ των γκέι ταξιδιωτών (π.χ. Άμστερνταμ , Ίμπιζα , Μάντσεστερ) , το θέμα της αποδοχής σε ορισμένες κοινωνίες όπως σε αυτές της μεξικανικής κουλτούρας στην οποία η ομοφυλοφιλία είναι γενικά απορρίψιμη, παραμένει αμφίβολο .Όπως μπορεί να παρατηρηθεί , τα υπάρχοντα στοιχεία δείχνουν ότι οι λόγοι του γκέι τουρισμού είναι παρόμοιοι με εκείνου του mainstream τουρισμού . Ωστόσο, υπάρχουν δύο ειδικοί παράγοντες που φαίνεται να είναι σχετικοί με τα gay ταξίδια . Από τη μία το θέμα της επιβεβαίωσης μιας γκέι ταυτότητας έχει θεωρηθεί ως σημαντική πτυχή αρκετά συχνά παρούσα στον τομέα του τουρισμού από ομοφυλόφιλους άνδρες . Όπως το ακόλουθο τμήμα αποκαλύπτει , υπάρχει μια ισχυρή σχέση μεταξύ της διαδρομής και της γκέι ταυτότητας. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν κάποια εμπειρικά στοιχεία σχετικά με το ότι το σεξ είναι επίσης συχνά μια πτυχή σχετική με τα gay ταξίδια. Παρά το γεγονός ότι κάποιοι μελετητές έχουν υποστηρίξει ότι «η ευκαιρία να κάνουν σεξ στις διακοπές δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για τις διακοπές των γκέι ανδρών» ( Hughes 2006 : 69 ) , άλλοι έχουν ισχυριστεί κάτι διαφορετικό. Σύμφωνα με τα λόγια του Clift et al . ( 2002 ) , «είναι λογικό να αναμένεται ότι οι άνδρες που επισκέπτονται γκέι προορισμούς για διακοπές να αναζητούν την κοινωνική και σεξουαλική επαφή με άλλους ομοφυλόφιλους». Ο παράγοντας για gay ταξίδια εξακολουθεί να στερείται επαρκή εμπειρικά στοιχεία . Οι επικείμενες ενότητες, ως εκ τούτου , θα προσπαθήσουν να αναλύσουν τις υπάρχουσες μελέτες αναφορικά με τις σχέσεις ανάμεσα στη σεξουαλική ταυτότητα , το φύλο και τον γκέι τουρισμό. Με τον τρόπο αυτό, στοχεύεται να αναγνωρισθεί η σημασία και των δύο πτυχών στα gay ταξίδια .

## **2.8 Διακοπές και γκέι ταυτότητα**

Έχει υποστηριχθεί ότι οι διακοπές προσφέρουν στους ομοφυλόφιλους άνδρες την ευκαιρία να είναι ο εαυτός τους και να απολαμβάνουν τις δυνατότητες που προσφέρουν οι ομοφυλόφιλες κοινωνικές ρυθμίσεις ( Holcomb και Luongo, 1996 ) . Επειδή οι περισσότεροι από τη στιγμή που οι ομοφυλόφιλοι άνδρες ζουν σε περιοχές που κυριαρχούνται από ετεροσεξισμό, οι δραστηριότητες αναψυχής και διακοπών έχουν ιδιαίτερη σημασία, αφού προσφέρουν τη διάρθρωση, την επιβεβαίωση της



σεξουαλικής τους ταυτότητας ( Hughes, 2006' Cox, 2001). Ο Hughes ( 2006 ) σημείωσε ότι αν και η επιλογή γκέι ταυτότητας μπορεί να είναι ιδιαίτερα επώδυνη λόγω της αντίδρασης της κοινωνίας προς την ομοφυλοφιλία , η αποδοχή θεωρείται από πολλούς ως αρκετά θεμελιώδης. Η αποδοχή μπορεί να συνεπάγεται παρακάτω ορισμένες δραστηριότητες αναψυχής σε χωρική συγκέντρωση των παμπ, κλαμπ, καφετεριών, καταστημάτων, κατοικιών και δημοσίου χώρου, οι οποίες επιτρέπουν την επικύρωση της γκέι ταυτότητας μέσα από τις σχέσεις με τους άλλους .

Οι Herrera και Scott (2005), που εξέτασαν τη χρήση και τη σημασία των ταξιδιών αναψυχής από ομοφυλόφιλους άνδρες, έδειξαν ότι οι αισθάνθηκαν αναγκασμένοι να ταξιδεύουν σε χώρους όπου θα μπορούσαν να εκφράσουν ελεύθερα τη σεξουαλική τους ταυτότητα. Βρήκαν ότι τα ταξίδια αναψυχής σε μεγάλες πόλεις, όπως τα μπαρ, κλαμπ, λουτρά, καφετέριες και άλλους χώρους gay, ήταν μια κοινή στρατηγική για να ξεφύγουν από την περιοριστική ετεροκανονιστική κουλτούρα. Εκτός από το να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες αναψυχής ταυτότητα-ενίσχυση, οι ομοφυλόφιλοι άνδρες θα μπορούσαν να επιλέξουν να ταξιδέψουν σε αναζήτηση ενός ανώνυμου περιβάλλοντος στο οποίο να είναι ομοφυλόφιλοι. Σύμφωνα με τους McKercher και Bauer (2003), οι διακοπές αποτελούν μια εναλλακτική επιλογή για τους ομοφυλόφιλους άνδρες. Μερικές φορές οι gay ταξιδιώτες μπορούν να θεωρούν τις διακοπές ως μια ευκαιρία να επεκτείνουν τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου τους, ενώ άλλες φορές θα αναζητήσουν ευκαιρίες για να κάνουν διαφορετικά πράγματα (Hughes, 2003).

## **2.9 Αναβάθμιση και Ταξίδια**

Η τουριστική έρευνα αγοράς της Κοινότητας Marketing (CMI), ανάμεσα σε γκέι, λεσβίες και ομάδες εστίασης από το 1994 - 2003 παρέχει αυτή την προοπτική τελικής ανάλυσης. Η γκέι & λεσβιακή κοινότητα έχει περισσότερο διαθέσιμο εισόδημα, και έχει μια ιδιαίτερη τάση για ταξίδια. Εκτός από απλούς αριθμούς, έχουμε αποκτήσει σημαντικές γνώσεις στα απώτερα κίνητρά τους για ταξίδια. Έχουμε μάθει που, πότε, γιατί, πόσο συχνά και με ποια μέσα οι ομοφυλόφιλοι και οι λεσβίες πάνε διακοπές,. Ξέρουμε τους προτιμώμενους παρόχους φιλοξενίας και για

ποιο λόγο, που γίνεται η έρευνα για ταξιδιωτικές ευκαιρίες, πως κάνουν κρατήσεις, που μένουν και πώς να τους προσεγγίσουμε καλύτερα με εξειδικευμένο μάρκετινγκ. Εδώ και πάνω από τέσσερα χρόνια, η CMI έχει συλλέξει και αναλύσει 10.000 ταξιδιωτικές έρευνες γκέι και λεσβιών, και έχει αναπτύξει εξειδικευμένη έρευνα και δεδομένα έρευνας πεδίου για προορισμούς τόσο διαφορετικούς όπως η Αυστραλία, η Φιλαδέλφεια και η Γαλλία (Σιγανού & Βαβουράκη, 2013).

## 2.10 Προφίλ γκέι και λεσβιών από τη CMI

Με βάση τα εθνικά αριθμητικά στοιχεία του πληθυσμού, η αμερικανική γκέι και λεσβιακή κοινότητα αντιπροσωπεύει \$ 54.1 δισεκατομμύρια της ταξιδιωτικής αγοράς, ή περίπου το 10% της ταξιδιωτικής βιομηχανίας των ΗΠΑ. Όμως, λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα των ερευνών της CMI, αντιπροσωπεύει ένα ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό της συνολικής ταξιδιωτικής αγοράς των γκέι και λεσβιών στα πλαίσια των χρηματικών ποσών που επενδύονται σε ταξίδια. Το παρακάτω είναι ένα προφίλ αυτοπροσδιοριζόμενων γκέι και λεσβιών καταναλωτών που ανήκουν σε γκέι λίστες, είναι εγγεγραμμένοι σε γκέι ηλεκτρονικές λίστες, που έχουν συνδρομή σε γκέι δημοσιεύσεις και είναι επισκέπτες σε γκέι ιστοσελίδες, κλπ και δεν εκπροσωπείται ως προφίλ όλων των γκέι και των λεσβιών. Ουσιαστικά, αυτό είναι ένα προφίλ των καταναλωτών που μπορούμε να βρούμε μέσω γκέι μάρκετινγκ πρωτοβουλιών. (Σιγανού & Βαβουράκη, 2013)

Διαδικτυακή έρευνα στο Κοινοτικό Marketing, Inc. 2001-2003 δείχνει τα εξής:

Από τις λεσβίες και τους γκέι ταξιδιώτες κατά τους τελευταίους 12 μήνες

- το 97% πήγε διακοπές τους τελευταίους 12 μήνες (ο εθνικός μέσος όρος είναι 64%)
- το 86% πήγε διακοπές τουλάχιστον για ένα σύντομο χρονικό διάστημα (1-3 διανυκτερεύσεις) στις ΗΠΑ, το 46% έκανε 3 ή περισσότερες σύντομες διανυκτερεύσεις
- το 81% έκανε τουλάχιστον 4 και επιπλέον διανυκτερεύσεις εγχώρα (στις ΗΠΑ)

- το 37% πέρασε ένα ικανοποιητικό διάστημα διακοπών στην Ευρώπη, όπου το 12% πέρασε 2 φορές για μεγάλο χρονικό διάστημα πολυήμερες στην Ευρώπη
- το 17% πέρασε πολυήμερες διακοπές στην Καραϊβική, το 15% στον Καναδά, το 15% στο Μεξικό, το 13% σε Αυστραλία- Νότιο Ειρηνικό, 9% στην Ασία, 7% στη Λατινική Αμερική, 3% Αφρική
- το 82% πέρασε πάνω από 5 διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία
- το 72% ενοικίασε αυτοκίνητα, όπου το 18% για παραπάνω από 15 ημέρες
- το 20% πήγε τουλάχιστον μία κρουαζιέρα (ο εθνικός μέσος όρος είναι περίπου 2%)
- το 40% ταξίδεψε για εργασία, το 57% ταξίδεψε με «gay friendly» αεροπορικές εταιρείες, και έμεινε σε «gay friendly» ξενοδοχεία για επαγγελματικούς λόγους
- το 36% των ατόμων που ταξίδεψαν για επαγγελματικούς λόγους πέταξε με πτήση στην πρώτη θέση, ενώ το 39% πέταξε στην κατηγορία business class
- το 47% πέρασε 11 ή περισσότερες νύχτες σε ξενοδοχεία (Σιγανού & Βαβουράκη, 2013)

## 2.11 Δημογραφικά στοιχεία

- 76% έχουν εισοδήματα πάνω από τον εθνικό μέσο όρο (πάνω από \$ 40,000)
- 30% έχουν εισοδήματα \$ 100.000
- 84% είναι κάτοχοι ενός έγκυρου διαβατηρίου (ο εθνικός μέσος όρος είναι 29%)
- 67% ανήκει σε προγράμματα τακτικών επιβατών (ο εθνικός μέσος όρος είναι περίπου 25%)
- 53% ξόδεψαν \$ 5.000 ή περισσότερα ανά άτομο σε διακοπές κατά το παρελθόν

- 32% σχεδιάζουν να αυξήσουν τις δαπάνες των διακοπών τους για το επόμενο έτος- μόνο το 16% ανέφερε μείωση-
- Μόνο το 7% μείωσε τα ταξίδια, λόγω ανησυχιών για την τρομοκρατία - ασφάλεια, και μόνο 3% λόγω του SARS
- 82% είναι απόφοιτοι κολεγίου ή πανεπιστημίου (ο εθνικός μέσος όρος είναι 29%)
- 72% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα του 2003 είναι γκέι άντρες, το 23% είναι λεσβίες, το 61% είναι σε μια σταθερή σχέση, το 5% έχουν τα παιδιά στο σπίτι
- 55% κατέχουν διευθυντικές θέσεις (Σιγανού & Βαβουράκη, 2013)

## **2.12 Τουριστικά δρώμενα για τους gay**

### **2.12.1 GAY PRIDE**

Με το διεθνή όρο gay pride (ελληνικά: Φεστιβάλ Υπερηφάνειας) είναι γνωστή μία σειρά εκδηλώσεων που μπορεί να περιλαμβάνουν από απλές συγκεντρώσεις μέχρι παρελάσεις, άρματα και πάρτυ. Αφορούν τα ΛΟΑΤ άτομα τα οποία διαδηλώνουν δημόσια την υπερηφάνεια που κάθε άτομο πρέπει να αισθάνεται για τη σεξουαλική του ταυτότητα, ενώ γιορτάζεται ανοιχτά η διαφορετικότητα και η κουλτούρα τους. Παράλληλα αποτελούν και μια μορφή διεκδικήσεων από την συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα, με κύριο στόχο την εξουδετέρωση των αρνητικών στερεοτύπων στην οποία είναι εγκλωβισμένη η σκέψη και πρακτική πολλών ανθρώπων.

### **2.12.2 Έκρηξη του Gay Τουρισμού στη Διεθνή Τουριστική Αγορά**

Σε έναν από τους δυναμικότερους, τους ταχέως αναπτυσσόμενους και τους πιο προσοδοφόρους τομείς της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς εξελίσσεται τα τελευταία χρόνια ο gay τουρισμός. Διαβλέποντας την αναπτυξιακή τροχιά που διαγράφει σε αρκετούς προορισμούς της υφηλίου, ειδικοί και γνώστες των τάσεων της διεθνούς ταξιδιωτικής αγοράς δεν διστάζουν να χρησιμοποιήσουν τη λέξη

booming (έκρηξη) προκειμένου να περιγράψουν τις εξελίξεις που συντελούνται στο συγκεκριμένο τομέα (Hughes, 2006).

Ο gay ή ο LGBT (lesbians, gay men, bisexual, trans gendered) τουρισμός, όπως είθισται να αποκαλείται στη διεθνή αγορά, αφορά αποκλειστικά στα ομοφυλόφιλα άτομα που «απελευθερωμένα» από τις όποιες κοινωνικές προκαταλήψεις έχουν αποδεχτεί το σεξουαλικό τους προσανατολισμό και πραγματοποιούν ταξίδια σε φιλικούς, για τη «διαφορετικότητά» τους αυτή, προορισμούς της υψηλίου για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς κ.λπ. Στις ανά τον κόσμο περιηγήσεις τους στις αποκαλούμενες ως gay friendly τοποθεσίες συνοδεύονται αν όχι όλες τουλάχιστον τις περισσότερες φορές από το ίδιου φύλου ταίρι τους.

Οι LGBT ταξιδιώτες και κυρίως οι άνδρες και οι γυναίκες που γοητεύονται από άτομα του ίδιου φύλου είναι, στην παγκόσμια αγορά, οι τουρίστες που ταξιδεύουν περισσότερο και ξοδεύουν περισσότερα από οποιαδήποτε άλλο ταξιδιώτη, χρήματα στον προορισμό των διακοπών τους. Στη διαπίστωση αυτή έχουν καταλήξει διάφορες διεθνείς έρευνες όπως και η μελέτη την οποία διεξάγει κάθε χρόνο η εταιρία Community Marketing Inc.(CMI) που ειδικεύεται στο marketing του gay τουρισμού και έχει έδρα στο Σαν Φρανσίσκο των ΗΠΑ. Σύμφωνα με τη μελέτη της, που φέρει τον τίτλο 12th Annual Gay & Lesbian Tourism Study, οι LGBT ταξιδιώτες που επέλεξαν τις ΗΠΑ ως τόπο των διακοπών τους, ξόδεψαν περισσότερα από 64 δισ. δολάρια το 2007. Γεγονός που σημαίνει, όπως αναφέρει η συγκεκριμένη εταιρία, ότι συμμετείχαν με ποσοστό πλέον του 5% στο 1.3 τρισ. δολάρια στα οποία διαμορφώνεται η αξία της αμερικανικής τουριστικής αγοράς. Η «εκπροσώπησή» τους στους οικονομικούς δείκτες της αμερικανικής τουριστικής βιομηχανίας αγγίζει σίγουρα υψηλότερα μεγέθη αφού οι gay πραγματοποιούν και ταξίδια για λόγους προσωπικούς, επαγγελματικούς κ.λπ (Hughes, 2006)

Οι gay τουρίστες, που ανήκουν είτε στο ανδρικό είτε στο γυναικείο φύλο, αντιπροσωπεύουν, σύμφωνα με διεθνείς οργανισμούς, μεγαλύτερο ποσοστό από το 10% των ταξιδιωτών της υψηλίου. Οι αφίξεις τους σε διάφορους προορισμούς της διεθνούς αγοράς ξεπερνούν σε αριθμό τα 70 εκατομμύρια. Η οικονομική, καταναλωτική δύναμη μόνο των Αμερικανών ενήλικων ομοφυλόφιλων υπερβαίνει τα 600-700 δισ. δολάρια ετησίως. Διαθέτοντας την οικονομική δύναμη αυτή αλλά

«απαλλαγμένοι» από οικογενειακά βάρη (σχολεία, φροντιστήρια παιδιών κ.ά.) δεν διστάζουν να επιλέξουν «απλησίαστα» σε τιμές για τις άλλες ομάδες τουριστών, τουριστικά πακέτα, να προτιμήσουν πολυτελή ξενοδοχεία και να ξοδέψουν τα διπλάσια ή και τα τριπλάσια χρήματα από ότι οι ετεροφυλόφιλοι για τις διακοπές τους. Είχε πριν από λίγα μόλις χρόνια υπολογιστεί ότι οι gay ταξιδιώτες στη Φιλαδέλφεια των ΗΠΑ δαπανούσαν κατά μέσο όρο 179 δολάρια τη μέρα. Διπλάσιο δηλαδή ποσό από αυτό που ξόδευαν όλοι οι άλλοι τουρίστες στην αμερικανική πόλη.

