

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Σπουδών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη**

Πτυχιακή Εργασία



**Ο Σκοτεινός Τουρισμός (Dark Tourism) και η Ανάδειξη
Σκοτεινών Προορισμών Μέσα από την Κινηματογραφική –
Τηλεοπτική Προβολή τους: Η Μελέτη Περίπτωσης του
Πεδίου Μάχης του Culloden στη Σκωτία**

Βερονίκη Φιλιππαίου

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Μήνα Δραγούνη**

Απρίλιος 2021

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Σπουδών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη**

Πτυχιακή Εργασία

**Ο Σκοτεινός Τουρισμός (Dark Tourism) και η Ανάδειξη
Σκοτεινών Προορισμών Μέσα από την Κινηματογραφική –
Τηλεοπτική Προβολή τους: Η Μελέτη Περίπτωσης του
Πεδίου Μάχης του Culloden στη Σκωτία**

Βερονίκη Φιλιππαίου

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Μήνα Δραγούνη**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση πτυχιακού τίτλου σπουδών στην Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Σπουδών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Απρίλιος 2021

Περίληψη

Η παρούσα εργασία, έχει ως σκοπό την ανάλυση της έννοιας του σκοτεινού τουρισμού και την ανάδειξη του από τις βιομηχανίες του κινηματογράφου και της τηλεόρασης. Μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, παρουσιάζονται τα κίνητρα και τα συναισθήματα των τουριστών που συμμετέχουν σε αυτές τις τουριστικές δραστηριότητες. Επίσης παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προορισμών οι οποίοι μέσω της κινηματογραφικής και τηλεοπτικής τους προβολής, εμπνέουν και παρακινούν τους θεατές να τους επισκεφτούν από κοντά, υποδεικνύοντας την επίδραση που τους ασκούν. Για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διατριβής, επιλέχθηκε η πρωτογενής ποσοτική έρευνα (στατιστική ανάλυση) και η μελέτη περίπτωσης. Το πεδίο της μάχης του Culloden στη Σκωτία, αποτελεί μια τοποθεσία με ιδιαίτερο ιστορικό και πολιτισμικό ενδιαφέρον, που ως πεδίο μάχης περιστρέφεται γύρω από τον πόνο, την απώλεια και το θάνατο, ως εκ τούτου κατατάσσεται στην κατηγορία του τουρισμού σκοτεινής κληρονομιάς (dark heritage tourism). Πρόσφατα, η προβολή του από τη δημοφιλή τηλεοπτική σειρά *Outlander* οδήγησε σε αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας στην τοποθεσία και την ευρύτερη περιοχή (Visit Scotland, 2019). Στόχος μας να εξετάσουμε α) ποια είναι τα κίνητρα των επισκεπτών του β) κατά πόσο η προβολή της τηλεοπτικής σειράς *Outlander*, μπορεί να αποτελεί κίνητρο ή να παρακινήσει την επίσκεψη σε αυτό. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η πολιτιστική και ιστορική του σημασία, η αυθεντικότητα του και το ενδιαφέρον των επισκεπτών να μάθουν περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν σε αυτό, αποτέλεσαν τα κύρια κίνητρα τους. Επιπλέον, η πλειοψηφία δήλωσε πως είχε παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψη και πως παρακινήθηκε να την επισκεφθεί εξαιτίας της σειράς. Για τους δυνητικούς επισκέπτες, η ιστορική και πολιτιστική σημασία του, η αυθεντικότητα του, το γεγονός πως είναι θαυμαστές της σειράς *Outlander* και το ενδιαφέρον να μάθουν περισσότερα για την ιστορία του, συγκαταλέγονται επίσης στα σημαντικότερα κίνητρα τους.

Summary

The aim of the present thesis is to examine the concept of dark tourism and its promotion through film and television industries. Motivations and feelings of tourists who participate in these tourist activities are also presented. Moreover, we present special features of the destinations that inspire their viewers to visit them, signifying their influence on them. Both quantitative and case study research methods are employed. The case study of Culloden battlefield in Scotland was chosen because of its special historical and cultural significance and because as a battlefield is being surrounded by pain, loss and suffering therefore it belongs to dark heritage tourism. Recently, its depiction through popular *Outlander* TV series led to an increase in visitor numbers at the location and in the area (Visit Scotland, 2019). Our goal is a) to examine its visitors motivation b) and if watching *Outlander* TV series, was a motive to visit the location. Regarding the results of the research, its cultural and historical significance, its authenticity and its visitor's interest to learn more about the tragic events that occurred there, are their main motives. Moreover, the majority of those who watched the show before their visit, stated that watching *Outlander* motivated their visit at Culloden. For potential visitors, historical significance, authenticity, watching *Outlander* and their interest to gain deeper knowledge of the tragic events that occurred there, are also important.

Στη μνήμη της πολυαγαπημένης μου μαμάς,
της πιο δοτικής μητέρας και πιστής υποστηρίκτριας των ονείρων μου.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	iii
Summary	iv
1.Εισαγωγή.....	9
2.Σκοτεινός και κινηματογραφικός τουρισμός	11
2.1 Σκοτεινός τουρισμός: Ορισμοί και προσεγγίσεις	11
2.2 Τα κίνητρα των σκοτεινών τουριστών	15
2.3 Η προβολή του σκοτεινού τουρισμού από τα δημοφιλή μέσα.....	18
2.4 Ο κινηματογραφικός τουρισμός.....	21
2.5 Παράγοντες έλξης και ώθησης στον κινηματογραφικό τουρισμό.....	22
2.5.1 Παράγοντες έλξης κινηματογραφικών τουριστών.....	22
2.5.2 Παράγοντες ώθησης - Τα κίνητρα των κινηματογραφικών τουριστών	24
2.5.3 Η επιρροή των ταινιών και τηλεοπτικών σειρών στους θεατές.....	25
2.6 Συμπεράσματα κεφαλαίου	28
3.Μεθοδολογία έρευνας - περίπτωση μελέτης -πεδίο της μάχης του Culloden	29
3.1 Σχεδιασμός και περιγραφή της έρευνας.....	29
3.2 Μελέτη περίπτωσης :Πεδίο της μάχης του Culloden.....	31
3.2.1 Οι Ιακωβίτες και η προϊστορία της μάχης	32
3.2.2 Η μάχη του Culloden.....	33
3.2.3 Ο απόηχος της μάχης.....	35
3.3 Το πεδίο της μάχης του Culloden και το κέντρο επισκεπτών.....	36
4. Παρουσίαση των Αποτελεσμάτων της Ποσοτικής Έρευνας	40
4.1 Ερευνητικά ερωτήματα	40
4.2 Παρουσίαση του δείγματος.....	40
4.3 Τα κίνητρα των επισκεπτών.....	41
4.3.1 Αρχική πηγή πληροφόρησης των επισκεπτών για την τοποθεσία.....	43
4.3.2 Τα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών.....	44
4.3.3 Τα συναισθήματα των επισκεπτών και η συναισθηματική εμπειρία τους.....	47
4.3.4 Εμπειρία κατά την επίσκεψη σε σχέση με προηγούμενες προσδοκίες	50
4.4 Κίνητρα επισκεπτών μετά την προβολή της σειράς <i>Outlander</i>	51
4.4.1 Η προβολή της σειράς είναι ικανή να διαφοροποιήσει τα συναισθήματα των επισκεπτών;.....	56
4.4.2 Ελκυστικά γνωρίσματα σειράς <i>Outlander</i>	57

