

## Τουρισμός, αθλητισμός και αναψυχή: Θεωρητικές έννοιες, ιστορικές διαδρομές και ερευνητικά πεδία στο ελληνικό πλαίσιο

Μιχάλης Νικολακάκης

### Περίληψη

Το κείμενο αυτό, εισαγωγή στο αφιέρωμα του περιοδικού με θέμα «Τουρισμός, αθλητισμός και πρακτικές αναψυχής», επιχειρεί να αναδείξει τις θεωρητικές, ιστορικές και εννοιολογικές διαδρομές που συγκροτούν το πεδίο του αθλητικού τουρισμού ως αντικειμένου επιστημονικής μελέτης. Εστιάζει στη νεωτερική καταγωγή του τουρισμού και του αθλητισμού, αναλύοντας τις συμπτώσεις και τις αποκλίσεις τους μέσα από έννοιες όπως «τουριστικοποίηση», «σοβαρή σχόλη», «αθληματοποίηση», «αυθεντικότητα» και «ταυτότητα προορισμού». Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τρόπο με τον οποίο ο αθλητικός τουρισμός αποτέλεσε μέσο εθνικής ιδεολογίας, εργαλείο μάρκετινγκ και πεδίο δημόσιων πολιτικών, και τις μεταβάσεις των λειτουργιών τους από την προπολεμική περίοδο μέχρι και την περίοδο της οικονομικής παγκοσμιοποίησης. Παράλληλα, αναδεικνύεται η σημασία κριτικών προσεγγίσεων των κοινωνικών και οικονομικών συνεπειών μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων. Προτείνει τη σύγκριση της ελληνικής εμπειρίας με διεθνή παραδείγματα, φωτίζοντας τόσο τις ιστορικές ασυνέχειες όσο και τις δομικές ομοιότητες. Σκοπός του κειμένου, αλλά και του αφιερώματος συνολικά, αποτελεί το άνοιγμα ενός γόνιμου διαλόγου ανάμεσα σε διαφορετικά ερευνητικά πεδία και εθνικά συγκείμενα, ενισχύοντας την κατανόηση του αθλητικού τουρισμού ως σύνθετου κοινωνικού φαινομένου.

**Λέξεις κλειδιά:** αθλητικός τουρισμός, αυθεντικότητα, σοβαρή σχόλη, τουριστικοποίηση, αθληματοποίηση, ταυτότητα προορισμού, ιστορία του τουρισμού και του αθλητισμού

## 1. Εισαγωγή ή τι δεν είναι ο αθλητικός τουρισμός

Στην πανοραμική μελέτη του για τα ταξίδια στους αρχαίους χρόνους, ο Γάλλος κλασικιστής Lionel Casson επεσήμανε τη σημασία των αρχαίων αθλητικών αγώνων ως κομβικών στιγμών στην ανάπτυξη της κινητικότητας στον αρχαίο κόσμο. Τα Πύθια, τα Ίσθμια, τα Νέμεα και, φυσικά, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούσαν θρησκευτικές εορτές που περιλάμβαναν αθλητικές και καλλιτεχνικές αναμετρήσεις (Casson, 2003, σελ. 90). Συχνά χωροθετημένες σε ιερά έξω από τα όρια του αστικού χώρου ως μορφές συμβολικής διαπραγμάτευσης της σχέσης μεταξύ διαφορετικών πόλεων-κρατών (Polignac, 2007, σελ. 39-41), εκ των υστέρων ερμηνεύτηκαν ως σημάδια μιας σταδιακής ειρήνευσης των σχέσεων μεταξύ τους μέσα από τον θεσμό της εκχειρίας (Casson, 2003, σελ. 91). Στην πραγματικότητα, σήμερα μας υπενθυμίζουν την αδιάκοπη βία μεταξύ αυτών των πολιτικών-εξουσιαστικών ενοτήτων, η οποία σταματούσε μόνο με αφορμή το θείο ως διαφήμιση για το τι θα επακολουθούσε, δηλαδή ως κοινοποίηση της πολεμικής αρετής των διαγωνιζομένων.

Η περιγραφή του Casson, όμως, παρά το ότι ο ίδιος χρησιμοποιεί συχνά τη φράση «τουρισμός» στον αρχαίο κόσμο, μας επισημαίνει ξανά και ξανά τη διαφορά αυτού του σύμπαντος από τις σύγχρονες τουριστικές και αθλητικές πρακτικές. Οι πρεσβείες των πόλεων-κρατών ήταν περιφερόμενες πολιτείες που έπρεπε να μεριμνήσουν για την ασφάλεια και την επιβίωση των μελών τους. Το μικρεμπόριο απαραίτητων ειδών διαβίωσης στους τόπους των εορτών ήταν απολύτως αρρυθμιστο, ενώ η παροχή νερού μέσα από υποδομές υδραγωγείων ήταν εφικτή, π.χ., στην αρχαία Ολυμπία μόνο από τον 2ο αιώνα χάρη στη ρωμαϊκή τεχνολογία (Casson, 2003, σελ. 92).

Ακόμα και το «Λεωνιδάιον», που κατ' επανάληψη συναντάται τόσο στην αρχαία ιστοριογραφία όσο και στην ελληνική δημόσια ιστορία (Εικόνες, 1960, σελ. 40-46) ως ο κατ' εξοχήν προπομπός του σύγχρονου ξενοδοχείου, δεν προσέφερε υπηρεσίες μέσα από κάποιας μορφής εμπορευματική συναλλαγή. Αντίθετα, κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους, όταν πλέον η πόλη-κράτος είχε υποχωρήσει προς χάριν μορφών συγκεντροποίησης της εξουσίας, αποτελούσε υποδομή για διοικητικούς υπαλλήλους και επισήμους.

Η αναντιστοιχία δεν είναι τυχαία. Σε κοινωνίες που το κράτος δεν έχει το μονοπώλιο στην άσκηση φυσικής βίας, τουρισμός και αθλητισμός δεν είναι καν νοητές ως δραστηριότητες. Όπως επισήμανε ο Norbert Elias, στους αρχαίους αγώνες «...η αναμέτρηση επικεντρωνόταν στην επιδεικτική προβολή των πολεμικών

αρετών που απέφεραν το ύψιστο εγκώμιο και την ύψιστη τιμή μεταξύ των μελών της ομάδας του στον άνδρα, το ίδιο και στην ομάδα του -γένος ή πόλη- μεταξύ άλλων ομάδων» (Ελίας, 2010, σελ. 172-173). Αντιστοίχως, χωρίς την εμπέδωση αυτής της διαδικασίας ειρήνευσης της υπαίθρου (Elias, 1997, σελ. 267, 334), ο χώρος έξω από το οικείο άστυ δεν δύναται να αποτελεί τόπο ειρηνικής ενατένισης και, άρα, να αποκτήσει αισθητικές ποιότητες όπως αυτές που του αποδίδουν τα νεωτερικά υποκείμενα, ήτοι εμείς οι τουρίστες.

Στην αρχαιοελληνική γραμματεία, η κινητικότητα δεν είναι συνυφασμένη με την αναψυχή, γιατί η μετακίνηση πέρα από τα όρια της κοινότητας αφορά είτε το εμπόριο είτε τον πόλεμο. Η μετακίνηση είναι επισφαλής από τη φύση της και είναι μάλιστα η ίδια η στρατιωτική ισχύς που καθιστά την μετακίνηση και τις τρίτες χώρες αντικείμενο γνώσης. Στις σελίδες της «Ανάβασις», μετά την περιβόητη αναφώνηση «θάλαττα, θάλαττα», οι εξαντλημένοι από την περιήγηση Έλληνες μισθοφόροι, αφού πρώτα έκαναν πλιάτσικο στην παρακείμενη χώρα των Κολχών (Ξενοφώντας, 2005, σελ. 513), θέλησαν να γιορτάσουν και επ' αυτού ανέθεσαν σε ένα νεαρό Σπαρτιάτη, τον Δρακόντιο, τη διοργάνωση αθλητικών αγώνων. Οι αγώνες αυτοί, παρά την ακαταλληλότητα του εδάφους, περιλάμβαναν πάλη, πυγμαχία, παγκράτιο και ιπποδρομίες και καθώς «...εκδηλώθηκε μεγάλος ανταγωνισμός καθώς έβλεπαν και οι εταίρες...» (Ξενοφώντας, 2005, σελ. 517) στέφτηκαν με επιτυχία.

Στην παραπάνω ιστορία βλέπουμε ότι η επιτυχημένη διέλευση μέσα από εχθρικά εδάφη κινητοποιεί τους Μυρίους να κάνουν μια θρησκευτική τελετή και τα συμπαρομαρτούντα της, τους αθλητικούς αγώνες. Ο αγώνας δεν συμβόλιζε τη δημιουργία δεσμών με τις κοινότητες από τις οποίες διέρχονταν, οι οποίες ήταν όλες υπό καθεστώς εκβιασμού είτε να λεηλατηθούν είτε «να ανοίξουν τις αγορές τους» (Ξενοφώντας, 2005, σελ. 479, 497-499, 513). Αντίθετα, επικύρωνε πανηγυρικά την επικράτησή τους σε μια αρκετά «βρώμικη» υπόθεση, καθώς πολλές από τις φυλές τις οποίες συνάντησαν στην εκστρατεία τους δεν είχαν αυτάρχεια τροφίμων και γι' αυτό επέλεξαν να πολεμήσουν.

Όπως προκύπτει και από το παραπάνω παράδειγμα, η σύμπτωση περιήγησης και μετακίνησης στον χώρο με τον αγώνα, τη σωματική δραστηριότητα με σκοπό την αναψυχή, δεν συνιστούν -θεωρητικά- τις προϋποθέσεις για να ονοματίσουμε ένα φαινόμενο ως αθλητισμό, ως τουρισμό, ή, πόσο μάλλον, ως αθλητικό τουρισμό. Αν οι Μύριοι, όμως, δεν έκαναν αθλητικό τουρισμό, τότε τι είναι ο αθλητικός τουρισμός; Και τι είναι η μελέτη του ως αντικειμένου επιστημονικής ενασχόλησης;

## 2. Αθλητικός τουρισμός ή τουριστικός αθλητισμός;

Η μελέτη του αθλητικού τουρισμού είναι μάλλον ένα πολύ πρόσφατο φαινόμενο. Προς το τέλος της δεκαετίας του 1990, πολλά αγγλοσαξονικά περιοδικά όπως τα *Journal of Vacation Marketing*, *Tourism Recreation Research*, *Visions in Leisure and Business* άρχισαν να εκδίδουν εξειδικευμένα αφιερώματα στο ζήτημα του αθλητικού τουρισμού. Την ίδια περίπου περίοδο, το 1999, εκδίδεται και το πρώτο εγχειρίδιο στο αντικείμενο (Standeven and De Knop, 1999), κινήσεις που συνοδεύονται και από ανάλογη δραστηριότητα σε επίπεδο διεθνών συνεδρίων (Gibson, 2008, σελ. 24). Το πρώτο κείμενο άσκησης πολιτικής εντοπίζεται το 1982 και αφορά βρετανική κυβερνητική έκθεση. Η συγγραφέας της, Sue Glyptis, συνέκρινε το πλαίσιο άσκησης πολιτικής σε πέντε διαφορετικές ευρωπαϊκές χώρες, προσπαθώντας να καταγράψει τις βέλτιστες πρακτικές σε επίπεδο ασκούμενης πολιτικής γύρω από το ζήτημα.

Σε ανάλογο μήκος κύματος, το πρώτο εξειδικευμένο περιοδικό, το *Journal of Sport Tourism* ξεκινά την ηλεκτρονική του παρουσία το 1997 και αποκτά έντυπη μορφή το 2003. Το 2006 η ιδιοκτησία του μεταφέρεται από το *Sport Tourism International Council*, μια διεθνή ομαδοποίηση από φορείς της κοινωνίας των πολιτών και του ιδιωτικού τομέα, στον γνωστό εκδοτικό οίκο Taylor & Francis. Αυτό συνέβη όταν ο φορέας που το εξέδιδε αποφάσισε ότι το εγχείρημα δεν έχει μέλλον ως «ειδικό έντυπο» μιας αγοράς και ότι έπρεπε να μετασηματιστεί σε ένα περιοδικό ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος (Weed, 2008a, σελ. 3-4).

Η τάση έκδοσης ειδικών αφιερωμάτων σε περιοδικά με έμφαση στο τουριστικό ή αθλητικό μάνατζμεντ συνεχίζεται και την επόμενη δεκαετία (Weed, 2008c, σελ. 96). Πρωτοστατούν περιοδικά όπως το *Journal of Sport Management*, το *Current Issues in Tourism*, το *European Sport Management Quarterly*, και, με λιγότερο οικονομικό προσανατολισμό, το *Sport in Society*. Αυτή η τάση ολοκληρώνεται με την έκδοση τεσσάρων ειδικών αφιερωμάτων από το ίδιο το *Journal of Sport and Tourism*, τα οποία προσπαθούσαν να συστηματοποιήσουν την υφιστάμενη γνώση στο πεδίο και να αναγνωρίσουν τις βασικές οπτικές και τις κυρίαρχες εννοιολογικές, μεθοδολογικές και θεματικές επιλογές των ερευνητών (Hinch, Higham & Moyle, 2016).

Το πεδίο αυτό ήταν εξαρχής σημαδεμένο από την ιστορικότητα της δημιουργίας του. Η συγκυρία προς τα τέλη της δεκαετίας του 1990, εντός της γενικότερης έντασης των κινητικότητων στο πλαίσιο της οικονομικής παγκοσμιοποίησης, οδηγούσε την ανάπτυξη του κλάδου μέσα από τρεις παράλληλες διαδικασίες

μετασχηματισμού: πρώτον, την αύξηση της δημοφιλίας των διεθνών αθλητικών οργανώσεων· δεύτερον, την ανάδυση του ενδιαφέροντος σε ζητήματα υγείας και ευεξίας· τρίτον, το ενδιαφέρον των κυβερνήσεων για τις δυνητικές επιπτώσεις μεγάλων αθλητικών γεγονότων (Gammon & Robinson, 2003, σελ. 21). Τα ερωτήματα που κινητοποιούσαν την ανάπτυξη της έρευνας στο συγκεκριμένο πεδίο αφορούσαν τις δημόσιες πολιτικές, τον συντονισμό μεταξύ ετερόκλητων γραφειοκρατικών σωμάτων και, κυρίως, την επίπτωση του αθλητικού τουρισμού στη διαμόρφωση της ταυτότητας των προορισμών, δηλαδή στο τουριστικό μάρκετινγκ.

Η πρώτη διάσταση, ωστόσο, ήταν εξαιρετικά προβληματική, καθώς δύσκολα μπορούσαν να παραχθούν γενικευτικές θεωρίες για το πώς η δημόσια διοίκηση θα ενεργήσει προς όφελος της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού, δεδομένου ότι σε διαφορετικά εθνικά συγκείμενα το πρότυπο διακυβέρνησης των τομέων αυτών διαφέρει. Έτσι, π.χ., στις ΗΠΑ ο αθλητισμός αντιμετωπίζεται, κυρίως, ως πεδίο στο οποίο το κράτος παρεμβαίνει είτε μέσα από την παροχή κρατικών ενισχύσεων είτε και ρυθμιστικά, ενώ, αντιστοίχως, ο τουριστικός τομέας θεωρείται ο *par excellence* χώρος του ιδιωτικού τομέα, με το κράτος να έχει περιορισμένο ρόλο μόνο σε επίπεδο συμβουλευτικής των επιχειρήσεων ή μάρκετινγκ. Στην άλλη άκρη του φάσματος, σε διαφορετικές χώρες, ο τουρισμός δεν αποτελεί μόνο πεδίο κυβερνητικής χρηματοδότησης, αλλά η ίδια η παράδοση του κοινωνικού τουρισμού τον εντάσσει, υπό προϋποθέσεις (π.χ. στη Γαλλία), στη σφαίρα των κοινωνικών παροχών για τις οποίες το κράτος οφείλει να μεριμνά (Weed, 2008d, σελ. 447-448). Ομοίως, εμπόδιο στην καταγραφή ενιαίων κατευθύνσεων αποτελούσε και το γεγονός ότι και οι δύο δραστηριότητες, ως «δευτερεύουσες», εντάσσονται στη λειτουργία της δημόσιας διοίκησης με ετερόκλητο τρόπο. Εδώ φυσικά κανείς σκέφτεται τον τρόπο με τον οποίο, π.χ., στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες ο αθλητισμός αποτελεί αντικείμενο παρέμβασης μέσω υπουργείων του κεντρικού κράτους σε αντίθεση με τις αποκεντρωμένες δομές των επί μέρους αθλητικών επιτροπών που βρίσκουμε διάσπαρτες σε διαφορετικές πολιτείες των ΗΠΑ (Standeven & De Knop, 1999· Gibson, 2008, σελ. 25). Σε κάθε περίπτωση, όμως, η «τουριστικοποίηση» του αθλητισμού τον καθιστά αντικείμενο διακυβερνητικής παρέμβασης είτε ως εργαλείο διάχυσης της τουριστικής κίνησης σε μεγαλύτερο φάσμα της τουριστικής σεζόν – ως εργαλείο, δηλαδή, ανάσχεσης της εποχικότητας του τουρισμού (Gibson, 1998, σελ. 60) – είτε ως πρόβλημα που προκαλεί η ίδια η εποχικότητα διαφορετικών αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες απαιτούν πλήθος υποδομών μεταφοράς και φιλοξενίας, που μετά το πέρας μιας διοργάνωσης

χρησιμοποιούν εκμετάλλευσης ώστε να αποσβεστούν τα επενδεδυμένα κεφάλαια (Higham & Hinch, 2008, σελ. 488-489· Butler, 1994).

Το πεδίο, όμως, που κατεξοχήν κινητοποιεί την έρευνα είναι αναμφίβολα το μάρκετινγκ. Και αυτό γιατί στο επίκεντρο της συζήτησης σχετικά με την προώθηση τουριστικών προορισμών βρίσκεται η μέριμνα ενίσχυσης της ταυτότητας κάθε προορισμού. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται μέσα από τη διαμόρφωση μιας διακριτικής κοινωνικής αναπαράστασης γύρω από τις ποιότητες ενός τόπου υποδοχής τουριστών, αλλά και μιας διακριτής συστάδας πρακτικών που διαφοροποιούν, μέσα σε ένα διεθνοποιημένο και ακραία ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον, τον ένα προορισμό από τον άλλο. Σε αυτό το πλαίσιο, βασική στρατηγική αποτελεί η τμηματοποίηση των δυνητικών καταναλωτών και η συνακόλουθη στόχευση κάθε επί μέρους θραύσματος του καταναλωτικού κοινού ανάλογα με τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντά του στα οποία συμπεριλαμβάνονται οι ενσώματες δραστηριότητες αναψυχής (βλέπε, π.χ., Weber, 2008, σελ. 69) και οι ιδιαίτερες πολιτισμικές του ευαισθησίες (Parmita et al., 2021, σελ. 98).

Ωστόσο, είναι προφανές ότι οι πειθαρχίες της διοίκησης και του μάρκετινγκ δεν μπορούν να εξαντλήσουν από μόνες τους την κοινωνική βαρύτητα, π.χ., μεγάλων αθλητικών γεγονότων όπως οι σύγχρονοι Ολυμπιακοί αγώνες. Ακολούθως, οι πειθαρχίες αυτές δεν μπορούν να θέσουν όλα τα ερωτήματα που μπορούν να παρουσιαστούν γύρω από την ανάδυση του αθλητικού τουρισμού. Πώς απάντησε, όμως, αυτή η, πρόσφατα αναδυόμενη, βιβλιογραφία στο ερώτημα τι είναι ο αθλητικός τουρισμός;

### 3. Ζητήματα εννοιολόγησης ή ταξιδεύοντας ανάμεσα στις βιβλιογραφίες

Η δυσκολία προσδιορισμού του αντικειμένου έκανε την εμφάνισή της από τα πρώτα κιόλας βήματα διαμόρφωσης του πεδίου. Ενδεικτικό ήταν ότι εξαρχής για πολλούς η δραστηριότητα του ταξιδιού προς χάριν της παρακολούθησης ενός αγώνα ή μιας αθλητικής διοργάνωσης και το ταξίδι αναψυχής, μέρος του οποίου ήταν και η ενσώματη δραστηριότητα της αναψυχής, δεν μπορούσαν να αποτελούν τμήμα του ίδιου φαινομένου (Pigeassou, Bui-Xuan & Gleyse, 2003). Πολλοί ερευνητές προσπάθησαν να καθιερώσουν, στην αγγλική γλώσσα, τη διάκριση μεταξύ *sports tourism* και *sport tourism* (Gibson, 2008, σελ. 27).

Ένας από τους πρώτους απλουστευτικούς ορισμούς που διατυπώθηκαν ήταν αυτός του DeKnop (1987), σύμφωνα με τον οποίο «...ο αθλητικός τουρίστας είναι εκείνο το υποκείμενο που συμμετέχει σε αθλητικές δραστηριότητες στις διακοπές

του»<sup>1</sup>. Ο ορισμός αυτός, φυσικά, δημιουργούσε περισσότερα ερωτηματικά από αυτά που απαντούσε. Ευρύτερα διαδεδομένος είναι σήμερα ο ορισμός της Gibson, σύμφωνα με τον οποίο ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί μιας μορφής «... επικεντρωμένου στησχόλη ταξιδιού που μεταφέρει τα υποκείμενα προσωρινά μακριά από την κοινότητα στην οποία κατοικούν για να συμμετέχουν σε φυσικές δραστηριότητες, για να δουν φυσικές δραστηριότητες ή για να θαυμάσουν αξιοθέατα συσχετιζόμενα με φυσικές δραστηριότητες»<sup>2</sup> (Gibson, 1998, σελ. 49). Τα ερωτήματα, όμως, συνέχιζαν να υπάρχουν, οδηγώντας σε περαιτέρω σύγχυση. Αν μια μετακίνηση γίνονταν έξω από τα όρια των διακοπών, θα την κατατάσσαμε στον αθλητικό τουρισμό; Η παθητική και η ενεργητική συμμετοχή σε ένα αθλητικό γεγονός είναι τμήμα του ίδιου ευρύτερου κοινωνικού φαινομένου; Η οργανωμένη, σε σχέση με την αυτόνομη, συμμετοχή σε αυτές τις δράσεις είναι το ίδιο πράγμα; Η συμπωματική συμμετοχή σε μια ενσώματη δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου, όπως, π.χ., η επίσκεψη στο γυμναστήριο ενός ξενοδοχείου, εντάσσει το σύνολο του ταξιδιού στην κατηγορία του αθλητικού τουρισμού κ.ο.κ; (Hinch & Higham, 2008, σελ. 48· Vrontou, 2017);

Οι εντάσεις και οι διαφοροποιήσεις σε σχέση με την απόπειρα ορισμού του αντικειμένου, φυσικά, σχετίζονται και αναπαράγουν τις διακρίσεις μεταξύ των πειθαρχιών των τουριστικών και των αθλητικών σπουδών, αλλά και τις ίδιες τις προϋπάρχουσες διαφοροποιήσεις στο εσωτερικό τους. Για παράδειγμα, στη Μεγάλη Βρετανία, η μελέτη του αθλητισμού εντασσόταν από την αρχή στο πολυεπιστημονικό πεδίο των σπουδών του ελεύθερου χρόνου, σε αντίθεση με τη Βόρεια Αμερική, όπου η «ανακάλυψη» του αθλητισμού ως πεδίου έρευνας για τις κοινωνικές επιστήμες πραγματοποιούταν εντός του διεπιστημονικού πεδίου των αθλητικών σπουδών (Birrell, 2006, σελ. 336).

Αντίστοιχα, ο κοινωνιολογικός λόγος στο εσωτερικό και των δύο αυτών πειθαρχιών, αθλητισμού και τουρισμού, δυσκολευόταν εξ αρχής από τη σύγχυση της κοινωνιολογίας με το εγχείρημα της διερεύνησης της ψυχοκοινωνικής συμπεριφοράς των εμπλεκόμενων υποκειμένων (π.χ., Cohen, 1996a), δηλαδή των κινήτρων της ατομικής συμπεριφοράς. Όλοι, όμως, αυτοί οι ορισμοί έχουν έναν κοινό παρανομαστή: την αδυναμία να ενσωματώσουν την παράλληλη ιστορικότητα του τουρισμού και του αθλητισμού ως προϋπόθεση για τις συμπώσεις τους σε μια συστάδα φαινομένων που συγκροτούν τον αθλητικό τουρισμό.

---

1 Μετάφραση του συγγραφέα.

2 Μετάφραση του συγγραφέα.

#### 4. Αντί ιστορίας

Αν όμως ο ένας κίνδυνος που συσκοτίζει το αντικείμενό μας είναι η έκλειψη της ιστορίας, ο άλλος είναι ο ιστορικισμός. Αθλητισμός και τουρισμός, ως αντικείμενα επιστημονικής ενασχόλησης, έχουν υποφέρει εξίσου από την προσπάθεια των μελετητών τους να ανασυγκροτήσουν ένα ιστορικό συνεχές που παρουσιάζει ανάλογες πρακτικές, του ελεύθερου χρόνου ή της κινητικότητας, ως υπαγόμενες σε μια ευθεία εξελικτική γραμμή μέχρι την σημερινή τους μορφή (Κουλούρη, 2015, σελ. 13-15· Νικολακάκης, 2013, σελ. 59-61). Αυτός ο πειρασμός δεν άφησε ανεπηρέαστους ούτε τους συντάκτες του πρώτου εξειδικευμένου αφιερώματος στο *Journal of Tourism History* στο ζήτημα του αθλητικού τουρισμού. Ο συγγραφέας της μόνης σχετικής σύντομης της βιβλιογραφίας, Mike Huggins, παρουσίαζε τις μετακινήσεις -πού αλλού- στους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες (Huggins, 2013, σελ. 108-109), στις μεσαιωνικές κονταρομαχίες με επίκεντρο τη Γαλλία ή στους διαγωνισμούς τοξοβολίας τις Κάτω Χώρες (Huggins, 2013, σελ. 110) ως πρόδρομες μορφές αθλητικού τουρισμού.

Θα ήταν, μάλλον, πιο παραγωγικό αν, ακολουθώντας τις αντίστοιχες θεωρήσεις στη βιβλιογραφία του αθλητισμού και αυτή του τουρισμού, κατανοήσουμε τις συμπτώσεις δύο αμιγώς νεωτερικών φαινομένων και αυτές ως αμιγώς νεωτερικές. Η αφήγησή μας, έτσι, ίσως να έπρεπε να ξεκινήσει τον 19ο αιώνα και συγκεκριμένα στα τέλη του 19ου και στις αρχές του 20ού.

Ο 19ος αιώνας συνιστά τη μήτρα του φαινομένου που διερευνούμε όχι μόνο γιατί μορφολογικά εκεί εμφανίζονται οι πρωταγωνιστές του. Τον 19ο αιώνα έχουμε τα πρώτα σύγχρονα ξενοδοχεία (Enzenberger, 2000, σελ. 112· Inglis, 2000, σελ. 59), τα πρώτα οργανωμένα τουριστικά θέρετρα, αρχικά ως χώρους θεραπείας (Zuelow, 2016, σελ. 66-68), την επέκταση των νέων μορφών μετακίνησης μέσα από τα οργανωμένα σιδηροδρομικά ταξίδια του Thomas Cook (Jill, 2005) και, στη συνέχεια, την επέκταση του συστήματος της αυτοκίνησης στη μεσοπολεμική Αμερική (Lofgren, 1999, σελ. 63). Τα παραπάνω, ως επιταχυντές της νεωτερικότητας, επιτάχυναν και την ανάπτυξη του σύγχρονου αθλητισμού, της δημιουργίας σωματείων και των συνδέσμων που καταλήγουν να συγκροτούν τα σημερινά πρωταθλήματα (Maguire, 2015).

Περισσότερο, όμως, θα έπρεπε να επικεντρωθούμε στις παράλληλες πορείες και στους κοινούς παρανομαστές, στην ιδιαίτερη, δηλαδή, θέση που κατέχουν τόσο ο τουρισμός όσο και ο αθλητισμός στη συγκρότηση του σύγχρονου έθνους-κράτους ως βασικής οργανωτικής αρχής των νεωτερικών κοινωνιών. Στον τρόπο, δηλαδή,

που τόσο ο αθλητισμός όσο και ο τουρισμός συγκροτούν στιγμές και μέσα για την οργάνωση, ιδεολογική και φυσική, της υλικότητας στο εσωτερικό των εθνών-κρατών αλλά και στον μετασχηματισμό του έθνους-κράτους σε όχημα συμμετοχής σε μια παγκοσμιοποιούμενη διεθνή τάξη, εντός της οποίας οι τοπικές ελίτ συμμετείχαν με σχέσεις συνεργασίας, ανταγωνισμού ή άμιλλας εκπροσωπώντας έθνη και εθνικές κοινότητες.

Δεν είναι τυχαίο, εξάλλου, ότι οι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες ακολουθούσαν στα πρώτα τους βήματα μεγάλες εμπορικές εκθέσεις (Guttman, 2008, σελ. 254), ενός άλλου, δηλαδή, θεσμού όπου τα έθνη συνυπάρχουν σε μια αναδυόμενη φαντασιακή νέα διεθνή τάξη. Από αυτή την άποψη, και η ιδέα της «εφεύρεσης» των σύγχρονων σπορ στην Αγγλία και η μετάδοσή τους στον υπόλοιπο κόσμο μέσα από την αποικιακή επιβολή ή μέσα από την μίμηση –αποτέλεσμα της γοητείας που ασκούσε σε τοπικές ελίτ η αίγλη του νέου αστικού τρόπου ζωής (Guttman, 1993)– αποτελεί μια ήπια, διά του πολιτισμού, προβολή της γεωπολιτικής ισχύος της άλλοτε θαλασσοκράτειρας δύναμης προς τον υπόλοιπο κόσμο (Guttman, 2008, σελ. 254-255).

Οι διαδικασίες αυτές επιταχύνονταν κατά τη μεσοπολεμική περίοδο, όταν σε διαφορετικά εθνικά συγκείμενα ο τουρισμός είχε κεντρική θέση στα σχέδια διαμόρφωσης μιας εθνικής οικονομίας, στην οποία οι διεθνείς συναλλαγές συρρικνώνονταν, από τη Σουηδία μέχρι τη Γερμανία και από τις ΗΠΑ μέχρι την ΕΣΣΔ. Παράλληλα, η επέκταση των μεταφορών προς το εσωτερικό του εθνικού χώρου αποτελούσε όρο για την οικονομική ενοποίηση των νέων εθνών-κρατών αλλά και τη δημιουργία όρων κατασκευής πολιτικών συναινέσεων με τους αγροτικούς πληθυσμούς (Βλάχος, 2013, σελ. 34).

Σε αυτό το πλαίσιο, οι κοινωνικές ελίτ που εκφράζουν αυτούς τους νέους συνασπισμούς εξουσίας προβάλλουν την αίγλη τους μέσα από συσσωματώσεις της κοινωνίας των πολιτών, οι οποίες συνιστούν ταυτόχρονα πολιτικά εγχειρήματα επαναανοηματοδότησης των νέων εθνικών κοινοτήτων αλλά και μοχλούς πίεσης για την επέκταση του κράτους σε νέα πεδία. Σε αυτό το σημείο, αθλητισμός και τουρισμός ταυτίζονται απόλυτα, και συχνά δεν είναι εύκολο να διακρίνουμε και τις μεταξύ τους διαφορές. Για παράδειγμα, στη Μεγάλη Βρετανία το *Cycling Touring Club* που δημιουργείται το 1878 είχε μέχρι την αλλαγή του αιώνα πάνω από 60.000 μέλη και αποτελούσε ταυτόχρονα οργανισμό που διαπαιδαγωγούσε σε ένα νέο τρόπο απόλαυσης της φύσης και στη χρήση ενός νέου τεχνολογικού τεχνουργήματος. Παράλληλα, λειτουργούσε και ως ένα λόμπι, ένας φορέας της κοινωνίας των πολιτών που πίεζε, με τη συνδρομή οικονομικών συμφερόντων, για την επέκταση των δημόσιων πολιτικών στην οδοποιία κ.ο.κ. (Inglis, 2000, σελ. 97).

Ανάλογη θέση κατέχουν και στο ελληνικό εθνικό συγκείμενο σύλλογοι, όπως ο Ελληνικός Ορειβατικός Σύνδεσμος, η ΕΛΠΑ ή, πάνω από όλα, η Ελληνική Περιηγητική Λέσχη (Βλάχος, 2013, σελ. 41-43· Μπονάρου, 2009, σελ. 258-259), αλλά και η άνθηση του σωματειακού αθλητισμού που λαμβάνει χώρα την ίδια περίοδο (Κουλούρη, 1997). Αν υπάρχει μια διαφορά από τον διεθνή κανόνα που διαφοροποιεί την ελληνική περίπτωση, είναι η έντονη προνεωτερική οικονομική δομή της οικονομίας της ενδοχώρας, η οποία, όπως έχει παρατηρήσει ο Γεράσιμος Ζαχαράτος (2010, σελ. 23), σε αντίθεση με τις άλλες ευρωπαϊκές οικονομίες, συντελούσε στο να έπονται οι υποδομές φιλοξενίας αλλά και μεταφοράς της ανάπτυξης του περιηγητισμού (Παπαζαφειροπούλου, 2024· Νικολακάκης, 2017, σελ. 73-78, 110-111, 134-136).

Αλλά αυτή η ομοιότητα στον τρόπο με τον οποίο τουρισμός και αθλητισμός αποτελούσαν τμήμα του νέου εθνικού τρόπου οργάνωσης της κοινωνικής και πολιτικής ζωής τους τοποθετεί και ως δρώντες στον αναπτυσσόμενο κοινωνικό ανταγωνισμό στο εσωτερικό τους. Η ίδια η «μαζικοποίηση» του τουρισμού συνιστούσε αποτέλεσμα της κατοχύρωσης εκ μέρους διευρυμένων στρωμάτων του δικαιώματος στις διακοπές και στην άδεια μετ' αποδοχών, αρχής γενομένης από τις ιδέες που προωθούσε από το 1919 το Διεθνές Γραφείο Εργασίας, τις παραχωρήσεις της *Opera Nazionale Dopolavoro* στη φασιστική Ιταλία (Berghoff, 2002, σελ. 173-174), το *Holiday Pay Act* του 1938 (Barton, 2005, σελ. 127-133) στη Μεγάλη Βρετανία και τις κατακτήσεις της κυβέρνησης του Γαλλικού Ενιαίου Μετώπου (Cross, 1989). Αντίστοιχα, η αναδυόμενη κοινωνική μορφή των αθλητικών σωματείων συνιστούσε και έναν τρόπο συμμετοχής στη νέα «κοινωνία των μαζών» μέσα από συσσωματώσεις που εξέφραζαν είτε μορφές κοινωνικού ανταγωνισμού – συχνά με τη δημιουργία αθλητικών συλλόγων με πολιτικές αναφορές (Rigauer, 2000, σελ. 36-38) – είτε την ίδια την αίγλη που απολάμβαναν οι «εθνικές» ομάδες.

Οι σωματικές πρακτικές κατάκτησης του «άλλου» φυσικού περιβάλλοντος δεν ήταν ένα δευτερεύον κομμάτι αυτών των εξελίξεων, ούτε ήταν όσο διαφοροποιημένες όσο θα ήθελαν να τις παρουσιάζουν σήμερα οι «ειδικοί» των δύο πειθαρχιών στο πλαίσιο του ανταγωνισμού των ακαδημαϊκών πεδίων. Αντίθετα, ήταν οργανικά τμήματα της ίδιας διαδικασίας, όπως αναδεικνύει η περίπτωση των ορεινών αλπικών καταφυγίων (Jurek, 2010) ή το παράδειγμα του Γύρου της Γαλλίας (Dauncey, 2012). Στο ελληνικό εθνικό συγκείμενο, σπανιότερα κοιτάμε αυτές τις περιπτώσεις ως συγγενικές με την ίδια την «επινόηση» της παραλίας και τον μετασηματισμό της από έναν τόπο θεραπείας σε ένα τόπο αναψυχής (Nikolakakis, 2016· Dritsas, 2002). Ωστόσο, το μεταπολεμικό αποτυχημένο εγχείρημα του Μοντ Παρνές (Κολώνας, 2014, σελ. 72) και το πλήθος ορεινών

καταφυγίων μαρτυρούν τις ομοιότητες με διαδικασίες που βρίσκονται σε εξέλιξη και σε άλλες χώρες.

Μπορούμε σήμερα να βλέπουμε την κολύμβηση, το σκι και την ποδηλασία ως αθλήματα, αλλά μέσα από το παραπάνω πρίσμα παρουσιάζονται ως ενσώματες πρακτικές του ελεύθερου χρόνου που διαπαιδαγωγούσαν τις μάζες σε ένα κάποιο τρόπο βίωσης και κατάκτησης της υπαίθρου. Μπορούμε να τις δούμε ως αθλήματα που διευκολύνθηκαν από την ανάπτυξη των μετακινήσεων, αλλά εξίσου και ως μορφές διαχείρισης του ελεύθερου χρόνου που σταδιακά εμπορευματοποιούταν. Ο χώρος μόνο τα διέκρινε μεταξύ τους, καθώς σε άλλες περιπτώσεις οι δραστηριότητες αυτές απαιτούσαν τη νέα μορφή του κατασκευασμένου αθλητικού χώρου (Guttman, 2008, σελ. 252), όπως το γήπεδο, την πίστα του πατινάζ, την αίθουσα του μπόουλινγκ ή το γυμναστήριο, και σε άλλες η άσκησή τους απαιτούσε τη μετάβαση σε ένα άλλο χώρο, αυτόν της εξημερωμένης φύσης. Ο χώρος αυτός, όμως, αστικός ή μη, συνιστά τον τόπο μιας νέας μορφής δημόσιας αστικής κοινωνικότητας εντός του οποίου, και πάλι, η διάκριση μεταξύ τουρισμού και αθλητισμού παρουσιάζεται ως ασήμαντη (Franklin, 2006, σελ. 394).

Αυτή η διεύρυνση των ενσώματων πρακτικών του ελεύθερου χρόνου θα αποκτήσει νέα χαρακτηριστικά στη μεταπολεμική συνθήκη της αλματώδους επέκτασης της διεθνούς τουριστικής κίνησης. Ο τουρισμός αποτελεί οικονομική επιλογή, η οποία προωθείται από διεθνείς οργανισμούς ως ένας τρόπος για την ένταξη διαφορετικών εθνών-κρατών του μετααποικιακού κόσμου στη διεθνή οικονομία (Lanfant, 1995) και, υπό αυτή την έννοια, αποτελεί και ένα διαφορετικό μονοπάτι για την ενεργοποίηση διαδικασιών κοινωνικού εκμοντερνισμού. Βασικό όχημα για αυτή τη διαδικασία είναι, φυσικά, η ίδια η επέκταση των μεταφορών αρχικά της αυτοκίνησης αλλά στην συνέχεια, με ιδιαίτερα ένταση, των πτήσεων τσάρτερ. Αλλά, και πάλι, η πρώτη ναυλωμένη πτήση τσάρτερ πραγματοποιείται για να μεταφέρει θεατές για να παρακολουθήσουν ένα αγώνα μποξ το 1927 από τη Νέα Υόρκη στο Σικάγο (Barton, 2005, σελ. 200-201). Τυχαίο, αλλά και ενδεικτικό.

Το νέο μεταπολεμικό τουριστικό θέρετρο, το οποίο διαφοροποιείται ριζικά από το πρότυπο φιλοξενίας του ξενοδοχείου πόλης, χωροθετείται έξω από τον πολεοδομικό ιστό και η θελκτικότητά του έγκειται ακριβώς στη λειτουργία του αυτή της φυγής. Τα *Club Med*, σύμβολα αυτού του νέου προτύπου διαχείρισης του ελεύθερου χρόνου, διαφήμιζαν, πριν από όλα, τη δυνατότητα που παρείχαν στους πελάτες τους να έχουν πρόσβαση σε αυτές τις ενσώματες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου όπως το θαλάσσιο σκι και η ιππασία (Furlough, 2009, σελ. 175-180).

Το μαζικό ξενοδοχείο δεν ήταν μαζικό μόνο εξαιτίας της αρχιτεκτονικής του μορφής ή κάποιας αφηρημένης έλευσης της εργαλειακής ορθολογικότητας. Ήταν μεγάλο εξαιτίας των αριθμών, και της ταύτισης στο επίπεδο της παραγωγής μεταξύ των δυνατοτήτων που παρείχε το νεότευκτο σύστημα των πτήσεων τσάρτερ (Löfgren, 1999, σελ. 186) και των κατασκευαστικών αναγκών που αυτό συνεπαγόταν. Ταυτόχρονα, όμως, ήδη από τον 19ο αιώνα, τα θέρετρα προσπαθούσαν να διαφοροποιηθούν μεταξύ τους (Berghoff, 2002, σελ. 175). Πριν ακόμα εφευρεθούν νεφελώδεις έννοιες όπως η ταυτότητα προορισμού, βασικός μηχανισμός διάκρισης τους ήταν οι διαφορετικές πρακτικές που μπορούσαν να απολαύσουν οι καταναλωτές στο εσωτερικό τους (Berghoff, όπ.π., σελ. 185). Μια συγκριτική μελέτη των διαφημιστικών φυλλαδίων μεταξύ διαφορετικών υποδομών φιλοξενίας τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια στον κατεξοχήν τόπο «μαζικού τουρισμού», στη Μαγιόρκα, αποκαλύπτει την ενδελεχή καταγραφή των πρακτικών που ανταγωνίστριες εταιρίες, *Thomas Cook*, *Cosmos* και *Potinental*, προσέφεραν στους πελάτες τους (Wright, 2002, σελ. 185).

Όλα αυτά βέβαια μπορεί να ακούγονται πολύ «τουριστικοκεντρικά». Παράλληλα με την ανάπτυξη του τουρισμού στον μεταπολεμικό κόσμο συγκροτούνταν και αυτό που ο Elias περιέγραφε ως τα τελευταία στάδια της αθληματοποίησης, δηλαδή της, αρχικά εθνικής και εν συνεχεία διεθνικής, συγκρότησης των ενσώματων δραστηριοτήτων του ελεύθερου χρόνου σε αναγνωρισμένους αθλητικούς θεσμούς. Οι ιστορικοί του σύγχρονου ποδοσφαίρου, π.χ., τοποθετούν την αφετηρία της διαδικασίας επαγγελματοποίησής του κατά την περίοδο του Μεσοπολέμου και την επιτάχυνσή της στα μεταπολεμικά χρόνια μαζί με τα εγχειρήματα γενίκευσης των διεθνών αθλητικών συσσωματώσεων και διοργανώσεων (π.χ., Missiroli, 2002).

Κάθε εγχείρημα διεθνοποίησης του αθλητισμού ενείχε στο εσωτερικό του την ίδια τη μετακίνηση των συμμετεχόντων, αθλητών, προπονητών, φυσικοθεραπευτών και φυσικά, σταδιακά, των φιλάθλων, οδηγώντας σε απότομες εκροές και εισροές πολύτιμου συναλλάγματος. Ωστόσο, όπως πολλοί ερευνητές και ερευνήτριες του αθλητισμού έχουν παρατηρήσει, αυτή η επέκταση επαφιόταν σε δίκτυα υποδομών, επικοινωνίας και μεταφοράς, στα οποία τόσο ο αθλητισμός όσο και ο τουρισμός αποτελούσαν δευτερεύουσες λειτουργίες τους (Guttman, 2008, σελ. 251).

Μόνο μεταπολεμικά μπορεί κανείς να διακρίνει το εγχείρημα παραγωγής αυτόνομων υποδομών μεταφοράς για τον τουρισμό. Τέτοια είναι η περίπτωση του εγχειρήματος επέκτασης της αυτοκίνησης σε πλήθος μεσογειακών χωρών, όπως η Ελλάδα (Παπαζαφειροπούλου, 2024, σελ. 137-148) ή η Τουρκία (Adalet, 2018, σελ. 121-157). Οι διαδικασίες αυτές ήταν τμήμα της ένταξης των χωρών αυτών σε έναν διεθνοποιημένο καταμερισμό εργασίας και στο πρότυπο οργάνωσης του χώρου

που προωθείτο μέσω του σχεδίου Μάρσαλ. Πάνω στην ίδια αυτή επέκταση των υποδομών μεταφοράς στηρίζεται και ο μεταπολεμικός ευρωπαϊκός αθλητισμός.

Ωστόσο, οι μελετητές του αθλητισμού τοποθετούν την πλήρη ανάπτυξη των οικονομικών διαστάσεων των σύγχρονων σπορ μόνο από τα τέλη της δεκαετίας του 1980. Κινητήριοις δύναμη σε αυτή τη διαδικασία ήταν η ανάπτυξη της ιδιωτικής τηλεόρασης και των νέων οικονομικών δεδομένων που δημιουργούσε για τον κλάδο η αγορά και η πώληση δικαιωμάτων τηλεοπτικής προβολής. Αυτό όμως δεν εξαντλούσε τα όρια του αθλητικού οικονομικού κυκλώματος. Εξίσου σημαντική ήταν, φυσικά, και η ανάπτυξη της σύγχρονης βιομηχανίας αθλητικών ενδυμάτων, η κατασκευή των σύγχρονων αθλητικών σταδίων και οι επιπτώσεις τους στην αγορά γης καθώς και οι καταναλωτές/θεατές αυτών των αγώνων (Guttman, 1986).

Στον βαθμό, όμως, που από τα τέλη της δεκαετίας του 1980, οι διεθνείς αθλητικοί φορείς, όπως η FIFA, προσανατολίζονταν στη διεθνοποίηση της αγοράς στην οποία απευθύνονταν, μπορούμε να εντοπίσουμε και μια νέα μορφή δυνητικού καταναλωτή που στοχεύουν οι στρατηγικές μάρκετινγκ: τον μετακινούμενο, δηλαδή τουρίστα-καταναλωτή-φίλαθλο. Η μορφή αυτή αναζωογονεί, μετά την κάμψη του ενδιαφέροντος για την προσέλκυση μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων τη δεκαετία του 1970 (Matheson, 2019), τα «μέγα-γεγονότα» και συμβάλλει στην αναζωογόνηση του ενδιαφέροντος για την προσέλκυση διεξαγωγής, π.χ., Ολυμπιακών Αγώνων ή παγκόσμιων κυπέλλων ποδοσφαίρου, ως ανταγωνιστικών στρατηγικών των αναπτυσσόμενων μεγαλουπόλεων (Smith, Gold & Gold, 2024).

Εξάλλου, τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα μετά το τρίτο τέταρτο του 20ού αιώνα αποτελούν εγχειρήματα τουριστικής προβολής όσο και εγχειρήματα εθνικής ομογενοποίησης, προβολή γεωπολιτικής ισχύος και διαμόρφωσης μια κοινής εθνικής ταυτότητας. Ως παραδείγματα σε αυτό, μπορούμε να αναφέρουμε όλες τις διοργανώσεις Ολυμπιακών Αγώνων από μικρότερες χώρες όπως η Ισπανία ή η Ελλάδα από την πτώση του τείχους του Βερολίνου και μετά. Ακόμα, όμως, και χώρες με ισχυρά οικονομικά θεμέλια ενέτασσαν τα διεθνή αθλητικά γεγονότα σε εγχειρήματα προβολής της γεωπολιτικής ισχύος τους στο εξωτερικό, όπως οι Ολυμπιακοί της Κίνας (Hu, 2024) ή οι πρόσφατοι Ολυμπιακοί στο Παρίσι (Doustaly & Zembri-Mary, 2024). Ταυτόχρονα, τέτοια γεγονότα λειτουργούν και ως συνειδητές στρατηγικές ανάδειξης της χώρας ως δυνητικού προορισμού για τουρίστες από το εξωτερικό, όπως, π.χ., στην εμβληματική περίπτωση του Παγκοσμίου Κυπέλλου Ποδοσφαίρου το 1994 στις ΗΠΑ (Gibson, 1998, σελ. 51).

Αντί για μια αναζήτηση κάποιας φανταστικής γενεαλογίας του αθλητικού τουρισμού, εδώ εστιάσαμε στα κοινά, νεωτερικά, στοιχεία των φαινομένων που

μελετάμε. Προπολεμικά, στην κεντρική θέση του αθλητισμού και του τουρισμού στις διαδικασίες εθνογένεσης και συγκρότησης του νεωτερικού κράτους, στον ρόλο που διαδραμάτισαν ως στιγμές οργάνωσης της «μαζικής κοινωνίας» και στη συμβολική και ιδεολογική βαρύτητά τους στα παραπάνω εγχειρήματα. Μεταπολεμικά, στη μεταστροφή, αν και με διαφορετικές χρονικότητες, από μια κυρίαρχη πολιτική λειτουργία σε μια κυρίαρχη οικονομική λειτουργία, καθώς και στην παγκοσμιοποιητική τους προοπτική. Αυτή ήταν έκδηλη από τα γεννοφάσκια τους, αλλά εμφανίστηκε ως ολοποιητικό σύστημα μόνο κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου και με μεγαλύτερη ένταση μετά το 1989, όταν πλέον σε οικονομικό επίπεδο ήταν εμφανείς οι τάσεις χωροχρονικής σύμπτυξης για τις οποίες έκανε λόγο ο David Harvey (1990). Αυτές οι συγκλίσεις, εξάλλου, αποτυπώνονται και σε θεωρητικές επεξεργασίες στα δύο βιβλιογραφικά πεδία, με στοχαστές που εντάσσονται στην κοινωνιολογία του αθλητισμού, όπως ο Maguire (Murphy, Sheard & Waddington, 2002, σελ. 97-99), να κάνουν λόγο –επεκτείνοντας τις θεωρητικές επεξεργασίες του Norbert Elias– για την αθλητική παγκοσμιοποίηση ως την επέκταση των αλυσίδων αλληλεξαρτήσεων πέρα από όρια του έθνους κράτους ή για τον τουρισμό ως έναν μηχανισμό κοσμο-παραγωγής κατά τον Meetham (2001, σελ. 16-39).

Αυτό το σύντομο ιστορικό, ωστόσο, δεν είναι μια σύνοψη βιβλιογραφίας για τη γέννηση του αθλητικού τουρισμού, πόσο μάλλον μια επισκόπηση μελετών στην ασθενική ελληνόγλωσση βιβλιογραφία. Η ιστοριογραφική διερεύνηση, είτε από ιστορικούς είτε από άλλους κλάδους που υιοθετούν ιστοριογραφικά εργαλεία, δεν είναι ο βασικός τρόπος ενασχόλησης με το αντικείμενο, ούτε και συγκροτούν ένα από τα βασικά πεδία έρευνας στον κλάδο. Ποια είναι όμως αυτά;

## **5. Αντικείμενα και πεδία έρευνας στην μελέτη του αθλητικού τουρισμού**

Συγγραφείς με επιρροή στο πεδίο, όπως ο Hall (Hinch & Higham, 2008, σελ. 46), έχουν προσπαθήσει να κατηγοριοποιήσουν τα αντικείμενα ενδιαφέροντος που εντάσσονται κάτω από τη γενική ετικέτα «αθλητικός τουρισμός», σε τρία διαφορετικά υποπεδία: α) στα σημαίνοντα αθλητικά γεγονότα, β) στις δραστηριότητες της υπαίθριας αναψυχής (συχνά ταυτιζόμενες με την έννοια του περιπετειώδους τουρισμού), και γ) στον τουρισμό που συσχετίζεται με την υγεία και την ευεξία. Από την άλλη, μελέτες που έχουν προσπαθήσει να ποσοτικοποιήσουν το εύρος και τη διασπορά των θεματικών σε άρθρα και περιοδικά ανάλογου ενδιαφέροντος προσδιορίζουν τον αθλητικό τουρισμό εκδηλώσεων ως το πεδίο που συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ερευνητικό ενδιαφέρον, και δεύτερο τον περιπετειώδη αθλητικό τουρισμό (Weed,

2008b, σελ. 13-14). Άλλες θεματικές με συγκριτικά μικρότερο ενδιαφέρον αποτελούν ο τουρισμός νοσταλγίας ή οι μελέτες που εστιάζουν στην εμπειρία της μετακίνησης φιλάθλων, αν και αυτές συχνά γίνονται κατανοητές -ειδικά όταν χρησιμοποιούν ποιοτικές μεθόδους έρευνας- ως μελέτες των πολιτισμικών όψεων των κοινοτήτων των φιλάθλων-οπαδών.

Αναμφίβολα, το μεγαλύτερο τμήμα της βιβλιογραφίας καταλαμβάνεται από μελέτες που αφορούν διαφορετικές όψεις μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων (Gibson, 2008, σελ. 30). Το γεγονός αυτό παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς σχετικές ποσοτικές καταγραφές των φιλάθλων αποδεικνύουν ότι, συνήθως, τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα παρακολουθούνταν μέχρι και τη δεκαετία του 2000 από τον πληθυσμό των άμεσων γειτνιαζόντων αστικών συγκροτημάτων σε ποσοστό έως και 70% (Crompton, 1995), οδηγώντας σε αμφιβολία για το κατά πόσο τα γεγονότα αυτά πράγματι αποτελούν «αθλητικό τουρισμό». Οι προβληματικές περιλαμβάνουν, προφανώς, τις επιπτώσεις αυτών των γεγονότων -θέμα στο οποίο θα αναφερθούμε και παρακάτω-, θεματικές όπως η διαδικασία της επιλογής χωρών σε ανάλογες διοργανώσεις, η πολιτική οικονομία της υλοποίησης σύνθετων οργανωτικών ή κατασκευαστικών εγχειρημάτων, όπως είναι η προετοιμασία μιας Ολυμπιάδας και, τέλος, τις πολιτικές λειτουργίες ανάλογων γεγονότων (Higham & Hinch, 2009, σελ. 240-245).

Από την άλλη, η έρευνα στις διαφορετικές μορφές τουρισμού αναψυχής ή περιπετειώδους τουρισμού παρουσιάζει περισσότερα ανεξερεύνητες όψεις, ενώ συχνά ταυτίζεται βιβλιογραφικά και με την έρευνα στο πεδίο των αθλητικών σπουδών που σχετίζονται με τα εναλλακτικά ή ακραία αθλήματα (Rinehart, 2008, σελ. 507). Ταυτόχρονα, όμως, το πεδίο παρουσιάζει πολλές εσωτερικές διαφοροποιήσεις ως προς τον βαθμό κεντρικότητας της επιλογής να ασκήσει κανείς ένα άθλημα στις διακοπές του, σε σχέση με την ίδια την επιλογή ενός προορισμού (Gibson, 2008, σελ. 29). Επιπλέον, ο χαρακτηρισμός μιας δραστηριότητας ως «περιπετειώδους» σχετίζεται συνήθως με το ελεγχόμενο ρίσκο που αναλαμβάνουν οι συμμετέχοντες σε δραστηριότητες όπως το παραπέντε (π.χ. Carla & Chalip, 2008) ή οι υποβρύχιες καταδύσεις (π.χ. Tzanakis, 2024). Το ρίσκο αυτό μπορεί να μην προκύπτει, βέβαια, ευθέως από μια σημαίνουσα σωματική άσκηση, όπως το τζόκινγκ. Ο χαρακτήρας αυτού του «ελεγχόμενου ρίσκου», όμως, σημαίνει, ταυτόχρονα, ότι μέρος της δραστηριότητας και των συνακόλουθων οικονομικών όψεων της είναι η προετοιμασία για τον μετριασμό του όποιου κινδύνου (Weber, 2008e, σελ. 58).

Τέλος, ένα τρίτο πεδίο έρευνας που κερδίζει τα τελευταία χρόνια όλο και μεγαλύτερη αναγνώριση είναι ο τουρισμός της αθλητικής πολιτισμικής κληρονομιάς

ή αυτό που συχνά αναφέρεται ως τουρισμός αθλητικής νοσταλγίας (Snyder, 1991· Fairly, 2008, σελ. 271-272). Στην κατηγορία αυτή από νωρίς εντάχθηκαν μελέτες για την οργάνωση και τη νοηματοδότηση των αθλητικών μουσείων (Redmond, 1973), στο πλαίσιο αυτού που ο Urry είχε αποκαλέσει ως διαδικασία «μουσειοποίησης» διαφορετικών όψεων της κοινωνικής ζωής, πολύ πέρα από τα στεροτυπικά ιστορικά μνημεία (Urry, 1990, σελ. 107). Κεντρική θέση στην εν λόγω προβληματική έχει η έννοια της νοσταλγίας, η οποία δεν αναφέρεται απαραίτητα σε φυσικούς χώρους ή αντικείμενα, αλλά και σε πρακτικές και τελετουργίες, μέσω των οποίων λάτρεις του αθλητισμού μπορεί να ανακαλούν τις συσχετιζόμενες με τον αθλητισμό αναμνήσεις τους.

## 6. Έννοιες και προβληματικές στη μελέτη του αθλητικού τουρισμού

Η αποικιοποίηση της μελέτης του αθλητισμού από τη λογική της έρευνας του τουρισμού είχε επιπτώσεις και στη θεωρητική «ανομβρία» (Franklin, 2007), από την οποία χαρακτηριζόταν το αντικείμενο στα πρώτα του βήματα, σε βαθμό μάλιστα που πολλοί μελετητές του φαινομένου του «αθλητικού τουρισμού» τον χαρακτηρίζουν «μια αυλή από ατάκτως ερριμμένα τούβλα»<sup>3</sup> (τα οποία δεν συναποτελούσαν κάποιου είδους οικοδόμημα) (Weed, 2008b, σελ. 12). Έτσι, αναπόφευκτα, οι βασικές κατηγορίες ανάλυσης που βρίσκει κανείς στα σχετικά κείμενα είναι και αυτές του μάρκετινγκ και του μάνατζμεντ, και ειδικότερα το ιδιόλεκτο της τμηματοποίησης δυνητικών καταναλωτικών κοινών που αναζητούν εξιδεικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες στις διακοπές τους (Sung, 2008, σελ. 228-229). Στο πλαίσιο αυτό, η αναζήτηση των κίνητρων της δράσης του μεμονωμένου καταναλωτή του αθλητικού τουρισμού και του τουρισμού αναψυχής αποκτά κεντρικό ενδιαφέρον ως υποκατηγοριών ανάλογων αναζητήσεων των τουριστικών σπουδών (Gibson, 2008, σελ. 28). Ομοίως, δάνειο από τις τουριστικές σπουδές είναι η έννοια της ταυτότητας του αθλητικού προορισμού, όπως και η ιδέα της ανόδου και της πτώσης της σημασίας των προορισμών, σε μια φαντασιακή ιεραρχία, η οποία ομοιάζει με τη γνωστή θεωρία του Butler (1980) αναφορικά με τον κύκλο ζωής των τουριστικών περιοχών.

Τέλος, ειδική περίπτωση είναι οι ίδιες οι μελέτες οικονομικών επιπτώσεων. Παρότι, συχνά αυτές είναι αρνητικές ή και αμελητέες (Chalip & Fairley, 2019, σελ. 155) για τις περιοχές που δεξιώνονται μεγάλα αθλητικά γεγονότα. Η έκδοση τέτοιων μελετών είναι στιγματισμένη από τη συχνά έκδηλη πολιτική ιδιοτέλεια των δρώντων

<sup>3</sup>Μετάφραση του συγγραφέα.

που τις χρησιμοποιούν στην προσπάθειά τους να νομιμοποιήσουν τις επιλογές και τη σπατάλη δημόσιων πόρων, επικαλούμενοι δυνητικά ευνοϊκές συνέπειες (Kasimati, 2008, σελ. 320-321). Οι δυνητικές αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις των μεγάλων αθλητικών γεγονότων συνιστούν στην πραγματικότητα ένα μείζον ερώτημα για τους ειδικούς των οικονομικών επιστημών, χωρίς καν να συνυπολογίσουμε τις διάχυτες καταγγελίες για φαινόμενα διαφθοράς στον τρόπο με τον οποίο επιλέγεται ο χώρος για μεγάλες διοργανώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες (Simson & Jennings, 1992). Ειδικότερα, μεταξύ των οικονομικών επιστημόνων διεξάγεται ένας έντονος διάλογος για τον βέλτιστο τρόπο υπολογισμού των πολλαπλασιαστών των εν λόγω επιπτώσεων τέτοιων εγχειρημάτων. Ενδεικτικά, άλλοι ισχυρίζονται ότι αυτό μπορεί να γίνει μόνο μέσω μοντέλων εισροών-εκροών και άλλοι προτιμούν μορφές υπολογιστικών μοντέλων γενικής ισορροπίας (Kasimati, 2008, σελ. 317).

Ενδιαφέρον έχει, όμως, ότι η ίδια προβληματική αποτελεί και ένα όχημα μέσω του οποίου αρθρώνονται εγχειρήματα αντίδρασης σε ανάλογα γεγονότα, με συγγραφείς όπως ο Hall (Gibson, 2008, σελ. 31) να θέτουν από νωρίς το ερώτημα τού γιατί και για ποιους λαμβάνουν χώρα τέτοιες διοργανώσεις, ως κεντρικό ζήτημα που χρήζει επιστημονικής διερεύνησης. Για τον λόγο αυτόν, στη βιβλιογραφία σχετικά με τις επιπτώσεις των μεγάλων αθλητικών γεγονότων παρατηρεί κανείς μια στροφή προς τις θετικές συνέπειες μικρών, υπερτοπικών, περιφερειακής σημασίας αθλητικών γεγονότων. Σε τέτοιες μικρότερης έκτασης παρεμβάσεις, οι τοπικές κοινωνίες παρουσιάζονται περισσότερο έτοιμες να «απορροφήσουν» τις νέες υποδομές και τις νέες μορφές κινητικότητας αναψυχής που σταθεροποιούνται μετά το πέρας της όποιας διοργάνωσης (Gibson, Willming & Holdnak, 2008, σελ. 378-388). Ανάλογη είναι η συζήτηση σχετικά με τις βέλτιστες τεχνικές για την αποτύπωση των δυνητικών επιπτώσεων αθλητικών γεγονότων, υπό την επίδραση του παγκόσμιου ενδιαφέροντος για τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs) του ΟΗΕ (Xiangetal, 2023), καθώς, ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 2000, η συζήτηση μετατοπίζεται προς μορφές αποτύπωσης των τριπλών -οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών- επιπτώσεων τέτοιων γεγονότων. (π.χ. Fredline, 2008, σελ. 393· Hinch, Higham & Moyle, 2016, σελ. 165).

Άρα, ας μην μεμψιμοιρούμε. Το πεδίο του αθλητικού τουρισμού είχε, στη σύντομη διάρκεια ζωής του, την τύχη ουκ ολίγες φορές να αποτελέσει αντικείμενο κριτικής ενασχόλησης, συμπεριλαμβανομένης και της χρήσης εννοιών που πηγάζουν ευθέως από τις κοινωνικές επιστήμες, προς τις οποίες θα στραφούμε ευθύς αμέσως. Με δεδομένο ότι το μεγαλύτερο μέρος των μελετών, όπως έχει ήδη σχολιαστεί, αφορούσε τη μελέτη των κινήτρων της περιήγησης, δεν είναι τυχαίο ότι τα κείμενα

στο πεδίο που μελετάμε εξαρχής αναζητούσαν τις αιτίες ανάδυσής του. Για τον De Knop, έναν από τους πρώτους σχολιαστές του φαινομένου, η διαδικασία ανάδυσης του αθλητικού τουρισμού μπορούσε να ενταχθεί παράλληλα στις συνέπειες της αστικοποίησης όσο και στις διαδικασίες εκλέπτυνσης των ηθών και εκπολιτισμού, όπως χρησιμοποιείται η έννοια στην κοινωνιολογία των σχηματισμών (De Knop & VanHoecke, 2003).

Η πλέον διαδεδομένη ιδέα γύρω από τη διαδικασία παραγωγής ενός τουριστικού αξιοθέατου είναι αυτή ενός συστήματος που αποτελείται από τρεις παράγοντες: έναν τουρίστα, ένα φυσικό αξιοθέατο ή τον πυρήνα της περιήγησης και μια πληροφορία σε σχέση με αυτό. Οι τουρίστες, στις αρχικές θεωρίες γύρω από τα κίνητρα της τουριστικής περιήγησης, κινητοποιούνταν από την επιθυμία αναζήτησης αυθεντικών νοημάτων που ο αστικοποιημένος τρόπος ζωής τους στερούσε και γι' αυτό το αναζητούσαν σε χώρους και σε κοινωνίες που φάνταζαν σε αυτούς ως φορείς κάποιου ξεχωριστού νοήματος. Σύμφωνα με αυτήν την αντίληψη, που κατέστη δημοφιλής αρχικά από τον Dean MacCannell (1994) και στη συνέχεια από θεωρητικούς που «εκλαΐκευσαν» αυτές τις θεωρίες, όπως ο Leiper (1990), ένα αξιοθέατο αναδύεται ως δυνητικός επισκέψιμος τόπος όταν οι τρεις αυτοί παράγοντες συνδυάζονται.

Ταυτόχρονα, όμως, η υπερβάλλουσα χρήση ενός χώρου και η οικειοποίηση των συμβόλων του από το διεθνοποιημένο τουριστικό φαντασιακό είχε την τάση ουσιαστικά, αλλά και συμβολικά, να τον «βεβηλώνει» και ως εκ τούτου, όπως ανέφερε και ένας από τους «πατέρες» της τουριστικής ψυχολογίας, «οι προορισμοί κουβαλούν μαζί τους τους δυνητικούς σπόρους της καταστροφής τους» (Plog, 1974). Σε αυτό το σκεπτικό, οι αθλητικές εκδηλώσεις είναι πιο ανθεκτικές στις τάσεις των τουριστικών ατραξιόν να χάνουν τη συμβολική τους αξία (Hinch & Higham, 2008, σελ. 123) εξαιτίας της μοναδικότητας των εμπειριών που προσφέρουν, της μοναδικότητας, δηλαδή, κάθε ξεχωριστής αθλητικής διοργάνωσης είτε ως θεάματος είτε ως σωματικής εμπειρίας.

Εξαρχής, ωστόσο, η έννοια της αυθεντικότητας τέθηκε υπό αμφισβήτηση ως ερμηνευτικό σχήμα της τουριστικής περιήγησης, καθώς πολλές από τις *par excellence* τουριστικές εμπειρίες είναι από μόνες τους αποτέλεσμα συνειδητού τεχνητού σχεδιασμού και σκηνοθεσίας, όπως για παράδειγμα μια επίσκεψη σε ένα θεματικό πάρκο. Έτσι, η Disneyland –κατεξοχήν χώρος σκηνοθετημένος για την ικανοποίηση ενός καταναλωτικού κοινού μπολιασμένου με τα σύμβολα της μαζικής κουλτούρας (Rojek, 1993)– σήμερα συνιστά σύμβολο ενός δεδομένου αμερικανικού τρόπου ζωής (Hinch & Higham, 2008, σελ. 126· Ritzer & Liska, 1997). Έτσι, συχνά «μη

αυθεντικές» εμπειρίες, εν ευθέτω χρόνω, καταλήγουν να θεωρούνται από μόνες τους «αυθεντικές» ή υπό διαμόρφωση αυθεντικές, όπως τις χαρακτήριζε ο Eric Cohen (1988· Urry, 2002, 90-92), καθώς αποκτούν αξία από το βάρος της ιστορικότητας εντός της οποίας παράχθηκαν.

Για τον παραπάνω λόγο, νεότερες εννοιολογήσεις της αυθεντικότητας, όπως αυτή του Wang, δεν καταπιάνονται με τη νοηματική συνεκτικότητα του ίδιου του αντικειμένου της περιήγησης, αλλά με την ανταποδοτικότητα της εμπειρίας για τους συμμετέχοντες σε αυτήν (Wang, 1999, σελ. 352). Τέτοιες αντιλήψεις περί αυθεντικότητας περιλαμβάνουν σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό την κινητική-αισθητική εμπειρία των συμμετεχόντων και τη διατομική και κοινωνική διάσταση αυτών των εμπειριών ως καθοριστικών παραγόντων για τον χαρακτηρισμό μιας εμπειρίας ως αυθεντικής - ποιότητες που έχουν εκτενώς χρησιμοποιηθεί κατά τη μελέτη του αθλητικού τουρισμού (Higham & Hinch, 2009, σελ. 156).

Η αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών, ωστόσο, δεν αποτέλεσε τη μοναδική έννοια με την οποία ερμηνεύτηκε η ατομική συμπεριφορά στον αθλητικό τουρισμό. Ιδιαίτερα για τις περιπτώσεις του τουρισμού αναψυχής, η έννοια του ρίσκου, με τη σύνδεσή της με την παράδοση του έργου του Ulrich Beck (2015), ήταν τμήμα της εννοιολογικής εργαλειοθήκης μέσω της οποίας πολλές από τις δραστηριότητες του περιπετειώδους τουρισμού αντιμετωπίζονταν. Ωστόσο, οι περισσότερες μελέτες δεν αντιλαμβάνονταν τη συμμετοχή σε ανάλογα σπορ, όπως το κανόε καγιάκ ή το παραπέντε, ως συμπεριφορά παραβατικήςσχόλης. Αντίθετα, οι δεξιότητες διαχείρισης του ρίσκου (π.χ., Beedie, 2008, σελ. 204) συχνότερα παρουσιάζονται ως μία μορφή κοινωνικού και συμβολικού κεφαλαίου (π.χ., Kane & Zink, 2008, σελ. 219), αντλώντας από την κοινωνιολογική παράδοση του Pierre Bourdieu (2002, σελ. 162-163). Η έμφαση στις προσεγγίσεις που αναφέρονται στο έργο του Bourdieu (2002, σελ. 282-287) δίνεται στην έννοια του «πεδίου», που στα συμφραζόμενα του τουρισμού αναψυχής αναφέρεται στην ιδέα ότι η «εξαργύρωση» ή η συμβολική αναγνώριση του κεφαλαίου των συμμετεχόντων γίνεται μόνο μέσα σε έναν κοινωνικό μικρόκοσμο συμμετεχόντων, εντός του οποίου τα μέλη μοιράζονται κοινές σωματικές πρακτικές, κοινές αξίες και κοινό τρόπο σκέψης (Kay & Labarge, 2002).

Ωστόσο, διαφορετικές διαδρομές, μέσω των οποίων το φαινόμενο έχει αποτελέσει αντικείμενο διερεύνησης, έχουν φωτίσει παράπλευρες πτυχές του με διαφορετικές έννοιες. Έτσι, π.χ., από το πεδίο των σπουδών του ελεύθερου χρόνου, οι μελέτες του αθλητικού τουρισμού συχνά δανείζονται έννοιες όπως η θεωρία των εμποδίων στη συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής (*leisure constraint theory*), μέσω της οποίας μπορεί να αξιολογηθεί το αν η απόσταση ή το ταξίδι αποτελεί παράγοντα

που εντείνει ή αποθαρρύνει την ενασχόληση με ένα άθλημα (Jackson, 2000). Επίσης, χρησιμοποιούνται έννοιες όπως αυτή της κλίμακας εξέλιξης ταξιδιωτικής εμπειρίας (*travel career ladder*) (Pearce & Moscardo, 1985), που, εμπνευσμένη από την πυραμίδα των αναγκών του Maslow, υπονοεί ότι οι υποψήφιοι τουρίστες, κατά τη διάρκεια της ζωής τους, αναζητούν σταδιακά όλο και πιο σύνθετες μορφές αναψυχής, τμήμα των οποίων είναι και οι μορφές τουρισμού αναψυχής, για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους.

Ωστόσο, μια έννοια που χρησιμοποιείται εκτεταμένα για να ερμηνεύσει την ατομική συμπεριφορά στον τουρισμό αναψυχής είναι αυτή της «σοβαρήςσχόλης» (*serious leisure*). Η έννοια αντλείται από τις σπουδές και την κοινωνιολογία του ελεύθερου χρόνου και περιγράφει την ιδέα ότι οι ασκούμενοι σε δραστηριότητες όπως η γιόγκα, οι καταδύσεις, οι αγώνες διαδρομής κ.ο.κ., αν και συχνά έχουν μια άλλη κύρια επαγγελματική δραστηριότητα, επενδύουν μεγάλο τμήμα του ελεύθερου χρόνου τους σε μία μόνο δραστηριότητα, γεγονός που συνεπάγεται και μεγάλο βαθμό συναισθηματικής ταύτισης με την ενασχόλησή τους. Κατά τον Stebbins, εμπνευστή της έννοιας, η σοβαρήσχόλη συνίσταται στη:

*συστηματική αναζήτηση μιας ερασιτεχνικής, χομπίστικης ή εθελοντικής δραστηριότητας η οποία είναι επαρκώς επουσιώδη και ενδιαφέρουσα ώστε ο συμμετέχων να αναζητήσει μια καριέρα στην απόκτηση και στην έκφραση των ειδικών του δεξιοτήτων και της γνώσης του<sup>4</sup> (Stebbins, 1992, σελ. 3).*

Η δέσμευση αυτή συνεπάγεται και μεγαλύτερη διαθεσιμότητα για τη διοχέτευση εισοδήματος και χρόνου στη δραστηριότητα αυτή, συμπεριλαμβανομένης και της διαθεσιμότητας των υποκειμένων να προβούν σε εξειδικευμένα ταξίδια σε χώρους που προσφέρονται ή ενδείκνυνται για την άσκηση του αγαπημένου τους χόμπι (Higham & Hinch, 2009, σελ. 127). Κατά τον ίδιο τον εμπνευστή της, η σύλληψη της «σοβαρήςσχόλης» αντλείται από το έργο του Goffman (1994) και την έννοια της «ηθικής καριέρας», που περιγράφει σύνθετους ρόλους που δεν κατηγοριοποιούνται εύκολα κάτω από τη γενική ετικέτα της εργασίας, και υπονοεί πάντα μια διάκριση σε σχέση με τη μη σοβαρήσχόλη που δεν εμπεριέχει ανάλογη συναισθηματική επένδυση ή εκπαίδευση.

Η «σοβαρήσχόλη» χαρακτηρίζεται, κατά τον Stebbins, από έξι μορφολογικά στοιχεία: πρώτον, την επιμονή των συμμετεχόντων σε αυτήν, δεύτερον, τη διαμόρφωση

<sup>4</sup>Μετάφραση του συγγραφέα.

μιας διαδρομής ή μιας καριέρας κατά την άσκησή της με σημαίνοντες σταθμούς, τρίτον, την απόκτηση σημαντικής εξειδίκευσης, γνώσης ή δεξιότητας, τέταρτον, την απόκτηση σημαντικών ωφελημάτων από την άσκηση της δραστηριότητας σε κοινωνικό, σωματικό ή ακόμη και οικονομικό επίπεδο, όπως η βελτίωση της υγείας και της ευεξίας, πέμπτον, την ισχυρή ταύτιση των υποκειμένων με τη δραστηριότητα αυτή και, τέλος, τη διαμόρφωση ενός ειδικού ήθους και ενός μοναδικού κοινωνικού μικρόκοσμου που σχετίζεται με τη δραστηριότητα αυτή (Stebbins, 2006, σελ. 450-451). Οι παρατηρήσεις αυτές φέρνουν την έννοια της «σοβαρήςσχόλης» πολύ κοντά στην ιδέα ότι οι δραστηριότητες που συγκροτούν τον τουρισμό αναψυχής ή τον αθλητικό τουρισμό συχνά περιστρέφονται γύρω από συγκεκριμένες υποκουλτούρες που σχετίζονται με τη δραστηριότητα για την οποία γίνεται ένα ταξίδι (Stebbins, όπ.π., σελ. 452).

Το γεγονός αυτό, βεβαίως, συνδέεται και με έναν εσωτερικό μετασχηματισμό στον ίδιο τον κόσμο των σπορ, καθώς τα *extreme* αθλήματα από τη δεκαετία του 2000 κέρδιζαν σε δημοφιλία σε σχέση με τα παραδοσιακά. Όπως έχουν επανειλημμένα υποδείξει μελετητές των *extreme sports*, ανάλογες δραστηριότητες στηρίζονται πολύ περισσότερο στη δέσμευση των υποκειμένων μέσα από μια ισχυρή υποκουλτούρα παρά στην ίδια την ιδέα της επίδοσης και της επιτυχίας (Higham & Hinch, 2009, σελ. 8). Αντιστοίχως, αυτή η μετάβαση συμβολίζει και μια μετατόπιση από τη λειτουργία του αθλητισμού ως ισχυρού μηχανισμού έκφρασης συλλογικών ταυτοτήτων (Weed, 2008b, σελ. 17) προς τον αθλητισμό και τον αθλητικό τουρισμό ως έκφραση μιας εξατομικευμένης ταυτότητας, σμιλευμένης μέσα από μοναδικά βιώματα και εμπειρίες κινητικότητας και σωματικής έξαρσης (Franklin, 2003, σελ. 234-236).

Ωστόσο, με δεδομένο ότι ο αθλητικός τουρισμός αναγκαστικά περιλαμβάνει εμπορευματική συναλλαγή, έχει νόημα να δούμε όλες τις παραπάνω διεργασίες και υπό το πρίσμα της συζήτησης για τη συγκρότηση του ήθους των νέων μεσαίων στρωμάτων μέσω επιλογών *lifestyle* (Bourdieu, 2022, σελ. 108). Αντίστοιχα, στις ιδιαίτερες περιπτώσεις των νέων αθλημάτων, η ικανότητα κάποιου να ταξιδεύει και ταυτόχρονα να συντηρεί έναν συμβολικά ανταγωνιστικό εξοπλισμό είναι από μόνη της έκφανση μιας μορφής καταναλωτισμού. Έτσι, σε περιπτώσεις αθλημάτων όπως το windsurfing (Wheaton, 2000, σελ. 261), η απόκτηση του σχετικού εξοπλισμού είναι συχνά προϋπόθεση για την ένταξη στην κοινότητα των μυημένων. Ωστόσο, όπως καταλήγουν οι περισσότερες σχετικές μελέτες, η κατοχή εξοπλισμού δεν αποτελεί επαρκή όρο για τη συσσώρευση κοινωνικού κεφαλαίου στους σχετικούς κοινωνικούς μικρόκοσμους και, άρα, δεν έχουμε να κάνουμε απλά με μια μορφή

επιδεικτικής κατανάλωσης, κατά την έννοια του Veblen (1983). Ο εξοπλισμός είναι απαραίτητος αλλά όχι επαρκής όρος για την εισδοχή σε μια ομάδα και, γι' αυτό, η έννοια της επιτέλεσης ή του παιγνίου (Geffroy, 2016, σελ. 95) μέσω των αποκτημένων δεξιοτήτων συνιστά κεντρική κατηγορία ανάλυσης σε πολλές από τις σχετικές μελέτες. Η επιτέλεση αυτή μπορεί να αφορά τόσο τους ίδιους τους ασκούμενους, καταναλωτές-τουρίστες, όσο και τους ίδιους τους φορείς της γνώσης, τους *gatekeepers* αυτών των κοινοτήτων, οι οποίοι, μέσω αυτής της επιτελεστικής λειτουργίας, εργάζονται στους σχετικούς κλάδους (Beedie, 2008, σελ. 197-198).

Τέλος, δεν θα μπορούσαμε να ολοκληρώσουμε αυτήν την περιήγηση γύρω από τις κεντρικές έννοιες που συναντώνται στη μελέτη του αθλητικού τουρισμού, αν δεν αναφερόμασταν στην έννοια του χώρου, όπως αυτή αναπτύσσεται στην κοινωνιολογία και στην κριτική γεωγραφία. Οι σχετικές συζητήσεις αντλούν από το έργο του Henri Lefebvre και τη διάκριση που εισήγαγε στη μελέτη του χώρου μεταξύ των χωρικών πρακτικών, των αναπαραστάσεων του χώρου και του αναπαραστατικού χώρου - ή αλλιώς του βιωμένου, του αντιληπτού και του φαντασιακού (Lefebvre, 1991, σελ. 33). Οι μελέτες για τη σημασία του χώρου στον αθλητικό τουρισμό εφορμούν από την παρατήρηση ότι το νόημα που αποδίδουμε στην επιτέλεση μιας σωματικής δραστηριότητας αναψυχής, όπως το κολύμπι ή η αναρρίχηση, διαφοροποιείται ανάλογα με το πού ασκείται αυτή η δραστηριότητα και το νόημα που αποδίδει η κοινωνία ευρύτερα σε αυτούς τους τόπους (Crang, 2004, σελ. 82).

Ωστόσο, και η ίδια η αθλητική γεωγραφία είχε εξ αρχής προσδιορίσει όχι μόνο τη σημασία του χωρικού προσδιορισμού και των ορίων για την άσκηση των αθλημάτων ως συγκροτητικού στοιχείου του αθλητισμού (Bale, 1989), αλλά και τη σημασία της απόστασης ως εμποδίου που έπρεπε πάντα να συνυπολογίζεται στη μελέτη της συμμετοχής σε ανάλογες δραστηριότητες (Higham & Hinch, 2008, σελ. 74). Για τους πρωτοπόρους της αθλητικής γεωγραφίας, ο αθλητισμός συνιστούσε μια μορφή πολιτισμού και, ως εκ τούτου, τα αθλητικά τοπία αποτελούσαν τοπία πολιτισμικής ερμηνείας και επανερμηνείας με διαφορετικές, συχνά ανταγωνιστικές μεταξύ τους, νοηματοδοτήσεις (Higham & Hinch, 2009, σελ. 199).

Αναλόγως, ερευνητές όπως ο Bale είχαν συλλάβει ότι η παραγωγή του αθλητικού χώρου, κατά την έννοια του Henri Lefebvre (1991, σελ. 31), «έπασχε» από την ίδια διαδικασία συμβολικής βεβήλωσης, αλλά και από τον κίνδυνο παραγωγής ενός ομογενοποιημένου τοπίου που οδηγούσε στην απώλεια της αίσθησης της τοπικής ταυτότητας (*placelessness*) – φαινόμενο που παρατηρείται και σε περιοχές με υπερβολική τουριστική κίνηση (Bale, 1999). Επιπλέον, ο Bale επιχειρηματολογούσε για τη φαντασιακή τοποθέτηση των αθλητικών χώρων σε μια

συμβολική αθλητική ιεραρχία, με αποτέλεσμα διαφορετικοί αθλητικοί χώροι να είναι ικανοί να προσελκύουν κοινό από μεγαλύτερες αποστάσεις (Bale, 1989, σελ. 79). Έτσι, καθίσταται σαφές ότι η ίδια η αθλητική γεωγραφία έθετε εξ αρχής όλα τα ερωτήματα που προκύπτουν σήμερα και στη μελέτη του αθλητικού τουρισμού, τα οποία σχετίζονται με τον χώρο και την απόσταση που διανύουν όσοι μετέχουν σε ανάλογες δραστηριότητες.

## 7. Αθλητικός τουρισμός και τουριστικός αθλητισμός στην Ελλάδα

Η νεωτερική Ελλάδα έχει υπάρξει, λοιπόν, φορέας και των δύο αυτών φαινομένων. Έχει δεξιωθεί επισκέπτες με αφορμή αθλητικά γεγονότα και έχει προσπαθήσει να χρησιμοποιήσει τον αθλητισμό και τις δραστηριότητες αναψυχής ως πόρο, μέσω του οποίου έχει επιδιώξει να διευρύνει, σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, το μέγεθος και το βάθος της τουριστικής κίνησης της χώρας.

Φυσικά, οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1896 λειτουργούν αυτομάτως ως μια στιγμή συμβολικής επανέναρξης κάθε αθλητικής δραστηριότητας στη χώρα, αλλά η επιστημονική έρευνα πρέπει αναγκαστικά να κοιτάξει πέρα, πίσω και πάνω από αυτούς. Δεν είναι μόνο το γεγονός ότι και άλλες εκδηλώσεις πέρα από την πρώτη Ολυμπιάδα συνιστούσαν αφορμές για περιήγηση στη χώρα, αρχής γενομένης από τις ίδιες τις Ζάππειες Ολυμπιάδες μεταξύ 1859 και 1889 (Κουλούρη, 2015, σελ. 61). Ακόμα και αν αντιστρέψουμε τον αφηγηματικό φακό και δούμε τους Ολυμπιακούς του 1896 από την οπτική των επισκεπτών τους, είναι σαφές ότι η περιήγηση στην Αθήνα στα τέλη του 19ου αιώνα ήταν εξίσου σημαντικός λόγος για την παρακολούθησή τους όσο και οι ίδιοι οι αγώνες (Gibson, 1998, σελ. 50). Ακόμα περισσότερο, θα ήταν γόνιμο αν σκεφτόμασταν τέτοια μεγάλα γεγονότα ως τμήμα μιας κίνησης πολιτισμικής και πολιτικής επανανοηματοδότησης του εθνικού χώρου και του ιστορικού παρελθόντος μέσω της οργάνωσης πολιτισμικών εκδηλώσεων ή φορέων της κοινωνίας των πολιτών, όπως θα μπορούσαμε να κατανοήσουμε και γεγονότα όπως τις Δελφικές Γιορτές τη δεκαετία του 1920 (Κουλούρη, 2015, σελ. 65).

Στο μεταπολεμικό και, με πολύ μεγαλύτερη ένταση, στο μεταπολιτευτικό σύμπαν, ο αθλητισμός ήταν όχημα διεθνοποίησης της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας, άρσης των αποστάσεων στη μετακίνηση και στην επικοινωνία – χωροχρονικής σύμπτυξης, δηλαδή– και όχημα προβολής της νέας ταυτότητας, που οι πολιτικές ελίτ προσπαθούσαν να σφυρηλατήσουν μεταξύ μεταπολίτευσης και εξευρωπαϊσμού. Τα παραδείγματα εδώ θα μπορούσαν να είναι πολλά, πέρα

και πριν, από την εμπειρία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Σημαντική θέση μεταξύ των παραδειγμάτων αυτών θα μπορούσαμε να δώσουμε σε δύο γεγονότα: από τη μια, στο 13ο Πανευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Στίβου το 1982, με το οποίο εγκαινιάστηκε το Ολυμπιακό Στάδιο Σπύρος Λούης (Βαμβακάς, 2010, σελ. 419), αλλά και το Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Μπάσκετ του 1987. Αυτά τα γεγονότα δεν ήταν μόνο μείζονες διεθνείς διοργανώσεις, αλλά ως πρωτοπόρα στη χρήση νέων τεχνολογιών για την κάλυψη των αγώνων (Καρακώστη, 2010, σελ. 217) συνέβαλαν στην ένταξη της αναπαράστασης της χώρας σε ένα διεθνοποιημένο πεδίο διακίνησης εικόνων αθλητικού θεάματος και πολιτισμικής συμμετοχής στην υπό διαμόρφωση παγκοσμιοποιημένη δημόσια σφαίρα του αθλητισμού – προϋπόθεση για την τουριστική περιήγηση (MacCannell, 1999, σελ. 30-31).

Αυτή η «πρωτοποριακή» λειτουργία των μεγάλων αθλητικών γεγονότων δεν σταμάτησε τη δεκαετία του 1980 ούτε και αφορούσε αποκλειστικά και μόνο τις τεχνολογίες επικοινωνίας. Εν μέσω ενός άλλου μετασχηματισμού του διεθνούς τουριστικού κυκλώματος, όταν τον Ιούνιο του 2007 διοργανώθηκε ο τελικός του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος μεταξύ της Λίβερπουλ και της Μίλαν στο ΟΑΚΑ, η Αθήνα πλημμύρισε από οπαδούς της Λίβερπουλ. Παρόλο που πολλοί από αυτούς δεν κατείχαν εισιτήρια, χρησιμοποιούσαν την τότε καινοτομία στις μορφές κινητικότητας και διακίνησης του τουριστικού κυκλώματος – τις νεότευκτες low-cost αεροπορικές εταιρείες – για να συμμετέχουν στους εορτασμούς της ομάδας τους (Higham & Hinch, 2009, σελ. 118). Υπό αυτή την έννοια, τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα λειτουργούσαν ως αγωγός για τη μεταφορά νέων τεχνικών για την οργάνωση συνολικά της τουριστικής οικονομίας.

Η ανακάλυψη της θάλασσας ως τουριστικού πόρου και ως κεντρικού τόπου εγκοινωνισμού των ανερχόμενων μεταπολεμικών μεσαίων στρωμάτων έχει προφανώς κεντρική θέση σε αυτή τη διαδικασία (Νικολακάκης, 2017, σελ. 88-90· Franklin, 2006, σελ. 394). Η κεντρικότητα των θαλάσσιων σπορ δεν είναι συμπτωματική ή αποτέλεσμα μόνο της κινητοποίησης εμπνευσμένων οικονομικών δρώντων, αλλά έχει κεντρική θέση στον πολιτικό λόγο της εποχής, με τις ναυταθλητικές γιορτές να παρουσιάζονται πολύ συχνά ως δυναμικό εργαλείο άσκησης τουριστικής πολιτικής τη δεκαετία του 1960 (Οικονομικός Ταχυδρόμος, 1964). Εξειδικευμένοι θεσμοί είχαν αναπτυχθεί με μεικτό, αθλητικό και τουριστικό σκοπό ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1950, όπως, π.χ., το παρά το ΓΕΝ Ειδικό Συμβούλιο Θαλασσίας Αγωνιστικής, με αρμοδιότητες και την προώθηση του «ναυτικού εκδρομισμού και του διά θαλασσίων μέσων τουρισμού» (Ν. 2890/1954).

Εδώ το μοντέλο μοιάζει να είναι αντίστροφο από τον μεσοπολεμικό κανόνα

όπου το κράτος είπετο της κοινωνίας των πολιτών. Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η κρατική παρέμβαση φαντάζει αναγκαία για την κανονιστική επανανοηματοδότηση του υγρού στοιχείου και την «κάθαρσή» του από στρατιωτικές, αλιευτικές ή αρχαιολογικές μέριμνες (Tzanakis, 2024, σελ. 164-170). Έτσι, σύλλογοι όπως ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης, που ιδρύθηκε το 1963, παρουσιάζονται στη συνέχεια ως εξαιρετικά δραστήριοι, δημιουργώντας, π.χ., την πρώτη σχολή θαλάσσιου σκι και συμβάλλοντας στην εξοικείωση του ελληνικού κοινού με το καταναλωτικό σύμβολο του ιδιωτικού σκάφους αναψυχής (Ταχυδρόμος, 1970). Το μοντέλο αυτό, μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1970, είχε γενικευτεί, με ναυτικούς ομίλους να συναντώνται στη Βούλα, στις Τζιτζιφιές, στα Ιωάννινα, στη Θεσσαλονίκη, στον Βόλο, στη Μυτιλήνη, στα Χανιά κ.ά., ενώ εξειδικευμένο κέντρο ιδρύθηκε στη Σαλαμίνα (Ταχυδρόμος, 1970). Αναφορές της εποχής για την αύξηση των ιδιόκτητων σκαφών στη χώρα κάνουν λόγο για αύξηση της τάξης του 400% από το 1960 έως το 1965. Το κράτος κινητοποιείται κανονιστικά αλλά έπεται του ιδιωτικού τομέα ως προς τη δημιουργία υποδομών. Έως το 1966, οι 85 μαρίνες της χώρας κατασκευάζονταν συχνά από εταιρείες πετρελαιοειδών, με τον ΕΟΤ απλώς να εποπτεύει τη διαδικασία (Ταχυδρόμος, 1966). Μόνο μετά την εγκαθίδρυση της στρατιωτικής δικτατορίας και τη συρρίκνωση των δημόσιων επενδύσεων σε υποδομές φιλοξενίας, η δημιουργία μαρινών κατέστη ναυαρχίδα του επενδυτικού προγράμματος του ΕΟΤ (Κατσιγιαννης, 2017, σελ. 52-53).

Τα θαλάσσια σπορ, όμως, δεν ήταν ο μόνος πόρος προς ανάδειξη ή, συχνότερα, εφεύρεση. Σημαντική θέση σε αυτή τη διαδικασία κατείχαν και οι αγώνες αυτοκινήτου (Παπαζαφειροπούλου, 2015, σελ. 622), καθώς, στο μεταπολεμικό σύμπαν, μέχρι και την εγκαθίδρυση του συστήματος των πτήσεων τσάρτερ, το αυτοκίνητο αποτελούσε το βασικό όχημα εισόδου στη χώρα από υποψήφιους επισκέπτες (Νικολακάκης, 2017, σελ. 75). Το αυτοκίνητο, παράλληλα, στα συμφραζόμενα της μεταπολεμικής ανάπτυξης, ήταν σύμβολο ενός αναδυόμενου πολιτισμικού έθνους, που αντανακλούσε τον δυτικό καταναλωτισμό. Παρόμοιες συνδηλώσεις ακολουθούσαν και άλλες ενσώματες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, οι οποίες εμφανίστηκαν με αφορμή την τουριστική ανάπτυξη. Έτσι, στις αρχές της δεκαετίας του 1960, το γήπεδο γκολφ στη Γλυφάδα αποτελούσε σύμβολο της πολιτικής παρουσίας του αμερικανικού παράγοντα στη χώρα (Οικονομικός Ταχυδρόμος, 1966) και έγινε αφορμή για κριτική από την αντιπολίτευση σχετικά με την τουριστική πολιτική των κυβερνήσεων Καραμανλή (π.χ., *Εφημερίς των Συζητήσεων της Βουλής*, 1962).

Από τα παραπάνω, αλλά και από διαφορετικά κείμενα του παρόντος αφιερώματος, καθίσταται σαφές ότι οι πολιτικές και επιχειρηματικές πρακτικές

της πρώτης μεταπολεμικής περιόδου χαρακτηρίζονταν από μεγάλο βαθμό πειραματισμού. Αποτελούν στιγμές που οδήγησαν στη μεταπολιτευτική ανάπτυξη ενός πλήρους συστήματος γνώσης και δημόσιων πολιτικών, το οποίο ενσωματώνει τις αθλητικές δραστηριότητες ως «niche» προϊόντα στον πλούτο των διαφορετικών μορφών τουρισμού που προσφέρονται σε μια χώρα με το εύρος και το τουριστικό «βάθος» της Ελλάδας. Σήμερα, ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί μια συγκεκριμένη κατηγορία ειδικού τουρισμού, καταγεγραμμένη στις ετήσιες εκθέσεις του ΣΕΤΕ (2022, σελ. 75-83), τόσο ως προς την προσφορά όσο και ως προς τη ζήτησή του. Έτσι, η κανονικοποίηση του αθλητικού τουρισμού στο εγχώριο τουριστικό πλαίσιο συμπίπτει χρονικά με την ανάδυση του αντίστοιχου ακαδημαϊκού υποπεδίου, κυρίως στον αγγλοσαξονικό χώρο, όπως χαρτογραφούμε στο παρόν άρθρο.

Τα παραπάνω βεβαίως δεν συγκροτούν μια βιβλιογραφική επισκόπηση της έρευνας του εν Ελλάδι αθλητικού τουρισμού. Αν κάναμε μια βιβλιογραφική επισκόπηση, θα διαπιστώναμε ότι τόσο ο λόγος περί της διοίκησης (π.χ. Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006· Kipreos et. al., 2016), του μάρκετινγκ (π.χ. Poulaki et. al., 2023), οι νομικές προσεγγίσεις (π.χ. Moira, Mylonopoulos & Kontoudaki, 2024) και οι μέριμνες για την ικανοποίηση πελατών (π.χ. Avrami, Demertzis & Armenakis, 2021) έχουν κάνει αισθητή την παρουσία τους στο ελληνικό ακαδημαϊκό συγκείμενο. Εξίσου μπορεί κανείς να βρει και κριτικές προσεγγίσεις που αναζητούν έννοιες βιωσιμότητας (π.χ., Παναγιωτόπουλος, 2022), ασκούν κριτική στις τουριστικές αθλητικές υποδομές (π.χ., Μελισσουργός, 2010), εξετάζουν τις μακροπρόθεσμες αρνητικές επιπτώσεις αθλητικών μέγα-γεγονότων όπως των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (π.χ., Souliotis, Sayas & Maloutas, 2014) στέκονται κριτικά απέναντι σε μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις στη χώρα (π.χ., Kasimati, 2003), αλλά και μπολιάζουν το πεδίο με κατηγορίες ανάλυσης της κοινωνιολογίας και της ανθρωπολογίας (π.χ., Tzanakis, 2024). Η ελληνόγλωσση βιβλιογραφία, δηλαδή, ακολουθεί σε μικροσκοπική κλίμακα και τις διαιρέσεις του αντικειμένου διεθνώς. Αξίζει, ωστόσο, να επισημανθεί ότι η μελέτη του αθλητικού τουρισμού στο ελληνικό πλαίσιο έχει αναπτυχθεί κυρίως από μελετητές στο ευρύτερο πεδίο των τουριστικών σπουδών, με μικρότερη, πλην όμως υπαρκτή, συμβολή από το πεδίο των σπουδών του αθλητισμού. Παράλληλα, είναι σαφές ότι και από τις δύο πειθαρχίες παραμένει ανοιχτός γόνιμος χώρος για μελέτες που θα διερευνούν την ιστορία, την πολιτική οικονομία και τις κοινωνικές και κοινωνιολογικές διαστάσεις των σχετικών φαινομένων, φωτίζοντας παράλληλα και τις τοπικές του ιδιαιτερότητες του στο ελληνικό κοινωνικό και εθνικό συγκείμενο. Το παρόν κείμενο προσπαθεί ακριβώς να οριοθετήσει ένα δυνητικό πεδίο ερευνητικών αντικειμένων σταθμίζοντας τη σημασία

τους σε σχέση με τις εν εξελίξει διαδικασίες κοινωνικού μετασχηματισμού στην Ελλάδα κατά τον 20ό και 21ο αιώνα.

Σκοπός του παρόντος ειδικού τεύχους είναι η έναρξη ενός διαλόγου και η δημιουργία μιας αλληλοεπικαλυπτόμενης ζώνης μεταξύ επιστημόνων που καταπιάνονται με τη μελέτη είτε του αθλητισμού είτε του τουρισμού. Η χαρτογράφηση, δηλαδή, ενός τόπου δυνητικών αντικειμένων έρευνας στις ιδιαίτερες συνθήκες τόσο της ελληνικής ακαδημίας όσο και στην κοινωνικά μοναδική θέση που κατέχουν ο αθλητισμός και ο τουρισμός στα συμφραζόμενα της ελληνικής κοινωνίας. Της ιδιόμορφης, δηλαδή, θέσης που κατέχει η μυθολογία του αρχαιοελληνικού αθλητισμού (Κουλούρη, 2015) στη συγκρότηση των σύγχρονων σπορ και της ιδιαίτερης θέσης του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, στην ελληνική πολιτική, στη συγκρότηση των σύγχρονων ταυτοτήτων στη χώρα, αλλά και στο ρόλο που αποδίδεται στη χώρα διαμέσου του τουρισμού στον διεθνή καταμερισμό εργασίας και γεωπολιτικής ισχύος (Νικολακάκης, Νάζου & Τζανάκης, 2023).

Κάθε τέτοιο εγχείρημα, προφανώς, χαρακτηρίζεται από τα όρια που οι εμπνευστές του έχουν θέσει όσον αφορά την επιμέρους εστίαση στα θεματικά αντικείμενα. Έτσι, το ειδικό αυτό τεύχος του περιοδικού *Αθλητισμός και Κοινωνικές Επιστήμες* προσπαθεί να ακολουθήσει τα πεδία, τα αντικείμενα και τις έννοιες που ακροθιγώς αγγίξαμε στις προηγούμενες σελίδες, δίνοντας έμφαση στον τουρισμό αναψυχής και στον τρόπο με τον οποίο αυτές οι ενσώματες πρακτικές του ελεύθερου χρόνου συνέβαλαν και συμβάλλουν στη διαμόρφωση ενός πεδίου άσκησης οικονομικής δραστηριότητας, μέσα σε μια «αιώνια» αναζήτηση δυνητικών τουριστικών πόρων προς εκμετάλλευση. Τα όρια του εγχειρήματος καταδεικνύουν εντέλει και τις ελλείψεις του. Έτσι, το αφιέρωμα δίνει μικρότερη έμφαση στην πλούσια ιστορία των μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων που έχουν λάβει χώρα στη σύγχρονη Ελλάδα και στην ιστορία των ίδιων των αθλητικών υποδομών ως εγχειρημάτων τουριστικής προβολής και αστικής αναζωογόνησης. Ομοίως, το αφιέρωμα δεν καταπιάνεται με την ίδια την ταξιδιωτική εμπειρία των φιλάθλων, ντόπιων και ξένων, και δεν ανοίγεται στο ανερχόμενο πεδίο της νοσταλγίας του νεωτερικού αθλητικού παρελθόντος, όπως αυτό εμφανίζεται σε μια μικρή χώρα με λίγες αθλητικές επιτυχίες και πολλές αθλητικές μυθολογίες, όπως η Ελλάδα. Το μέλλον όμως διαρκεί πολύ.

## 8. Οι θεματικές του ειδικού τεύχους

Ο Θανάσης Τσούμας εξετάζει την ανάπτυξη της ποδηλασίας στην Ελλάδα στα τέλη του 19ου και τις αρχές του 20ού αιώνα, εστιάζοντας την οπτική του τόσο στην

αθλητική όσο και στην ψυχαγωγική της διάσταση. Το ποδήλατο, αρχικά σύμβολο τεχνολογικής προόδου και κοινωνικού κύρους για τις αστικές ελίτ, εξελίχθηκε σε μέσο αναψυχής και περιήγησης στη φύση. Οι πρώτες ποδηλατικές εκδρομές, τόσο ατομικές όσο και ομαδικές, συνέβαλαν στη σύνδεση της ποδηλασίας με τον τουρισμό και τη φυσιολατρία, ενισχύοντας την αξία της υπαίθρου ως αντίβαρο στην έντονη ζωή των πόλεων. Παράλληλα, η ίδρυση ποδηλατικών συλλόγων και η διάδοση των σχετικών αγώνων οδήγησαν στη θεσμοθέτηση της αθλητικής ποδηλασίας. Στις αρχές του 20ού αιώνα, η εξάπλωση του ποδηλάτου σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα συνδέθηκε με μια μεταβολή στη χρήση του, καθώς οι αγωνιστικές και περιηγητικές δραστηριότητες συνυπήρξαν με την αυξανόμενη καθημερινή μετακίνηση.

Το κείμενο του Σπύρου Δημανόπουλου πραγματεύεται την κεντρική θέση που κατείχαν τα ναυταθλητικά σωματεία και οι κολυμβητικοί σύλλογοι της ανατολικής Κρήτης, κυρίως κατά την πρώτη μεταπολεμική περίοδο, στον σταδιακό προσανατολισμό της Κρήτης προς τις διαφορετικές μορφές περιηγητισμού και τη διασύνδεσή της με το διεθνές τουριστικό κύκλωμα. Σύμφωνα με τον συγγραφέα, οι τοπικοί αυτοί σύλλογοι λειτούργησαν ως ισχυροί μάντες μεταβίβασης των αιτημάτων της τοπικής κοινωνίας προς το κεντρικό κράτος, αλλά και ως εκφραστές των οικονομικών προσδοκιών των τοπικών ελίτ, προβάλλοντας, παράλληλα, και μια ισχυρή «επινοημένη» τοπική ταυτότητα, στην οποία η σχέση με το υγρό στοιχείο αποτελούσε ένα νοηματικό νήμα που συνέδεε το μινωικό παρελθόν με τις θαλάσσιες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου.

Εν συνεχεία, η Αλεξία Σοφία Παπαζαφειροπούλου χαρτογραφεί τον τρόπο μέσα από τον οποίο οι αγώνες αυτοκινήτου αλλά και συνολικά το οικοσύστημα του αναδυόμενου συστήματος αυτοκίνησης αποτελούσαν όχημα για την επέκταση της τουριστικής κίνησης στη χώρα. Οι αγώνες ταχύτητας αποτελούν κατεξοχήν μέσο για τη διεύρυνση της κοινωνικής ορατότητας στο ίδιο το σύστημα της αυτοκίνησης και, στο συγκείμενο της μεταπολεμικής ανασυγκρότησης, οι οδικές υποδομές αποτελούσαν όχημα κοινωνικού εκσυγχρονισμού και οικονομικής ανάπτυξης, που συμβολοποιούνταν μέσα από την επίδειξη της ταχύτητας αγώνων όπως το Ράλι Ακρόπολης. Μέσα στο κείμενο, η συγγραφέας περιγράφει τον κοινωνικό μικρόκοσμο περίξ των αγώνων αυτοκινήτου, τις ιδιόμορφες σχέσεις μεταξύ μελών των ανώτερων στρωμάτων και μηχανικών, που λειτουργούσαν ως προπομποί της επέκτασης της χρήσης αυτοκινήτου στη χώρα, και τα έμφυλα χαρακτηριστικά των ίδιων των αγώνων.

Ο Μανώλης Τζανάκης διερευνά τη διαδικασία μετουσίωσης της σκανδαλόπετρας, ενός παραδοσιακού εργαλείου σπογγαλιείας των Δωδεκανήσων, σε αναγνωρισμένο

αγώνισμα και πολιτισμικό σύμβολο με τουριστική αξία. Εστιάζει στις διαδικασίες αθληματοποίησης και κληρονομοποίησης, μέσα από τις οποίες η σκανδαλόπετρα εντάσσεται αφενός στο πλαίσιο της ανταγωνιστικής κατάδυσης, αφετέρου αναδεικνύεται σε φορέα τοπικής ταυτότητας. Μέσα από φεστιβάλ, αγώνες και μουσειακές πρακτικές, η παλιά τεχνική μετατρέπεται σε πολυαισθητηριακή εμπειρία για τουρίστες και κοινότητες, ισορροπώντας ανάμεσα στην αυθεντικότητα και την εμπορευματοποίηση. Η ανάλυση φωτίζει την πολυσημία της σκανδαλόπετρας ως συμβολικού πόρου: εργαλείο, άθλημα, θέαμα και μέσο τουριστικής προβολής, ενώ αναδεικνύει τον ανταγωνισμό για την πολιτιστική κατοχύρωση και τουριστική αξιοποίηση του παρελθόντος στο πλαίσιο της ύστερης νεωτερικότητας και του θεματικού τουρισμού.

Στο καταληκτικό άρθρο του τεύχους, ο Νικόλαος Βαγιονής παρουσιάζει ένα γενικό περίγραμμα του ποδηλατικού τουρισμού ως βιώσιμης εναλλακτικής στον παραδοσιακό τουρισμό, με έμφαση στα σχετικά σύγχρονα εγχειρήματα στην Ελλάδα. Ο συγγραφέας επιχειρηματολογεί για το ότι, παρόλο που η χώρα διαθέτει τόσο μια δραστήρια κοινότητα ασκούμενων όσο και ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, η έλλειψη υποδομών και θεσμικής υποστήριξης έχει περιορίσει την ανάπτυξη του κλάδου. Πρόσφατες πρωτοβουλίες (Brevets, L'Étape Greece, Tour of Crete κ.ά.) αναδεικνύουν τις δυνατότητες που προσφέρει η ενσωμάτωση του ποδηλατικού τουρισμού στο τουριστικό προϊόν όσον αφορά την εποχικότητα, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και την ανάπτυξη πρωτοβουλιών προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος. Ανάλογες διεθνείς διοργανώσεις που παρουσιάζονται (Maratona dles Dolomites, Chasing Cancellara κ.ά.) αποδεικνύουν ότι ο ποδηλατικός τουρισμός μπορεί να είναι οικονομικά βιώσιμος και περιβαλλοντικά φιλικός στον βαθμό που κατασκευάζονται ισχυρές κοινωνικές συναινέσεις και υφίσταται στρατηγικός σχεδιασμός και συνεργασία του δημοσίου με τον ιδιωτικό τομέα.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

- Βαμβακάς, Β. (2010). Πανευρωπαϊκό πρωτάθλημα στίβου. Στο Β. Βαμβακάς & Π. Παναγιωτόπουλος (Επιμ.), *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80* (σελ. 419-420). Το Πέρασμα.
- Βλάχος, Α. (2013). *Τουριστική ανάπτυξη και δημόσιες πολιτικές στη σύγχρονη Ελλάδα, (1914-1950)*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο.
- Beck, U. (2015). *Κοινωνία της διακινδύνευσης: Καθ'οδόν προς μια άλλη νεωτερικότητα*. Πεδίο.
- Bourdieu, P. (2002). *Διάκριση*. Πατάκη.
- Bourdieu, P. (2022). Σπορ και κοινωνική τάξη. *Κοινωνικές Επιστήμες*, 14, 95-108.
- Casson, L. (2003). *Το ταξίδι στον αρχαίο κόσμο*. Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης.
- Elias, N. (1997). *Η εξέλιξη του πολιτισμού: Ήθη και κοινωνική συμπεριφορά στην νεώτερη Ευρώπη, Τόμος Α'*. Νεφέλη.
- Elias, N. & Dunning, E. (2010). *Αθλητισμός και ελεύθερος χρόνος στην εξέλιξη του πολιτισμού*. Κατάρτι.
- Enzenberger, H. M. (2004). *Πολιτική και πολιτισμός*. Scripta.
- Ζαχαράτος, Γ. (2010). *Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος: Σταθμοί στην εξέλιξη της ελληνικής ξενοδοχείας*. Εκδόσεις Κέρκυρα.
- Goffman, E. (1994). *Άσυλα: Δοκίμια για την κοινωνική κατάσταση των ασθενών και άλλων τροφίμων*. Ευρύαλος.
- Καρακωστάκη, Χ. (2010). Ευρωμπάσκετ 1987. Στο Β. Βαμβακάς & Π. Παναγιωτόπουλος (Επιμ.), *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80* (σελ. 216-220). Το Πέρασμα.
- Κατσιγιαννης, Κ. Χ. (2017). *Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού: Ταξίδι μέσα στο χρόνο*. Γραφικές Τέχνες Μητρόπολις ΑΕ.
- Κουλούρη, Χ. (1997). *Αθλητισμός και όψεις της αστικής κοινωνικότητας: Γυμναστικά και αθλητικά σωματεία 1870-1922*. Ινστιτούτο Νεοελληνικών Ερευνών.
- Κουλούρη, Χ. (2015). Η ιστορία του ελληνικού αθλητισμού: Σπορ, φυσική αγωγή και Ολυμπιακοί Αγώνες. Στο Γ. Ζαϊμάκης & Ε. Φουρναράκη (Επιμ.), *Κοινωνία και αθλητισμός στην Ελλάδα: Κοινωνιολογικές και ιστορικές προσεγγίσεις* (σελ. 43-87). Αλεξάνδρεια.
- Κολώνας, Β. (2014). *Τουριστικές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα 1950-1974*. Στο Γ. Αίσωπος (Επιμ.), *Τοπία τουρισμού: Ανακατασκευάζοντας την Ελλάδα*. Δομές.
- Μελισσουργός, Γ. (2010). Αναδιάρθρωση του τουρισμού και οι γεωγραφίες των τουριστικών προορισμών: Η περίπτωση του γκολφ στην Costa Del Sol. *Γεωγραφίες*, 17, 61-78.
- Μπονάρου, Χ. (2009). *Η τουριστική διαχείριση της ιστορικής μνήμης: Αναπαραστάσεις της Ελλάδας στις σύγχρονες τουριστικές καρτ ποστάλ*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο.
- Νικολακάκης, Μ. (2013). *Τουρισμός και ελληνική κοινωνία την περίοδο 1945-1974*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Πανεπιστήμιο Κρήτης.
- Νικολακάκης, Μ. (2017). «Μοντέρνα Κίρκη»: Τουρισμός και ελληνική κοινωνία την περίοδο της στρατιωτικής δικτατορίας 1950-1974. Αλεξάνδρεια.

- Νικολακάκης, Μ., Νάζου, Δ. & Τζανάκης, Μ., (2023). Απο-εξωτικοποιώντας τον τουρισμό: Η κριτική στροφή στις τουριστικές σπουδές και η ενσωμάτωσή της στις εγχώριες έρευνες. Στο Δ. Νάζου, Μ. Νικολακάκης & Μ. Τζανάκης (Επιμ.) *Ταξίδια χωρίς προορισμό* (σελ. 19-72). Νήσος.
- Ξενοφών (2005). *Κύρου Ανάβασις, Βιβλία Α, Β, Γ, Δ*. Εκδόσεις Ζήτρος.
- Παναγιωτόπουλος, Π. (2022). *Η συμβολή του αθλητισμού στον τουρισμό και στη βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη*. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.
- Παπαζαφειροπούλου, Α. Σ. (2015). *Το εθνικό οδικό δίκτυο κατά την περίοδο 1930-1980. Η κουλτούρα του αυτοκινήτου στην Ελλάδα*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.
- Παπαζαφειροπούλου, Α. Σ. (2024). *Οδικό δίκτυο και κουλτούρα του αυτοκινήτου στην Ελλάδα 1940-1980: χώρος, κινητικότητα, τεχνολογίες*. Ύψιλον.
- Polignac, F. (2007). *Η γέννηση της αρχαίας ελληνικής*. Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης.
- Veblen, T. (1983). *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης*. Κάλβος.

## Ξενόγλωσση

- Adalet, B. (2018). *Hotels and highways: The construction of modernization theory in Cold War Turkey*. Stanford University Press.
- Alexandris, K., Kouthouris, C. & Meligdis, A. (2006). Increasing customers loyalty in a skiing resort: The contribution of place attachment and service quality. *International journal of contemporary hospitality management*, 18(5), 414-425. <https://doi.org/10.1108/09596110610673547>
- Avrami, L., Demertzis, N., & Armenakis, A. (2021). Local communities, Marine protected areas and diving tourism in Cyclades. *The Greek Review of Social Research*, 156, 139–173. <https://doi.org/10.12681/grsr.25952>
- Bale, J. (1989). *Sports Geography*. E & FN Spon.
- Bale, J. (1999). Parks and gardens: metaphors for the modern spaces of sport. In D. Crouch (Ed.), *Leisure/Tourism geographies* (pp. 46-58). Routledge.
- Barton, S. (2005). *Working-class organizations and popular tourism, 1840-1970*. Manchester University Press.
- Beedie, P. (2008). Mountain guiding and adventure tourism: Reflections on the choreography of the experience. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A Reader* (pp. 188-206). Routledge.
- Berghoff, H. (2002). From privilege to commodity? Modern tourism and the rise of consumer society. In H. Berghoff, B. Korte, R. Schneider & C. Harvie (Eds.), *The making of modern tourism: The cultural history of the British experience, 1600-2000*. Palgrave Macmillan.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24, 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Butler, R.W. (1994). Seasonality in tourism: Issues and problems. In A.V. Seaton (Ed.), *Tourism: the state of the art* (pp. 332-339). Wiley.
- Carla A.C., & Chalip, L. (2008). Adventure sport tourism in rural revitalization: An ethnographic evaluation. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 133-151). Routledge.
- Cohen, E.H. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 371-386.

- Cohen, E.H. (1996a). A phenomenology of tourist experiences. In Y. Apostolopoulos, S. Leivadi & A. Yiannakis (Eds.), *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations* (pp. 90-114). Routledge.
- Cohen, E.H. (1996b). The sociology of tourism: Approaches, issues and findings. In Y. Apostolopoulos, S. Leivadi & A. Yiannakis (Eds.), *The sociology of tourism: Theoretical and empirical investigations* (pp. 90-114). Routledge.
- Crang, M. (2014). Cultural geographies of tourism. In A.A. Lew, C.M. Hall & A.M. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp. 74-84). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch5>
- Cross, G. (1989). Vacations for all: The leisure question in the era of the Popular Front. *Journal of Contemporary History*, 24(4), 599-621. <https://doi.org/10.1177/002200948902400403>
- Crompton, J.L. (1995). Economic impact analysis of sports facilities and events: Eleven sources of misapplication. *Journal of Sport Management*, 9(1), 14-35. <https://doi.org/10.1123/jsm.9.1.14>
- Dauncey, H. (2012). *French cycling: A social and cultural history*. Liverpool University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt5vj61>
- De Knop, P. (1987). Some thoughts on the influence of sport on tourism. In *Proceedings of the international seminar and workshop on outdoor education, recreation and sport tourism* (pp. 38-45). Emmanuel Gill Publishing.
- De Knop, P. & Van Hoecke, J. (2003). The place of sport in the battle for the tourist: A figurational perspective of the development of sport tourism. *Kinesiology*, 35(1), 59-71.
- Doustaly, C. & Zembri-Mary, G. (2024). Is urban planning returning to the past in search of a sustainable future? Exploring the six Paris and London Olympic Games (1900–2024). *Planning Perspectives*, 39(3), 675-700. <https://doi.org/10.1080/02665433.2024.2344590>
- Dritsas, M. (2002). Water, culture and leisure: From spas to beach tourism in Greece during the nineteenth centuries. In S. Canderson & H. Bruce (Eds.), *Water, leisure and culture: European historical perspectives* (pp. 199-204). Berg.
- Fairley, S. (2008). In search of relived social experience: Group-based nostalgia in sport tourism. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A Reader* (pp. 270-290). Routledge.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: An introduction*. Sage.
- Franklin, A. (2006). Tourism. In C. Rojek, S.M. Shaw & A.J. Veal (Eds.), *A handbook of leisure studies* (pp. 386-403). Palgrave.
- Franklin, A. (2007). The problem with tourist theory. In I. Ateljevic, N. Morgan & A. Pritchard (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies* (pp. 131-148). Elsevier.
- Fredline, E. (2008). Host and guests relations and sport tourism. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 393-409). Routledge.
- Furlough, E. (2009). Club Méditerranée, 1950–2002. In L. Segreto, C. Manera, & M. Pohl (Eds.), *Europe at the seaside: The economic history of mass tourism in the Mediterranean* (pp. 174-195). Berghahn Books.
- Gammon, S. & Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 21-26. <https://doi.org/10.1080/1477508030623>
- Geffroy, V. (2016). “Playing with space”: a conceptual basis for investigating active sport tourism

- practices. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 95-113. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1271349>
- Gibson, H.J. (1998). Sport tourism, a critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 43-76.
- Gibson, H.J. (2008). Sport tourism at a crossroad. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 24-39). Routledge.
- Gibson, H.J., Willming, C. & Holdnak, A. (2008). Leveraging subculture and identity to promote sports events. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: a reader* (pp. 362-376). Routledge.
- Guttman, A. (1986). *Sports spectators*. Columbia University Press.
- Guttman, A. (1993). The diffusion of sports and the problem of cultural imperialism. In E.G. Dunning, J.A. Maguire & R.E. Pearton (Eds.), *The sports process: A comparative and developmental approach* (pp. 115-125). Human Kinetics Publishers.
- Guttman, A. (2008). The development of modern sports. In J. Coakley & E. Dunning (Eds.), *The handbook of sports studies* (pp. 248-259). Sage.
- Hamilton J. (2005). *Thomas Cook: The holiday-maker*. Sutton Publishing.
- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity*. Blackwell.
- Higham, J. & Hinch, T. (2008). Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sector. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 487-502). Routledge.
- Higham, J. & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: Globalization, Mobility and Identity*. Butterworth-Heinemann.
- Hinch, T., Higham, J. & Moyle B.D. (2016). Sport tourism and sustainable destinations: foundations and pathways. *Journal of sport & tourism*, 20(3-4), 163-173. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1254139>
- Hu, R. (2024). The transformation of Beijing as a dual Olympic city: Growth, post-growth, and the reimagining of the capital. *Planning perspectives*, 39(3), 575-594. <https://doi.org/10.1080/02665433.2024.2324356>
- Huggins, M. (2013). Sport, tourism and history: Current historiography and future prospects. *Journal of Tourism History*, 5(2), 107-130.
- Inglis, F. (2000). *The delicious history of the holiday*. Routledge.
- Jackson, E.L. (2000). Will research on leisure constraints still be relevant in the twenty-first century?. *Journal of Leisure Research*, 32(1), 62-68. <https://doi.org/10.1080/00222216.2000.11949887>
- Jurek, L. (2010). Healthy living in the Alps. The origins of winter tourism in Switzerland, 1860-1914. *European review of history*, 17(4), 672-673. <https://doi.org/10.1080/13507486.2010.497303>
- Kasimati, E. (2008). Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research. In M. Weed (Ed.). *Sport & tourism: A reader* (pp. 314-345). Routledge.
- Kay, J. & Laberge, S. (2002). The 'new' corporate habitus in adventure racing. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(1), 17-36. <https://doi.org/10.1177/1012690202037001002>
- Kipreos, G., Konstantinakis, P., Anagnostopoulou, I., Perrea, A. & Kaprinis, S. (2016). Pavlopetri, the world's oldest submerged city: Analysis of dive tourism perspectives development in the region through S.W.O.T analysis. *Hospitality & tourism management*, 1, 23-29. <https://doi.org/10.11648/j.htm.20160103.11>

- Lanfant, M.F. (1995). International tourism, internationalization and the challenge to identity. In M.F. Lanfant, J.B. Allcock & E.M. Bruner (Eds.), *International tourism: Identity and change* (pp. 24-43). Sage.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of tourism research*, 17, 367-384.
- Lofgren, O. (1999). *On holiday: A history of vacationing*. University of California Press.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press.
- Maguire, J. (2015). Assessing the sociology of sport: On globalization and the diffusion of sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 50(4-5), 519-523. <https://doi.org/10.1177/1012690214547374>
- Matheson, V. (2019). Is there a case for subsidizing sports stadiums?. *Journal of Policy Analysis & Management*, 38(1), 271-277. <https://doi.org/10.1002/pam.22096>
- Meethan, K. (2001). *Tourism in global society: Place, culture, consumption*. Palgrave.
- Missiroli, A. (2002). European football cultures and their integration: The “short” twentieth century. *Culture, sport, society*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/713999845>
- Moira, P., Mylonopoulos, D. & Kontoudaki, A. (2024). Hiking tourism in Greece: A legal approach. In V. Katsoni & G. Cassar (Eds.), *Recent advancements in tourism business, technology and social sciences. IACuDiT 2023. Springer proceedings in business and economics*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-54342-5\\_35](https://doi.org/10.1007/978-3-031-54342-5_35)
- Murphy, P., Sheard, K. & Waddington, I. (2000). Figurational sociology and its application to sport. In J. Coakley & E. Dunning (Eds.), *Handbook of Sports Studies* (pp. 92-105). Sage.
- Nikolakakis, M. (2016). Tourism, body and seaside recreational practices in postwar Greek society until 1974. In K. Kornetis, E. Kotsovoli & N. Papadogiannis (Eds.), *Consumption and gender in Southern Europe since the long 1960s* (pp. 103-117). Bloomsbury Academic.
- Pearce, P.L. & Moscardo, G.M. (1985). The relationships between travelers career levels and concept of authenticity. *Australian Journal of Psychology*, 37, 157-174. <http://dx.doi.org/10.1080/00049538508256395>
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G. & Gleyse, J. (2003). Epistemological issues on sport tourism: Challenge for a new scientific field. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 27–34. <https://doi.org/10.1080/14775080306241>
- Plog, S.C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58. <https://doi.org/10.1177/001088047401400409>
- Poulaki, P., Bouziss, S., Vasilakis, N. & Valeri, M. (2023). Hiking tourism in Greece. In M. Valeri (Ed.), *Sport and tourism: New perspectives in tourism and hospitality management* (pp. 95-112). Emerald Publishing Limited.
- Redmond, G. (1973). A Plethora of shrines: Sport in the museum and hall of fame. *Quest*, 19(1), 41–48. <https://doi.org/10.1080/00336297.1973.10519748>
- Rigauer, B. (2000). Marxist theories. In J. Coakley & E. Dunning (Eds.), *The Handbook of Sport Studies* (pp. 92-105). Sage.
- Rinehart, R.E. (2008). Emerging arriving sports. In J. Coakley & E. Dunning (Eds.), *The handbook of sports studies* (pp. 504-519). Sage.
- Ritzer, G. & Liska, A. (1997). “McDisneyization” and “post-tourism”: Complementary perspectives

- on contemporary tourism. In C. Rojek & J. Urry (Eds.), *Touring Cultures* (pp. 96–109). Routledge.
- Rojek, C. (1993). Disney culture. *Leisure Studies*, 12(2), 121–135. <https://doi.org/10.1080/02614369300390111>
- Saha, P., Nath, A., Kwiatkowski, G. & Oklevik, O. (2021). In search of optimum stimulation at sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 25(2), 83-103. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1877565>
- Simson, V. & Jennings, A. (1992). *The Lords of the Rings: Power, money and drugs in the modern Olympics*. Simon & Schuster.
- Smith, A., Gold, J. R., & Gold, M. M. (2024). Olympic urbanism: Past, present and future. *Planning perspectives*, 39(3), 487–499. <https://doi.org/10.1080/02665433.2024.2344598>
- Snyder, E.E. (1991). Sociology of nostalgia: sport halls of fame and museums in America. *Sociology of Sport Journal*, 8, 228-238. <https://doi.org/10.1123/ssj.8.3.228>
- Souliotis, N., Sayas, J. & Maloutas, T. (2014). Megaprojects, neoliberalization, and state capacities: Assessing the medium-term impact of the 2004 Olympic Games on Athenian urban policies. *Environment and planning C: Government and policy*, 32(4), 731-745. <https://doi.org/10.1068/c1136r>
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics.
- Stebbins, R.A. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. McGill-Queen's University Press.
- Stebbins, R.A. (2006). Serious leisure. In C. Rojek, S.M. Shaw & A.J. Veal (Eds.), *A handbook of leisure studies* (pp. 448-456). Palgrave.
- Sung, H. (2008). Classification of adventure travelers: Behavior, decision making, and target markets. In M. Weed, *Sport and Tourism: A Reader* (pp. 224-251). Routledge.
- Tzanakis, M. (2024). *Scuba diving practices in Greece: A historical ethnography of technology, self, body, and nature*. Palgrave Macmillan.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. Sage.
- Vrondou, O. (2017). Revisiting sport tourism: A review of definitions. *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 4, 66-72.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Weed, M. (2008a). General introduction. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 1-11). Routledge.
- Weed, M. (2008b). Sports tourism theory and method - Concepts, issues and epistemologies. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 12-23). Routledge.
- Weed, M. (2008c). Sports tourism research 2000-2004: A systematic review of knowledge and meta-evaluation of methods. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 90-112). Routledge.
- Weed, M. (2008d). Why the two won't tango: Explaining the lack of integrated policies for sport and tourism in the UK. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 446-470). Routledge.
- Weber, K. (2008e). Outdoor adventure tourism: A review of research approaches. In M. Weed (Ed.), *Sport and tourism: A reader* (pp. 57-71). Routledge.
- Wheaton, B. (2000). "Just do it": Consumption, commitment, and identity in the windsurfing subculture. *Sociology of Sport Journal*, 17(3), 254-274. <https://doi.org/10.1123/ssj.17.3.254>
- Wright, S. (2002). Sun, sea, sand and self-expression. In H. Berghoff, B. Korte, R. Schneider & C.

Harvie (Eds.), *The making of modern Tourism: The cultural history of the British experience, 1600-2000* (pp. 181-202). Palgrave Macmillan.

Xiang, C., Fadilah, T., Kamalden, T., Ismail, N., Zhao, J., Yang, X. & Luo, H. (2023). The role of sports mega-events in the sustainable development of cities: A systemic review. *Malaysian Journal of Sport Science and Recreation*, 19, 16-36. <https://doi.org/10.24191/mjssr.v19i1.21727>

## Πηγές

Ανώνυμος (1960, 4 Ιουνίου). Εδώ γεννήθηκε το αθλητικό πνεύμα. *Εικόνες*, 241, 40-46.

Ανώνυμος (1970). Τουρισμός στην Ελλάδα 1970. *Hellnews*, 23.

Δασαλέρμος, Τ. (1970, 26 Ιουνίου). Καλοκαίρι, θάλασσα, σπόρ. *Ταχυδρόμος*, 846, 63-66.

*Εφημερίδες των συζητήσεων της Βουλής* (1962, 7 Δεκεμβρίου). Συνεδρίασις 63η, 337.

INSETE (2023, Δεκέμβριος). Ετήσια έκθεση ελληνικού τουρισμού 2022 [https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/12/23-12\\_Greece-2.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/12/23-12_Greece-2.pdf)

Κακούρη, Α. (1966, 27 Αυγούστου). Θαλάσσιος τουρισμός. *Ταχυδρόμος*, 646, 54-55.

Λινάρδου, Π. (1964) Ο αθλητισμός στέρεα βάση τουριστικής αναπτύξεως. *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 538, 579.

ΦΕΚ 146 (1954, 6 Ιουλίου). Ν. 2890, «Περί υπαγωγής της θαλασσίας αγωνιστικής και θαλασσίας ψυχαγωγίας από τεχνικής απόψεως, υπό την ανωτέραν εποπτείαν του Υπουργείου Εθνικής Αμύνης», 1159-1160.

Φραγκόπουλος, Θ.Δ. (1966, 22 Σεπτεμβρίου). Επιβάλλεται η έρευνα σε βάθους την τουριστικής μας αγοράς. *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 649, 878.

## **Tourism, sport and leisure: Theoretical concepts, historical trajectories and research fields in the Greek context**

**Michalis Nikolakakis**

### **Summary**

This article, which serves as the introduction to the journal's special issue on "tourism, sport and leisure practices", seeks to highlight the theoretical, historical and conceptual trajectories that shape sports tourism as a field of academic inquiry. It focuses on the modern origins of tourism and sport, analysing their intersections and divergences through notions such as "touristification", "serious leisure", "sportification", "authenticity" and "destination identity". Special emphasis is placed on how sports tourism has functioned as an instrument of national ideology, a marketing tool and a field for public policy, and on the transformations of these functions from the interwar period to the era of economic globalisation. At the same time, the article underlines the importance of critical approaches that examine the social and economic impacts of major sporting events. It proposes comparing the Greek experience with international examples, shedding light on both historical discontinuities and structural similarities. The aim of the article, and of the special issue as a whole, is to open a fertile dialogue between different research fields and national contexts, enriching our understanding of sports tourism as a complex social phenomenon.

**Keywords:** sports tourism, authenticity, serious leisure, touristification, sportification, destination identity, history of tourism and sport