Η οικονομική δύναμη των gay τουριστών που είναι γνωστή και ως pink dollar ή και ως pink round δεν έχει περάσει, όπως ήταν αναμενόμενο, απαρατήρητη από τις τουριστικές εταιρίες παγκοσμίως. Στοχεύοντας στο να αποσπάσουν μερίδιο από την προσοδοφόρα αγορά του LGBT τουρισμού, συνεργάζονται με την gay κοινότητα και πραγματοποιούν στοχευμένες για το συγκεκριμένο τουριστικό κοινό διαφημιστικές καμπάνιες, χωρίς φειδώ χρημάτων. Προς την κατεύθυνση αυτή τις προτρέπει αβίαστα διαπίστωση έρευνας που λέει ότι για κάθε δολάριο που επενδύεται στον τομέα προσέλκυσης των gay τουριστών, επιστρέφονται στο διαφημιζόμενο προορισμό 153 δολάρια τα οποία αντιστοιχούν στις δαπάνες των συγκεκριμένων ταξιδιωτών σε διάφορους τομείς (διαμονή, εστίαση σε εστιατόρια, αγορά αγαθών και προϊόντων από ποικίλα καταστήματα κ.λπ.) Για την ακρίβεια, την άκρως ενδιαφέρουσα αυτή πτυχή ανέδειξε έρευνα την οποία πραγματοποίησε η αμερικανική πόλη, Φιλαδέλφεια το 2005. Η εν λόγω τοποθεσία των ΗΠΑ ήταν αυτή που πρωτοστάτησε στη διεθνή αγορά με το «άνοιγμά» της στην αγορά των gay, εγκαινιάζοντας τον Νοέμβριο του 2003 στοχευμένη διαφημιστική καμπάνια, με σύνθημα «Philadelphia get your history straight and your nightlife gay». Προκειμένου να βρει το κατάλληλο διαφημιστικό μήνυμα αλλά για να εντοπίσει τα χαρακτηριστικά της αγοράς- στόχου, η Φιλαδέλφεια και οι τουριστικοί της φορείς πραγματοποίησαν έρευνα για τον gay τουρισμό όπου και διαφάνηκε ότι οι LGBT ταξιδιώτες:

- προτιμούν να επισκέπτονται τα Σαββατοκύριακα την αμερικανική πόλη,
- διαμένουν σε brand name ξενοδοχεία,
- ξοδεύουν από 300 έως 500 δολάρια τα δύο βράδια διαμονής τους στη Φιλαδέλφεια,

- είναι ηλικίας από 36 έως 50 ετών και το 52% διαθέτει εισόδημα περισσότερα από 75.000 δολάρια το χρόνο (Hughes, 2006).

Στη δεύτερη έρευνα που εκπονήθηκε μετά από 12 και πλέον μήνες από το «λανσάρισμα» της διαφημιστικής καμπάνιας διαπιστώθηκε ότι Φιλαδέλφεια κατέκτησε θέση στους gay friendly προορισμούς της παγκόσμιας αγοράς και ότι οι LGBT επισκέπτες της:

- ξοδεύουν περισσότερα, κατά 30%, χρήματα από όσα δαπανούσαν πριν από τη διαφημιστική καμπάνια,
- η μέση ημερήσια δαπάνη τους από τα 179 δολάρια το 2003 «εκτοξεύθηκε» στα 233 δολάρια το 2004 (Hughes, 2006).

Η Φιλαδέλφεια και άλλες πόλεις των ΗΠΑ (Λας Βέγκας, Σαν Φρανσίσκο, Λος Άντζελες, Μαϊάμι κ.ά) συγκαταλέγονται στην πρώτη θέση της προτίμησης των γκέι ταξιδιωτών και έπονται χώρες της Ευρώπης. Οι προορισμοί της υφηλίου που προηγήθηκαν και κέρδισαν το 2007 τις τρεις πρώτες θέσεις στην προτίμηση των Αμερικανών ομοφυλοφίλων τουριστών ήταν, σύμφωνα με την CMI, η Νέα Υόρκη, το Λονδίνο και ο Καναδάς. Οι περιοχές αυτές όπως άλλωστε και διάφορες άλλες τοποθεσίες παγκοσμίως επιλέγονται από τους LGBT ταξιδιώτες γιατί πέραν από τον χαρακτηρισμό τους ως gay friendly προορισμούς και την προώθηση της κατάλληλης διαφημιστικής τους καμπάνιας, υποστηρίζονται από εξειδικευμένα visitors bureau και διαθέτουν τις απαιτούμενες υποδομές για την αναψυχή, τη ξεκούραση και τη διασκέδασή τους. Παράλληλα, διοργανώνουν εκδηλώσεις που απευθύνονται στους γκέι τουρίστες. Συγκεκριμένα και όπως σχετικά αναφέρει η έρευνα της CMI:

- το 40% των γκέι ανδρών και το ίδιο ποσοστό από τις λεσβίες δηλώνουν ότι το μέρος των διακοπών τους θα είναι εκείνο που έχει την κουλτούρα για να τους καλωσορίσει και να τους προσφέρει επιλογές για τη διασκέδαση και αναψυχή τους (νυχτερινή ζωή, εστιατόρια, μπαρ, κλαμπ, κλπ).
- το 25% των Αμερικανών ομοφυλοφίλων δήλωσε ότι ταξίδεψε και πέρασε τουλάχιστον ένα βράδυ μακριά από το σπίτι του προκειμένου να παρακολουθήσει ή να συμμετέχει σε gay pride φεστιβάλ- εκδηλώσεις.

Παράλληλα, στην ίδια μελέτη επισημαίνεται ότι:

- το 53% των γκέι ανδρών και το 69% των λεσβίων υποστηρίζουν ότι η τοποθεσία των διακοπών τους θα είναι το μέρος εκείνο στο οποίο θα μπορούν άνετα και ελεύθερα να κρατούν το χέρι του συντρόφου τους, επισκεπτόμενοι δημόσιους χώρους.

- το περίπου 50% των ομοφυλοφίλων τόσο ανδρών όσο και γυναικών τονίζουν ότι η φιλικότητα του προορισμού στο πρόσωπό τους καθίσταται σημαντικός παράγοντας για την επιλογή της τοποθεσίας των διακοπών τους (Hughes, 2006).

Πέραν της φήμης του προορισμού ως gay friendly, οι LGBT ταξιδιώτες λαμβάνουν υπόψη τους: α) τις συστάσεις από τους φίλους τους και β) τα μοναδικά προσφερόμενα αξιοθέατα που διαθέτει ο υποψήφιος προορισμός των διακοπών τους. Σε ότι αφορά στα κριτήρια που εξετάζουν προκειμένου να καταλήξουν σε ποιο ξενοδοχείο θα διαμένουν, αυτά συνίστανται: α) στη φήμη του ως gay friendly και β) στη τοποθεσία του που θα πρέπει να είναι κοντά σε αξιοθέατα.

Η πλειονότητα των Αμερικάνων γκέι και συγκεκριμένα το 76% διαθέτει διαβατήριο, ενώ το ποσοστό των ετεροφυλόφιλων στον συγκεκριμένο τομέα φτάνει μόλις το 29%. Το 57% των γκέι ανδρών και το 34% των λεσβίων δήλωσαν ότι ταξίδεψαν εκτός αμερικανικών συνόρων και επισκέφτηκαν άλλους προορισμούς της υφελίου τους τελευταίους 12 μήνες. Πραγματοποίησαν κατά μέσο όρο την ίδια περίοδο πέντε ταξίδια εκ των οποίων τα δύο ήταν για αναψυχή, το ένα επαγγελματικό και τα άλλα δύο για προσωπικούς λόγους. Επιπλέον, οι άνδρες και οι γυναίκες που προτιμούν στο σεξουαλικό τομέα άτομα του ίδιου φύλου και έλκουν την καταγωγή τους από την κραταιά ήπειρο, ανέφεραν, σύμφωνα με την μελέτη ότι:

- οι μέρες που «αποχωρίζονται» την οικία τους και ταξιδεύουν φτάνουν σε αριθμό τις 29,

- πραγματοποίησαν, τους τελευταίους 12 μήνες έξι αεροπορικά ταξίδια και το 81% προμηθεύτηκε το εισιτήριο on line, συνδεδεμένο με τα ηλεκτρονικά συστήματα των εταιριών του τομέα,

- το 34% προτίμησε για τις διακοπές τους την κρουαζιέρα και το 62% εξέφρασε ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο τομέα αναψυχής,

- το 33% των ομοφυλοφίλων και το 42% των συμμετεχόντων σε LGBT γκρουπ ξόδεψαν περισσότερα από 1500 δολάρια για ένα ταξίδι στο



εξωτερικό. Διπλάσιο ποσό για τον ίδιο λόγο ξόδεψε ένας στους πέντε gay τουρίστες,

- η απόλυτη πλειοψηφία των Αμερικανών ομοφυλοφίλων- το 97%- πηγαίνει διακοπές κάθε χρόνο, ενώ το ποσοστό των ετεροφυλόφιλων πλησιάζει το 64% (Hughes, 2006).

Από όσα έχουν αναφερθεί δεν θα πρέπει να προκαλεί εντύπωση γιατί οι LGBT ταξιδιώτες της υψηλίου αποτελούν μεταξύ άλλων την αγορά στόχο για αρκετούς προορισμούς παγκοσμίως. Η τεράστια αναπτυξιακή προοπτική που εξακολουθούν, σύμφωνα με διεθνείς έρευνες, να παρουσιάζουν οι γκέι ταξιδιώτες δεν περιορίζεται στην αναψυχή και στη διασκέδασή τους αλλά επεκτείνεται και στους τομείς της διοργάνωσης συνεδρίων, incentives κ.λπ. για τους ίδιους. Γεγονός που έχουν εις γνώση τους διάφοροι προορισμοί της διεθνούς τουριστικής αγοράς και για αυτό άλλωστε το λόγο δεν φείδονται χρημάτων και εκπονούν διαφημιστικές καμπάνες προσανατολισμένες στο συγκεκριμένο κοινό. Την πολιτική αυτή υιοθετούν περισσότερες από 70 πόλεις της γης και ο αριθμός τους συνεχώς αυξάνεται. Μεταξύ των ευρωπαϊκών πόλεων που έχουν πρωτοστατήσει στην προσέλκυση των γκέι τουριστών και έχουν κερδίσει την προτίμησή τους συγκαταλέγονται: το Άμστερνταμ, η Βαρκελώνη, η Κοπεγχάγη, η Ίμπιζα, το Μόναχο, το Παρίσι, το Λονδίνο κ.ά. (Hughes, 2006)

### **2.13 Ο gay τουρισμός στην Ελλάδα. Η περίπτωση της Μυκόνου.**

«Λίκνο» για τους LGBT ταξιδιώτες της υψηλίου αποτελεί στην Ελλάδα, η Μύκονος. Στη διαπίστωση αυτή καταλήγουν απερίφραστα όλοι οι ειδικοί και μη επί του τομέα, αφού το νησί των ανέμων προσελκύει από τη δεκαετία του '60 το διεθνές jet set μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται και ομοφυλόφιλοι από διάφορες χώρες του κόσμου. Πέραν των επιφανών προσωπικοτήτων από τη διεθνή καλλιτεχνική, πολιτιστική κ.λπ. σκηνή, τη Μύκονο επισκέπτονται γκέι τουρίστες που δεν έχουν, λόγω ιδιότητας, στραμμένα τα φώτα της δημοσιότητας πάνω τους, αλλά κατέχουν υψηλά αξιώματα στις χώρες τους. Παράλληλα και σύμφωνα με τους ειδικούς οι γκέι τουρίστες είναι συνειδητοποιημένοι, συμπεριφέρονται ανάλογα με το φύλο τους ως

κύριος ή ως κυρία, κατέχουν υψηλά αξιώματα στη χώρα τους. Απλώς, έχουν διαφορετικό από ότι οι ετεροφυλόφιλοι, σεξουαλικό προσανατολισμό.

Βασικό κριτήριο της επιλογής της Μυκόνου ως του τόπου των διακοπών τους αποτελεί για τους LGBT ταξιδιώτες η αίσθηση της ελευθερίας την οποία θα έχουν επισκεπτόμενοι το νησί των ανέμων. Οι Μυκονιάτες είναι ανοιχτοί και δεκτικοί και για αυτό το νησί τους δέχεται gay τουρίστες. Οι κάτοικοι δεν κρίνουν, δεν απομονώνουν τους ομοφυλόφιλους επισκέπτες στον τόπο τους. Αντιθέτως, τους κάνουν να αισθάνονται φιλικά, γλυκά και τους αφήνουν να αναπτύξουν τον εαυτό και τη συμπεριφορά τους. Τη φιλοσοφία όμως αυτή δεν υιοθετούσαν κάποιοι που επιχειρήσαν πριν από χρόνια να απομακρυνθούν οι γκέι τουρίστες από το νησί, αδυνατώντας να καταλάβουν ότι η καταστολή δεν λειτουργεί σε όλους τομείς και όταν κάτι το απαγορεύσεις δεν το προφυλάσσεις. (business2travel.wordpress.com)

Η πλειονότητα των gay τουριστών στη Μύκονο διακρίνονται για την καλή οικονομική τους επιφάνεια και κάνουν δύο εβδομάδες διακοπές και τις περισσότερες φορές δύο φορές το χρόνο. Οι ομοφυλόφιλοι τουρίστες στο νησί των ανέμων επιλέγουν για τη διαμονή τους τις μετρημένες στα δάχτυλα του ενός χεριού μονάδες που δέχονται στους χώρους τους αποκλειστικά και μόνο γκέι ή τα ξενοδοχεία τα οποία χαρακτηρίζονται ως gay friendly. Ο λόγος της επιλογής αυτής δεν είναι άλλος από ότι στα συγκεκριμένα ξενοδοχεία θα αισθάνονται άνετα και επ' ουδενί δεν θα νιώσουν ότι είναι παρείσακτοι. Οι εν λόγω ξενοδοχειακές μονάδες είναι, σύμφωνα με την προτίμησή τους, από τεσσάρων και πάνω αστέρων. Παράλληλα, προτιμούν ξενοδοχεία τα οποία βρίσκονται μέσα στην πόλη της Μυκόνου, έχουν ένα ιδιαίτερο concept και ξεχωρίζουν από τις άλλες μονάδες στον τρόπο κατασκευής, στην αρχιτεκτονική τους κ.λπ. Επιπλέον, οι gay τουρίστες καταφτάνουν στη Μύκονο από τις αρχές έως τα τέλη κάθε τουριστικής σεζόν. Τα τελευταία χρόνια τείνουν να αποφεύγουν τους μήνες της λεγόμενης high season, λόγω της έντονης κινητικότητας και της κοσμοσυρροής που επικρατεί στο νησί εκείνη την περίοδο. Πέραν τούτων, οι γκέι τουρίστες στη Μύκονο είναι αντίθετοι στο να μείνουν σε all inclusive μονάδες αφού έτσι περιορίζεται η ελευθερία τους. Επίσης, επιζητούν εξατομικευμένες, υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, δεν τους αρέσει να ομαδοποιούνται μαζί με άλλους ομοφυλόφιλους σε γκρουπ και εκφράζουν την αντίθεσή τους στο να αποτελούν μέλη του μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, επιθυμούν να γνωρίσουν και να ενημερωθούν για

τον πολιτισμό, την ιστορία κ.λπ. του τόπου των διακοπών τους. Παράλληλα, οι εν λόγω ταξιδιώτες θέλουν να είναι απομονωμένοι, δεν επιθυμούν να επιδεικνύονται, να συνωστίζονται με τους υπόλοιπους τουρίστες και να ακούν από το πρωί έως το βράδυ τη μουσική από τα παρακείμενα μπαράκια. Στις διακοπές τους θέλουν να ξεκουραστούν και να χαλαρώσουν (Markwell & Waitt, 2006).