4.4.3 Προβολή σειράς πριν την επίσκεψη, κίνητρα και παρακίνηση	59
4.4.4 Κίνητρα επίσκεψης του πεδίου της μάχης του Culloden μετά την προβολή της σειράς <i>Outlander</i> και ελκυστικά της γνωρίσματα	59
4.4.5 Είναι οι επισκέπτες του Culloden «σκοτεινοί»;.....	61
5. Συμπεράσματα - Προτάσεις.....	63
5.1 Συμπεράσματα	63
5.2. Βασικά συμπεράσματα και η σημασία τους.....	67
5.3 Προτάσεις για περεταίρω έρευνα.....	68
Παράρτημα Α.....	69
A.1 Έρευνα του οργανισμού Vistit Britain (2018)	69
A.2 Ερωτηματολόγιο	70
Παράρτημα Β.....	80
B.1 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X2 «φύλο - επίσκεψη στο Culloden».	80
B.2 Δημογραφικά στοιχεία.....	80
B.2.1 Αποτελέσματα ελέγχου κανονικότητας, για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα κίνητρα των επισκεπτών ανά φύλο.....	81
B.2.2 Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Mann Whitney για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα σημαντικότερα κίνητρα των επισκεπτών, ανά φύλο	82
B.2.3 Αποτελέσματα ελέγχου κανονικότητας για τα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών σε κάθε κατηγορία του φύλου	83
B.2.4 Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Mann Whitney, για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών ανά φύλο.....	83
B.2.5 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X ² για την αξιολόγηση των διαφορών μεταξύ των δύο φύλων σχετικά με το αν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψη τους.....	84
B.2.6 Αποτελέσματα του ελέγχου κανονικότητας για τα κίνητρα των επισκεπτών που είχαν δει τη σειρά σε κάθε κατηγορία του φύλου.....	84
B.2.7 Αποτελέσματα ελέγχου Mann Whitney για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα σημαντικότερα κίνητρα των επισκεπτών που είχαν δει τη σειρά, ανά φύλο.....	85
B.2.8 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X2, για την αξιολόγηση των διαφορών στα συναισθήματα που βίωσαν κατά την επίσκεψη σε σχέση με το αν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψη.....	86
B.2.9 Αποτελέσματα του ελέγχου κανονικότητας (κίνητρα της επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς, σε σχέση με το αν παρακινήθηκαν να επισκεφθούν την τοποθεσία λόγω της σειράς).....	86
B.2.10 Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Spearman, για τις ερωτήσεις που αφορούν τα κίνητρα της επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς, σε σχέση με το αν παρακινήθηκαν να επισκεφθούν την τοποθεσία λόγω της σειράς.....	87

B.2.11 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X^2 , για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά, σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά).....	88
B.2.12 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X^2 , για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά, σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό).....	89
B.2.13 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X^2 , για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά, σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Εμβληματική τοποθεσία)	90
B.2.14 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X^2 , για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Θαυμαστής Outlander)	91
B.2.15 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X^2 , για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Το Outlander ο μόνος λόγος)	92
B.2.16 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X^2 «Θεωρείτε το εαυτό σας σκοτεινό τουρίστα - Επίσκεψη στο Culloden».....	93
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	94

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Ο σκοτεινός τουρισμός, έχει οριστεί ως η επίσκεψη σε τοποθεσίες, που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με το θάνατο και το μακάβριο (Lennon & Folley, 1996)(ό.α στους Sharpley & Stone, 2008:575). Η ιστορία είναι γεμάτη, από τραγικά γεγονότα, βίαιες συγκρούσεις, πολέμους, λοιμούς και γενοκτονίες, που προσέλκυαν πάντα το ενδιαφέρον των ανθρώπων. Ωστόσο, το κύριο χαρακτηριστικό αυτών των τοποθεσιών είναι η ιστορική και πολιτισμική τους αξία, η οποία συχνά γίνεται ευρύτερα γνωστή μέσα από την κινηματογραφική και τηλεοπτική προβολή τους. Η συμβολή των ταινιών στη δημοφιλία του σκοτεινού τουρισμού, αποτελεί μέρος της παρούσας εργασίας, καθώς όπως έχει υποστηριχθεί η προβολή τραγικών γεγονότων στη μικρή και τη μεγάλη οθόνη, αυξάνει τη δημοφιλία των τοποθεσιών που προβάλλονται από αυτές (Lennon & Foley, 2000:11-12).

Παρόλο που τα τελευταία χρόνια ο σκοτεινός τουρισμός έχει γίνει αντικείμενο εκτενούς ακαδημαϊκής έρευνας, δεν έχει λάβει καθολική αποδοχή σχετικά με τον ορισμό του. Επίσης, κατά τη διάρκεια της βιβλιογραφικής μας έρευνας διαπιστώσαμε, ότι δεν ερευνώνται επαρκώς τα κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται τοποθεσίες με ιστορική και πολιτιστική σημασία, που έχουν χαρακτηριστεί ως «σκοτεινές». Ειδικότερα, φαίνεται να μην έχουν μελετηθεί σε βάθος, τοποθεσίες σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς οι οποίες έχουν γίνει γνωστές στο ευρύ κοινό, μέσα από τον κινηματογράφο και την τηλεόραση και τα κίνητρα των επισκεπτών τους. Συγκεκριμένα δεν ερευνάται ο βαθμός επίδρασης / παρακίνησης μετά την προβολή σχετικών με αυτές τις τοποθεσίες ταινιών, από τους από τους επισκέπτες. Για αυτό το λόγο, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι α) να εξετάσει ποια είναι τα κίνητρα των επισκεπτών του πεδίου της μάχης του Culloden, μιας τοποθεσίας σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς (περιστρέφεται γύρω από τον πόνο, την απώλεια, το θάνατο) β) κατά πόσο η προβολή του από τη δημοφιλή τηλεοπτική σειρά *Outlander*, μπορεί να αποτελεί κίνητρο ή να παρακινήσει την επίσκεψη σε αυτό. Υποστηρίζεται ότι οι ταινίες/σειρές επηρεάζουν

τους θεατές και τους παρακινούν να επισκεφθούν τις τοποθεσίες γυρισμάτων (Macionis & Sparks, 2009:93). Η κατανόηση της σχέσης μεταξύ των κινήτρων των τουριστών και των ταινιών/σειρών, γίνεται όλο και πιο σημαντική, για τη διαμόρφωση μιας στρατηγικής/πολιτικής ανάδειξης και προώθησης τοποθεσιών με αντίστοιχα χαρακτηριστικά, σε μια περίοδο που οι προορισμοί προσπαθούν να διαφοροποιηθούν, στην ανταγωνιστική τουριστική αγορά. Για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διατριβής, επιλέχθηκε η μελέτη περίπτωσης και η πρωτογενής ποσοτική έρευνα (στατιστική ανάλυση).

Στο δεύτερο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, θα εξετάσουμε τους ορισμούς του σκοτεινού και του κινηματογραφικού τουρισμού και τα κίνητρα των επισκεπτών τους, ώστε να εντοπίσουμε τη μεταξύ τους σχέση και τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούν. Επίσης θα παρουσιάσουμε, χαρακτηριστικά παραδείγματα τοποθεσιών (σκοτεινών και μη), που έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή μετά την κινηματογραφική προβολή τους καθώς και στοιχεία επισκεψιμότητας του Εθνικού Τουριστικού Οργανισμού της Σκωτίας (Visit Scotland, 2019), σε περιοχές γυρισμάτων της δημοφιλούς σειράς *Outlander*. Μετά από την ανάλυση των παραπάνω μορφών τουρισμού, ακολουθεί το Κεφ. 3 το οποίο αποτελείται από τη μεθοδολογία της έρευνας και την παρουσίαση της μελέτης περίπτωσης. Αρχικά, παρουσιάζονται οι στόχοι και τα ερευνητικά ερωτήματα ενώ ακολουθεί η παρουσίαση του πεδίου της μάχης του Culloden, της τραγικής ιστορίας του και της ιστορικής και πολιτιστικής του σημασίας, η οποία έχει επηρεάσει και συνεχίζει να επηρεάζει τους Σκωτσέζους. Στο Κεφ. 4 ακολουθεί η ανάλυση και τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας η οποία πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου, μέσω διαδικτύου. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων, προκύπτει από τη χρήση του στατιστικού μοντέλου SPSS. Η εργασία ολοκληρώνεται με το Κεφ. 5, τα συμπεράσματα που προέκυψαν και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Κεφάλαιο 2

Βιβλιογραφική Επισκόπηση

Σκοτεινός και κινηματογραφικός τουρισμός

2.1 Σκοτεινός τουρισμός: Ορισμοί και προσεγγίσεις

Το είδος του τουρισμού που αναφέρεται «στη σκοτεινή πλευρά των ταξιδιών» (Skinner, 2012) (ό.α στον Light, 2017:282) ονομάζεται «σκοτεινός τουρισμός» (Dark Tourism). Ο όρος «σκοτεινός», αναφέρεται στο περιεχόμενο που παρουσιάζεται στον επισκέπτη, το οποίο είναι από τη φύση του ζοφερό και μακάβριο. Ο όρος, χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τους Lennon και Foley το 1996, οι οποίοι ορίζουν το «σκοτεινό τουρισμό¹» (dark tourism), ως την επίσκεψη σε μέρη, τα οποία σχετίζονται με το θάνατο, τη θλίψη και την εξαθλίωση, όπως νεκροταφεία, μασωλεία, πεδία μαχών, μέρη, όπου έχουν συμβεί μεγάλες καταστροφές, γενοκτονίες και πόλεμοι (1996:195-197). Όμως, δεν ήταν οι πρώτοι που προσπάθησαν να περιγράψουν αυτή τη δραστηριότητα.

Πρώτος ο MacCannell (1989), αναφέρθηκε στον αρνητικό τουρισμό (negative sightseeing) και αργότερα ο Rojek (1993) στον τουρισμό μαύρης κηλίδας (black spots tourism). Στη βιβλιογραφία, εμφανίζονται και άλλες εναλλακτικές ορολογίες² όπως:

¹ Χρησιμοποιούν αυτόν το «γενικό όρο» (όπως τον χαρακτηρίζουν), για να περιγράψουν την επίσκεψη σε μέρη που σχετίζονται με το θάνατο «για σκοπούς ενθύμησης, εκπαίδευσης ή διασκέδασης» (Lennon & Foley, 1996:195).

² Αν και κάποιες από αυτές τις ορολογίες ορισμένες φορές χρησιμοποιούνται παράλληλα, ωστόσο υπάρχουν διακρίσεις μεταξύ τους π.χ ο Seaton (1996) αναφέρεται στον θανατουρισμό ως «μια πρακτική

θανατουρισμός (thanatourism) (Seaton, 1996) και μεταγενέστερα και άλλοι, όπως μακάβριος τουρισμός (morbid tourism) (Blom, 2000), τραγικός τουρισμός (tragic tourism) (Lippard 1999) και τουρισμός θλίψης (grief tourism) (O' Neill, 2002. Trotta 2006) (ό.α στις White & Frew, 2013:63).

Υποστηρίζεται, ότι το ενδιαφέρον των τουριστών για επίσκεψη σε τοποθεσίες που αφορούν το θάνατο και την καταστροφή, έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες (Lennon & Foley 2000. Stone, 2006:146. Seaton, 1996), ενώ η έλξη που ασκούν στους ταξιδιώτες, δεν είναι νέα (Seaton, 1996). Το προσκύνημα (pilgrimage), αναφέρεται ως η πρώτη μορφή τουρισμού, που συχνά συνδεόταν με το βίαιο θάνατο μεμονωμένων ανθρώπων ή ομάδων. Αυτοί οι θάνατοι, είχαν πολλές φορές θρησκευτική, ιδεολογική και μυστικιστική σημασία, γεγονός που έδινε στην τοποθεσία στην οποία συντελέστηκαν τέτοια γεγονότα, ένα ξεχωριστό νόημα για τους προσκυνητές. Το ταξίδι αυτό, συνήθως είχε ιδιαίτερη σημασία κάποιες εποχές του χρόνου, λειτουργώντας ως ενθύμηση του θανάτου (Lennon & Foley, 2000:3). Η δραστηριότητα αυτή, φαίνεται πως εντατικοποιήθηκε, κατά τη Ρομαντική περίοδο (τέλη του 18ου αι. - αρχές 19ου αι.) (Seaton, 1996:239), με ξεναγήσεις στα μαυσωλεία της Βικτωριανής περιόδου και επισκέψεις στην αίθουσα του τρόμου, του μουσείου Madame Tussauds (Chamber of Horrors exhibition of Madame Tussauds) (Stone, 2006:147).

Δεδομένης, της μεγάλης πληθώρας τοποθεσιών, που αφορούν το θάνατο και το μακάβριο (από το σημείο δολοφονίας του JFK, μέχρι αναπαραστάσεις γεγονότων, όπως αυτή του Αγγλικού εμφυλίου πολέμου κ.ά), έχουν γίνει προσπάθειες διαχωρισμού αυτών, μέσω του προσδιορισμού της «έντασης του σκοτεινού». Συγκεκριμένα, ο Miles (2002) υποστήριξε, ότι μπορεί να υπάρξει διάκριση, μεταξύ «σκοτεινής» και «σκοτεινότερης» τουριστικής δραστηριότητας (dark and darker tourism). Για παράδειγμα, η εμπειρία που αποκομίζει ένας επισκέπτης, από την επίσκεψη στο Auschwitz Birkenau -μια αυθεντική³ τοποθεσία, σκοτεινού τουρισμού- είναι σαφώς «σκοτεινότερη από αυτή που αποκομίζει στο μουσείο ολοκαυτώματος της Washington

που πάει πίσω στο χρόνο» ενώ ο σκοτεινός τουρισμός συνδέθηκε από τους Lennon και Foley (2000) με τη σύγχρονη εποχή.

³ Από ετυμολογικής άποψης, η λέξη αυθεντικότητα έχει ελληνορωμαϊκή προέλευση. Υποδεικνύει την αίσθηση του αληθινού, ειλικρινούς ή γνήσιου στοιχείου μέσα σε ένα ιστορικό πλαίσιο (Heitmann, 2011:46). Το Auschwitz εμπεριέχει το στοιχείο της αυθεντικότητας, καθώς εκεί συνέβη το αρχικό γεγονός και η τοποθεσία έχει συντηρηθεί επιλεκτικά χωρίς περιττές αποκαταστάσεις, ταυτόχρονα παρουσιάζονται στο κοινό γνήσια αντικείμενα (Unesco, 2021).

-μια τοποθεσία που σχετίζεται με το σκοτεινό τουρισμό- (Miles, 2002:1175-1178). Επίσης, ο Sharpley (2005), πρότεινε μια τυπολογία «των αποχρώσεων του σκοτεινού», τόσο από πλευράς προσφοράς όσο και ζήτησης, η οποία εξαρτάται από τα κίνητρα και το βαθμό του ενδιαφέροντος των επισκεπτών για το θάνατο (Sharpley 2005:224). Την έννοια της έντασης του «σκοτεινού» στοιχείου στον τουρισμό, από πλευράς προσφοράς και ζήτησης, διερεύνησε και ο Stone (2006), ο οποίος ανέπτυξε ένα φάσμα διαβαθμίσεων από τον πιο σκοτεινό (darkest) στον πιο ανοιχτό (lightest) (2006:146-152).

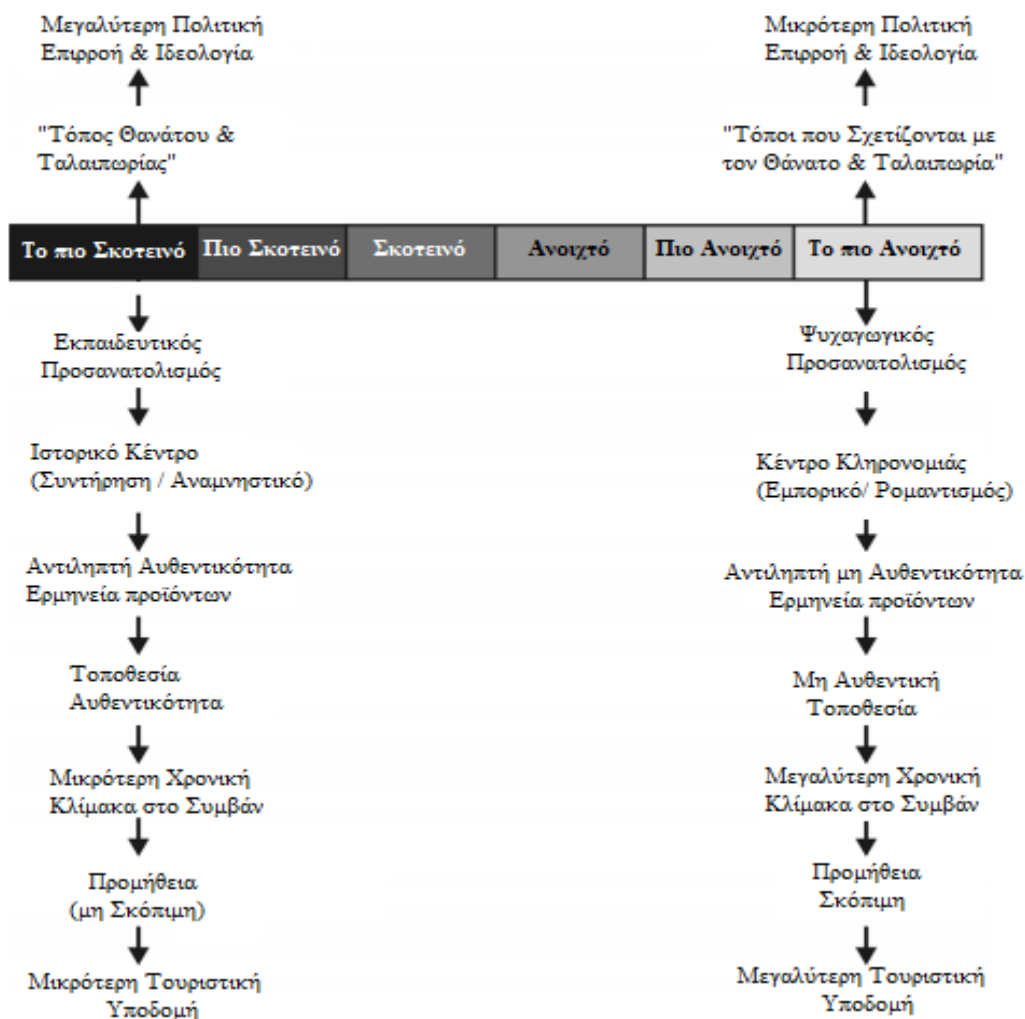
Σύμφωνα με το φάσμα του Stone (2006) (βλ. Πίνακα 1, σελ. 14), η μια πλευρά της κλίμακας, αφορά «σκοτεινότερες» τουριστικές δραστηριότητες, που εμπεριέχουν το στοιχείο της αυθεντικότητας, έχουν «μεγάλη πολιτική επιρροή⁴ και ιδεολογία και εκπαιδευτικό σκοπό⁵». Τέτοιες τουριστικές δραστηριότητες, αφορούν συνήθως, την επίσκεψη σε τοποθεσίες ιστορικού ενδιαφέροντος. Αντίθετα, στην άλλη πλευρά του φάσματος, την «ανοιχτότερη», βρίσκονται οι δραστηριότητες, οι οποίες τείνουν να έχουν πιο εμπορευματοποιημένο χαρακτήρα και προσφέρουν διασκέδαση. Όμως, αν και έχει υπάρξει ενδιαφέρον από αρκετούς ερευνητές για την κατηγοριοποίηση των σκοτεινών τοποθεσιών από πλευράς προσφοράς σύμφωνα με το φάσμα, αυτό δεν έχει λάβει καθολική αποδοχή (Light, 2017:281).

Για παράδειγμα, υποστηρίζεται, ότι οι κατηγοριοποιήσεις αυτές είναι υποκειμενικές και οι μεθοδολογίες που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή τους, σπάνια επεξηγούνται από τους δημιουργούς τους (Dale & Robinson, 2011:206). Μια τέτοια κατηγοριοποίηση, φαίνεται ανώφελη και ατέρμονη, λόγω των απεριόριστων τοποθεσιών και των ενδιαφερόντων που επικαλύπτονται σε αυτές τις τοποθεσίες, «κάθε επισκέπτης, βιώνει την εμπειρία της επίσκεψης του διαφορετικά και αυτό που για κάποιον είναι σκοτεινό, για κάποιον άλλο, δεν είναι». (Ashworth & Isaac, 2015:319).

⁴ Πολλές τοποθεσίες σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν πολιτικό ρόλο ως τοποθεσίες ενθύμησης και ενίσχυσης της εθνικής και συλλογικής ταυτότητας (White & Frew, 2013). Όταν οι τοποθεσίες και οι σχετιζόμενες με αυτές μνήμες χρησιμοποιούνται πολιτικά σε εθνικό επίπεδο, λειτουργούν ως τραυματικές εμπειρίες που συσφίγγουν τους δεσμούς και τη συνείδηση του έθνους. Η κληρονομιά είτε φορτισμένη αρνητικά είτε θετικά χρησιμοποιείται από το έθνος, με συγκεκριμένο τρόπο, με αποτέλεσμα κάποιες αφηγήσεις συχνά να αποσιωπώνται. Η πολιτιστική κληρονομιά συχνά αποτελεί σημείο τριβής μεταξύ εθνών π.χ μεταξύ Σέρβων και Κοσοβάρων, Σλάβων και Αλβανών, Ελλήνων και Σλαβομακεδόνων (Πασαμήτρος, 2019).

⁵ Ωστόσο, υπάρχει διάκριση μεταξύ όσων επισκέπτονται για εκπαιδευτικό σκοπό και όσων επισκέπτονται επειδή έχουν ανάγκη μια βαθύτερη κατανόηση των γεγονότων (Biran et. al, 2011:837)

Τέλος, σύμφωνα με τους Ashworth & Isaac (2015), Jamal & Lelo (2011), Walby & Piche (2011) κ.ά (ό.α στον Light, 2017:281), δεν έχει αποδειχθεί ότι κάθε τοποθεσία που σχετίζεται με το θάνατο, είναι και εγγενώς ή αντικειμενικά «σκοτεινή».



Πίνακας 1:Κλίμακα σκοτεινού τουρισμού (Stone, 2006:151)

Χαρακτηριστικά παραδείγματα, «σκοτεινών» τοποθεσιών αποτελούν, το Ground Zero (το μνημείο πεσόντων της 11^{ης} Σεπτεμβρίου), το Chernobyl, η Καμπότζη, η Νέα Ορλεάνη μετά το φονικό τυφώνα Κατρίνα, τα πεδία μάχης στο Βέλγιο και τη βόρεια Γαλλία (Πρώτος Παγκόσμιος Πόλεμος), η Νορμανδία και το πεδίο μάχης του Somme (Δεύτερος Παγκόσμιος), ο έκτος όροφος του Texas School Book Depository, που αποτελεί την κύρια σκηνή εγκλήματος της δολοφονίας του Κέννεντυ (Lennon & Foley, 2000: 97-125). Επίσης το ναυάγιο του Τιτανικού, οι φυλακές του Αλκατράζ αλλά και το

Sólheimasandur στην Ισλανδία, που αποτελεί τόπο αεροπορικού δυστυχήματος (Dark tourism, 2020). Άλλα χαρακτηριστικά παραδείγματα τοποθεσιών, με ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον αποτελούν το Auschwitz και η περιοχή της Χιροσίμα (Hiroshima Atomic Bomb Dom), τα οποία η Unesco κατέταξε στη λίστα των μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς το 1997 καθώς και το Robben Island τόπο φυλάκισης του Nelson Mandela, που ανακηρύχθηκε μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς το 1999 (Unesco, 2021).

Η πολιτιστική σημασία και σπουδαιότητα πολλών σκοτεινών τοποθεσιών και η συνειδητοποίηση, ότι «άνθρωποι και κληρονομιά», δε βρίσκονται πάντα σε αρμονία μεταξύ τους, οδήγησε κάποιους μελετητές - ανάμεσα τους οι Ashworth και Hartmann (2005), Tunbridge και Ashworth (1996) (ό.α στον Light, 2017:279) κ.ά, να αναπτύξουν τη θεωρία της αμφισβητούμενης κληρονομιάς (dissonant heritage) (Ashworth & Isaac, 2015:2). Οι Logan και Reeves (2009) κ.ά. (ό.α στον Light, 2017:279), χρησιμοποιούν τον όρο «δύσκολη κληρονομιά» (difficult heritage) και σκοτεινή κληρονομιά⁶ (dark heritage) (Sharpley & Stone, 2009:151), (Roberts & Stone, 2014. White & Lennon, 2007:519) (ό.α στον Light, 2017:282) και υποστηρίζουν ότι ο σκοτεινός τουρισμός είναι συνέχεια και εξέλιξη ήδη υπάρχουσών μορφών, όπως του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage tourism) (ό.α στις White και Frew, 2013:47), παραμένοντας σκεπτικοί με τον αρχικό ορισμό. Εξάλλου, δύο και πλέον δεκαετίες έρευνας, δεν έχουν αποδείξει, αν είναι όντως δυνατή ή έστω δικαιολογημένη, η μαζική ταυτοποίηση εμπειριών ή τοποθεσιών που σχετίζονται με το θάνατο, στην κατηγορία του «σκοτεινού τουρισμού» (Sharpley & Stone, 2008:575) ούτε ότι μπορεί να ταυτοποιηθεί ως μια διακριτή μορφή τουριστικής δραστηριότητας, εφόσον δεν υπάρχει κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για το θάνατο ανάμεσα στα κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται τέτοιες τοποθεσίες (Light, 2017:277).

2.2 Τα κίνητρα των σκοτεινών τουριστών

Τα κίνητρα, παίζουν σημαντικό ρόλο στη συμπεριφορά των τουριστών και στις ταξιδιωτικές τους αποφάσεις. Η μελέτη των κινήτρων ώθησης των ταξιδιωτών,

⁶ Η σκοτεινή κληρονομιά σχετίζεται με τόπους θανάτου, θηριωδιών, γενοκτονιών, καταστροφών και ανθρώπινης εξαθλίωσης. Έχει να κάνει με γεγονότα που τραυματίζουν τη συλλογική μνήμη των ομάδων. Η σκοτεινή πολιτιστική κληρονομιά σχετίζεται με το σκοτεινό τουρισμό και την επίσκεψη σε τοποθεσίες που ιστορικά σχετίζονται με τον θάνατο (Πασαμήτρος, 2019)

αποτελεί κρίσιμο παράγοντα, διαμόρφωσης μιας πολιτικής για τον τουρισμό (π.χ των στρατηγικών μάρκετινγκ των προορισμών και της ελκυστικότητας που αποπνέουν στους ταξιδιώτες) (Macionis, 2007:64). Οι λόγοι για τους οποίους οι ταξιδιώτες επισκέπτονται τέτοιες τοποθεσίες, διαφέρουν (Bowman & Pezzulo, 2010:192). Μερικά από τα κίνητρα που συναντάμε στη βιβλιογραφία είναι: το ενδιαφέρον για τη γενεαλογία και την οικογενειακή ιστορία (Boyles, 2005. Buntman, 2008. Richards, 2005) (ό.α στον Light, 2017:285), η αναζήτηση για αυθεντικά μέρη (Johnston, 2011. Lisle, 2007) (ό.α στον Light, 2017:285), η περιέργεια (Lennon & Foley, 2000:3) (White & Frew, 2013:64), συνήθως σε τοποθεσίες, που σχετίζονται με ένοπλες συγκρούσεις ή φυσικές καταστροφές. Ωστόσο, η περιέργεια δεν είναι το κύριο κίνητρο για την επίσκεψη ούτε εξισώνεται με την περιέργεια σχετικά με το θάνατο, αφού οι σκοτεινές τοποθεσίες είναι ασυνήθιστες και ως εκ τούτου ελκύουν τη φυσική ανθρώπινη περιέργεια (Ashworth, 2004:98). Μάλιστα, μελέτες των Biran et al. (2011), Isaac και Cakmak (2016), Cheal και Griffin (2013) κ.ά (ό.α στον Light, 2017:285), έχουν υποστηρίξει ότι το ενδιαφέρον για το θάνατο -ως κίνητρο των επισκεπτών σε τοποθεσίες που έχουν χαρακτηριστεί ως σκοτεινές- είχε ελάχιστη σημασία ή απουσίαζε εντελώς από τα κίνητρα τους.

Για ορισμένους, η ερμηνεία του θανάτου και της καταστροφής, αποτελεί μέσο διατήρησης της ιστορίας, της κληρονομιάς, της ατομικής⁷ και εθνικής (συλλογικής)⁸ ταυτότητας (Yuill, 2003:4. Farmaki, 2013:9-14). Κάποιοι άλλοι, επισκέπτονται τέτοιες τοποθεσίες, γιατί συμπονούν τα θύματα ή γιατί ψάχνουν μια μορφή αυθεντικότητας⁹ στην εμπειρία τους (White & Frew, 2013:64). Ορισμένοι, επισκέπτονται για λόγους πνευματικούς και συναισθηματικούς, με τη μορφή ενός προσκυνήματος, εξαιτίας κάποιας προσωπικής ή οικογενειακής σύνδεσης με την τοποθεσία (Ashworth, 2004:98). Ενώ για άλλους, η επίσκεψη σε σκοτεινές τοποθεσίες, τους βοηθά να αναλογιστούν ή και να διαχειριστούν το ζήτημα της θνητότητας (Sharpley & Stone, 2008:579). Συχνά, η

⁷ Σύμφωνα με τον Renson (2005) (ό.α στις White & Frew, 2013:61), η «ταυτότητα» μπορεί να περιγραφεί ως η απάντηση στην ερώτηση «ποιος είμαι;». Η ατομική ταυτότητα υποδεικνύει με ποιο τρόπο ο «εαυτός» διαφοροποιείται από τον «άλλο».

⁸ Σύμφωνα με τον Renson (2005) (ό.α στις White & Frew, 2013:61), η εθνική ταυτότητα περιλαμβάνει μοναδικά χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν μια εθνικότητα από κάποια άλλη. Σύμφωνα με τους Kotler και Gertner (2002) (ό.α στις White & Frew, 2013:61), είναι ο πολιτισμός, οι πεποιθήσεις, ένας κοινός τρόπος ζωής ανθρώπων που ζουν σε ένα συγκεκριμένο μέρος, μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Αυτή η «κοινή κατάσταση» μπορεί να κατανοηθεί ως η νοοτροπία ή κουλτούρα ενός μέρους, που το χαρακτηρίζει και δημιουργεί τη μοναδικότητά του.

⁹ Οι τουρίστες αναζητούν μια αληθοφανή εικόνα ενός τοπικού πολιτισμού και της κληρονομιάς του ώστε να βιώσουν, να μάθουν και να κατανοήσουν την τοπική ζωή (Heitmann, 2011:45)

επίσκεψη σε τέτοιου είδους τοποθεσίες, γίνεται ως μέρος ενός δρομολογίου ή μιας γενικότερης περιήγησης, γεγονός που υποδεικνύει, ότι οι επισκέπτες αυτοί, δεν είναι απαραίτητα σκοτεινοί (Macionis, 2007:29).

Ο Seaton (1996), υποστηρίζει, ότι ο σκοτεινός τουρισμός «είναι συμπεριφορικός και καθορίζεται από τα κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται τοποθεσίες χαρακτηρισμένες ως σκοτεινές». Ωστόσο, έρευνες για τα κίνητρα των τουριστών που τις επισκέπτονται έχουν αποδείξει, ότι οι επισκέπτες δε φαίνεται να παρακινούνται από κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για το θάνατο και πώς τα κίνητρα τους παρουσιάζουν ομοιότητες με αυτά των τουριστών που συμμετέχουν στον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς¹⁰ (Biran & Poria, 2012. Biran et al.,2011. Miles, 2014. Roberts & Stone, 2014 κ.ά) (ό.α στον Light, 2017:285), όπως το ενδιαφέρον για την ιστορία και η κατανόηση των γεγονότων του παρελθόντος, η επιθυμία για ενθύμηση, η ανάγκη «να το δεις για να το πιστέψεις» (Light, 2017:286) και το εκπαιδευτικό ενδιαφέρον. Η ανάγκη για εκπαίδευση, αποτελεί βασικό κίνητρο των επισκεπτών, τέτοιων τοποθεσιών (Farmaki, 2013:9-14, Robinson, 2015:41). Το εκπαιδευτικό στοιχείο στις σκοτεινές τοποθεσίες, αυξάνει την προσοχή και το ποσοστό ικανοποίησης των επισκεπτών και δίνει νόημα στην περιήγηση τους (Moscardo, 1996:380, Baldwin & Sharpley, 2009:186-206).

Η εκπαίδευση και η ερμηνεία από πλευράς των επισκεπτών αποτελούν σημαντικό παράγοντα, όχι μόνο στις σκοτεινές τοποθεσίες (Lennon & Foley, 2000:10), αλλά και γενικά, στον τομέα του τουρισμού, καθώς προσθέτουν ποιότητα και συμβάλλουν στην απόκτηση γνώσεων. Σύμφωνα με μελέτες των Mossberg et al(2014) και Pera (2014) (ό.α στον Robinson, 2015:40), η εκπαίδευση και η ανάγκη για μάθηση, καθώς και χαρακτηριστικά γνωρίσματα, όπως η τοποθεσία, είναι τόσο σημαντικά όσο και τα συναισθήματα, που αναπτύσσονται από τους επισκέπτες. Τα τελευταία χρόνια ο σκοτεινός τουρισμός προσελκύει ολοένα και περισσότερο το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον ενώ έχει τραβήξει και την προσοχή των μέσων ενημέρωσης και ψυχαγωγίας (Light, 2017:276).

¹⁰Ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς αναφέρεται στην επίσκεψη σε μέρη ιστορικού ενδιαφέροντος, όπως μνημεία, μουσεία, κάστρα κ.ά (Southall & Robinson, 2011:177)

2.3 Η προβολή του σκοτεινού τουρισμού από τα δημοφιλή μέσα

Σύμφωνα με τους Chen & Kertstetter (1999), οι εικόνες των προορισμών (destination image) που έχουν τα άτομα γι' αυτούς, παίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση τους, να τους επισκεφθούν (Chen & Kertstetter, 1999:93-97). Οι καταναλωτές-τουρίστες, σχηματίζουν προσδοκίες, φαντασιακές εικόνες των προορισμών, μέσα από το ίντερνετ, μπλόγκ, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαφημίσεις, εφημερίδες, ταινίες και τηλεοπτικές εκπομπές (Kim et al, 2017:27-30). Τα μέσα αυτά, παίζουν σημαντικό ρόλο στη δημοφιλία των τουριστικών τοποθεσιών και του σκοτεινού τουρισμού. Οι Lennon και Foley (2000), έχουν υποστηρίξει, ότι τα μέσα ενημέρωσης (π.χ ειδήσεις), η τηλεόραση και οι ταινίες, έχουν κεντρικό ρόλο στη δημιουργία ενός αρχικού ενδιαφέροντος για τις σκοτεινές τοποθεσίες, καθώς έχουν τη δυνατότητα να κάνουν γνωστό παγκοσμίως ένα τοπικό γεγονός και να το προβάλλουν απεριόριστα στο ευρύ κοινό (π.χ το θάνατο της πριγκίπισσας Diana, την καταστροφή των δίδυμων πύργων στη Νέα Υόρκη, τον τυφώνα Κατρίνα) (Lennon & Foley, 2000:6-11). Επιπλέον, η αξιοπιστία ορισμένων εξ αυτών, σύμφωνα με τους Gartner και Shen (1992) (ό.α στους Kim et al., 2017:28), μπορεί να διαμορφώσει θετικά ή αρνητικά την εικόνα ενός προορισμού στο μυαλό του θεατή. Αυτό δεν υπονοεί μια παθητική στάση των θεατών, καθώς τα κίνητρα για επίσκεψη σε ένα προορισμό δεν προέρχονται μόνο από την εικόνα του προορισμού. Εξαρτώνται και από τον τρόπο με τον οποίο τα αντιλαμβάνονται τα άτομα, σε σχέση με την προσωπικότητα και τις προσδοκίες τους (Kim et al., 2017:27-38).

Πολλά τραγικά ιστορικά γεγονότα έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον εκδοτών και παραγωγών κινηματογραφικών ταινιών, παράλληλα η ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η επιρροή των μέσων ενημέρωσης, έχουν παίζει ρόλο στην αύξηση της τουριστικής επισκεψιμότητας. Για παράδειγμα, μετά την προβολή της ταινίας του Τζέιμς Κάμερον «Τιτανικός» (1997) το Χάλιφαξ έγινε εξαιρετικά δημοφιλές. Η προβολή του Θαλάσσιου Μουσείου του Ατλαντικού (Maritime Museum of Atlantic) από περιοδικά όπως το «People Magazine», «The Boston Globe», τους «Sunday times» του Λονδίνου και η ολοκλήρωση της μόνιμης έκθεσης του Τιτανικού στο μουσείο, που συνέπεσε με την προβολή της ταινίας, τριπλασίασαν τους επισκέπτες του (Yuill,

2003:128). Οι «Δίδυμοι πύργοι» (World Trade Center) (2006) και «Η λίστα του Σίντλερ» (Schindler's List) (1993), οι οποίες απεικονίζουν την τρομοκρατική επίθεση της 9/11 και τα στρατόπεδα συγκέντρωσης κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου αντίστοιχα, αποτελούν ταινίες που έχουν την καταστροφή και το θάνατο ως κύριο θέμα τους. Σύμφωνα με τους Seaton και Lennon (2004) (ό.α στον Robinson, 2015:39), ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης και των ταινιών δε θα πρέπει να υποτιμάται ούτε και η συμβολή τους στη δημοφιλία του σκοτεινού τουρισμού.

Η «Βιομηχανία του ολοκαυτώματος» ήταν το αποτέλεσμα του αυξανόμενου ενδιαφέροντος και της δημοφιλίας των ταινιών *Schindler's List* (Η λίστα του Σίντλερ) (1993), *La Vita e Bella* (Η ζωή είναι όμορφη) (1997) και *The Pianist* (Ο Πιανίστας) (2002), που απεικονίζουν τα γεγονότα του ολοκαυτώματος (White & Frew, 2013:197). Η τουριστική βιομηχανία, ανταποκρίθηκε σε αυτό το ενδιαφέρον γρήγορα, δημιουργώντας τις «περιηγήσεις Σιντλέρ», στις οποίες επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δουν τις ιστορικές τοποθεσίες, που εμφανίζονται στην ομώνυμη ταινία. Αν και το αποτύπωμα του Ολοκαυτώματος στη λογοτεχνία, είχε προσελκύσει ενδιαφέρον (π.χ το Ημερολόγιο της Άννας Φρανκ), «είναι η οπτική απεικόνιση του και προβολή του σε μαζικό κοινό, από τη βιομηχανία του Χόλυγουντ, που προσέλκυσε μεγαλύτερο ενδιαφέρον, οδηγώντας σε περισσότερες ταινίες, περισσότερες περιηγήσεις και περισσότερη γνώση, σχετικά με τη φρίκη που ξετυλίχτηκε κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου πολέμου» (White & Frew, 2013:197).

Όμως και η στρατηγική του Ηνωμένου Βασιλείου, να εντάξει στη σκοτεινή ιστορία του και να εκμεταλλευτεί ως τουριστικό προϊόν, τη δράση διαβόητων προσώπων, όπως του στραγγαλιστή της Βοστώνης, του αντεροβγάλτη του Yorkshire και καταστροφικών γεγονότων, όπως την κατάρρευση της γέφυρας Tay (1879) (Seaton, 1996:242), έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα δημοφιλής και επιτυχημένη. Τα τελευταία χρόνια, όλο και συχνότερα, τοποθεσίες πολιτισμικού ενδιαφέροντος, έχουν λειτουργήσει ως τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών και σειρών π.χ το Angkor Watt στη Καμπότζη χρησιμοποιήθηκε ως σκηνικό της χολιγουντιανής ταινίας *Tomb Raider*, το Lackock Abbey και το κάστρο Alnwick στη Μ. Βρετανία χρησιμοποιήθηκαν για τα εσωτερικά και εξωτερικά γυρίσματα του Hogwarts στη δημοφιλή ταινία *Harry Potter* κ.ά (Southall & Robinson, 2011:184). Αν και δεν έχουν όλες οι τοποθεσίες πολιτιστικής σημασίας το στοιχείο του

μακάβριου, μπορεί να υποστηριχθεί, ότι οι περισσότερες από αυτές που έχουν χαρακτηριστεί ως «σκοτεινές» έχουν στοιχεία πολιτισμικά (Yusifov, 2014:48).

Σύμφωνα με τους Biran et al., (2011) τα κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται τοποθεσίες «σκοτεινές» που αφορούν τραγικές σελίδες της ιστορίας, δε διαφέρουν από αυτά των πολιτιστικών τουριστών (ιστορικό ενδιαφέρον, ανάγκη για εκπαίδευση και κατανόηση κ.ά). Όπως θα αναλυθεί και στο Κεφ. 2.5.1 σελ.22 φαίνεται πώς και οι κινηματογραφικοί τουρίστες, επίσης αναζητούν μέρη με ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον, στα οποία συχνά έχει γυριστεί κάποια δραματική ταινία ή σειρά. Το γεγονός αυτό και εφόσον δεν υπάρχει κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για το θάνατο -το οποίο τους παρακινεί στην επίσκεψη- δεν αρκεί για να χαρακτηρίσει ένα πολιτιστικό ή κινηματογραφικό τουρίστα ως «σκοτεινούς». Κατά τη διάρκεια της βιβλιογραφικής μας έρευνας, διαπιστώσαμε, ότι υπάρχουν ενδείξεις της επίδρασης των ταινιών στις ταξιδιωτικές αποφάσεις και αξίζει να διερευνηθεί περισσότερο. Επίσης, διαπιστώσαμε, ότι υπάρχει ελάχιστη έρευνα που να αφορά κινηματογραφικές - τηλεοπτικές τοποθεσίες, που πριν ακόμα την προβολή τους στον κινηματογράφο, προϋπήρχαν στην «τουριστική ατζέντα» ως τουριστικοί προορισμοί πολιτισμικού ενδιαφέροντος. Ειδικότερα, όταν η τοποθεσία αυτή αφορά μια τοποθεσία «σκοτεινή», τότε η έρευνα είναι σχεδόν ανύπαρκτη.

Είτε η επίσκεψη έχει προκύψει εξαιτίας του ενδιαφέροντος για την ιστορία και την κληρονομιά, είτε από περιέργεια ή νοσταλγία, πολλά ταξίδια έχουν παρακινηθεί, από διάφορα οπτικοακουστικά μέσα και ταινίες. Αυτή η δραστηριότητα, έχει χαρακτηριστεί ως «κινηματογραφικός τουρισμός», ο οποίος φαίνεται να συνδέεται με το σκοτεινό τουρισμό. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τα χαρακτηριστικά του.

2.4 Ο κινηματογραφικός τουρισμός

Το φαινόμενο των επισκέψεων των τουριστών, σε μια τοποθεσία ή ένα προορισμό, εξαιτίας της προβολής του, στον κινηματογράφο και την τηλεόραση, ορίζεται ως «κινηματογραφικός τουρισμός» (Busby & Klug, 2001:316. Beeton, 2006). Ο Iwashita (2003) (ό.α στη Macionis, 2007:43), αναφέρει ότι οι ταινίες, η τηλεόραση και η λογοτεχνία, μπορούν να επηρεάσουν τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις και επιλογές των ατόμων, που «εκθέτονται» στα ιδιαίτερα γνωρίσματα και αξιοθέατα των προορισμών. Οι κινηματογραφικές σπουδές, έχουν αναγνωρίσει τη σχέση του κινηματογράφου με τον τουρισμό και τη θετική επίδραση του πρώτου στο δεύτερο (Martin-Jones, 2014:68). Ο τουρισμός που προκύπτει από αυτά τα δημοφιλή μέσα (media related tourism), αποτελεί μια σύγχρονη τάση και έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας (Busby & Klug, 2001:316).

Σύμφωνα με τους Araujo et al. (2015), οι ταινίες, αποτελούν μια πηγή πληροφόρησης με αυτόνομο χαρακτήρα, που εκλαμβάνονται ως αξιόπιστη πηγή -αντίθετα από τις διαφημίσεις- επηρεάζοντας σημαντικά την αντίληψη των θεατών για τους προορισμούς (Araujo et al., 2015:1). Οι ταινίες, έχουν τη δυνατότητα, να δημιουργούν ή και να ενισχύουν την εικόνα μιας τοποθεσίας (Beeton, 2006:182-183), «προωθούν τη συναισθηματική προδιάθεση και διεγείρουν τη φαντασία, δίνοντας το έναυσμα και δημιουργώντας την επιθυμία για επίσκεψη σε συγκεκριμένες τοποθεσίες» (Gold & Gold, 2007:8-9). Έτσι, λειτουργούν ως παράγοντες «έλξης» στην τοποθεσία (Riley & Van Doren, 1992 :270) και συμβάλλουν καθοριστικά στην τουριστική της ανάπτυξη.

Σύμφωνα με τη Beeton (2001), πολλές τοποθεσίες στις οποίες γυρίστηκαν ταινίες, έχουν μετατραπεί σε εξαιρετικά δημοφιλείς προορισμούς μετά την προβολή τους. Για παράδειγμα, μετά τις ταινίες «Στενές επαφές τρίτου τύπου» και την τηλεοπτική σειρά «Heartbeat», οι περιοχές στις οποίες γυρίστηκαν κατέγραψαν μεγάλη τουριστική άνοδο (Beeton, 2001). Το «Mamma Mia», που γυρίστηκε στην Ελλάδα, το «Before Sunrise» στη Βιέννη, το «Lord of the Rings» στη Νέα Ζηλανδία, αποτελούν μερικά, από τα πιο επιτυχημένα παραδείγματα τοποθεσιών, που έχουν αναδειχθεί μέσα από ταινίες και σειρές. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του φαινομένου του κινηματογραφικού τουρισμού, που οφείλεται στην ανάπτυξη της βιομηχανίας της

διασκέδασης και την αύξηση των ταξιδιών διεθνώς (Hudson & Ritchie, 2006:256-387). Οι οργανισμοί που είναι υπεύθυνοι για το μάρκετινγκ των προορισμών τους (Destination Marketing Organizations), μπορούν να μεγιστοποιήσουν μακροπρόθεσμα τα οφέλη από την κινηματογραφική/τηλεοπτική προβολή, με διάφορους τρόπους (τους οποίους θα παρουσιάσουμε στο Κεφ. 5.2 σελ 67), ώστε να προσελκύσουν κινηματογραφικές /τηλεοπτικές παραγωγές μέσα από τις οποίες θα αναδειχθούν και μετά το πέρας της προβολής αυτών των ταινιών.

2.5 Παράγοντες έλξης και ώθησης στον κινηματογραφικό τουρισμό

Σύμφωνα με τη Macionis (2004) η θεωρία των κινήτρων ώθησης και έλξης (Dann,1977) (ό.α στη Macionis, 2004:86), είναι ένα κατάλληλο θεωρητικό πλαίσιο, για να εξεταστεί ο κινηματογραφικός τουρισμός από την πλευρά των τουριστών. Οι παράγοντες «ώθησης» (push factor), είναι οι εσωτερικοί παράγοντες που δημιουργούν σε ένα άτομο την επιθυμία να ταξιδέψει, όπως είναι η ανάγκη για κοινωνικοποίηση ή απόδραση, για κοινωνική αναγνώριση, λόγοι εκπαιδευτικοί κ.α. Οι ελκυστικοί παράγοντες (pull factors), είναι αυτοί που έλκουν τους τουρίστες ώστε να τους επισκεφθούν όπως π.χ οι παραλίες, ο ήλιος κ.ά. Οι ελκυστικοί παράγοντες, κατηγοριοποιούνται σε 3 είδη: 1) το μέρος (τα χαρακτηριστικά μιας τοποθεσίας, τα τοπία, το σκηνικό 2) την προσωπικότητα (τους ηθοποιούς, τους χαρακτήρες, τις διασημότητες) και 3) την ερμηνεία (το σενάριο, το θέμα, το είδος) (Macionis, 2004:90).

2.5.1 Παράγοντες έλξης κινηματογραφικών τουριστών

Οι Hudson & Ritchie (2006), αναφέρουν, πώς κάποιες ταινίες είναι πιθανό να έλκουν τους τουρίστες πιο πολύ απ' ότι κάποιες άλλες (π.χ οι ταινίες blockbuster) (Hudson & Ritchie, 2006:257). Ειδικότερα, υποστηρίζουν, ότι μια ταινία θεωρείται αποτελεσματικό μέσο για την αύξηση του τουρισμού, αν η υπόθεση και η τοποθεσία που εξελίσσεται, συσχετίζονται (Hudson & Ritchie, 2006: 257). Επιπλέον, σύμφωνα με τους Tooke και Baker (1996) (ό.α στους Hudson & Ritchie, 2006:257), όταν η ταινία καταφέρνει να

εμπλέξει τους θεατές στην ιστορία, προσφέροντας τους τη συναισθηματική εμπειρία, την οποία συνδέουν με τη συγκεκριμένη τοποθεσία, τους γοητεύει τόσο, ώστε να θέλουν ακόμη περισσότερο να την επισκεφθούν.

Άλλος ένας παράγοντας, είναι η επαναλαμβανόμενη προβολή (όπως μια τηλεοπτική σειρά, ή μια σειρά ταινιών), που βοηθά στην εξοικείωση του θεατή, στο συναισθηματικό δέσιμο και την ταύτιση. Σαν αποτέλεσμα, ο θεατής, επιθυμεί να επισκεφθεί την τοποθεσία, που εμφανίζεται στην ταινία/σειρά (Hudson & Ritchie, 2006:257). Επίσης, σύμφωνα με τον Grihault (2003) (ό.α στους Hudson & Ritchie, 2006:257), οι ταινίες που φαίνονται να παρουσιάζουν μια αληθοφανή εικόνα της αυθεντικότητας των προορισμών είτε αυτό αφορά ένα τοπίο είτε ένα πολιτιστικό περιεχόμενο, τείνουν να είναι πιο επιτυχημένες στο να προσελκύουν επισκέπτες. Οι κινηματογραφικοί τουρίστες, μέσα από ένα τέτοιο ταξίδι αναζητούν ανθρώπους, εμπειρίες και μέρη που απεικονίζονται σε αυτές (Beeton, 2006:186). Τεράστια επίδραση παγκοσμίως φαίνεται πώς έχουν οι ιστορικές ταινίες.

Σύμφωνα με την Cohen (1986) (ό.α στους Hudson & Ritchie 2006:258), όσο περισσότερο η τοποθεσία βρίσκεται στο επίκεντρο τόσο πιο πιθανό είναι να κάνει μεγαλύτερη εντύπωση και να αποτυπωθεί στο μυαλό του θεατή. Μεγάλες κινηματογραφικές παραγωγές, γυρισμένες σε τοποθεσίες ιδιαίτερου κάλλους, είχαν αποδεδειγμένα μεγάλο αντίκτυπο στον τουρισμό, όπως «*Ο άρχοντας των δαχτυλιδιών*» στη Νέα Ζηλανδία, το «*Game of Thrones*» στην Κροατία, την Ιρλανδία, το Μαρόκο και τη Σκωτία, το «*Braveheart*» στη Σκωτία, το «*Μαντολίνο του λοχαγού Κορέλι*» στην Κεφαλονιά, την ταινία «*Πέρα από την Αφρική*» στην Κένυα και την Τασμανία (Hudson & Ritchie, 2006:256-266). Το κλειδί για τη δημιουργία ενός ελκυστικού προορισμού στα μάτια των θεατών, είναι «ένας συνδυασμός ειδυλλιακών τοπίων, με μοναδικά κοινωνικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά και μια εικόνα που να προτρέπει τον επίδοξο επισκέπτη να ταυτιστεί και να θέλει να την εξερευνήσει» (Riley & Van Doren, 1992:274).

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο του κινηματογραφικού τουρισμού είναι ότι μπορεί να διαρκεί, προσελκύοντας επισκέπτες χρόνο με το χρόνο. Σύμφωνα με τους Riley & Van Doren (1992), οι οποίοι μελέτησαν τη διάρκεια της επίδρασης 12 ταινιών στον τουρισμό, αν και το απόγειο του ενδιαφέροντος τοποθετείται τη στιγμή της προβολής μιας ταινίας,

μια αύξηση 54% στην επισκεψιμότητα ήταν ορατή τουλάχιστον 5 χρόνια μετά. Σύμφωνα με τον Grihault (2003) (ό.α στους Hudson & Ritchie, 2005:266) αυτή η μακροχρόνια επίδραση στον τουρισμό παρατηρείται σε περιπτώσεις που οι τοποθεσίες επαναπροωθούνται, με τρόπο που η σύνδεση τους με τις ταινίες να είναι εμφανής.

2.5.2 Παράγοντες ώθησης - Τα κίνητρα των κινηματογραφικών τουριστών

Η επίδραση των ταινιών, στη διαμόρφωση των εικόνων που σχηματίζουν τα άτομα έχει αναγνωριστεί στη βιβλιογραφία (Riley & Van Doren, 1992. Kim & Richardson, 2003) Σύμφωνα με τον Butler (1990) (ό.α στους Hudson et.al., 2011:177), οι ταινίες δε δημιουργούνται με σκοπό να προσελκύσουν τουρίστες σε ένα προορισμό. Όμως, επηρεάζουν τους θεατές και τις ταξιδιωτικές τους αποφάσεις (Busby & Klug, 2001:317) και προσφέρουν σημαντικές πληροφορίες για τους προορισμούς (Haham et al. 2008) (ό.α στους Hudson et al, 2011:177). Σύμφωνα με έρευνα του 2004, που διεξήχθη στη Μ. Βρετανία, 8 στους 10 Βρετανούς παίρνουν ιδέες για τον προορισμό των διακοπών τους από ταινίες και 1 στους 5 πραγματοποιεί το ταξίδι αυτό (Hudson & Ritchie, 2006: 257. Beeton, 2005:34).

Ανάλογα με το κατά πόσο είναι μια ταινία, ο κύριος σκοπός της επίσκεψης, έχουν δημιουργηθεί, τρεις κατηγορίες κινηματογραφικού τουρίστα. Ο εξειδικευμένος κινηματογραφικός τουρίστας (specific film tourist), είναι αυτός που επισκέπτεται συγκεκριμένα τοποθεσίες, που έχουν προβληθεί σε ταινίες. Ο γενικός κινηματογραφικός τουρίστας (general film tourist), είναι αυτός που δεν επισκέπτεται εξαιτίας της κινηματογραφικής προβολής, αλλά συμμετέχει σε σχετικές, με την ταινία δραστηριότητες, κατά την επίσκεψη του σε αυτή και ο συγκυριακός κινηματογραφικός τουρίστας (serendipitous film tourist), είναι αυτός που επισκέπτεται τυχαία μια τοποθεσία, που έχει προβληθεί σε μια ταινία (Macionis, 2004:87).

Ο κινηματογραφικός τουρισμός -όπως και ο σκοτεινός τουρισμός-, μπορεί να αποτελεί μέρος των διακοπών ή τον κύριο και μοναδικό σκοπό, ενός ταξιδιώτη (Hudson & Ritchie, 2006:261). Αν και οι έρευνες δείχνουν, πώς η επίσκεψη σε τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών είναι πολύ δημοφιλής, η ταινία συνήθως δεν αποτελεί το

σημαντικότερο ή το μοναδικό λόγο επίσκεψης, αυτών των τοποθεσιών (Macionis & Sparks, 2009:98-99). Ο κινηματογραφικός τουρίστας, μπορεί να επισκέπτεται την τοποθεσία για λόγους απόδρασης από την καθημερινότητα, νοσταλγίας (επίσκεψη σε τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών, που αναφέρονται σε άλλη εποχή) (Riley & Van Doren. 1992:268. Hudson & Ritchie, 2006:261), κοινωνικού στάτους, εκπλήρωσης μιας φαντασίωσης ή ακόμα και στην αναζήτηση του για ένα εκπληκτικό και αμόλυντο τοπίο (Macionis & Sparks, 2009:97).

Σύμφωνα με τους Busby και Klug (2001), οι βασικοί λόγοι επίσκεψης σε τοποθεσίες που γυρίστηκαν ταινίες και τηλεοπτικές σειρές διαφέρουν. Συγκεκριμένα είδη ταινιών (όπως οι ταινίες εμπνευσμένες από αληθινά ιστορικά γεγονότα), κάνουν τους θεατές να θέλουν να επισκεφθούν την τοποθεσία στην οποία ξετυλίχθηκε η συγκεκριμένη ιστορία και γυρίστηκε η ταινία. Έναν ακόμη σημαντικό παράγοντα επίσκεψης, αποτελεί και το προσκύνημα (pilgrimage), καθώς πολλοί είναι εκείνοι που θέλουν να επισκεφθούν το μέρος στο οποίο γυρίστηκε η ταινία και πρωταγωνίστησε ο αγαπημένος τους ηθοποιός ή χαρακτήρας (Macionis, 2004:87-92. Riley & Van Doren. 1992:268. Hudson & Ritchie. 2006:261). Άλλοι επισκέπτονται τοποθεσίες, επειδή έχουν αναφερθεί σε κάποιο λογοτεχνικό έργο (Busby & Klug, 2001:316-332) ή καθαρά για την ιστορική τους σημασία, αφού τις είδαν σε κάποια ταινία/ σειρά. Οι δημοφιλείς τηλεοπτικές σειρές, έχουν πολύ πιστό κοινό, που συχνά επισκέπτεται τις τοποθεσίες γυρισμάτων. Ωστόσο, συχνά συμβαίνει τα άτομα να επισκέπτονται ένα προορισμό γιατί ωθούνται από τα δικά τους προσωπικά κίνητρα και ταυτόχρονα από τα εξωτερικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προορισμού (Klenosky 2002)(ό.α στην Macionis, 2004:89).

2.5.3 Η επιρροή των ταινιών και τηλεοπτικών σειρών στους θεατές

Πρόσφατη έρευνα, που διεξήχθη το 2018, από τον Εθνικό Τουριστικό Οργανισμό της Μεγάλης Βρετανίας (Visit Britain), σε παγκόσμιο δείγμα τουριστών, με σκοπό να ερευνηθούν τα κίνητρα της επίσκεψης τους, αποκάλυψε ότι συνολικά το 78% των ερωτηθέντων, είτε είχε επισκεφθεί είτε θα ενδιαφερόταν να επισκεφθεί μια τοποθεσία στην οποία είχε γυριστεί μια ταινία/ τηλεοπτική σειρά. Το 43 % των ερωτηθέντων, που είχαν επισκεφθεί μια τέτοια τοποθεσία και το 61% όσων ενδιαφέρονταν να επισκεφθούν μια τέτοια τοποθεσία δήλωσε, ότι η ταινία είχε /θα έχει κάποια επιρροή

στην απόφαση τους να ταξιδέψουν στον προορισμό. Ωστόσο, η ταινία δεν ήταν ο κύριος λόγος επίσκεψης για το 29% των ερωτηθέντων (Παράρτημα Α.1, σελ.69).

Ο Εθνικός Τουριστικός Οργανισμός της Σκωτίας (Visit Scotland,2019)¹¹, έχει αναγνωρίσει τα αποδεδειγμένα διαφημιστικά οφέλη των ταινιών, που γυρίστηκαν στη χώρα και οδήγησαν στην αύξηση του τουρισμού, στην περιοχή των Highlands. Το μνημείο του Wallace για παράδειγμα το 1995 (έτος προβολής της ταινίας *Braveheart*), είχε μια αύξηση 50% από την προηγούμενη χρονιά. Δέκα χρόνια μετά την αρχική κυκλοφορία της ταινίας, ο μέσος όρος των επισκεπτών του ήταν στους 135.000 και μέχρι σήμερα συνεχίζει να παραμένει πάνω από τους 100.000 (Smith, 2019). