



Καινοτομία
και Επιχειρηματικότητα
στον Τουρισμό
Φιλοξενία • Ευεξία και Υγεία



ΑΘΗΝΑ, 2022

Διδρυματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Καινοτομία
και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό

Διπλωματική Εργασία: Κίνητρα, Συμπεριφορές και Προτιμήσεις των
Ελλήνων Τουριστών της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Κα. Κυριακάκη Άννα
ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΜΠΑΛΤΣΙΩΤΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ, ΑΜ: 20019

Η Κάτωθι Διπλωματική εργασία εξετάστηκε από την ακόλουθη 3μελής επιτροπή

A/A	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΑΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ/ΤΜΗΜΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
	Κυριακάκη Άννα	Επίκουρη Καθηγήτρια	
	Σταυρινούδης Θεόδωρος	Καθηγητής	
	Κακαρούγκας Χρήστος	Εξωτερικός Συνεργάτης	

Δήλωση Συγγραφέα Διπλωματικής Εργασίας

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Μπαλτσιώτη Αγγελική του Βασιλείου, με αριθμό μητρώου 20019 φοιτήτρια του Διδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα

Μπαλτσιώτη Αγγελική



Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση και την παράδοση της παρούσας διπλωματικής εργασίας ολοκληρώνεται και κλείνει ένας πολύ ενδιαφέρων και ταυτόχρονα ουσιαστικός κύκλος. Μία έντονη περίοδος που ταυτίζεται με τον κορωνοϊό, την καραντίνα, τον εγκλεισμό, έγινε παράλληλα μία περίοδος για εξέλιξη, πρόοδο, θέσπιση νέων στόχων και επίτευξη αυτών.

Αυτή η προσπάθεια δε θα είχε τα επιθυμητά αποτελέσματα χωρίς την καθοδήγηση και την υποστήριξη της Κας. Κυριακάκη, η οποία άκουσε με προθυμία και ενθουσιασμό τις σκέψεις μου για το θέμα της διπλωματικής, με καθοδήγησε με πληροφοριακό υλικό και η εμπειρία της στάθηκε αρωγός για τον σωστό προσανατολισμό της μελέτης μου.

Πίστεψε σε εμένα και στο θέμα που είχα επιλέξει και ήταν πάντα παρούσα αφιερώνοντας μου χρόνο, ενέργεια, υπομονή και γνώσεις. Νιώθω ιδιαίτερα ευγνώμων για τη συνεργασία μας καθώς και για το γεγονός ότι υπήρξα μεταπτυχιακή φοιτήτρια στο τμήμα που διδάσκει και ελπίζω οι δρόμοι μας να ανταμώσουν σύντομα σε νέα εγχειρήματα.

Εν συνεχεία, θα ήθελα να ευχαριστήσω πρώτα τους/ τις φίλους και φίλες που συνέβαλαν με το δικό τους ξεχωριστό τρόπο στην υλοποίηση αυτού του εκπονήματος. Το χιούμορ, η παροιμιώδης υπομονή τους όταν τους έστελνα συνέχεια σκέψεις, ανησυχίες καθώς και διάφορα άρθρα που έβρισκα online και ζητούσα μία γνώμη. Αλέξανδρε, ευχαριστώ ιδιαίτερα για το καλοκαίρι που πέρασες ακούγοντας μόνο για το ερωτηματολόγιο της εργασίας χωρίς καν αυτό να έχει ξεκινήσει, Καλλιρόη σε ευχαριστώ για το μικρόβιο της έρευνας και της πολιτικής ανάλυσης που μου εμφύσησες, Άννα σε ευχαριστώ για την υπομονή, για τις ατελείωτες ώρες συζήτησης στον λόφο του Προφήτη Ηλία, για την ακλόνητη υποστήριξή σου σε όλο αυτό και τα χαρτομάντηλα στις δύσκολες στιγμές που πίστευα πως δε δουλεύει τίποτα.

Φυσικά, δε θα μπορούσα να ξεχάσω δύο ανθρώπους που ξεκινήσαν ως γνωστοί και εξελίχθηκαν σε φίλους και συνέβαλαν ιδιαίτερα (γνωρίζουν εκείνοι) στην επιτυχή διεξαγωγή της εργασίας. Χριστίνα, σε ευχαριστώ για την υποστήριξη και τη σταδιακή εμπιστοσύνη. Όσο για το Γιώργο, ο πιο υπέροχος και καθαρός άνθρωπος που έχω γνωρίσει, του οποίου η αγαπημένη λέξη είναι «Στόχος» κι εν τέλει με παρέσυρε στην

προσήλωση που έχει στους στόχους του και με έκανε να πιστέψω πως αυτό το μεταπτυχιακό και η ολοκλήρωση του είναι ένας στόχος μου. Σε ευχαριστώ θερμά που παρά το λίγο της γνωριμίας μας, είσαι εδώ.

Αφήνω για το τέλος, τους καλύτερους τρεις ανθρώπους μου. Η οικογένεια μου, στους οποίους βάζω τους γονείς μου και την μοναδικά υπέροχη, αδερφή μου, τα πιο φωτεινά μου χρώματα, στέκονται δίπλα μου σε κάθε βήμα μικρό ή μεγάλο αποφασίζω να κάνω. Όταν τους ανακοίνωσα πως θα ξεκινήσω μεταπτυχιακό η απάντησή τους ήταν «προχώρα και μη φοβάσαι τίποτα». Γιατί στα μάτια τους, παραμένω επιτυχημένη ακόμη και όταν έχει καταστραφεί ο κόσμος. Είναι εκεί να φέρουν τα υλικά να τον χτίσουμε από την αρχή. Τους ευχαριστώ και τους αγαπώ!

Να ανθίζουμε, να είμαστε ελεύθερα πλάσματα και να κυνηγάμε πάντα αυτό που αγαπάμε!

Περίληψη

Αναμφισβήτητη και ταυτόχρονα αυξανόμενη είναι η παρουσία της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας στην τουριστική αγορά εδώ και αρκετά χρόνια. Στο πλαίσιο της διεκδίκησης και της ενσωμάτωσης η παρουσία αυτή διαφοροποιείται και εν τέλει η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα αποτελεί αντικείμενο έρευνας, ως προς τους λόγους που ταξιδεύουν, οι οποίοι εν τέλει δεν διαφοροποιούνται από τους λόγους που αποφασίζουν να ταξιδέψουν οι στρείτ τουρίστες.

Εξάλλου, ποιος δεν έχει ανάγκη τη διαφυγή από την καθημερινότητα, την χαλάρωση, την διασκέδαση και εν τέλει την ανακάλυψη νέων τόπων. Παρά το γεγονός πως η ακαδημαϊκή έρευνα έχει διεξάγει στο παρελθόν εκτεταμένη μελέτη για το προφίλ και τα κίνητρα των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας, ιδωμένα ως τουριστικά υποκείμενα, εν τέλει υπάρχει συγκεχυμένη άποψη και εικόνα αυτής της μερίδας της τουριστικής αγοράς.

Με αφετηρία αυτή την συγκεχυμένη αντίληψη και σε συνδυασμό με την επιρροή της διεθνούς βιβλιογραφίας, στην παρούσα διπλωματική γίνεται απόπειρα να διερευνηθούν το προφίλ, η συμπεριφορά, οι προτιμήσεις των Ελλήνων/ - νίδων τουριστών/τριών της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Με άλλα λόγια, διερευνητικός στόχος της συγκεκριμένης πρωτογενούς έρευνας είναι αν τελικά ο σεξουαλικός προσανατολισμός των ατόμων αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην διοργάνωση των ταξιδιών τους.

Σύμφωνα με την έρευνα οι ΛΟΑΤΚΙ+ τουρίστες δεν ταξιδεύουν περισσότερο από τους στρείτ τουρίστες ούτε η σεξουαλική ταυτότητα αυτών λειτουργεί ως μοναδικός μοχλός πίεσης και επηρεασμού για τα ταξίδια. Αναμφίβολα οι φιλικά διακείμενοι προς την κοινότητα προορισμοί ασκούν μεγαλύτερη έλξη στους τουρίστες της κοινότητας, καθώς η ασφάλεια ενός προορισμού αποτελεί ίσως σημαντική παράμετρος για να επιλεγθεί ο συγκεκριμένος προορισμός.

Καταληκτικά, τα ευρήματα αυτής της έρευνας δίνουν το έναυσμα για περαιτέρω και πιο εξειδικευμένη μελέτη στον ελληνικό πληθυσμό της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας η οποία σταθερά και αναπτυσσόμενα αποτελεί δυναμική μερίδα της τουριστικής αγοράς.

Λέξεις κλειδιά: ΛΟΑΤΚΙ Τουρισμός, gay friendly, κίνητρα, ταξίδια, Ελλάδα

Abstract

The presence of the LGBTI+ Community in the tourist market for several years is undeniable and at the same time growing. In the context of assertion and integration, this presence is differentiated and, in the end, the LGBTI+ Community is the subject of research, in terms of the reasons they travel, which in the end are not differentiated from the reasons straight tourists decide to travel.

After all, who doesn't need an escape from everyday life, relaxation, fun and ultimately the discovery of new places. Even though academic research has in the past conducted an extensive study of the profile and motivations of individuals of the LGBTI+ community, seen as tourist subjects, ultimately there is a confused view and image of this part of the tourism market.

Starting from this confused perception and combined with the influence of international literature, in this thesis an attempt is made to investigate the profile, the behavior, the preferences of Greek tourists of the LGBTI+ Community. In other words, the exploratory objective of this primary research is whether the sexual orientation of individuals is ultimately a determining factor in the organization of their trips.

According to the research, LGBTI+ tourists do not travel more than straight tourists, nor does their sexual identity act as a unique driver of pressure and influence on travel. Undoubtedly, community-friendly destinations are more attractive to community tourists, as the safety of a destination is perhaps an important factor in choosing that destination.

Finally, the findings of this research provide the impetus for further and more specialized study of the Greek population of the LGBTI+ community, which is steadily and growingly a dynamic part of the tourist market.

Finally, the findings of this research provide the impetus for further and more specialized study of the Greek population of the LGBTI+ community, which is steadily and growingly a dynamic part of the tourist market.

Key words: LGBTI+ Tourism, Gay Friendly, Motivation, Travel, Greece

Πίνακας περιεχομένων

Δήλωση Συγγραφέα Διπλωματικής Εργασίας	2
Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη.....	5
Abstract	6
Ευρετήριο Σχημάτων.....	9
Ευρετήριο Εικόνων	9
Ευρετήριο Πινάκων.....	10
Ευρετήριο Γραφημάτων	11
1. Εισαγωγή.....	13
1.1. Σημασία θέματος – Λόγοι επιλογής Θέματος	14
1.2. Ερευνητικά Ερωτήματα – Μεθοδολογία.....	14
1.3. Διάρθρωση Εργασίας	15
2. Ταξιδιωτικά Κίνητρα.....	17
2.1. Κίνητρο – Ορισμός.....	17
2.2. Θεωρίες περί τουριστικών κινήτρων.....	17
2.3. Μοτίβο ταξιδιωτικής σκάλας και μοτίβο ταξιδιωτικής καριέρας	21
2.4. Θεωρία των ελκτικών/ ωθητικών παραγόντων (Push/Pull Factors).....	23
3. Ταυτότητα Φύλου/ Έμφυλη Ταυτότητα	27
3.1.1. Λεσβία (Lesbian).....	29
3.1.2. Ομοφυλόφιλος (Gay).....	30
3.1.3. Αμφισεξουαλικός/-η.....	31
3.1.4. Διεμφυλικός/-η (Transgender).....	32
3.1.5. Κουήρ (Queer).....	33
3.1.6. Ίντερσεξ (Intersex)	34
3.2. Βιολογικό και Κοινωνικό Φύλο	35
4. ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα και Τουρισμός	39
4.1. ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός.....	39
4.2. Ιστορική Αναδρομή ΛΟΑΤΚΙ Τουρισμού.....	40
4.3. Τουριστική Προσφορά / Ζήτηση.....	42
5. Χώρος και Σεξουαλικότητα.....	47
5.1. Χώρος και Σεξουαλικότητα	47
5.2. Gay Villages.....	48
5.3. ΛΟΑΤΚΙ+ Προορισμοί.....	49

5.3.1. ΛΟΑΤΚΙ+ Friendly Δημοφιλείς Προορισμοί	51
5.3.2 ΛΟΑΤΚΙ+ Friendly Ξενοδοχεία	52
5.4. ΛΟΑΤΚΙ+ Friendly Εκδηλώσεις	56
5.4.1. Gay Prides	57
5.4.2. Gay Games	61
5.4.3. Διεθνές Φεστιβάλ Γυναικών Ερεσός.....	62
5.4.4. Φεστιβάλ XLSIOR	63
6. Έρευνες για την ΛΟΑΤΚΙ + Κοινότητα και τον Τουρισμό	64
6.1. Ταξιδιωτικό Προφίλ ΛΟΑΤΚΙ+ Τουριστών/ - Τριών.....	64
6.2. Κίνητρα ΛΟΑΤΚΙ+ Τουριστών/-Τριών	68
7. Μεθοδολογία της Έρευνας.....	74
7.1. Μεθοδολογία της έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα	74
7.2. Πραγματοποίηση και Διάρκεια Έρευνας – Δειγματοληψία και Δείγμα	75
7.3. Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....	77
7.4. Επεξεργασία και καταγραφή δεδομένων.....	79
8. Αποτελέσματα έρευνας.....	80
Κεφάλαιο 8.1. – Δημογραφικά αποτελέσματα δείγματος	80
8.1.1. Ηλικία	80
8.1.2. Σεξουαλικός Προσανατολισμός	81
8.1.3. Φύλο	82
8.1.4. Οικογενειακή Κατάσταση	83
8.1.5. Επίπεδο Εκπαίδευσης	84
8.1.6. Είδος Απασχόλησης	86
8.1.7. Μηνιαίο Εισόδημα.....	87
8.2. Οργάνωση και συχνότητα ταξιδιών	89
8.2.1. Συχνότητα ταξιδιού	89
8.2.2. Διάρκεια Ταξιδιού	91
8.2.3. Τόπος Ταξιδιού.....	92
8.2.4. Συντροφικότητα και Ταξίδια	93
8.2.5. Επιλογή μέσου μεταφοράς για ταξίδια.....	94
8.2.6. Επιλογή Μήνα Ταξιδιού	96
8.2.7. Τρόπος Ενημέρωσης για τα ταξίδια	98
8.2.8. Επιλογή είδους καταλύματος	99
8.2.9. Κριτήριο επιλογής καταλύματος διαμονής.....	101
8.2.10 Μέθοδος κράτησης.....	102
8.2.11 Τύπος τουρίστα/-τριας	102

8.3. – Ταξιδιωτικές Προτιμήσεις και Επιλογές	105
8.3.1. Λόγοι Ταξιδιού	105
8.3.2. Επιλογή Δραστηριοτήτων στον εκάστοτε προορισμό	106
8.3.3. Αξιολόγηση κάθε παράγοντα σε σχέση με την επιλογή ενός προορισμού	107
8.3.1. – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Φιλικού Καταλύματος	120
8.3.2. – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Καταλύματος	121
8.4. Έλεγχος Συσχέτισης (Pearson Correlation)	122
8.5 Ερευνητικές Υποθέσεις	125
8.5.1: Σεξουαλικός προσανατολισμός και επιλογή τόπου ταξιδιού	126
8.5.2: Σεξουαλικός προσανατολισμός και είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται	126
8.5.3: Σεξουαλικός προσανατολισμός και άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά που πρέπει να επιδεικνύει το προσωπικό στα καταλύματα	127
8.5.4: Σεξουαλικός προσανατολισμός και επιλογή προορισμού φιλικά διακεείμενου προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα	128
8.5.5: Σεξουαλικός προσανατολισμός και προορισμός δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα	129
8.5.6: Σεξουαλικός προσανατολισμός και προορισμός που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα	130
9. Συζήτηση, Συμπεράσματα, Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	131
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	136
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	136
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία	142
Βιβλιογραφία Εικόνων	145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	147
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	147
Ερωτηματολόγιο Έρευνας	147
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ	156
Ερευνητικές Υποθέσεις	156
Ευρετήριο Σχημάτων	
Σχήμα 2.1. Πυραμίδα ιεράρχησης αναγκών κατά Abraham Maslow	15
Σχήμα 2.2. Οι διαστάσεις της απόδρασης και της αναζήτησης στην υποκίνηση αναψυχής	21
Ευρετήριο Εικόνων	
Εικόνα 3.1.1. Σημαία ΛΟΑΤΚΙ + Κοινότητας	24
Εικόνα 3.1.2. Σημαία Λεσβιακής Κοινότητας	25

Εικόνα 3.1.3. Σημαία Gay Κοινότητας	26
Εικόνα 3.1.4. Σημαία Bi Κοινότητας	27
Εικόνα 3.1.5 – Σημαία Transgender Κοινότητας	28
Εικόνα 3.1.5. Σημαία Queer Κοινότητας	29
Εικόνα 3.1.7. – Σημαία Intersex ατόμων	31
Εικόνα 5.1 Δικαιώματα ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας	45
Εικόνα 5.2. Athens Pride	54
Ευρετήριο Πινάκων	
Πίνακας 5.1. Χώρες που έχουν φιλοξενήσει Gay Pride	55
Πίνακας 5.2. Χώρες που έχουν φιλοξενήσει Gay Games	56
Πίνακας 8.1.1. – Ηλικία	76
Πίνακας 8.1.2. – Σεξουαλικός Προσανατολισμός	78
Πίνακας 8.1.3. – Φύλο	79
Πίνακας 8.1.4. – Οικογενειακή Κατάσταση	80
Πίνακας 8.1.5. – Επίπεδο Εκπαίδευσης	81
Πίνακας 8.1.6. – Επίπεδο Απασχόλησης	83
Πίνακας 8.1.7 – Μηνιαίο Εισόδημα	84
Πίνακας 8.2.1. – Συχνότητα ταξιδιού	86
Πίνακας 8.2.2 – Διάρκεια Ταξιδιού	88
Πίνακας 8.2.3. – Προορισμός	89
Πίνακας 8.2.4. – Συντροφικότητα και Ταξίδια	90
Πίνακας 8.2.5 – Μέσο Μεταφοράς	92
Πίνακας 8.2.8 – Είδος Καταλύματος	96
Πίνακας 8.2.11 – Τύπος τουρίστα	100
Πίνακας 8.3.16. – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Φιλικού Καταλύματος	117
Πίνακας 8.4.1. Συσχέτιση Μεταβλητών (1)	120
Πίνακας 8.4.2 – Συσχέτιση Μεταβλητών (2)	121

Ευρετήριο Γραφημάτων	
Γράφημα 8.1.1. – Ηλικία	77
Γράφημα 8.1.2. – Σεξουαλικός Προσανατολισμός	79
Γράφημα 8.1.3. – Φύλο	80
Γράφημα 8.1.4. – Οικογενειακή Κατάσταση	81
Γράφημα 8.1.5. – Επίπεδο Εκπαίδευσης	82
Γράφημα 8.1.6 – Είδος Απασχόλησης	84
Γράφημα 8.1.7 – Μηνιαίο Εισόδημα	85
Γράφημα 8.2.1. – Συχνότητα Ταξιδιού	87
Γράφημα 8.2.2. – Διάρκεια Ταξιδιού	89
Πίνακας 8.2.3. – Προορισμός	89
Γράφημα 8.2.3 – Προορισμός	90
Γράφημα 8.2.4 – Συντροφικότητα και Ταξίδια	91
Γράφημα 8.2.5 – Μέσο Μεταφοράς	93
Γράφημα 8.2.6. Μήνας Πραγματοποίησης Ταξιδιού	94
Γράφημα 8.2.7. Μέσο Ενημέρωσης	95
Γράφημα 8.2.8 – Είδος Καταλύματος	97
Γράφημα 8.2.9 – Επιλογή καταλύματος	98
Γράφημα 8.2.10 – Μέθοδος Κράτησης	99
Γράφημα 8.2.11 – Τύπος Τουρίστα	101
Γράφημα 8.3.1 – Λόγοι Ταξιδιού	102
Γράφημα 8.3.2. – Δραστηριότητες κατά το ταξίδι	103
Γράφημα 8.3.3 – Στάση απέναντι στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα	104
Γράφημα 8.3.4. – Δημοφιλία προορισμού στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα	105
Γράφημα 8.3.5. – Ασφάλεια προορισμού	106
Γράφημα 8.3.6. – Παροχές προορισμού	107
Γράφημα 8.3.7. – Ήλιος και Θάλασσα	108
Γράφημα 8.3.8. – Φυσικός Πλούτος προορισμού	109
Γράφημα 8.3.9. – Θρησκευτικό Ενδιαφέρον προορισμού	110

Γράφημα 8.3.10. – Εκδηλώσεις στον προορισμό	111
Γράφημα 8.3.11. – Πρόσβαση στον προορισμό	112
Γράφημα 8.3.12. – Ήσυχο περιβάλλον	113
Γράφημα 8.3.13. Εκδηλώσεις ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας	114
Γράφημα 8.3.14. ΛΟΑΤΚΙ + Κουλτούρα και χώροι	115
Γράφημα 8.3.15. – ΛΟΑΤΚΙ+ νυχτερινή ζωή	116
Γράφημα 8.3.16 - Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Φιλικού Καταλύματος	117
Γράφημα 8.3.17 – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Καταλύματος	118

1. Εισαγωγή

Τόσο η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα όσο και ο τουρισμός είναι τα δύο ζητήματα που θα απασχολήσουν στην παρούσα διπλωματική – πόσω δε μάλλον – ο συνδυασμός αυτών των δύο όπου τα τελευταία χρόνια αρχίζει να εδραιώνεται. Συγκεκριμένα, όπως θα αναλυθεί και παρακάτω θα γίνει διερεύνηση των κινήτρων καθώς και των προτιμήσεων των τουριστών/-ριών που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

Ο ΛΟΑΤΚΙ+ τουρισμός τα τελευταία χρόνια γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση γεγονός που ωθεί τόσο θεωρητικούς όσο και επιχειρηματίες του κλάδου να εστιάσουν στην ανάλυσή και στην βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών αντίστοιχα. Εν πολλοίς ο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός θεωρείται ανεξερεύνητος ιδιαίτερα στην Ελλάδα όπου δεν έχει διερευνηθεί επιστημονικά ούτε ο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός ούτε οι Έλληνες ΛΟΑΤΚΙ+ τουρίστες.

Σε μία εποχή που οι άνθρωποι αγωνίζονται για να εδραιώσουν τη θέση τους στην κοινωνία έχει ιδιαίτερη σημασία να δοθεί έμφαση στα κίνητρα που τους ωθούν να ταξιδέψουν σε διάφορους προορισμούς τόσο στην Ελλάδα όσο και στο Εξωτερικό και να καταδειχθούν οι προτιμήσεις που εκφράζουν ως τουρίστες/ τουρίστριες στους τόπους που επιλέγουν να επισκεφθούν.

Συγκεκριμένα ο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός αφορά στα ταξίδια που υλοποιούνται από όλα τα ομοφυλόφιλα, αμφιφυλόφιλα, διεμφυλικά και φυλομεταβατικά άτομα (UNWTO, 2017). Αν και το political correctness επιτάσσει πως ο όρος «gay» απευθύνεται αποκλειστικά σε gay άνδρες ή lesbian γυναίκες, εντούτοις μπορεί να χρησιμοποιηθεί ευρύτερα ώστε να συμπεριλάβει κι άλλες έμφυλες ταυτότητες ή σεξουαλικούς προσανατολισμούς (Vojrobas, 2011).

Απώτερος στόχος επομένως της παρούσας εργασίας είναι να μελετηθεί επιστημονικά το φαινόμενο του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού στην Ελλάδα, σε περιοχές πέραν της Μυκόνου ή της Λέσβου, την εξαγωγή συμπερασμάτων που αφορούν στα κίνητρα, τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των Ελλήνων Τουριστών που ανήκουν στην κοινότητα.

1.1.Σημασία θέματος – Λόγοι επιλογής Θέματος

Το ενδιαφέρον για το ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμό και πιο συγκεκριμένα για τα κίνητρα, τη συμπεριφορά καθώς και τις προτιμήσεις των τουριστών / -τριών πηγάζει από το γενικότερο ενδιαφέρον για τα έμφυλα ζητήματα, τις ταυτότητες φύλου και τα δικαιώματα εν γένει όλων των ανθρώπων, ανεξαρτήτου φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, φυλής ή χρώματος.

Η επιλογή του συγκεκριμένου θέματος γίνεται σε ένα έτος όπου οι γυναικοκτονίες και η βία προς όλες τις θηλυκότητες αυξάνεται συνεχώς, θέλοντας ακριβώς να τονιστεί πως όσα δικαιώματα και ελευθερίες έχουν κατά καιρούς κατακτηθεί, υπάρχουν ακόμη σημαντικά πράγματα να γίνουν για να πραγματωθεί η ισότητα, η ελευθερία, το δικαίωμα στην ελεύθερη ύπαρξη, στην έκφραση και τελικά στα ταξίδια.

Την παραπάνω σκέψη επιβεβαιώνει και ένα άρθρο του Antivirus Magazine. Το άρθρο αυτό τονίζει πώς παρά την πρόοδο και τα δικαιώματα που έχουν καταφέρει να κατακτήσουν τα άτομα που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα, υπάρχει εξίσου μεγάλο κενό το οποίο πρέπει να καλυφθεί, πόσο δε μάλλον όταν η Ελλάδα βρίσκεται μεν στις πενήντα (50) πιο ασφαλείς χώρες για ΛΟΑΤΚΙ+ τουρίστες/ -στριες, είναι όμως μόλις στην 44^η θέση (Avmag, 2019).

Πέραν όμως της αυξανόμενης κοινωνικής αποδοχής της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας, αυτό το είδος τουρισμού που ειρήσθω εν παρόδω ανήκει στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού (θα αναπτυχθεί εν συνεχεία), κερδίζει συνεχώς έδαφος και αποδίδει ιδιαίτερα υψηλά έσοδα. Ενδεικτικά να αναφερθεί πως για το 2019 τα έσοδα που προέκυψαν από το ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμό αγγίζαν τα 2.2 εκατομμύρια δολάρια σύμφωνα με στοιχεία του LGBT Capital (Lgbt-capital.com, 2021).

1.2.Ερευνητικά Ερωτήματα – Μεθοδολογία

Ο σκοπός της συγγραφής της παρούσας εργασίας δεν είναι άλλος από τη διερεύνηση των κινήτρων, των προτιμήσεων και των συμπεριφορών των Ελλήνων/-ίδων τουριστών/-τριών που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Πιο συγκεκριμένα τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία θα απαντηθούν αναπτύσσονται ως εξής:

- Τι ωθεί τους / τις Έλληνες / -ίδες τουρίστες / -στριες που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα να ταξιδέψουν;

- Διερεύνηση των ταξιδιωτικών επιλογών και των προτιμήσεων τους στον τόπο προορισμού (π.χ. ξενοδοχεία)
- Διερεύνηση της συμπεριφοράς τους κατά τη διάρκεια των ταξιδιών (π.χ. επιλεγόμενες δραστηριότητες)
- Επηρεάζει ο σεξουαλικός τους προσανατολισμός τις επιλογές αυτές;

Για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων καθώς και για τη διεκπεραίωση συνολικά της εργασίας θα χρησιμοποιηθούν σε πρώτο επίπεδο επιστημονικά άρθρα, μελέτες, παλαιότερες έρευνες καθώς και ακαδημαϊκά συγγράμματα ώστε να παρουσιαστεί το θεωρητικό υπόβαθρο των εννοιών και η εξέλιξη μέσα στα χρόνια, της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας, των τουριστικών κινήτρων και της υποκίνησης και λοιπές θεωρητικές έννοιες που χρίζουν ανάλυσης. Θα μελετηθούν στο μέγιστο βαθμό επιστημονικές βάσεις δεδομένων όπως Google Scholar, Science Direct, Research Gate με τη χρήση κομβικών λέξεων κλειδιά όπως «LGBTI Tourism», «LGBTI History» «Tourism», «Gay», «Lesbian» «push and pull factors», «motivation», «tourism destination choices».

Η θεωρητική ανασκόπηση θα εμπλουτιστεί με την εμπειρική πρωτογενή έρευνα με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, το οποίο θα μοιραστεί και θα απαντηθεί αποκλειστικά από τους ανθρώπους που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

1.3.Διάρθρωση Εργασίας

Η παρούσα εργασία χωρίζεται επί της ουσίας σε δύο διακριτά μέρη. Το πρώτο μέρος συμπεριλαμβάνει το θεωρητικό πλαίσιο των τουριστικών κινήτρων, την κριτική επισκόπηση των κυρίαρχων εννοιών, αυτών του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού, την ανάλυση εννοιών όπως τι είναι ο όρος ομπρέλα ΛΟΑΤΚΙ+, τι είναι η ταυτότητα φύλου και εν τέλει πως πραγματώνονται μέσα στο φαινόμενο του τουρισμού.

Με άλλα λόγια αναλύεται το αρκτικόλεξο «ΛΟΑΤΚΙ+» και παρουσιάζεται ο θεωρητικός διαχωρισμός του κοινωνικού από το σεξουαλικό φύλο, το ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμό και τα μεγέθη αυτού (π.χ. προσφορά - ζήτηση). Σε επόμενο κεφάλαιο αναπτύσσονται οι θεωρίες των τουριστικών κινήτρων και των αιτιών που κάποιος/-α ταξιδεύει. Προχωρώντας παρουσιάζεται το προφίλ των ΛΟΑΤΚΙ+ τουριστών/-τριών, τα κίνητρα που τους ωθούν να οργανώσουν ένα ταξίδι και τελικά σχολιάζεται η

σημαντικότητα της ασφάλειας ενός προορισμού για τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα όταν επιλέγουν να ταξιδέψουν.

Επιπρόσθετα, σχολιάζεται ο χώρος στον οποίο υπάρχουν, αλληλεπιδρούν και πραγματώνονται τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας και γίνεται αναφορά σε εκδηλώσεις, ακόμη και συγκεκριμένες περιοχές όπως τα gay villages. Εκτός των άλλων, αναπτύσσονται έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο παρελθόν μελετώντας επίσης τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα και την αλληλεπίδραση τους με τον τουρισμό και τα ταξίδια.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας αφορά την πρωτογενή έρευνα που διεξήχθη με το διαμοιρασμό ερωτηματολογίων σε άτομα της κοινότητας. Τα ευρήματα του ερωτηματολογίου παρουσιάζονται σε ξεχωριστό κεφάλαιο και γίνεται ανάλυση των απαντήσεων προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα που θα επιβεβαιώνουν ή θα διαψεύδουν τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί.

Ολοκληρώνοντας, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας ενώ γίνεται προσπάθεια σύγκρισης με τις έρευνες που έχουν ήδη παρουσιαστεί. Αν δηλαδή επιβεβαιώνονται ή υπάρχει μεγάλο χάσμα μεταξύ τους. Σκιαγραφούνται και μερικοί περιορισμοί που αφορούν την καθολική ανάδειξη της έρευνας στο συνολικό πληθυσμό και ταυτόχρονα δίνονται ιδέες για μελλοντικές έρευνες ή συζητήσεις επί του θέματος.

2. Ταξιδιωτικά Κίνητρα

2.1. Κίνητρο – Ορισμός

Γενικά μιλώντας, ως κίνητρο θα μπορούσαμε να ορίσουμε την κινητήριου δύναμη που ωθεί ή εμπνέει τον άνθρωπο να πραγματοποιήσει το οτιδήποτε.

Λαμβάνοντας υπόψη τη θεώρηση του Lindner, ως κίνητρο ορίζεται «η ψυχολογική διαδικασία που δίνει στην συμπεριφορά, σκοπό και κατεύθυνση» ή ως «μια προδιάθεση του ατόμου να συμπεριφέρεται με έναν συγκεκριμένο τρόπο για την επίτευξη συγκεκριμένων, ανικανοποίητων αναγκών», αλλά και ως «η βούληση για επίτευξη» (Lindner, 1998).

Ο ίδιος σε άλλο σημείο της θεωρίας του επισημαίνει πως κίνητρο είναι αυτή η εσωτερική δύναμη που οδηγεί τα άτομα να κινήσουν και τελικά να επιτύχουν προσωπικούς τους στόχους και το αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας είναι ακριβώς η ικανοποίηση.

Το «Γιατί οι άνθρωποι προβαίνουν σε συγκεκριμένες ενέργειες» είναι ακριβώς το ερώτημα που τίθεται και στα ταξίδια των ατόμων και εν γένει στην τουριστική συμπεριφορά αυτών.

Τις περισσότερες φορές τα κίνητρα που έχουν ωθήσει κάποιον στην οργάνωση και τελικά επίτευξη ενός ταξιδιού δίνουν στοιχεία για το τι είδους τουρίστας είναι, για τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις τους στους τόπους προορισμού.

2.2. Θεωρίες περί τουριστικών κινήτρων

Τα κίνητρα και οι λόγοι που υποκινούν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν έχουν εμπνεύσει αρκετούς θεωρητικούς τόσο της ψυχολογίας, της κοινωνιολογίας όσο κι άλλων κλάδων ώστε να αναπτύξουν τις θεωρίες τους οι οποίες από διαφορετική σκοπιά απαντούν στο ερώτημα «Γιατί ο άνθρωπος ταξιδεύει;».

Συνήθως λοιπόν η μελέτη των τουριστικών κινήτρων περιλαμβάνει τη θεωρία ιεράρχησης των αναγκών του Maslow (1954), το μοντέλο υποκίνησης του Iso Ahola (1982) σε συνδυασμό με τη θεωρία των ωθητικών – ελκυστικών παραγόντων (1989).

Μελετώντας τον Αμερικανό ψυχολόγο Maslow και τη θεωρία που εισήγαγε το 1943 που αφορούσε την ιεράρχηση των ανθρώπινων αναγκών, σε μία ερευνητική εργασία

με τίτλο «A Theory of Human Motivation», γίνεται αντιληπτό πως ο άνθρωπος έχει ποικίλες ανάγκες τις οποίες προσπαθεί να καλύψει με διαδοχική σειρά.

Η συγκεκριμένη ιεράρχηση παρουσιάζεται κατά κύριο λόγο με τη μορφή πυραμίδας. (σχ.1). Ξεκινώντας από τα χαμηλότερα στρώματα που υποδηλώνουν τις βιολογικές ανάγκες όπως η διατροφή, η ένδυση, η στέγη καταλήγει στην κορυφή της πυραμίδας όπου στόχος του ανθρώπου δεν είναι άλλος από την αυτοπραγμάτωσή του και την ολοκλήρωσή του. Ο Maslow έδωσε ιδιαίτερη έμφαση σε αυτό το τελευταίο στάδιο εφόσον αποτελεί μία διαδικασία πλήρους ωρίμανσης και ανάπτυξης του ατόμου (social policy, 2013). Όπως έχει επισημάνει ο Maslow, *«μια πιο ρεαλιστική περιγραφή της ιεραρχίας θα ήταν η μείωση των ποσοστών ικανοποίησης καθώς ανεβαίνουμε στην ιεραρχία»* (Maslow et al., 1970, σ. 54).

Δηλαδή, εφόσον το άτομο πραγματώσει πρώτα τις ανάγκες της επιβίωσής του, έπειτα προχωρά σε υψηλότερου επιπέδου «απαιτήσεις». Με άλλα λόγια, ο άνθρωπος ταξιδεύει προκειμένου να ικανοποιήσει μία ανώτερη ανάγκη αυτοπραγμάτωσης και εσωτερικής ολοκλήρωσης.

Οι ανάγκες αυτές διακρίνονται ως εξής:

- Φυσιολογικές: αναπνοή, τροφή, νερό, σεξ, ύπνος, ξεκούραση.
- Ασφάλειας: σωματική, ηθική, οικογενειακή, εργασιακή, υγείας και περιουσίας.
- Κοινωνικές: φιλία, αγάπη, στοργή, αποδοχή, ένταξη σε ομάδα.
- Εκτίμησης: επιτυχία, αυτοεκτίμηση, καταξίωση, εμπιστοσύνη, αυτοσεβασμός και σεβασμός από τους άλλους.
- Αυτοπραγμάτωσης: δημιουργικότητα, προσωπική πληρότητα, επίλυση προβλημάτων. (McLeod, 2018)

Σχήμα 2.1: Πυραμίδα ιεράρχησης αναγκών κατά Abraham Maslow



(Πηγή: Maslow, επεξεργασία: ίδια)

Έτσι αναπτύσσεται η θεωρία ιεράρχησης των αναγκών κατά τον Maslow σε κοινωνικό και ψυχολογικό επίπεδο. Πριν την εφαρμογή της θεωρίας ιεράρχησης των αναγκών στον τουρισμό, πεδία εφαρμογής της έχουν υπάρξει η συμβουλευτική, το μάρκετινγκ, η βιομηχανική και ψυχολογία.

Τινί τρόπο όμως, εφαρμόζεται στον τουρισμό και στα ταξίδια; Να σημειωθεί εδώ, πως ο Pearce (1982) ήταν ο πρώτος που δοκίμασε να εφαρμόσει τη θεωρία του Maslow για τη μελέτη των ταξιδιών, ερευνώντας 200 περίπου ταξιδιώτες από την Ευρώπη, τον Καναδά, τις ΗΠΑ και την Αυστραλία. Τα συμπεράσματα της έρευνάς του κατέληξαν στο ότι οι άνθρωποι επιλέγουν έναν προορισμό επειδή νιώθουν πως θα εκπληρώσουν το τελευταίο στάδιο της πυραμίδας που αφορά στην προσωπική τους ολοκλήρωση και αυτοπραγμάτωση, εφόσον στον εν λόγω προορισμό έχουν πραγματώσει καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού όλες τις ανάγκες.

Το πιο σημαντικό για τους ανθρώπους που ταξιδεύουν βάσει της πυραμίδας είναι, η διαμονή και η διατροφή τους. Στο δεύτερο στάδιο, οι τουρίστες/-τριες αποζητούν από τα ταξίδια τους ηρεμία, χαλάρωση και ασφάλεια. Έχοντας καλύψει το φαγητό και τη

διαμονή τους, θέλουν ο προορισμός να είναι ασφαλής και να καλύπτει μερικές από τις απαιτήσεις που προαναφέρθηκαν.

Προχωρώντας και φτάνοντας στο τρίτο και τέταρτο στάδιο της πυραμίδας, τα οποία αναφέρονται στις κοινωνικές ανάγκες και κατ' επέκταση στην ανάγκη του ατόμου να νιώθουν μέρος μίας ομάδας, όταν ταξιδεύουν αποζητούν και επιδιώκουν συγκεκριμένα πράγματα όπως η προσήλωση, η υπευθυνότητα και η διακριτικότητα των επαγγελματιών του τουρισμού αλλά και οι ευκαιρίες κοινωνικοποίησης.

Το τελευταίο στάδιο της πυραμίδας έχει να κάνει με υψηλότερου επιπέδου ανάγκες όπως οι αισθητικές και οι διανοητικές ανάγκες. Δηλαδή η επιθυμία και ο στόχος των ανθρώπων να γνωρίσουν και να κατανοήσουν τα ήθη – έθιμα, τον παραδοσιακό τρόπο ζωής και την κουλτούρα του προορισμού που επισκέπτονται. Ταυτόχρονα αναζητούν την προσωπική τους καλλιέργεια και ολοκλήρωση μέσα από το εκάστοτε ταξίδι (Šimková and Holzner, 2014).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι θεωρίες του Plog (1960) και του Iso Ahola (1982). Κατά τον πρώτο, οι τουρίστες ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες, από τη μία ο ψυχοκεντρικός τύπος και από την άλλη ο αλλοκεντρικός τύπος. Η ταξινόμηση γίνεται βάσει των προσωπικών χαρακτηριστικών των ατόμων, των ηθικών τους αξιών και του τρόπου ζωής τους. Ο ψυχοκεντρικός τύπος τουρίστα προτιμά τα οργανωμένα ταξίδια, δεν είναι λάτρης της περιπέτειας, και επιλέγει προορισμούς που δεν ξεφεύγουν από τη «ζώνη ασφαλείας» του. Αντίθετα, ο αλλοκεντρικός τουρίστας είναι αυτός που αναζητά σε κάθε ταξίδι του την περιπέτεια και συνήθως ταξιδεύει μόνος του.

Στη μέση αυτών των δύο τύπων ανθρώπων υπάρχει ο μεσοκεντρικός τουρίστας όπου και αντιπροσωπεύει το σύνολο των τουριστών οι οποίοι είναι ευέλικτοι στις απαιτήσεις και στις επιθυμίες τους όσον αφορά ένα ταξίδι (Šimková and Holzner, 2014).

Τέλος, η θεωρία του Iso Ahola (1982) ή αλλιώς η θεωρία της αναζήτησης και της διαφυγής (Seeking & Escaping Theory). Τα κίνητρα διαφυγής επικαλούνται από τον τουρίστα προκειμένου να ξεφύγει από τη ρουτίνα της καθημερινότητας, το πρόγραμμα της δουλειάς ή οτιδήποτε άλλο τον βαραίνει σε καθημερινό επίπεδο και σε συνδυασμό με το κίνητρο της αναζήτησης ταξιδεύει προκειμένου να γνωρίσει καινούργια μέρη, να δοκιμάσει διαφορετικές εμπειρίες. Πάλι όμως αυτές οι δύο κατηγορίες κινήτρων διαχωρίζονται σε δύο επίπεδα, το προσωπικό και το διαπροσωπικό. Ξεφεύγει από τα προσωπικά του άγχη και αγωνίες αλλά ξεφεύγει και από τις δυσκολίες που του

προκαλεί ο περίγυρος και ταξιδεύει τόσο για την προσωπική του ευημερία όσο και για τη συνανάστροφή του και συνύπαρξή του με άλλους ανθρώπους (Šimková and Holzner, 2014).

2.3. Μοτίβο ταξιδιωτικής σκάλας και μοτίβο ταξιδιωτικής καριέρας

Η καθοριστική συνεισφορά της θεωρίας του Maslow στη μελέτη για την τουριστική υποκίνηση και κίνητρα έχει ήδη αναπτυχθεί σε παγκοσμίου βεληνεκούς αναφορές. Δύο εννοιολογικά πλαίσια που αναπτύχθηκαν και συνέβαλαν στην κατανόηση και αποδοχή της θεωρίας ιεράρχησης των αναγκών είναι το Μοτίβο Ταξιδιωτικής Σκάλας (Travel Career Ladder - TCL) και το Μοτίβο Ταξιδιωτικής Καριέρας (Travel Career Patterns – TCP).

Η βασική ιδέα πίσω από το Μοτίβο Ταξιδιωτικής Σκάλας (Pearce και Caltabiano, 1983; Moscardo και Pearce, 1986, Pearce, 1988 όπως αντλήθηκε από → Woodside and Martin, 2008), πιθανόν εντοπίζεται σε προγενέστερη έρευνα του Pearce (1982) που μελετούσε τη συμπεριφορά των ταξιδιωτών. Στην εν λόγω έρευνα, ο Pearce υπογράμμισε πως οι ηλικιωμένοι τουρίστες ανακαλούσαν στη μνήμη τους περισσότερα περιστατικά που είχαν θετικό πρόσημο όπως η αγάπη και η ανάγκη του ανήκειν (ανάγκες δηλαδή που σχετίζονται με την ολοκλήρωση και την αυτοπραγμάτωση), συγκριτικά με τους/τις νεότερους/-ες ηλικιακά τουρίστες/-τριες οι οποίοι/-ες έδωσαν βάση σε φυσιολογικές ανάγκες.

Το Μοτίβο Ταξιδιωτικής Σκάλας ή χάριν συντομίας το TCL ουσιαστικά περιγράφει πως το ταξιδιωτικό κίνητρο ενός ανθρώπου μεταβάλλεται με την εμπειρία ταξιδιού του. Όσο περισσότερα ταξίδια δηλαδή πραγματοποιεί ένας άνθρωπος τόσο περισσότερες εμπειρίες συλλέγει με αποτέλεσμα να αποζητάει να ικανοποιήσει ανάγκες που ανήκουν στα υψηλότερα επίπεδα. Αναμφίβολα υπάρχουν και οι εξαιρέσεις όπου οι άνθρωποι εξαιτίας οικονομικών ή υγειονομικών παραγόντων δεν «ανεβαίνουν» τη σκάλα, μένοντας στάσιμοι.

Εν κατακλείδι το μοτίβο TCL συνιστά στους ανθρώπους να εξελίσσονται στη σκάλα των κινήτρων εφόσον συλλέγουν ταξιδιωτικές εμπειρίες (Hsu and Huang, 2008). Η κριτική θεώρηση όμως που δέχεται το συγκεκριμένο μοντέλο είναι πώς παρά την ελκυστικότητα που παρουσιάζει ως εννοιολογικό πλαίσιο, εντούτοις δεν υπάρχουν ισχυρά στοιχεία ώστε να στηριχθούν εμπειριστατωμένα οι προτάσεις του. Για την

ακρίβεια, μία έρευνα που διεξήχθη από τον Ryan (1998) καταδεικνύει την αδυναμία της θεώρησης του Pearce και ως εκ τούτου την αποδόμησή της.

Ένα ακόμη εννοιολογικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε και παρουσιάστηκε από τον Pearce και τον συνεργάτη του Lee (2002; 2003), Pearce, (2005) και Pearce και Lee, (2005) ονομάζεται TCP (Travel Career Pattern ήτοι Μοντέλο Ταξιδιωτικής Καριέρας) το οποίο και μοιάζει με το TCL. Οι δυο τους, πριν προχωρήσουν στην στοιχειοθέτηση αυτού του μοντέλου, διεξήγαγαν έρευνες τόσο σε χώρες της Δύσης (πχ. Βρετανία) όσο και χώρες της Ασίας (πχ. Κορέα) και από τις εν λόγω έρευνες άντλησαν 14 παράγοντες υποκίνησης και 74 κίνητρα. Στα αποτελέσματα που κατέδειξε η έρευνα για την Κορέα τα κίνητρα που εντοπίστηκαν βάσει της κατάταξης που έγινε ήταν: 1) καινοτομία, 2) διαφυγή / χαλάρωση, 3) αυτοπραγμάτωση, 4) φύση, 5) συγγένεια, 6) αυτοβελτίωση, 7) ρομαντισμός, 8) τεκμηρίωση, 9) αυτονομία, 10) προσωπική ανάπτυξη, 11) νοσταλγία, 12) διέγερση, 13) απομόνωση, 14) αναγνώριση.

Οι παρούσες έρευνες με τα αντίστοιχα ευρήματα έδειξαν πως όσο περισσότερο οι άνθρωποι ταξιδεύουν και αποκτούν μία «ταξιδιωτική καριέρα» τόσο περισσότερο επηρεάζονται και παρακινούνται από εξωτερικούς παράγοντες όπως η αυτο-ανάπτυξη μέσω της συμμετοχής στη χώρα υποδοχής και η αναζήτηση της φύσης. Αντίθετα, με τους ανθρώπους που ταξιδεύουν λιγότερο συχνά, οι οποίοι και παρακινούνται από λιγότερο «υψηλούς» παράγοντες ή αλλιώς εσωτερικούς παράγοντες όπως ο ρομαντισμός, η συγγένεια ή αυτονομία (Hsu and Huang, 2008). Οι εν λόγω παράγοντες, βάσει της σημαντικότητάς τους, χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη αφορά τους πιο κοινούς και ταυτόχρονα σημαντικούς παράγοντες που αφορούν όλους τους ταξιδιώτες όπως η διαφυγή, η χαλάρωση, η καινοτομία, η συγγένεια και στη δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνονται οι παράγοντες οι οποίοι είναι λιγότερο σημαντικοί στο σύνολο των ταξιδιωτών και σε αυτούς ανήκουν η απομόνωση, η νοσταλγία, η κοινωνική θέση.

Βάσει λοιπόν όλων αυτών που μελέτησαν οι Pearce και Lee, παρουσιάζουν το Μοντέλο της Ταξιδιωτικής Καριέρας (TCP), το οποίο μέσα στα υπόλοιπα υποδηλώνει πως τα ταξιδιωτικά κίνητρα απεικονίζονται σε τρία επίπεδα, τα οποία και περιλαμβάνουν διαφορετικά κίνητρα ταξιδιού. Ο πυρήνας ή αλλιώς η βάση της ιεραρχίας αυτών των επιπέδων είναι τα πιο κοινά και σημαντικά κίνητρα όπως η χαλάρωση, η διαφυγή από την καθημερινότητα, η ενίσχυση των διαπροσωπικών σχέσεων. Το ακριβώς επόμενο

επίπεδο περιλαμβάνει τα κίνητρα που χαίρουν μίας μέτριας σημαντικότητας όπως η αυτοπραγμάτωση και η αγάπη προς τη φύση. Στο τελευταίο επίπεδο ανήκουν τα πιο κοινά και λιγότερο σημαντικά κίνητρα όπως η απομόνωση, το κοινωνικό στάτους και η νοσταλγία.

2.4. Θεωρία των ελκτικών/ ωθητικών παραγόντων (Push/Pull Factors)

Μελετώντας τους θεωρητικούς οι οποίοι κατά καιρούς έχουν αναπτύξει θεωρίες και σκέψεις που αφορούν τα ταξιδιωτικά κίνητρα και τους παράγοντες που ωθούν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν, υπάρχει μία διάχυτη προσπάθεια να εφαρμόσουν με εμπειρικό τρόπο τη θεωρία ιεράρχησης των αναγκών όπως έχει διατυπωθεί από τον Maslow.

Μία, γενικά αποδεκτή ανάλυση της τουριστικής υποκίνησης βασίζεται στους ωθητικούς/ ελκτικούς παράγοντες. Όμως, το αξιοσημείωτο σε αυτό το γεγονός είναι πως δεν έχει στοιχειοθετηθεί συγκεκριμένο θεωρητικό πλαίσιο για αυτούς τους παράγοντες, αλλά γίνονται αποδεκτοί από ένα σύνολο θεωρητικών όπως ο Dann (ανέπτυξε τη θεωρία του το 1977), ο Crompton (το 1979), οι Zhang και Lam (το 1999) κ.α.

Σύμφωνα με τους Βαρβαρέσο και Σωτηριάδη (2002), *«Η βασική έννοια των περισσότερων θεωριών υποκίνησης είναι εκείνη της ανάγκης»*, θέλοντας να επισημάνουν πως οι ανάγκες και η κάλυψη αυτών είναι η δύναμη που ενεργοποιεί και κατευθύνει τις συμπεριφορές των ανθρώπων γενικά και των τουριστών/-τριών ειδικά. Οι εκάστοτε ανάγκες οι οποίες έχουν ωθήσει συγκεκριμένες ή μη ενέργειες καταλήγουν σε αποτελέσματα όπως πχ. Το ταξίδι σε κάποιον προορισμό ή σε κάποιον άλλον (Βαρβαρέσος και Σωτηριάδης, 2002).

Γενικά ως ωθητικοί παράγοντες ορίζονται οι εσωτερικές δυνάμεις που ωθούν τους ανθρώπους να αναζητήσουν περιπέτειες και δραστηριότητες ώστε να καλύψουν τις ανάγκες τους. Με την ίδια λογική οι ελκτικοί παράγοντες είναι δυνάμεις που δημιουργεί ένας προορισμός και η γνώση ή η φήμη που υπάρχει γύρω από αυτόν (Gnoth, 1997). Στην πρώτη κατηγορία ήτοι στους ωθητικούς παράγοντες συμπεριλαμβάνονται η επιθυμία για διαφυγή, για ξεκούραση, χαλάρωση, υγεία, κύρος, ή κοινωνική αλληλεπίδραση. Αντίστοιχα, οι ελκτικοί παράγοντες αναφέρονται στο πόσο ελκυστικός είναι ένας προορισμός μαζί με τις παραλίες, τις εγκαταστάσεις

αναψυχής και τα πολιτιστικά αξιοθέατα που διαθέτει (Hsu and Huang, 2008 όπως αναφέρεται στον Uysal και Jurowski, 1994).

Με άλλα λόγια τα κίνητρα ώθησης είναι σημαντικά στο να οδηγήσουν έναν άνθρωπο να πάρει την απόφαση να ταξιδέψει ενώ τα κίνητρα έλξης επιδρούν όταν η απόφαση για ταξίδι έχει ήδη παρθεί, ώστε να επιλεγεί ο προορισμός (Hsu and Huang, 2008 όπως αναφέρεται στον Crompton, 1979).

Ανάμεσα στους θεωρητικούς οι οποίοι υποστήριξαν τη θεωρία των ωθητικών και ελκυστικών παραγόντων και ανέπτυξαν τις σκέψεις τους πάνω σε αυτήν ήταν ο Dann (1977) και ο Crompton (1979). Ξεκινώντας χρονολογικά, ο Dann διαχώρισε δύο σημαντικές θεωρητικές έννοιες: την ανησυχία (anomie) και την ανάπτυξη του εγώ (ego – enhancement) τις οποίες και κατηγοριοποίησε ως κίνητρα έλξης. Ο Dann υιοθέτησε μία κοινωνιολογική σκοπιά προκειμένου να εξετάσει τα τουριστικά κίνητρα και αναπτύσσει ως εξής τις θεωρητικές έννοιες που έχουν ήδη αναφερθεί. Η ανησυχία λοιπόν εστιάζει στην ανάγκη του ανθρώπου για απομόνωση που δημιουργείται θέλοντας και μη και ως τουρίστας «θέλει απλώς να ξεφύγει από όλα». Την ίδια στιγμή, η ενίσχυση του εγώ αναφέρεται στις προσωπικές ανάγκες. Όπως ακριβώς και στην ανάγκη του ανθρώπου για κοινωνική αλληλεπίδραση, οι άνθρωποι θέλουν απλώς να αναγνωριστούν. Για την ακρίβεια, η ανάγκη της ενίσχυσης του εγώ του ατόμου είναι ανάλογη με την ανάγκη που νιώθει το άτομο για «σωματική ενίσχυση». Ο Dann λοιπόν διαχώρισε δύο κατηγορίες τουριστών/-τριών: η πρώτη αναφέρεται σε όσους/-ες ταξιδεύουν ωθούμενοι/-ες από ανησυχία και η δεύτερη κατηγορία είναι αυτοί/-ες που ωθούνται να ταξιδέψουν για την ενίσχυση του εγώ τους.

Βάσει εμπειρικής έρευνας που διεξήχθη από τον Dann με μελέτη περίπτωσης τα νησιά Barbados, οι τουρίστες/-τριες της πρώτης κατηγορίας είναι κατά κύριο λόγο άνδρες νεαροί σε ηλικία και παντρεμένοι, που ανήκουν λίγο πιο πάνω από το μέσο όρο του κοινωνικό – οικονομικού καθεστώτος και προέρχονται από μικρές πόλεις και αγροτικές περιοχές ενώ θεωρούνται και επαναλαμβανόμενοι τουρίστες. Στη δεύτερη κατηγορία – αυτή της ενίσχυσης του εγώ – ανήκουν περισσότερο γυναίκες, ταξιδεύουν πρώτη φορά, είναι συνήθως μεγαλύτερες ηλικιακά σε σχέση με την πρώτη κατηγορία τουριστών και ανήκουν στα χαμηλότερα κοινωνικό-οικονομικά στρώματα.

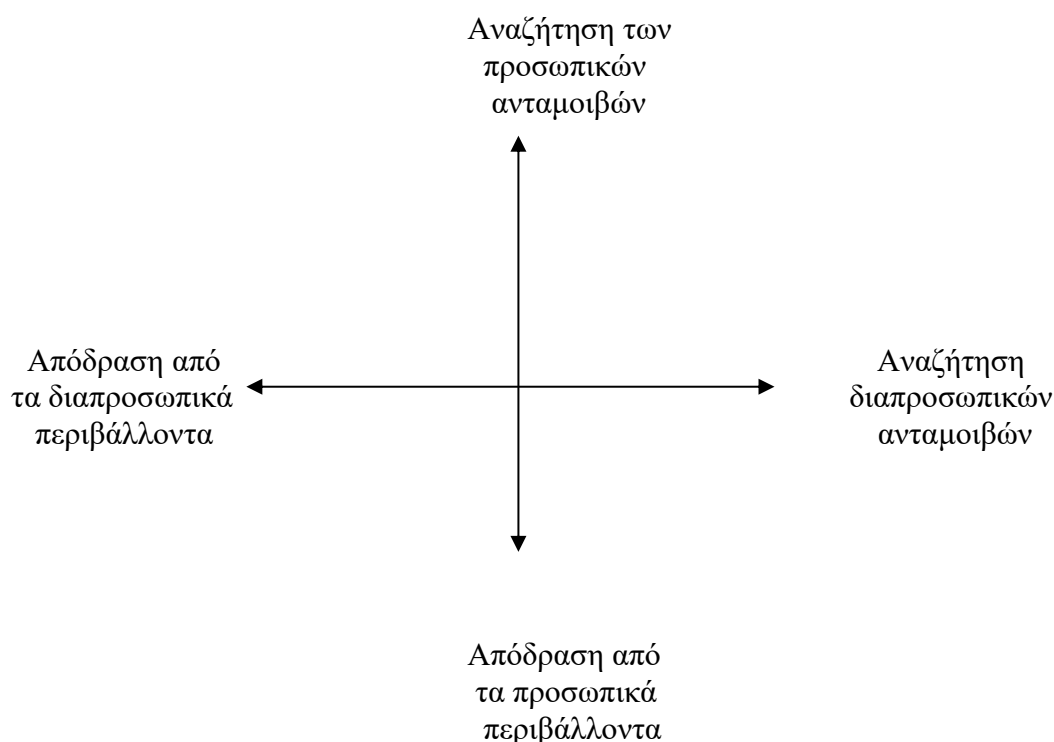
Λίγα χρόνια αργότερα, ο Crompton (1979) στοιχειοθετεί και παρουσιάζει τη δική του οπτική αναφορικά με τους ωθητικούς και ελκτικούς παράγοντες. Επισημαίνει, λοιπόν,

δύο είδη κινήτρων που αφορούν στους/στις ταξιδιώτες/-τισσες αναψυχής, τους κοινωνικό – ψυχολογικούς παράγοντες και τους πολιτιστικούς παράγοντες. Μάλιστα, ξεχώρισε εννέα είδη κινήτρων από απαντήσεις που δόθηκαν σε τριάντα εννέα (39) μη δομημένες συνεντεύξεις. Τα επτά κίνητρα είναι κοινωνικό – ψυχολογικά και συγκεκριμένα είναι τα εξής: η διαφυγή από το καθημερινό, τετριμμένο περιβάλλον, η εξερεύνηση και η αξιολόγηση του εαυτού, χαλάρωση, κύρος, η παλινδρόμηση, η ενίσχυση των κοινωνικών σχέσεων και η διευκόλυνση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Τα υπόλοιπα δύο κίνητρα είναι πολιτιστικά και είναι τα εξής: η καινοτομία και η εκπαίδευση. Με πολύ διαυγή τρόπο λοιπόν ο Crompton ξεχωρίζει και υπογραμμίζει πώς οι ωθητικοί παράγοντες για τις διακοπές είναι τα κοινωνικό – ψυχολογικά κίνητρα ενώ οι ελκτικοί παράγοντες είναι τα πολιτιστικά κίνητρα.

Τέλος, η θεωρία των Mannell και Iso Ahola (1982) ή αλλιώς η θεωρία της αναζήτησης και της διαφυγής (Seeking & Escaping Theory). Τα κίνητρα διαφυγής επικαλούνται από τον τουρίστα προκειμένου να ξεφύγει από τη ρουτίνα της καθημερινότητας, το πρόγραμμα της δουλειάς ή οτιδήποτε άλλο τον βαραίνει σε καθημερινό επίπεδο και σε συνδυασμό με το κίνητρο της αναζήτησης ταξιδεύει προκειμένου να γνωρίσει καινούργια μέρη, να δοκιμάσει διαφορετικές εμπειρίες. Πάλι όμως αυτές οι δύο κατηγορίες κινήτρων διαχωρίζονται σε δύο επίπεδα, το προσωπικό και το διαπροσωπικό. Ξεφεύγει από τα προσωπικά του άγχη και αγωνίες αλλά ξεφεύγει και από τις δυσκολίες που του προκαλεί ο περίγυρος και ταξιδεύει τόσο για την προσωπική του ευημερία όσο και για τη συνανάστροφή του και συνύπαρξή του με άλλους ανθρώπους (Šimková and Holzner, 2014)¹.

¹ Eva Šimková, Jindřich Holzner, Motivation of Tourism Participants, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 159, 2014, Pages 660-664, ISSN 1877-0428, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455> .

Σχήμα 2.2.
Οι διαστάσεις της απόδρασης και της αναζήτησης στην υποκίνηση αναψυχής



Πηγή: Mannell R.C., Iso-Ahola S.E. (1987), “Psychological nature of leisure and tourism experience”, *Annals of Tourism Research*, Vol.14, σ. 323.

Τη θεωρία της υποκίνησης των τουριστών/-τριών έχουν υιοθετήσει οκ ολίγοι ερευνητές και θεωρητικοί εξετάζοντας τόσο την κοινωνιολογική σκοπιά όσο και την ψυχολογική σκοπιά των κινήτρων που ωθούν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν.

Κλείνοντας, να σημειωθεί πως το μοντέλο των ωθητικών – ελκτικών παραγόντων υιοθετείται ευρέως στις μελέτες των τουριστικών κινήτρων. Τη στιγμή όπου οι περισσότεροι ερευνητές προσπαθούν με απλό τρόπο να αναγνωρίσουν και να κατηγοριοποιήσουν τους ποικίλους παράγοντες που ωθούν τα άτομα να ταξιδέψουν, κάποιοι ερευνητές εστιάζουν στην αλληλοσυσχέτιση των ωθητικών και ελκτικών παραγόντων. Αναμφίβολα όμως η υιοθέτηση αυτού του μοντέλου ως εξήγηση των τουριστικών κινήτρων δέχεται κριτική εφόσον αρκετοί μελετητές διαφοροποιούνται από το παρόν μοντέλο και δέχονται τους ωθητικούς παράγοντες ως κινητήριες δυνάμεις των ταξιδιών αλλά αντιμετωπίζουν τους ελκτικούς παράγοντες μόνον ως ίδιον των τόπων προορισμού (Woodside και Martin, 2008).

3. Ταυτότητα Φύλου/ Έμφυλη Ταυτότητα

Στο σημείο αυτό να επισημανθεί, πόσο καθοριστική είναι η σημασία της ανάλυσης του όρου «ΛΟΑΤΚΙ+», τόσο για την καλύτερη κατανόηση της έννοιας, όσο και για το περιεχόμενο της παρούσας διπλωματικής.

Αναμφίβολα τα μακρόσυρτα αρκτικόλεξα και συντομογραφίες προκαλούν σύγχυση ως προς το τι σημαίνουν και ποια είναι η ανάπτυξη τους. Τόσο στο γραπτό όσο και στον προφορικό λόγο διευκολύνουν χάριν συντομίας, σίγουρα όμως σε ένα ζήτημα όπως αυτό που εξετάζεται εδώ, επιβάλλεται η ανάλυση τους.

Πριν αναπτυχθεί η συντομογραφία του όρου «ΛΟΑΤΚΙ+» αξίζει να διευκρινιστεί η έννοια της ταυτότητας φύλου κι έπειτα θα περιγραφεί ευκρινώς ο διαχωρισμός μεταξύ βιολογικού και κοινωνικού φύλου.

Η ταυτότητα φύλου ή έμφυλη ταυτότητα, αναφέρεται στον εσωτερικό τρόπο με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται το φύλο τους και εν τέλει μπορεί να συμπίπτει ή και όχι με το αποδοθέν κατά τη γέννηση φύλο (Ιωακειμίδης, 2012, 172).

Ο εσωτερικός τρόπος αντίληψης και τελικά αποδοχής του φύλου από τα άτομα συμπεριλαμβάνει και την εμπειρία του σώματος με ό,τι αυτό συνεπάγεται (Γαλανού, 2014).

Ως εκ τούτου, η έμφυλη ταυτότητα αποτελεί προϊόν κοινωνικής διαντίδρασης εφόσον σε όλες τις κοινωνίες υπάρχει «ένα μοτίβο φύλων» στη βάση του οποίου αναπτύσσονται και οργανώνονται οι κοινωνίες των ανθρώπων (social policy, 2017). Εξάλλου στις περισσότερες κοινωνίες είναι δεδομένο το δίπολο «αρσενικό – θηλυκό», ταυτίζεται με τον ανδρικό – γυναικείο και ως αποτέλεσμα αυτού επιβάλλει συμμόρφωση στις κοινωνικά κατασκευασμένες αντιλήψεις της αρρενωπότητας και της θηλυκότητας αντίστοιχα.

Έχουν στοιχειοθετηθεί αρκετές θεωρίες που υποστηρίζουν την ταυτότητα φύλου, οι πιο σημαντικές των οποίων είναι οι εξής: Θεωρία της πολιτισμικής μεταβίβασης, θεωρία γνωστικής ανάπτυξης, το φύλο και η κατασκευή του εαυτού.

Οι θεωρητικοί της πολιτισμικής μεταβίβασης κάνουν λόγο για εκμάθηση των έμφυλων ρόλων μέσω συγκεκριμένων διαδικασιών και σίγουρα μέσα από τη «μεταβίβαση» από τους γονείς στα παιδιά. Οι γονείς φροντίζουν να «εκθέτουν» τα παιδιά τους σε συγκεκριμένα ερεθίσματα από την βρεφική ηλικία και αργότερα

αναλαμβάνουν οι δάσκαλοι οι οποίοι προάγουν τα «ορθά» πρότυπα και απορρίπτουν τα «λάθος» (social policy, 2017).

Η θεωρία της γνωστικής ανάπτυξης αντιμετωπίζει τα παιδιά ως αυθύπαρκτα όντα τα οποία ως υποκείμενα αναζητούν μόνα τους την ταυτότητα και κατ' επέκταση τον έμφυλο ρόλο τους. Ιδιαίτερα τα παιδιά είναι σε θέση να αντιληφθούν το ρόλο και την ταυτότητά τους από την ηλικία των 18 μηνών μέχρι την ηλικία των τριών όπου έτσι κι αλλιώς ολοκληρώνεται η προσωπική κοινωνικοποίηση του ανθρώπου. Τα παιδιά βάσει της γνωστικής ανάπτυξης έχουν αντιληφθεί τα ίδια αν θέλουν να ανήκουν στο ανδρικό ή στο γυναικείο φύλο και κατ' επέκταση υιοθετούν ανάλογους ρόλους.

Τέλος, η ψυχαναλυτική προσέγγιση των Susan Cross και Lauda Madson αντιμετωπίζει το φύλο ως εξάρτηση της αυτοαντίληψης και της κατασκευής του ατόμου στον κάθε άνθρωπο ξεχωριστά. Δηλαδή, η προσωπική ταυτότητα του κάθε ατόμου επηρεάζεται και διαμορφώνεται από τον κοινωνικό του περίγυρο και την αλληλεπίδρασή του με άλλα άτομα. Για την ακρίβεια, ο προσδιορισμός του εαυτού διαμορφώνεται σε ένα πλαίσιο αξιών, ηθών, εθίμων και κουλτούρας. Η παρούσα προσέγγιση αιτιολογεί και τις διαφορετικές ταυτότητες που αναπτύσσονται ανά τον κόσμο εξαιτίας των διαφορετικών συνθηκών μέσα στις οποίες μεγαλώνει και κοινωνικοποιείται το άτομο (Cross and Madson, 1997).

Η συντομογραφία «ΛΟΑΤΚΙ+», λοιπόν, αναφέρεται τόσο στις ταυτότητες φύλου όσο και στον σεξουαλικό προσανατολισμό ενώ με την πάροδο του χρόνου καλύπτει ένα ευρύτερο φάσμα έμφυλων υποκειμενικοτήτων. Πέραν των αρχικών της έννοιας που θα αναλυθούν – αντλώντας αρκετές χρήσιμες πληροφορίες από την ιστοσελίδα Colour Youth και από άλλους θεωρητικούς που έχουν ασχοληθεί κατά καιρούς- να υπογραμμιστεί πως το «+» υποδηλώνει όλες εκείνες τις ταυτότητες που δεν εμπίπτουν στο διχαστικό δίπολο ή σε κάποιον ετεροκανονικό σχηματισμό.

Εξάλλου, η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα εκφράζει ακριβώς τη διαφορετικότητα και την αρμονική συνύπαρξη όλων των ανθρώπων οποιουδήποτε φύλου ή σεξουαλικού προσανατολισμού. Το αυτό επιβεβαιώνει και το σύμβολο της κοινότητας ήτοι η σημαία Rainbow. Η πρώτη σημαία σχεδιάστηκε το 1978 από τον Gilbert Baker, έναν καλλιτέχνη από το San Fransisco απαντώντας στην επιθυμία ΛΟΑΤΚΙ+ ακτιβιστών να αποκτήσουν ένα σύμβολο. Η σημαία ουσιαστικά αντικατέστησε το ροζ τρίγωνο που ήταν μέχρι τότε το σήμα κατατεθέν της κοινότητας.

Ο καλλιτέχνης έδωσε στη σημαία συγκεκριμένα χρώματα τα οποία φυσικά και βρίθουν μηνυμάτων. Η «Σημαία της Ελευθερίας» όπως αλλιώς είναι γνωστή αποτελείται από ροζ, κόκκινο, πορτοκαλί, κίτρινο, πράσινο, γαλάζιο, μπλε και βιολετί και αντίστοιχα η σημασία των χρωμάτων έχει ως εξής: σεξουαλικότητα, ζωή, θεραπεία, ηλιακό φως, φύση, μαγεία, καθαρότητα, πνεύμα.

Εικόνα 3.1: Σημαία ΛΟΑΤΚΙ +



(Stavrialena Gontzou, 2019)

3.1.1. Λεσβία (Lesbian)

Αναφέρεται στα άτομα που αυτοπροσδιορίζονται ως γυναίκες οι οποίες έλκονται είτε συναισθηματικά, είτε σεξουαλικά από άτομα του ίδιου φύλου. Μάλιστα ορισμένες γυναίκες προτιμούν να αυτοπροσδιορίζονται ως γκέι.

Η λέξη προέρχεται από το νησί της Λέσβου από όπου και καταγόταν η ποιήτρια Σαπφώ η οποία στο έργο της εξυμνούσε τον έρωτα μεταξύ γυναικών. Μάλιστα το χωριό της Ερεσού είναι γνωστό για τη συγκέντρωση πολλών λεσβιών κάθε χρόνο – . Το φαινόμενο έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα, σε αντίθεση όμως με τους ομοφυλόφιλους άνδρες δεν απασχόλησε ιδιαίτερα την κοινωνία.

Ουκ ολίγοι θεωρητικοί και φιλόσοφοι έχουν μιλήσει στα έργα τους για τις γυναικείες ομοφυλοφιλικές σχέσεις, ενώ το 19^ο αιώνα ο γυναικείος έρωτας αποτέλεσε πηγή έμπνευσης και στην τέχνη (ΜΗΧΑΝΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ, 2018).

Τα χρώματα από τα οποία αποτελείται η σημαία – σύμβολο των λεσβιών γυναικών είναι μεστά νοήματος και περιεχομένου. Για την ακρίβεια από την κορυφή της σημαίας ως την βάση τα χρώματα διαδοχικά σημαίνουν: φύλο που δεν υπόκειται στις νόρμες, ανεξαρτησία, μοναδικές σχέσεις στην κοινωνία των γυναικών, γαλήνη και ειρήνη, θηλυκότητα (Nonchalant Magazine, 2021).

Εικόνα 3.1.2: Σημαία Λεσβιακής Κοινότητας



(Wikipedia, 2019)

3.1.2. Ομοφυλόφιλος (Gay)

Ο παρών όρος χρησιμοποιείται για να προσδιοριστούν τα άτομα που έλκονται σεξουαλικά ή και συναισθηματικά από άτομα του ίδιου φύλου. Όμως ο όρος «ομοφυλόφιλος/-η» χρησιμοποιείται εξαιρετικά σπάνια μεταξύ των ατόμων της κοινότητας επειδή είναι συνυφασμένος με αρνητικές ιατρικές παρεμβάσεις.

Αντ' αυτού χρησιμοποιείται ευρέως ο αγγλικός όρος «gay» και σημαίνει χαρωπός. Η πρώτη αναφορά του συγκεκριμένου όρου γίνεται στα 1325 όταν ακόμη η σημασία του παρέπεμπε την γενική έννοια της ομορφιάς για αυτό και απαντάται σε λογοτεχνικά κείμενα ή ποιήματα. Η σύντομη ιστορική αναδρομή του όρου, ξεκινά από τον 13^ο αιώνα όταν η λέξη gay υποδήλωνε την ανεμελιά και την ξεγνοιασιά, προχωρώντας στον 17^ο αιώνα όπου αρχίζει να ταυτίζεται με την ανηθικότητα. Μάλιστα, σύμφωνα με ένα λεξικό της Οξφόρδης gay θεωρούνταν εκείνος που ήταν εθισμένος/-η στην ακολασία. Ορόσημο για το περιεχόμενο που έχει δοθεί στη λέξη το οποίο ισχύει μέχρι και σήμερα στάθηκε η Αγγλία του 18^{ου} αιώνα όταν gay θεωρούσαν τα μικρά αγόρια τα οποία επιδίδονταν σε σεξουαλικές εμπειρίες με μεγαλύτερους άνδρες με οικονομικά ανταλλάγματα (ΜΗΧΑΝΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ, 2016).

Εικόνα 3.1.3: Σημαία Gay Κοινότητας



3.1.3. Αμφισεξουαλικός/-η

Πρόκειται για τα άτομα που αισθάνονται συναισθηματική ή και σεξουαλική έλξη προς δύο φύλα ή και περισσότερα. Πρόκειται για τον αγγλικό όρο *bisexuality* και αφορά κυρίως έναν όρο που χρησιμοποιείται για να περιγράψει ποικίλες μορφές πολυσεξουαλικότητας. Εν πολλοίς, η αμφιφυλοφιλία όπως ακριβώς και οι περισσότεροι σεξουαλικοί προσανατολισμοί είναι ένα φάσμα. Ένα φάσμα μέσα στο οποίο χωράνε πολλές ταυτότητες και τα όρια είναι ρευστά. Υπάρχουν ποικίλες «αποχρώσεις» στις οποίες οι άνθρωποι βιώνουν αμφιφυλοφιλία.

Στην Αμερική ιδίως τα αμφιφυλόφιλα άτομα αποτελούν το 52% του συνολικού πληθυσμού και δυστυχώς δέχονται διακρίσεις, βία, περιθωριοποίηση σε ποσοστά μεγαλύτερα από ότι στον γκέι ή στον λεσβιακό πληθυσμό (Avmag, 2019).

Εικόνα 3.1.4. Σημαία Bi Κοινότητας



3.1.4. Διεμφυλικός/-η (Transgender)

Παλιότερα χρησιμοποιούταν ευρέως ο όρος «τρανσέξουαλ», για να αναφερθεί στα διαφυλικά άτομα, σε εκείνους/-ες που προέβαιναν σε επαναπροσδιορισμό του φύλου τους.

Πλέον ο όρος «τρανσέξουαλ» θεωρείται προσβλητικός και αντ' αυτού χρησιμοποιείται ο όρος «τρανς» για να περιγράψει τα άτομα των οποίων το φύλο τους δε συμβαδίζει με το αποδοθέν κατά τη γέννηση. Βέβαια πολλά άτομα δεν προβαίνουν σε διαδικασίες επαναπροσδιορισμού του φύλου τους, είτε γιατί δεν το επιθυμούν είτε γιατί είναι ιδιαίτερα κοστοβόρες. Στην κοινότητα λοιπόν των διεμφυλικών ατόμων ανήκουν τόσο τα άτομα που έχουν προβεί στην επέμβαση, στα άτομα που είναι στο στάδιο πριν την επέμβαση αλλά και όσους δεν μπορούν ή δεν θέλουν να προχωρήσουν σε επέμβαση.

Είναι απαραίτητο να τονισθεί πως σε κάθε περίπτωση είναι αναφαίρετο δικαίωμα όλων των ανθρώπων να αισθάνονται καλά και περήφανοι με το σώμα και το φύλο τους και την ίδια στιγμή να αναγνωρίζονται και να είναι ορατοί/-ες. Αυτή η παραδοχή όσο κοινότυπη κι αν ακούγεται στην πραγματικότητα απέχει πολύ από το να γίνει πράξη εφόσον ακόμα τουλάχιστον υπάρχουν πολλοί αγώνες για να δοθούν.

Παρακάτω γίνεται ένας εκτενής διαχωρισμός του βιολογικού από το κοινωνικό φύλο με απώτερο στόχο να γίνουν ξεκάθαρες οι έννοιες και αφετέρου να τονισθεί η ποικιλότητα του φύλου το οποίο δεν καθορίζεται από το βιολογικό αλλά λειτουργούν συμπληρωματικά.

Εικόνα 3.1.5 – Σημαία Transgender Κοινότητας



(Pinterest, 2020)

3.1.5. Κουήρ (Queer)

Αν και υπάρχει ολόκληρη θεωρία γύρω από τη συγκεκριμένη έννοια εδώ θα γίνει προσπάθεια να αποδοθεί συνοπτικά ώστε να δώσει τις σημαντικές πληροφορίες που απαιτούνται για την ολοκληρωμένη κάλυψη του θέματος. Πρώτα, όσοι χρησιμοποιούσαν τον όρο Queer αναφέρονταν υποτιμητικά στα άτομα με ομόφυλο σεξουαλικό προσανατολισμό. Όμως κατά τη δεκαετία του '80, ο όρος άρχισε να χρησιμοποιείται τόσο από θεωρητικούς όσο και από ακτιβιστές προκειμένου να συγκρουστούν με τις κοινωνικές νόρμες και να θίξουν ζητήματα σεξουαλικότητας, ταυτότητας φύλου και άλλα τα οποία μέχρι πρότινος αντιμετωπιζόνταν ως «ψυχικές ασθένειες» και σε πολλές περιπτώσεις δεν σχολιάζονταν καν. Σήμερα μάλιστα επικαλείται και από ανθρώπους που απορρίπτουν τις «θεσμοθετημένες» έννοιες φύλων και αντίστοιχης σεξουαλικότητας αλλά ακόμη και από όσους δεν ταυτίζονται με κάποιον από τους όρους της «ΛΟΑΤ» κοινότητας.

Θα μπορούσε να ορισθεί ως μία έννοια – ομπρέλα.

Εικόνα 3.1.6. – Σημαία Queer Κοινότητας



(Pinterest, 2020)

3.1.6. Ίντερσεξ (Intersex)

Ένας ακόμη πολύ σημαντικός όρος – ομπρέλα είναι η έννοια των Ίντερσεξ ατόμων που ουσιαστικά αναφέρεται σε όσους/-ες «γεννιούνται έξω από το διμορφικό πλατωνικό καλούπι» (Fausto-Sterling 2016). Η πιο συχνή ερώτηση που ακούγεται από φίλους και συγγενείς όταν πρόκειται για μία εγκυμοσύνη είναι «Αγόρι ή κορίτσι;» αγνοώντας ότι δεν χωράνε όλοι οι άνθρωποι στο δίπολο του αρσενικού – θηλυκού.

Με άλλα λόγια γεννιούνται με χαρακτηριστικά όπως τα γεννητικά όργανα ή συγκεκριμένη ορμονική δομή και ως εκ τούτου συγκεντρώνουν ένα φάσμα βιολογικών διαφοροποιήσεων σε σχέση με το φύλο.

Τα ίντερσεξ άτομα δεν έχουν προκαθορισμένο σεξουαλικό προσανατολισμό ή ταυτότητα και έκφραση φύλου. Αντίθετα όπως όλα τα άτομα μπορεί να έχουν και να εκφράσουν όπως επιθυμούν την ταυτότητα φύλου τους (Colour Youth, 2018).

Μάλιστα υπολογίζεται πως στα παιδιά που γεννιούνται κάθε χρόνο το 1,7% είναι ίντερσεξ. Δηλαδή, παιδιά γεννιούνται με γεννητικά όργανα διαφορετικά από τα συνηθισμένα που αντιστοιχούν είτε σε ανδρικά είτε σε γυναικεία ανατομικά χαρακτηριστικά ενώ η εκπαίδευση και η γνώση του ιατρικού προσωπικού συμβάλλουν στο να μην διακόπτονται κυήσεις αναίτια λόγω προκαταλήψεων (Συμεωνίδου, 2019).

Κατά καιρούς τα ίντερσεξ άτομα έχουν χαρακτηριστεί με διάφορους κακοποιητικούς – προσβλητικούς ρόλους όπως τρίτο φύλο ή ερμαφρόδιτοι, ο τελευταίος ειδικά έχει συνδυαστεί με πρωτόγονες μορφές ζωής όπως τα μαλάκια ή η αμοιβάδα. Ο επόμενος περισσότερο συμπεριληπτικός όρος που έχει υιοθετηθεί είναι «μεσοφυλικός», κι εδώ όμως παρουσιάζονται περιορισμοί εφόσον αναφέρεται στα άτομα που γεννιούνται με ανδρική και γυναικεία φυσιολογία (Λύο Καλοβυρνάς, 2015).

Βέβαια αρκετά συχνά η ίντερσεξ ταυτότητα συγγέεται με την τρανς ταυτότητα, λανθασμένα. Τα τρανς άτομα γεννιούνται με συγκεκριμένη φυσιολογία και εν συνεχεία διαπιστώνουν πώς νιώθουν δυσφορία με αυτό. Αντίθετα τα ίντερσεξ άτομα αυτοπροσδιορίζονται από το γεγονός πως δεν έχουν καθορισμένο ανατομικό φύλο.

Σε μία κοινωνία η οποία προωθεί και αναπαράγει τον έκφυλο δυισμό, τα ίντερσεξ άτομα αντιμετωπίζουν δυσκολίες και προβλήματα από τη στιγμή που γεννιούνται. Ήδη οι γιατροί επεμβαίνοντας με χειρουργικές μεθόδους και χορήγηση ορμονών αποφασίζουν να «διορθώσουν» τις γενετικές ανωμαλίες, προκαλώντας έτσι δυσφορία. Μεγαλώνοντας τα άτομα έρχονται αντιμέτωποι με το δίπολο «ανδρικό – γυναικείο» σε

ομάδες του σχολείου, σε τουαλέτες, στη γλώσσα, ακόμη και σε επίσημα έγγραφα (Λύο Καλοβυρνάς, 2015).

Ολοκληρώνοντας την ενότητα που αφορά στην αποσαφήνιση των πιο σημαντικών όρων που θα απαντηθούν πολύ συχνά στο παρόν έγγραφο αξίζει να σημειωθεί ως επίλογος ότι πολλοί άνθρωποι – τι κι αν είμαστε στο 2021- δεν είναι εξοικειωμένοι με τις έννοιες και το περιεχόμενό τους.

Αν ανατρέξει κάποιος/-α σε παλαιότερα έτη ίσως στη Ναζιστική Γερμανία ή στην Σταλινική Ρωσία (αναφέρονται αυτές οι 2 περιοχές επειδή ήταν πιο έντονα και συγκεντρωμένα τα φαινόμενα) θα δει πως η ομοφυλοφιλία θεωρούνταν ψυχική ασθένεια η οποία έχριζε θεραπείας τόσο μέσω του εγκλεισμού όσο και μέσω λήψης χαπιών. Η Αμερικανική Ψυχιατρική Εταιρεία μόλις ο 1973 έπαψε να θεωρεί την ομοφυλοφιλία ως ψυχική ασθένεια, ενώ ακόμα πιο πρόσφατα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας το 1992 (Hughes 2006):

Ο Πρόεδρος μάλιστα των ΗΠΑ – Αϊζενχάουερ- απαγόρευσε στους ομοφυλόφιλους να εργάζονται στο δημόσιο θεωρώντας τους επικίνδυνους όπως ακριβώς οι αλκοολικοί και οι νευρωτικοί. Προσπάθειες προκειμένου να πάψει να ισχύει αυτή η πεποίθηση ήταν η έρευνα που πραγματοποίησε η Χούκερ, η οποία απέδειξε ότι οι ομοφυλόφιλοι όχι μόνο δεν ήταν ψυχικά ασθενείς αλλά δεν διέφεραν σε σχεδόν κανένα χαρακτηριστικό από έναν ετερόφυλο άνδρα. (Μηχανή του χρόνου, 2020).

Εικόνα 3.1.7. – Σημαία Intersex Ατόμων



(Hildreth, 2022)

3.2. Βιολογικό και Κοινωνικό Φύλο

Έχοντας περιγράψει όσο το δυνατόν εναργέστερα τους όρους που αποτελούν το ακρωνύμιο «ΛΟΑΤΚΙ+» είναι εξίσου σημαντικό να γίνει ο διαχωρισμός του

βιολογικού από το κοινωνικό φύλο και να τονιστεί πόσο σημαντικός είναι ο αυτοπροσδιορισμός ενός ατόμου.

Ακριβώς επειδή η διαδικασία έκφρασης του φύλου είναι μία εσωτερική μάχη, η κοινωνία οφείλει να αναγνωρίσει και να αποδεχτεί τα άτομα με την ταυτότητα φύλου που έχουν επιλέξει να ζουν ακόμη και αν αυτή πολλές φορές διαφέρει από το ανατομικό φύλο.

Κατά γενική ομολογία στο άκουσμα της λέξης «βιολογικό φύλο – sex», στο μυαλό του καθενός/καθεμιάς δημιουργείται η εικόνας ενός άνδρα και μιας γυναίκας με μοναδικό κριτήριο διαχωρισμού το αναπαραγωγικό τους σύστημα. Σύμφωνα με την επιστήμη της βιολογίας οι άνδρες έχουν 46 χρωμοσώματα που εμπεριέχουν X και Y ενώ οι γυναίκες διαθέτουν 45 χρωμοσώματα που περιλαμβάνουν 2X.

Η διάκριση ανάμεσα στο βιολογικό και κοινωνικό φύλο (sex – gender) απαντάται πρώτη φορά στο βιβλίο της Ann Oakley, «Sex, Gender and Society» τη δεκαετία του 1970. Την αντιστοίχιση στην ελληνική γλώσσα κάνει η Τσιλιπάκου «*Το βιολογικό φύλο, sex, περιγράφεται από τα επίθετα female/male (θηλυκό/αρσενικό), το κοινωνικό, gender, από τα feminine/masculine (γυναικείο/αντρικό) και αποτελεί την κοινωνική συγκρότηση του πρώτου.*».

Περισσότερο από πότε σήμερα, πρέπει να γίνει διάκριση ανάμεσα στο βιολογικό (sex) και στο κοινωνικό φύλο (gender). Το πρώτο λοιπόν αφορά τη βιολογική κατηγοριοποίηση θηλυκού και αρσενικού από την ιατρική κοινότητα βάσει συγκεκριμένων χαρακτηριστικών όπως εσωτερικά και εξωτερικά γεννητικά όργανα, φυλετικά χρωμοσώματα και αντίστοιχες ορμονικές δομές. Παρά το γεγονός πως υπάρχει η κατηγορία των Ίντερσεξ ατόμων, εξακολουθεί να υπάρχει η αυστηρή κατηγοριοποίηση «άνδρας – γυναίκα» βάσει των βιολογικών χαρακτηριστικών και η κατηγοριοποίηση των ατόμων στο γνωστό κοινωνικά αποδεκτό δίπολο.

Για την ακρίβεια το βιολογικό φύλο προσδιορίζεται από χρωμοσώματα, σεξουαλικές ορμόνες, σεξουαλικά όργανα και λοιπά φυσικά χαρακτηριστικά. Ο βιολογικός ντετερμινισμός με άλλα λόγια αντιμετωπίζει το φύλο ως βιολογικό γνώρισμα του ανθρώπου.

Εξετάζοντας το κοινωνικό φύλο το οποίο παρά τις αντιδράσεις και τις προσπάθειες να ταυτιστεί με το βιολογικό φύλο, υπάρχει και γίνεται ιδιαίτερος λόγος για αυτό,

διαπιστώνεται η σημαντικότητά του επειδή ακριβώς δίνει το δικαίωμα σε όλους τους ανθρώπους να εκφραστούν και να είναι ο εαυτός τους, χωρίς την ίδια στιγμή να θεωρούνται πως χρήζουν ψυχιατρικής βοήθειας.

Η έννοια του κοινωνικού φύλου αναφέρεται σε μία κοινωνική κατασκευή και ως εκ τούτου όλοι οι ρόλοι και οι συμπεριφορές που «αντιστοιχούν» στο εκάστοτε φύλο έγκειται στην κοινωνικοποίηση που λαμβάνει ο κάθε άνθρωπος μέσω των μηχανισμών κοινωνικοποίησης όπως είναι το σχολείο, η οικογένεια ή τα ΜΜΕ. Με άλλα λόγια «Είμαστε η κοινωνικοποίησή μας», εφόσον το άτομο δέχεται ερεθίσματα τα οποία αποτελούν καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωση της προσωπικότητάς του.

Ουσιαστικά, η έννοια του φύλου αφορά μία διαδικασία εκμάθησης έμφυλων ρόλων από την βρεφική / παιδική ηλικία με τα αντίστοιχα πρότυπα και μία διαδικασία απόδοσης συγκεκριμένων χαρακτηριστικών «ανδρικών» και «γυναικείων» όπως αποδίδονται βάσει του δυαδικού συστήματος. Η άποψη αυτή έχει διατυπωθεί ήδη από την Margaret Mead η οποία επηρέασε τις μεταγενέστερες φεμινίστριες καθότι ο λόγος και η θεωρία της εμπεριείχαν εμπειρική τεκμηρίωση αναφορικά με τον κοινωνικό προσδιορισμό του φύλου. Γράφει λοιπόν ότι «οι σεξουαλικοί ρόλοι διαφέρουν από κοινωνία σε κοινωνία, είναι πολιτισμικά καθορισμένοι και ότι τα παιδιά καλούνται να μάθουν αυτούς τους ρόλους που αντιστοιχούν στο φύλο τους μέσω της κοινωνικοποίησής τους». (Mead, M. 1935)

Βέβαια, η οπτική του βιολογικού ντετερμινισμού υπαγορεύει πως το βιολογικό φύλο ταυτίζεται με το κοινωνικό φύλο ήτοι οι γυναίκες είναι θηλυκοί άνθρωποι και αντίστοιχα οι άνδρες είναι αρσενικοί άνθρωποι. Σε αυτή την άποψη έρχεται να απαντήσει το Β' κύμα φεμινισμού το οποίο θέτει σαφή όρια και ακυρώνει την άποψη «η Βιολογία είναι μοίρα». Η άποψη αυτή αντικατοπτρίζει πως επειδή βιολογικά είμαι γυναίκα πρέπει να είμαι και μητέρα και όλα τα επακόλουθα.

Η άποψη της Judith Butler συμβάλλει καθοριστικά εφόσον υποστηρίζει πως η έννοια του φύλου προηγείται από την έννοια του γένους, τόσο συμβολικά όσο και νοηματικά. Δηλαδή πρώτα έχουμε την έννοια της έμφυλης διαφοράς και μετά την έννοια του βιολογικού φύλου. Στο έργο της υποστηρίζει πως η έννοια του φύλου είναι «μία επαναλαμβανόμενη κοινωνική έκφραση», «ένα συνεχές γίνεσθαι».

Εν κατακλείδι, το κοινωνικό φύλο δεν αναφέρεται σε κάτι άλλο από το επιτελεστικό φύλο ενώ το βιολογικό φύλο από την πλευρά του αναφέρεται στην έμφυλη ταυτότητα

στηριζόμενο στο δίπολο «άνδρας – γυναίκα» που απορρέει φυσικά από την επιστήμη της βιολογίας (Κολύρη 2017: 14).

4. ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα και Τουρισμός

4.1. ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός

Η αναγνώριση και η θέσπιση δικαιωμάτων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας με τις κατ' επέκταση εορτές υπερηφάνειας που διοργανώνονται κάθε χρόνο (εξαιρείται η χρονιά της πανδημίας), οδηγούν αναπόφευκτα ακαδημαϊκούς και ανθρώπους της αγοράς να διερευνούν και να επεξεργάζονται τους ταξιδιώτες που ανήκουν στην κοινότητα ως συγκεκριμένη τουριστική – πλέον- ομάδα.

Άλλωστε η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα αποτελεί ένα ιδιαίτερο και ξεχωριστό – θα μπορούσε να λεχθεί – κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας το οποίο διαρκώς επεκτείνεται, εφόσον και αποφέρει και σημαντικά κέρδη.

Ο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός αν και είχε ξεκινήσει ως τουρισμός αναψυχής, πλέον, με τις εξελίξεις και τις κατακτήσεις ελευθεριών να διαδέχονται η μία την άλλη, καλύπτει ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας. Η συγκεκριμένη κατηγορία τουριστών/-τριών επιλέγει πέραν του παραδοσιακού μαζικού τουρισμού και τον θαλάσσιο τουρισμό, τον επαγγελματικό τουρισμό, τον θεματικό τουρισμό και τον τουρισμό με βάση τον γάμο.

Η συζήτηση που αφορά το ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμό σύμφωνα με τη Διεθνή Ταξιδιωτική Ένωση Ομοφυλόφιλων και Λεσβιών (International Gay & Lesbian Travel Association – IGLTA) αφορά την ανάπτυξη και το μάρκετινγκ των τουριστικών προϊόντων που εξυπηρετούν γκέι, λεσβίες, τρανς και bisexual τουρίστες/-τριες. Μάλιστα κάποια προϊόντα και υπηρεσίες είναι ειδικά σχεδιασμένα ώστε να απευθύνονται σε αυτό το κοινό, όπως γαμήλια ταξίδια ή λοιπές γαμήλιες εκδηλώσεις για ομόφυλα ζευγάρια ή ακόμη και οργανωμένες εκδρομές οι οποίες θα αφορούν γκρουπ γκέι ανδρών ή αντίστοιχα λεσβίες γυναίκες.

Επιπλέον, σε μερικές περιπτώσεις οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών ή εν γένει οι προορισμοί στο σύνολό τους φροντίζουν να διαβεβαιώσουν τους ΛΟΑΤ τουρίστες/-τριες πως η επίσκεψή τους θα είναι απόλυτα ασφαλής και οι ίδιοι θα απολαύσουν τον σεβασμό και την αποδοχή. (UNTWO, 2017).

Γίνεται ειδική μνεία για το σεβασμό και την αποδοχή της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας επειδή δεν είναι δεδομένα σε όλες τις χώρες, παρά την ύπαρξη νόμων ενδεχομένως που όντως θεσπίζουν και προστατεύουν τα δικαιώματα της κοινότητας. Η IGLTA καλεί

από την πλευρά της όλους/όλες τους/τις ταξιδιώτες/-τισσες να γνωρίζουν τα έθιμα και τους νόμους της εκάστοτε χώρας πριν ταξιδέψουν.

Μελετώντας τον κατάλογο χωρών ανά τον κόσμο, γίνεται αντιληπτό πώς σταδιακά οι χώρες που είναι φιλικές προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα διαρκώς αυξάνονται. Ανάμεσα στους προορισμούς που επιλέγουν οι ΛΟΑΤ τουρίστες/-τριες ανήκει η Κοπεγχάγη, το Βερολίνο, η Μύκονος, το Ρεϋκιαβικ ενώ εκτός Ευρώπης ιδανικοί προορισμοί είναι η Κούβα, η Ουρουγουάη, η Ταϊπέι, το Κέιπ Τάουν και μερικές ακόμη (Gaytravel.com, 2020).

Στον αντίποδα αξίζει να αναφερθούν και οι χώρες οι οποίες δεν διακείνται φιλικά προς τον γκέι τουρισμό και οι περισσότερες χωρίς να προκαλεί ιδιαίτερη έκπληξη είναι μουσουλμανικές χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου όπως η Νιγηρία, η Σαουδική Αραβία, η Υεμένη. Βέβαια, πολύ δημοφιλείς προορισμοί στο ευρύ κοινό όπως η Τζαμαϊκά, το Μαρόκο, οι Μαλδίβες κάθε άλλο παρά ασφαλείς προορισμοί δεν είναι λόγω της νομοθεσίας που έχει θεσπιστεί απέναντι στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα επιβάλλοντας ποινές όπως χρηματικό πρόστιμο ή φυλάκιση (Forbes, 2021).

4.2. Ιστορική Αναδρομή ΛΟΑΤΚΙ Τουρισμού

Ο τουρισμός και τα ταξίδια της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας δεν είναι πρόσφατο φαινόμενο αλλά εντοπίζεται περίπου στα 1750 όταν αφορούσε μορφωμένους, επιφανείς και ανώτερους οικονομικά γκέι άνδρες της Βόρειας κυρίως Ευρώπης. Ταξίδευαν προς χώρες της Μεσογείου αναζητώντας έναν τουρισμό που προσιδιάζει στο μοντέλο «Sea, Sun, Sex, Sand» θέλοντας να απολαύσουν τον ήλιο, τη θάλασσα, θερμότερα κλίματα και φυσικά να φλερτάρουν με νεότερους άνδρες (Vorobjovas-Pinta, O. & Hardy, A. (2016).

Φυσικά τα ταξίδια αυτά δεν είχαν την οργάνωση που παρατηρείται κατά τα επόμενα χρόνια και δη στο σήμερα όπου πλέον γίνεται λόγος για ΛΟΑΤΚΙ Τουρισμό με στατιστικά στοιχεία και αναλύσεις.

Ο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός γνώρισε ιδιαίτερη άνθιση κατά τη Βικτωριανή περίοδο (1837-1907) όπου και αποτελεί μία μακρά περίοδο ευημερίας και εθνικής αυτοπεποίθησης για το Ηνωμένο Βασίλειο. Ενώ στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και στις αρχές του 20^{ου}, το Λονδίνο, το Παρίσι και το Βερολίνο ήταν οι περιοχές όπου υπήρχε η μεγαλύτερη συγκέντρωση της γκέι κοινότητας προκειμένου να διασκεδάσουν. Οι περιοχές διέθεταν ένα πλήθος από καφέ, μπαρ, εστιατόρια, λουτρά κλπ (Hughes, 2006; Prickett, 2011).

Χρειάζεται να επισημανθεί βέβαια, πως σε παγκόσμιο επίπεδο χωρών δεν έχουν όλες τις ίδιες πολιτικές αποδοχής και ανεκτικότητας προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Πιο συγκεκριμένα οι χώρες της Δύσης προωθούν πολιτικές και βουλεύματα τα οποία προστατεύουν τα δικαιώματα αυτών των ανθρώπων και σταδιακά τους αναγνωρίζουν δικαιώματα όπως της σχέσης, του γάμου ή της παιδοθεσίας. Από τις πιο «συντηρητικές χώρες της Δύσης», για παράδειγμα, η Εσθονία ήταν η πρώτη πρώην Σοβιετική χώρα που επέτρεψε τις ομοφυλοφιλικές σχέσεις. Όμως σε αφρικανικές χώρες όπως η Μαυριτανία, Σομαλία, Νέα Γουινέα οι γκέι και οι λεσβίες έρχονται αντιμέτωποι/-ες με ποινές όπως η φυλάκιση ή ακόμη και ο θάνατος καθότι η ομοφυλοφιλία θεωρείται «εφεύρεση της Δύσης», επομένως τα ταξίδια σε αντίστοιχες χώρες είναι οριακά απαγορευτικά.

Αναπόφευκτα, η ανάπτυξη και εξέλιξη του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού συνδέεται και επηρεάζεται από την πρόοδο που επιτυγχάνουν οι κοινωνίες σε ό,τι αφορά τα δικαιώματα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Ο χώρος και οι ελευθερίες που κατοχυρώνονται για τους ανθρώπους που ανήκουν στην κοινότητα τους επιτρέπουν να ασχοληθούν με ζητήματα όπως η ελευθερία στα ταξίδια και στις διακοπές τους.

Έτσι σταδιακά, από τη δεκαετία του 1960 και συγκεκριμένα μετά το Stonewall και τις επακόλουθες αναταραχές στη Νέα Υόρκη, οι γκέι άνθρωποι σε παγκόσμιο επίπεδο διεκδίκησαν την ορατότητα που κανονικά θα έπρεπε να θεωρείται δεδομένη. Από το 1970 που πραγματοποιείται το πρώτο Gay Pride κάθε χρόνο σε ένα πλήθος χωρών που προωθούν πολιτικές προστασίας των δικαιωμάτων της κοινότητας οργανώνουν γιορτές υπερηφάνειας προσελκύνοντας έναν σημαντικό αριθμό επισκεπτών/-τριών. Ενδεικτικά να σημειωθεί πως από τις πιο δημοφιλείς εορτές περηφάνειας είναι στο Σάο Πάολο της Βραζιλίας όπου προσελκύει περίπου 3.5 εκατομμύρια επισκέπτες. Λοιπές εκδηλώσεις και φεστιβάλ οργανώνονται σε ένα κλίμα παγκόσμιας αποδοχής και ακτιβισμού σε όλο τον κόσμο και μάλιστα το 1982 οργανώνονται τα πρώτα Gay Games στο Σαν Φρανσίσκο(UNWTO, 2017).

Για την ιστορία, ο Hanns Ebensten (28/11/1923 – 24/07/2006) συνέδεσε το όνομά του με το γκέι τουρισμό αφού ήταν και ο πρώτος που διοργάνωσε το 1972 ταξίδι αποκλειστικά για γκέι άνδρες με προορισμό το Grand Canyon (HE Travel, 2021).

Οι προσπάθειες του οργανωμένου ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού δεν σταματούν εδώ. Περίπου στα 1980, όταν άρχισαν να ταξιδεύουν πιο συστηματικά και οργανωμένα προς χώρες

της Δυτικής Ευρώπης, τα γραφεία τουρισμού και οι σχετικοί ιθύνοντες άρχισαν να οργανώνουν στρατηγικές μάρκετινγκ προκειμένου να προσελκύσουν αυτό το κοινό.

Το 1983 ακολουθεί η ίδρυση της Διεθνούς Ταξιδιωτικής Ένωσης Γκέι και Λεσβιών (IGLTA) και ουσιαστικά αποτελεί το κυρίαρχο παγκόσμιο δίκτυων των τουριστικών επιχειρήσεων που στοχεύουν στους/στις τουρίστες/-τριες της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Ουσιαστικά προσφέρει ταξιδιωτικές πληροφορίες και προωθεί την ασφάλεια και την ισότητα στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα σε παγκόσμιο επίπεδο. Στα μέλη της περιλαμβάνονται προορισμοί, καταλύματα, ταξιδιωτικοί σύμβουλοι, ταξιδιωτικοί πράκτορες και ταξιδιωτικά μέσα σε πάνω από 75 χώρες με κοινό παρονομαστή την φιλικά διακείμενη διάθεσή τους προς τον γκέι τουρισμό (Iglta.org, 2020).

Με το πέρασμα των ετών, πέραν των ακτιβιστικών δράσεων, εταιρείες «μπαίνουν στο παιχνίδι» να ενημερωθούν, να ευαισθητοποιηθούν και τελικά να οργανώσουν και να ενσωματώσουν στα προγράμματά τους τουριστικές δραστηριότητες και ταξίδια τα οποία απευθύνονται αποκλειστικά στο γκέι κοινό.

Η σταδιακή ορατότητα και αναγνώριση του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού επιβεβαιώνεται και με την σταδιακή οργάνωση του ΛΟΑΤΚΙ+ οικογενειακού τουρισμού, παράδειγμα του οποίου αποτελεί η πρώτη κρουαζιέρα που πραγματοποιήθηκε το 2005 με το κρουαζιερόπλοιο Norwegian Dawn με πλήθος συμμετεχόντων 1600 άτομα, ανάμεσα στα οποία ανήκαν και 600 παιδιά (rfamilyvacations, 2015).

4.3. Τουριστική Προσφορά / Ζήτηση

Δεδομένης της ολοένα αυξανόμενης αποδοχής της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας από ένα πλήθος χωρών σε παγκόσμιο επίπεδο, όλο και περισσότεροι προορισμοί προβαίνουν σε ενέργειες όπως η δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών και η επακόλουθη διαμόρφωση υποδομών, προκειμένου να προσελκύσουν το συγκεκριμένο τμήμα της τουριστικής αγοράς. Ο ΛΟΑΤΚΙ+ τουρισμός ανήκει στις Ειδικές κι Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού λόγω των ξεχωριστών αναγκών των τουριστών όπως η ανάγκη του αυτοπροσδιορισμού του φύλου τους και κατ' επέκταση ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζονται οι καταναλωτικές του συνήθειες.

Ουκ ολίγες έρευνες έχουν διεξαχθεί κατά καιρούς σε μία προσπάθεια να διερευνηθεί η δυναμική του ΛΟΑΤΚΙ+ τουρισμού, τα στοιχεία όμως των οποίων παραμένουν

περιορισμένα, εφόσον οργανισμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) και το κέντρο ερευνών CMI διαθέτουν πρόσφατα στοιχεία ως το 2017.

Μάλιστα οι τουρίστες/ - τριες που ανήκουν στην κοινότητα από ήδη διεξηχθείσες έρευνες φαίνεται πως ξοδεύουν αρκετά χρήματα καθόλη τη διάρκεια του έτους προκειμένου να συμμετάσχουν σε τουριστικές δραστηριότητες. Την ίδια στιγμή, πολλά άτομα της κοινότητας και έχουν κάνει το coming out τους, θέλουν να βιώσουν εμπειρίες βάσει της ταυτότητάς τους.

Βάσει στοιχείων που έχει δημοσιεύσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, περίπου 35 εκατομμύρια αφίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο ήταν καταναλωτές που ανήκαν στην κοινότητα. Μάλιστα, εφαρμόζοντας μία πιο αυστηρή εκτίμηση σε ό,τι αφορά τις αφίξεις των τουριστών, για το 2016 υπολογίστηκε πως τουλάχιστον 36 εκατομμύρια επισκέπτες που διέμειναν σε καταλύματα σε όλον τον κόσμο ανήκαν επίσης στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Βάσει μελέτης που διεξήχθη το 2016 από τους Witeck Communications , διαφαίνεται πως η γενικότερη αγοραστική δύναμη της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας ανέρχεται στα 916 δισεκατομμύρια δολάρια.

Έρευνα που διεξήχθη από τον IGLTA, το 2016, καταδεικνύει πως το 68% των Κινέζων που ανήκουν στην κοινότητα ταξίδεψαν σε διεθνείς προορισμούς, όπως Ευρώπη και Ταϊλάνδη. Τα κίνητρα που τους ώθησαν να ταξιδέψουν προς αυτές τις περιοχές ήταν ο πολιτισμός και η φύση που διέθεταν καθεμιά από αυτές τις χώρες.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί το νομικό πλαίσιο των χωρών αναφορικά με την ορατότητα και την αποδοχή των ατόμων παίζει καθοριστικό ρόλο και στην επιλογή αυτών ως ταξιδιωτικοί προορισμοί. Αυτό λειτουργεί ως πρόλογος για να αναφερθεί η σημαντικότητα της νομιμοποίησης του γάμου των ομόφυλων ζευγαριών στην τουριστική ζήτηση. Για την ακρίβεια, αμέσως μετά την αναγγελία νομιμοποίησης του γάμου, ο αριθμός των ταξιδιών εκτινάσσεται στα ύψη ενώ μετά το πέρας περίπου τριών χρόνων τείνει να μειώνεται σταδιακά βάσει των στοιχείων που έχει δημοσιεύσει ο UNWTO (2017).

Πριν τη νομιμοποίηση του γάμου μεταξύ ομόφυλων ζευγαριών στις ΗΠΑ, στην πολιτεία της Καλιφόρνιας υπολόγιζαν πως θα παντρευτούν περίπου 50.000 του ιδίου φύλου τα οποία και θα δαπανήσουν κατά προσέγγιση 400εκ., δολάρια και ουσιαστικά θα αντιστοιχούσαν σε 31εκ. περίπου φορολογικά έσοδα. Αν και οι εκτιμήσεις δεν

βγήκαν αληθινές, εντούτοις τα ποσά που δαπανήθηκαν από τα ζευγάρια ήταν εξίσου σημαντικά.

Ένα ακόμη ισχυρό παράδειγμα αναφορικά με τον αντίκτυπο της νομιμοποίησης του γάμου των ατόμων του ίδιου φύλου, έρχεται από τη Νέα Υόρκη και τα αντίστοιχα στατιστικά που δημοσιεύθηκαν από την εταιρεία NYC & Company. Βάσει αυτών λοιπόν, κατά το πρώτο έτος όπου τα ομόφυλα ζευγάρια μπορούσαν να τελέσουν το γάμο τους, εκδόθηκαν 8.200 άδειες γάμου και τα οποία ζευγάρια προσέλκυαν με τη σειρά τους περισσότερους από 200.000 επισκέπτες/-τριες. Με τη σειρά τους, όσοι και όσες επισκέφθηκαν τη Νέα Υόρκη συμμετείχαν σε όλες τις γιορτές και τις εκδηλώσεις του γάμου με συνολικό οικονομικό αποτύπωμα 259 εκατομμύρια δολάρια. Η κατά κεφαλήν δαπάνη εκείνες τις ημέρες ανερχόταν σε 500 δολάρια, κατά μέσο όρο (UNWTO, 2017).

Στην ίδια έρευνα, παρουσιάζεται κι ένας πίνακας με τις χώρες στις οποίες έχει επιτραπεί ο γάμος των ομόφυλων ζευγαριών. Αυτή η πληροφορία λειτουργεί ως στοιχείο το οποίο εν καιρώ συμβάλλει στην εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων για τη δυναμική του ΛΟΑΤΚΙ+ τουρισμού. Ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός πως μόλις σε 24 χώρες παγκοσμίως έχει θεσμοθετηθεί ο γάμος μεταξύ ατόμων του ίδιου φύλου. Η πρώτη χώρα στην οποία νομιμοποιήθηκε ο γάμος ήταν στην Ολλανδία το 2000, ακολούθησε το Βέλγιο (2003) και ο Καναδάς το 2005. Σταδιακά προστέθηκαν κι άλλες χώρες όπως η Ισπανία (2006), η Αργεντινή (2010), η Βραζιλία (2013), το Λουξεμβούργο (2013) ενώ το 2016 προστέθηκε στον κατάλογο η Κολομβία και η Φινλανδία το 2017 (Masci, Elizabeth Podrebarac Sciupac and Lipka, 2019).

Μάλιστα, στην Ασία και συγκεκριμένα στο Ταιβάν, το 2019 ήταν ένα έτος ορόσημο σε ό,τι αφορά τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Εκείνο το έτος λοιπόν νομιμοποιήθηκε ο γάμος μεταξύ των ομοφυλόφιλων ζευγαριών, γεγονός που δημιούργησε αισιοδοξία σε ό,τι αφορά τα δικαιώματα και τις ελευθερίες που κατακτά διαρκώς η κοινότητα. Ένα χρόνο αργότερα (2020), η Κόστα Ρίκα έγινε η πρώτη χώρα της Κεντρικής Αμερικής η οποία νομιμοποίησε το γάμο. Η 26^η Μαΐου ήταν σημαδιακή για την ορατότητα των ατόμων στην Κόστα Ρίκα (Perper, 2020).

Για την ακρίβεια έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNTWO) καταδεικνύει πως αποτελούν περίπου το 5-10% του συνολικού αριθμού των τουριστών παγκοσμίως και δαπανούν περισσότερα χρήματα συγκριτικά με τον/την μέσο/-η

τουρίστα/-τρια. Οι ανήκοντες/-ουσες στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα τις περισσότερες φορές δεν έχουν παιδιά, επομένως ο ελεύθερος χρόνος τους είναι μεγαλύτερος και άρα έχουν μεγαλύτερη ευελιξία όσον αφορά στα ταξίδια. Μάλιστα τους/ τις αποκαλούν «pink dollars» (HT Correspondent, 2018).

Αρκετά πρόσφατη έρευνα, για την ακρίβεια, διεξήχθη και δημοσιεύθηκε το Δεκέμβριο του 2019 από την Community Marketing, παρουσιάζει επίσης ενδιαφέροντα στοιχεία αναφορικά με τα ταξίδια της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Αρχικά να σημειωθεί πως το πλήθος των ερωτώμενων ήταν 5.355 οι οποίοι προέρχονταν από τις διάφορες πολιτείες των ΗΠΑ. Πρώτιστα, η έρευνα καταδεικνύει το γενικό κίνητρο που ταξίδεψαν τα άτομα και αυτό αφορούσε την αναψυχή και την ξεκούραση κατά κύριο λόγο, σε δεύτερο χρόνο το ταξίδι αφορούσε δουλειά και τέλος για επίσκεψη σε οικογένεια ή στο πατρικό σπίτι (Community Marketing, Inc., 2019).

Οι πτήσεις λοιπόν που πραγματοποίησαν τα άτομα κατά το 2019 μετ' επιστροφής ήταν κατά μέσο όρο τέσσερις ενώ η κατά προσέγγιση διαμονή τους στους εκάστοτε προορισμούς ήταν 11.2 ημέρες, χωρίς να υπάρχουν ιδιαίτερες διαφοροποιήσεις από το προηγούμενο έτος (Community Marketing, Inc., 2019).

Όσον αφορά τώρα στα κίνητρα των ατόμων της κοινότητας η έρευνα αποδεικνύει πώς πρωτίστως ταξιδεύουν με σκοπό την ξεκούραση και τη χαλάρωση, κατ' επέκταση για να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και τελικά για να εξερευνήσουν καινούργια μέρη. Υπήρχε όμως και αυτό το ποσοστό οι οποίοι ταξιδεύουν προκειμένου να συμμετέχουν σε κάποια γιορτή Pride ή για να εξερευνήσουν το ΛΟΑΤΚΙ+ τρόπο ζωής.

Συνοπτικά να αναφερθεί επιπλέον πως η παρούσα έρευνα υπέδειξε πώς από τα πιο σημαντικά πράγματα που εξετάζουν τα άτομα πριν οργανώσουν ένα ταξίδι είναι η ασφάλεια του προορισμού – τόσο γενικά για κάποιον/-α τουρίστα/-τρια όσο και για κάποιο ΛΟΑΤΚΙ+ άτομο - , η νομοθεσία που αφορά τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα, καθώς και η πολιτική κατάσταση της εκάστοτε χώρας, εφόσον λίγο πολύ όλα είναι πολιτική και επηρεάζουν καταστάσεις. (Community Marketing, Inc., 2019).

Επίσης, είναι άδικο να θεωρούνται ταξίδια για τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα μόνο όσα ταξίδια αφορούν το γάμο ή το γαμήλιο ταξίδι και εκδηλώσεις γύρω από αυτό το κοινωνικό συμβάν. Σταδιακά αναπτύσσεται μία πληθώρα δραστηριοτήτων ως συνέπεια της ολοένα και αυξανόμενης ανεκτικότητας των χωρών απέναντι στη

ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Μερικά ιδιαίτερα παραδείγματα είναι τα ταξίδια για γιόγκα στην Ταϊλάνδη, ή τα ταξίδια που αφορούν εκμάθηση σερφ στη Βραζιλία.

Όμως, ακόμη και σήμερα ουκ ολίγοι ιδιοκτήτες ρωτούν συμβούλους ή επιχειρηματίες του τουρισμού ως προς την «ενδεδειγμένη συμπεριφορά» απέναντι σε ομόφυλα ζευγάρια και αν πρέπει κατά την άφιξή τους μαζί με το κλειδί να τους δίνουν και προφυλακτικά. Ουσιαστικά αυτό που ο Thomas Boemkes — σύμβουλος του πρακτορείου Diversity Tourism – θεωρεί απαραίτητο για έναν υπάλληλο υποδοχής ξενοδοχείου είναι η ευγένεια και η καλοσύνη. Ό,τι ακριβώς δηλαδή απαιτείται για την υποδοχή και το καλωσόρισμα όλων των πελατών του ξενοδοχείου (HT Correspondent, 2018).

5. Χώρος και Σεξουαλικότητα

5.1. Χώρος και Σεξουαλικότητα

Ο χώρος και η σεξουαλικότητα θα μπορούσε να λεχθεί ότι βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση, εφόσον ο χώρος οριοθετεί και καθορίζει τις συμπεριφορές των ατόμων και αντίστοιχα ο τρόπος με τον οποίο συμπεριφέρονται οι άνθρωποι αποδίδει στο χώρο συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Εξάλλου και η σεξουαλικότητα είναι ένα πεδίο κοινωνικών αλληλεπιδράσεων, οι οποίες περιλαμβάνουν την έμφυλη ταυτότητα του ατόμου, την κοινωνική του τάξη, την εθνικότητά του καθώς και άλλες επιρροές στις οποίες εκτίθεται το άτομο από νεαρή ηλικία.

Η αντιμετώπιση του Foucault όσον αφορά στη σεξουαλικότητα εστιάζει στην σκοπιά της πολιτισμικής παραγωγής, σύμφωνα με την οποία το σώμα και οι δυνατότητές του ταυτίζονται με συγκεκριμένες ιδέες γύρω από το φύλο και την αντίστοιχη σεξουαλική δραστηριότητα.

Η διαμόρφωση της σεξουαλικότητας ως μία άλλη μορφή κοινωνικού κατασκευάσματος, επηρεάζεται και εξαρτάται από τους χώρους και τους μηχανισμούς κοινωνικοποίησης. Είναι ολοφάνερο πως η σεξουαλικότητα συντηρείται από όλες τις κοινωνικές διεργασίες. Η ανάγκη των ατόμων για έκφραση της σεξουαλικότητάς τους οδηγεί στην κατασκευή χώρων ή στην φόρτιση των χώρων με αντίστοιχα νοήματα τα οποία έχουν ήδη αποδοθεί σε ανάλογους χώρους (Foucault, M. 1982).

Η μη ουδετερότητα του χώρου εξάλλου έχει ήδη διατυπωθεί και είναι γνωστή από τις υποστηρίκτριες του φεμινιστικού κινήματος. Το άτομο όταν διαμορφώνει την έμφυλη ταυτότητά του λαμβάνει υπόψη και τις χωρικές παραμέτρους, επομένως στον χώρο αποδίδονται και έμφυλα χαρακτηριστικά.

Ως συνέπεια, ο κυρίαρχος αστικός χώρος αφορά λευκούς, ετερόφυλους και θρησκευόμενους άνδρες. Τόσο ο δημόσιος, όσο και ο ιδιωτικός χώρος διαμορφώνονται με βάση τα πρότυπα της αυστηρής πυρηνικής οικογένειας και του ετεροφυλικού σεξουαλικού προσανατολισμού. Ο Foucault στο έργο του αν και παρουσιάζει τη σεξουαλικότητα ως θεμελιώδες στοιχείο της κοινωνικής ύπαρξης, ταυτόχρονα την χαρακτηρίζει ως «απειλή» για εκείνα τα καθεστάτα που επιβάλλουν κοινωνικό έλεγχο και δαιμονοποιούν τυχόν αποκλίνουσες σεξουαλικές συμπεριφορές από το κοινωνικά αποδεκτό ήτοι το δίπολο «άνδρας – γυναίκα».

Μάλιστα, τα άτομα που απέκλιναν σεξουαλικά θεωρούνταν ψυχικά ασθενείς και περιθωριοποιούνταν σε ψυχιατρικές κλινικές προκειμένου να μην απειλούν άλλο την κοινωνία.

Η έκφραση «Ας κάνει ό,τι θέλει στο κρεβάτι του, αρκεί να μην προκαλεί» είναι αυτό που ουσιαστικά υποδηλώνει πως οποιαδήποτε σεξουαλική έκφραση δε συμβαδίζει με τα κοινωνικά αποδεκτά πρότυπα πρέπει να παραμένει στην ιδιωτική σφαίρα και να μην απολαμβάνει ορατότητα. Ως εκ τούτου, ο ασφαλής δημόσιος χώρος για τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα αποτελεί ουτοπία ενώ τα άτομα συχνά πέφτουν θύματα βίαιων και κακοποιητικών συμπεριφορών.

Η συγγραφέας Nancy Duncan από τη μεριά της «φωνάζει» την ανάγκη να πάψει η κοινωνία να είναι ομοφοβική και συντηρητική και η σεξουαλικότητα να προβάλλεται ελεύθερα στο δημόσιο διάλογο και στο δημόσιο χώρο οποιαδήποτε μορφή κι αν έχει.

Ως αποτέλεσμα αυτών των πρακτικών και της συνεπαγόμενης περιθωριοποίησης που υφίσταντο τα ΛΟΑΤΚΙ+ άτομα, δημιουργήθηκαν «ζώνες» στο αστικό τοπίο προκειμένου να χωρέσουν όλες οι σεξουαλικότητες οι οποίες θα κατείχαν συγκεκριμένους χώρους. Αυτή λοιπόν η κατηγοριοποίηση και ο διαχωρισμός σε ζώνες συνέβαλλε στην καλύτερη επιτήρηση και έλεγχο των περιοχών. Το αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών ήταν η γέννηση των Βιοπολιτικών σύμφωνα με τον Foucault, βάσει των οποίων, συγκεκριμένες περιοχές ταυτίστηκαν με σεξουαλικές ταυτότητες και συμπεριφορές αλλά ταυτόχρονα τους αποδόθηκε ο τίτλος «σεξουαλικός κίνδυνος» και «εστία μόλυνσης της δημόσιας υγείας» (Foucault, M. 1982).

5.2. Gay Villages

Με τον όρο gay villages, ο οποίος κατά τις τελευταίες δεκαετίες χρησιμοποιείται ιδιαίτερα συχνά, νοούνται μέρη του αστικού τοπίου χωρίς διακριτά γεωγραφικά όρια με προσανατολισμένη ομοφυλοφιλική ταυτότητα. Οι ταυτότητες και οι δραστηριότητες των ατόμων της κοινότητας στις περιοχές αυτές εκδηλώνονται, αναπαράγονται και εκφράζονται ανεμπόδιστα και ελεύθερα (Hughes, 1997).

Όταν γίνεται λόγος για gay villages, ουσιαστικά γίνεται λόγος για γειτονιές ή για τμήματα δρόμων και πεζόδρομων, όπου και υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση δραστηριοτήτων διασκέδασης όπως νυχτερινά μαγαζιά αποκλειστικά απευθυνόμενα στα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας, (πχ. Γκάζι για την περίπτωση της Αθήνας) και

συναντώνται και σε διάφορα νησιά τα οποία θεωρούνται φιλικά προσκείμενα προς την κοινότητα. (Blichfeldt et al., 2013). Στις περιοχές όπου προωθούνται συνήθως ως gay villages αρχίζουν τη λειτουργία τους επιχειρήσεις όπως εστιατόρια, μπαρ, καφέ και άλλα και στόχο έχουν πέρα από το κέρδος, την ύπαρξη και ανάπτυξη τους πέραν από τους περιορισμούς που επιβάλλει η ετεροκανονικότητα και το αυστηρό δίπολο «άνδρας – γυναίκα», και κατ' επέκταση τα ετερόφυλα ζευγάρια.

Σε κοινωνίες όπου η ομοφοβία, ο ρατσισμός και οι κακοποιητικές συμπεριφορές, απέναντι σε οτιδήποτε ξεφεύγει από το κοινωνικά αποδεκτό και καθορισμένο, τείνουν να γίνουν ο κανόνας, η δημιουργία ενός gay village σημαίνει την ανάπτυξη κοινωνικών δικτύων μέσα στα οποία ο καθένας/ η καθεμιά μπορεί να επιτελέσει την έμφυλη ταυτότητα του/της και αντίστοιχα να εκφράσει τη σεξουαλικότητά του χωρίς να φοβάται (Massey, 1994). Στα gay villages δίνεται μάλιστα η ευκαιρία στα άτομα να κοινωνικοποιηθούν και να αναζητήσουν σεξουαλικό σύντροφο.

Συνήθως τα gay villages αναπτύσσονται σε υποβαθμισμένες περιοχές οι οποίες έχουν χαμηλά ενοίκια και αγοραστική αξία, είναι πιο μακριά από το κέντρο της εκάστοτε πόλης. Ουσιαστικά πρόκειται για μη ελκυστικές περιοχές, στις οποίες γίνεται η πρώτη προσπάθεια δημιουργίας επιχειρήσεων που με τον καιρό εγκαθίστανται στην συνείδηση της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας ως «must» προορισμοί. Πέραν των ατόμων που βρίσκουν στέκια στα οποία μπορούν να συχνάζουν και να διασκεδάζουν απρόσκοπτα και οι περιοχές γνωρίζουν ιδιαίτερη άνθιση και επανατοποθετούνται στον αστικό ιστό (Hubbard, 2011). Η ανάπτυξη που γνωρίζουν οι περιοχές αυτομάτως οδηγούν σε εμπορευματοποίηση των ΛΟΑΤΚΙ+ ατόμων, με αποτέλεσμα να γίνουν αντικείμενο μελέτης όχι μόνο με κριτήριο την σεξουαλική τους ταυτότητα αλλά και τον τρόπο ζωής ή τις αγοραστικές συνήθειες που έχουν (Melián-González et al., 2011).

5.3. ΛΟΑΤΚΙ+ Προορισμοί

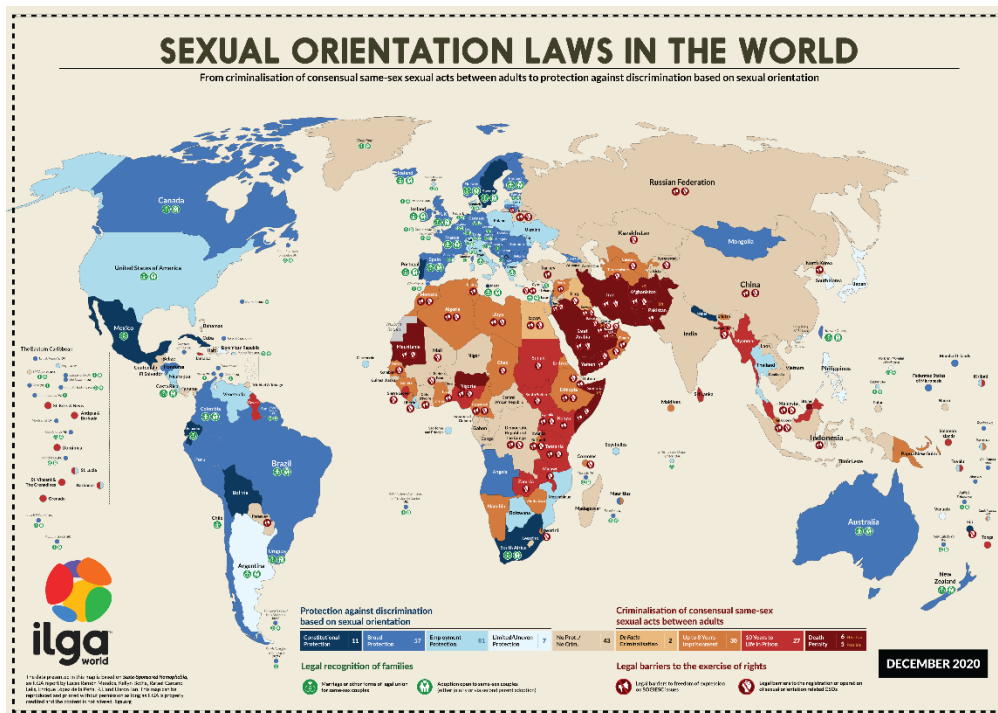
Η ήδη σημαντική αναφορά που έχει γίνει παραπάνω σχετικά με την σημαντικότητα που έχει για κάθε χώρα η πολιτική και το νομικό πλαίσιο που προστατεύει ή όχι τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα, καταδεικνύει και τη δημοφιλία ή όχι των προορισμών ανά τον κόσμο στους οποίους επιλέγουν να ταξιδέψουν τα άτομα της κοινότητας. Οι εκάστοτε προορισμοί λοιπόν φροντίζουν μέσω στρατηγικών μάρκετινγκ και διαφημίσεων να γνωστοποιήσουν πως έχουν αποβάλλει τις προκαταλήψεις και την εχθρική αντιμετώπιση απέναντι σε ΛΟΑΤΚΙ+ άτομα. Σταδιακά, ο κατάλογος των χωρών που

υιοθετούν νομοθεσίες οι οποίες αποδέχονται και προωθούν τις ομοφυλοφιλικές σχέσεις, τις διοργανώσεις Pride, το γάμο μεταξύ ομοφυλόφιλων ζευγαριών, την παιδοθεσία, αυξάνεται χωρίς όμως αυτό να σημαίνει πώς δεν υπάρχει ακόμη μακρύς δρόμος προς την πλήρη αποδοχή από όλες τις χώρες παγκοσμίως.

Στο χάρτη παρακάτω απεικονίζονται σε παγκόσμιο επίπεδο τα δικαιώματα των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας κατά το έτος 2020, σε ποιες χώρες έχει νομιμοποιηθεί ο γάμος ή οποιαδήποτε άλλη επίσημη ή μη ένωση μεταξύ ομοφυλόφιλων ζευγαριών και αντίστοιχα σε ποιες χώρες η ομοφυλοφιλία παραμένει παράνομη και διώκεται ποινικά.

Με σκούρο καφέ χρώμα, όπως δηλώνει και το υπόμνημα, είναι οι χώρες στις οποίες η ομοφυλοφιλία είναι παράνομη και υπάρχουν ποινές όπως φυλάκιση ή θάνατος. Το κόκκινο χρώμα στον χάρτη παρουσιάζει τις χώρες στις οποίες η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα τιμωρείται με πάνω από 10 χρόνια φυλάκισης ενώ το μπεζ χρώμα αντιστοιχεί σε όσες χώρες επιβάλλουν πάνω από 8 χρόνια φυλάκισης στα άτομα της κοινότητας.

Εικόνα 5.1: Δικαιώματα ΛΟΑΤΚΙ + Κοινότητας



Πηγή: (ILGA, 2017)

5.3.1. ΛΟΑΤΚΙ+ Friendly Δημοφιλείς Προορισμοί

Οι δημοφιλείς προορισμοί ανάμεσα στα άτομα της κοινότητας έχουν καθιερωθεί ως τέτοιοι εδώ και αρκετά χρόνια στην κοινή γνώμη. Αυτοί που ξεχωρίζουν είναι η Νέα Υόρκη, το Μαϊάμι και το Λονδίνο (Untwo, 2014). Βέβαια, ο προορισμός που πραγματικά αναδείχθηκε και κέρδισε την πρώτη θέση στο πόσο δημοφιλής είναι ανάμεσα στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα είναι ο Καναδάς σύμφωνα με το Spartacus Gay Travel Index. Όπως υπογραμμίζεται, ο Πρωθυπουργός του Καναδά αξίζει να είναι χαρούμενος επειδή κατέβαλλε ιδιαίτερη προσπάθεια και έκανε τον Καναδά πιο ελεύθερο, δημοκρατικό και ανοιχτό στη διαφορετικότητα από ποτέ. Για το 2020, την πρώτη θέση σχετικά με τους δημοφιλείς προορισμούς μοιραζόταν με τη Σουηδία, η οποία όμως «έχασε την πρωτιά» εξαιτίας των αυστηρότερων εσωτερικών νομοθεσιών που ψήφισε εναντίον των transgender και intersex ατόμων (Spartacus Gay Travel Blog, 2021). Το Spartacus Gay Travel Index έχει δημιουργήσει αυτό το δείκτη μέτρησης του πόσο ανεκτική είναι η κάθε χώρα στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα εξετάζοντας παραμέτρους όπως οι πολιτικές αποφάσεις που επηρεάζουν τη ζωή των ατόμων της κοινότητας, νομικές αλλαγές ή πράξεις βίας και απαγορεύσεις. Μεταξύ των κατηγοριών των οποίων εξετάζουν και αναλόγως δίνουν ή αφαιρούν βαθμούς είναι ο γάμος μεταξύ των ζευγαριών, αντιρατσιστικοί νόμοι, η ποινικοποίηση ή μη των ομοφυλοφιλικών ερωτικών σχέσεων, οι απαγορεύσεις των εκδηλώσεων υπερηφάνειας (prides) και τα εγκλήματα μίσους (Spartacus Gay Travel Blog, 2021).

Οι 10 πιο προοδευτικοί, ανοικτοί στη διαφορετικότητα και τελικά δημοφιλείς προορισμοί σε παγκόσμιο επίπεδο τους οποίους επιλέγουν για τα ταξίδια τους τα άτομα της κοινότητας, αναπτύσσονται ως εξής:

1. Κοπεγχάγη, Δανία. Το 1989 ήταν η πρώτη χώρα στον κόσμο που αναγνώρισε και κατοχύρωσε τις σχέσεις ατόμων του ίδιου φύλου.
2. Νέα Ζηλανδία. Το 1998 ήταν η πρώτη χώρα που υιοθέτησε την «ταμπέλα» Gay/Lesbian Friendly και αναφερόταν σε επιχειρήσεις και καταλύματα, ένας όρος που στη συνέχεια υιοθετήθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο. Μάλιστα από το 2013 που νομιμοποιήθηκαν πλέον οι γάμοι μεταξύ ατόμων του ίδιου φύλου προωθεί κατά κόρον τον γαμήλιο τουρισμό.

3. Τορόντο, Καναδάς. Δεν υπάρχει αμφιβολία πως ο Καναδάς είναι από τις πλέον προοδευτικές και συμπεριληπτικές χώρες, αναγνωρίζοντας και σεβόμενος πλήρως τα δικαιώματα της κοινότητας.
4. Palm Springs, ΗΠΑ. Ιδανικός προορισμός για όσους/-ες αναζητούν την περιπέτεια, σε συνδυασμό με ξεχωριστές επιλογές φαγητού και ποτού και με πολλές εκδηλώσεις που αφορούν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα ιδανικές για γνωριμίες και αλληλεπίδραση.
5. Sitges, Ισπανία. Πρόκειται πράγματι για έναν από τους πιο δημοφιλείς ΛΟΑΤΚΙ+ προορισμούς και ιδιαίτερα αγαπητό τους άνδρες της κοινότητας.
6. Βερολίνο, Γερμανία. Η ιστορία του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού για την Γερμανία έχει τις απαρχές της στη δεκαετία του 1920 και η αλήθεια είναι πως φημίζεται για την έξαλλη ζωή και για τις ιδιαίτερες ερωτικές περιπέτειες στις οποίες μπορεί να επιδοθούν οι τουρίστες/-τριες της κοινότητας.
7. Σκιάθος και Μύκονος, Ελλάδα. Η απαρχή του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού στην Ελλάδα ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970 όταν η Jackie Onassis άρχισε να επισκέπτεται το νησί των ανέμων.
8. Νέα Υόρκη, ΗΠΑ. Είναι η πόλη που ξεκίνησε το κίνημα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας με την γνωστή σε όλους/-ες εξέγερση του Stonewall.
9. Ρέικιαβικ, Ισλανδία. Έχει χαρακτηριστεί ως η πιο φιλική χώρα παγκοσμίως απέναντι στην ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα και στα δικαιώματά τους. Από το 2006 κι έπειτα τα ομοφυλόφιλα ζευγάρια είχαν ακριβώς τα ίδια δικαιώματα με τα ετερόφυλα ζευγάρια χωρίς την παραμικρή διάκριση.
10. Μοντεβιδέο, Ουρουγουάη. Το 1934 απενοχοποίησε την ομοφυλοφιλία και το 2013 αποτέλεσε την πρώτη χώρα στη Λατινική Αμερική που νομιμοποίησε το γάμο μεταξύ ομοφυλόφιλων ζευγαριών. (Lonely Planet Editors, 2019).

5.3.2 ΛΟΑΤΚΙ+ Friendly Ξενοδοχεία

Αξίζει στο σημείο αυτό να αναφερθεί ότι ένα εξίσου σημαντικό τμήμα του τουρισμού είναι τα καταλύματα – ξενοδοχεία. Όταν μάλιστα αντικείμενο μελέτης είναι το πολύ συγκεκριμένο κοινό της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας είναι ακόμη μεγαλύτερη η ανάγκη να μελετηθεί η επιλογή αυτών των ατόμων.

Σύμφωνα λοιπόν με τον Λεξικό της Τουριστικής Βιομηχανίας (Travel Industry Dictionary) «φιλικό προς τους ομοφυλόφιλους» σημαίνει η εξυπηρέτηση και το καλωσόρισμα ομοφυλόφιλων ανδρών και γυναικών τουριστών/-τριών.

Εντούτοις, το ξενοδοχείο ως ξεχωριστό κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας δεν έχει διερευνηθεί επαρκώς. (Clift et al., 1999).

Τα διαθέσιμα ευρήματα που υπάρχουν στην παγκόσμια βιβλιογραφία και αφορούν μελέτη και πιο εμπειριστατωμένη έρευνα σε ό,τι αφορά τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα μέχρι στιγμής καταλήγουν στο ότι τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όπως υψηλό διαθέσιμο εισόδημα, υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και υψηλό αίσθημα αφοσίωσης (Poria, 2006). Με βάση λοιπόν, τη διαθέσιμη βιβλιογραφία μπορεί να αναπτυχθεί σε πέντε (5) κατηγορίες βάσει αυτών που έχουν μελετηθεί μέχρι τώρα.

Η πρώτη κατηγορία απαντάται στις περιγραφικές μελέτες των Philipp, 1999, Roth 2004 οι οποίες στόχευσαν στη διερεύνηση των χαρακτηριστικών των gay και των lesbian. Ειδικότερα, διερεύνησαν την αγοραστική δύναμη της συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας και πώς κατανέμουν τα έξοδά τους για ταξίδια και αναψυχή θέτοντας ως βασική παράμετρο ότι το εισόδημά τους ήταν μεγαλύτερο από το γενικό πληθυσμό.

Η επόμενη κατηγορία αφορά τις μελέτες των Clift και Forrest (1999) των οποίων βασικό αντικείμενο ήταν τα κίνητρα που έχει η κοινότητα για να ταξιδέψει καθώς και τα κριτήρια που συμβάλλουν στην επιλογή του εκάστοτε προορισμού. Συγκεκριμένα διεξήχθη μελέτη προκειμένου να διερευνηθούν εις βάθος τα κίνητρα των γκέι για τη συμμετοχή τους σε μία σειρά τουριστικών δραστηριοτήτων.

Ανάμεσα στις μελέτες που έχουν υλοποιηθεί κατά καιρούς, η τρίτη κατηγορία στοχεύει στην εμπορευματοποίηση του σεξουαλικού προσανατολισμού σε τουριστικές επιχειρήσεις και δραστηριότητες. Τα ευρήματα των μελετών του Hughes (1997) και των Bialeschki και Pearce (1997) επιβεβαιώνουν τη σχέση που υπάρχει τελικά ανάμεσα στην ταυτότητα των ομοφυλοφίλων και στον τρόπο που επιλέγουν να κάνουν διακοπές, αλλά και στη σημασία που έχουν οι διακοπές για τη συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων.

Η επόμενη και προτελευταία κατηγορία μελετών επικεντρώνεται σε ζητήματα διακρίσεων που υφίσταται η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Συγκεκριμένα, η έρευνα που πραγματοποίησε ο Laffin (1999) αναδεικνύει το ρατσισμό με τον οποίο έρχονται

αντιμέτωποι τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας που εργάζονται στον τουριστικό κλάδο.

Η τελευταία και λιγότερο διαδεδομένη έρευνα αφορά την σεξουαλική συμπεριφορά των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας μέσα στη δίνη του ιού HIV. Αντίστοιχη διερεύνηση πάνω στο ζήτημα πραγματοποιήθηκε από τους Hawkes και Hart, 1993 αλλά και Clift και Forrest 1999.

Η έρευνα της Poria (2006) προσπαθεί να δώσει απαντήσεις για τη διαμονή των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας σε ξενοδοχεία και καταλύματα. Οι ερωτώμενοι, λοιπόν, εστίασαν κατά κύριο λόγο στο ζήτημα του προσωπικού των ξενοδοχείων και στη συμπεριφορά αυτών. Το προσωπικό συχνά αποδεικνύεται ελλιπές στις γνώσεις και στην ευαισθητοποίησή του αναφορικά με τις έμφυλες ταυτότητες και τον σεξουαλικό προσανατολισμό των ανθρώπων.

Στο ευρύτερο πλαίσιο, οι επισκέπτες/-τριες των ξενοδοχείων που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα αποζητούν την ασφάλεια, να νιώθουν άνετα με σκεπτόμενους και όχι συντηρητικούς ανθρώπους και τελικά να ξεφύγουν από τον καθορισμένο ετεροσεξισμό (Berezan et.,al., 2015).

Πολύ συχνά, το προσωπικό στα ξενοδοχεία είχε άγνοια συμπεριφοράς όταν ένα ομοφυλόφιλο ζευγάρι προσέρχεται στη reception για το check in ή όταν βρίσκεται σε άλλους χώρους του ξενοδοχείου. Λόγω άγνοιας λοιπόν συνήθως δίνεται δωμάτιο με δύο μονά κρεβάτια, αντί για ένα διπλό, γεγονός που προκαλεί δυσφορία στους / στις επισκέπτες/-τριες. Καθόλου αδιάφορα δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται το ζήτημα του κρεβατιού, καθώς για τα ζευγάρια αποτελεί την έκφραση της σεξουαλικότητάς τους και της επιλογής τους. Όταν, λοιπόν, έρχονται αντιμέτωποι/-ες με τέτοιες συμπεριφορές, νιώθουν πως οι ανάγκες και οι επιθυμίες τους αφενός δεν εισακούγονται και αφετέρου δεν γίνονται σεβαστές (Poria, 2006).

Μέσα σε όσα κατέδειξε η έρευνα, το σύνολο των ερωτώμενων συμφώνησε πως νιώθουν άβολα όταν το προσωπικό του ξενοδοχείου αλλάζει συμπεριφορά μόλις αντιλαμβάνεται τον σεξουαλικό προσανατολισμό των επισκεπτών. Βασική τους επιθυμία είναι η στάση, ο τρόπος και η συμπεριφορά τους να μην αλλάζουν και να αντιμετωπίζονται όπως ο υπόλοιπος πληθυσμός που διαμένει στα δωμάτια.

Λοιπές έρευνες που έχουν διεξαχθεί κατά καιρούς υποδεικνύουν πως η διαφήμιση, οι πολιτικές που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, η υποστήριξη των εκδηλώσεων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας και οι προσωπικές αναφορές επηρεάζουν θετικά ένα brand ως προς το πόσο φιλικό δείχνει προς την κοινότητα. Όμως το ερώτημα παραμένει για το τι πραγματικά χρειάζεται ένα ξενοδοχείο προκειμένου να είναι φιλικό προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα και αν τα ξενοδοχεία γνωρίζουν όντως πως να επηρεάσουν θετικά το συγκεκριμένο τμήμα αγοράς προσφέροντας συγκεκριμένες υπηρεσίες φιλικές προς την κοινότητα (Berezan et.,al., 2015).

Για πάνω από μία δεκαετία, πολύ σημαντικά brands προσπαθούσαν να προσελκύσουν τη συγκεκριμένη ομάδα με διάφορους τρόπους. Όμως, ο πρόεδρος της Community Marketing, Tom Roth επεσήμανε πως για να επιτύχουν σε αυτό το εγχείρημα δεν αρκεί απλώς «να κυματίζουν τη σημαία του ουράνιου τόξου» ως απόδειξη τη φιλικά διακείμενης διάθεσής τους προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

Ίσως περισσότερο από το ένα τέταρτο των ομοφυλόφιλων ανδρών και γυναικών (Berezan et.,al., 2015) διατείνεται πως η φιλική διάθεση προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα (gay friendliness) είναι είτε καθ' όλα είτε πολύ σημαντική στον σχεδιασμό ενός ταξιδιού. Ελπίζοντας να κερδίσουν τη συγκεκριμένη αγορά, τα ξενοδοχεία κρίνουν ότι πρέπει να είναι gay friendly χωρίς όμως να τηρούνται συγκεκριμένα πρότυπα της τουριστικής βιομηχανίας.

Βέβαια ακόμη και τα ξενοδοχεία που θεωρητικά είναι ήδη φιλικά προσκείμενα προς τους ομοφυλόφιλους επισκέπτες του, πιστεύουν ότι είναι πρόκληση το να συγκεκριμενοποιήσουν και να καθορίσουν ποια είναι τα χαρακτηριστικά τα οποία συνέβαλαν στο να αποκτήσουν αυτόν τον τίτλο. Παρά την φανερή έλλειψη αντικειμενικότητας, τόσο οι ομοφυλόφιλοι πελάτες όσο και η ξενοδοχειακή βιομηχανία στηρίζονται σε υποσχέσεις των πρακτορείων πιστοποιήσεων χωρίς να λαμβάνουν καθορισμένη απάντηση. Έτσι το ερώτημα είναι ίδιο « Τι σημαίνει για ένα ξενοδοχείο να είναι σχεδιασμένο για άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας και ποια κριτήρια πρέπει να πληροί;» (Berezan et.,al., 2015).

Στο ερώτημα προσπάθησε να απαντήσει η ομάδα υποστήριξης ταξιδιωτών ήτοι TAG (Travel Advocacy Group) η οποία δημιουργήθηκε το 1998 από την IGLTA member Community Marketing & Insights και αποτελεί ένα σύνολο καταλυμάτων φιλικά προσκείμενων στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα τα οποία καλωσορίζουν τους/τις επισκέπτες/-

τριες του (Iglta.org, 2020). Τα καταλύματα αυτά είτε πρόκειται για ξενοδοχεία είτε για ανοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα ή βίλες, απέκτησαν αυτήν την «πιστοποίηση» λόγω των εξής πολιτικών που υιοθέτησαν στη λειτουργία τους:

- 1) υιοθέτηση πολιτικών ενάντια σε όλες τις διακρίσεις συμπεριλαμβανομένου του σεξουαλικού προσανατολισμού,
- 2) αντιμετώπιση με τον ίδιο τρόπο τόσο τους ετερόφυλους όσο και τους ομόφυλους επισκέπτες του,
- 3) παροχή εκπαίδευσης στους εργαζόμενους τους αναφορικά με την ποικιλομορφία, την ευαισθητοποίηση στα ζητήματα της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας,
- 4) απασχόληση προσωπικού οι οποίοι αντικατοπτρίζουν τη διαφορετικότητα της κοινότητάς τους.

5.4. ΛΟΑΤΚΙ+ Friendly Εκδηλώσεις

Οι εκδηλώσεις που διοργανώνονται από την ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα και απευθύνονται τόσο στο αντίστοιχο κοινό όσο και στον υπόλοιπο πληθυσμό, σε παγκόσμιο επίπεδο είναι βασικό στοιχείο του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού. Σημαντικό ποσοστό της κοινότητας οργανώνει τα ταξίδια του με βάση τις συγκεκριμένες εκδηλώσεις. Τα πιο διαδεδομένα είναι τα Gay Prides και τα Gay Games τα οποία θα αναπτυχθούν στη συνέχεια.

Το να ταξιδεύει κάποιος/-α την περίοδο που διοργανώνονται όλες οι ΛΟΑΤΚΙ+ εκδηλώσεις έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον καθότι πέραν της περιήγησης στην πόλη, την γνωριμία με τον πολιτισμό και την κουλτούρα, έχει την ευκαιρία να βάλει τον εαυτό του σε μία διαδικασία να αναμειχθεί και να μάθει εις βάθος την τοπική ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

Εξάλλου, οι παρελάσεις υπερηφάνειας αλλά και όλες οι εκδηλώσεις διεξάγονται τους μήνες κατά τους οποίους ο καιρός είναι ιδανικός, αλλά και η σεζόν στο απόγειό της (Iglta.org, 2021).

Αναμφίβολα, τα εν λόγω δρώμενα δεν είναι καινούργιο φαινόμενο. Πρωτοφανή είναι ίσως η έκταση, η πολυμορφία και το μέγεθος των εκδηλώσεων. Σήμερα, όπου η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα κερδίζει διαρκώς ορατότητα, οι οργανωμένες εκδηλώσεις

χαίρουν αποδοχής μεγάλου μέρους του γενικού πληθυσμού και υπάρχει ευρεία συμμετοχή σε αυτά. Ο τουρισμός που προσελκύεται λόγω των ΛΟΑΤΚΙ+ Εκδηλώσεων επιβεβαιώνει τον χαρακτηρισμό «Pink Dollar» ο οποίος έχει δοθεί στα άτομα της Κοινότητας επειδή πληθώρα ερευνών που έχουν διεξαχθεί καταλήγουν στο συμπέρασμα πως τα άτομα κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους ξοδεύουν σημαντικά ποσά στους προορισμούς. Μάλιστα, με την οργάνωση και διεξαγωγή των ΛΟΑΤΚΙ+ εκδηλώσεων μπορεί να αυξηθεί η επισκεψιμότητα του εκάστοτε προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, δίνοντας με αυτόν τον τρόπο λύση στο πρόβλημα της εποχικότητας. (Waitt και Markwell, 2006).

Οι κοινωνικό – πολιτικές εξελίξεις και το διαρκές συμπεριληπτικό νομικό πλαίσιο των χωρών, ενισχύουν την ανάπτυξη των εκδηλώσεων υπερηφάνειας που δεν περιορίζονται μόνο στις παρελάσεις υπερηφάνειας. Οι οργανώσεις συμμετέχουν ενεργά, τα καταλύματα ενημερώνονται και οι πολιτικές μάρκετινγκ που ακολουθούν φροντίζουν να απευθύνονται στο ΛΟΑΤΚΙ+ κοινό και οι φορείς συνεισφέρουν στη δυναμική φύση του φαινομένου ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός.

Παραπάνω αναφέρθηκε ο όρος «εκδηλώσεις υπερηφάνειας» και είναι σημαντικό να τονισθεί πως δεν εννοούνται μόνο οι παρελάσεις υπερηφάνειας. Αν και το Gay Pride ξεκίνησε ως διαδήλωση, σήμερα είναι μία γιορτή στην διαφορετικότητα και στην ορατότητα όλων των ανθρώπων. Οι εκδηλώσεις υπερηφάνειας επομένως είναι ένας συνδυασμός δρώμενων όπως είναι τα φεστιβάλ, τα καλλιτεχνικά φεστιβάλ, οι πορείες, τα παιχνίδια (Interpride.org, 2021).

5.4.1. Gay Prides

Οι παρελάσεις υπερηφάνειας της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας καθώς και όλες οι εκδηλώσεις που διεξάγονται από τα άτομα της Κοινότητας και απευθύνονται αντίστοιχα σε αυτά, είναι εκδηλώσεις εορτασμού. Ξεκίνησαν στα μεγάλα αστικά κέντρα και εν συνεχεία εξαπλώθηκαν σε πολλές πόλεις ανά τον κόσμο με στόχο να διεκδικήσουν την ορατότητα των ατόμων από το κοινωνικό σύνολο (Iglt.org, 2021).

Οι παρελάσεις υπερηφάνειας είναι μία ωδή στην σεξουαλική διαφορετικότητα, στην ισότητα των δικαιωμάτων, στην αξία του αυτοκαθορισμού και εν τέλει στην προβολή της αξιοπρέπειας όλων των ανθρώπων. Η ιστορία των παρελάσεων υπερηφάνειας ξεκίνησε περίπου το 1969 σε ένα μπαρ στο Μανχάταν, η γνωστή εξέγερση του Stonewall, συνέχισε ως πορεία διαμαρτυρίας και σήμερα έχει πάρει την μορφή γιορτής.

Η σύντομη ιστορία του γκέι κινήματος, ξεκινάει περίπου πενήντα τέσσερα χρόνια πριν, σε ένα προάστιο της Νέας Υόρκης. Το Stonewall δεν ήταν τίποτα άλλο από ένα gay bar στο Μανχάταν, το οποίο όμως σήμερα είναι σημείο αναφοράς για την εξέλιξη του ΛΟΑΤΚΙ+ Κινήματος. Αφετηρία της μετέπειτα διαμαρτυρίας και εξέλιξης αποτέλεσε η 28^η Ιουνίου 1969 όταν αστυνομικοί εισέβαλαν στο εν λόγω μπαρ με τη δικαιολογία της παράνομης πώλησης αλκοολούχων ποτών και προχώρησαν σε βίαιες συλλήψεις και προσαγωγές ατόμων της Κοινότητας όπως ομοφυλόφιλων, drag queens κλπ (Καθημερινή, 2019). Ένας αριθμός ομοφυλόφιλων και διεμφυλικών ανθρώπων εκείνο το βράδυ αντιστάθηκε στην σύλληψη και στη βίαιη καταδίωξη, σημείο αναφοράς τόσο για την ίδρυση του GLF (Gay Liberation Front – Μέτωπο Απελευθέρωσης Ομοφυλόφιλων) όσο και για την πολιτική χροιά που πήρε εκείνη η εξέγερση αλλά και οι διαμαρτυρίες των επόμενων ετών. Ανάμεσα στα αιτήματα των ατόμων της Κοινότητας ήταν η αστυνομία να σταματήσει να παρενοχλεί ή να συλλαμβάνει τα άτομα, να προστατεύονται στον εργασιακό τους χώρο, να θεσπιστούν νόμοι κατά των διακρίσεων που να προστατεύεται η διαφορετικότητα και η ελεύθερη ύπαρξη.

Κάθε χρόνο η τελευταία Κυριακή του χρόνου είναι αφιερωμένη στις εκδηλώσεις και τις δράσεις που διεξάγονται από τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Για την ακρίβεια, τα τελευταία χρόνια (τουλάχιστον στην Ελλάδα) ο Ιούνιος ως μήνας χαρακτηρίζεται ως «Μήνας Pride», εφόσον σχεδόν όλα τα σαββατοκύριακα του μήνα γίνονται δράσεις, εκδηλώσεις, workshops με στόχο την ευαισθητοποίηση, την ορθή ενημέρωση, την προβολή ώστε όλες οι εκδηλώσεις να κορυφωθούν με την παρέλαση υπερηφάνειας.

Μάλιστα τα πιο δημοφιλή Gay Prides ανά τον κόσμο διεξάγονται στη Νέα Υόρκη, το Σαν Φρανσίσκο, το Λονδίνο, το Βερολίνο, το Παρίσι, το Άμστερνταμ, το Τελ Αβίβ, τη Ρώμη, τη Μαδρίτη και σταδιακά επεκτείνεται και σε χώρες οι οποίες υιοθετούν πολιτικές ανεκτικότητας και αποδοχής, όπως η Βαρσοβία, το Μπουένος Άιρες και άλλες.

Λίγο πιο ιδιαίτερα και αργοπορημένα – θα μπορούσε να λεχθεί – είναι τα πράγματα στην Ελλάδα. Οι πρώτες απόπειρας διοργάνωσης Gay Pride ήταν κατά τις δεκαετίες – ’80 και ’90 και πιο συγκεκριμένα το πρώτο Gay Pride διεξήχθη στις 28 Ιουνίου 1980 από το φορέα ΑΚΟΕ (Απελευθερωτικό Κίνημα Ομοφυλόφιλων Ελλάδος), μετά και για δύο χρόνια αργότερα δεν ελήφθη καμία πρωτοβουλία για κάποια παρόμοια εκδήλωση και τελικά το 1982 διεξάγεται ξανά στο χώρο του Ζάππειου.

Όμως και πάλι το κενό που δημιουργήθηκε από την τελευταία εκδήλωση ήταν περί τα 10 χρόνια όταν και οι πρωτοβουλίες ήταν ατομικές. Οι εκδηλώσεις που λάμβαναν χώρα ήταν κατά κύριο λόγο στο Λόφο του Στρέφη, στο Πεδίον του Άρεως και ενίοτε σε κλειστούς χώρους.

Αυτές οι προσπάθειες τελείωσαν το 1999 για να φτάσει η ιστορία στο 2005 με τη διοργάνωση του Athens Pride το οποίο διεξάγεται έκτοτε κάθε χρόνο στην Πλατεία Κλαυθμώνος στην Αθήνα με διαρκώς αυξανόμενη αποδοχή και συμμετοχή (Thessaloniki Pride, 2019) . Μάλιστα, το Athens Pride θεωρείται το μεγαλύτερο φεστιβάλ του είδους του ενώ την ίδια στιγμή χαρακτηρίζεται ως ένα από τα πιο ραγδαία αναπτυσσόμενα φεστιβάλ. Σε ένα από τα κεντρικότερα σημεία της πόλης στήνονται περίπτερα, σκηνές για συναυλίες ή λοιπά δρώμενα δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους χιλιάδες επισκέπτες που κατακλύζουν την Αθήνα να απολαύσουν ένα υπέροχο πρόγραμμα σε μία γιορτή γεμάτη χρώματα και ανθρώπους.

Η πολιτική απόχρωση δεν λείπει από κανένα Athens Pride και με αφετηρία τη διεκδίκηση δικαιωμάτων και ορατότητας τόσο οι οργανώσεις, όσο και οι φιλικά διακείμενοι πολιτικοί φορείς και κόμματα συμμετέχουν ή συμπράττουν με τη διοργάνωση. Σύνθημα τους αποτελεί πως το Athens Pride «είναι γιορτή, είναι διεκδίκηση, είναι μνήμη» (Athenspride.eu, 2021).

Εικόνα 5.2.: Athens Pride



(Πηγή: Margaux Bellott, 2019)

Εξίσου πολύ σημαντική εκδήλωση που έχει γίνει θεσμός είναι το Europride το οποίο αφορά στη διοργάνωση κάθε χρόνο της πιο εντυπωσιακής και πιο μεγαλειώδους

παρέλασης υπερηφάνειας η οποία και αναλαμβάνεται από την πόλη που «αυτοανακηρύσσεται» ως η ευρωπαϊκή ΛΟΑΤΚΙ+ Πρωτεύουσα. Το πρώτο Europride έγινε το 1992 στο Λονδίνο με μεγάλη συμμετοχή, περίπου 100.000 άτομα.

Κάθε χρόνο η διοργανώτρια πόλη που επιλέγεται να φιλοξενήσει το θεσμό είναι εκείνη που έχει εδραιωμένα ΛΟΑΤΚΙ+ δρώμενα ή μία πολύ ισχυρή κοινότητα. Όμως για να πάρει την έγκριση και τελικά να υποδεχτεί και να οργανώσει την εκδήλωση, τίθεται σε ψηφοφορία και αξιολόγηση και ελέγχονται τα εξής: α) η εμπειρία των διοργανωτών, β) το πολιτικό εκτόπισμα της εκδήλωσης, γ) ο βαθμός φιλικότητας της πόλης προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. (Epoa.eu, 2021).

Ο θεσμός του Europride έχει φιλοξενηθεί κατά τα χρόνια από διάφορες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες όπως το Λονδίνο, η Κοπεγχάγη, το Παρίσι ενώ πρόσφατα το 2015 φιλοξενήθηκε στην πρώτη πρώην Σοβιετική πρωτεύουσα, τη Ρίγα της Λετονίας (Epoa.eu, 2021). Μάλιστα, το 2020 η επόμενη ευρωπαϊκή πρωτεύουσα που θα αναλάμβανε το Europride ήταν η Θεσσαλονίκη. Εξαιτίας όμως των εξελίξεων της πανδημίας, μετατέθηκε για τον Ιούνιο του 2024.

Στον πίνακα παρουσιάζονται οι πόλεις που έχουν φιλοξενήσει από την αρχή του θεσμού τις εκδηλώσεις κατά την πάροδο του χρόνου μέχρι σήμερα.

Πίνακας 5.1: Χώρες που έχουν φιλοξενήσει Europride

1992 – Λονδίνο	2002 – Κολωνία	2010 – Βαρσοβία
1993 – Βερολίνο	2003 – Μάντσεστερ	2011 – Ρώμη
1994 – Άμστερνταμ	2004 – Αμβούργο	2012 – Λονδίνο
1996 – Κοπεγχάγη	2005 – Όσλο	2013 – Μασσαλία
1997 – Παρίσι	2006 – Λονδίνο	2014 – Όσλο
1998 – Στοκχόλμη	2007 – Μαδρίτη	2015 – Ρίγα
2000 – Ρώμη	2008 – Στοκχόλμη	2016- Άμστερνταμ
2001 – Βιέννη	2009 – Ζυρίχη	2017 - Μαδρίτη
		2018 - Στοκχόλμη
		2019 - Βιέννη

Πηγή: Epoa (European Pride Organizers Association)

5.4.2. Gay Games

Το παγκόσμιο αθλητικό γεγονός το οποίο γεννήθηκε και αναπτύχθηκε χάρη στον Tom Waddell απευθύνεται σε αθλητές και καλλιτέχνες ανεξαρτήτως σεξουαλικού προσανατολισμού. Ξεκίνησε από το Σαν Φρανσίσκο το 1982 και σήμερα αποτελεί το μεγαλύτερο αθλητικό και πολιτιστικό δρώμενο της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα Gay Games διεξάγονται κάθε τέσσερα χρόνια κι έχουν διάρκεια εννέα (9) ημέρες ενώ κατά την εξέλιξή τους πραγματοποιείται πληθώρα αθλητικών γεγονότων, πολιτισμικών και μουσικών εκδηλώσεων αλλά και εντυπωσιακές τελετές έναρξης και λήξης των αγώνων.

Το σύνθημα των Gay Games είναι πως «όλοι οι άνθρωποι είναι ευπρόσδεκτοι ανεξαρτήτως σεξουαλικού προσανατολισμού, φυσικής κατάστασης, ηλικίας, εξωτερικής εμφάνισης».

Ουσιαστικά, ο σκοπός της Ομοσπονδίας υπό την αιγίδα της οποίας οργανώνονται τα Gay Games είναι να καλλιεργήσει και να ενισχύσει τον σεβασμό των ομοφυλόφιλων ανδρών και γυναικών σε όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα στον ετεροφυλόφιλο πληθυσμό. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω αυτής της διεθνούς, μη αγωνιστικής αθλητικής και πολιτιστικής διοργάνωσης (Brief history of GG, 2021).

Οι αρχές που διέπουν τους αγώνες έχουν ως κοινό παρονομαστή την ισότητα η οποία κατοχυρώνεται στα εξής ιδανικά των συμμετεχόντων/ συμμετεχουσών: Συμμετοχή, Ένταξη και Προσωπική Επιτυχία (Brief history of GG, 2021).

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι χώρες στις οποίες έχουν διοργανωθεί τα Gay Games από την έναρξή τους μέχρι και σήμερα (Gaygames.org, 2021).

Πίνακας 5.2.: Χώρες στις οποίες έχουν διοργανωθεί Gay Games

1982 – Σαν Φρανσίσκο, ΗΠΑ	1998 – Άμστερνταμ, Ολλανδία	2014 – Κλίβελαντ, ΗΠΑ
1986 – Σαν Φρανσίσκο, ΗΠΑ	2002 – Σύδνεϋ, Αυστραλία	2018 – Παρίσι, Γαλλία
1990 – Βανκούβερ, Καναδάς	2006 – Σικάγο, ΗΠΑ	

1994 – Νέα Υόρκη, ΗΠΑ	2010 – Κολωνία, Γερμανία	
-----------------------	-----------------------------	--

Πηγή: Federation of Gay Games

5.4.3. Διεθνές Φεστιβάλ Γυναικών Ερεσός

Το νησί της Σαπφούς κάθε χρόνο, η Λέσβος, τα τελευταία 20 χρόνια – ήτοι από το 2000 υποδέχεται γυναίκες από όλο τον κόσμο που τις ενώνει η σεξουαλική τους ταυτότητα και η ανάγκη τους να μοιραστούν τις ικανότητες, τις γνώσεις, τις εμπειρίες τους. Η Λέσβος θεωρείται «*Η Μέκκα του λεσβιακού πληθυσμού σε όλη την Ευρώπη*» γι' αυτό και γυναίκες από σχεδόν όλες τις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και όχι μόνο καταφθάνουν στο νησί προκειμένου να συμμετάσχουν και να γιορτάσουν τις δεκατέσσερις ημέρες με δρώμενα, εκδηλώσεις, παραστάσεις ή άλλα φεστιβάλ τα οποία είναι αφιερωμένα στη γυναίκα και στη σεξουαλικότητά της.

Δεν πρόκειται για ένα φεστιβάλ στο οποίο μπορεί κάποια γυναίκα να διαμείνει σε ένα κάμπινγκ και να παρακολουθήσει κάποιο από τα δρώμενα. Αντίθετα, πρόκειται για τον ορισμό των ελληνικών διακοπών σε ένα καθόλα ελληνικό νησί στο οποίο δημιουργούνται ισχυρές φιλίες και δίνεται η υπόσχεση της επιστροφής το επόμενο καλοκαίρι (Sappho Women, 2021).

Τα δεδομένα του χωριού Ερεσός και κατ' επέκταση της ελληνικής επαρχίας είναι δυσανάλογα για το πλήθος γυναικών που συγκεντρώνονται κάθε χρόνο στη Λέσβο. Περίπου 800-1000 γυναίκες παίρνουν μέρος σε ένα πολύχρωμο φεστιβάλ – ωδή στη γυναικεία έκφραση και ύπαρξη. Το νησί της Σαπφούς αποτελεί ίσως «*ένα εκκρεμές ριζοσπαστικοποίησης και προσαρμοστικότητας που υπερβαίνει τα αυστηρά ετεροκανονιστικά πλαίσια της υπόλοιπης χώρας*» (Vice.com, 2014). Μία από τις διοργανώτριες εξηγεί γιατί έχει επιλεγεί ο Σεπτέμβρης ως μήνας διεξαγωγής του φεστιβάλ αλλά και το γεγονός ότι αυτό λειτουργεί ως κινητήριος δύναμη για την επιμήκυνση της σεζόν, κάτι που σημαίνει περισσότερα έσοδα για την τοπική κοινότητα.

5.4.4. Φεστιβάλ XLSIOR

Ένα από τα πιο δημοφιλή φεστιβάλ μεταξύ των μελών της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας το οποίο τείνει να γίνει θεσμός είναι το φεστιβάλ XLSIOR που διεξάγεται στη Μύκονο και τα τελευταία χρόνια ξεκίνησε να οργανώνεται και στο νησί της Σαντορίνης.

Η Μύκονος από τη δεκαετία του 1970 μέχρι σήμερα αποτελεί έναν από τους κορυφαίους φιλικά διακείμενους προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα προορισμούς εφόσον οι κάτοικοί της ήταν ανέκαθεν διακριτικοί και ανοικτοί προς όλους τους ανθρώπους, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο ένα ασφαλές περιβάλλον για όλους/ όλες τους/ τις επισκέπτες/-τριες ανεξαρτήτως σεξουαλικού προσανατολισμού. Αποτελεί ίσως την ιδανικότερη επιλογή για να ξεφύγουν οι άνθρωποι από την λεγόμενη ετεροκανονικότητα η οποία επιτάσσει επικριτικά βλέμματα και δηκτικά σχόλια απέναντι στη διαφορετικότητα και δη στην ομοφυλοφιλία (Mykonos Post, 2021).

Το φεστιβάλ έκανε την εμφάνισή του το 2009 με ιδρυτή του τον Αναστάσιο Καπετανιά ο οποίος δημιούργησε μία ιδέα διακοπών η οποία συνδυάζει τη διασκέδαση, την πολυτέλεια και κυρίως μία φιλική ατμόσφαιρα η οποία δε γνωρίζει περιορισμούς (Xlsiorfestival.com, 2019).

Διαρκεί επτά ημέρες, οργανώνεται κατά κύριο λόγο στα τέλη Αυγούστου και το πλήθος που προσελκύεται κάθε χρόνο ξεπερνάει κάθε προηγούμενο. Κατά προσέγγιση στη Μύκονο κατά την περίοδο του φεστιβάλ καταφθάνουν 30.000 άτομα τα οποία επιδιώκουν να γιορτάσουν το αγαθό της ζωής, να διασκεδάσουν, να ακούσουν μουσική από καταξιωμένους DJs και να περάσουν επτά ημέρες ξεγνοιασιάς και ευτυχίας (Gay Travel 4u, 2021).

Μόλις το 2013 ξεκινάει η οργάνωση του φεστιβάλ και στη Σαντορίνη το οποίο στοχεύει να εισάγει μία καινοτόμα ιδέα εορτών και δρώμενων στη διασκέδαση της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Η ομάδα του Santorini Xlsion Exclusive έχει διαλέξει πολύ προσεκτικά μία σειρά δραστηριοτήτων και εμπειριών οι οποίες θα απογειώσουν το φεστιβάλ και θα το αναδείξουν σε παγκόσμιο φαινόμενο. Ενδείκνυται και για το γαμήλιο ταξίδι των ζευγαριών εφόσον συνδυάζει τη ρομαντική με την εκλεπτυσμένη οπτική του νησιού δημιουργώντας μία άκρως υποσχόμενη ατμόσφαιρα (Touristicogay.be, 2013)

6. Έρευνες για την ΛΟΑΤΚΙ + Κοινότητα και τον Τουρισμό

6.1. Ταξιδιωτικό Προφίλ ΛΟΑΤΚΙ+ Τουριστών/ - Τριών

Οι έρευνες και οι μελέτες που έχουν διεξαχθεί κατά καιρούς έχουν καταφέρει να διαμορφώσουν ένα προφίλ των τουριστών που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα χωρίς βέβαια αυτό να είναι θέσφατο ή δεσμευτικό. Συχνά βέβαια η ΛΟΑΤΚΙ+ αγορά αντιμετωπίζεται ως ενιαίο σύνολο η οποία γίνεται αντιληπτή ως μία ομάδα υπερκαταναλωτών, χωρίς να γίνεται διαχωρισμός του προφίλ και των προτιμήσεων των gay ανδρών ή των lesbian γυναικών. Τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας που ταξιδεύουν χαρακτηρίζονται ως «υψηλής απόδοσης» καταναλωτές/-τριες με πολύ μεγαλύτερο εισόδημα σε σύγκριση με τα ετεροσεξουαλικά άτομα (Vorobjovas, 2021)

Αν και τα στερεότυπα είναι ξεπερασμένα, πολλοί οργανισμοί δεν δύνανται να αντιληφθούν τις διαφοροποιήσεις και τις ξεχωριστές ταξιδιωτικές προτιμήσεις των ατόμων της κοινότητας και τελικά έχουν περιορισμένη αντίληψη στο πως η σεξουαλικότητα τους παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή προορισμού (Weeden et al., 2016). Ιδίως από τη στιγμή που ο οργανισμός CMI επεσήμανε πως δεν υπάρχει συγκεκριμένο τμήμα gay αγοράς, όλες οι ΛΟΑΤΚΙ+ οργανώσεις παρουσίασαν ένα ευρύ και δυναμικό φάσμα ενδιαφερόντων, προτιμήσεων, προτεραιοτήτων και ευαισθησιών. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, οι ερευνητές να γνωρίζουν πλέον πόσο δυνατή πρόκληση είναι η κατανόηση του διαφορετικού και κατακερματισμένου σεξουαλικού προσανατολισμού πέραν από μία ετερόφυλη, γκέι ή λεσβιακή σεξουαλική ταυτότητα (Weeden, Lester και Jarvis, 2016).

Σύμφωνα με τον Coon (2012), τα ΛΟΑΤΚΙ+ άτομα έχουν μεγαλύτερο εισόδημα και ταξιδεύουν περισσότερο χωρίς βέβαια αυτό να αναιρεί ή να αποκλείει τα άτομα που ανήκουν στα χαμηλότερα κοινωνικό – οικονομικά στρώματα. Δηλαδή, ένα ΛΟΑΤΚΙ+ άτομο του οποίου το εισόδημα δεν είναι αρκετά υψηλό ώστε να ταξιδέψει, δεν σημαίνει πως δεν συμμετέχει ενεργά σε εκδηλώσεις και φεστιβάλ (π.χ. εορτές υπερηφάνειας) κοντά στον τόπο κατοικίας του. Οι Horner και Swarbrooke (2016) από τη μεριά τους επισημαίνουν ότι πολλά ομόφυλα ζευγάρια δεν έχουν παιδιά και ως εκ τούτου έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο για να ανακαλύψουν καινούργιες τοποθεσίες και να ζήσουν εμπειρίες.

Ο Hughes (2006) μελετά αποτελέσματα ερευνών που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί και στοχεύει σε μία ανασκόπηση αυτών προκειμένου να καταλήξει στα εξής

συμπεράσματα που αφορούν τον τουρισμό της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας κατά τα έτη 2001- 2003: Πρώτα από όλα, λοιπόν, την συγκεκριμένη περίοδο αποφαίνεται πως το 97% των αμερικανών ομοφυλόφιλων τουριστών είχαν οργανώσει και κάνει τουλάχιστον ένα ταξίδι αναψυχής κατά τους τελευταίους 12 μήνες. Εν δεύτεροι, στο Ηνωμένο Βασίλειο το 72% των ομοφυλόφιλων τουριστών είχαν ταξιδέψει τουλάχιστον 3 φορές και περισσότερες μέσα σε ένα έτος, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το σύνολο του πληθυσμού ήταν μόλις 61%. Τέλος, οι καταγόμενοι από Αυστραλία ομοφυλόφιλοι τουρίστες είχαν περισσότερες πιθανότητες να ταξιδέψουν τόσο σε άλλες χώρες, όσο και στο εσωτερικό της χώρας σε σύγκριση με τον υπόλοιπο πληθυσμό.

Αξίζει σε αυτό το σημείο να γίνει ένας διαχωρισμός για να αναφερθεί ξεχωριστά ο gay τουρισμός και στη συνέχεια ο lesbian τουρισμός. Σε ό,τι αφορά λοιπόν τον gay τουρισμό, να σημειωθεί ότι οι gay άνδρες τουρίστες κατά κύριο λόγο διαθέτουν υψηλό εισόδημα, εφόσον τις περισσότερες φορές βάζουν σε δεύτερη μοίρα τη δημιουργία οικογένειας και εστιάζουν στην καριέρα και στην ανέλιξή τους. Ο θετικός αντίκτυπος αυτών των προτεραιοτήτων είναι ο σημαντικός ελεύθερος χρόνος για ταξίδια και το διαθέσιμο εισόδημα το οποίο μπορεί να ξοδευτεί σε τουριστικές εμπειρίες και ανακάλυψη νέων προορισμών. Έχουν με άλλα λόγια σημαντική αγοραστική δύναμη και η συμβολή τους στην τουριστική βιομηχανία είναι άκρως σημαντική. Μην έχοντας οικογένεια, δεν έχουν περιορισμούς στο χρόνο κατά τον οποίο θα επιλέξουν να ταξιδέψουν. Πέραν δηλαδή των τετριμμένων διαστημάτων όπως τα Χριστούγεννα, το Πάσχα ή το καλοκαίρι που κάποιος μπορεί να αιτηθεί άδεια, μπορούν να ταξιδέψουν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Κατά κύριο λόγο, επιλέγουν μάλιστα προορισμούς οι οποίοι φημίζονται για τη νυχτερινή τους ζωή, διοργανώνονται εορτές υπερηφάνειας (PRIDES) και ο στόχος τους δεν είναι άλλος από την κοινωνικοποίηση. Σε ό,τι έχει να κάνει με το διαδικαστικό κομμάτι, επιλέγουν μέσω του διαδικτύου τόσο τον προορισμό όσο και τα καταλύματα ή τις δραστηριότητες (Coop, 2012). Εξάλλου, στην εποχή των social media η πληροφορία είναι διάχυτη και εύκολη. Μπορούν εύκολα να ψάξουν κριτικές, πληροφορίες καθώς και να ανταλλάξουν απόψεις με άλλα άτομα της κοινότητας.

Μελέτη η οποία διεξήχθη το 1997 από τους Van der Broek και Dankmeijer και η οποία αφορούσε ομοφυλόφιλους ευρωπαίους τουρίστες στην Ολλανδία διαπιστώθηκε πως ανήκουν στην ηλικία των 30, κατά προσέγγιση, είναι Ευρωπαίοι, τα 2/3 του συνόλου των ερωτηθέντων έχουν ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση και προτιμούν να

ταξιδεύουν μόνοι τους. Η διαμονή τους σε έναν προορισμό (αριθμός διανυκτερεύσεων) είναι μεγαλύτερος από αυτή του γενικού πληθυσμού.

Στον αντίποδα, ο lesbian τουρισμός, δυστυχώς δεν έχει μελετηθεί επαρκώς, επομένως τα στοιχεία που υπάρχουν διαθέσιμα είναι λίγα. Αυτό συμβαίνει επειδή αυτή η κατηγορία τουρισμού λειτουργεί πρώτα με βάση τα γυναικεία χαρακτηριστικά του κι έπειτα με βάση τα χαρακτηριστικά του σεξουαλικού προσανατολισμού. Η αγοραστική δύναμη των γυναικών δεν μπορεί να προσδιοριστεί το ίδιο εύκολα με την αντίστοιχη αγοραστική δύναμη του άνδρα επειδή – όπως αναφέρθηκε προηγουμένως -ο κοινωνικός ρόλος που επιφορτίζεται η γυναίκα άθελά της είναι αυτός της συζύγου, της μητέρας, της εργαζόμενης, τη μη ελεύθερης ύπαρξης. Οι πατριαρχικές κοινωνίες θέλουν τη γυναίκα να αποκτάει παιδιά και να αναλαμβάνει αποκλειστικά και μόνο η ίδια τη φροντίδα αυτών ενώ δεν είναι λίγες οι φορές κατά τις οποίες η γυναίκα – βάσει των πατριαρχικών προτύπων- θα έπρεπε να νιώθει τύψεις όταν επιλέγει να δουλέψει ούσα μητέρα ή να ταξιδέψει και να μην συνοδεύεται από τα παιδιά της. Ο αντίκτυπος αυτών των στερεοτυπικών προσταγμάτων οδηγούν τις γυναίκες στην αφάνεια της τουριστικής αγοράς. Ο lesbian τουρισμός είναι επίσης δύσκολο να μετρηθεί επειδή η ορατότητα των γυναικών δεν υφίσταται, παρά μόνο αν εκείνες δηλώσουν τον σεξουαλικό τους προσανατολισμό. Όταν επιλέγουν να ταξιδέψουν, η ασφάλεια του προορισμού διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του με βασικό στόχο να αποφύγουν επιθέσεις βίας και προκαταλήψεις. Μάλιστα, επιλέγουν να ταξιδέψουν με την σύντροφό τους και δεν επιδιώκουν στα ταξίδια τους την γνωριμία με άλλες γυναίκες, συγκριτικά με τους άνδρες οι οποίοι επιθυμούν να ζήσουν καινούργιες σεξουαλικές εμπειρίες μέσω γνωριμιών (Robinson, 2012).

Προσπαθώντας να ακολουθούν ένα βιώσιμο τρόπο ζωής, οι επιλογές των ταξιδιών τους ακολουθούν περίπου αυτό το μοντέλο. Με άλλα λόγια, επιλέγουν προορισμούς και χώρες των οποίων η πολιτική διάκειται φιλικά απέναντι στα δικαιώματα όλων των ανθρώπων (όπως οι αλλόθρησκοι, οι μετανάστες/-τριες, τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας), δεν υιοθετούν πολιτικές βασανισμού ζώων αλλά ακολουθούν μία πολιτική ατζέντα η οποία στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος κ.α. Επιπλέον, μέσα από τα ταξίδια τους επιδιώκουν να γνωρίσουν καλύτερα τον εαυτό τους και να τον αγαπήσουν χωρίς αυτό να αποκλείει την επιθυμία τους για διασκέδαση και συμμετοχή σε αντίστοιχες εκδηλώσεις. Τείνουν μάλιστα να απευθύνονται σε

ταξιδιωτικά πρακτορεία τα οποία φημίζονται για την φιλική αντιμετώπιση προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

Αξίζει επιπλέον να γίνει ξεχωριστή αναφορά για τον/την transgender τουρίστα/-τρια των οποίων ο αριθμός είναι μικρός σε σύγκριση με τους gay τουρίστες και ως εκ τούτου δεν δύναται να μετρηθεί. Αυτό συμβαίνει διότι ουκ ολίγες φορές οι συγκεκριμένες εμπειρίες των τρανς γυναικών αγνοούνται στις σπουδές του τουρισμού και λανθασμένα εμπίπτουν στην ομπρέλα του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού παρά την ύπαρξη πολύ συγκεκριμένων κοινωνικών συνθηκών κάτω από τις οποίες αυτές οι γυναίκες ζουν και ταξιδεύουν. Παρά την ύπαρξη πολύ συγκεκριμένων κοινωνικών συνθηκών κάτω από τις οποίες αυτές οι γυναίκες ζουν και ταξιδεύουν μην παραλείποντας τον αντίκτυπο που έχει το εκάστοτε ταξίδι στη ζωή τους. (Monterrubio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020). Η εν λόγω αποτυχία να διαφοροποιηθούν τα transgender άτομα από τα γκέι άτομα ή τα άτομα λεσβίες γίνεται αντιληπτή κι εκτός των τουριστικών σπουδών. Η ερμηνεία της ταυτότητας φύλου αρκετές φορές έχει διαστρεβλωθεί και λανθασμένα ταυτίζεται με την έννοια του σεξουαλικού προσανατολισμού με αποτέλεσμα τα transgender άτομα να εμπερικλείονται μαζί με άλλους πληθυσμούς στην έννοια – ομπρέλα (Monterrubio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020).

Σύμφωνα με τον Coon (2012), δυστυχώς ένα σημαντικό μέρος του γενικού πληθυσμού δεν αντιλαμβάνεται την έννοια της «αμφιφυλοφιλίας» και κατατάσσουν τα transgender άτομα στην κατηγορία των gay.

Η ορατότητα και ο χώρος που διεκδικούν μέσα στα άλλα περιέχει και το δικαίωμα των ανθρώπων τόσο ως μονάδες, όσο και ως οικογένειες για διακοπές, ξεκούραση, χαλάρωση και αναψυχή. Επομένως ως κοινωνική οργάνωση πλέον, αναγνωρίζονται ως καταναλωτές/-τριες και ως τουρίστες/-τριες (Guaracino & Salvato, 2017).

Αν και οι έρευνες που έχουν διεξαχθεί και δημοσιοποιηθεί κατά καιρούς είναι περιορισμένες εντούτοις τα στοιχεία που διατίθενται δίνουν ένα υποτυπώδες προφίλ. Οι συγκεκριμένες οικογένειες λοιπόν, επιλέγουν για τα ταξίδια τους παραθαλάσσιους προορισμούς και κυρίως οργανωμένους προκειμένου το παιδί να έχει επιλογές για παιχνίδι και διάφορες άλλες δραστηριότητες. Ταυτόχρονα, αυτοί οι προορισμοί είναι all inclusive, το οποίο σημαίνει πως προσφέρει πακέτα τα οποία απευθύνονται τόσο σε παιδιά όσο και στους γονείς. Φυσικά, η επιλογή των προορισμών γίνεται με βάση το θεσμικό πλαίσιο που υιοθετεί η εκάστοτε χώρα ή νησί απέναντι στη ΛΟΑΤΚΙ+

Κοινότητα. Η ασφάλεια, η ελεύθερη ύπαρξη και ο αυτοπροσδιορισμός είναι μη διαπραγματεύσιμα για τα άτομα, καθότι είναι οικογένειες, οι δραστηριότητές τους καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους δεν επεκτείνεται στη νυχτερινή ζωή και το απεριόριστο αλκοόλ.

Έκπληξη επίσης προκαλεί το γεγονός πως αν και θα περίμενε κανείς να έχουν περιορισμένο χρόνο για ταξίδια, αντίθετα οι οικογένειες της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας αποδεικνύεται ότι ταξιδεύουν περισσότερο συχνά του ενός σαββατοκύριακου. (Southall & Fallon, 2011).

6.2. Κίνητρα ΛΟΑΤΚΙ+ Τουριστών/-Τριών

Κερδίζοντας διαρκώς αναγνώριση και ορατότητα η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα, γίνεται επιτρεπτό πλέον να μελετάται ως συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού και να διερευνώνται τόσο το προφίλ των ατόμων που ταξιδεύουν, όσο και τα κίνητρα αυτών.

Εξετάζοντας τους παράγοντες που ωθούν τους ανθρώπους της κοινότητας να ταξιδέψουν αλλά και τις προτιμήσεις ή συνήθειες τους στους τόπους προορισμού, γίνεται πιο εύκολο να οργανωθούν καμπάνιες στοχευμένες σε αυτό το κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας (Vorobjovas-Pinta, O. & Hardy, A., 2016).

Ποικίλες έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί προκειμένου να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα ως προς τους λόγους για τους οποίους ωθούνται τα άτομα της κοινότητας να ταξιδέψουν. Οι διαφορές των κινήτρων από τα ετερόφυλα άτομα δεν είναι μεγάλες. Δηλαδή σε γενικές γραμμές η ανάγκη για ξεκούραση, οι επαγγελματικοί λόγοι ή η επιστροφή στο πατρικό σπίτι είναι κοινά.

Όμως δεδομένου ότι ο δημόσιος χώρος είναι ελεγχόμενος και αυστηρά ετεροφυλόφιλος, τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας νιώθουν τόσο αυξημένη ψυχολογική όσο και σωματική πίεση από τον κυρίαρχο και ετεροφυλόφιλο δημόσιο χώρο και λόγο, γεγονός το οποίο έχει καταλυτική επίδραση στις ταξιδιωτικές τους επιλογές (Pritchard et al., 2000).

Αυτά που ίσως υπερτερούν και ξεχωρίζουν ως κίνητρα είναι η διάθεση για σεξουαλικούς πειραματισμούς και οι καινούργιες γνωριμίες, η διαφυγή από το περιβάλλον της λεγόμενης ετεροκανονικότητας που τους επιβάλλει το άγχος να συμπεριφέρονται με συγκεκριμένους κώδικες και τελικά η ανάγκη να περάσουν

μερικές μέρες σε ένα μέρος όπου ελεύθεροι/-ες θα μπορούν να εκφράζουν την ταυτότητά τους (Berdychevsky, Poria and Uriely, 2018). Αρκετοί γκέι άνδρες και γυναίκες λεσβίες ταξιδεύουν προκειμένου να δοκιμάσουν την πρώτη σεξουαλική τους εμπειρία μακριά από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους (Hughes 2006). Αν λοιπόν ανακαλύπτουν και εκφράζουν την ταυτότητά και τον σεξουαλικό τους προσανατολισμό όταν ταξιδεύουν, τότε το ταξίδι και η ανοιχτή έκφραση της σεξουαλικότητας είναι άρρηκτα συνδεδεμένα (Hughes 2006).

Στον ευρωπαϊκό χώρο, σε δύο χώρες που φημίζονται για την ανεκτικότητα, την αποδοχή και το σεβασμό των δικαιωμάτων όλων των ανθρώπων – ήτοι η Ουαλία και η Ολλανδία – διεξήχθη μία έρευνα το μακρινό 2000 προκειμένου να διερευνηθούν τα κίνητρα των γκέι τουριστών και των λεσβιών τουριστριών. Η κοινή παραδοχή και αυτής της έρευνας ήταν πως η πληθώρα των παραγόντων που ωθούν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν δεν διαφοροποιείται είτε πρόκειται για τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα είτε για τουρίστες/-τριες εκτός κοινότητας (Pritchard et al., 2000). Οι ερωτώμενοι/-ες έκαναν πολύ σαφές πως τα ταξίδια αναψυχής προορίζονται ακριβώς για να ξεφύγει το άτομο από τη στρεσογόνο καθημερινότητα και την πίεση της δουλειάς και ταυτόχρονα η επιθυμία για ανασυγκρότηση και χαλάρωση είναι κοινό σημείο όλων των ανθρώπων και δεν σχετίζεται με τον σεξουαλικό προσανατολισμό (Pritchard et al., 2000).

Αν και μερικά από τα πιο εμφανή ταξιδιωτικά κίνητρα ήταν κοινά τόσο σε άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας όσο και σε άτομα εκτός αυτής, υπήρχαν και τα λιγότερο εμφανή κίνητρα (εσωτερικά) τα οποία αφορούσαν εξατομικευμένη και προσωπική ανάγκη. Ως εκ τούτου λοιπόν, ένα πλήθος παραγόντων που ωθούν άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας να ταξιδέψουν συνδέονται με τον σεξουαλικό τους προσανατολισμό και συγκεκριμένα με την ανάγκη για διαφυγή και ασφάλεια, γεγονός που έχει απόλυτα λογική βάση. Με άλλα λόγια, σε ένα κόσμο αυστηρά ετεροφυλόφιλο όπου η ταυτότητά τους είτε διακωμωδείται είτε υφίσταται προσβλητική και ορισμένες φορές κακοποιητική συμπεριφορά υπάρχει έντονη η επιθυμία να «φύγουν μακριά», να είναι ο εαυτός τους και να μην κρύβονται. Οι συμμετέχοντες/-ουσες στην έρευνα οι οποίοι/-ες είχαν πραγματοποιήσει το come out τους, όταν ταξιδεύουν επιθυμούν να νιώσουν την κοινωνική αποδοχή και να απολαύσουν χώρο ώστε να είναι ο εαυτός τους στις διακοπές (Pritchard et al., 2000).

Αυτό που επιβεβαιώνεται και σε αυτήν την έρευνα είναι πως η επιλογή του προορισμού, πρωτίστως γίνεται με βάση την πολιτική και τους νόμους που ισχύουν απέναντι στην κοινότητα, καθότι δε θα επέλεγαν ποτέ έναν προορισμό ο οποίος δεν είναι ασφαλής προς αυτούς/-ες. Υπάρχουν βέβαια και διαφορές ως προς την επιλογή του προορισμού. Βάσει των απαντήσεων που δόθηκαν σε εκείνη την έρευνα οι γκέι άνδρες επιλέγουν προορισμούς στους οποίους έχουν αξιοθέατα να περιηγηθούν, να θαυμάσουν αρχιτεκτονικούς ρυθμούς και εν γένει να έρθουν σε επαφή με τον τοπικό πληθυσμό. Αντίθετα, οι λεσβίες γυναίκες διαλέγουν προορισμό με βασικό κριτήριο ναιώσουν την αποδοχή και να είναι ορατές (Pritchard et al., 2000).

Μία ακόμη έρευνα που έχει διεξαχθεί και αφορά τα transgender άτομα σχετικά με τον τουρισμό, έλαβε χώρα στην Αμερική, το 2014. Το δείγμα που εξετάστηκε στην έρευνα ήταν 700 άτομα και το 81% φαίνεται πως προέρχονταν από την Ευρώπη, μόλις το 19% από τη Λατινική Αμερική και μόνο το 8% είναι Αφροαμερικανοί. Το ταξιδιωτικό προφίλ λοιπόν των transgender ατόμων βάσει των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας είναι πως κατά κύριο λόγο ταξιδεύουν μόνοι/ες τους ή με έναν/μία σύντροφο ή σύζυγο, ένα μικρότερο ποσοστό επιλέγει τις φιλικές παρέες ως συνοδεία στα ταξίδια του κι ένα ποσοστό της τάξης του 29% επιλέγει ως συνταξιδιώτες/-τισσες άτομα από την κοινότητα. Ως τουρίστες/-τριες θεωρούνται κατά βάση low budget και το κριτήριο για το που θα ταξιδέψουν είναι η κουλτούρα και ο πολιτισμός που έχει να επιδείξει ο εκάστοτε προορισμός. Σε ποσοστό 45% οι ερωτηθέντες / ερωτηθείσες διάλεξαν ως κριτήριο για την επιλογή προορισμού τον αστικό πολιτισμό ενώ το 38% αυτών στρέφεται σε μέρη με όμορφες παραλίες και ζεστό κλίμα (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2014).

Σε αντίθεση με τους γκέι τουρίστες ή τις λεσβίες τουρίστριες (Hughes, 2002; Pritchard et al., 2000), οι transgender γυναίκες δεν ταξιδεύουν για σεξουαλικούς λόγους ή για λόγους ταυτότητας φύλου. Συν τοις άλλοις δεν επεσήμανε καμία ερωτώμενη πως ταξιδεύει για να «ξεφύγει» από την κοινωνικό αποκλεισμό ή το στίγμα της καθημερινότητας.

Λίγα χρόνια αργότερα, για την ακρίβεια το 2018, στο Μεξικό διεξάγεται μία έρευνα με πρωτοβουλία του Εθνικού Συμβουλίου για την πρόληψη κατά των διακρίσεων σε συνεργασία με την Εθνική Επιτροπή Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων. Η παρούσα έρευνα αφορούσε τη διάκριση που υφίστανται τα άτομα εξαιτίας της ταυτότητας φύλου τους

και του σεξουαλικού τους προσανατολισμού και εστίασε αποκλειστικά στις transgender γυναίκες του Μεξικού (Monterrubio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020).

Οι συμμετέχουσες ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα των 22 – 51. Η κύρια απασχόληση αυτών είναι κομμώτριες, με παράλληλες δραστηριότητες όπως χορεύτριες, φοιτήτριες, πωλήτριες. Μάλιστα πέντε από τις ερωτηθείσες έχουν απασχοληθεί ως εργάτριες του σεξ. Το κύριο χαρακτηριστικό που παρουσίασε το δείγμα της συγκεκριμένης έρευνας ήταν το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και συγκεκριμένα μόνο ένα άτομο από τις συνεντευξιαζόμενες είχε τελειώσει το δημοτικό, πέντε είχαν καταφέρει να ολοκληρώσουν έως και το Γυμνάσιο ενώ ακόμα λιγότερες, μόλις τρεις είχαν τελειώσει και το Λύκειο (Monterrubio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020).

Η συμπεριφορά, τα κίνητρα και εν τέλει το προφίλ των transgender γυναικών του Μεξικού ως τουρίστριες παρουσιάζει ξεχωριστό ενδιαφέρον. Αρχικά να υπογραμμιστεί πως στο περιβάλλον τους και στην καθημερινότητά τους αντιμετωπίζονται και είναι ορατές ως γυναίκες (Monterrubio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020). Τα αποτελέσματα λοιπόν της έρευνας αποκάλυψαν πως οι παράγοντες και τα κίνητρα που ωθούν τις transgender γυναίκες να ταξιδέψουν δεν διαφέρουν από όλα όσα ωθούν τους υπόλοιπους ανθρώπους να οργανώσουν ένα ταξίδι.

Τα ταξίδια αναψυχής που πραγματοποιούν δεν στοχεύουν σε κάτι διαφορετικό πέραν της ξεκούρασης, της χαλάρωσης, της διασκέδασης. Το να βρεθούν με τις οικογένειές τους, να περάσουν χρόνο με τους/τις φίλους/-ες τους, να επισκεφθούν καινούργια μέρη, να δοκιμάσουν καινούργιες κουζίνες ή να εξερευνήσουν νέες κουλτούρες είναι μέσα στις σκέψεις που έχουν όταν αποφασίζουν να ταξιδέψουν. Σε πιο σπάνιες περιπτώσεις, ταξιδεύουν προκειμένου να ανανεώσουν και να βελτιώσουν την προσωπική τους σχέση με τον/την σύντροφό τους (Monterrubio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020).

Σίγουρα όμως καμία δε θα επισκεπτόταν έναν προορισμό ο οποίος «έχει παράδοση» στο ρατσισμό ή στην ομοφοβία. Εν ολίγοις, τα κίνητρα βάσει των οποίων ταξιδεύουν οι transgender γυναίκες αποτελούνται από την ανάγκη της χαλάρωσης και της ξεκούρασης. Οι επιλεγμένοι προορισμοί διαφέρουν βάσει της παρέας με την οποία ταξιδεύουν. Με άλλα λόγια, όταν ταξιδεύουν με την οικογένειά τους εστιάζουν σε προορισμούς οι οποίοι φημίζονται για την πολιτισμό, τα μνημεία, την παράδοση ή ακόμη και την κουζίνα τους. Αντίθετα, όταν ταξιδεύουν με φίλους/-ες αναζητούν προορισμούς στους οποίους θα υπάρχει έντονη νυχτερινή ζωή, ευκαιρίες για πάρτυ,

κοινωνικοποίηση και, γιατί όχι, αναζήτηση ερωτικού συντρόφου (Monterrubbio, Rodríguez Madera and Pérez, 2020).

Το αξιοσημείωτο στην παρούσα έρευνα είναι πως καμία transgender γυναίκα δεν φάνηκε να ταξιδεύει μόνη της για επαγγελματικούς λόγους, κάτι το οποίο έρχεται σε αντίθεση με την ταξιδιωτική συμπεριφορά των γυναικών που το κοινωνικό τους φύλο συνάδει με το αποδοθέν κατά τη γέννηση .

Έχει ήδη γίνει ξεχωριστή αναφορά στις ομοφυλόφιλες οικογένειες οι οποίες αρχίζουν να υπολογίζονται ως καταναλωτές στην τουριστική αγορά. Γενικά μιλώντας, όταν μία οικογένεια οργανώνει ένα ταξίδι οι λόγοι που την ωθούν αποτελούνται από το εξής τρίπτυχο: το μαζί, οι οικογενειακοί δεσμοί και η κοινωνική αλληλεπίδραση (Lucena, Jarvis and Weeden, 2015). Κατά γενική ομολογία τα παιδιά συμβάλλουν ποικιλοτρόπως στην επιλογή προορισμού όταν πρόκειται για οικογενειακό ταξίδι. Πρώιμες έρευνες καταδεικνύουν πως τα παιδιά ασκούν ελάχιστη επιρροή στην απόφαση των γονέων τους σε ό,τι αφορά τον προορισμό. Πιο πρόσφατες έρευνες όμως, επισημαίνουν πως τα παιδιά όχι μόνο επηρεάζουν την απόφαση για τον προορισμό αλλά τελικά ασκούν καταλυτική επιρροή και στην επιλογή της διαμονής αλλά και στις δραστηριότητες καθ' όλη τη διάρκεια της παραμονής της οικογένειας (Lucena, Jarvis and Weeden, 2015).

Αυτό λοιπόν δεν αποκλείεται να απαντάται και στις ομόφυλες οικογένειες, από τη στιγμή μάλιστα που οι επιλογές τους ετεροκαθορίζονται από τον φόβο της διάκρισης και την ταυτόχρονη επιθυμία να προστατέψουν τα παιδιά τους. Εξού λοιπόν και όταν οι ομόφυλες οικογένειες πρέπει να επιλέξουν προορισμό για τα ταξίδια τους, αυτή η επιλογή επηρεάζεται αποκλειστικά από τον σεξουαλικό τους προσανατολισμός και την ταυτόχρονη ύπαρξη των παιδιών τους (Lucena, Jarvis and Weeden, 2015).

Η τελική διαπίστωση είναι πως οι μελέτες που αφορούν τον τουρισμό εστιάζουν αποκλειστικά στην ατομική λήψη αποφάσεων με αποτέλεσμα την αποτυχία να εστιάσουν στην ομάδα ιδιαίτερα όταν γίνεται λόγος για την ομάδα που λέγεται «οικογένεια». Όταν βέβαια γίνεται μελέτη των οικογενειών ως καταναλωτικές ομάδες και μέρος της τουριστικής αγοράς, δίνεται έμφαση μόνο στις ετεροκανονικές οικογένειες , αυτές δηλαδή που αποτελούνται από μία μητέρα, έναν πατέρα και το/τα παιδί/-α, με αυστηρούς στερεοτυπικούς ρόλους. Ως συνέπεια, λοιπόν αυτού, οι οικογένειες που δημιουργούν τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας έχουν παραμεληθεί

σε μεγάλο βαθμό από τις τουριστικές μελέτες, ιδίως από την διερεύνηση των ταξιδιωτικών κινήτρων τους και τον τρόπο που επιλέγουν προορισμούς (Lucena, Jarvis and Weeden, 2015).

7. Μεθοδολογία της Έρευνας

7.1. Μεθοδολογία της έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα

Οι θεσμικές, κοινωνικές και πολιτικές μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιούνται τα τελευταία χρόνια στις κοινωνίες και αφορούν τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα (πχ. Σύμφωνο Συμβίωσης) και την ελεύθερη ύπαρξή τους έχει οδηγήσει σε σημαντική μείωση της ομοφοβίας και την ενίσχυση όλων των δραστηριοτήτων των ατόμων συμπεριλαμβανομένων των ταξιδιών.

Η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα τα τελευταία χρόνια αναγνωρίζεται ως ισχυρή παρουσία στην τουριστική αγορά και η διεθνής βιβλιογραφία διακρίνει μία αυξανόμενη τάση ανάπτυξης αυτού του τμήματος. Πέραν των ατόμων, τα οποία διαρκώς καταφέρνουν να διεκδικήσουν και να κερδίσουν περισσότερα δικαιώματα και ορατότητα (όχι πως δεν υπάρχουν ακόμη περιστατικά σεξισμού και ομοφοβίας) και η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσει και ενισχύει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που απευθύνονται στις ανάγκες και στις επιθυμίες της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Οι προορισμοί σταδιακά μετατρέπονται σε συμπεριληπτικούς προορισμούς με ανεκτικότητα και φιλοξενία. Ακόμη και στην Ελλάδα, η εξέλιξη έχει γίνει φανερή λαμβάνοντας ως παράδειγμα τη Μύκονο η οποία είναι εδώ και πολλά χρόνια ένας αρκετά δημοφιλής ΛΟΑΤΚΙ+ προορισμός, ή τη Μυτιλήνη η οποία με το φεστιβάλ λεσβιών κάθε χρόνο έχει αναδειχθεί σε must προορισμό για τις ομοφυλόφιλες γυναίκες σε παγκόσμιο επίπεδο και τέλος με τη Σαντορίνη που σταδιακά εξελίσσεται σε έναν εξίσου δημοφιλή προορισμό στα μέλη της Gay Κοινότητας.

Όμως παρά τη σημαντική άνθιση που γνωρίζει τα τελευταία χρόνια ο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός και δη στην Ελλάδα, εντούτοις σε επιστημονικό και θεωρητικό επίπεδο δεν υπάρχει επαρκής βιβλιογραφία για τη μελέτη του συγκεκριμένου φαινομένου. Η ΛΟΑΤΚΙ+ τουριστική αγορά είναι εν πολλοίς ανεξερεύνητη με αποτέλεσμα να στερείται επιστημονικών ερευνών και ασφαλών συμπερασμάτων σε οτιδήποτε αφορά τα κίνητρα των τουριστών και τα κριτήρια που αυτοί επιλέγουν τους προορισμούς τους οποίους επισκέπτονται. Τόσο η προσφορά όσο και η ζήτηση του ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού δεν έχουν μελετηθεί εις βάθος και οι έρευνες που υπάρχουν διαθέσιμες δίνουν αποσπασματικά στοιχεία τα οποία με δυσκολία ανάγονται στον γενικό πληθυσμό της κοινότητας.

Η παρούσα διπλωματική εργασία επιχειρεί να διερευνήσει και να καταγράψει τα χαρακτηριστικά, τα κίνητρα και το προφίλ εν γένει των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας όταν ταξιδεύουν. Επειδή ο πληθυσμός της Κοινότητας σε παγκόσμιο επίπεδο είναι ιδιαίτερα μεγάλος, για την παρούσα εργασία η πρωτογενής έρευνα εστίασε στον ελληνικό πληθυσμό της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας.

Η συγγραφή της εργασίας αποτελείται αρχικά από μία προσπάθεια καταγραφής του θεωρητικού πλαισίου του ζητήματος το οποίο περιλαμβάνει την περιγραφή και οριοθέτηση των βασικών εννοιών του φαινομένου που μελετάται εδώ, ή όπως αλλιώς λέμε ότι αφορά τον «ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμός», την καταγραφή των εννοιών που εσωκλείονται στην ομπρέλα «ΛΟΑΤΚΙ+» και τελικά γίνεται παρουσίαση των ευρημάτων από διεθνείς έρευνες που έχουν διεξαχθεί και προσεγγίζουν κριτικά το προς μελέτη ζήτημα.

Η πρωτογενής ποσοτική έρευνα η οποία διενεργήθηκε εστίασε στις προτιμήσεις, τη συμπεριφορά και στα κίνητρα των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας όταν ταξιδεύουν. Συγκεκριμένα, τέθηκαν τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

- Τι ωθεί τους / τις Έλληνες / - ίδες τουρίστες / -τριες που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα να ταξιδέψουν;
- Ποιες είναι οι ταξιδιωτικές επιλογές και οι προτιμήσεις τους στον τόπο προορισμού (π.χ. ξενοδοχεία)
- Ποιους προορισμούς επιλέγουν και με ποια κριτήρια;
- Ποια είναι η καταναλωτική συμπεριφορά τους κατά τη διάρκεια των ταξιδιών (π.χ. επιλεγόμενες δραστηριότητες)
- Επηρεάζει ο σεξουαλικός τους προσανατολισμός τις επιλογές αυτές;

Μία από τις στοχεύσεις της πρωτογενούς έρευνας ήταν η διαδικασία επιλογής των προορισμών από τα άτομα επειδή παρά την εξέλιξη που γνωρίζουν οι κοινωνίες, οι ισορροπίες είναι ακόμη εύθραυστες και τελικά δεν είναι όλοι οι προορισμοί φιλικά διακείμενοι προς την ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

7.2. Πραγματοποίηση και Διάρκεια Έρευνας – Δειγματοληψία και Δείγμα

Έχει ήδη αναφερθεί πως για την εκπόνηση και ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας εκπονήθηκε πρωτογενής ποσοτική έρευνα με σκοπό τη διερεύνηση των κινήτρων, των συμπεριφορών και των προτιμήσεων των Ελλήνων

τουριστών της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας και αν τελικά ο σεξουαλικός του προσανατολισμός επηρεάζει τα παραπάνω. Επιλέχθηκε, λοιπόν, η έρευνα μέσω ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και συγκεκριμένα μέσω του εργαλείου Google Forms το οποίο επιτρέπει την εύκολη διεξαγωγή της διαδικασίας.

Αναμφίβολα, μία διαδικτυακή έρευνα – συγκρινόμενη με μία έρευνα προσωπικής συνέντευξης ή έρευνα στην οποία αποστέλλονται διαδικτυακά τα ερωτηματολόγια-είναι ταχύτερη, σίγουρα λιγότερο κοστοβόρα και η πιο εύκολη στη διεξαγωγή της. Τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων είναι: 1) Χαμηλό κόστος και αρκετές φορές είναι δωρεάν 2) Γρήγορη διαχείριση 3) Δυνατότητα γεωγραφικά διάσπαρτων απαντήσεων, 4) Εύκολη ανάλυση των δεδομένων, 5) Απουσία μεροληπτικότητας από το συνεντευκτή, 6) Επιλογή του χρόνου και του τόπου συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου από τους ερωτώμενους. (Durberry, 2020).

Την ίδια στιγμή όμως, αυτός ο τρόπος διεξαγωγής έρευνας ενέχει και μερικούς κινδύνους οι οποίοι μεταφράζονται ως μειονεκτήματα για την διαδικτυακή συμπλήρωση ερωτηματολογίων. Μερικά από τα οποία αφορούν στο ότι δεν υπάρχει η γνώση του ποιος συμπληρώνει το εκάστοτε ερωτηματολόγιο, άρα υπάρχει ο κίνδυνος των μη ρεαλιστικών και αντιπροσωπευτικών απαντήσεων ή αποκλείονται άνθρωποι που δεν έχουν πρόσβαση σε υπολογιστή. Εκτός των άλλων στα μειονεκτήματα εντάσσονται «το σφάλμα αυτοεπιλογής – self – selection bias» και «το σφάλμα της μη απάντησης – non response bias» (Durberry, 2020).

Το δείγμα που έπρεπε να επιλεγεί και να εξετασθεί στην παρούσα έρευνα ήταν πολύ συγκεκριμένο επειδή η έρευνα αφορά αποκλειστικά τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Η μέθοδος δειγματοληψίας που ακολουθήθηκε θα μπορούσε να λεχθεί πως ήταν ένας συνδυασμός ειδών, η δειγματοληψία χιονοστιβάδας και η δειγματοληψία σκοπού (purposive sampling) η οποία είναι επίσης γνωστή ως δειγματοληψία κρίσης (judgmental sampling). Τα δύο είδη δειγματοληψίας ανήκουν στην ευρύτερη κατηγορία της μη τυχαίας δειγματοληψίας επειδή και το δείγμα προς μελέτη ήταν πολύ συγκεκριμένο και δεν υπήρχε ακριβής γνώση για τα ποσοτικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού.

Η πρώτη μέθοδος που ακολουθήθηκε είναι η μέθοδος της χιονοστιβάδας όπου εφαρμόζεται όταν είναι δύσκολο να εντοπιστούν τα μέλη ενός «κλειστού» πληθυσμού. Ο ερευνητής προσεγγίζει πρώτα έναν ή μερικούς ανθρώπους, συλλέγει δεδομένα για

αυτούς και εν συνεχεία τα υποκείμενα του συστήνουν άλλα υποκείμενα στα οποία μπορεί να απευθυνθεί. Την αποκαλούν «μέθοδος χιονοστιβάδας» επειδή ουσιαστικά συσσωρεύονται τα δείγματα του πληθυσμού που θέλει να μελετήσει ο ερευνητής όπως ακριβώς και η χιονόμπαλα. Όμως επειδή αυτός ο τρόπος συλλογής δεδομένων οδηγεί σε συμπεράσματα αμφισβητούμενης αντιπροσωπευτικότητας χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για διερευνητικούς σκοπούς (BABBIIE, 2018).

Η επόμενη μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν της σκόπιμης δειγματοληψίας η οποία βασίζεται στην ορθολογική κρίση του ερευνητή ο οποίος επιλέγει το δείγμα των ερωτώμενων βάσει της καταλληλότητάς τους να συμμετέχουν και να απαντήσουν την έρευνα. Ουσιαστικά πρόκειται για μία μέθοδο η οποία εξαρτάται από τα ερωτήματα της έρευνας και τους σκοπούς της ενώ κατά κύριο λόγο χρησιμοποιείται ευρέως σε μελέτες περίπτωσης. Εστιάζει σε μικρά δείγματα που έχουν κατεξοχήν πληροφοριακό χαρακτήρα (Durbarry, 2020).

Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο κοινοποιήθηκε σε επίσημες ιστοσελίδες και ομάδες ελληνικών ΛΟΑΤΚΙ+ Οργανώσεων. Επιπλέον με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας, διαμοιράστηκε στον κύκλο της ερευνήτριας και με τη σειρά τους τα πρώτα υποκείμενα απέστειλαν το ερωτηματολόγιο σε επόμενα υποκείμενα τα οποία πληρούσαν τις προϋποθέσεις ώστε να συμμετέχουν στην έρευνα. Οι βασικές προϋποθέσεις οι οποίες τέθηκαν από την ερευνήτρια προκειμένου να απαντήσει κάποιος/-α το ερωτηματολόγιο ήταν οι εξής: α) Να είναι ενήλικοι, β) Να είναι Έλληνες/ - νίδες πολίτες/ πολίτιδες, γ) να ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε από τις 29/11/2021 έως και 29/12/2021 όταν και η ερευνήτρια «σταμάτησε» την αποδοχή απαντήσεων. Τα έγκυρα ερωτηματολόγια που συλλέχθηκαν ήταν εκατόν εικοσιτέσσερα (124) – αρκετά ικανοποιητικός αριθμός- εφόσον ο αρχικός σχεδιασμός προέβλεπε εκατό (100) ερωτηματολόγια.

7.3. Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Για την διερεύνηση των κινήτρων, των συμπεριφορών και των προτιμήσεων των Ελλήνων / - νίδων τουριστών/-τριών της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας συντάχθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο στην ελληνική γλώσσα και διαμοιράστηκε με σκοπό την συλλογή δεδομένων. Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε σε ηλεκτρονική μορφή με τη

βοήθεια του εργαλείου Google Forms ήταν ανώνυμο και όλες οι απαντήσεις ήταν εμπιστευτικές.

Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από εικοσιτρείς (23) ερωτήσεις χωρισμένες σε τρεις διαφορετικές ενότητες οι οποίες αναπτύσσονται ως εξής:

- 1) Οργάνωση και συχνότητα ταξιδιών. Η παρούσα ενότητα αποτελείται από έντεκα (11) ερωτήσεις γενικού περιεχομένου όπως «τι διάρκεια έχουν τα ταξίδια σας;» ή «ποιους μήνες επιλέγετε να ταξιδέψετε συνήθως;»
- 2) Ταξιδιωτικές προτιμήσεις και επιλογές. Σε αυτήν την ενότητα, το ερωτηματολόγιο γίνεται λίγο πιο συγκεκριμένο διερευνώντας τους λόγους που ωθούν τα άτομα να ταξιδέψουν ή τις δραστηριότητες που επιλέγουν στον τόπο προορισμού κλπ.
- 3) Δημογραφικά Στοιχεία. Η τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου διερευνά τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων όπως η ηλικία, το φύλο, ο σεξουαλικός προσανατολισμός.

Οι ερωτήσεις δομήθηκαν με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα, τη θεωρητική επισκόπηση και τις υφιστάμενες έρευνες. Διατυπώθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητές, να μην αφήνουν περιθώρια απορίας στον/στην ερωτώμενο/-η και να είναι τόσο σαφείς ώστε οι απαντήσεις που θα συγκεντρωθούν να απαντούν ακριβώς στο ερώτημα που έχει τεθεί. Μερικές ερωτήσεις επιδέχονταν περισσότερες από μία απαντήσεις, για το οποίο είχε δοθεί ως οδηγία σε όσους/-ες καλούνταν να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο, ενώ κάποιες άλλες ερωτήσεις είχαν μόνο μία απάντηση.

Συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε:

- Οκτώ (8) ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. Σε αυτές τις ερωτήσεις οι ερωτώμενοι/-ες μπορούσαν να επιλέξουν περισσότερες των μία απαντήσεων.
- Δεκατρείς (13) ερωτήσεις κλίμακας Likert. Στη συγκεκριμένη κατηγορία οι ερωτώμενοι/-ες είχαν μπροστά τους συγκεκριμένες προτάσεις τις οποίες κλήθηκαν να βαθμολογήσουν με μία κλίμακα από το 0 έως το 5 ανάλογα με τη συμφωνία ή τη διαφωνία τους.
- Δεκατέσσερις (14) ερωτήσεις βαθμονόμησης. Στη συγκεκριμένη κατηγορία ερωτήσεων οι ερωτώμενοι/-ες είναι το δικαίωμα να απαντήσουν με μία μόνο από τις διαθέσιμες απαντήσεις.

7.4. Επεξεργασία και καταγραφή δεδομένων

Η επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν πραγματοποιήθηκε μέσω του Excel και του στατιστικού πακέτου SPSS. Συγκεκριμένα, η παρούσα έρευνα χωρίζεται στην περιγραφική και στη στατιστική ανάλυση. Με τη βοήθεια του στατιστικού εργαλείου Excel, δημιουργήθηκαν κυκλικά διαγράμματα, ραβδογράμματα αλλά και ποσοστά μέσω των οποίων ερμηνεύτηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος.

Για τη διενέργεια των ερευνητικών υποθέσεων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό εργαλείο SPSS. Προκειμένου να διερευνηθεί η σχέση μεταξύ των μεταβλητών που επιλέχθηκαν για διερεύνηση, έγινε έλεγχος συσχέτισης (Pearson correlation). Στη συνέχεια για τον έλεγχο της στατιστικής σημαντικότητας μεταξύ των μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση παλινδρόμησης.

Η πρωτογενής έρευνα που διεξήχθη ως βασικό στόχο έθεσε την εξερεύνηση των κινήτρων, των συμπεριφορών και των προτιμήσεων των τουριστών της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Προκειμένου, επομένως, να μελετηθούν τα άτομα της κοινότητας ως τουρίστες/-τριες δομήθηκαν οι εξής ερευνητικές υποθέσεις οι οποίες μέσω των ερωτηματολογίων προσπάθησαν να επιβεβαιωθούν ή να ακυρωθούν.

Όλοι όσοι απάντησαν στα ερωτηματολόγια συμφώνησαν να χρησιμοποιηθούν τα δεδομένα αυτά και να παρουσιαστούν σε αυτή τη διπλωματική εργασία, καθώς ήδη είχαν ενημερωθεί τόσο προφορικά όσο και γραπτά για το λόγο της συμμετοχής τους, αλλά και για την εμπιστευτικότητα των προσωπικών δεδομένων τους.

Τέλος, μετά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας που διεξήχθη, επιχειρήθηκε μία σύγκριση με τις διεθνείς έρευνες που αντλήθηκαν από τη βιβλιογραφία. Η σύγκριση αυτή αποσκοπεί στο να διαπιστωθεί αν οι ήδη διεξαχθείσες έρευνες επιβεβαιώνονται (και άρα ενισχύονται) ή αν απέχουν κατά πολύ από όσα κατέδειξαν τα αποτελέσματα που διατυπώθηκαν για την παρούσα διπλωματική.

8. Αποτελέσματα έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται και αναπτύσσονται τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής από το δείγμα των γκέι και λεσβιών τουριστών. Πιο συγκεκριμένα αναφέρονται στοιχεία των ερωτώμενων όπως α) το κοινωνικοοικονομικό προφίλ αυτών, β) οι ταξιδιωτικές τους συνήθειες καθώς και γ) τα κίνητρα που τους ωθούν εν τέλει να ταξιδέψουν – η μέση βαθμολογία αυτών.

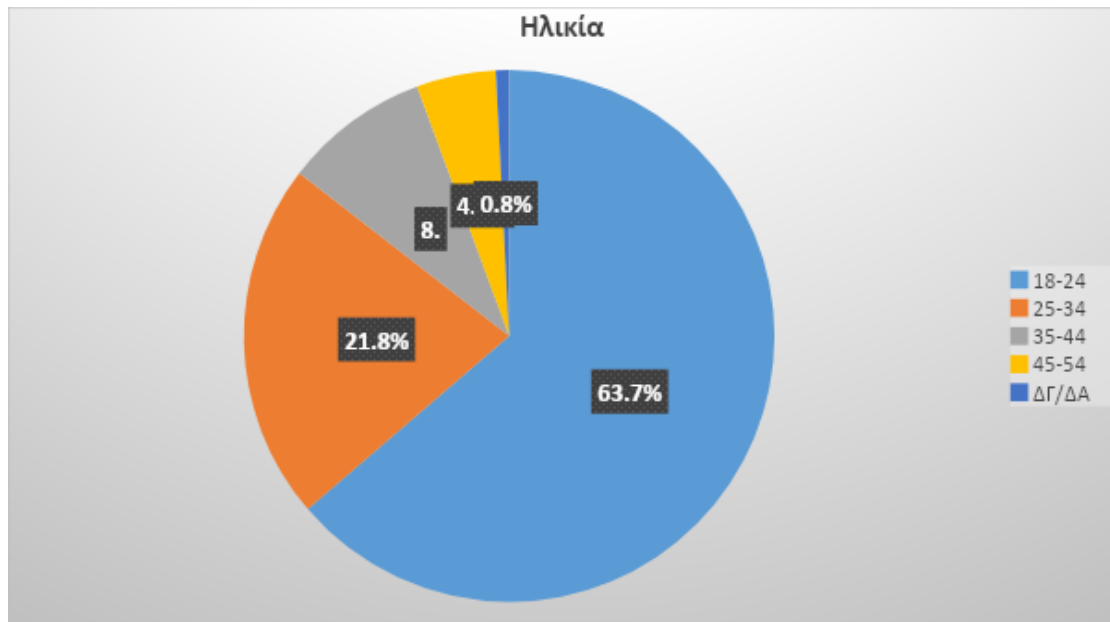
Κεφάλαιο 8.1. – Δημογραφικά αποτελέσματα δείγματος

8.1.1. Ηλικία

Πίνακας 8.1.1. - Ηλικία

Ηλικία	Συχνότητα	Ποσοστό
18-24	79	63.7%
25-34	27	21.8%
35-44	11	8.9%
45-54	6	4.8%
ΔΓ/ΔΑ	1	0.8%
Σύνολο	124	100.0%

Με βάση τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα και του γραφήματος που ακολουθεί, παρατηρούμε πως η ηλικία του δείγματος του πληθυσμού που συμμετείχε στην έρευνα κυμαίνεται μεταξύ 18-54 ετών. Η πλειοψηφία του δείγματος ανήκε στην ηλικιακή ομάδα 18-24 με ποσοστό 63.7% (n=79) και ακολουθεί το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό ηλικίας 25-34 με ποσοστό 21.8% (n=27). Μικρότερο ποσοστό των ερωτώμενων ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 35- 44 ετών ενώ ακόμη μικρότερος είναι ο αριθμός των συμμετοχόντων της ηλικιακής κατηγορίας 45-54 ετών. Έχει προστεθεί και σχετική απεικόνιση μέσω πίτας για την κατανομή των ηλικιακών κατηγοριών.



Γράφημα 8.1.1. - Ηλικία

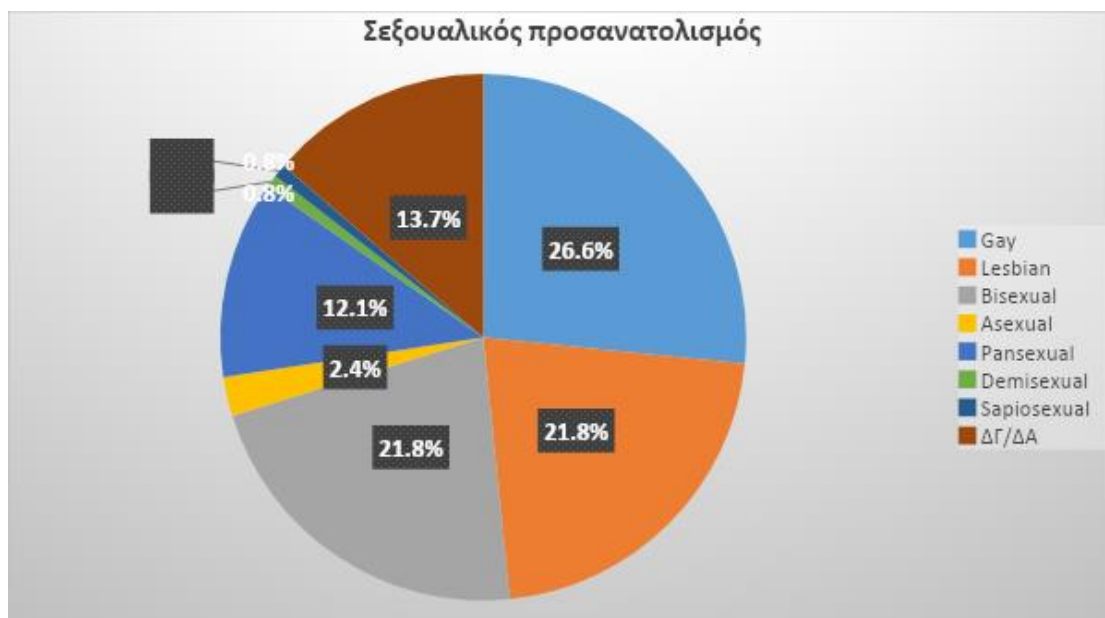
8.1.2. Σεξουαλικός Προσανατολισμός

Πίνακας 8.1.2. – Σεξουαλικός Προσανατολισμός

Σεξουαλικός προσανατολισμός	Συχνότητα	Ποσοστό
Gay	33	26.6%
Lesbian	27	21.8%
Bisexual	27	21.8%
Asexual	3	2.4%
Pansexual	15	12.1%
Demisexual	1	0.8%
Sapiosexual	1	0.8%
ΔΓ/ΔΑ	17	13.7%

Σύνολο	124	100.0%
--------	-----	--------

Η παραπάνω ερώτηση που εντάσσεται στο δημογραφικό προφίλ των ερωτώμενων αφορά τον σεξουαλικό προσανατολισμό αυτών. Η έρευνα απευθυνόταν αποκλειστικά σε μέλη της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας και με βάση τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα και του γραφήματος που ακολουθεί, παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ήταν άτομα που αυτοπροσδιορίζονται ως γκέι - άνδρες με ποσοστό 26.6% (n=33) και ακολουθούν άτομα που αυτοπροσδιορίζονται ως γυναίκες - Lesbian (n=27). Τέλος και τα άτομα με Αμφυλόφιλο σεξουαλικό προσανατολισμό και οι Bisexual με το ίδιο ποσοστό 21.8% (n=27).



Γράφημα 8.1.2. – Σεξουαλικός Προσανατολισμός

8.1.3. Φύλο

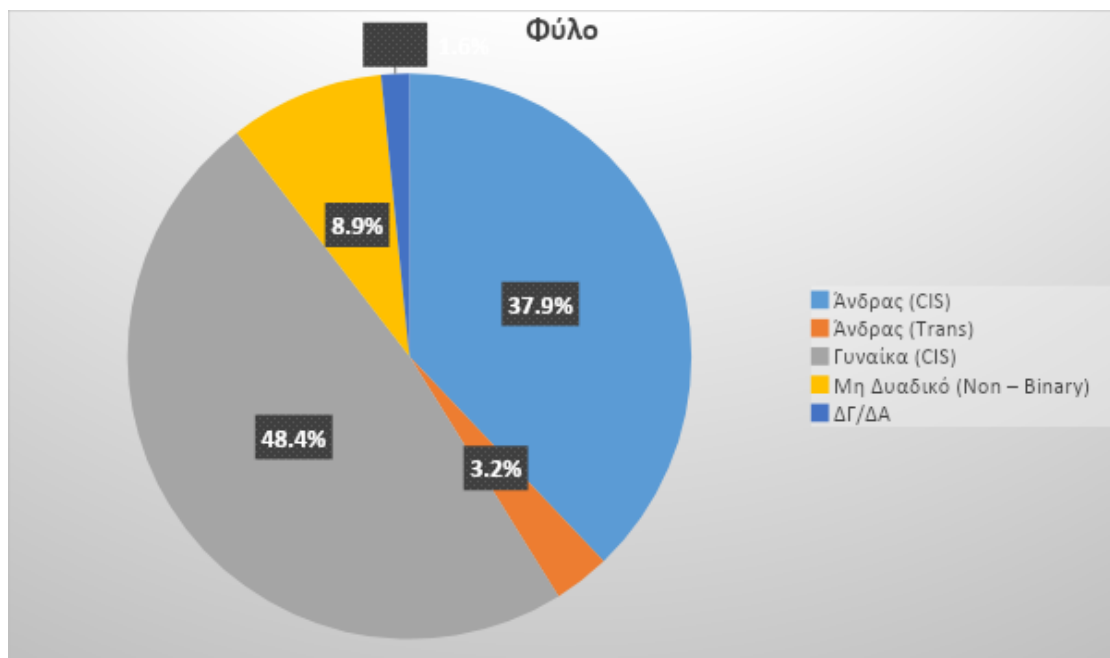
Πίνακας 8.1.3. - Φύλο

Φύλο	Συχνότητα	Ποσοστό
Άνδρας (CIS)	47	37.9%
Άνδρας (Trans)	4	3.2%
Γυναίκα (CIS)	60	48.4%

Μη Δυαδικό (Non – Binary)	11	8.9%
ΔΓ/ΔΑ	2	1.6%
Σύνολο	124	100.0%

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε το βιολογικό φύλο, δηλαδή το γενετικά καθορισμένο. Με βάση λοιπόν, τις απαντήσεις που δόθηκαν και παρουσιάζονται στον παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ήταν γυναίκες (Cis) με ποσοστό 48.4% (n=60) και ακολουθούν οι άντρες (Cis) με ποσοστό 37.9% (n=47).

Ένα μικρό ποσοστό των συμμετεχόντων στην έρευνα περίπου το 8.9% δηλώνει πως δεν συγκαταλέγει τον εαυτό στο δίπολο «άνδρας – γυναίκα» και αυτοπροσδιορίζεται ως «άφυλο – non binary».



Γράφημα 8.1.3. - Φύλο

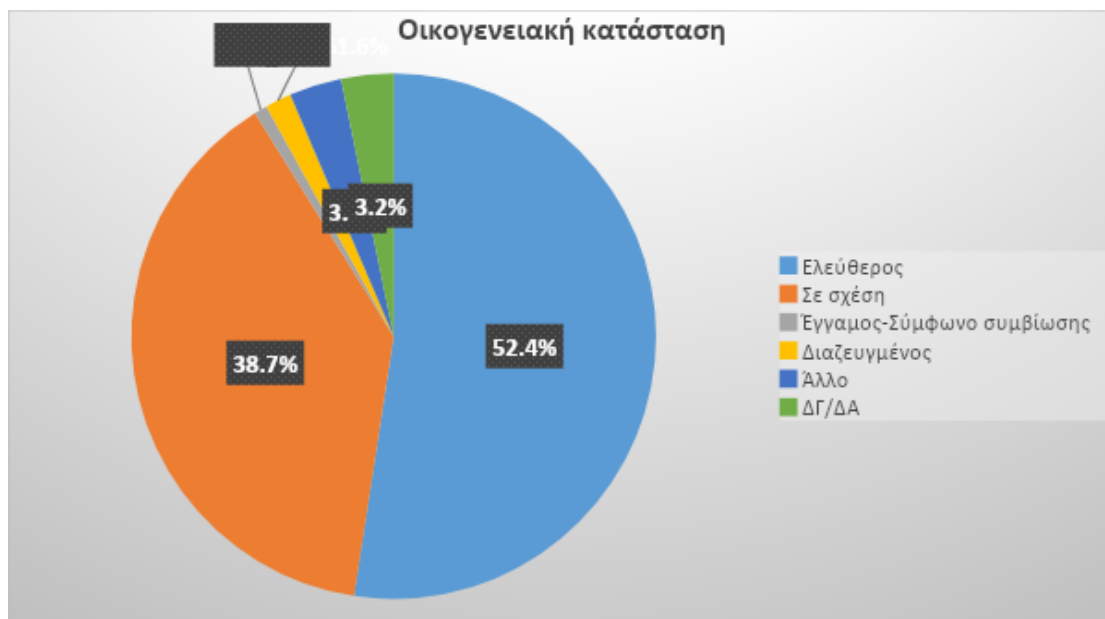
8.1.4. Οικογενειακή Κατάσταση

Πίνακας 8.1.4. – Οικογενειακή Κατάσταση

Οικογενειακή Κατάσταση	Συχνότητα	Ποσοστό
Ελεύθερος	65	52.4%

Σε σχέση	48	38.7%
Έγγαμος-Σύμφωνο συμβίωσης	1	0.8%
Διαζευγμένοι	2	1.6%
Άλλο	4	3.2%
ΔΓ/ΔΑ	4	3.2%
Σύνολο	124	100.0%

Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει αποτελέσματα σχετικά με την ερώτηση της οικογενειακής κατάστασης των ερωτώμενων, οι οποίοι κατά κύριο λόγο με ποσοστό 52.40% είναι ελεύθεροι, ενώ ακολουθούν οι δεσμευμένοι με ποσοστό 38.70%. Η οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων συμβάλλει την ίδια στιγμή στην επιλογή και ενδεχομένως στη συχνότητα των ταξιδιών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσα στο έτος. Το ποσοστό των ατόμων με κάποιου είδους επίσημη δέσμευση είναι ελάχιστο και αγγίζει το 0.8%.



Γράφημα 8.1.4. – Οικογενειακή Κατάσταση

8.1.5. Επίπεδο Εκπαίδευσης

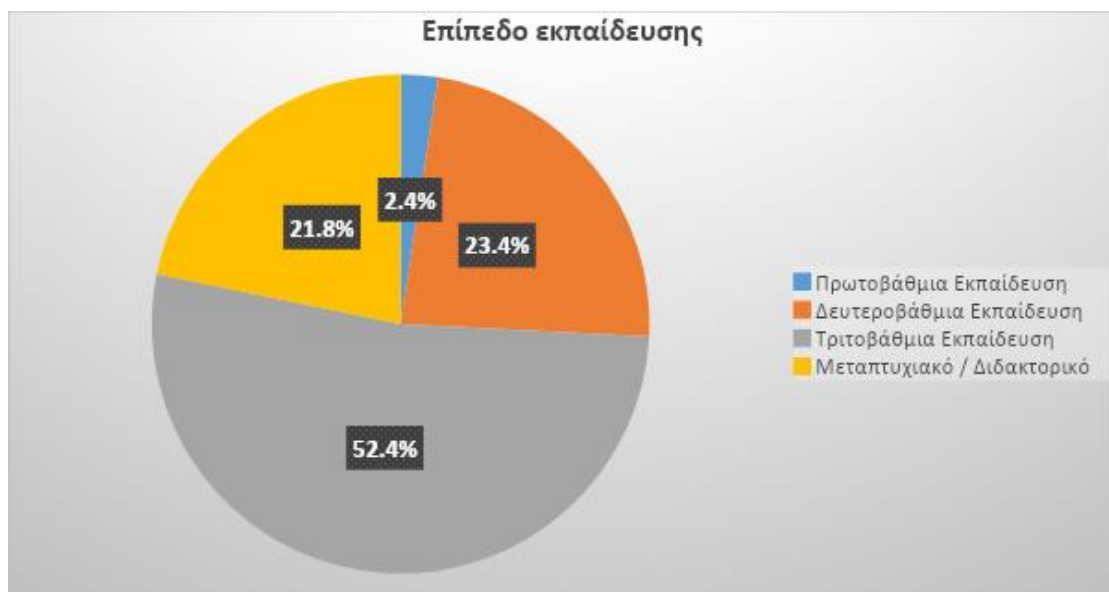
Πίνακας 8.1.5. – Επίπεδο Εκπαίδευσης

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Συχνότητα	Ποσοστό
---------------------	-----------	---------

Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση	3	2.4%
Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	29	23.4%
Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	65	52.4%
Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό	27	21.8%
Σύνολο	124	100.0%

Η ερώτηση που συμβάλλει στη σκιαγράφηση του προφίλ των ερωτώμενων αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης αυτών. Πιο συγκεκριμένα, το 52.40% του συνολικού αριθμού των συμμετεχόντων έχουν ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση, ήτοι έχουν αποκτήσει κάποιον τίτλο πτυχίου πανεπιστημιακού ή τεχνολογικού ιδρύματος,

Αμέσως μετά ακολουθεί το 23.40% των ερωτώμενων των οποίων το επίπεδο εκπαίδευσής τους ολοκληρώνεται στη Δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Τέλος, μικρότερο ποσοστό των ερωτώμενων οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει μόνο την πρωτοβάθμια εκπαίδευση (2.4%) ή τελικά έχουν προβεί στην απόκτηση κάποιου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού (21.8%) προγράμματος σπουδών.



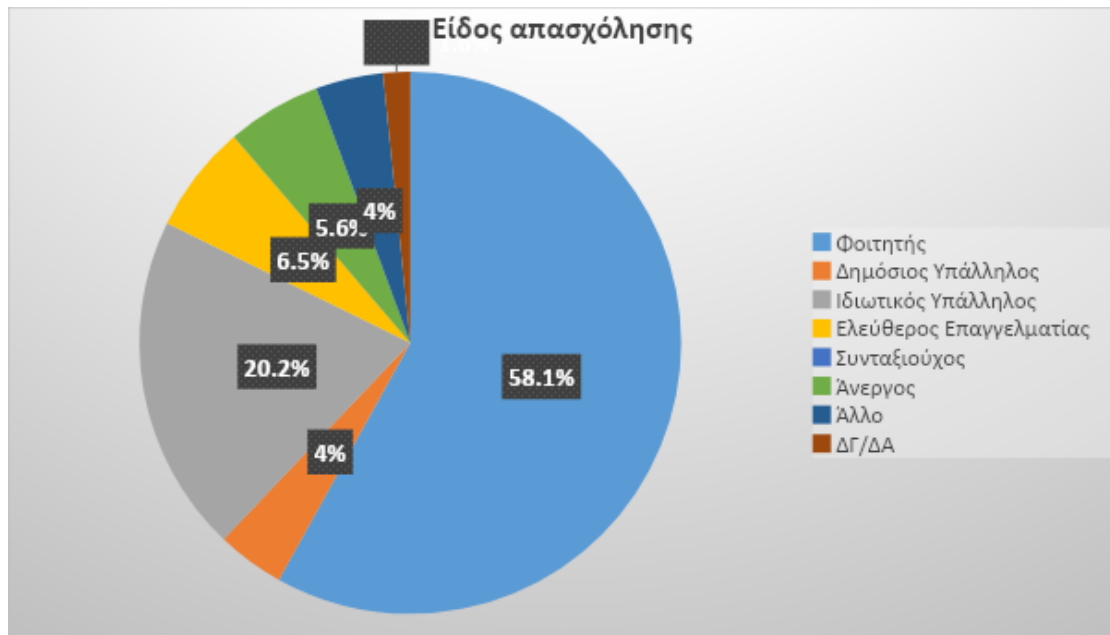
Γράφημα 8.1.5. – Επίπεδο Εκπαίδευσης

8.1.6. Είδος Απασχόλησης

Πίνακας 8.1.6. – Επίπεδο Απασχόλησης

Είδος Απασχόλησης	Συχνότητα	Ποσοστό
Φοιτητής	72	58.1%
Δημόσιος Υπάλληλος	5	4.0%
Ιδιωτικός Υπάλληλος	25	20.2%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	8	6.5%
Συνταξιούχος	0	0.0%
Άνεργος	7	5.6%
Άλλο	5	4.0%
ΔΓ/ΔΑ	2	1.6%
Σύνολο	124	100.0%

Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει τα στοιχεία που αφορούν το είδος απασχόλησης των ερωτώμενων και το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων 58.1% είναι φοιτητές ενώ ακολουθεί το επόμενο πολύ σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (20.2%). Μικρότερα τα ποσοστά των ερωτώμενων που είναι ελεύθεροι επαγγελματίες (6.5%) και λιγότεροι είναι οι ερωτώμενοι οι οποίοι εργάζονται στον δημόσιο τομέα (4.0%).



Γράφημα 8.1.6 – Είδος Απασχόλησης

8.1.7. Μηνιαίο Εισόδημα

Πίνακας 8.1.7 – Μηνιαίο Εισόδημα

23. Μηνιαίο Εισόδημα	Συχνότητα	Ποσοστό
0-500€	65	52.4%
501-1000€	22	17.7%
1001-1500€	14	11.3%
1501-2000€	4	3.2%
>2000€	6	4.8%
ΔΓ/ΔΑ	13	10.5%
Σύνολο	124	100.0%

Η τελευταία πολύ σημαντική ερώτηση για τη δημιουργία του δημογραφικού προφίλ των ερωτώμενων αφορούσε το μηνιαίο εισόδημά τους, παράγοντας ο οποίος επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τα ετήσια ταξίδια που διεξάγονται. Ακολουθώντας λοιπόν τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα και του γραφήματος που ακολουθεί, γίνεται αντιληπτό πως το 52.40% του συνολικού δείγματος (n=65) λάμβανε μηνιαίο εισόδημα 0-500,00 ευρώ, γεγονός που οφείλεται προφανώς στο ότι είναι φοιτητές κατά πλειοψηφία. Ως εκ τούτου, γίνεται αντιληπτό πως εκ προομίου τα άτομα εστιάζουν στην κάλυψη των βασικών αναγκών του και έπειτα επιλέγουν να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι. Τα άτομα που λαμβάνουν μηνιαίο εισόδημα 501,00 – 1000,00 ευρώ ακολουθούν και ανέρχονται σε ποσοστό 17,70% (n=22). Ενώ όπως δηλώνεται και στον πίνακα, τα ποσοστά είναι σημαντικά μικρά στο εύρος των μηνιαίων μισθών που ξεπερνούν τα 1.000,00 ευρώ



Γράφημα 8.1.7 – Μηνιαίο Εισόδημα

Επιλέχθηκε να αναλυθεί πρώτα το προφίλ και τα χαρακτηριστικά όσων συμμετείχαν στην έρευνα επομένως προτού παρουσιαστεί η επόμενη ενότητα του ερωτηματολογίου η οποία είναι και περισσότερο εξειδικευμένη και επικεντρωμένη στον τουρισμό και την ανάπτυξη αυτού, παρουσιάζεται το συνολικό προφίλ των ερωτώμενων.

Επομένως, όσοι/όσες συμμετείχαν και απήντησαν το παρόν ερωτηματολόγιο ανήκουν κατά την πλειονότητά τους στην ηλικιακή ομάδα 18 – 24, με τους ερωτώμενους να αυτοπροσδιορίζονται στο μεγαλύτερο ποσοστό τους ως γυναίκες με ομόφυλο σεξουαλικό προσανατολισμό. Εξίσου σημαντικό είναι και το ποσοστό των συμμετεχόντων οι οποίοι αυτοπροσδιορίζονται ως άνδρες με επίσης ομόφυλο

σεξουαλικό προσανατολισμό. Η οικογενειακή κατάσταση όσων συμμετείχαν στην έρευνα δείχνει πως είναι ελεύθεροι, χωρίς σχέση ή οικογένεια. Το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων φαίνεται να προσεγγίζει τη βαθμίδα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών να είναι φοιτητές/ - τριες κι ένα επίσης σημαντικό ποσοστό να απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα. Η κατηγορία εισοδήματος στην οποία ανήκουν οι ερωτώμενοι είναι στην πλειονότητά τους η πιο χαμηλή 0-500 ευρώ/ μήνα.

8.2. Οργάνωση και συχνότητα ταξιδιών

Στην ενότητα του παρόντος κεφαλαίου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που αφορούν την οργάνωση και τη συχνότητα των ταξιδιών όπως αυτά προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτώμενων. Παρατίθενται οι πίνακες και τα γραφήματα ακολουθούμενα τη ροή των ερωτήσεων όπως διατυπώθηκαν στα ερωτηματολόγια που διαμοιράστηκαν.

8.2.1. Συχνότητα ταξιδιού

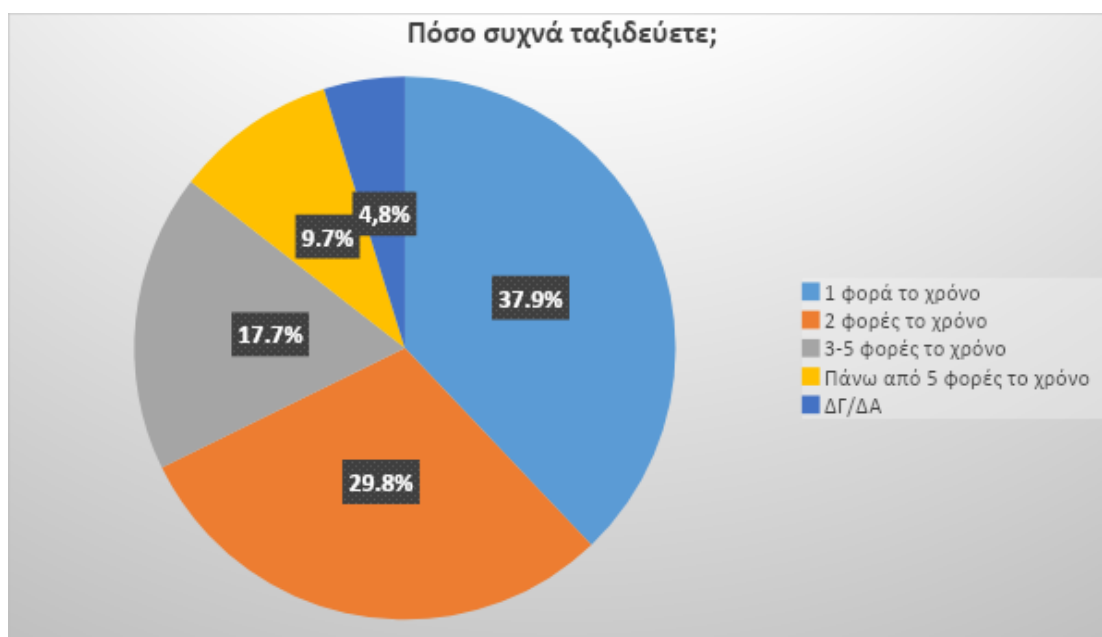
Πίνακας 8.2.1. – Συχνότητα ταξιδιού

1. Πόσο συχνά ταξιδεύετε;	Συχνότητα	Ποσοστό
1 φορά το χρόνο	47	37.9%
2 φορές το χρόνο	37	29.8%
3-5 φορές το χρόνο	22	17.7%
Πάνω από 5 φορές το χρόνο	12	9.7%
ΔΓ/ΔΑ	6	4.8%
Σύνολο	124	100.0%

Η επόμενη ενότητα του ερωτηματολογίου ξεκινά με την ερώτηση «Πόσο συχνά ταξιδεύετε;», η οποία και στοχεύει στην διερεύνηση της συχνότητας των ταξιδιών που πραγματοποιούν οι ερωτώμενοι κατά τη διάρκεια ενός έτους. Φυσικά η ερώτηση πόσο συχνά ταξιδεύει κάποιος συμπεριλαμβάνει και όλους τους λόγους για τους οποίους πραγματοποιείται ένα ταξίδι, είτε επαγγελματικοί, είτε για λόγους ξεκούρασης, είτε για οποιονδήποτε άλλο λόγο.

Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό αυτών, πιο συγκεκριμένα το 37.9% , οι 47 από τους ερωτώμενους, ταξιδεύει μόνο μία φορά το χρόνο, ενώ ακολουθεί το 29.8% των ατόμων, οι οποίοι είτε επιδιώκει, είτε προκύπτει να ταξιδέψουν έως δύο φορές το χρόνο. Βέβαια, τα ποσοστά μειώνονται όταν γίνεται λόγος για περισσότερα ταξίδια μέσα στο έτος.

Μικρό το ποσοστό του δείγματος, μόλις το 9.7% που καταφέρνει τελικά να ταξιδέψει περισσότερες από 5 φορές το χρόνο.



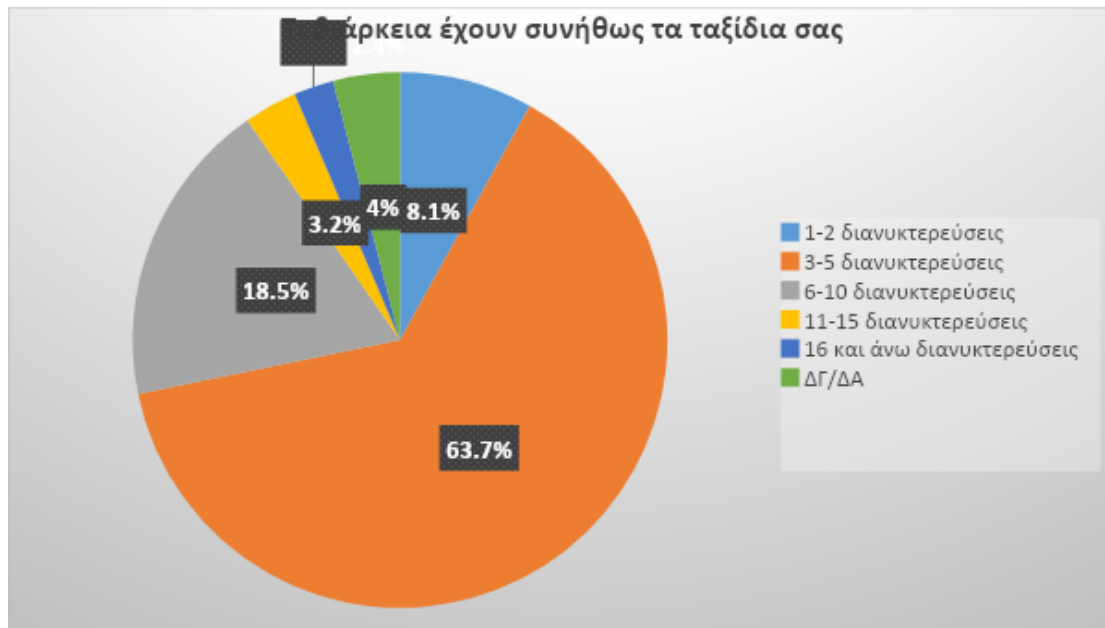
Γράφημα 8.2.1. – Συχνότητα Ταξιδιού

8.2.2. Διάρκεια Ταξιδιού

Πίνακας 8.2.2 – Διάρκεια Ταξιδιού

2. Τι διάρκεια έχουν συνήθως τα ταξίδια σας;	Συχνότητα	Ποσοστό
1-2 διανυκτερεύσεις	10	8.1%
3-5 διανυκτερεύσεις	79	63.7%
6-10 διανυκτερεύσεις	23	18.5%
11-15 διανυκτερεύσεις	4	3.2%
16 και άνω διανυκτερεύσεις	3	2.4%
ΔΓ/ΔΑ	5	4.0%
Σύνολο	124	100.0%

Η επόμενη ερώτηση της συχνότητας αφορά τη διάρκεια του κάθε ταξιδιού. Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό των συμμετεχόντων/ - ουσών, δηλαδή οι 79 εξ' αυτών (63,7%) παραμένει στον προορισμό που έχει επιλέξει 3-5 διανυκτερεύσεις. Ακολουθεί ένας αριθμός ατόμων, οι 23 εξ' αυτών (18,5) οι οποίοι επιλέγουν να μείνουν λίγο παραπάνω, φτάνοντας τις 6-10 διανυκτερεύσεις. Για τους επόμενους 10 ερωτώμενους (8,1%) η παραμονή στον τόπο προορισμού είναι μόλις 1-2 ημέρες. Ενώ μικρότερο ποσοστό φαίνεται να κερδίζουν οι μεγάλες παραμονές και οι πολλές διανυκτερεύσεις, καθώς μόλις το 2.4% και το 4.0% διανυκτερεύουν από 11 ημέρες και πάνω.



Γράφημα 8.2.2. – Διάρκεια Ταξιδιού

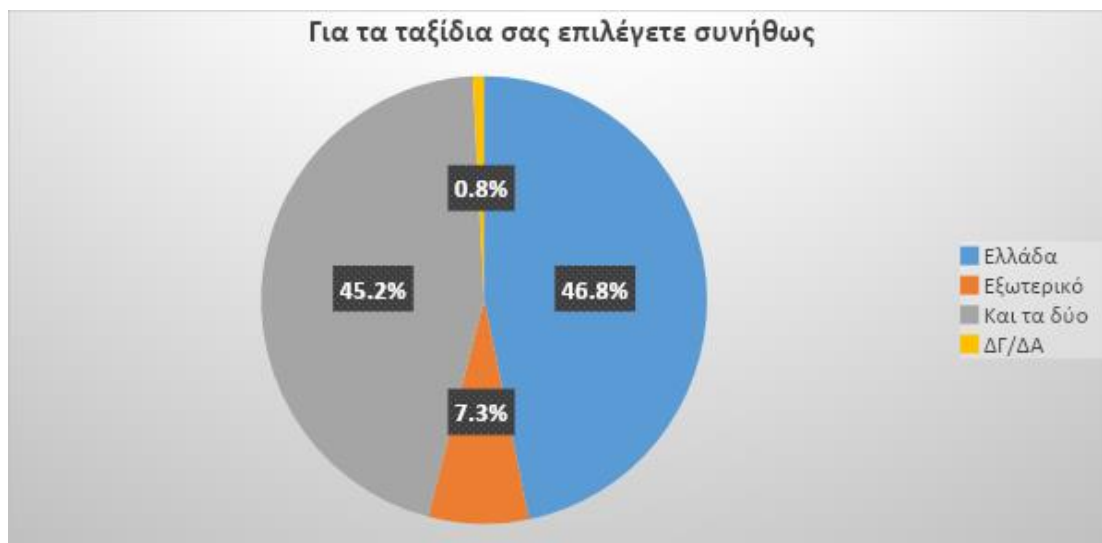
8.2.3. Τόπος Ταξιδιού

Πίνακας 8.2.3. - Προορισμός

3. Για τα ταξίδια σας επιλέγετε συνήθως:	Συχνότητα	Ποσοστό
Ελλάδα	58	46.8%
Εξωτερικό	9	7.3%
Και τα δύο	56	45.2%
ΔΓ/ΔΑ	1	0.8%
Σύνολο	124	100.0%

Στην ίδια ενότητα του ερωτηματολογίου ανήκει και η ερώτηση που αφορά τον τόπο που επιλέγουν οι ερωτώμενοι να ταξιδέψουν. Εδώ οι επιλογές ήταν πιο περιορισμένες και την ίδια στιγμή πιο αφαιρετικές. Με 3 μόνο εναλλακτικές, το 46,8% των συμμετεχόντων/- ουσών αριθμός που αγγίζει τα 58 άτομα επιλέγει την Ελλάδα ως προορισμό ταξιδιών και αντίστοιχα μόλις το 7.3% επιλέγει να ταξιδέψει στο εξωτερικό. Όμως σημαντικό ποσοστό που υποδηλώνει και την ευελιξία και προθυμία του κοινού

ως προς τα ταξίδια είναι πως το 45.2% των ατόμων, δηλαδή οι 56 εξ' αυτών επιλέγει ή ταξιδεύει τόσο σε ελληνικούς όσο και προορισμούς του εξωτερικού.



Γράφημα 8.2.3 – Προορισμός

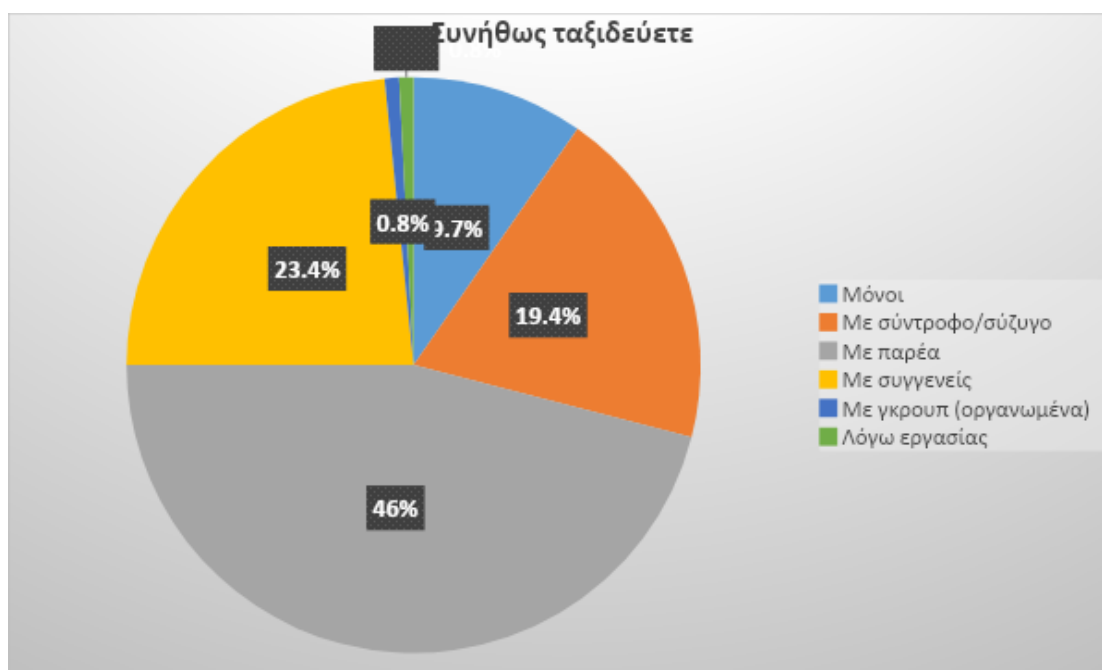
8.2.4. Συντροφικότητα και Ταξίδια

Πίνακας 8.2.4. – Συντροφικότητα και Ταξίδια

4. Συνήθως ταξιδεύετε:	Συχνότητα	Ποσοστό
Μόνοι	12	9.7%
Με σύντροφο/σύζυγο	24	19.4%
Με παρέα	57	46.0%
Με συγγενείς	29	23.4%
Με γκρουπ (οργανωμένα)	1	0.8%
Λόγω εργασίας	1	0.8%
Σύνολο	124	100.0%

Σε ένα ερωτηματολόγιο που αφορά τα ταξίδια, μία εξίσου κομβική ερώτηση αποτελεί με ποιον επιλέγουν τα άτομα να ταξιδέψουν.

Το ποσοστό λοιπόν που κυριαρχεί στο παρόν, είναι οι ερωτώμενοι που διαλέγουν να ταξιδέψουν με παρέα (46.0%), ενώ ακολουθεί το ποσοστό των συμμετεχόντων που επιλέγει τους συγγενείς στα ταξίδια του. Μικρότερο είναι το ποσοστό αυτών που επιλέγει το/τη σύντροφο ως παρέα για ένα ταξίδι (19.4%) ενώ λιγότεροι είναι εκείνοι που αποφασίζουν να ταξιδέψουν εντελώς μόνοι/-ες, μόλις δηλαδή το 9.7%



Γράφημα 8.2.4 – Συντροφικότητα και Ταξίδια

8.2.5. Επιλογή μέσου μεταφοράς για ταξίδια

Πίνακας 8.2.5 – Μέσο Μεταφοράς

5. Με τι μέσο ταξιδεύετε συνήθως;	Συχνότητα	Ποσοστό
Αεροπλάνο	19	15.3%
Πλοίο	23	18.5%
Τρένο	0	0.0%
Λεωφορείο	8	6.5%
Αυτοκίνητο/Μηχανή	13	10.5%

Συνδυασμός	59	47.6%
ΔΓ/ΔΑ	2	1.6%
Σύνολο	124	100.0%

Η επόμενη ερώτηση αφορά τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα επιλέγουν να ταξιδέψουν. Το μεγαλύτερο ποσοστό έχει κερδίσει ο συνδυασμός των προαναφερόμενων μέσων. Όμως, θα μπορούσε να υπάρχει επεξήγηση για την προτίμηση των μέσων, θα μπορούσε να λεχθεί ότι κερδίζει σε δημοφιλία το πλοίο με 23 άτομα από τους ερωτώμενους σε ποσοστό (18.5%). Ακολουθεί το αεροπλάνο με ποσοστό 15.3% και μόλις 19 άτομα να επιλέγουν τα εναέρια μέσα για την μετακίνησή τους. Αρκετά πιο κάτω είναι το ποσοστό των ατόμων που επιλέγει αποκλειστικά το λεωφορείο για τα ταξίδια του, μόλις το 6.5% ενώ λίγο πιο ψηλά σε προτίμηση βρίσκεται το αυτοκίνητο ή η μηχανή και τα άτομα που το προτιμούν αγγίζουν το 10.5%.

Αδιαμφισβήτητα βέβαια καθοριστικό ρόλο για την επιλογή του μέσου μετακίνησης αποτελεί και το εισόδημα το οποίο κερδίζουν και αποφασίζουν να επενδύσουν σε ταξίδια οι ερωτώμενοι.



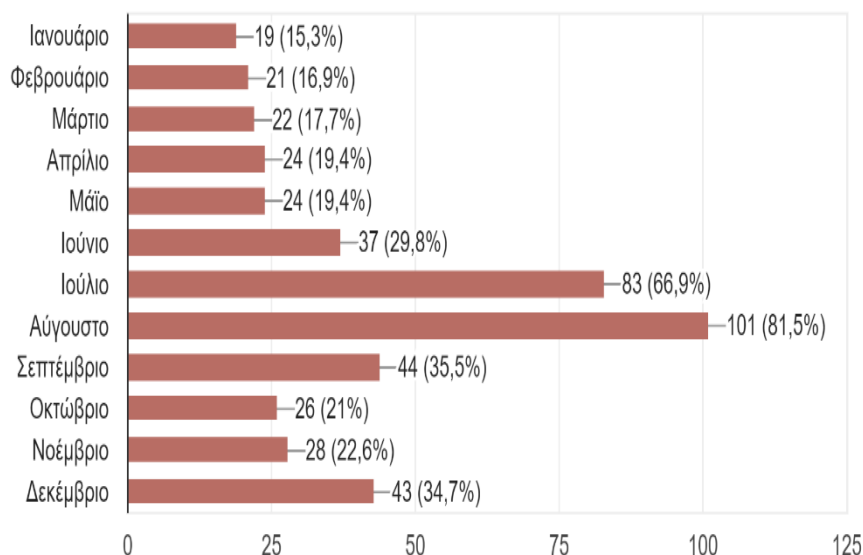
Γράφημα 8.2.5 – Μέσο Μεταφοράς

8.2.6. Επιλογή Μήνα Ταξιδιού

Γράφημα 8.2.6. Μήνας Πραγματοποίησης Ταξιδιού

6. Τι μήνες επιλέγετε συνήθως για τα ταξίδια σας, όλο το χρόνο; (Σημειώστε όσα ισχύουν)

124 απαντήσεις



Προχωρώντας στις περισσότερο επικεντρωμένες στα ταξίδια ερωτήσεις, η επόμενη αφορά το μήνα που επιλέγουν οι ερωτώμενοι να ταξιδέψουν. Σε αυτήν την ερώτηση δόθηκε η ευελιξία να απαντήσουν με περισσότερες από μία απαντήσεις, ώστε να μην υπάρχει ο περιορισμός σε ένα μόνο μήνα. Οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν δείχνουν πως τα άτομα τείνουν να ταξιδεύουν καθόλη τη διάρκεια του έτους. Κυρίαρχος όμως στις προτιμήσεις των ατόμων φαίνεται πως είναι ο Αύγουστος με ποσοστό 81.5%. Αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο πως τα ερωτηματολόγια που διαμοιράστηκαν αφορούσαν κυρίως Έλληνες/ - νίδες τουρίστες/ -τριες, οι οποίοι επιδιώκουν τις καλοκαιρινές διακοπές τόσο από άποψη προτίμησης όσο και από άποψη ελαχιστοποίησης ή και παύσης υποχρεώσεων.

Φυσικά αντίστοιχη δημοφιλία κερδίζουν και άλλοι μήνες του καλοκαιριού, όπως ο Ιούλιος με ποσοστό 66.9% ενώ αρκετοί ερωτώμενοι έχουν σημειώσει πως επιθυμούν και επιδιώκουν ταξίδια με την έναρξη του φθινοπώρου αφού ο Σεπτέμβρης κερδίζει ένα ποσοστό του 35.5%. Δεδομένου πως τουλάχιστον στην Ελλάδα ο καιρός παραμένει το ίδιο καλός ίσως και καλύτερος και μετά τον Αύγουστο εξηγεί την προτίμηση αρκετών σε αυτόν το μήνα για χαλάρωση, ξεκούραση ή και εξερεύνηση.

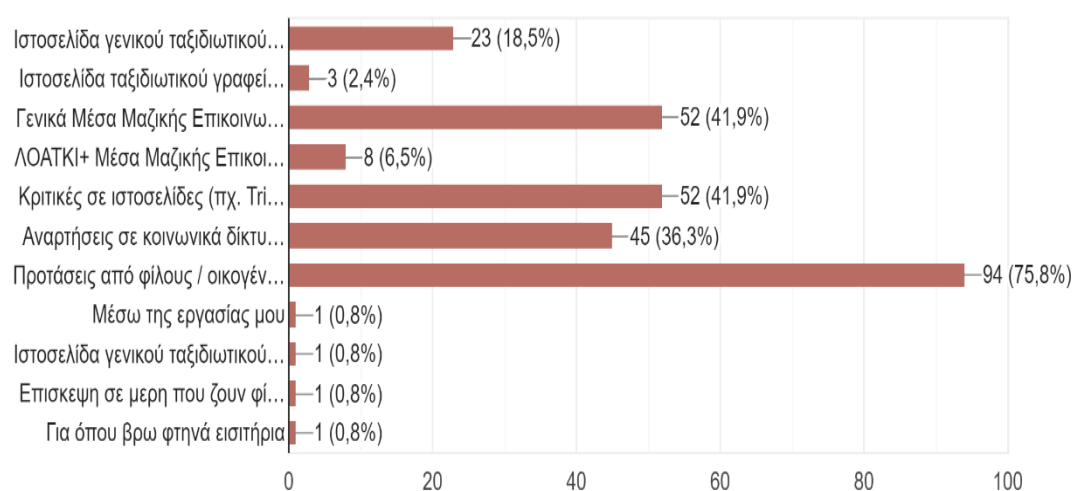
Ο επόμενος μήνας που συγκεντρώνει αρκετούς/-ες οπαδούς (34.7%) φαίνεται πως είναι ο Δεκέμβριος, μήνας που συνδυάζεται κυρίως με γιορτινές ημέρες, ζεστό κλίμα και ανάγκη για μία χειμερινή απόδραση.

8.2.7. Τρόπος Ενημέρωσης για τα ταξίδια

Γράφημα 8.2.7. Μέσο Ενημέρωσης

7. Με ποιον τρόπο ενημερώνεστε συνήθως για τον προορισμό; (Σημειώστε ως 3 επιλογές)

124 απαντήσεις



Η επόμενη ερώτηση αφορά στον τρόπο με τον οποίο ενημερώνονται τα άτομα για τα ταξίδια τους και ιδίως για τον προορισμό που θα επιλέξουν. Όπως ακριβώς και στην προηγούμενη ερώτηση δόθηκε στους ερωτώμενους η εναλλακτική να επιλέξουν παραπάνω από μία απαντήσεις, εφόσον η ενημέρωσή τους δε γίνεται μόνο με ένα τρόπο. Επομένως, το παραπάνω διάγραμμα ξεχωρίζει με ποσοστό 75.8% πως η σύσταση από φίλους συνιστά πολύ σημαντικό και καίριο παράγοντα.

Φυσικά, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τόσο τα γενικά μέσα επικοινωνίας (41.9%) όσο και οι σελίδες (41.9%) όπως Tripadvisor όπου οι επισκέπτες πληροφορούνται τόσο για το κατάλυμα όσο και για τον προορισμό και τις δραστηριότητες που μπορούν να απολαύσουν εκεί. Εξίσου σημασία φαίνεται να δείχνουν τα άτομα σε αναρτήσεις των social media, τα οποία πλέον έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην καθημερινότητα των ανθρώπων.

Μικρότερα ποσοστά φαίνεται πως κερδίζουν οι συστάσεις από το χώρο εργασίας ή τα μέρη στα οποία οι ερωτώμενοι έχουν συγγενείς και φίλους.

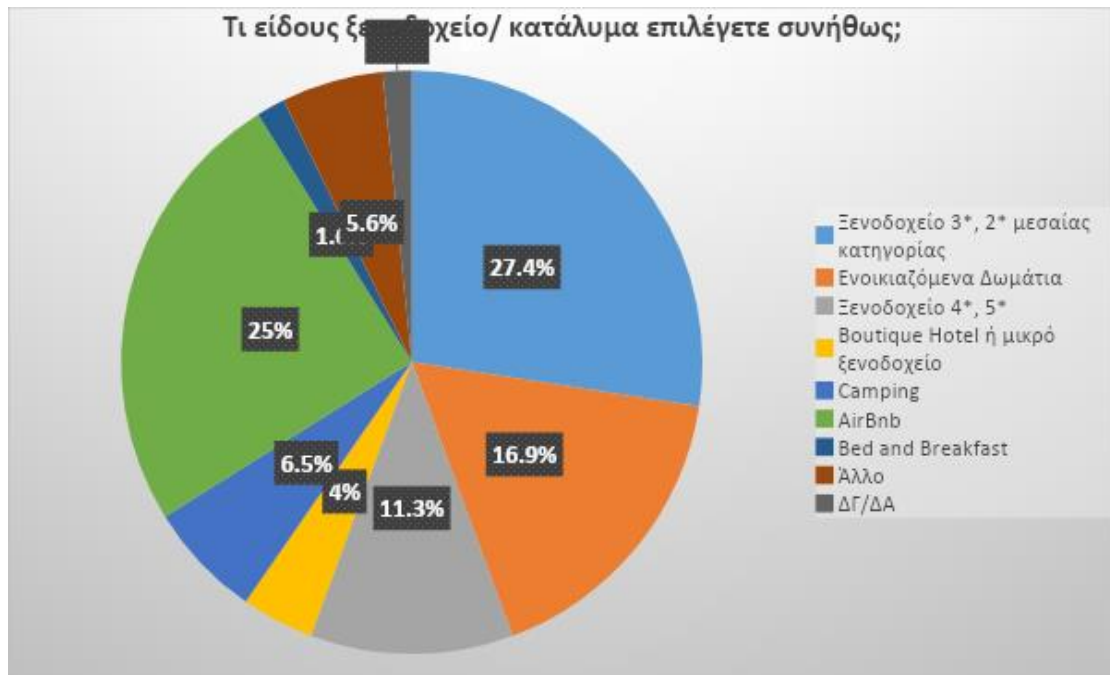
8.2.8. Επιλογή είδους καταλύματος

Πίνακας 8.2.8 – Είδος Καταλύματος

8. Τι είδους ξενοδοχείο / κατάλυμα επιλέγετε συνήθως;	Συχνότητα	Ποσοστό
Ξενοδοχείο 3*, 2* μεσαίας κατηγορίας	34	27.4%
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	21	16.9%
Ξενοδοχείο 4*, 5*	14	11.3%
Boutique Hotel ή μικρό ξενοδοχείο	5	4.0%
Camping	8	6.5%
AirBnb	31	25.0%
Bed and Breakfast	2	1.6%
Άλλο	7	5.6%
ΔΓ/ΔΑ	2	1.6%
Σύνολο	124	100.0%

Προχωρώντας λοιπόν, ακολουθεί η ερώτηση για τον τύπο καταλύματος που επιλέγουν οι ερωτώμενοι.

Ανάμεσα λοιπόν σε ένα εύρος επιλογών καταλυμάτων, πρώτο στην προτίμηση των ερωτώμενων έρχονται τα ξενοδοχεία μεσαίας κατηγορίας 2*3* αντίστοιχα, με ποσοστό 27,4%. Ιδιαίτερη δημοφιλία έχουν επίσης και τα Airbnb κερδίζοντας ποσοστό 25% στην παρούσα έρευνα με αμέσως επόμενα στην προτίμηση να έρχονται τα ενοικιαζόμενα δωμάτια (16.9%). Μικρότερη απήχηση έχουν τα Camping, τα Boutique Ξενοδοχεία ή τα τύπου Bed&Breakfast.



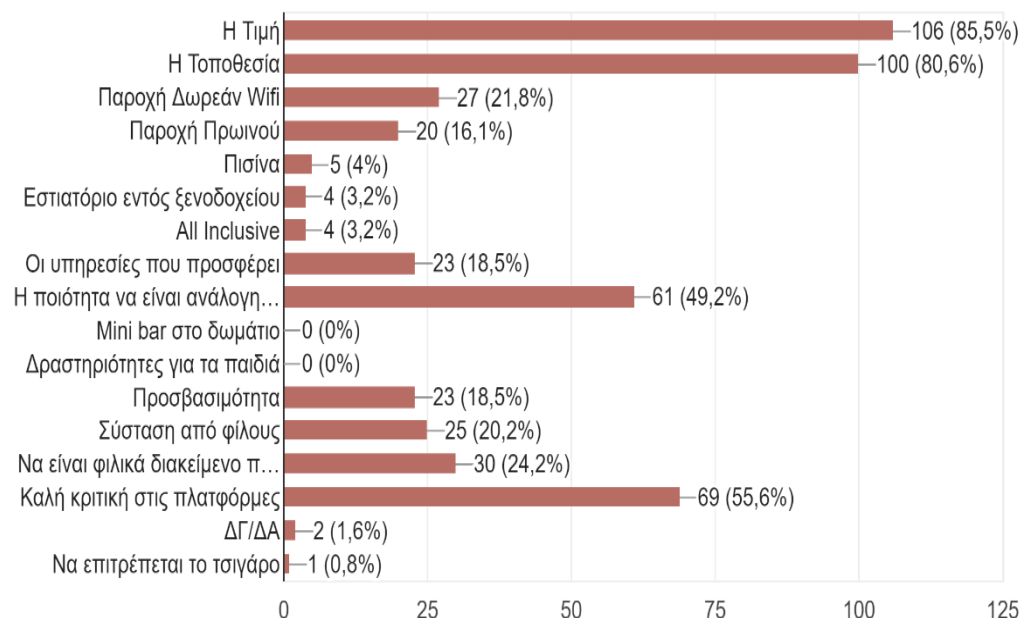
Γράφημα 8.2.8 – Είδος Καταλύματος

8.2.9. Κριτήριο επιλογής καταλύματος διαμονής

Γράφημα 8.2.9 – Επιλογή καταλύματος

9. Με τι κριτήριο επιλέγετε το κατάλυμα που θα διαμείνετε στον εκάστοτε προορισμό; (Παρακαλώ επιλέξτε όσα ισχύουν, μέχρι 5)

124 απαντήσεις



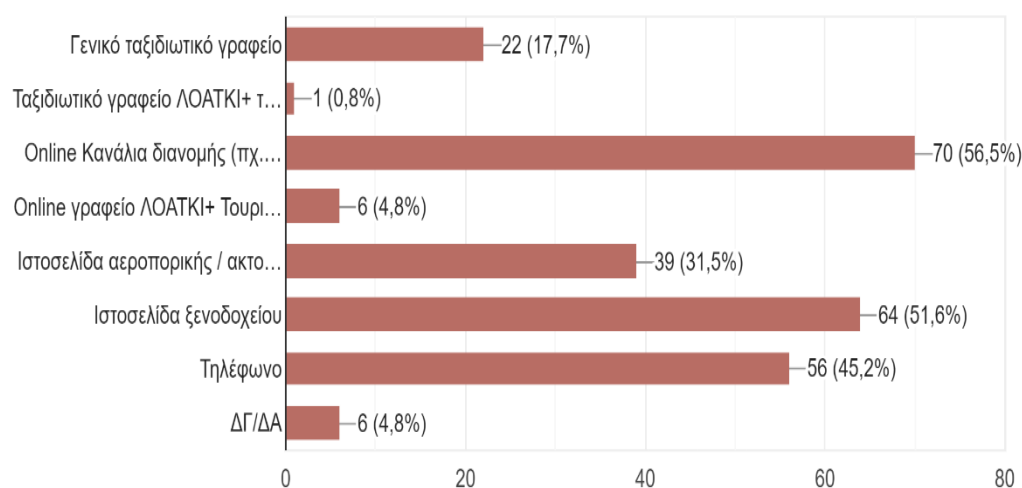
Εξίσου σημαντική ερώτηση στην συγκεκριμένη ενότητα αποτελεί το κριτήριο με το οποίο επιλέγουν οι επισκέπτες το κατάλυμα στο οποίο θα διαμείνουν. Το πιο σημαντικό σύμφωνα με τις δοθείσες απαντήσεις είναι η τιμή του καταλύματος, με ποσοστό 85,5%. Με μικρή διαφορά και ποσοστό 80,6% ακολουθεί η τοποθεσία του καταλύματος, ενώ με ποσοστό 55,6% οι επισκέπτες επιλέγουν το κατάλυμα στο οποίο θα διαμείνουν βάσει των θετικών κριτικών που έχουν λάβει στις σχετικές πλατφόρμες. Βέβαια, κριτήρια όπως η προσφερόμενη ποιότητα να είναι ανάλογης της τιμής του εκάστοτε καταλύματος διαφαίνεται πως επίσης διαδραματίζει κομβικό ρόλο (18,5%) στην επιλογή, εφόσον θα μπορούσε να συνδυαστεί με την τιμή. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες, η παροχή πρωινού, το Wi-Fi, η προσβασιμότητα ενός καταλύματος, η στάση του απέναντι στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα είναι σημαντικά κριτήρια τα οποία λαμβάνονται υπόψη όταν πρόκειται να επιλεγεί ένα κατάλυμα για το ταξίδι των συμμετοχόντων.

8.2.10 Μέθοδος κράτησης

Γράφημα 8.2.10 – Μέθοδος Κράτησης

10. Όταν ταξιδεύετε, τι μέθοδο συνήθως επιλέγετε για τις κρατήσεις σας; (σημειώστε όσα ισχύουν έως 3 απαντήσεις)

124 απαντήσεις



Συνεχίζοντας στην ενότητα που αφορά την εμπάθυνση της μελέτης των ταξιδιών, ακολουθεί η ερώτηση σχετικά με το πως επιλέγουν οι συμμετέχοντες να προχωρήσουν σε κράτηση. Στην ερώτηση αυτή δόθηκε η ευελιξία στους ερωτώμενους να απαντήσουν σε περισσότερες από μία απαντήσεις

Τα online, λοιπόν κανάλια διανομής με ποσοστό 56,5% φαίνεται πως κυριαρχεί στις προτιμήσεις λόγω της ευκολίας και της αμεσότητας που προσφέρεται.

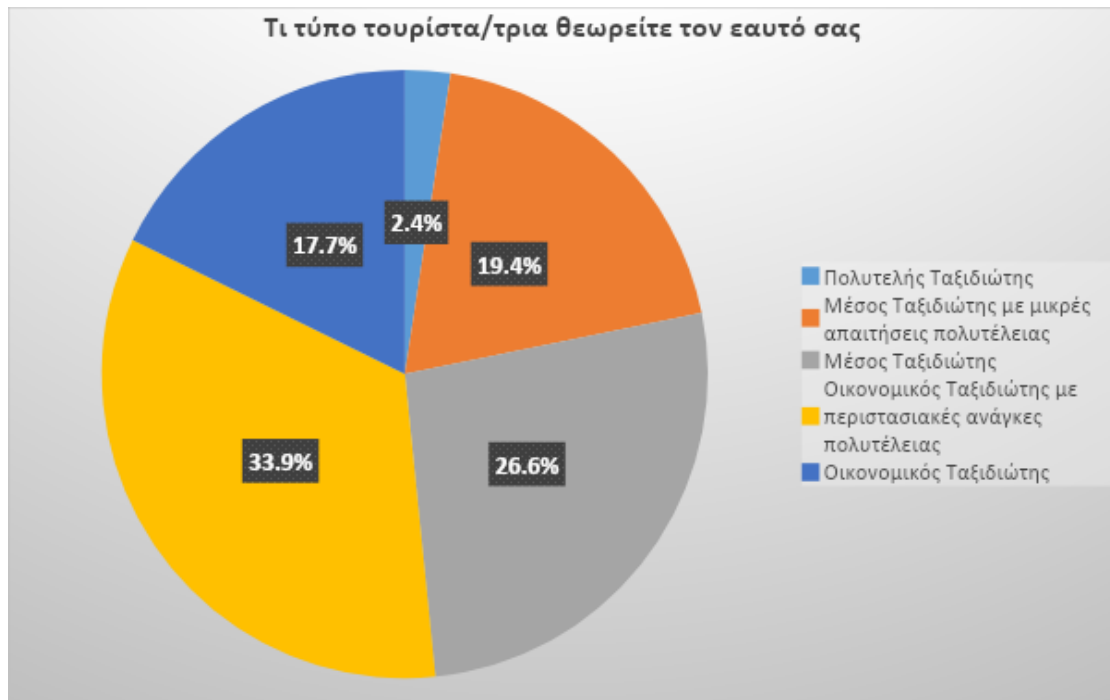
Με βάση το παραπάνω γράφημα παρατηρούμε πως για το 56.5% (n=70) βασικό κριτήριο επιλογής καταλύματος διαμονής, είναι τα online κανάλια διανομής, ενώ αμέσως επόμενη επιλογή με ποσοστό 51.6% (n=64) αποτελεί η ιστοσελίδα του ξενοδοχείου.

8.2.11 Τύπος τουρίστας/-τριας

Πίνακας 8.2.11 – Τύπος τουρίστα

11. Τι τύπο τουρίστα/-τρια θεωρείτε τον εαυτό σας βάσει του προϋπολογισμού που διαθέτετε;	Συχνότητα	Ποσοστό
Πολυτελής Ταξιδιώτης	3	2.4%
Μέσος Ταξιδιώτης με μικρές απαιτήσεις πολυτελείας	24	19.4%
Μέσος Ταξιδιώτης	33	26.6%
Οικονομικός Ταξιδιώτης με περιστασιακές ανάγκες πολυτελείας	42	33.9%
Οικονομικός Ταξιδιώτης	22	17.7%
Σύνολο	124	100.0%

Μία ερώτηση που συνέβαλε στην δομή και εξέλιξη της έρευνας αποτελεί η παραπάνω και επικεντρώνεται στο τον τύπο τουρίστα θεωρεί πως είναι ο/η κάθε ερωτώμενος/-η. Αναμφίβολα, σχετίζεται και με το οικονομικό υπόβαθρο στο οποίο ανήκει. Εστιάζοντας λοιπόν στα στοιχεία του παραπάνω πίνακα και του γραφήματος που ακολουθεί, παρατηρούμε πως το 33.9% (n=42) θεωρεί τον εαυτό του οικονομικό ταξιδιώτη με περιστασιακές ανάγκες πολυτελείας, ενώ το 26.6% (n=33) θεωρεί τον εαυτό του ως μέσο ταξιδιώτη με μικρές απαιτήσεις πολυτελείας.



Γράφημα 8.2.11 – Τύπος Τουρίστα

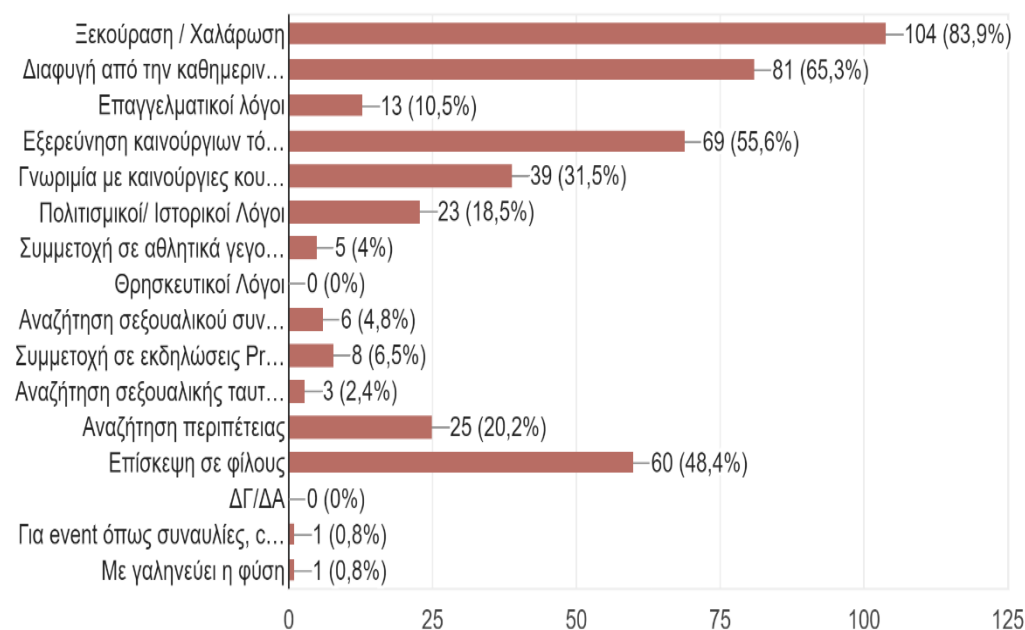
8.3. – Ταξιδιωτικές Προτιμήσεις και Επιλογές

8.3.1. Λόγοι Ταξιδιού

Γράφημα 8.3.1 – Λόγοι Ταξιδιού

12. Για ποιους λόγους ταξιδεύετε συνήθως; (Σημειώστε όσα ισχύουν, ως 4 απαντήσεις)

124 απαντήσεις



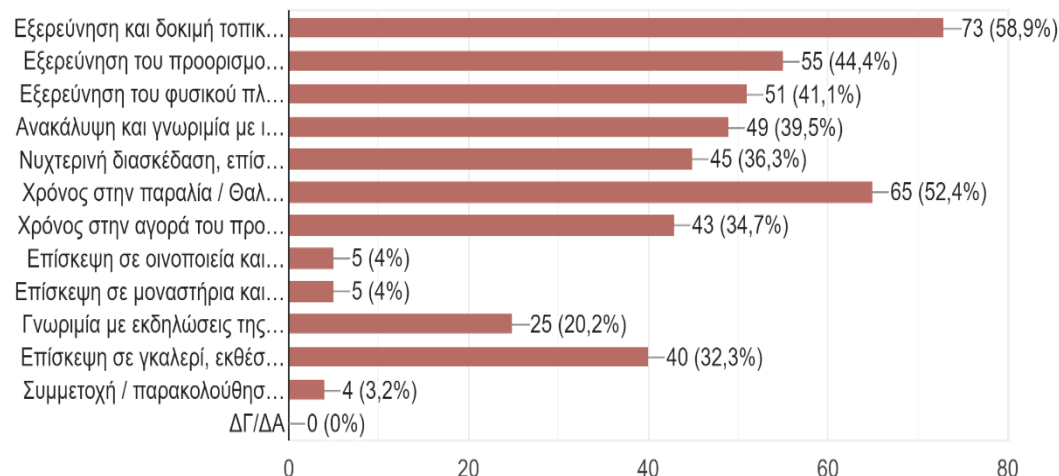
Η 3^η ενότητα του ερωτηματολογίου εστιάζει στις ταξιδιωτικές προτιμήσεις και επιλογές των ερωτώμενων. Αρχικά, λοιπόν, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στους λόγους για τους οποίους ταξιδεύουν οι συμμετέχοντες/-ουσες στην έρευνα. Δεν υπήρχε αυστηρά η επιλογή μίας απάντησης, επομένως υπήρξε η ευελιξία της επιλογής περισσότερων από 2 λόγους. Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό 83,9% ταξιδεύει για την ξεκούραση και τη χαλάρωση. Ο αμέσως επόμενος λόγος που συνδέεται άρρηκτα με την πρώτη επιλογή είναι η διαφυγή από την καθημερινότητα με ποσοστό 65,3%. Εξίσου σημαντικός λόγος για να ταξιδέψει κάποιος βάσει των απαντήσεων που δόθηκαν είναι η εξερεύνηση καινούργιων τόπων (55,6%). Λιγότερο ταξιδεύουν οι ερωτώμενοι για επαγγελματικούς λόγους ή για να συμμετέχουν σε διάφορα αθλητικά γεγονότα ή ακόμη και την αναζήτηση σεξουαλικού συντρόφου.

8.3.2. Επιλογή Δραστηριοτήτων στον εκάστοτε προορισμό

Γράφημα 8.3.2. – Δραστηριότητες κατά το ταξίδι

13. Τι είδους δραστηριότητες συνήθως επιλέγετε στον εκάστοτε προορισμό; (Σημειώστε όσα ισχύουν, ως 4 απαντήσεις)

124 απαντήσεις



Η ενότητα αυτή εστιάζει επίσης στις δραστηριότητες που επιλέγουν οι ερωτώμενοι κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους. Επίσης αυτή η ερώτηση επιδέχεται παραπάνω από μία απαντήσεις και τα υψηλότερα ποσοστά κερδίζουν η εξερεύνηση και δοκιμή της τοπικής γαστρονομίας με ποσοστό 58,9% ενώ επίσης υψηλά στις προτιμήσεις των ερωτώμενων είναι το να περάσουν χρόνο στην παραλία και να επιδοθούν σε θαλάσσια σπορ (52,4%). Εξίσου ενδιαφέρουσες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των ταξιδιών αποτελούν η εξερεύνηση του προορισμού (44,4%), του φυσικού πλούτου (41,4%), η ανακάλυψη και γνωριμία με την ιστορία του τόπου(39,5%). Λιγότερο ενδιαφέρον δείχνουν κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους για τα οινοποιεία ή για τα μοναστήρια και τις εκκλησίες της κάθε περιοχής.

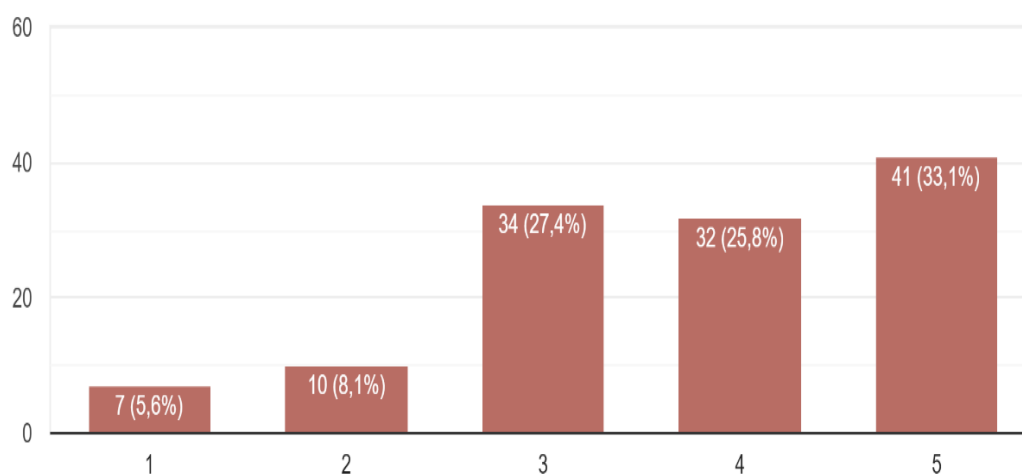
8.3.3. Αξιολόγηση κάθε παράγοντα σε σχέση με την επιλογή ενός προορισμού

Στα γραφήματα 8.3.3-8.3.15 που ακολουθούν η αξιολόγηση γίνεται με βάση μια βαθμολογική κλίμακα Likert από το 1-5. (Όπου 1= Καθόλου σημαντικό, 2= Ελάχιστα σημαντικό, 3= Μέτρια σημαντικό, 4= Αρκετά σημαντικό και 5= Πολύ σημαντικό). Αυτή η αξιολόγηση, εστιάζει σε συγκεκριμένους παράγοντες που συμβάλλουν ή όχι στην επιλογή ενός προορισμού από τους ερωτώμενους.

Γράφημα 8.3.3 – Στάση απέναντι στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα

Φιλικά διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα

124 απαντήσεις

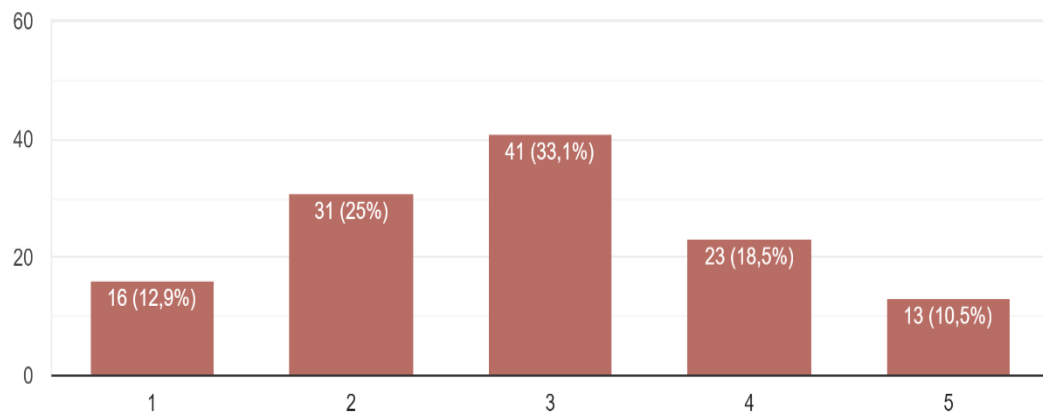


Με βάση το παραπάνω γράφημα, παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό 33.1% (n=41) θεωρεί για την επιλογή ενός προορισμού πολύ σημαντικό αυτός να είναι φιλικά διακείμενος προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα ενώ ένα ελάχιστο ποσοστό 5.6% (n=7) δεν το θεωρεί σημαντικό.

Γράφημα 8.3.4. – Δημοφιλία προορισμού στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα

Δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα

124 απαντήσεις

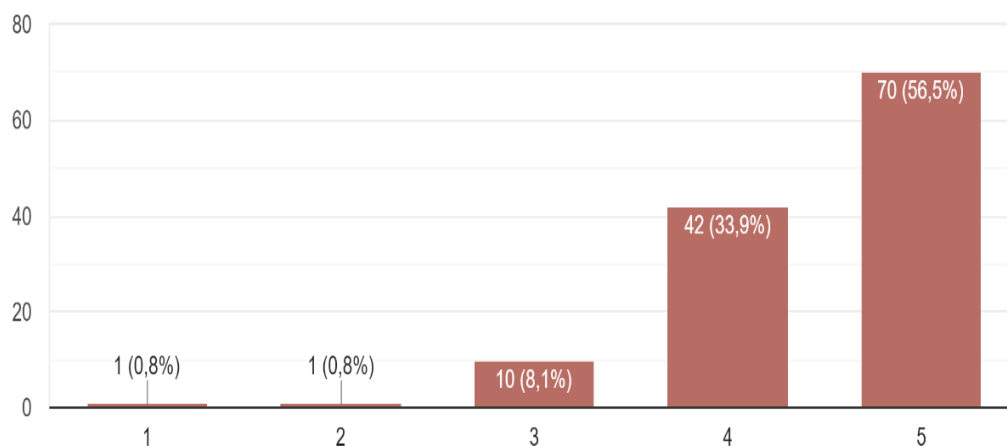


Το εν λόγω γράφημα αξιολογεί πόσο σημαντικό είναι για έναν προορισμό να είναι δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Ως εκ τούτου, λοιπόν, με βάση το παραπάνω γράφημα, παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό 33.1% (n=41) θεωρεί για την επιλογή ενός προορισμού μέτρια σημαντικό αυτός να είναι δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα ενώ ένα μικρό ποσοστό 12.9% (n=16) δεν το θεωρεί σημαντικό.

Γράφημα 8.3.5. – Ασφάλεια προορισμού

Ασφάλεια (χαμηλά επίπεδα εγκληματικότητας)

124 απαντήσεις

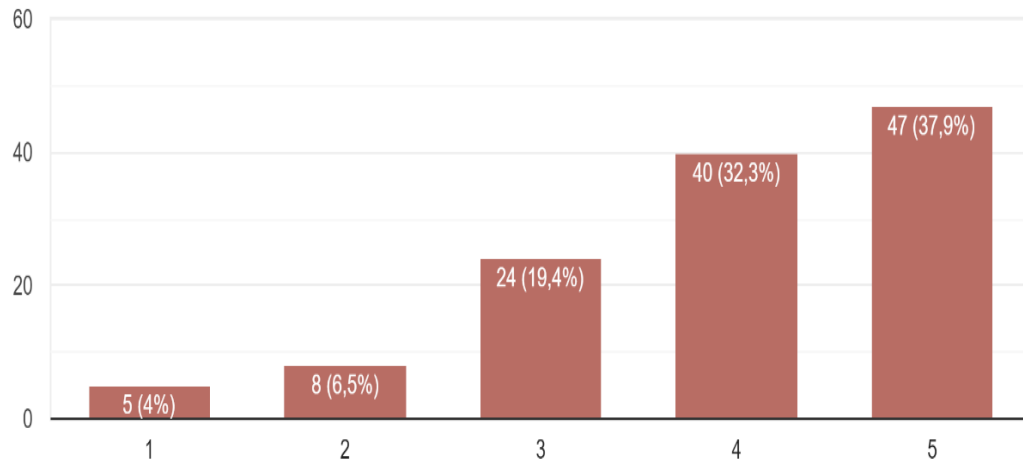


Η ασφάλεια ενός προορισμού είναι αρκετά σημαντικός παράγοντας όταν οι άνθρωποι σχεδιάζουν να ταξιδέψουν, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για προορισμούς οι οποίοι καλωσορίζουν ταξιδιώτες της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας και ορισμένα μέρη ανά τον κόσμο μπορούν να αποβούν κι επικίνδυνα. Με βάση, λοιπόν, το παραπάνω γράφημα, το μεγαλύτερο ποσοστό 56.5% (n=70) θεωρεί για την επιλογή ενός προορισμού πολύ σημαντική την ασφάλεια, να υπάρχει δηλαδή χαμηλό επίπεδο εγκληματικότητας ενώ μόνο το 0.8% (n=1) δεν το θεωρεί σημαντικό.

Γράφημα 8.3.6. – Παροχές προορισμού

Άνεση και καλό φαγητό

124 απαντήσεις

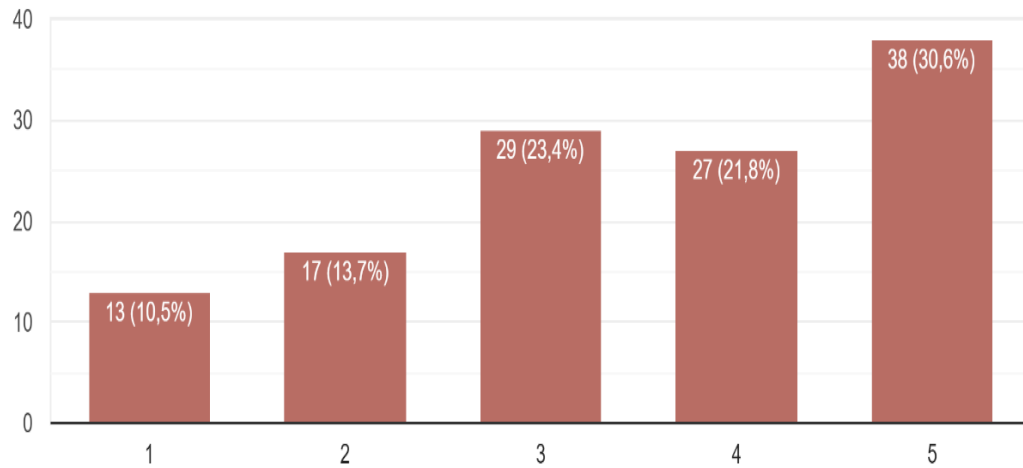


Η άνεση και το καλό φαγητό είναι από τους παράγοντες που κρίνεται ένας προορισμός. Οι ερωτώμενοι στην παρούσα ερώτηση απάντησαν πως είναι αρκετά σημαντικό σε ποσοστό 37,9% τόσο να απολαμβάνουν την άνεση, όσο και το καλό φαγητό στα ταξίδια τους. Αντίθετα, μόνο το 4% αυτών (n=5) δεν το θεωρεί ιδιαίτερα σημαντικό.

Γράφημα 8.3.7. – Ήλιος και Θάλασσα

Ήλιος και Θάλασσα

124 απαντήσεις

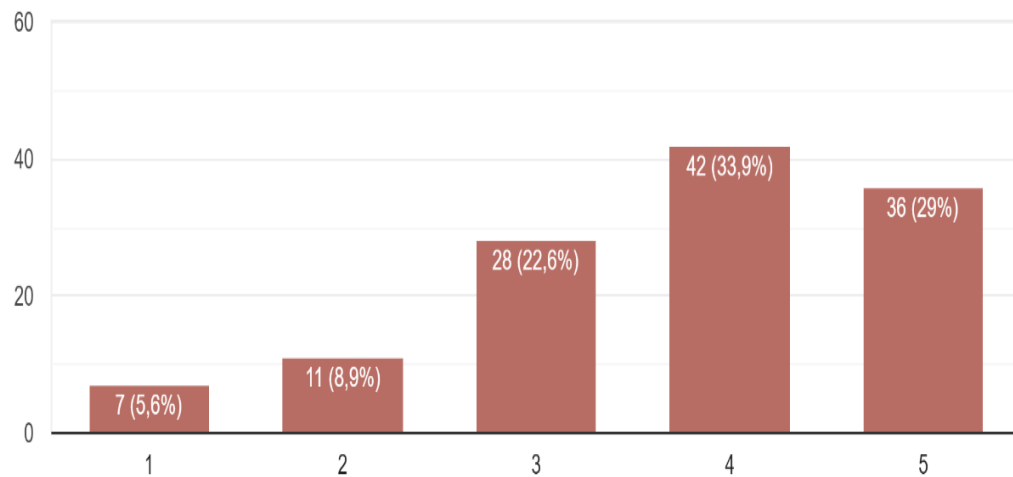


Επόμενο κριτήριο σημαντικό ή μη για τον προορισμό είναι αυτό που θα μπορούσε να λεχθεί «Ήλιος και Θάλασσα». Σε αυτή την περίπτωση λοιπόν φαίνεται ότι το επιχείρημα ενισχύεται από το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων σε ποσοστό 30,6%. Εδώ όμως τα ποσοστά που δε θεωρούν αυτό το κριτήριο το μέγιστο σημαντικό είναι εξίσου υψηλά όπως παρουσιάζεται και στο ραβδόγραμμα.

Γράφημα 8.3.8. – Φυσικός Πλούτος προορισμού

Φυσικό/ πολιτιστικό/ ιστορικό πλούτο

124 απαντήσεις

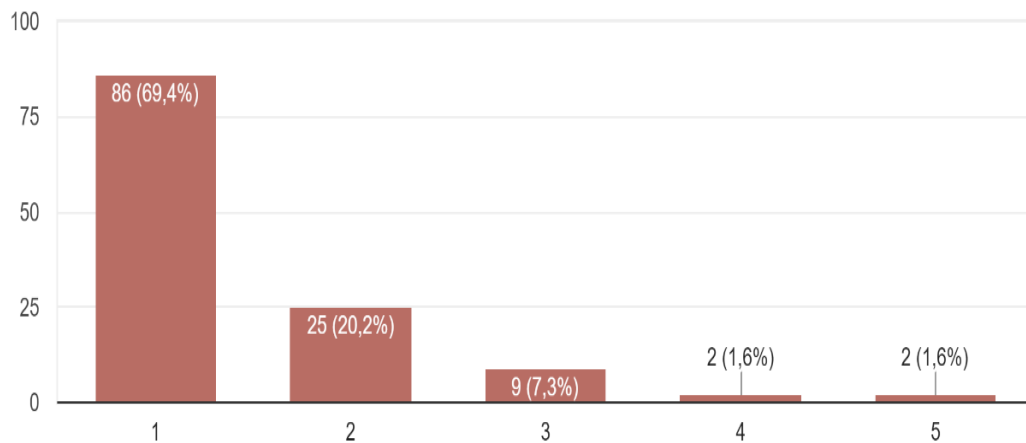


Το επόμενο κριτήριο για την επισκεψιμότητα ενός προορισμού και πόσο σημαντικό είναι εν τέλει είναι αυτό του φυσικού / πολιτιστικού/ ιστορικού πλούτου της εκάστοτε περιοχής. Το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν δεν το θεωρούν υψίστης σημαντικότητας για αυτό και το έχουν βαθμολογήσει με 4 (33,9%). Μόνο το 5,6% το θεωρεί καθόλου σημαντικό και το έχει βαθμολογήσει με 1.

Γράφημα 8.3.9. – Θρησκευτικό Ενδιαφέρον προορισμού

Θρησκευτικό Ενδιαφέρον

124 απαντήσεις

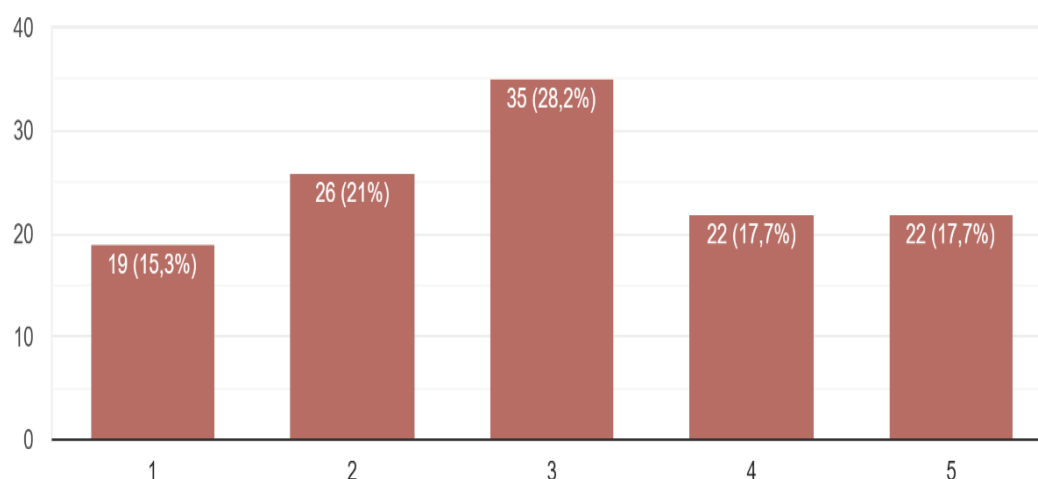


Το θρησκευτικό ενδιαφέρον που ενδεχομένως παρουσιάζει ο εκάστοτε προορισμός κλήθηκαν να αξιολογήσουν επίσης οι ερωτώμενοι. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών με ποσοστό 69,4% θεώρησαν το κριτήριο αυτό καθόλου σημαντικό και ως εκ τούτου δε συμβάλλει καθόλου στον τρόπο που επιλέγουν τα ταξίδια τους.

Γράφημα 8.3.10. – Εκδηλώσεις στον προορισμό

Φεστιβάλ, εκδηλώσεις, συναυλίες

124 απαντήσεις

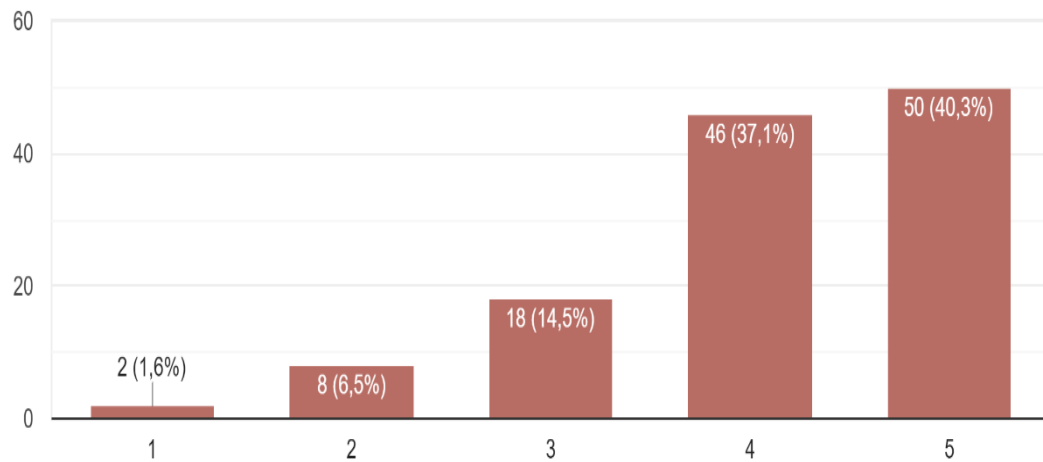


Ανάμεσα στα κριτήρια που τα οποία συμβάλλουν στην επιλογή του κάθε προορισμού αρκετές φορές είναι τα φεστιβάλ, οι εκδηλώσεις και οι συναυλίες που διεξάγονται. Υπάρχουν μάλιστα περιπτώσεις όπου ένας προορισμός είναι επισκέψιμος κατά κύριο λόγο την περίοδο που διεξάγεται κάποιο από τα προαναφερθέντα. Το παραπάνω ραβδόγραμμα παρουσιάζει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων (28,2%) το θεωρεί μετρίως σημαντικό όταν οργανώνουν ένα ταξίδι και επιλέγουν το μέρος που θα επισκεφτούν. Σημαντικό ποσοστό αυτών (15,3%) δεν το θεωρεί καθόλου σημαντικό και δεν το λαμβάνει υπόψιν.

Γράφημα 8.3.11. – Πρόσβαση στον προορισμό

Ευκολία Πρόσβασης στον προορισμό

124 απαντήσεις

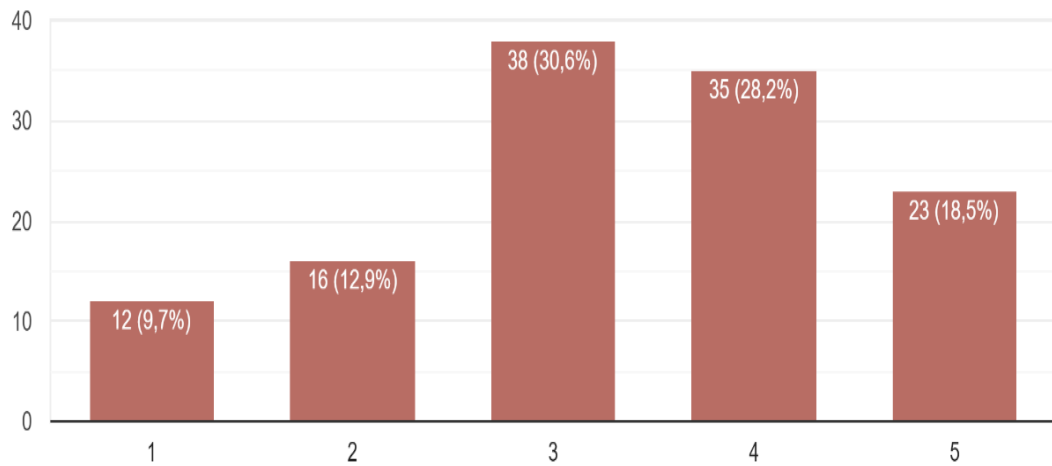


Ο επόμενος παράγοντας που κλήθηκαν να αξιολογήσουν οι ερωτώμενοι ήταν το ποσό σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η ευκολία πρόσβασης στον προορισμό. Το μεγαλύτερο ποσοστό (40,3%) θεωρεί πως είναι πολύ σημαντικό – και όχι άδικα θα μπορούσε να λεχθεί. Ελάχιστο ποσοστό αυτών (1,6%) κρίνει και αξιολογεί αυτόν τον παράγοντα καθόλου σημαντικό.

Γράφημα 8.3.12. – Ήσυχο περιβάλλον

Ήσυχο περιβάλλον

124 απαντήσεις

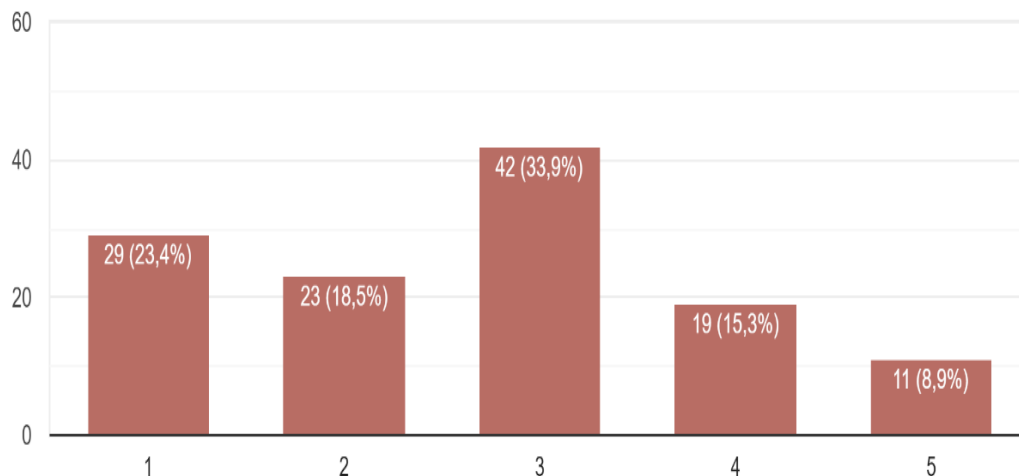


Το ήσυχο περιβάλλον γενικά μιλώντας σε έναν προορισμό είναι μετρίως σημαντικό για τους ερωτώμενους, αφού το πλήθος αυτών με ποσοστό (30,6%) βαθμολόγησε με 3 το κριτήριο αυτό, χωρίς βέβαια αυτό να ακυρώνει την σημαντικότητα αυτού. Την ίδια στιγμή, ένα ποσοστό 9,7% (n=12) δεν το θεωρεί σημαντικό.

Γράφημα 8.3.13. Εκδηλώσεις ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας

Εκδηλώσεις και δραστηριότητες ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας

124 απαντήσεις

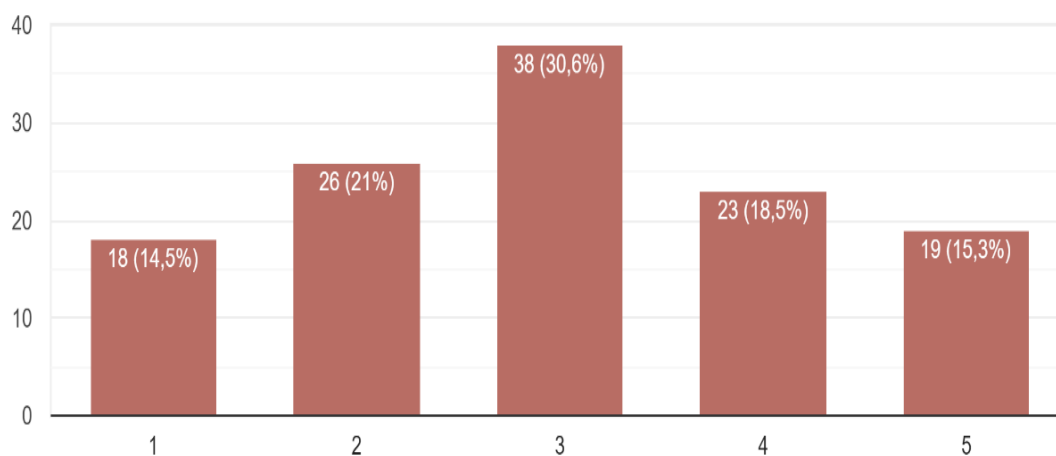


Προχωρώντας, τα κριτήρια γίνονται πιο συγκεκριμένα και εστιάζουν στις προτιμήσεις των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Με βάση το παραπάνω γράφημα, λοιπόν, το παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό 33.9% (n=42) θεωρεί για την επιλογή ενός προορισμού μέτρια σημαντικό να διενεργούνται εκδηλώσεις και δραστηριότητες ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό 23.4% (n=29) δεν το θεωρεί σημαντικό. Παρατηρείται μια ουδέτερη στάση.

Γράφημα 8.3.14. ΛΟΑΤΚΙ + Κουλτούρα και χώροι

ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα και χώροι

124 απαντήσεις

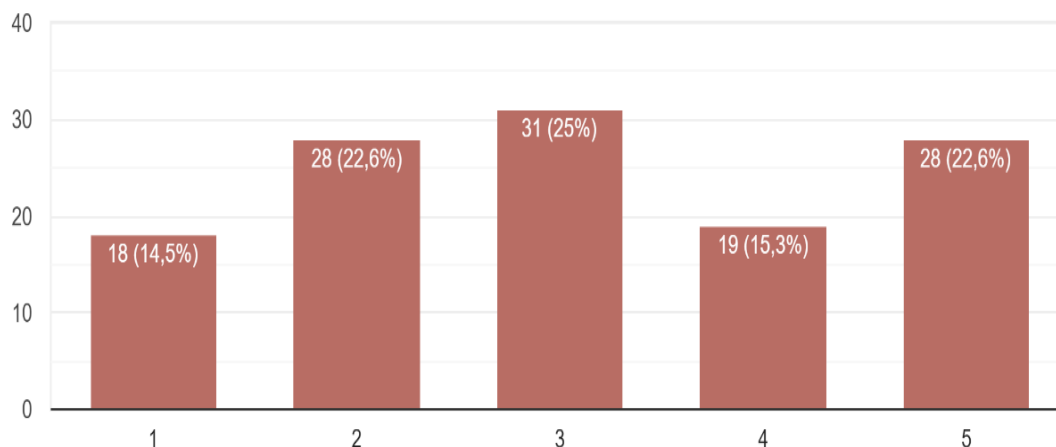


Η κουλτούρα και οι χώροι στους οποίους αλληλεπιδρά η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα είναι ένα ακόμη στοιχείο το οποίο καθόσον φαίνεται και στο παραπάνω διάγραμμα, δεν το θεωρεί απαραίτητα πολύ σημαντικό για την επιλογή ενός προορισμού. Το 30,6% των ερωτώμενων έχει βαθμολογήσει αυτό το κριτήριο με 3, γεγονός που ίσως μαρτυρά πως η ελληνική πραγματικότητα έχει ενσωματώσει στο σύνολό της τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα χωρίς τα άτομα να αναζητούν «διασκέδαση που να απευθύνεται σε αυτούς και να τους αποδέχεται».

Γράφημα 8.3.15. – ΛΟΑΤΚΙ+ νυχτερινή ζωή

ΛΟΑΤΚΙ+ νυχτερινή ζωή

124 απαντήσεις



Στο ίδιο πλαίσιο κινείται και η επόμενη ερώτηση που κλήθηκαν να απαντήσουν, βαθμολογώντας οι ερωτώμενοι αναφορικά με την νυχτερινή ζωή που να απευθύνεται αποκλειστικά στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα. Όπως έχει ήδη αναφερθεί στο θεωρητικό πλαίσιο, υπάρχουν τα *gay villages* και όταν γίνεται αναφορά στην νυχτερινή ζωή της Αθήνας, αυτό εντοπίζεται κυρίως στο Γκάζι. Το παραπάνω κριτήριο ο μεγαλύτερος αριθμός των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα (25%), θεωρούν μετρίως σημαντικό αυτόν τον παράγοντα.

Αυτό υπογραμμίζει πως ίσως η ελληνική πραγματικότητα έχει ενσωματώσει στο σύνολό της τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα χωρίς τα άτομα να αναζητούν «διασκέδαση που να απευθύνεται σε αυτούς και να τους αποδέχεται».

8.3.1. – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Φιλικού Καταλύματος

Πίνακας 8.3.16. – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Φιλικού Καταλύματος

Η συμπεριφορά του προσωπικού στα καταλύματα πρέπει κατά τη γνώμη σας:	Συχνότητα	Ποσοστό
Να διαφοροποιείται μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων ζευγαριών υπό συνθήκες	2	1.6%
Να μη διαφοροποιείται μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων ζευγαριών	67	54.0%
Να ανταποκρίνεται στις διαφοροποιημένες ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας	46	37.1%
Δε με απασχολεί	9	7.3%
Σύνολο	124	100.0%



Γράφημα 8.3.16 - Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Φιλικού Καταλύματος

Η ερώτηση που ακολουθεί αφορά τη γνώμη των ερωτώμενων όσον αφορά την συμπεριφορά του προσωπικού στα διάφορα καταλύματα ως προς τους επισκέπτες της

ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό (54%) θεωρεί πως η συμπεριφορά του προσωπικού δεν πρέπει να διαφοροποιείται μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων ζευγαριών ενώ ένα εξίσου υψηλό ποσοστό (37,1%) θεωρεί πως θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις διαφοροποιημένες ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας. Μόλις ένα μικρό ποσοστό ύψους 1,6% πιστεύει πως θα πρέπει να διαφοροποιείται η συμπεριφορά των επαγγελματιών του τουρισμού ανάμεσα στα ομόφυλα και τα ετερόφυλα ζευγάρια υπό συνθήκες.

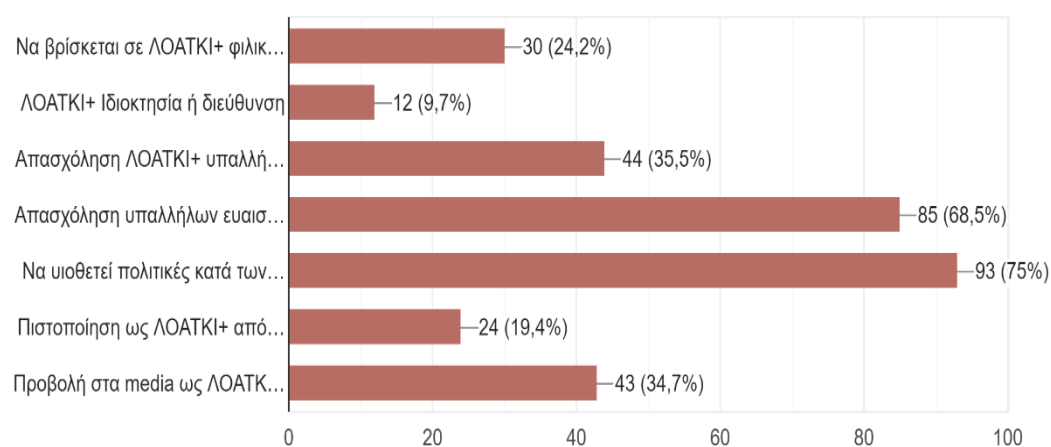
Τα στοιχεία του πίνακα παρουσιάζονται και σε πίτα για οπτικοποίηση των αποτελεσμάτων και καλύτερη κατανόηση.

8.3.2. – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Καταλύματος

Γράφημα 8.3.17 – Χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ Καταλύματος

16. Από τα παρακάτω ποιο / ποια χαρακτηριστικά θα πρέπει να διαθέτει κατά τη γνώμη σας ένα ΛΟΑΤΚΙ+ φιλικό κατάλυμα (σημειώστε όσα ισχύουν, ως 3 απαντήσεις);

124 απαντήσεις



Κλείνοντας και ολοκληρώνοντας το ερωτηματολόγιο, οι ερωτώμενοι απάντησαν στην ερώτηση που αφορά τα χαρακτηριστικά ενός ΛΟΑΤΚΙ+ καταλύματος και σε αυτή την ερώτηση μπορούσαν να επιλέξουν ως 3 απαντήσεις. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών (75%) θεώρησαν πως για να μπορεί να χαρακτηριστεί ένα κατάλυμα ως φιλικό διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα θα πρέπει να υιοθετεί πολιτικές κατά των διακρίσεων στο σύνολό του.

Επιπλέον ένα υψηλό ποσοστό (68,5%) πιστεύει πως ένα κατάλυμα θα πρέπει να απασχολεί υπαλλήλους ευαισθητοποιημένους φυλετικών - θρησκευτικών διακρίσεων και στα ζητήματα που αφορούν την ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα.

Σε συνδυασμό με το προσωπικό που ενδείκνυται να είναι ευαισθητοποιημένο, το 35,5% των ερωτώμενων πιστεύουν πως ένα κατάλυμα για να θεωρείται φιλικά διακείμενο προς κοινότητα, χρειάζεται να απασχολεί και προσωπικό που ανήκει στην ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

8.4. Έλεγχος Συσχέτισης (Pearson Correlation)

Συσχετίσεις σχετικά με τον σεξουαλικό προσανατολισμό και των κριτηρίων επιλογής καταλύματος, προορισμού, στάση προσωπικού, κλπ.

Ο συντελεστής συσχέτισης του Pearson είναι αυτός που ουσιαστικά περιγράφει το βαθμό αλληλεξάρτησης των 2 μεταβλητών. Έδειξε, επομένως πως υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών σεξουαλικός προσανατολισμός και της μεταβλητής : φιλικά διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ κοινότητα ($r=-0.082$) όπως επίσης και μεταξύ σεξουαλικού προσανατολισμού και της μεταβλητής: ΛΟΑΤΚΙ κουλτούρα και χώροι ($r=-0.076$). Πολύ χαμηλή συσχέτιση παρατηρείται μεταξύ σεξουαλικού προσανατολισμού και της μεταβλητής: δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ κοινότητα ($r= 0.067$).

Πίνακας 8.4.1. Συσχέτιση Μεταβλητών (1)

		Σεξουαλ ικός προσανα τολισμός	Φιλικά διακείμε νο προς τη ΛΟΑΤΚ Ι κοινότητ α	Δημοφιλ ής_στη_ ΛΟΑΤΚ Ι_κοινότη τητα	ΛΟΑΤΚ Ι_κουлт ούρα_και ι_χώροι
Σεξουαλικός προσανατολισμός	Pearson Correlation	1	-,082	,067	-,076
	Sig. (2- tailed)		,363	,458	,402
	N	124	124	124	124
Φιλικά_διακείμε νο_προς_τη_ΛΟ ΑΤΚΙ_κοινότητα	Pearson Correlation	-,082	1	,494**	,593**
	Sig. (2- tailed)	,363		,000	,000
	N	124	124	124	124
Δημοφιλής_στη_ ΛΟΑΤΚΙ_κοινότη τητα	Pearson Correlation	,067	,494**	1	,580**
	Sig. (2- tailed)	,458	,000		,000
	N	124	124	124	124
ΛΟΑΤΚΙ_κουлт ούρα_και_χώροι	Pearson Correlation	-,076	,593**	,580**	1
	Sig. (2- tailed)	,402	,000	,000	
	N	124	124	124	124

Επίσης όπως παρατηρείται στον πίνακα που ακολουθεί, υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών σεξουαλικός προσανατολισμός και της μεταβλητής : επιλογή τόπου ταξιδιού ($r=-0.061$), μεταξύ σεξουαλικού προσανατολισμού και της μεταβλητής: είδος καταλύματος ($r=-0.016$) και μεταξύ σεξουαλικού προσανατολισμού και της μεταβλητής: στάση προσωπικού στα καταλύματα ($r=-0.011$).

Ο συντελεστής συσχέτισης του Pearson είναι αντιστρόφως ανάλογος με την τιμή p-value. Συνεπώς η αρνητική αυτή συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών επιβεβαιώνεται και από την ανάλυση παλινδρόμησης που πραγματοποιήθηκε καθώς έδειξε p-value>0.05.

Με βάση τους παραπάνω πίνακες διαφαίνεται πως στο υπό μελέτη δείγμα του πληθυσμού, ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν ασκεί καμία στατιστικά σημαντική επίδραση στις υπό έρευνα μεταβλητές.

Πίνακας 8.4.2 – Συσχέτιση Μεταβλητών (2)

		Σεξουαλικός προσανατολισμός	Επιλογή τόπου ταξιδιού	Είδος καταλύματος	Στάση προσωπικού στα καταλύματα
Σεξουαλικός προσανατολισμός	Pearson Correlation	1	-,061	-,016	-,011
	Sig. (2-tailed)		,503	,857	,906
	N	124	124	124	124
Επιλογή τόπου ταξιδιού	Pearson Correlation	-,061	1	-,013	-,013
	Sig. (2-tailed)	,503		,886	,889
	N	124	124	124	124
Είδος καταλύματος	Pearson Correlation	-,016	-,013	1	,167
	Sig. (2-tailed)	,857	,886		,063
	N	124	124	124	124
Στάση προσωπικού στα καταλύματα	Pearson Correlation	-,011	-,013	,167	1
	Sig. (2-tailed)	,906	,889	,063	
	N	124	124	124	124

8.5 Ερευνητικές Υποθέσεις

Στην παρούσα ενότητα, διενεργούνται οι παρακάτω ερευνητικές υποθέσεις προκειμένου να διαπιστωθεί η επίδραση που έχει ο σεξουαλικός προσανατολισμός σε ορισμένες επιλεγμένες μεταβλητές.

Οι ερευνητικές υποθέσεις παρουσιάζονται συνοπτικά στη συνέχεια:

- Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή του τόπου ταξιδιού;
- Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει το είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται;
- Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά που πρέπει να επιδεικνύει το προσωπικό στα καταλύματα;
- Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το αν είναι φιλικά διακείμενος προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα;
- Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το πόσο δημοφιλής είναι στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα;
- Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα;

Για την διερεύνηση της επίδρασης που ασκεί ο σεξουαλικός προσανατολισμός σε κάθε μια από τις μεταβλητές, χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση παλινδρόμησης (Regression analysis). Ο σεξουαλικός προσανατολισμός αποτελεί την ανεξάρτητη μεταβλητή (X) ενώ οι υπόλοιπες μεταβλητές αποτελούν τις εξαρτημένες (Y). Ο έλεγχος της επίδρασης της ανεξάρτητης στην εξαρτημένη μεταβλητή γίνεται σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha=0.05$. Ορίζονται δύο υποθέσεις, η μηδενική (H_0) και η εναλλακτική (H_1).

Αν η τιμή $p\text{-value}<0.05$ τότε απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση. Στην περίπτωση αυτή, το συμπέρασμα που βγάζουμε είναι πως η ανεξάρτητη μεταβλητή δεν ασκεί καμία στατιστικά σημαντική επίδραση στην εξαρτημένη.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα όπως αυτά προέκυψαν μέσω των ελέγχων με τη βοήθεια του στατιστικού εργαλείου SPSS και ερμηνεύεται η σχέση μεταξύ του σεξουαλικού προσανατολισμού και των υπολοίπων μεταβλητών.

Οι πίνακες με τις στατιστικές αναλύσεις κρίθηκε σκόπιμο να συμπεριληφθούν στο Παράρτημα της εργασίας, για να μη χαλάσει η συνοχή των αποτελεσμάτων και η δομή της.

8.5.1: Σεξουαλικός προσανατολισμός και επιλογή τόπου ταξιδιού

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν είναι οι ακόλουθες:

H₀: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή του τόπου ταξιδιού

H₁: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή του τόπου ταξιδιού

Η εξίσωση παλινδρόμησης που χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι:

$$Y = a + bX_i$$

Όπου :

X= σεξουαλικός προσανατολισμός (ανεξάρτητη μεταβλητή)

a= σταθερά

b= κλίση της ευθείας παλινδρόμησης

Y = επιλογή τόπου ταξιδιού (εξαρτημένη μεταβλητή)

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν πως η τιμή p-value > 0.05 (p-value=0.503) επομένως δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση σύμφωνα με την οποία, ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή του τόπου ταξιδιού. Αυτό σημαίνει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

8.5.2: Σεξουαλικός προσανατολισμός και είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν είναι οι ακόλουθες:

H₀: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει το είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται

H₁: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει το είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται

Η εξίσωση παλινδρόμησης που χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι:

$$Y = a + bX_i$$

Όπου :

X= σεξουαλικός προσανατολισμός (ανεξάρτητη μεταβλητή)

a= σταθερά

b= κλίση της ευθείας παλινδρόμησης

Y = είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται (εξαρτημένη μεταβλητή)

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν πως η τιμή p-value > 0.05 (p-value=0.857) επομένως δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση σύμφωνα με την οποία ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει το είδος ξενοδοχείου/ καταλύματος που επιλέγεται. Αυτό σημαίνει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

8.5.3: Σεξουαλικός προσανατολισμός και άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά που πρέπει να επιδεικνύει το προσωπικό στα καταλύματα

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν είναι οι ακόλουθες:

H₀: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά που πρέπει να επιδεικνύει το προσωπικό στα καταλύματα

H₁: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά που πρέπει να επιδεικνύει το προσωπικό στα καταλύματα

Η εξίσωση παλινδρόμησης που χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι:

$$Y = a + bX_i$$

Όπου :

X= σεξουαλικός προσανατολισμός (ανεξάρτητη μεταβλητή)

a= σταθερά

b= κλίση της ευθείας παλινδρόμησης

Y = άποψη για τη συμπεριφορά του προσωπικού (εξαρτημένη μεταβλητή)

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν πως η τιμή $p\text{-value} > 0.05$ ($p\text{-value}=0.906$) επομένως δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση σύμφωνα με την οποία ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά που πρέπει να επιδεικνύει το προσωπικό στα καταλύματα. Αυτό σημαίνει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

8.5.4: Σεξουαλικός προσανατολισμός και επιλογή προορισμού φιλικά διακείμενου προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν είναι οι ακόλουθες:

H₀: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το αν είναι φιλικά διακείμενος προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

H₁: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το αν είναι φιλικά διακείμενος προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

Η εξίσωση παλινδρόμησης που χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι:

$$Y = a + bX_i$$

Όπου :

X= σεξουαλικός προσανατολισμός (ανεξάρτητη μεταβλητή)

a= σταθερά

b= κλίση της ευθείας παλινδρόμησης

Y= φιλικά διακείμενος προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα (εξαρτημένη μεταβλητή)

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν πως η τιμή $p\text{-value} > 0.05$ ($p\text{-value}=0.363$) επομένως δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση σύμφωνα με την οποία ο σεξουαλικός

προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το αν είναι φιλικά διακείμενος προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα. Αυτό σημαίνει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

8.5.5: Σεξουαλικός προσανατολισμός και προορισμός δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν είναι οι ακόλουθες:

H₀: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το πόσο δημοφιλής είναι στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

H₁: Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το πόσο δημοφιλής είναι στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

Η εξίσωση παλινδρόμησης που χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι:

$$Y = a + bX_i$$

Όπου :

X= σεξουαλικός προσανατολισμός (ανεξάρτητη μεταβλητή)

a= σταθερά

b= κλίση της ευθείας παλινδρόμησης

Y = δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα (εξαρτημένη μεταβλητή)

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν πως η τιμή p-value > 0.05 (p-value=0.458) επομένως δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση σύμφωνα με την οποία ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού με βάση το πόσο δημοφιλής είναι στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα. Αυτό σημαίνει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

8.5.6: Σεξουαλικός προσανατολισμός και προορισμός που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν είναι οι ακόλουθες:

H_0 : Ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα

H_1 : Ο σεξουαλικός προσανατολισμός επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα

Η εξίσωση παλινδρόμησης που χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι:

$$Y = a + bX_i$$

Όπου :

X = σεξουαλικός προσανατολισμός (ανεξάρτητη μεταβλητή)

a = σταθερά

b = κλίση της ευθείας παλινδρόμησης

Y = προορισμός που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα (εξαρτημένη μεταβλητή)

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν πως η τιμή $p\text{-value} > 0.05$ ($p\text{-value}=0.402$) επομένως δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση σύμφωνα με την οποία ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει την επιλογή ενός προορισμού που υιοθετεί τη ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα. Αυτό σημαίνει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

9. Συζήτηση, Συμπεράσματα, Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Φτάνοντας στο τέλος της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αυτή η ενότητα στοχεύει στη συνολική παρουσίαση των συμπερασμάτων της πρωτογενούς έρευνας που προηγήθηκε και στη συσχέτιση με το θεωρητικό πλαίσιο το οποίο έχει παρουσιαστεί.

Αναμφισβήτητα καθοριστικό ρόλο στα αποτελέσματα διαδραμάτισε το γεγονός πως η έρευνα διεξήχθη μέσα στην καθολική αβεβαιότητα που δημιούργησε η πανδημία και οι περιορισμοί τους οποίους επέβαλλε, πόσω δε μάλλον στα ταξίδια. Αυτό θα μπορούσε βέβαια να λειτουργήσει και ως ένας περιορισμός της έρευνας, για τους οποίους θα γίνει ξεχωριστή αναφορά.

Πριν όμως από τους περιορισμούς, αξίζει να παρουσιασθούν συνοπτικά και ταυτόχρονα συμπεριληπτικά τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής. Ξεκινώντας λοιπόν από το προφίλ των ερωτώμενων για το οποίο έχει ήδη γίνει εκτενής αναφορά, πρόκειται για ένα δείγμα ατόμων το οποίο ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-24 κατά κύριο λόγο, αυτοπροσδιορίζονται ως γυναίκες και άνδρες (CIS), με ομόφυλο σεξουαλικό προσανατολισμό, ελεύθεροι που ανήκουν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Εδώ λοιπόν οι ερωτώμενοι απαντούν πως η συχνότητα που πραγματοποιούν τα ταξίδια τους είναι μία φορά το χρόνο, ενώ μικρότερα ποσοστά αυτών, επιδιώκει και συχνότερα. Η διάρκεια των ταξιδιών αυτών είναι από 3 έως 5 ημέρες με τους ερωτώμενους να επιλέγουν τόσο την Ελλάδα, όσο και μέρη του εξωτερικού να επισκεφθούν και να εξερευνήσουν. Σε συνέχεια της οικογενειακής κατάστασης των συμμετεχόντων διαφαίνεται πως οργανώνουν και επιλέγουν να ταξιδέψουν με παρέα ενώ για τα ταξίδια τους διαλέγουν έναν συνδυασμό στα μέσα τα οποία τους εξυπηρετούν για τη μετακίνηση προς τον προορισμό.

Τα ταξίδια, λοιπόν, που επιλέγουν να κάνουν ενισχύουν και το χαρακτηριστικό που δεσπόζει στον ελληνικό τουρισμό και δεν είναι άλλος από την εποχικότητα. Ο Ιούλιος και ο Αύγουστος επομένως κυριαρχεί στις προτιμήσεις των συμμετεχόντων, οι οποίοι για τους υποψήφιους προορισμούς διαλέγουν να ενημερώνονται από φίλους και συγγενείς αλλά και να διαβάζουν τις κριτικές που αναρτώνται σε διάφορες σχετικές ιστοσελίδες. Για τη διαμονή τους, συνηθίζουν να καταλύουν σε ξενοδοχεία μεσαίας κατηγορίας, το οποίο συνήθως είναι πιο κοντά στα χρήματα που μπορούν να διαθέσουν και προσφέρουν τις βασικές -απαραίτητες κατά το δοκούν – παροχές. Για την κράτησή

τους επιλέγουν να απευθυνθούν στα online κανάλια διανομής (Booking, expedia, κλπ.) όντες και ούσες αρκετά εξοικειωμένοι με την τεχνολογία. Η συγκεκριμένη ενότητα του ερωτηματολογίου κλείνει με το πως βλέπουν οι ερωτώμενοι/ - ες τον εαυτό τους ως τουρίστες και η πλειονότητα είναι οικονομικοί τουρίστες με περιστασιακές ανάγκες πολυτελείας.

Εδώ λοιπόν οι ερωτώμενοι απαντούν πως η συχνότητα που πραγματοποιούν τα ταξίδια τους είναι μία φορά το χρόνο, ενώ μικρότερα ποσοστά αυτών, επιδιώκει και συχνότερα. Η διάρκεια των ταξιδιών αυτών είναι από 3 έως 5 ημέρες με τους ερωτώμενους να επιλέγουν τόσο την Ελλάδα, όσο και μέρη του εξωτερικού να επισκεφθούν και να εξερευνήσουν. Σε συνέχεια της οικογενειακής κατάστασης των συμμετεχόντων διαφαίνεται πως οργανώνουν και επιλέγουν να ταξιδέψουν με παρέα ενώ για τα ταξίδια τους διαλέγουν έναν συνδυασμό στα μέσα τα οποία τους εξυπηρετούν για τη μετακίνηση προς τον προορισμό.

Τα ταξίδια, λοιπόν, που επιλέγουν να κάνουν ενισχύουν και το χαρακτηριστικό που δεσπόζει στον ελληνικό τουρισμό και δεν είναι άλλος από την εποχικότητα. Ο Ιούλιος και ο Αύγουστος επομένως κυριαρχεί στις προτιμήσεις των συμμετεχόντων, οι οποίοι για τους υποψήφιους προορισμούς διαλέγουν να ενημερώνονται από φίλους και συγγενείς αλλά και να διαβάζουν τις κριτικές που αναρτώνται σε διάφορες σχετικές ιστοσελίδες. Για τη διαμονή τους, συνηθίζουν να καταλύουν σε ξενοδοχεία μεσαίας κατηγορίας, το οποίο συνήθως είναι πιο κοντά στα χρήματα που μπορούν να διαθέσουν και προσφέρουν τις βασικές -απαραίτητες κατά το δοκούν – παροχές. Για την κράτησή τους επιλέγουν να απευθυνθούν στα online κανάλια διανομής (Booking, expedia, κλπ.) όντες και ούσες αρκετά εξοικειωμένοι με την τεχνολογία. Η συγκεκριμένη ενότητα του ερωτηματολογίου κλείνει με το πως βλέπουν οι ερωτώμενοι/ - ες τον εαυτό τους ως τουρίστες και η πλειονότητα είναι οικονομικοί τουρίστες με περιστασιακές ανάγκες πολυτελείας.

Η τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου εστιάζει περισσότερο στα ταξίδια των ατόμων της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας. Τα άτομα ταξιδεύουν ως επί το πλείστον προκειμένου να ξεκουραστούν, να χαλαρώσουν και να ξεφύγουν από τους αγχώδεις ρυθμούς της καθημερινότητας. Κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στον προορισμό, οι επισκέπτες προτιμούν να περνούν χρόνο στην παραλία και να δοκιμάζουν την τοπική κουζίνα. Εξίσου ψηλά στις προτιμήσεις τους είναι η εξερεύνηση του μέρους που έχουν

επισκεφθεί. Φυσικά, η ασφάλεια και η ανοχή του προορισμού προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του από τους υποψήφιους επισκέπτες. Ανάμεσα στα κριτήρια που θέτουν είναι το καλό φαγητό, η άνεση, η ευκολία στην πρόσβαση και αυτό που λέμε «Ήλιος και Θάλασσα». Μικρότερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι ερωτώμενοι για τον θρησκευτικό πλούτο που ίσως παρουσιάζει η κάθε περιοχή. Αντίθετα οι εκδηλώσεις που απευθύνονται στην κοινότητα φαίνεται πως ασκούν ιδιαίτερη έλξη στα άτομα και τις θέτουν ως κριτήριο όταν επιλέγουν προορισμό.

Όσον αφορά στα χαρακτηριστικά που θεσπίζει στην κοινή γνώμη το κατά πόσο ένα κατάλυμα είναι φιλικά διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα, οι ερωτώμενοι/ -ες θεωρούν πως δε χρειάζεται να διαφοροποιείται η συμπεριφορά των εργαζομένων ανάμεσα στα ζευγάρια και την ίδια στιγμή θεωρούν πως πρέπει το κατάλυμα να υιοθετεί πολιτικές κατά των διακρίσεων σε όλα τα επίπεδα.

Η πρόοδος και εξέλιξη των οργανωμένων κοινωνιών, της τεχνολογίας, της επιστήμης έχουν συμπαρασύρει τον τουρισμό σε μία εξελικτική πορεία καθώς πλέον μεταλλάσσεται και εξατομικεύεται ανάλογα με τις ανάγκες των ατόμων τα οποία αποτελούν κάθε φορά την οργανωμένη ομάδα που ταξιδεύει και καλείται κοινωνία. Εκτός αυτού, η αναφερθείσα πρόοδος έχει συμβάλει και στον τρόπο που οι άνθρωποι πλέον οργανώνουν τα ταξίδια τους. Η συμπεριληπτικότητα και η ανεκτικότητα είναι πλέον από τα βασικά χαρακτηριστικά που αρχίζουν να εδραιώνονται στις κοινωνίες ενώ και η Ελλάδα με τη σειρά της συμμετέχει σταδιακά.

Οι συσχετίσεις, λοιπόν, έγιναν μόνο ανάμεσα στα άτομα που ανήκουν στις κατηγορίες της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας και εν τέλει μας υποδεικνύει πως δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ τους. Όμως δεν μπορεί να λεχθεί με ασφάλεια πως το ίδιο αποτέλεσμα θα εξαγόταν αν η σύγκριση γινόταν ανάμεσα σε στρεπτό άτομα και άτομα που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα.

Με αφετηρία το παραπάνω, καταληκτικά αναφέρεται πως τα αποτελέσματα των ελέγχων έδειξαν πως ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν επηρεάζει καμία από τις εξεταζόμενες εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα ο σεξουαλικός προσανατολισμός δεν ασκεί καμία επίδραση στον τρόπο οργάνωσης και στη συχνότητα των ταξιδιών, ούτε στις ταξιδιωτικές προτιμήσεις και επιλογές των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα. Όμως η ασφάλεια του εκάστοτε προορισμού που

επιλέγουν να επισκεφθούν παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή που θα κάνουν και όχι μόνο. Η συμπεριφορά του προσωπικού, η φιλικά διακεείμενη διάθεση των καταλυμάτων (η οποία εν τέλει πηγάζει από την κατάρτιση ιδιοκτησίας και διοίκησης) είναι καίριας σημασίας τόσο για τη δημοφιλία του προορισμού, όσο και για την επιλογή του από τους επισκέπτες/-τριες. Τέλος, η αποδοχή των ατόμων σε κάθε προορισμό που θα επιλέξουν να επισκεφθούν ανεβαίνει στο κάδρο όταν πρέπει καλούνται να επιλέξουν μέρος στο οποίο θα ταξιδέψουν. Παρά τη διαρκή αναγνώριση δικαιωμάτων και ελευθεριών, συνεχίζουν να υπάρχουν χώρες εξαιρετικά εχθρικές προς την ομοφυλοφιλία.

Αναμφίβολα, η συγκεκριμένη έρευνα δεν μπορεί να αναχθεί στο σύνολο του πληθυσμού, επειδή έχει αρκετούς περιορισμούς, παρόλα αυτά προδίδει την έναρξη μίας εποχής κατά την οποία οι άνθρωποι δε χρειάζεται να οργανώνουν ένα ταξίδι λαμβάνοντας υπόψη τον σεξουαλικό τους προσανατολισμό, εφόσον τόσο οι προορισμοί όσο και οι επαγγελματίες του τουρισμού δεν διαφοροποιούνται ανάλογα τη σεξουαλική ταυτότητα των επισκεπτών τους.

Με άλλα λόγια και από τα δεδομένα της έρευνας που παρουσιάζονται ο τουρίστας που ανήκει στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα δεν παρουσιάζει διαφοροποιημένες ή εξειδικευμένες ταξιδιωτικές προτιμήσεις, χωρίς όμως να θεωρείται γενικευτικό. Τα άτομα της κοινότητας, πράγματι μπορεί να επιλέξουν έναν προορισμό στον οποίο διεξάγονται εκδηλώσεις ή Prides που να απορρέουν και να συνδέονται με το σεξουαλικό τους προσανατολισμό.

Αν και κάποιοι προορισμοί στον κόσμο εξακολουθούν να είναι αποτρεπτικοί έως και επικίνδυνοι για τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας εφόσον δεν έχουν νομικό πλαίσιο που να αναγνωρίζεται και θεσμικά η ελεύθερη ύπαρξη αλλά είναι σε ισχύ η θανατική ποινή θεωρώντας έγκλημα την ομοφυλοφιλία. Παρόλα αυτά, τα επικριτικά βλέμματα, οι λεκτικές επιθέσεις, η απροθυμία στην εξυπηρέτηση, ή οι άβολες ερωτήσεις «μονό ή διπλό κρεβάτι;» σε ένα ομόφυλο ζευγάρι, τείνουν να εκλείψουν τελείως.

Εν γένει, η παρούσα διπλωματική εργασία και πρωτογενής έρευνα καταλήγουν πως τα κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού όσο και καταλύματος (ξενοδοχείο, ενοικιαζόμενο δωμάτιο, κ.α.) τα οποία θεωρούν σημαντικά τα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας δεν διαφέρουν από τα κριτήρια που θεωρούνται συνολικά σημαντικά.

Άλλωστε, η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός προσφέρει το τρίπτυχο «Ήλιος, Θάλασσα, Παραλία», τα οποία ήδη επιλέγει η ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα όπως πλειάδα τουριστών ανά τον κόσμο ανεξαρτήτως σεξουαλικού προσανατολισμού. Αν, λοιπόν θα μπορούσε να λεχθεί κάτι, ως επισήμανση είναι να στραφούν οι επενδύσεις στη συγκεκριμένη τουριστική αγορά εφόσον ταξιδεύει αρκετά και δαπανά ικανοποιητικό ποσό χρημάτων στον εκάστοτε προορισμό.

Η παρούσα έρευνα όμως παρουσιάζει και μερικούς περιορισμούς, οι οποίοι θα μπορούσαν να εξαλειφθούν σε μελλοντικές έρευνες. Το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε μόνο στα άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας και όχι και στους επαγγελματίες της τουριστικής βιομηχανίας, ώστε να ληφθεί υπόψη και η έμπειρη γνώμη τους πάνω στον τομέα των ταξιδιών και της φιλοξενίας. Επιπρόσθετα, το πλήθος του δείγματος ήταν αρκετά περιορισμένο, μόνο 124 άτομα, γεγονός που δυσχεραίνει την αναγωγή των αποτελεσμάτων στο γενικό πληθυσμό της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας. Η διάρκεια του ερωτηματολογίου ήταν μόνο ένα μήνα, κριτήριο που επιβεβαιώνει την επισφάλεια των αποτελεσμάτων του. Ο επόμενος σημαντικός περιορισμός ο οποίος ήδη αναφέρθηκε είναι πως οι συσχετίσεις έγιναν ανάμεσα μόνο στα άτομα τις ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας.

Σε μελλοντικές έρευνες, οι οποίες επίσης θα εστιάζουν στην Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό και στους Έλληνες/-νιδες τουρίστες/-τριες που ανήκουν στη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα, είναι απαραίτητο το δείγμα να είναι μεγαλύτερου εύρους ώστε να εξαχθούν περισσότερο ασφαλή συμπεράσματα αλλά και να ερωτηθούν οι επαγγελματίες του κλάδου για το πόσο έχουν εξελιχθεί ή όχι στην παροχή φιλοξενίας προς τα άτομα της κοινότητας.

Εξίσου σημαντικό είναι οι έρευνες που θα ακολουθήσουν να εστιάσουν την διερεύνησή τους στην υφιστάμενη κατάσταση της αποδοχής και της ορατότητας της κοινότητας εφόσον οι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί που φιλοξενούν ΛΟΑΤΚΙ+ επισκέπτες αυξάνονται διαρκώς. Σε δεύτερο χρόνο, θα ήταν καίριας και καθοριστικής σημασίας για την ελληνική τουριστική βιομηχανία να αντιμετωπιστεί η εποχικότητα εφόσον οι χειμερινοί προορισμοί και τα ελληνικά χωριά έχουν να προσφέρουν πολλά στην ελληνική οικονομία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Affiliate Members Global Reports, Volume 15 – Second Global Report on LGBT Tourism. (2017). [online] Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418619> [Ανακτήθηκε 13.10.2021].

BABBIE, E., 2018. *ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ*. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ, pp.285-293.

Berdychevsky, L., Poria, Y. and Uriely, N. (2018). Sexual behavior in women’s tourist experiences: Motivations, behaviors, and meanings. *Tourism Management*, [online] 35, pp.144–155. Available at: https://www.academia.edu/1880551/Sexual_behavior_in_womens_tourist_experiences_Motivations_behaviors_and_meanings [Ανακτήθηκε 04.11.2021].

Berezan, O., Raab, C., Krishen, A. and Love, C., 2015. Loyalty Runs Deeper than Thread Count: An Exploratory Study of Gay Guest Preferences and Hotelier Perceptions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(8), pp.1034-1050. DOI: <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.958209> [Ανακτήθηκε 24.11.2021]

Blichfeldt, B., Chor, B. & Ballegaard, N., (2013). Zoos, Sanctuaries, and Turfs: “Enactments and uses of gay spaces during holidays.” *Internal Journal of Tourism Research*, 15(5), pp. 473-483

Butler, J. (1991). Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. *Feminist Review*, (38), p.113.

Connell, R. W., “Theorising Gender”, *Sociology*, 19(2), 1985: 260-272

Coon, D. R. (2012). “Sun, sand, and citizenship: the marketing of gay tourism” *Journal of Homosexuality*, 59(4), 511-534

Community Marketing, Inc. (2019). *Community Marketing & Insights*. [online] Available at: <https://communitymarketinginc.com/lgbtq-research-downloads/#tourism-hospitality-studies> [Ανακτήθηκε 18.10.2021].

Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, [online] 6(4), pp.408–424. Doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5) [Ανακτήθηκε 04.11.2021]

Cross, S. and Madson, L., 1997. Models of the self: Self-construals and gender. *Psychological Bulletin*, 122(1), pp.5-37. DOI: [10.1037//0033-2909.122.1.5](https://doi.org/10.1037//0033-2909.122.1.5) [Ανακτήθηκε 19.11.2021]

Duncan, N. 1996, *Bodyspace: Destabilizing Geographies of Gender and Sexuality*, London, Routledge

Durbary, R., 2020. *ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ*. 1st ed. GUTENBERG, pp.203-223.

Eva Šimková, Jindřich Holzner, Motivation of Tourism Participants, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 159, 2014, Pages 660-664, ISSN 1877-0428, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455> [Ανακτήθηκε στις 10.11.2021]

Epoa.eu. (2021). *About EuroPride*. [online] Available at: <https://www.epoa.eu/about-europride/> [Ανακτήθηκε 06.12.2021]

Fausto-Sterling, A., 2016. On the Critiques of the Concept of Sex. *differences*, [online] 27(1), pp.189-205. Available at: https://www.researchgate.net/publication/303380027_On_the_Critiques_of_the_Concept_of_Sex_An_Interview_with_Anne_Fausto-Sterling [Ανακτήθηκε 09.11.2021].

Gay Travel. (2020). *The Top 20 LGBT Destinations for 2020*. [online] Available at: <https://www.gaytravel.com/gay-blog/the-top-20-destinations-for-2020> [Ανακτήθηκε 13.10.2021].

Gay Travel 4u. (2021). *Gay Travel 4u*. [online] Available at: <https://www.gaytravel4u.com/> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Gay Games 11. 2021. *Brief history of GG*. [online] Available at: <https://gghk2022.com/en/what-is-gay-games/> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Gaygames.org. (2021). *Federation of Gay Games - Gay Games History*. [online] Available at: <https://gaygames.org/History> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Guaracino, J., & Salvato, E. (2017). "Handbook of LGBT tourism and hospitality: a guide for business practice." Columbia University Press.

Gnoth, Jürgen. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*. 24. 283-304. DOI: [10.1016/S0160-7383\(97\)80002-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80002-3) [Ανακτήθηκε 10.11.2021]

HE Travel. (2021). *In Memoriam: Hanns Ebensten November 28, 1923 to July 24, 2006*. [online] Available at: <https://hetravel.com/memoriam-hanns-ebensten-november-28-1923-july-24-2006> [Ανακτήθηκε 11.10.2021].

Horner, S. and Swarbrooke, J. (2016). *Consumer Behaviour in Tourism*. [online] Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315795232>

Hubbard, P. (2011). *Cities and Sexualities* (1st ed.). Routledge.

Hughes, H. (2002). Gay men's holiday destination choice: a case of risk and avoidance. *International Journal of Tourism Research*, Vol 4 (No 4), 299-312.

Hughes, Howard. 2006. *Pink Tourism: Holidays of Gay Men and Lesbians*. Wallingford: CABI

Hughes, H. (2006). "Gay and lesbian festivals: Tourism in the change from politics to party." *Festivals, tourism and social change: Remaking worlds*, 8, 238.

Hsu, C. and Huang, S., 2008. Travel Motivation: a critical review of the Concept's Development. In: A. Woodside and D. Martin, ed., *Tourism Management*. [online] USA: Wallingford: CABI Pub. Available at: <https://books.google.gr/books?id=e4mWsVnYgwoC&lpg=PA14&ots=RdXP1g9mtp&dq=travel%20career%20ladder%20theory&lr&hl=el&pg=PR4#v=onepage&q=travel%20career%20ladder%20theory&f=false> [Ανακτήθηκε 19.10.2021].

HT Correspondent (2018). *How countries around the world are cashing in on LGBT tourism*. [online] Hindustan Times. Available at: <https://www.hindustantimes.com/travel/how-countries-around-the-world-are-cashing->

- [in-on-lgbt-tourism/story-km0TW7sFiaCgVokJxbs0VM.html](https://www.iglta.org/About-IGLTA) [Ανακτήθηκε 17.10.2021].
- Iglta.org. (2020). *About IGLTA*. [online] Available at: <https://www.iglta.org/About-IGLTA> [Ανακτήθηκε 11.10.2021].
- Iglta.org. (2020). *TAG Approved*. [online] Available at: <https://www.iglta.org/tag-approved> [Ανακτήθηκε 24.11.2021].
- ILGA. (2017). *Maps - Sexual orientation laws*. [online] Available at: <https://ilga.org/maps-sexual-orientation-laws> [Ανακτήθηκε 23.11.2021].
- Interpride.org. (2021). *Welcome - InterPride*. [online] Available at: <https://www.interpride.org/> [Ανακτήθηκε 01.12.2021].
- Laura Begley Bloom (2021). Travel Safety Report: 20 Worst Places For Gay Travelers. *Forbes*. [online] 29 Jun. Available at: <https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2021/03/23/crime-report-20-riskiest-places-for-gay-travelers-and-the-5-safest/?sh=461e538a6d1b> [Ανακτήθηκε 13.10.2021]
- Lgbt-capital.com. (2021). [online] Available at: http://www.lgbt-capital.com/index.php?menu_id=2 [Ανακτήθηκε 05.10.2021]
- Lonely Planet Editors (2019). *The 15 most gay-friendly places on the planet*. [online] Available at: <https://www.lonelyplanet.com/articles/most-gay-friendly-countries> [Ανακτήθηκε 04.11.2021].
- Lucena, R., Jarvis, N. and Weeden, C., 2015. A review of gay and lesbian parented families' travel motivations and destination choices: gaps in research and future directions. *Annals of Leisure Research*, 18(2), pp.272-289. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1040038> [Ανακτήθηκε 08.11.2021]
- Mannell, R. and Iso-Ahola, S., 1987. Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 14(3), pp.314-331. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90105-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90105-8) [Ανακτήθηκε 01.11.2021]
- Masci, D., Elizabeth Podrebarac Sciupac and Lipka, M. (2019). *Same-Sex Marriage Around the World*. [online] Pew Research Center's Religion & Public Life Project.

Available at: <https://www.pewforum.org/fact-sheet/gay-marriage-around-the-world/>
[Ανακτήθηκε 13.10.2021].

Maslow, A. H., Frager, R., Fadiman, J., McReynolds, C., & Cox, R. (1970). *Motivation and personality* (Vol. 2). Harper & Row New York.

Mcleod, S. (2018). Maslow's Hierarchy of Needs. [online] , p.4. Available at: <https://canadacollege.edu/dreamers/docs/Maslows-Hierarchy-of-Needs.pdf>
[Ανακτήθηκε 01.11.2021]

Mead, M. (1935). *Sex and temperament in three primitive societies*. New York, NY: William Morrow.

Monterrubio, C., Rodríguez Madera, S.L. and Pérez, J. (2020). Trans women in tourism: Motivations, constraints and experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, [online] 43, pp.169–178. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.009>
[Ανακτήθηκε 04.11.2021]

Massey, D. 1994, *Space, Place and Gender*, Great Britain, Polity Press

Perper, R. (2020). *Countries around the world where same-sex marriage is legal*. [online] Business Insider. Available at: <https://www.businessinsider.com/where-is-same-sex-marriage-legal-world-2017-11#1-in-2001-the-netherlands-became-the-first-country-to-legalize-same-sex-marriages-1> [Ανακτήθηκε 02.11.2021].

Poria, Y., 2006. Assessing Gay Men and Lesbian Women's Hotel Experiences: An Exploratory Study of Sexual Orientation in the Travel Industry. *Journal of Travel Research*, 44(3), pp.327-334. DOI: [10.1177/0047287505279110](https://doi.org/10.1177/0047287505279110), [Ανακτήθηκε 23.11.2021]

Prickett, D., 2011. 'We will show you Berlin': space, leisure, flânerie and sexuality. *Leisure Studies*, 30(2), pp.157-177.

Pritchard, A., Morgan, N., Sedgley, D., Khan, E. and Jenkins, A., 2000. Sexuality and holiday choices: conversations with gay and lesbian tourists. *Leisure Studies*, 19(4), pp.267-282. <https://doi.org/10.1080/02614360050118832> [Ανακτήθηκε 08.11.2021]

Rfamilyvacations. (2015). *RFamilyVacations / LGBT Gay Lesbian Family Travel & Vacations*. [online] Available at: <https://www.rfamilyvacations.com/> [Ανακτήθηκε 19.11.2021].

Robinson, P. (2012). "Tourism: The key concepts." Routledge.

Southall, C., & Fallon, P. (2011). *Research Themes for Tourism.*, 218 [online] Available at: <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=219aFMSRPqgC&oi=fnd&pg=PA218&ots=Lkdsd1Hbrh&sig=069dZ9tbHAunvNn5UR1aHps6g84#v=onepage&q&f=false> [Ανακτήθηκε 03.11.2021].

Sappho Women. (2021). *About - Sappho Women*. [online] Available at: <https://www.womensfestival.eu/about/> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Šimková, E. and Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, [online] 159, pp.660–664. Available at: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877042814065859?token=6C20544677B4E652D937074EDA87D6706577D4DF97071ED4C12934B6AF59BBFB707A4BD25D9D69D19D6978E5CB5F0236&originRegion=eu-west-1&originCreation=20211018130057> [Ανακτήθηκε 18.10.2021].

Spartacus Gay Travel Blog. (2021). *SPARTACUS Gay Travel Index 2021 - Spartacus Gay Travel Blog*. [online] Available at: <https://spartacus.gayguide.travel/blog/spartacus-gay-travel-index-2021/> [Ανακτήθηκε 04.11.2021].

Touristicogay.be. (2013). *XLSIOR Santorini, the 2nd gayfestival*. [online] Available at: <http://touristicogay.be/XLSIOR-Santorini-the-2nd-gayfestival> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Vorobjovas-Pinta, O., & Hardy, A. (2014). Rethinking gay tourism: a review of literature. *CAUTHE 2014: Tourism and Hospitality in the Contemporary World: Trends, Changes and Complexity*, 635. Available at: https://www.researchgate.net/publication/334558662_Rethinking_Gay_Tourism_A_Review_of_Literature [Ανακτήθηκε 08.11. 2021].

Vorobjovas-Pinta, O. & Hardy, A. (2016). The Evolution of Gay Travel Research. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 409-416. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.2059>.

(PDF) *The Evolution of Gay Travel Research*. Available from: https://www.researchgate.net/publication/280916316_The_Evolution_of_Gay_Travel_Research [Ανακτήθηκε 04.11.2021].

Vorobjovas – Pinta Oscar. (2011). *Gay Tourism*. [online] Available at: https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=8xgwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=gay+parented+families+tourism&ots=1ML6G-aUMO&sig=FFsAo4Zo9dGdNZJk8nHre9o0ifw&redir_esc=y#v=onepage&q=gay%20parented%20families%20tourism&f=false [Ανακτήθηκε 09.11.2021].

Unwto.org. (2012). *UNWTO releases 2nd Global Report on LGBT Tourism | UNWTO*. [online] Available at: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-05-06/unwto-releases-2nd-global-report-lgbt-tourism> [Ανακτήθηκε 04.11.2021].

Waitt, Gordon and Kevin Markwell (2006). *Gay tourism: culture and context*, Haworth Hospitality Press, Binghamton

Weeden, C., Lester, J.-A. and Jarvis, N. (2016) “Lesbians and gay men’s vacation motivations, perceptions, and constraints: A study of cruise vacation choice,” *Journal of Homosexuality*, 63(8), pp. 1068–1085. Available at: <https://doi.org/10.1080/00918369.2016.1150045> [Ανακτήθηκε 04.11.2021]

Woodside, A. and Martin, D., 2008. *Tourism management*. Wallingford: CABI Pub., pp.14-23.

Xlsiorfestival.com. (2019). *ABOUT – XLSIOR FESTIVAL MYKONOS | 17-24 AUGUST 2022*. [online] Available at: <https://xlsiorfestival.com/about/> [Ανακτήθηκε 07.11.2021]

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Βαρβαρέσος, Σ. and Σωτηριάδης, Μ., 2002. Καταναλωτική Συμπεριφορά Τουριστών: Αναγκαιότητα ολοκληρωμένων προσεγγίσεων. *ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ*, (Τεύχος 108-109), pp.347-390.

Γαλανού, Μ. (2014) Ταυτότητα και Έκφραση Φύλου, Σωματείο Υποστήριξης Διεμφυλικών

Ιωακειμίδης, Β. (2012) Κοινωνική Εργασία για την Κοινωνική Δικαιοσύνη, Εκδοτικός όμιλος Ίων

Κολύρη, Χ. (2017), Το φύλο σαν δόλωμα: Ψυχανάλυση, πολιτική και τέχνη, Αθήνα, Πατάκης

Λύο Καλοβυρνάς (2015). "Αγόρι ή κορίτσι;" - 10%. [online] 10percent.gr. Available at: <https://www.10percent.gr/stiles/h-gnwmh-tou-10/3542-2011-07-23-13-24-05-sp-15659.html> [Ανακτήθηκε 18.11.2021].

Μακρή-Τσιλιπάκου, Μαρριάνθη (2010). Η «γυναικεία γλώσσα» και η γλώσσα των γυναικών. Στο Β. Καντσά, Β. Μουτάφη, & Ε. Παπαταξιάρχης (Επιμ.), Φύλο και κοινωνικές επιστήμες στη σύγχρονη Ελλάδα, 119-146. Αθήνα: Εκδόσεις Αλεξάνδρεια. (PDF) *Η "γυναικεία" γλώσσα και η γλώσσα των γυναικών [‘Women’s language’ and the language used by women]*. Available from: https://www.researchgate.net/publication/351904418_E_gynaikeia_glossa_kai_e_glossa_ton_gynaikon_%27Women%27s_language%27_and_the_language_used_by_women [Ανακτήθηκε 15.11.2021].

ΜΗΧΑΝΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ (2020). *Ποιος αφαίρεσε την ομοφυλοφιλία από τον κατάλογο των ψυχικών διαταραχών στις Η.Π.Α. Γιατί ο πρόεδρος Αϊζενχάουερ απαγόρευσε στους ομοφυλόφιλους να εργάζονται στο δημόσιο*. [online] Available at: <https://www.mixanitouxronou.gr/poios-afairese-tin-omofylofilia-apo-ton-katalogo-ton-psyxikon-diataraxon-stis-i-p-a-giati-o-proedros-aizenxaouer-apagorefse-stous-omofylofilous-na-ergazontai-sto-dimosio/> [Ανακτήθηκε 03.11.2021].

ΜΗΧΑΝΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ (2018). *Ο έρωτας μεταξύ γυναικών στην αρχαία Ελλάδα και η γαλλίδα που τόλμησε να μιλήσει αποκάλυπτα για την ομοφυλοφιλία. Φωτογραφίες μεταξύ ερωτευμένων γυναικών του περασμένου αιώνα*. [online]. Available at: <https://www.mixanitouxronou.gr/o-erotas-metaxy-gynaikon-stin-archaia-ellada-kai-i-gallida-poy-tolmise-na-milisei-aprokalyptha-gia-tin-omofylofilia->

[fotografies-metaxy-eroteymenon-gynaikon-toy-perasmenoy-aiona/](https://www.fotografies-metaxy-eroteymenon-gynaikon-toy-perasmenoy-aiona/) [Ανακτήθηκε 19.11.2021].

ΜΗΧΑΝΗ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ (2016). *Η ιστορία της λέξης gay από το 1325. Αρχικά εννοούσαν την ομορφιά, μετά την αμεριμνησία, στη συνέχεια τον γυναικά και τις πόρνες. Πώς έφτασε να εκφράζει την ομοφυλοφιλία;* [online]. Available at: <https://www.mixanitouxronou.gr/i-istoria-tis-lexis-gay-archika-ennoousan-tin-omorfia-meta-tin-amerimnesia-sti-sinechia-ton-gineka-ke-tis-pornes-pos-eftase-na-ekfrazi-tin-omofilofilia/> [Ανακτήθηκε 18.11.2021].

Συμεωνίδου Ρηνιώ(2019). *Το υπέροχα ποικιλόμορφο φάσμα του βιολογικού φύλου: Ιντερσεξ παιδιά και άνευ όρων αγάπη.* [online] Available at: https://www.efsyn.gr/ellada/koinonia/199860_yperoha-poikilomorfo-fasma-toy-biologikoy-fyloy-intersex-paidia-kai-aney [Ανακτήθηκε 08.10.2021].

Φουκώ, Μ. 1982, *Ιστορία της σεξουαλικότητας*, 1: η Δίψα της Γνώσης, Αθήνα, Ράππα Athenspride.eu. (2021). *Athens Pride / Φεστιβάλ Υπερηφάνειας Αθήνας.* [online] Available at: <https://athenspride.eu/> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Avmag (2019). *Στις 50 καλύτερες χώρες για ΛΟΑΤΚΙ+ τουρίστριες/στες η Ελλάδα.* [online] Antivirus Magazine. Available at: <https://avmag.gr/115310/stis-50-kalyteres-chores-gia-loatki-toyristries-stes-i-ellada/> [Ανακτήθηκε 05.10.2021].

Colour Youth. (2018). *Ορολογίες - Colour Youth.* [online] Available at: <https://www.colouryouth.gr/terms/> [Ανακτήθηκε 08.10.2021].

Mykonos Post. (2021). *Πώς η Μύκονος απέκτησε τη φήμη του gay friendly νησιού;* - Mykonos Post. [online] Available at: <https://www.mykonospost.gr/mykonos-history/pos-i-mikonos-apektise-ti-fimi-tou-gay-friendly-nisiou/> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Kathimerini.gr (2019). *50 χρόνια Pride: Η έφοδος στο Stonewall Inn της Νέας Υόρκης από όπου ξεκίνησε το κίνημα των γκέι.* [online] Kathimerini.gr. Available at: <https://www.kathimerini.gr/world/1028332/50-chronia-pride-i-efodos-sto-stonewall-inn-tis-neas-yorkis-apo-opoy-xekinise-to-kinima-ton-gkei/> [Ανακτήθηκε 06.12.2021].

Social Policy(2013). *Η Ιεράρχηση των Ανθρωπίνων Αναγκών κατά τον Maslow.* [online] socialpolicy.gr |. Available at: <https://socialpolicy.gr/2013/11/%CE%B7-%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%AC%CF%81%CF%87%CE%B7%CF%83%CE>

[%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B1%CE%BD%CE%B8%CF%81%CF%89%CF%80%CE%AF%CE%BD%CF%89%CE%BD-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%BA%CE%B1.html](#) [Ανακτήθηκε 18.10.2021].

Social Policy (2017). *Έμφυλη Ταυτότητα: Μια Κοινωνιολογική Προσέγγιση*. [online] socialpolicy.gr | Available at: <https://socialpolicy.gr/2017/10/%CE%AD%CE%BC%CF%86%CF%85%CE%BB%CE%B7-%CF%84%CE%B1%CF%85%CF%84%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE.html> [Ανακτήθηκε 19.11.2021].

Vice.com. (2014). *Πήγαμε στο Διεθνές Φεστιβάλ Γυναικών στην Ερεσό*. [online] Available at: <https://www.vice.com/el/article/jpxxn4/pigame-sto-diethnes-festival-gynaikwn-stin-ereso> [Ανακτήθηκε 07.12.2021].

Βιβλιογραφία Εικόνων

Hildreth, C. (2022). *Beyond the Rainbow: Your Ultimate Guide to Pride Flags*. [online] Cade Hildreth. Available at: <https://cadehildreth.com/pride-flags/> [Ανακτήθηκε 09.11. 2022].

Stavrialena Gontzou (2019). *multicolored striped flaglet*. [online] Unsplash.com. Available at: https://unsplash.com/photos/68y-oRxeY_Y [Ανακτήθηκε 18.11.2021].

Margaux Bellott (2019). *Photo by Margaux Bellott on Unsplash*. [online] Unsplash.com. Available at: <https://unsplash.com/photos/r5tmUSupJwA> [Ανακτήθηκε 06.12.2021].

Nonchalant Magazine (2021). *Know Your History: Origins & Explanation Of The Lesbian Flag Colours - Nonchalant Magazine*. [online] Nonchalant Magazine. Available at: <https://www.nonchalantmagazine.com/the-full-history-of-the-lesbian-flag/> [Ανακτήθηκε 19.11.2021].

Pinterest. (2020). *Bi Pride Flag*. [online] Available at:
<https://gr.pinterest.com/pin/2322237299214389/> [Ανακτήθηκε 09.11.2022].

Pinterest. (2020). *Transgender Pride Flag*. [online] Available at:
<https://gr.pinterest.com/pin/890516526294723073/> [Ανακτήθηκε 9.11.2022].

Pinterest. (2020). *Pin page*. [online] Available at:
<https://gr.pinterest.com/pin/191614159136436572/> [Ανακτήθηκε 09.11.2022].

Wikipedia Contributors (2021). *File:Orange and Pink Lesbian flag.svg*. [online]
Wikipedia. Available at:
https://en.wikipedia.org/wiki/File:Orange_and_Pink_Lesbian_flag.svg [Ανακτήθηκε
19.11.2021].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Ερωτηματολόγιο Έρευνας

ΜΕΡΟΣ Α'

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

1. Πόσο συχνά ταξιδεύετε;

<input type="checkbox"/> 1 φορά το χρόνο
<input type="checkbox"/> 2 φορές το χρόνο
<input type="checkbox"/> 3-5 φορές το χρόνο
<input type="checkbox"/> Πάνω από 5 φορές το χρόνο
<input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ

2. Τι διάρκεια έχουν συνήθως τα ταξίδια σας;

<input type="checkbox"/> 1-2 διανυκτερεύσεις
<input type="checkbox"/> 3-5 διανυκτερεύσεις
<input type="checkbox"/> 6-10 διανυκτερεύσεις
<input type="checkbox"/> 11-15 διανυκτερεύσεις
<input type="checkbox"/> 16 και άνω διανυκτερεύσεις
<input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ

3. Για τα ταξίδια σας επιλέγετε συνήθως:

<input type="checkbox"/> Ελλάδα
<input type="checkbox"/> Εξωτερικό
<input type="checkbox"/> Και τα δύο

ΔΓ/ΔΑ

4. Συνήθως ταξιδεύετε:

<input type="checkbox"/> Μόν@
<input type="checkbox"/> Με σύντροφο/σύζυγο
<input type="checkbox"/> Με παρέα
<input type="checkbox"/> Με συγγενείς
<input type="checkbox"/> Με γκρουπ (οργανωμένα)
<input type="checkbox"/> Άλλο (σημειώστε)
<input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ

5. Με τι μέσο ταξιδεύετε συνήθως:

- Αεροπλάνο
- Πλοίο
- Τρένο
- Λεωφορείο
- Ιδιωτικό αυτοκίνητο / Μηχανή
- Συνδυασμός των παραπάνω
- ΔΓ/ΔΑ

6. Τι μήνα διαλέγετε συνήθως για τα ταξίδια σας; (Σημειώστε όσα ισχύουν, μέχρι 3 απαντήσεις)

- Ιανουάριο
- Φεβρουάριο
- Μάρτιο
- Απρίλιο
- Μάϊο
- Ιούνιο
- Ιούλιο
- Αύγουστο
- Σεπτέμβριο
- Οκτώβριο
- Νοέμβριο
- Δεκέμβριο

7. Με ποιον τρόπο ενημερώνεστε συνήθως για τον προορισμό; (Σημειώστε ως 3 επιλογές)

- Ιστοσελίδα γενικού ταξιδιωτικού γραφείου / πρακτορείου
- Ιστοσελίδα ταξιδιωτικού γραφείου ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού
- Γενικά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (blogs, άρθρα, διαφημίσεις)
- ΛΟΑΤΚΙ+ Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
- Κριτικές σε ιστοσελίδες (πχ. Trip Advisor)
- Αναρτήσεις σε κοινωνικά δίκτυα (πχ. Twitter, Facebook, Instagram)
- Προτάσεις από φίλους / οικογένεια
- Άλλο

8. Τι είδους ξενοδοχεία / καταλύματα επιλέγετε συνήθως;

<input type="checkbox"/> Ξενοδοχείο 4*, 5*
<input type="checkbox"/> Ξενοδοχείο 3*, 2* μεσαίας κατηγορίας
<input type="checkbox"/> Boutique Hotel ή μικρό ξενοδοχείο
<input type="checkbox"/> Ενοικιαζόμενα Δωμάτια
<input type="checkbox"/> AirBnb
<input type="checkbox"/> Bed and Breakfast
<input type="checkbox"/> Camping
<input type="checkbox"/> Άλλο (Σημειώστε)
<input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ

9. Με τι κριτήριο επιλέγετε το κατάλυμα που θα διαμείνετε στον εκάστοτε προορισμό;
(Παρακαλώ επιλέξτε όσα ισχύουν, μέχρι 5)

<input type="checkbox"/> Η Τιμή
<input type="checkbox"/> Η Τοποθεσία
<input type="checkbox"/> Παροχή Δωρεάν Wifi
<input type="checkbox"/> Παροχή Πρωινού
<input type="checkbox"/> Πισίνα
<input type="checkbox"/> Εστιατόριο εντός ξενοδοχείου
<input type="checkbox"/> All Inclusive
<input type="checkbox"/> Οι υπηρεσίες που προσφέρει
<input type="checkbox"/> Η ποιότητα να είναι ανάλογη της τιμής του (value for money)
<input type="checkbox"/> Mini bar στο δωμάτιο
<input type="checkbox"/> Δραστηριότητες για τα παιδιά
<input type="checkbox"/> Προσβασιμότητα
<input type="checkbox"/> Σύσταση από φίλους

<input type="checkbox"/> Να είναι φιλικά διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα
<input type="checkbox"/> Καλή κριτική στις πλατφόρμες
<input type="checkbox"/> Άλλο (σημειώστε)
<input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ

10. Όταν ταξιδεύετε, τι μέθοδο συνήθως επιλέγετε για τις κρατήσεις σας; (σημειώστε όσα ισχύουν έως 3 απαντήσεις)

- Γενικό ταξιδιωτικό γραφείο
- Ταξιδιωτικό γραφείο ΛΟΑΤΚΙ+ τουρισμού
- Online Κανάλια διανομής (πχ. Expedia, Booking)
- Online γραφείο ΛΟΑΤΚΙ+ Τουρισμού
- Ιστοσελίδα αεροπορικής / ακτοπλοϊκής εταιρείας
- Ιστοσελίδα ξενοδοχείου
- Τηλέφωνο
- ΔΓ/ΔΑ

11. Τι τύπο τουρίστα/-τρια θεωρείτε τον εαυτό σας βάσει του προϋπολογισμού που διαθέτετε;

<input type="checkbox"/> Πολυτελής Ταξιδιώτης
<input type="checkbox"/> Μέσος Ταξιδιώτης με μικρές απαιτήσεις πολυτέλειας
<input type="checkbox"/> Μέσος Ταξιδιώτης
<input type="checkbox"/> Οικονομικός Ταξιδιώτης με περιστασιακές ανάγκες πολυτέλειας
<input type="checkbox"/> Οικονομικός Ταξιδιώτης

ΜΕΡΟΣ Β' :

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

12. Για ποιους λόγους ταξιδεύετε συνήθως; (Σημειώστε όσα ισχύουν, ως 4 απαντήσεις)

- Ξεκούραση / Χαλάρωση
- Διαφυγή από την καθημερινότητα

- Επαγγελματικοί λόγοι
- Εξερεύνηση καινούργιων τόπων
- Γνωριμία με καινούργιες κουλτούρες
- Πολιτισμικοί/ Ιστορικοί Λόγοι
- Συμμετοχή σε αθλητικά γεγονότα
- Εκπλήρωση τάματος / Θρησκευτικοί Λόγοι
- Αναζήτηση σεξουαλικού συντρόφου
- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις Pride
- Αναζήτηση σεξουαλικής ταυτότητας
- Αναζήτηση περιπέτειας
- Επίσκεψη σε φίλους
- Άλλο (σημειώστε)
- ΔΓ/ΔΑ

13. Τι είδους δραστηριότητες συνήθως επιλέγετε στον εκάστοτε προορισμό; (Σημειώστε όσα ισχύουν, ως 4 απαντήσεις)

<input type="checkbox"/> Εξερεύνηση και δοκιμή τοπικής γαστρονομίας
<input type="checkbox"/> Εξερεύνηση του προορισμού ως ντόπιος
<input type="checkbox"/> Εξερεύνηση του φυσικού πλούτου του προορισμού
<input type="checkbox"/> Ανακάλυψη και γνωριμία με ιστορία και πολιτισμό του τόπου προορισμού
<input type="checkbox"/> Νυχτερινή διασκέδαση, επίσκεψη σε clubs, bars
<input type="checkbox"/> Χρόνος στην παραλία / Θαλάσσια σπορ
<input type="checkbox"/> Χρόνος στην αγορά του προορισμού / Ψώνια
<input type="checkbox"/> Επίσκεψη σε οινοποιεία και δραστηριότητες που αφορούν το κρασί
<input type="checkbox"/> Επίσκεψη σε μοναστήρια και εκκλησίες
<input type="checkbox"/> Γνωριμία με εκδηλώσεις της τοπικής ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας
<input type="checkbox"/> Επίσκεψη σε γκαλερί, εκθέσεις ζωγραφικής
<input type="checkbox"/> Συμμετοχή / παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων
<input type="checkbox"/> Άλλο (σημειώστε)

ΔΓ/ΔΑ

14. Σε μία κλίμακα από το 1-5 (όπου 1= Καθόλου σημαντικό, 2= Ελάχιστα σημαντικό, 3= Μέτρια σημαντικό, 4= Αρκετά σημαντικό και 5= Πολύ σημαντικό) πως αξιολογείτε τους παρακάτω παράγοντες σε σχέση με την επιλογή ενός προορισμού;

Δήλωση:	0	1	2	3	4	5
Φιλικά διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητα						
Δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα						
Ασφάλεια (χαμηλά επίπεδα εγκληματικότητας)						
Οικονομικό πακέτο διακοπών						
Άνεση και καλό φαγητό						
Ήλιος και Θάλασσα						
Φυσικό/ πολιτιστικό/ ιστορικό πλούτο						

Θρησκευτικό Ενδιαφέρον						
Φεστιβάλ, εκδηλώσεις, συναυλίες						
Ευκολία Πρόσβασης στον προορισμό						
Ήσυχο περιβάλλον						
Εκδηλώσεις και δραστηριότητες ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας						
ΛΟΑΤΚΙ+ κουλτούρα και χώροι						
ΛΟΑΤΚΙ+ νυχτερινή ζωή						
Άλλο (σημειώστε)						
ΔΓ/ΔΑ						

15. Η συμπεριφορά του προσωπικού στα καταλύματα πρέπει κατά τη γνώμη σας:

- Να διαφοροποιείται μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων ζευγαριών υπό συνθήκες
- Να μη διαφοροποιείται μεταξύ ομόφυλων και ετερόφυλων ζευγαριών
- Να ανταποκρίνεται στις διαφοροποιημένες ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της ΛΟΑΤΚΙ+ Κοινότητας
- Δε με απασχολεί

16. Από τα παρακάτω ποιο / ποια χαρακτηριστικά θα πρέπει να διαθέτει κατά τη γνώμη σας ένα ΛΟΑΤΚΙ+ φιλικό κατάλυμα (σημειώστε όσα ισχύουν, ως 3 απαντήσεις);

- Να βρίσκεται σε ΛΟΑΤΚΙ+ φιλικό προορισμό

- ΛΟΑΤΚΙ+ Ιδιοκτησία ή διεύθυνση
- Απασχόληση ΛΟΑΤΚΙ+ υπαλλήλων
- Απασχόληση υπαλλήλων ευαισθητοποιημένων στα ζητήματα φυλετικών -
θρησκευτικών διακρίσεων και στα ζητήματα που αφορούν την ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα.
- Να υιοθετεί πολιτικές κατά των διακρίσεων
- Πιστοποίηση ως ΛΟΑΤΚΙ+ από αναγνωρισμένο φορέα
- Προβολή στα media ως ΛΟΑΤΚΙ+ φιλικός προορισμός

Γ' ΜΕΡΟΣ. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

17. <u>Φύλο</u>	<input type="checkbox"/> Άνδρας (CIS) <input type="checkbox"/> Γυναίκα (CIS) <input type="checkbox"/> Άνδρας (Trans) <input type="checkbox"/> Γυναίκα (Trans) <input type="checkbox"/> Μη Δυαδικό (Non – Binary) <input type="checkbox"/> Άλλο (σημειώστε) <input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ
18. <u>Σεξουαλικός Προσανατολισμός</u>	<input type="checkbox"/> Gay <input type="checkbox"/> Lesbian <input type="checkbox"/> Bisexual <input type="checkbox"/> Asexuality <input type="checkbox"/> Άλλο (σημειώστε) <input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ
19. <u>Ηλικία</u>	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 54-65 <input type="checkbox"/> 65+ <input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ
20. <u>Οικογενειακή Κατάσταση</u>	<input type="checkbox"/> Ελεύθερ@

	<input type="checkbox"/> Σε σχέση <input type="checkbox"/> Έγγαμ@ – Σε σύμφωνο συμβίωσης <input type="checkbox"/> Διαζευγμέν@ <input type="checkbox"/> Άλλο (Σημειώστε) <input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ
21. <u>Επίπεδο Εκπαίδευσης</u>	<input type="checkbox"/> Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση <input type="checkbox"/> Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση <input type="checkbox"/> Τριτοβάθμια Εκπαίδευση <input type="checkbox"/> Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό
22. <u>Είδος Απασχόλησης</u>	<input type="checkbox"/> Φοιτητ@ <input type="checkbox"/> Δημόσιος Υπάλληλος <input type="checkbox"/> Ιδιωτικός Υπάλληλος <input type="checkbox"/> Ελεύθερος Επαγγελματίας <input type="checkbox"/> Συνταξιούχ@ <input type="checkbox"/> Άνεργ@ <input type="checkbox"/> Άλλο <input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ
23. <u>Μηνιαίο Εισόδημα</u>	<input type="checkbox"/> 0-500€ <input type="checkbox"/> 501-1000€ <input type="checkbox"/> 1001-1500€ <input type="checkbox"/> 1501-2000€ <input type="checkbox"/> >2000€ <input type="checkbox"/> ΔΓ/ΔΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Ερευνητικές Υποθέσεις

1^η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Σεξουαλικός _προσανατολ ισμός ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Επιλογή τύπου ταξιδιού

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,061 ^a	,004	-,004	,98165

a. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

b. Dependent Variable: Επιλογή_τύπου_ταξιδιού

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,435	1	,435	,452	,503 ^b
	Residual	117,565	122	,964		
	Total	118,000	123			

a. Dependent Variable: Επιλογή_τύπου_ταξιδιού

b. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	1,058	,123		8,588	,000	,814	1,302
	σεξουαλικός προσανατολισμός	-,026	,038	-,061	-,672	,503	-,101	,050

a. Dependent Variable: Επιλογή τύπου ταξιδιού

2^η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Σεξουαλικός_προσανατολισμός ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Είδος καταλύματος

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,016 ^a	,000	-,008	2,56157

a. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

b. Dependent Variable: Είδος_καταλύματος

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,215	1	,215	,033	,857 ^b
	Residual	800,519	122	6,562		
	Total	800,734	123			

a. Dependent Variable: Είδος_καταλύματος

b. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error				Beta	Lower Bound
1	(Constant)	2,726	,321		8,481	,000	2,090	3,362
	σεξουαλικός προσανατολισμός	-,018	,099	-,016	-,181	,857	-,215	,179

a. Dependent Variable: Είδος_καταλύματος

3^η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Σεξουαλικός_προσανατολισμός ^b		Enter

a. Dependent Variable:

Στάση_προσωπικού_στα_καταλύματα

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,011 ^a	,000	-,008	,65907

a. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

b. Dependent Variable: Στάση προσωπικού στα καταλύματα

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,006	1	,006	,014	,906 ^b
	Residual	52,994	122	,434		
	Total	53,000	123			

a. Dependent Variable: Στάση_προσωπικού_στα_καταλύματα

b. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	1,507	,083		18,219	,000	1,343	1,671
	σεξουαλικός προσανατολισμός	-,003	,026	-,011	-,118	,906	-,054	,048

a. Dependent Variable: Στάση_προσωπικού_στα_καταλύματα

4^η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Σεξουαλικός_προσανατολισμός ^b	.	Enter

a. Dependent Variable:

Φιλικά_διακείμενο_προς_τη_ΛΟΑΤΚΙ_κοινότητα

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,082 ^a	,007	-,001	1,15809

a. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

b. Dependent Variable:

Φιλικά_διακείμενο_προς_τη_ΛΟΑΤΚΙ_κοινότητα

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,119	1	1,119	,835	,363 ^b
	Residual	163,623	122	1,341		
	Total	164,742	123			

a. Dependent Variable: Φιλικά_διακείμενο_προς_τη_ΛΟΑΤΚΙ_κοινότητα

b. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error				Beta	Lower Bound
1	(Constant)	3,851	,145		26,498	,000	3,563	4,138
	σεξουαλικός προσανατολισμός	-,041	,045	-,082	-,914	,363	-,130	,048

a. Dependent Variable: Φιλικά διακείμενο προς τη ΛΟΑΤΚΙ κοινότητα

5^η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Σεξουαλικός _προσανατολ ισμός ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ κοινότητα

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,067 ^a	,005	-,004	1,16505

a. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

b. Dependent Variable: Δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ κοινότητα

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,751	1	,751	,553	,458 ^b
	Residual	165,596	122	1,357		
	Total	166,347	123			

a. Dependent Variable: Δημοφιλής_στη_ΛΟΑΤΚΙ_κοινότητα

b. Predictors: (Constant), σεξουαλικός προσανατολισμός

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2,851	,146				
	σεξουαλικός προσανατολισμός	,034	,045	,067	,744	,458	-0,056 ,123

a. Dependent Variable: Δημοφιλής στη ΛΟΑΤΚΙ κοινότητα

6^η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Σεξουαλικός προσανατολισμός ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ΛΟΑΤΚΙ κουλτούρα και χώροι

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,076 ^a	,006	-,002	1,25996

a. Predictors: (Constant), Σεξουαλικός προσανατολισμός

b. Dependent Variable: ΛΟΑΤΚΙ_κουλτούρα_και_χώροι

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,122	1	1,122	,707	,402 ^b
	Residual	193,676	122	1,588		
	Total	194,798	123			

a. Dependent Variable: ΛΟΑΤΚΙ_κουλτούρα_και_χώροι

b. Predictors: (Constant), Σεξουαλικός προσανατολισμός

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error				Beta	Lower Bound
1	(Constant)	3,133	,158		19,817	,000	2,820	3,446
	Σεξουαλικός προσανατολισμός	-,041	,049	-,076	-,841	,402	-,138	,056

a. Dependent Variable: ΛΟΑΤΚΙ_κουλτούρα_και_χώροι