## **2.14 Δημοφιλείς ελληνικοί προορισμοί για τους gay τουρίστες.**

Τη δεύτερη θέση στην προτίμηση των gay τουριστών στην Ελλάδα και ιδίως των γυναικών που προτιμούν άτομο του ίδιου φύλου ως σύντροφό τους, κατακτά η Λέσβος. Στο αεροδρόμιο του συγκεκριμένου νησιού του συμπλέγματος του Βορείου Αιγαίου πραγματοποιούνται, πτήσεις charter, με λεσβιακό τουρισμό. Παράλληλα, αύξηση των gay αλλά και άλλων ομάδων τουριστών κατέγραφαν νησιά που δεν έχουν ακόμα εμπορευματοποιηθεί και είναι παρθένα. Μεταξύ αυτών είναι η Σχοινούσα, οι Λειψοί, η Αμοργός, τα Κουφονήσια κ.λ.π.

Σε υψηλή θέση στην προτίμηση όλων των τουριστών- άρα και των gay ταξιδιωτών- βρίσκεται η Σαντορίνη. Αγαπημένος άλλωστε συνδυασμός για όλους τους ταξιδιώτες- όπως και τους γκέι- αποτελεί η επίσκεψη στη Μύκονο και στη Σαντορίνη. Πάρα πολλά τουριστικά προγράμματα συνδυάζουν μέρες διαμονής στη Μύκονο με κάποιες ημέρες παραμονής στη Σαντορίνη. Πρόκειται άλλωστε για δύο διαφορετικούς αλλά και με ίδια χαρακτηριστικά προορισμούς. Και αυτό γιατί, τόσο στη Μύκονο όσο και στη Σαντορίνη μπορείς να βρεθείς με πάρα πολύ κόσμο αλλά έχεις τη δυνατότητα να απομονωθείς, ενώ το κάθε νησί έχει τις δικές του ομορφιές. Πέραν του νησιού των ανέμων και η Σαντορίνη έχει αρχίσει να γίνεται πιο gay friendly προορισμός. Ήδη στο συγκεκριμένο νησί λειτουργούν κάποιες gay μονάδες, ενώ πληθαίνει ο αριθμός των ξενοδοχείων που χαρακτηρίζονται ως gay friendly.

### **2.14.1 Το gay friendly ξενοδοχείο Geranium Moonlight στη Μύκονο**

Στις ελάχιστες μυκονιάτικες ξενοδοχειακές μονάδες που απευθύνονται αποκλειστικά και μόνο στους ομοφυλόφιλους ταξιδιώτες τόσο της Ελλάδας όσο και του εξωτερικού συγκαταλέγεται το ξενοδοχείο Geranium Moonlight. Ιδιοκτήτης της τεσσάρων αστέρων ξενοδοχειακής μονάδας είναι ο κ. Alexandar Georgiev ο οποίος και δηλώνει αποκλειστικά ότι ένας από τους βασικούς λόγους που τον προέτρεψαν στην κατασκευή και λειτουργία του Geranium Moonlight Hotel συνίσταται στο ότι όντας ο ίδιος γκέι «είναι φυσικό να προσπαθώ να βοηθώ ανθρώπους που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα και ασπάζονται την ίδια άποψη για τη ζωή, το lifestyle». Ο κ. Georgiev ζει στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στο νησί των ανέμων εδώ και πολλά χρόνια. Κίνητρο για την επιλογή της εν λόγω αιγαιοπελαγίτικης τοποθεσίας ως του τόπου διαμονής του αποτέλεσε το γεγονός ότι «η Μύκονος έχει, για περισσότερα από 40 χρόνια, καθιερωθεί ως ένας gay προορισμός στην Μεσογειακή-Αιγαιοπελαγίτικη περιοχή», αποσαφηνίζει ο ιδιοκτήτης του Geranium Moonlight Hotel.

Κατά τη διάρκεια των χρόνων διαμονής του στο νησί και προτού ακόμα κατασταλάξει στην απόφαση για τη λειτουργία της μονάδας του, εργάστηκε σε ένα gay friendly τουριστικό πρακτορείο της Μυκόνου. «Η εργασία στο ταξιδιωτικό γραφείο με βοήθησε να γνωρίσω περισσότερα για τον gay τουρισμό στο νησί. Για το λόγο αυτό άλλωστε επικεντρώθηκα στην κατεύθυνση του να λειτουργεί το Geranium Moonlight Hotel αποκλειστικά με γκέι και λεσβίες πελάτες», αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Georgiev. Επιπλέον, ως γκέι ο ίδιος κατανοεί τις ανάγκες των πελατών της ξενοδοχειακής του μονάδας και τους παρέχει τις απαιτούμενες για αυτούς, πληροφορίες, βοήθεια αλλά και φιλοξενία «με τον τρόπο που ακριβώς περιμένουν έτσι ώστε να τους μείνουν αλησμόνητες οι διακοπές στο νησί της Μυκόνου», τονίζει ο ιδιοκτήτης του Geranium Moonlight Hotel. Ο ίδιος παραδέχεται ότι οι gay τουρίστες δαπανούν περισσότερα χρήματα στις διακοπές τους από τους ετεροφυλόφιλους. Και αυτό γιατί «συνήθως δεν έχουν παιδιά άρα οι οικογενειακές τους υποχρεώσεις είναι λιγότερες και έτσι εξηγείται γιατί επιζητούν υψηλού επιπέδου διαμονή και αντίστοιχου επιπέδου τουριστικά καταλύματα», υπογραμμίζει ο κ. Georgiev.

Με την κατεύθυνση της παροχής υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στους επισκέπτες του ευθυγραμμίζεται το Geranium Moonlight Hotel το οποίο διαθέτει: α) 11 δωμάτια, β) το Tholos studio το οποίο είναι για δύο άτομα, γ) το Cleopatra studio

το οποίο είναι για περισσότερους από 3 επισκέπτες του ξενοδοχείου, δ) τη βίλα Kiveli που αποτελείται από living room, 2 υπνοδωμάτια κ.λπ., ε) 3 διαμερίσματα με 2 υπνοδωμάτια έκαστο και στ) μια μεγάλη πισίνα με pool bar όπου σερβίρεται το γεύμα το μεσημέρι. Στον τελευταίο χώρο επιτρέπεται ο γυμνισμός και οι πελάτες του Geranium Moonlight Hotel «προφυλάσσονται» από τα όποια αδιάκριτα μάτια από την πυκνή βλάστηση στην οποία είναι «κρυμμένη» η περιοχή της πισίνας. Επιπλέον, τμήμα του Geranium Moonlight Hotel αποτελεί το συγκρότημα των 4 στούντιο και των 2 σουιτών τα οποία βρίσκονται στην χώρα της Μυκόνου και ανακαινίστηκαν το 2007. Τόσο το εν λόγω συγκρότημα όσο και το ξενοδοχείο διακρίνονται για την κυκλαδίτικη αρχιτεκτονική τους, ενώ στα δωμάτια το άσπρο και τα φωτεινά χρώματα δεσπόζουν. «Η ατμόσφαιρα που έχω δημιουργήσει ιδιαίτερα στο ξενοδοχείο είναι πολύ διαφορετική από οποιοδήποτε άλλο gay friendly τουριστικό κατάλυμα της Μυκόνου, λαμβάνοντας υπόψη ότι το 90% των ξενοδοχείων του νησιού διαφημίζονται έτσι», υποστηρίζει ο κ. Georgiev. Συμπληρώνει ότι οι ομοφυλόφιλοι ταξιδιώτες ζητούν από τον τόπο των διακοπών τους και δη από τους κατοίκους αποδοχή και κατανόηση όπως ακριβώς γίνεται με τους ετεροφυλόφιλους. Γεγονός που σημαίνει ότι θα πρέπει να τους συμπεριφέρονται σαν τμήμα της υπόλοιπης κοινωνίας.

## **2.15 Οι γάμοι ομοφυλοφίλων**

Παρόλο τις αντιδράσεις που «ξεσήκωσε» στην Ελλάδα ο γάμος ζευγαριών ομοφυλοφίλων στη νήσο Τήλο, εντούτοις άλλες περιοχές της υφηλίου τους «κλείνουν» το μάτι και τους προσκαλούν να τελέσουν εκεί το μυστήριο. Μεταξύ αυτών των περιοχών συγκαταλέγεται και η Καλιφόρνια όπου αναμένεται ότι περισσότερα από 51.000 ομοφυλόφιλα ζευγάρια που κατοικούν στην περιοχή θα δώσουν όρκους αιώνιας αγάπης με τον- την σύντροφό τους μέσα στα επόμενα τρία χρόνια. Τη δέσμευση αυτή ενώπιον των δημοτικών αρχών της συγκεκριμένης αμερικανικής πολιτείας εκτιμάται ότι θα αναλάβουν 67.000 ομοφυλόφιλα ζευγάρια από άλλες περιοχές των ΗΠΑ. Η τέλεση όλων αυτών των μυστηρίων θα οδηγήσει: α) στο να μεγαλώσει η αγορά γάμου της Καλιφόρνιας κατά περίπου 684 εκατ. ευρώ, β)

θα συμβάλει στο να δημιουργηθούν 2.100 νέες θέσεις εργασίας και γ) θα ανοίξουν οι δουλειές των ξενοδόχων, των κοσμηματοπωλών, των επιχειρηματιών εμπορίας ρούχων, ανθοπωλών κ.λπ. Οι γάμοι των ομοφυλοφίλων ζευγαριών υπολογίζεται ότι θα συνεισφέρουν έκτακτα έσοδα ύψους 64 εκατ. ευρώ στην οικονομία της αμερικανικής πολιτείας (Markwell & Waitt, 2006).

Η Κρήτη, με τις εξαιρετικές της παραλίες μεταξύ των άλλων, και γενικότερα η Ελλάδα είναι μεταξύ των δημοφιλέστερων προορισμών για το LGBT ταξιδιωτικό κοινό, γεγονός στο οποίο συμβάλλει σημαντικά η φιλική και open minded κουλτούρα των Ελλήνων, σύμφωνα με έρευνα του Destsetters, σε συνεργασία με το δημοφιλέστερο Gay Website της Μεγάλης Βρετανίας, Gay Star News.

## **2.16 Σχετικές ερευνες**

Σύμφωνα με έρευνα που αναδεικνύει τις νέες τάσεις του LGBT τουρισμού στην Ελλάδα για το 2017, που είναι:

### **1. Οι ανεπίσημες «gay παραλίες» στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος**

Αν και στην Ελλάδα δεν υπάρχουν αμιγώς gay παραλίες, εκτός από τη Μύκονο, συνηθίζεται το gay κοινό να επιλέγει πιο εναλλακτικές και ιδιωτικές παραλίες, σαν σημείο αναφοράς των διακοπών του. Μερικές από τις καλύτερες παραλίες έχουν καταγραφεί στην Κρήτη, η οποία και θεωρείται από τους top προορισμούς για το LGBT κοινό στην Ελλάδα.

### **2. Οι βίλες αποτελούν την top luxury επιλογή για κοινωνικά events και παρέες φίλων**

Με σαφή πλέον την αύξηση των κοινωνικών events, όπως gay γάμοι και δεξιώσεις, το gay κοινό επιλέγει όλο και συχνότερα πολυτελείς βίλες για τις παράλληλες διακοπές του στην Ελλάδα. Οι μεγαλύτερες βίλες φαίνονται να προσελκύουν ιδιαίτερα το ενδιαφέρον του κοινού, καθώς μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες περισσότερων καλεσμένων, σε μεγαλύτερο βαθμό.

### **3. Τα εναλλακτικά νησιά τοποθετούνται ψηλά στις προτιμήσεις των gay ταξιδιωτών**

Καθώς το island hopping είναι ένας συνήθης τρόπος ταξιδιού για το LGBT κοινό, ολοένα και περισσότερα εναλλακτικά νησιά προστίθενται στο πρόγραμμα διακοπών. Αν και οι δημοφιλείς προορισμοί όπως η Μύκονος και η Σαντορίνη παραμένουν σταθερά στη λίστα των κορυφαίων επιλογών, πολλές εναλλακτικές επιλογές, όπως η Κάρπαθος και η Αλόνησος, μπαίνουν δυναμικά στις επιλογές εξερεύνησης των ταξιδιωτών.

## 2.17 Προορισμοί

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η προσέγγιση των Ελληνικών προορισμών, καθώς ανατρέπουν τα μέχρι τώρα στερεότυπα και δεδομένα της αγοράς. Η Σαντορίνη ξεπερνά το χαρακτηρισμό του «ρομαντικού προορισμού» αυστηρά για ζευγάρια, και προτείνεται σε Single Travellers, μέσω μιας σειράς επιχειρημάτων που την μετατρέπουν σε ιδανικό προορισμό για μεμονωμένους ταξιδιώτες. Η Μύκονος, διατηρώντας τον τίτλο του top gay προορισμού στην Ελλάδα, παρουσιάζεται ως ιδανική για ζευγάρια, αφού δεν υπάρχει περιορισμός στην έκφραση του συναισθήματος.

Οι τάσεις, όμως, αναδεικνύουν και αναπάντεχους προορισμούς, όπως η Πελοπόννησος, που ξεχωρίζει τόσο για τα πολυτελή resorts όπως το Costa Navarino και το Porto Heli, αλλά και για τα μοναδικά τοπία Ελληνικής ομορφιάς που διαθέτει. Αντίστοιχα, οι παραλίες της Χαλκιδικής προωθούνται στους gay ταξιδιώτες σε συνδυασμό με την πόλη της Θεσσαλονίκης, που διαθέτει ένα από τα πιο οργανωμένα gay scenes της Ελλάδας. Από τις προτάσεις, δε θα μπορούσαν να λείπουν και νησιά όπως η Ρόδος, η Ζάκυνθος και η Ίος, ενώ η Αθήνα αποτελεί επίσημα το must visit μέρος για κάθε ταξίδι προς την Ελλάδα.

Το Destsetters, σε συνεργασία με εκατοντάδες Ελληνικά ξενοδοχεία, έχει κατορθώσει να αναδείξει την Ελλάδα στο παγκόσμιο LGBT κοινό, δίνοντας συγκριτικά πλεονεκτήματα σχετικά με αυτή την ιδιαίτερα σημαντική ταξιδιωτική κατηγορία.

## **3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ      ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **3.1 Σκοπός της μελέτης**

Η παρούσα εργασία αφορά στη μελέτη του τουρισμού των ομοφυλόφιλων. Πιο συγκεκριμένα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα ενός ερωτηματολογίου που τέθηκε υπόψη των γκέι και λεσβιών. Στόχος της εργασίας είναι η εκπόνηση μελέτης (α) για την αποτύπωση και ανάλυση στοιχείων της υφιστάμενης κατάστασης των ομοφυλόφιλών τουριστών και (β) για την εκτίμηση και ανάλυση των τουριστικών παροχών για τους ομοφυλόφιλους.

Συγκεκριμένα, αντικείμενο της μελέτης αποτελούν:

- Η καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης
- Η ανάδειξη καλών πρακτικών για των τουρισμού των ομοφυλόφιλων .
- Η διεξαγωγή έρευνας πεδίου με στόχο την εκτίμηση και ανάλυση των τουριστικών παροχών για τους ομοφυλόφιλους.
- Στατιστική επεξεργασία των αποτελεσμάτων των Ερευνών πεδίου ώστε να προκύψουν διάφορα αποτελέσματα.
- Η διερεύνηση των ταξιδιωτικών κινήτρων τους.
- Η ανάλυση της τουριστικής συμπεριφοράς τους.

### **3.2 Είδος της έρευνας**

Είναι γνωστό ότι η μεθοδολογία έρευνας που ακολουθείται κάθε φορά προσδιορίζεται, κυρίως, από τις ιδιαιτερότητες και τους επιμέρους στόχους της εκάστοτε έρευνας (Cohen, Manion & Morison, 2000). Σκοπός της ποσοτικής έρευνας είναι η εύρεση σχέσεων μεταξύ διαφόρων παραγόντων. Η ποσοτική έρευνα αναφέρεται στη συστηματική διερεύνηση φαινομένων με στατιστικές μεθόδους, μαθηματικά μοντέλα και αριθμητικά δεδομένα. Χρησιμοποιείται συνήθως αντιπροσωπευτικό δείγμα παρατηρήσεων και επιδιώκεται γενίκευση σε ένα ευρύτερο πληθυσμό. Αναζητά εμπειρικές γενικεύσεις και προσπαθεί να ελέγξει αιτιώδεις



θεωρητικές υποθέσεις (Cohen, Manion & Morison, 2000). Βασικός στόχος είναι να ταξινομηθούν τα χαρακτηριστικά σε κατηγορίες για να μπορούν να μετρηθούν και να κατασκευαστούν στατιστικά μοντέλα για να μπορέσει να εξηγηθεί αυτό που παρατηρείται. Με άλλα λόγια, στην ποσοτική μέθοδο περιλαμβάνεται η μέτρηση και ποσοτικοποίηση κοινωνικών φαινομένων. Η συλλογή δεδομένων γίνεται με δομημένα πρωτόκολλα, όπως ερωτηματολόγια, κλίμακες και δοκίμια επιτευγμάτων. Αυτή είναι και η μεθοδολογία της έρευνας που χρησιμοποιείται στην παρούσα εργασία.

### **3.3 Εργαλείο της έρευνας**

Η συλλογή των ποσοτικών ερευνητικών μας δεδομένων έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο διανεμήθηκε στο δείγμα και οι απαντήσεις δόθηκαν πάνω στο ίδιο έντυπο. Η παρούσα έρευνα είναι τύπου επισκόπησης (Cohen & Manion, 2000) και το ερωτηματολόγιο θεωρήθηκε ως το πιο κατάλληλο μέσο για την ανίχνευση των αντιλήψεων των εκπαιδευτικών γύρω από το θέμα μας.

Για την διερεύνηση των στοιχείων που αναφέρθηκαν στο σκοπό της έρευνας κρίθηκε αναγκαίο η ανάπτυξη ενός ερωτηματολογίου 18 ερωτήσεων το οποίο συνοδευόταν από ένα εισαγωγικό σημείωμα και μοιράστηκε σε μερίδα ομοφυλόφιλων ανθρώπων. Συνολικά μοιράστηκαν 120 ερωτηματολόγια. Από αυτά απαντήθηκαν τα 104. Το ερωτηματολόγιο αυτό περιέχει συνολικά 18 ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι πολλαπλής επιλογής και σε ορισμένες από αυτές υπάρχει η δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μια απαντήσεων.

### **3.4 Μέθοδοι ανάλυσης των δεδομένων**

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι τόσο της περιγραφικής όσο και της επαγωγικής στατιστικής με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS 22.0 για την ανάλυση των ερωτηματολογίων. Η συνοπτική παρουσίαση των δεδομένων της έρευνας έγινε με τον πίνακα των δεδομένων και με τις γραφικές τους παραστάσεις (Ραβδογράμματα) μέσω του προγράμματος Excel.

Οι ερωτήσεις κωδικοποιήθηκαν ανάλογα με την κατηγορία με αριθμούς. Οι ερωτήσεις με δύο επιλογές πήραν τις τιμές «1» και «2», για παράδειγμα στην ερώτηση για το φύλο του ερωτώμενου αυτοί που δήλωσαν άνδρας πήραν την τιμή «1», ενώ για τις γυναίκες δόθηκε η τιμή «2».

### **3.5 Χρονοδιάγραμμα εργασίας**

Στην αρχή σχεδιάστηκε η δομή και ο σκελετός της πτυχιακής. Έγινε ο ορισμός ενοτήτων και περιεχομένου. Επίσης επικεντρωθήκαμε στα συγκεκριμένα ζητήματα της πτυχιακής.

Προηγήθηκε επικοινωνία με τον κύριο Μενέλαο Σιαφάκα (Project Manager) του site GayGreeceGo.gr που παρέχει τουριστικά προϊόντα υψηλής ποιότητας για LGBT ταξιδιώτες από και προς την Ελλάδα. Απάντησε μια μικρή συνέντευξη μέσω email. Η επικοινωνία έγινε μέσω του κύριου Βαλλιανάτου Γρηγόρη γνωστού για την θέση του σε ΛΟΑΤΚΙ θέματα και ακτιβιστή στις 08/08/15

Επειδή σκοπός του ερωτηματολογίου ήταν να συμβάλλει στην έρευνα της πτυχιακής με μετρήσιμα αποτελέσματα και να έχουμε στην κατοχή μας στοιχεία πρωτογενούς έρευνας, θα ήταν αδύνατο να απευθυνθεί σε ευρύ κοινό χωρίς την συγκατάθεση κάποιου ψυχολόγου εφόσον θίγεται ένα ευαίσθητο θέμα. Οπότε επικοινωνήσαμε με αρκετούς ψυχολόγους οι οποίοι ήταν επιφυλακτικοί. Τελικά μετά από την επικοινωνία με την κα. Πετροχείλου Κάτια (Κλινικός & Αναπτυξιακός Ψυχολόγος), πάρθηκε γραπτή έγκριση ότι το ερωτηματολόγιο δεν φαίνεται να έχει ορολογία που θα μπορούσε να ενοχλήσει ή προσβάλλει τα άτομα του δείγματος στις 18/01/16. Έγινε κατόπιν μετάφραση της βιβλιογραφίας και τις πηγές που είχαν δοθεί από τον υπεύθυνο καθηγητή.

### **3.6 Το δείγμα της έρευνας**

Ο καθορισμός του πληθυσμού πάνω στον οποίο έγινε η έρευνά μας, εξαρτήθηκε φυσικά πρώτα από όλα από το ίδιο το αντικείμενο της έρευνας. Η

ερευνητική μας προσπάθεια κινήθηκε στα πλαίσια που ορίζει το θέμα της εργασίας μας και αφορούσε τον τουρισμό των γκέι-λεσβιών στην Ελλάδα.

Τον Μάρτιο του 2016 βγήκε online το ερωτηματολόγιο. Με αρκετά posts που έγιναν σε ομάδες ενδιαφέροντος, το δείγμα αντέδρασε θετικά και με καλά σχόλια. Τον Ιούνιο του 2016 έκλεισε το ερωτηματολόγιο με το δείγμα να έχει φτάσει στα 104 άτομα και με μεγάλη διασπορά, καθώς υπάρχουν απαντήσεις από Αθήνα, Κρήτη (Ηράκλειο και Ρέθυμνο), Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ιωάννινα και άλλες πόλεις της Ελλάδος. Με αυτό τον τρόπο το δείγμα περιέλαβε πληθυσμούς από αρκετά μέρη της χώρας συντελώντας με αυτό τον τρόπο στην ενίσχυση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας της έρευνας. Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι έγινε επίσκεψη στο ATHENS PRIDE και του CRETE PRIDE με στόχο επικοινωνία με διάφορες ομάδες και φωτογράφιση αρμάτων και παρέλασης ώστε να χρησιμοποιηθούν σχετικές φωτογραφίες στην πτυχιακή (Βλέπε παράρτημα).

## 4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 4.1 Δημογραφικά στοιχεία της έρευνας

Ο πίνακας 1 δείχνει την περιγραφή του δείγματος που συμμετείχε στην έρευνα.

**Πίνακας 1: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων στην έρευνα**

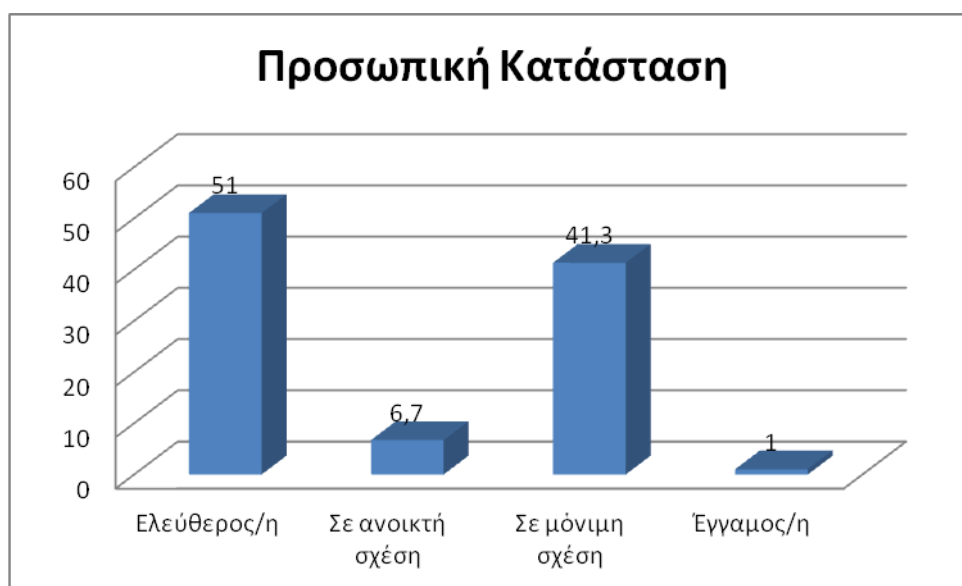
		<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Κατηγορία</b>	<b>Γκέι</b>	43	41,3
	<b>Λεσβία</b>	61	58,7
<b>Προσωπική Κατάσταση</b>	<b>Ελεύθερος/η</b>	53	51,0
	<b>Σε ανοικτή σχέση</b>	7	6,7
	<b>Σε μόνιμη σχέση</b>	43	41,3
	<b>Έγγαμος/η</b>	1	1,0
<b>Ηλικία</b>	<b>Κάτω των 18 ετών</b>	6	5,8
	<b>18-24 ετών</b>	58	55,8
	<b>25-34 ετών</b>	30	28,8
	<b>35-44 ετών</b>	7	6,7
	<b>45-54 ετών</b>	3	2,9
	<b>55-64 ετών</b>	0	0,0
	<b>65+ ετών</b>	0	0,0
<b>Επίπεδο εκπαίδευσης</b>	<b>Δημοτικό</b>	0	0,0

	<b>Γυμνάσιο</b>	0	0,0
	<b>Λύκειο</b>	16	15,4
	<b>ΙΕΚ</b>	8	7,7
	<b>ΑΕΙ/ΤΕΙ</b>	60	57,7
	<b>Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό</b>	20	19,2
<b>Επαγγελματική Κατάσταση</b>	<b>Μαθητής/Φοιτητής</b>	58	55,8
	<b>Δημόσιος Υπάλληλος</b>	1	1,0
	<b>Ιδιωτικός Υπάλληλος</b>	23	22,1
	<b>Ελεύθερος Επαγγελματίας / Επιχειρηματίας</b>	8	7,7
	<b>Συνταξιούχος</b>	0	0,0
	<b>Οικιακά</b>	0	0,0
	<b>Άνεργος</b>	14	13,5
<b>Μηνιαίο Εισόδημα</b>	<b>Δεν έχω προσωπικό εισόδημα</b>	44	42,3
	<b>Έως 500 ευρώ</b>	16	15,4
	<b>501-1000 ευρώ</b>	16	15,4
	<b>1001-1500 ευρώ</b>	10	9,6
	<b>1501-2000 ευρώ</b>	4	3,8
	<b>2001-3000 ευρώ</b>	1	1,0
	<b>3001-5000 ευρώ</b>	3	2,9
	<b>Πάνω από 5000 ευρώ</b>	0	0,0
	<b>Δεν απαντώ</b>	10	9,6

<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>
---------------	------------	--------------

#### 4.1.1 Προσωπική κατάσταση συμμετεχόντων

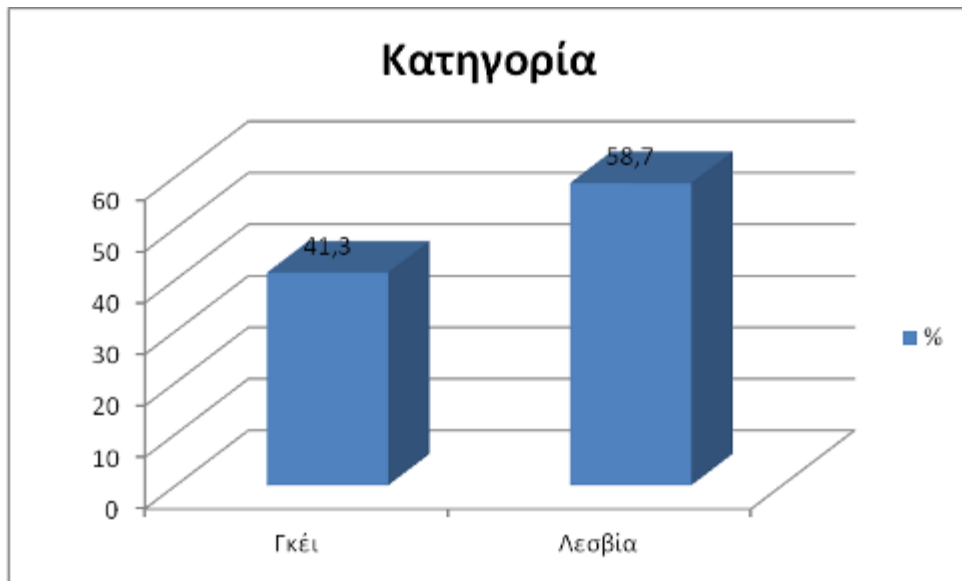
Στην ερώτηση «Ποιο από τα παρακάτω αντανακλά την παρούσα προσωπική σας κατάσταση;» που έγινε για να δηλωθεί η παρούσα προσωπική κατάσταση, από τους 104 ανθρώπους που απάντησαν οι 53 (51%) δηλώνουν ελεύθεροι. Οι 7 (6,7%) είναι σε ανοικτή σχέση, οι 43 (41,3%) δηλώνουν ότι είναι σε μόνιμη σχέση, ενώ τέλος μόνο 1 ένας είναι έγγαμος (1%). Η πλειοψηφία λοιπόν είναι ελεύθεροι ενώ το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό με μικρή απόκλιση συγκεντρώνει η απάντηση σε μόνιμη σχέση. Ωστόσο είναι μηδαμινό το ποσοστό των εγγάμων κυρίως μάλλον λόγω της νομοθεσίας στη χώρα μας.



Σχήμα 1: Προσωπική κατάσταση συμμετεχόντων

#### 4.1.2 Κατηγορία συμμετεχόντων

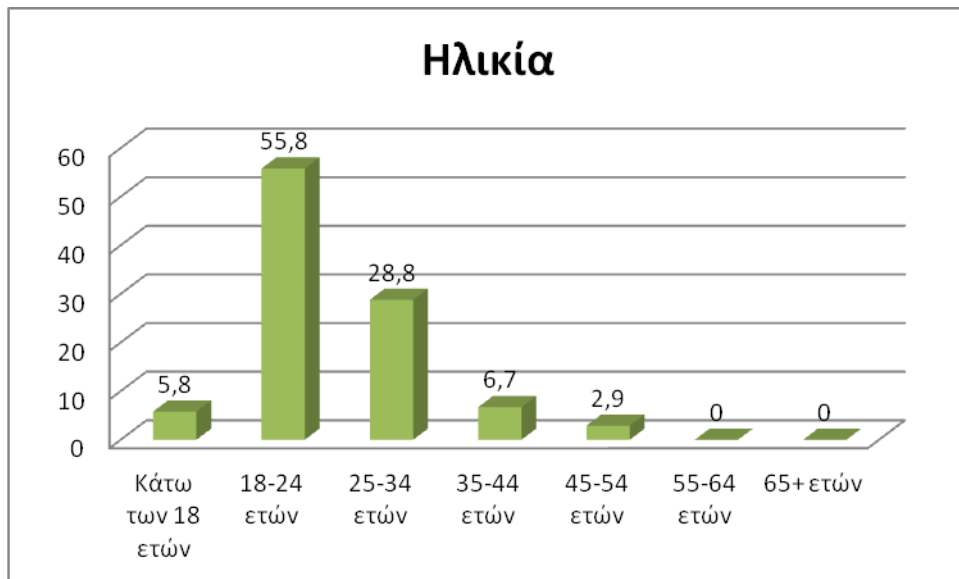
Στην ερώτηση «Πως θα περιγράφατε τον εαυτό σας;» που έγινε για να δηλωθεί η ιδιότητα του κάθε συμμετέχοντα από τους 104 που απάντησαν στην ερώτηση οι 43 δηλώνουν ότι είναι γκέι (41,3%) ενώ οι 61 (58,7%) δηλώνουν λεσβίες.



**Σχήμα 2: Κατηγορία συμμετεχόντων**

#### **4.1.3 Ηλικία συμμετεχόντων**

Στην ερώτηση σχετικά με την ηλικία των 104 συμμετεχόντων στην έρευνα το 5,8% είναι κάτω των 18 ετών, το 55,8% είναι μεταξύ 18 και 24 ετών, το 28,8% είναι μεταξύ 25 και 34 ετών, το 6,7% είναι μεταξύ 35 και 44 των και τέλος το 2,9 % είναι μεταξύ 45-54 ετών. Επομένως, βλέπουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματός μας είναι μεταξύ 18-24 ετών αλλά ωστόσο υπάρχει αντιπροσωπευτικό ποσοστό από όλες τις ηλικίες.

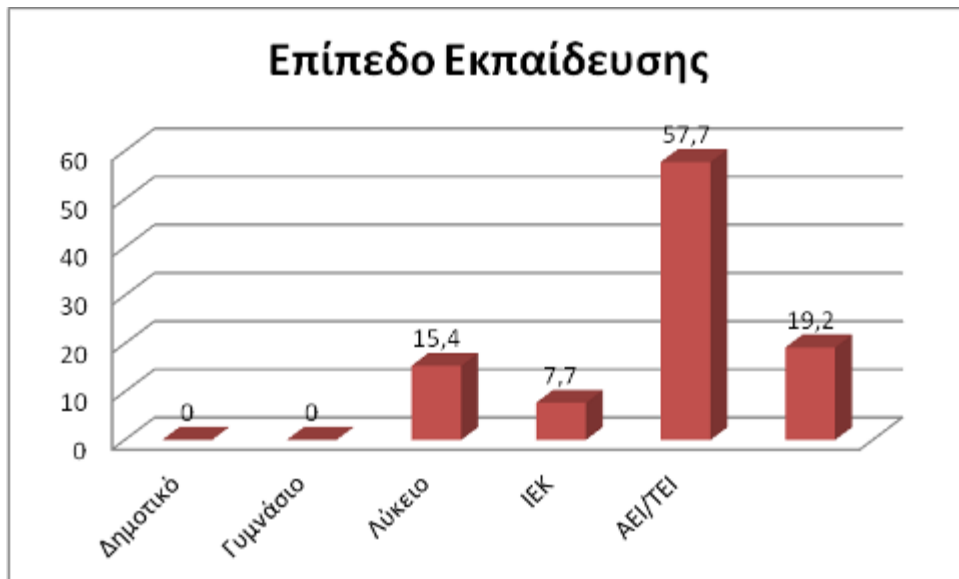


**Σχήμα 3: Ηλικία συμμετεχόντων**

#### **4.1.4 Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων στην έρευνα**

Στην ερώτηση σχετικά με το επίπεδο σπουδών των ανθρώπων που συμμετείχαν στην έρευνα διαπιστώνουμε ότι το 15,4% ήταν απόφοιτοι λυκείου, το 7,7% απόφοιτοι ΙΕΚ και το 57,7 % απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ. Τέλος το 19,2% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών.

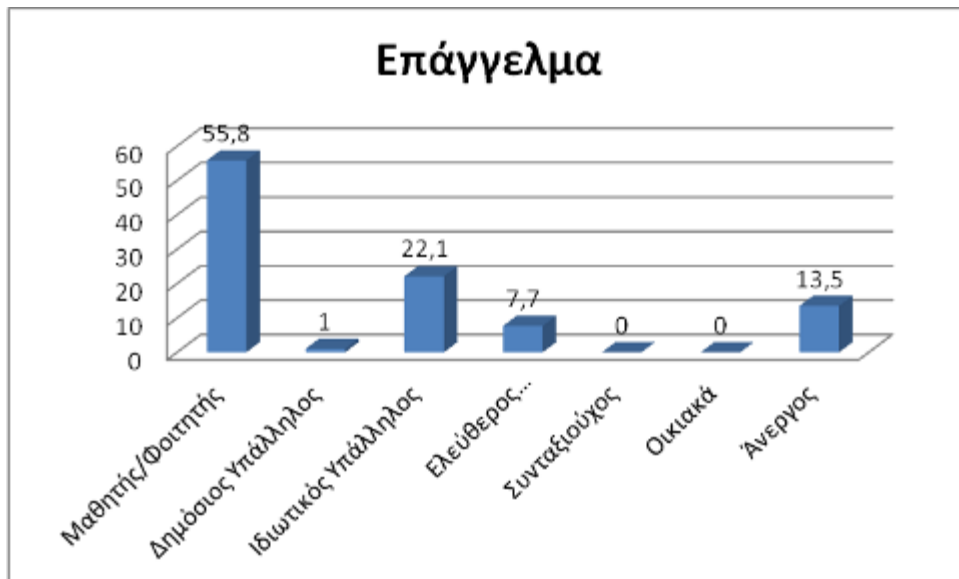




**Σχήμα 4: Επίπεδο Εκπαίδευσης συμμετεχόντων**

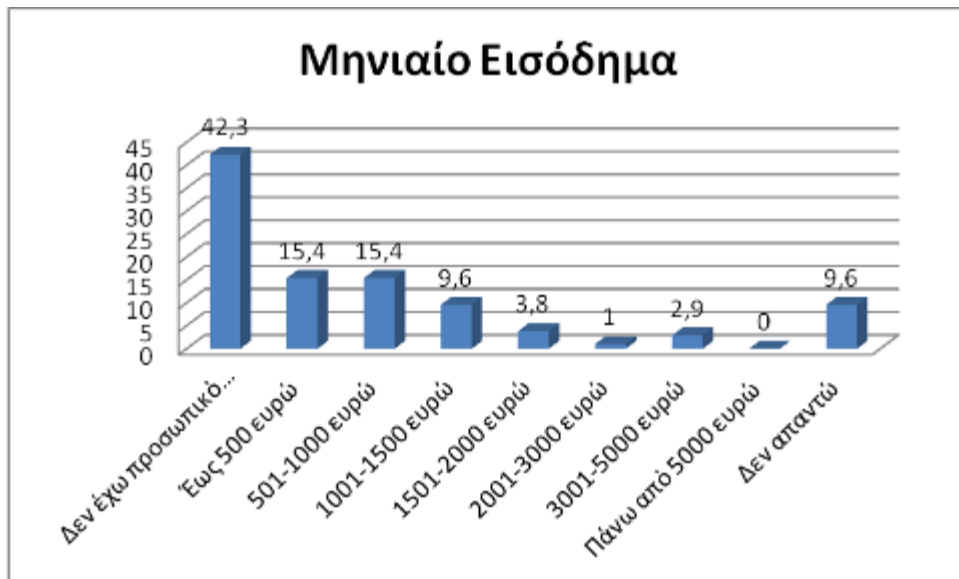
#### **4.1.5 Επαγγελματική - οικονομική κατάσταση συμμετεχόντων**

Στην ερώτηση «Ποια είναι η τρέχουσα επαγγελματική σας κατάσταση», από τους 104 συμμετέχοντες της έρευνας οι 58 (55,8%) ήταν φοιτητές, 1 (1%) ήταν δημόσιος υπάλληλος, 23 ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (22,1%), 8 ελεύθεροι επαγγελματίες (7,7%), ενώ 14 (13,5%) ήταν άνεργοι. Βλέπουμε λοιπόν ότι στην έρευνα η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι μαθητές ή φοιτητές. Παρόλα αυτά βλέπουμε ότι έλαβαν μέρος άνθρωποι από όλες τις κατηγορίες.



**Σχήμα 5: Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων**

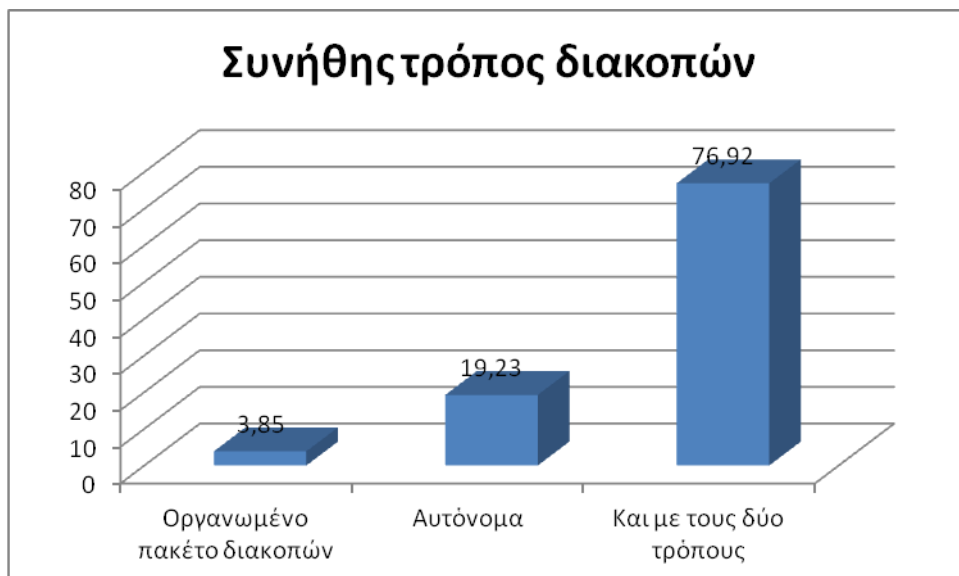
Στην ερώτηση «Ποιο είναι το μηνιαίο εισόδημά σας;», από τους 104 συμμετέχοντες της έρευνας η πλειοψηφία 42,3% δηλώνει ότι δεν έχει προσωπικό εισόδημα, κάτι λογικό αν σκεφτούμε ότι οι περισσότεροι είναι μαθητές-φοιτητές. Το 30,8% παίρνει μέχρι χίλια ευρώ ενώ οι μισοί από αυτούς παίρνουν μέχρι 500. Στη συνέχεια μικρότερα ποσοστά έχουν μεγαλύτερα εισοδήματα (9,6% από 1001 μέχρι 1500 ευρώ, 3,8% από 1501 μέχρι 2000 ευρώ, 1% 2001 μέχρι 3000 ευρώ, 2,9% από 3001 μέχρι 5000 ευρώ). 10 άτομα προτίμησαν να μην απαντήσουν στην ερώτηση αυτή (9,6%).



**Σχήμα 6: Οικονομική κατάσταση συμμετεχόντων**

#### 4.2 Συνήθης τρόπος ταξιδιού

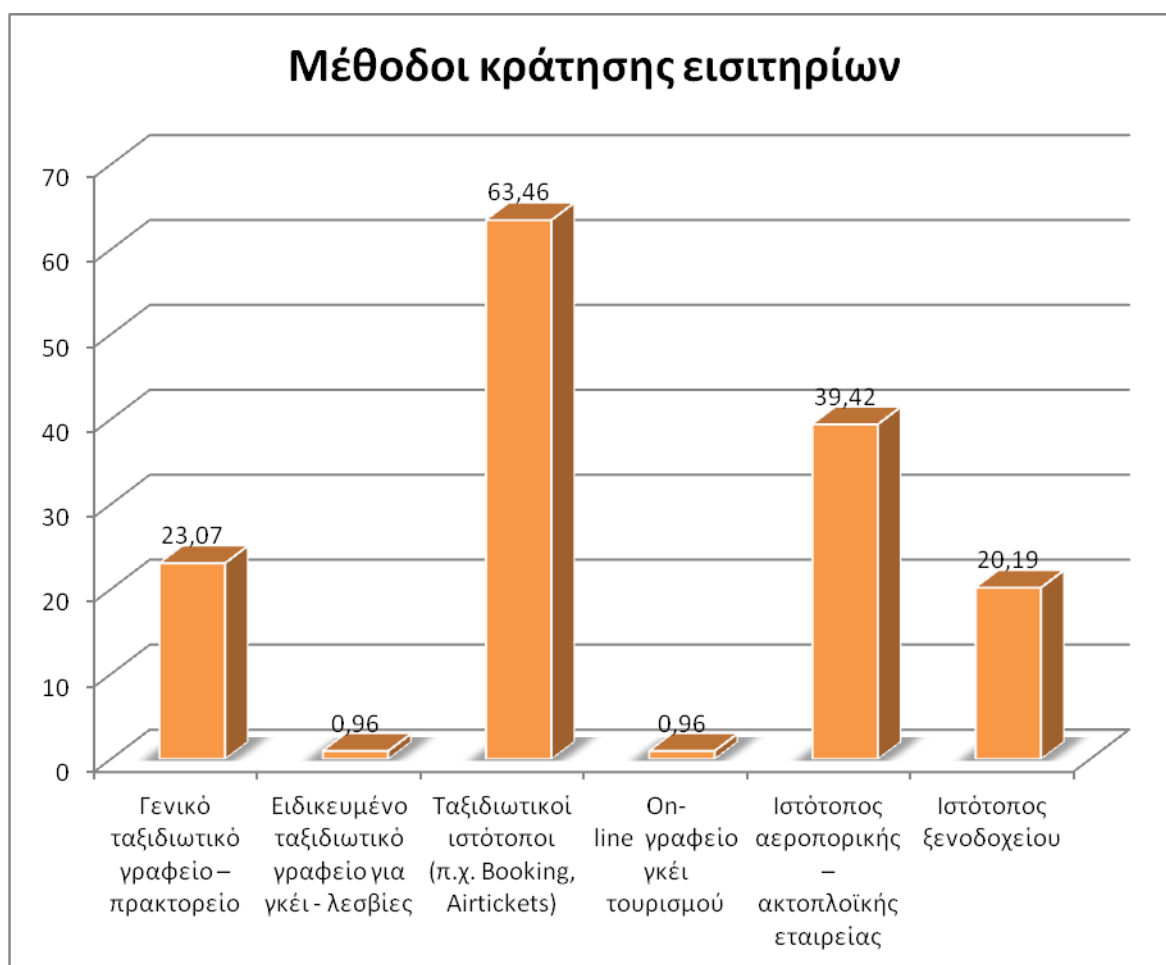
Στην ερώτηση «Ποιος είναι ο συνήθης τρόπος διακοπών σας» το 3,85% των ερωτηθέντων απάντησε ότι προτιμά το οργανωμένο πακέτο διακοπών, ενώ το 19,23% ότι προτιμά να ταξιδεύει αυτόνομα. Η πλειοψηφία όμως (76,92%) δηλώνει ότι ταξιδεύει και με τους δύο τρόπου εξίσου.



**Σχήμα 7: Συνήθης τρόπος ταξιδιού**

### 4.3 Μέθοδοι κράτησης εισιτηρίων

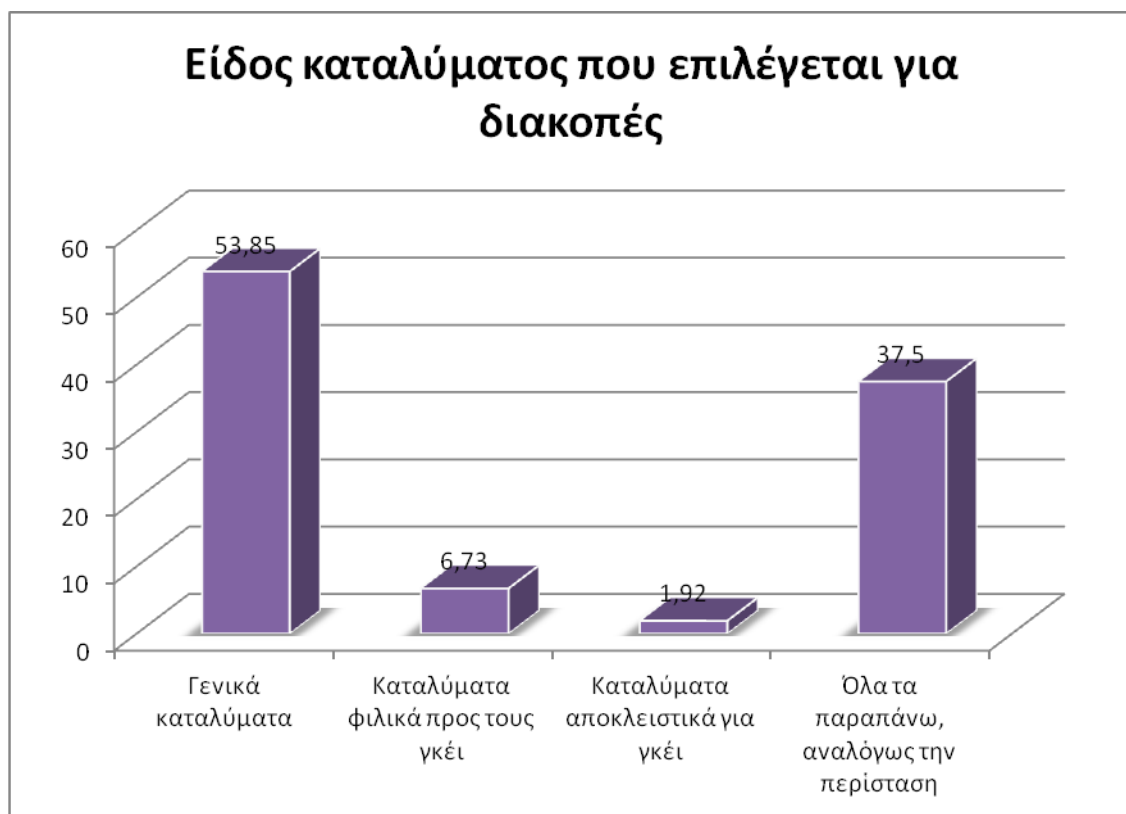
Στη ερώτηση σχετικά με τις μεθόδους κράτησης εισιτηρίων το 23,07% των συμμετεχόντων επιλέγει γενικά ταξιδιωτικά γραφεία ενώ μόλις το 0,96% επιλέγει κάποιο ειδικευμένο για γκέι ταξιδιωτικό γραφείο. Το 63,46% κλείνει τις διακοπές του μέσω γενικών ταξιδιωτικών ιστοτόπων και μόλις το 0,96% μέσω on-line γραφείου γκέι τουρισμού. Το 39,42% κλείνει τα εισιτήριά του απευθείας μέσω αεροπορικών-ακτοπλοϊκών εταιρειών. Τέλος το 20,19% κλείνει απευθείας μέσω των ιστοτόπων των ξενοδοχείων.



Σχήμα 8: μέθοδοι κράτησης εισιτηρίων

#### 4.4 Είδος καταλύματος που επιλέγεται για διακοπές

Στην ερώτηση σχετικά με το είδος του καταλύματος που επιλέγεται από τους συμμετέχοντες για τις διακοπές τους το 53,85% επιλέγει γενικά καταλύματα. Μόλις το 6,73% επιλέγει καταλύματα φιλικά προς τους γκέι ενώ ακόμα μικρότερο είναι το ποσοστό των ατόμων που επιλέγουν καταλύματα που είναι αποκλειστικά για γκέι. Τέλος ένα σημαντικό ποσοστό (37,5%) δεν έχει πρόβλημα και επιλέγει οποιοδήποτε κατάλυμα ανάλογα με την περίπτωση. Η πλειοψηφία λοιπόν των συμμετεχόντων επιλέγει γενικά καταλύματα.



Σχήμα 9: Είδος καταλύματος που επιλέγεται για τις διακοπές

#### 4.5 Επιθυμία συμπεριφοράς προσωπικού στα καταλύματα

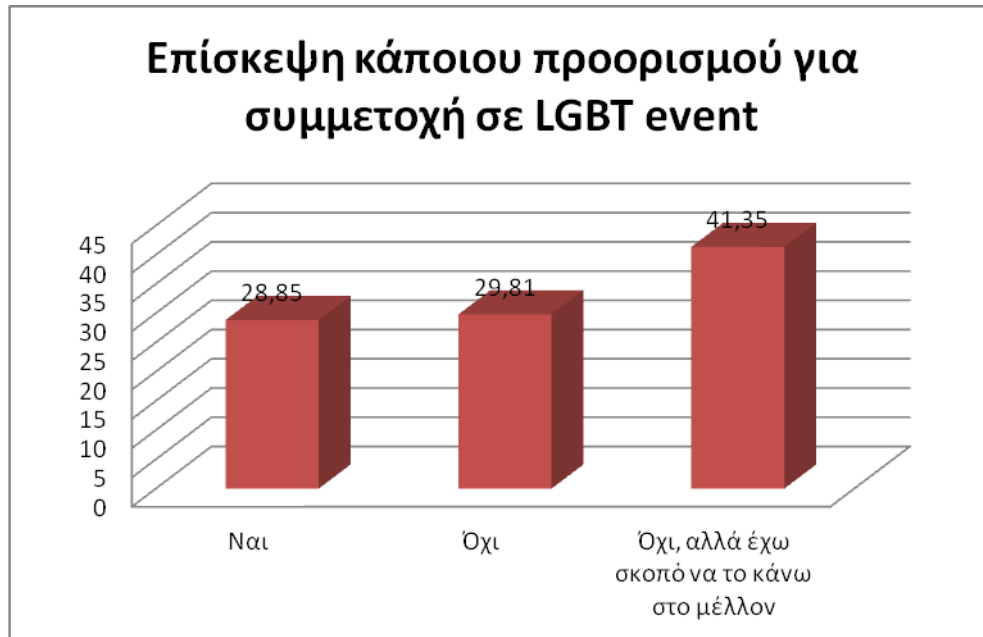
Στην ερώτηση «Πως επιθυμείτε να είναι η συμπεριφορά του προσωπικού στα καταλύματα» το 82,69% απάντησε ότι θα ήθελε να μη διαφοροποιείται μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων πελατών. Μόλις το 0,96% επέλεξε ότι πρέπει να διαφοροποιείται η συμπεριφορά του προσωπικού ανάλογα με τις συνθήκες ενώ το 12,5% θεωρεί ότι πρέπει να ανταποκρίνεται στις διαφοροποιημένες ανάγκες και τα χαρακτηριστικά των γκέι-λεσβιών. Τέλος το 3,85% δηλώνει ότι δεν τους απασχολεί το συγκεκριμένο ζήτημα. Η πλειοψηφία λοιπόν των συμμετεχόντων προτιμά να μη διαφοροποιείται η συμπεριφορά του προσωπικού απέναντι σε ομοφυλόφιλους και ετερόφυλους πελάτες.



Σχήμα 10: Επιθυμία συμπεριφοράς προσωπικού στα καταλύματα

#### 4.6 Επίσκεψη προορισμού με σκοπό τη συμμετοχή σε LGBT event

Στην ερώτηση «Έχετε επισκεφτεί κάποια πόλη / προορισμό για να πάρετε μέρος σε κάποιο LGBT event (π.χ. pride day, lifeball, κλπ);» το 28,85% απάντησε «ναι» ενώ το 29,81% «όχι». Η πλειοψηφία όμως (41,35%) αν και δεν έχει επισκεφθεί κάποιο ανάλογο event έχει σκοπό να το κάνει στο μέλλον.



Σχήμα 11: Συμμετοχή σε LGBT event

#### 4.7 Λόγοι πραγματοποίησης ενός ταξιδιού

Στην ερώτηση «Πόσο σημαντικοί είναι για εσάς οι ακόλουθοι λόγοι πραγματοποίησης ενός ταξιδιού αναψυχής;» που έγινε προκειμένου να διερευνηθούν οι λόγοι πραγματοποίησης ενός ταξιδιού ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έγιναν σε κλίμακα Likert 5 σημείων από καθόλου έως πάρα πολύ. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε από «αρκετά» έως «πολύ» όσο αφορά την ανάγκη για ξεκούραση, για διασκέδαση, για απόδραση από το καταπιεστικό περιβάλλον στο οποίο ζει, στην ανάγκη να είναι ο εαυτός του, για γνωριμία με διαφορετικούς πολιτισμούς και αναζήτηση νέων εμπειριών. Αντίθετα οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων απάντησαν από «λίγο» έως «αρκετά» όσο αφορά την ανάγκη να είναι αποδεκτοί, την ανάγκη για ανωνυμία και νέες γνωριμίες ή την αναζήτηση σεξουαλικού συντρόφου. Τέλος, από «καθόλου» έως «λίγο» απάντησε η πλειοψηφία όσο αφορά την αναζήτηση της σεξουαλικής τους ταυτότητας. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι οι λόγοι για τους οποίους πηγαίνουν ταξίδι αυτή η κατηγορία του πληθυσμού είναι κυρίως για ξεκούραση, διασκέδαση, απόδραση, νέες εμπειρίες και γνωριμία με άλλους πολιτισμούς και κουλτούρες.

**Πίνακας 2: Λόγοι πραγματοποίησης ενός ταξιδιού**

	<b>Μέσος</b>	<b>Τυπική Απόκλιση</b>
Ανάγκη για ξεκούραση / χαλάρωση	3,64	1,140
Ανάγκη για διασκέδαση / αναψυχή	3,63	1,034
Ανάγκη για απόδραση / απελευθέρωση από το καταπιεστικό περιβάλλον στο οποίο ζω	3,50	1,300
Ανάγκη να είμαι ο εαυτός μου	3,13	1,380
Ανάγκη να είμαι αποδεκτός	2,75	1,426
Ανάγκη για ανωνυμία	2,42	1,297



Νέες γνωριμίες / κοινωνικές συναναστροφές	2,79	1,129
Αναζήτηση σεξουαλικής ταυτότητας	1,64	0,934
Αναζήτηση σεξουαλικού συντρόφου	2,08	1,129
Νέες εμπειρίες	3,63	1,183
Επίσκεψη σε συγγενείς / φίλους	2,47	1,262
Γνωριμία με διαφορετικές κουλτούρες και πολιτισμούς	3,84	1,062

#### 4.8 Παράγοντες για την επιλογή προορισμού

Στην ερώτηση «Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι παράγοντες όταν επιλέγετε έναν τουριστικό προορισμό;» που έγινε προκειμένου να διερευνηθούν οι παράγοντες για την επιλογή ενός ταξιδιού ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έγιναν σε κλίμακα Likert 5 σημείων από καθόλου έως πάρα πολύ. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε από «αρκετά» έως «πολύ» όσο αφορά το καλό κλίμα που θα ήθελαν να έχει το κατάλυμά τους, τα αξιοθέατα αλλά και τις όμορφες παραλίες που θα ήθελαν να επισκεφθούν, την τιμή του καταλύματος, την εύκολη πρόσβαση σε αυτό, τη φιλικότητα των ντόπιων και την ασφάλειά τους. Η περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων απάντησαν από «λίγο» έως «αρκετά» σχετικά με τη νυχτερινή ζωή της γύρω περιοχής, το καλό φαγητό το οποίο μπορούν να βρουν, τη δυνατότητα για ψώνια, τι καλές υποδομές της περιοχής, το να είναι κοντινός προορισμός, τη δυνατότητα για γνωριμίες και σεξ με άτομα του ίδιου φύλου αλλά και τις προηγούμενες εμπειρίες που μπορεί να είχαν από τον ίδιο προορισμό.

**Πίνακας 3: Παράγοντες επιλογής ενός προορισμού**

	<b>Μέσος</b>	<b>Τυπική Απόκλιση</b>
Καλό κλίμα	3,15	1,086
Αξιοθέατα / πολιτισμός / εκδηλώσεις	3,24	1,066
Φυσικό περιβάλλον / τοπίο / παραλίες	3,68	1,054
Τιμή / κόστος	3,66	1,001
Εύκολη πρόσβαση	3,33	0,970
Έντονη νυχτερινή ζωή	2,75	1,077
Φαγητό / γαστρονομία	2,98	1,088
Δυνατότητες για αγορές / ψώνια	2,31	1,043
Ασφάλεια	3,45	1,105
Φιλικότητα ντόπιων	3,02	1,149
Καλές υποδομές (δρόμοι, νοσοκομεία, κλπ)	2,86	1,047
Δυνατότητα για πολλαπλές δραστηριότητες	3,16	1,089
Απόσταση (κοντινός προορισμός)	2,45	1,222
Η δυνατότητα για γνωριμίες με άλλα άτομα του ίδιου φύλου	2,67	1,265
Η δυνατότητα για σεξ με άλλα άτομα του ίδιου φύλου	2,24	1,273
Προηγούμενη εμπειρία στον προορισμό	2,44	1,306

#### 4.9 Χαρακτηριστικά προορισμού

Στην ερώτηση «Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντικά είναι τα ακόλουθα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας προορισμός ώστε να χαρακτηρίζεται ως «φιλικός προς τους γκέι» (gay friendly);» που έγινε προκειμένου να διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά των καταλυμάτων για να τα επιλέξουν, ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έγιναν σε κλίμακα Likert 5 σημείων από καθόλου έως πάρα πολύ. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε από «αρκετά» έως «πολύ» όσο αφορά τα καταλύματα να είναι φιλικά προς τους γκέι, να υπάρχουν στη γύρω περιοχή καταστήματα διασκέδασης αποκλειστικά για γκέι, το περιβάλλον να είναι φιλικό προς τους γκέι, ενώ οι κάτοικοι να είναι ανοιχτόμυαλοι ώστε να μην αντιδρούν αρνητικά στη σεξουαλικότητά τους για να νιώθουν καλοδεχούμενοι, ενώ είναι πολύ σημαντικό να τους δίνεται η δυνατότητα να συναναστρέφονται και με άλλους γκέι. Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα απάντησαν από «λίγο» έως «πολύ» σχετικά με την ύπαρξη εκδηλώσεων για γκέι, το κατάλυμα να είναι αποκλειστικά για γκέι ή να επιτρέπονται οι γάμοι των γκέι.

**Πίνακας 4: Χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας προορισμός**

	Μέσος	Τυπική Απόκλιση
Καταλύματα φιλικά προς τους γκέι (gay friendly)	3,47	1,190
Καταλύματα αποκλειστικά για γκέι (gay exclusive)	2,49	1,223
Καταστήματα διασκέδασης – αναψυχής φιλικά ή αποκλειστικά για γκέι	3,40	1,243
Φιλικό προς τους γκέι περιβάλλον	3,89	1,014
Ανοιχτόμυαλοι κάτοικοι που δεν αντιδρούν αρνητικά στην σεξουαλικότητα μου	3,88	0,988
Ύπαρξη εκδηλώσεων για γκέι	2,86	1,161

Να επιτρέπονται οι γάμοι μεταξύ ατόμων του ίδιου φύλου	2,66	1,274
Οι γκέι / λεσβίες να νιώθουν καλοδεχόμενοι	3,87	1,043
Η δυνατότητα να είμαι με άλλους γκέι / λεσβίες	3,37	1,247

#### 4.10 Κριτήρια επιλογής τουριστικού καταλύματος

Στην ερώτηση «Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι παράγοντες όταν επιλέγετε ένα τουριστικό κατάλυμα;» που έγινε προκειμένου να διερευνηθούν τα κριτήρια με τα οποία επιλέγεται ένας κατάλυμα, ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έγιναν σε κλίμακα Likert 5 σημείων από καθόλου έως πάρα πολύ. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε από «αρκετά» έως «πολύ» όσο αφορά την τοποθεσία του καταλύματος, την τιμή του, την ύπαρξη δωρεάν wi-fi, την φιλικότητα προς τους γκέι ενώ πολύ σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και τα σχόλια των ιστοσελίδων απ' όπου γίνεται η κράτηση. Από «λίγο» έως «πολύ» επέλεξαν να δηλώσουν όσο αφορά την διάθεση πρωινού στις παροχές του ξενοδοχείου, την κατάταξή τους, την ύπαρξη ενός καλού εστιατορίου, να τους το έχουν προτείνει γνωστοί και φίλοι, να παρέχει τη δυνατότητα All inclusive και να έχει όμορφη διακόσμηση. Από «καθόλου» έως «λίγο» επέλεξαν να απαντήσουν σχετικά με την ύπαρξη παρκινγκ, γυμναστηρίου, πισίνας, σάουνας και εκδηλώσεων για τους πελάτες.

**Πίνακας 5: Κριτήρια για την επιλογή καταλύματος**

	Μέσος	Τυπική Απόκλιση
Τοποθεσία	3,83	0,980
Τιμή	3,97	0,960
Πρωινό	2,62	1,109
Κατάταξη (αστέρια)	2,50	1,014

Δωρεάν wi-fi	3,14	1,303
Παρκινγκ	1,70	1,096
Πισίνα	1,89	1,088
Εστιατόριο εντός ξενοδοχείου	2,16	1,183
Γυμναστήριο	1,74	1,070
Spa / σάουνα / τζακούζι	1,87	1,183
Διαρρύθμιση / διακόσμηση χώρων	2,19	1,141
Εκδηλώσεις / δραστηριότητες για τους πελάτες	1,78	1,024
All inclusive	2,22	1,254
Πρόταση από φίλους / συγγενείς	2,64	1,173
Σχόλια / κριτικές / αξιολογήσεις σε σχετικούς ιστότοπους (π.χ. TripAdvisor, Booking, κλπ)	3,16	1,200
Να είναι φιλικό προς τους γκέι	3,01	1,145
Να είναι αποκλειστικό για γκέι	1,88	1,152
Να διαφημίζεται σε γκέι οδηγούς και ΜΜΕ	2,25	1,189

#### 4.11 Χαρακτηριστικά ενός gay friendly καταλύματος

Στην ερώτηση «Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντικά είναι τα ακόλουθα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένα κατάλυμα ώστε να χαρακτηρίζεται ως «φιλικό προς τους γκέι (gay friendly);» που έγινε προκειμένου να διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένα κατάλυμα προκειμένου να χαρακτηρίζεται ως φιλικό προς τους γκέι, ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έγιναν σε κλίμακα Likert 5 σημείων από καθόλου έως

πάρα πολύ. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε από «πολύ» έως «πάρα πολύ» όσο αφορά την ύπαρξη πολιτικής κατά των διακρίσεων. Οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων απάντησαν από «αρκετά» έως «πολύ» σχετικά με την ύπαρξη διακριτικότητας στο κατάλυμα που θα επιλέξουν και ο προορισμός να είναι φιλικός προς τους γκέι. Από «λίγο» έως «αρκετά» δήλωσαν σχετικά με τον γκέι ιδιοκτήτη, την απασχόληση γκέι προσωπικού, την πιστοποίηση αναγνωρισμένου φορέα για γκέι τουρισμό, τις εξειδικευμένες υπηρεσίες για γκέι-λεσβίες και την ύπαρξη διαφήμισης. Τέλος οι απαντήσεις «καθόλου» έως «λίγο» δόθηκαν για τη διακόσμηση του καταλύματος.

**Πίνακας 6: Χαρακτηριστικά ενός φιλικού προς τους γκέι καταλύματος**

	Μέσος	Τυπική Απόκλιση
Γκέι ιδιοκτησία ή/και διεύθυνση	2,08	1,138
Απασχόληση γκέι προσωπικού	2,63	1,279
Διακριτικότητα / εχεμύθεια	3,46	1,214
Πολιτική κατά των διακρίσεων	4,05	1,152
Πιστοποίηση αναγνωρισμένου φορέα για γκέι τουρισμό	2,74	1,264
Μέλος του IGLTA (The International Gay & Lesbian Travel Association)	2,71	1,334
Να διαφημίζεται σε Μ.Μ.Ε. για γκέι / λεσβίες	2,54	1,246
Να βρίσκεται σε προορισμό φιλικό προς γκέι	3,13	1,239
Να παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες για γκέι / λεσβίες	2,26	1,246
Η διακόσμηση / διαρρύθμιση των χώρων να διαφέρει από τα άλλα καταλύματα	1,78	1,004

#### **4.12 Απαντήσεις σχετικές με τον τουρισμό των γκέι-λεσβιών στην Ελλάδα**

Στην ερώτηση «Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις ακόλουθες προτάσεις;» που έγινε προκειμένου να διερευνηθούν κάποιες συγκεκριμένες απόψεις, ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έγιναν σε κλίμακα Likert 5 σημείων από καθόλου έως πάρα πολύ. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε από «αρκετά» έως «πολύ» όσο αφορά το γεγονός ότι το κατάλυμα πρέπει να είναι φιλικό προς τους γκέι ώστε να νιώθουν πιο ασφαλείς ή το γεγονός ότι τα περισσότερα καταλύματα φιλικά προς τους γκέι / λεσβίες είναι μόνο κατ' ευφημισμόν «φιλικά» και αποσκοπούν κυρίως στην προσέλκυση και εκμετάλλευση αυτών των ατόμων χωρίς να διαφέρουν ουσιαστικά από άλλα καταλύματα. Επίσης σχετικά με το γεγονός ότι όλο και περισσότεροι προορισμοί επιδιώκουν τον χαρακτηρισμό «φιλικό προς τους γκέι» αποσκοπώντας στα χρήματα των γκέι – λεσβιών ή ότι υπάρχουν προορισμοί στους οποίους «...δεν επιθυμώ να ταξιδέψω ποτέ λόγω των σεξουαλικών επιλογών μου» (π.χ. προορισμοί στους οποίους η ομοφυλοφιλία είναι παράνομη). Επίσης οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι η ελληνική κοινωνία είναι συντηρητική και οπισθοδρομική ως προς την αποδοχή της σεξουαλικότητας των γκέι – λεσβιών. Οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων δήλωσαν από «λίγο» έως «αρκετά» όσο αφορά το γεγονός ότι πολλές φορές καταπιέζουν την σεξουαλικότητά τους προκειμένου να επισκεφτούν προορισμούς μη φιλικούς προς τους γκέι – λεσβίες ή ότι ένας προορισμός ή κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι / λεσβίες νιώθουν ότι «γκετοποιεί» τους γκέι / λεσβίες. Ακόμη το γεγονός ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες σε ένα κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι / λεσβίες είναι ποιοτικά κατώτερες από άλλα καταλύματα και χαρακτηρίζονται από κακή σχέση αξίας-τιμής αλλά και ότι το φημολογούμενο υψηλότερο εισόδημα των γκέι – λεσβιών έχει οδηγήσει σε οικονομική εκμετάλλευση αυτών των ατόμων μέσω χρέωσης υψηλότερων τιμών. Ωστόσο υπάρχει και η άποψη ότι ο γκέι τουρισμός στην Ελλάδα είναι ικανοποιητικά ανεπτυγμένος ενώ η ελληνική πολιτεία έχει κάνει σημαντικά βήματα προς την

αναγνώριση των δικαιωμάτων των ομοφυλόφιλων αλλά και ότι στην Ελλάδα υπάρχει σημαντικός αριθμός καταλυμάτων και άλλων επιχειρήσεων φιλικών προς τους γκέι / λεσβίες.

**Πίνακας 7: Βαθμός συμφωνίας σε διάφορες προτάσεις**

	<b>Μέσος</b>	<b>Τυπική Απόκλιση</b>
Σε έναν προορισμό ή κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι νιώθω πιο ασφαλής	3,40	1,038
Πολλές φορές καταπιέζω την σεξουαλικότητά μου προκειμένου να επισκεφτώ προορισμούς μη φιλικούς προς τους γκέι - λεσβίες	2,53	1,277
Ένας προορισμός ή κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι / λεσβίες νιώθω ότι «γκετοποιεί» τους γκέι / λεσβίες	2,90	1,266
Οι παρεχόμενες υπηρεσίες σε ένα κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι / λεσβίες είναι ποιοτικά κατώτερες από άλλα καταλύματα και χαρακτηρίζονται από κακή σχέση αξίας-τιμής	2,52	0,903
Το φημολογούμενο υψηλότερο εισόδημα των γκέι – λεσβιών έχει οδηγήσει σε οικονομική εκμετάλλευση αυτών των ατόμων μέσω χρέωσης υψηλότερων τιμών	2,99	1,178
Τα περισσότερα καταλύματα φιλικά προς τους γκέι / λεσβίες είναι μόνο κατ' ευφημισμόν «φιλικά» και αποσκοπούν κυρίως στην προσέλκυση και εκμετάλλευση αυτών των ατόμων χωρίς να διαφέρουν ουσιαστικά από άλλα καταλύματα	3,12	1,040
Όλο και περισσότεροι προορισμοί επιδιώκουν τον χαρακτηρισμό «φιλικό προς τους γκέι» αποσκοπώντας στα χρήματα των γκέι – λεσβιών	3,49	1,079



Υπάρχουν προορισμοί στους οποίους δεν επιθυμώ να ταξιδέψω ποτέ λόγω των σεξουαλικών επιλογών μου (π.χ. προορισμοί στους οποίους η ομοφυλοφιλία είναι παράνομη)	3,44	1,460
Ο γκέι τουρισμός στην Ελλάδα είναι ικανοποιητικά ανεπτυγμένος	2,24	0,853
Η ελληνική πολιτεία έχει κάνει σημαντικά βήματα προς την αναγνώριση των δικαιωμάτων των ομοφυλόφιλων	2,93	1,026
Η ελληνική κοινωνία είναι συντηρητική και οπισθοδρομική ως προς την αποδοχή της σεξουαλικότητας των γκέι - λεσβιών	3,88	1,040
Στην Ελλάδα υπάρχει σημαντικός αριθμός καταλυμάτων και άλλων επιχειρήσεων φιλικών προς τους γκέι / λεσβίες	2,39	0,970

#### 4.13 Αγαπημένοι προορισμοί σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Στην ερώτηση «Παρακαλώ, αναφέρετε σε ποιους προορισμούς (στο εσωτερικό της χώρας ή στο εξωτερικό) κάνατε διακοπές τα τελευταία 3 χρόνια.» που έγινε προκειμένου να επισημανθούν οι πιο δημοφιλείς προορισμοί, ανάμεσα στους 104 συμμετέχοντες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι μετρήσεις έδειξαν ότι οι δημοφιλέστεροι προορισμοί για το εσωτερικό είναι η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και η Κρήτη, ενώ η Μύκονος και το Αγκίστρι συγκεντρώνουν σημαντικό ποσοστό απαντήσεων. Στο εξωτερικό δημοφιλέστεροι προορισμοί είναι το Λονδίνο, το Βερολίνο και το Άμστερνταμ.

**Πίνακας 8: Δημοφιλέστεροι προορισμοί σε Ελλάδα και εξωτερικό**

<b>Ελλάδα</b>	<b>Εξωτερικό</b>
Αγκίστρι(7)	Αγγλία (7)
Αιγαίο(2)	Άγιος Μαρίνος
Αίγινα (4)	Αλβανία
Αθήνα (14)	Αμβούργο
Αλεξανδρούπολη (2)	Αμερική (2)
Αλόνησος (2)	Άμστερνταμ (5)
Αμοργός (4)	Αυστρία (3)
Άνδρος (4)	Βαλτική
Αντίπαρος (3)	Βαρκελώνη (2)
Αράχωβα (2)	Βαρσοβία (2)
Αστυπάλαια	Βέλγιο (3)
Βόλος (4)	Βελιγράδι
Βυτίνα	Βενετία
Γαλαξίδι	Βερολίνο (7)
Γαύδος	Βιέννη (6)
Δελφοί	Βουδαπέστη(4)
Δημητσάνα	Βουκουρέστη
Δράμα	Βουλγαρία (5)
Δωδεκάνησα	Βρυξέλλες (5)
Έδεσσα	Γαλλία (6)
Ελάτη	Γενεύη
Ελατοχώρι	Γερμανία (7)
Ελλάδα	Δανία (3)
Ερέτρια (2)	Δουβλίνο
Εύβοια (2)	Ελβετία
Ζάκυνθος (4)	Ην.Βασίλειο
Ηγουμενίτσα	Ισπανία (3)
Ηλεία	Ισραήλ
Ηράκλειο	Ιταλία (7)

Θεσσαλονίκη(18)	Ισπανία (5)
Ικαρία (3)	Καμπότζη
Ιος (5)	Κίνα
Ιωάννινα (2)	Κολώνια
Καβάλα	Κρακοβία
Καλαμάτα(2)	Κροατία
Καστοριά	Κύπρος
Κατερίνη	Κωνσταντινούπολη
Κέρκυρα (5)	Λιθουανία
Κεφαλλονιά (3)	Λισαβόνα (3)
Κομοτηνή	Λονδίνο (12)
Κουφονήσια (2)	Μαδρίτη
Κρήτη (18)	Μαλαισία
Κύθυρα (4)	Μάλτα
Κυκλάδες (3)	Μαρόκο
Κως	Μιλάνο
Λακωνία	Μπρατισλάβα
Λάρισα	Μονακό
Λευκάδα (6)	Μόναχο
Λίμνη Πλαστήρα	Νέα Υόρκη (2)
Μαγνησία	Ντελφ
Μεσσηνία (2)	Ντουμπροβνικ
Μέτσοβο	Ολλανδία (6)
Μονεμβασιά	Ουγγαρία (2)
Μύκονος(6)	Παρίσι (7)
Μυτιλήνη (2)	Πέρνικ
Νάξος (4)	Πολωνία
Ναύπακτος	Πορτογαλία (3)
Ναύπλιο	Πράγα
Νίσυρος	Ρευκιαβικ
Ξάνθη	Ρίγα
Ξυλόκαστρο	Ρουμανία

Ορεστειάδα	Ρώμη (3)
Πάργα	Ρωσία (2)
Παρνασσός	Σερβία (4)
Πάρος (4)	Σλοβενία
Πάτρα	(2) Σλοβακία
Πελοπόννησος (2)	Σουηδία (4)
Πήλιο	Σόφια (2)
Πόρος	Στοκχόλμη (2)
Πρέβεζα (2)	Τουρκία (3)
Πύλος (2)	Φιλανδία
Ρόδος (7)	Χάγη
Σαλαμίνα (2)	
Σαμοθράκη (5)	
Σάμος (2)	
Σαντορίνη (8)	
Σίκινος	
Σίφνος (2)	
Σκιάθος (6)	
Σκόπελος (2)	
Σουγιά	
Σπέτσες	
Σποράδες	
Σύρος (5)	
Τζιά	
Τήνος (2)	
Τρίκαλα	
Τρίπολη	
Ύδρα	
Φλώρινα	
Χαλκίδα	
Χαλκιδική (7)	
Χανιά(5)	

Χερσόνησος	
Χίος	

## **5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ      ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΣΥΖΗΤΗΣΗ**

Απώτερος σκοπός της μελέτης αυτής ήταν η παρουσίαση και η διερεύνηση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού και δη του τουρισμού των γκέι-λεσβιών που έχουν αναπτυχθεί στον Ελλαδικό χώρο. Μέσα από την προσπάθεια μελέτης αυτών των μορφών τουρισμού έχουν προκύψει σημαντικά συμπεράσματα. Η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας υπογράμμισε τα σημεία στα οποία δίνουν μεγαλύτερη έμφαση όσοι ανήκουν σε αυτή την κατηγορία του τουρισμού και κατ' επέκταση κατέδειξε τα στοιχεία τα οποία θα πρέπει να βελτιωθούν προκειμένου να αυξηθεί το ποσοστό της κίνησης και σε αυτή τη μερίδα πολιτών.

Όσον αφορά την ερευνητική προσέγγιση, αυτή περιελάμβανε ποσοτικά δεδομένα που προκύπτουν από τις απαντήσεις των γκέι-λεσβιών σε ερωτηματολόγιο. Συνολικά συγκεντρώθηκαν 104 ερωτηματολόγια. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται και συζητούνται τα αποτελέσματα της μελέτης, παρουσιάζονται οι περιορισμοί της και παρατίθενται προτάσεις για περαιτέρω σχετικές έρευνες.

Στη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο επιλέγουν τα ομοφυλόφιλα άτομα να κάνουν ένα ταξίδι, οι συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε πως μπορεί να πάει είτε αυτόνομα είτε με οργανωμένο πακέτο διακοπών, ενώ όταν πραγματοποιούν μια κράτηση συνήθως αυτό γίνεται μέσω διαδικτυακών ταξιδιωτικών ιστοτόπων. Μάλιστα φαίνεται να επιλέγουν καταλύματα γενικού ενδιαφέροντος και όχι καταλύματα αποκλειστικά για ομοφυλόφιλους. Αυτό το εύρημα βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με το γεγονός ότι όπως έχουν δηλώσει στο ερωτηματολόγιο προτιμούν να μην υπάρχει καμία διαφοροποίηση όσο αφορά τη συμπεριφορά του προσωπικού μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων επισκεπτών.

Στην αναζήτηση των λόγων για τους οποίους επιλέγουν να κάνουν κάποιο ταξίδι δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται από τον υπόλοιπο πληθυσμό καθώς και εδώ οι ταξιδιώτες βρίσκονται σε αναζήτηση ξεκούρασης, διασκέδασης και απόδρασης.

Στην έρευνα των παραγόντων που συμβάλουν στην επιλογή του καταλύματός τους γίνεται αναφορά κυρίως στην φιλικότητα των ντόπιων και στην ασφάλεια που μπορεί να τους προσφέρει ένας προορισμός. Παρόμοια είναι και τα αποτελέσματα σχετικά με τα χαρακτηριστικά που θα ήθελαν να έχει ένας προορισμός καθώς και εδώ επιλέγεται κυρίως το φιλικό περιβάλλον προς τους γκέι αλλά και η ύπαρξη ανοιχτόμυαλων ανθρώπων.

Σε γενικές γραμμές διαπιστώνουμε ότι οι άνθρωποι που ανήκουν σε αυτό το υποσύνολο του πληθυσμού θα ήθελαν να έχουν την ίδια αντιμετώπιση όπως όλος ο υπόλοιπος κόσμος. Τα καταλύματα και οι προορισμοί που επιλέγονται γίνονται για τους ίδιους ακριβώς λόγους όπως και στο γενικό σύνολο του πληθυσμού ωστόσο δεν θα ήθελαν σε καμία περίπτωση να υπάρχει μια καχύποπτη ή εχθρική στάση απέναντί τους.

Επιπρόσθετα αξίζουν να σημειωθούν και κάποιες προτάσεις στις οποίες φαίνεται να συμφωνούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους και σε μεγαλύτερο βαθμό οι ερωτηθέντες. Συγκεκριμένα υποστηρίζεται ότι το κατάλυμα πρέπει να είναι φιλικό προς τους γκέι ώστε να νιώθουν πιο ασφαλή. Τα περισσότερα καταλύματα φιλικά προς τους γκέι / λεσβίες είναι μόνο κατ' ευφημισμόν «φιλικά» και αποσκοπούν κυρίως στην προσέλκυση και εκμετάλλευση αυτών των ατόμων χωρίς να διαφέρουν ουσιαστικά από άλλα καταλύματα. Επίσης όλο και περισσότεροι προορισμοί επιδιώκουν τον χαρακτηρισμό «φιλικό προς τους γκέι» αποσκοπώντας στα χρήματα

των γκέι – λεσβιών ή ότι υπάρχουν προορισμοί στους οποίους δεν επιθυμούν να ταξιδέψουν ποτέ λόγω των σεξουαλικών επιλογών τους (π.χ. προορισμοί στους οποίους η ομοφυλοφιλία είναι παράνομη).

Η ελληνική κοινωνία είναι συντηρητική και οπισθοδρομική ως προς την αποδοχή της σεξουαλικότητας των γκέι – λεσβιών. Πολλές φορές καταπιέζουν την σεξουαλικότητά τους προκειμένου να επισκεφτούν προορισμούς μη φιλικούς προς τους γκέι – λεσβίες ή ότι ένας προορισμός ή κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι / λεσβίες νιώθουν ότι «γκετοποιεί» τους γκέι / λεσβίες. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες σε ένα κατάλυμα φιλικό προς τους γκέι / λεσβίες είναι ποιοτικά κατώτερες από άλλα καταλύματα και χαρακτηρίζονται από κακή σχέση αξίας-τιμής αλλά και ότι το φημολογούμενο υψηλότερο εισόδημα των γκέι – λεσβιών έχει οδηγήσει σε οικονομική εκμετάλλευση αυτών των ατόμων μέσω χρέωσης υψηλότερων τιμών.

Ωστόσο σε αξιοσημείωτο ποσοστό δηλώθηκε ότι ο γκέι τουρισμός στην Ελλάδα είναι ικανοποιητικά ανεπτυγμένος ενώ η ελληνική πολιτεία έχει κάνει σημαντικά βήματα προς την αναγνώριση των δικαιωμάτων των ομοφυλόφιλων. Τέλος θεωρείται ότι στην Ελλάδα υπάρχει σημαντικός αριθμός καταλυμάτων και άλλων επιχειρήσεων φιλικών προς τους γκέι / λεσβίες.

Το κλειδί προς την ανάπτυξη αυτού του τομέα του τουρισμού είναι η συνεργασία όλων των τοπικών και κρατικών τουριστικών φορέων αλλά και των ντόπιων κατοίκων για μια οργανωμένη παρέμβαση στην ανάδειξη και προώθηση των χαρακτηριστικών που αναφέρθηκαν παραπάνω και τον επαναπροσδιορισμό της τουριστικής ταυτότητας και δραστηριότητας του Ελλαδικού χώρου.

## **5.1 Οι τρόποι προώθησης των επιχειρήσεων τουρισμού γκέι - λεσβιών**

Η στρατηγική της τουριστικής επιχείρησης και η γνώση της κατάστασης της, με βάση την αξιολόγηση του κόστους και του αναμενόμενου κέρδους αποσκοπεί στο να προσδιορίσει και να επαναπροσδιορίσει το στόχο της καθώς και τις προτεραιότητες της οι οποίες σχετίζονται με (Ρίγγας, 2006):

- τη βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των εργαζομένων
- τη φιλοσοφία και την επιδίωξη να γίνει η τουριστική επιχείρηση γνωστή σε κάθε νέα ομοφυλόφιλη τουριστική αγορά
- την παρουσίαση της ιστορικής διαδρομής της επιχείρησης και
- την ανάδειξη των επιτευγμάτων της
- την προσπάθεια ανάδειξης της εικόνας της επιχείρησης, αν έχει υιοθετήσει σύγχρονες οικονομικές τεχνικές ή νέες τεχνικές διείσδυσης στην ομοφυλόφιλη τουριστική αγορά
- την προετοιμασία για νέες επενδυτικές δραστηριότητες που θα διευρύνουν το μέγεθος της και το κύκλο των εργασιών της
- την ανάπτυξη ή τη βελτίωση των σχέσεων της με τους κατοίκους των τοπικών κοινωνιών
- την επιμόρφωση των εργαζομένων σε αυτή ώστε να μπορούν να διαθέτουν όσο πιο αποτελεσματικά το ομοφυλόφιλο τουριστικό προϊόν προς ομοφυλόφιλους τουρίστες - καταναλωτές ή προς διανομείς τουριστικών πακέτων την απόκτηση εμπιστοσύνης των ομοφυλόφιλων τουριστών — καταναλωτών ή
- την επαναπόκτηση της εμπιστοσύνης, εάν αυτή έχει χαθεί από κάποιο ατυχές συμβάν
- τη δημιουργία νέας επιχειρηματικής ταυτότητας και προβολής προς τα έξω
- τη γνωστοποίηση των κοινωνικών δραστηριοτήτων της τουριστικής επιχείρησης αλλά και των δραστηριοτήτων των ανθρώπων της (book on line σύστημα Εναλλακτικός Τουρισμός)

## 5.2 Μελλοντικές έρευνες



Σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο θα μπορούσαν να γίνουν:

- Έρευνες για την εφαρμογή του τουρισμού γκέι - λεσβιών και σε άλλες περιοχές της Ελλάδος σε τοπικό επίπεδο.
- Μελέτη χρήσης στρατηγικών μάρκετινγκ από τις ξενοδοχειακές μονάδες.
- Υποβολή και εφαρμογή προτάσεων για τον τουρισμό σε τοπικό, περιφερειακό και κρατικό επίπεδο.
- Τέλος δημιουργία σχολής σχετιζόμενης με τον τουρισμό των γκέι- λεσβιών.

## Βιβλιογραφία

### Ξενόγλωσση

- Booming του Gay Τουρισμου στη Διεθνή Τουριστική Αγορά Διαθέσιμό στο <http://goo.gl/lhs9MO>
- Cox, M. (2001). Gay holidaymaking: A study of tourism and sexual culture, Unpublished PhD Thesis. University College, UK, University of London
- Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. (2007). *Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας*, Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Cliff S., Forrest S. (1999). Gay men and tourism: destinations and holiday motivations. *Tourism Management*, 20, 215 – 625.
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2004). The BIAS map: Behaviors from intergroup affect and stereotypes. . Cambridge, MA: MIT Press.
- D'Augelli, A. R. (1989). Homophobia in a university community: Views of prospective resident assistants. *Journal of College Student Development*, 30, 546-552.
- Engstrom, C.M., & Sedlacek, W.E. (1997). Student attitudes toward gay and lesbian peers. *Journal of College Student Development*, 38, 565-576.
- Ficarrotto, Thomas J (1990) 'Racism, Sexism, and Erotophobia: Attitudes of Heterosexuals Toward Homosexuals', 19(1) *Journal of Homosexuality* 111-116.
- Herek, G. M. (1997), *Heterosexual's attitudes toward Lesbians and Gay men: Does coming out make a difference?*, New York: University Press.
- Herek, G. M. (2000), *Sexual Prejudice and Gender: Do heterosexuals' Attitudes Toward Lesbians and Gay Men Differ?*, *Journal of Social Issues*, 56 (2), 251-266

- Herek, G. M. (2004), Beyond “Homophobia”: Thinking About Sexual Prejudice and Stigma in the Twenty-First Century, *Sexuality Research and Social Policy*, Journal of NSRC, 1 (2), 6-24.
- Herek, G. M. (2007), “Hate Crimes and Stigma-Related Experiences Among Sexual Minority Adults in the United States: Prevalence Estimates from a National Probability Sample.” *Journal of Interpersonal Violence*, forthcoming.
- Herek, G.M. (1988). Heterosexuals' attitudes toward lesbians and gay men: Correlates and gender differences, *The Journal of Sex Research*, 25 (4), 451-477
- Herrera, S.L., Scott, D. (2005). "We gotta get out of this place!" Leisure travel among gay men living in a small city. *Tourism Review International*, Vol. 8, No.3, pp.249-262
- Holcomb, B., Luongo, M. (1996). Gay tourism in the United States. *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No.3, pp.695-726.
- Hughes, H. (2003). Marketing gay tourism in Manchester: New market for urban tourism or destruction of ‘gay space?’. *Journal of Vacation Marketing*, 9, 2, 157 – 163.
- Hughes, H. L. (2006). *Pink Tourism. Holidays of Gay Men and Lesbians*. Oxfordshire: CABI
- Kerns, J. G., Fine, M. A. (1994), The Relation Between Gender and Negative Attitudes Toward Gay Men and Lesbians: Do Gender Role Attitudes Mediate This Relation?, *Sex Roles*, 31, 297-300.
- Markwell, K., Waitt G. (2006). *Gay Tourism: Culture and context*. Binghamton: The Haworth Hospitality Press.
- McKercher, B. & Bauer, T. (2003). Conceptual framework of the nexus between tourism, romance, and sex. In T. Bauer and B. McKercher (Eds.). *Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love and Lust*, London: THHP.
- Ogletree S. M., Harper, A. (2006), *Attitudes toward Gays and Lesbians: Gender and Sexism*, Texas State University, San Marcos.

- Poria, Y. (February 2006). Assessing Gay Men and Lesbian Women's Hotel Experiences. An Exploratory Study of Sexual Orientation in the Travel Industry. *Journal of Travel Research*, 327-334
- Pritchard JK, Stephens M, Donnelly P (2000) Inference of population structure using multilocus genotype data. *Genetics*, 155, 945–959.
- Whitley, B. E. (2001). Gender-role variables and attitudes toward homosexuality. *Sex Roles*, 45, 691-721.
- [www.agrotour.gr](http://www.agrotour.gr), Ελληνικός Αγροτουρισμός, (ημερ. πρόσβασης 10/3/2017)
- [www.greekhotels-association.com](http://www.greekhotels-association.com) Ανώνυμη εταιρεία ελληνικών ξενοδοχείων(ημερ. πρόσβασης 2/4/2017)
- [www.greek-tourism.gr](http://www.greek-tourism.gr) Ιστοσελίδα Ευρετήριο Ελληνικού Τουρισμού (ημερ. πρόσβασης 29/3/2017)

### **Ελληνόγλωσση**

- Αντωνοπούλου X., (1997), *Η Ανθρώπινη Σεξουαλικότητα*, Αθήνα: Ατραπός.
- Αντωνοπούλου, N. (2011), Στερεοτυπικές και προκαταληπτικές συμπεριφορές των εκπαιδευτικών σε γηγενείς μαθητές και μαθητές πολιτισμικά διαφορετικών ομάδων, Πανεπιστήμιο Πατρών, Πάτρα: Μεταπτυχιακή εργασία.
- Αγγουράκη P., Δριμισκιανάκη X., Κουνάδη A., (2010), Οι διαφορές των φύλων ως προς τις στάσεις και αντιλήψεις απέναντι τους ομοφυλόφιλους σε αστικές και μη αστικές, ΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο: Πτυχιακή εργασία.
- Βαφειάδη – Κοντογιώργου – Παπακωνσταντινίδη, (1998), «Αγροτουρισμός Και Ισορροπη Αναπτυξη», Αθήνα, Εκδόσεις Α.Τ.Ε.
- Βικιπαίδεια (2014). Σύμβολα\_ΛΟΑΤ. Διαθέσιμο σε: [https://el.Wikipedia.org/wiki/Σύμβολα\\_ΛΟΑΤ](https://el.Wikipedia.org/wiki/Σύμβολα_ΛΟΑΤ). (Αναρτήθηκε: 01 Ιουλίου 2014)

- Βικιπαίδεια (2015). Αμφιφυλοφιλία. Διαθέσιμο σε: <https://el.Wikipedia.org/wiki/Αμφιφυλοφιλία>. (Αναρτήθηκε: 25 Απριλίου 2015)
- Βικιπαίδεια (2015). Εναλλακτικός Τουρισμός. Διαθέσιμο σε: [https://el.wikipedia.org/wiki/Εναλλακτικός\\_τουρισμός](https://el.wikipedia.org/wiki/Εναλλακτικός_τουρισμός) (Ανακτήθηκε: 07 Ιουλίου 2015)
- Βικιπαίδεια (2015). Λεσβία. Διαθέσιμο σε: <https://el.Wikipedia.org/wiki/Λεσβία>. (Αναρτήθηκε: 31 Μαρτίου 2015)
- Βικιπαίδεια (2015). Ομοφυλοφιλία. Διαθέσιμο σε: <https://el.Wikipedia.org/wiki/Ομοφυλοφιλία>. (Αναρτήθηκε: 20 Ιουλίου 2015)
- Βικιπαίδεια (2015). Τρανσέξουαλ. Διαθέσιμο σε: <https://el.Wikipedia.org/wiki/Τρανσέξουαλ>. (Αναρτήθηκε : 01 Ιουλίου 2015)
- Δεληγιάννη- Κουϊμτζή Β., Σακκά Δ. (2005), Μεγαλώνοντας ως αγόρι: μια διερεύνηση της ανάπτυξης της ανδρικής ταυτότητας στην εφηβική ηλικία, Αθήνα: Δαρδανός-Τυπωθήτω.
- Εναλλακτικός Τουρισμός [www.alternativegreece.gr](http://www.alternativegreece.gr) (ημερ. πρόσβασης 19/3/2017)
- ΕΟΤ [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr) (ημερ. πρόσβασης 4/3/2017)
- Ζαχαράτος, Γεράσιμος Α. (2000) Package Tour – Παραγωγή και Διάθεση του Τουριστικού Ταξιδιού, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Ηγουμενάκης, Νίκος Γ. (2000) Τουρισμός και Ανάπτυξη, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. και Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λοΐζου Α. (2008), Η ομοφυλοφιλική σεξουαλικότητα στο κοινωνικό πεδίο: θεωρητικές προσεγγίσεις, κοινωνικές αναπαραστάσεις και ομοφυλοφιλία, Πανεπιστήμιο Κρήτης, Ρέθυμνο: Πτυχιακή Εργασία.
- Λαγουμίδου, Μ. (1996) ‘Gay! Γιατί;’ Τα Αίτια της Ομοφυλοφιλίας. Αθήνα: Εκδόσεις Γρηγόρη.

- Λιαλιάμος Γ., (1996), «Επιπτώσεις Απο Την Αναπτυξη Ειδικων Μορφων Τουρισμου : Ελληνικη Πραγματικοτητα Και Ξενες Αναφορες», Αθήνα
- Μάνος, Ν. (1988), Βασικά στοιχεία Κλινικής Ψυχιατρικής, Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Μανώλης Κων. Σφακιανάκης, (2003) «Εναλλακτικες μορφες τουρισμου», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»
- Μουρτοπάλλα, Α., Παναγιωτακοπούλου Α. (2009), Σεξουαλική διαπαιδαγώγηση στην εφηβεία, ΤΕΙ Αθήνας, Αθήνα: Πτυχιακή εργασία.
- Μπάντμαν, Μ. (2000) «Σύντομη ιστορία του σεξ». Αθήνα: Καστανιώτη
- Πεντίδης, Α., Αρκαδινού, Ε. (2006), Στάσεις στην ανδρική ομοφυλοφιλία και επαγγελματική εκπαίδευση: συγκριτική παρουσίαση των αντιλήψεων των Τελειόφοιτων των επαγγελμάτων υγείας και πρόνοιας στο Ηράκλειο, ΑΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο: Πτυχιακή εργασία.
- Ρίγγας Χρήστος, (2003), «Αειφορια και Εναλλακτικες Μορφες Τουρισμου», Σημειώσεις στο μάθημα «εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο, Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ ,
- Ρίγγας Χρήστος, (2006), «Στρατηγικες Εναλλακτικων Μορφων Τουρισμου», Ηράκλειο, Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
- Σιγανού, Κ., Βαβουράκη, Ε., (2013). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού στους νομούς Ηρακλείου και Ρεθύμνου*. Ηράκλειο: Διπλωματική διατριβή
- Το βήμα των οικολογικών και περιβαλλοντικών ομάδων της Κρήτης. [www.ecocrete.gr](http://www.ecocrete.gr) (ημερ. πρόσβασης 19/3/2017)
- Ταχτσής, Κ. (1992), Από τη χαμηλή σκοπιά, Αθήνα: Εξάντας.
- Τζαμαλούκα, Γ. (2002), Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις και οι αιτιακές αποδόσεις της ομοφυλοφιλίας στη σύγχρονη Ελλάδα, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα: Διδακτορική Διατριβή.
- Τριανταφύλλου Γ., (2001), «Οι Προοπτικες Των Εναλλακτικων Μορφων Τουρισμου», Πάτρα, Ατει Πατρών.

- Τσάρτας Π., Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη: χαρακτηριστικά, διερευνήσεις, προτάσεις, Εκδόσεις Κριτική (υπό έκδοση, φθινόπωρο 2010).
- Χατζηδάκης, Α., (2015). *Τάσεις της τουριστικής κίνησης 2008-2015*. Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

## Παράρτημα

Εικόνες από τα Athens Pride και Crete Pride





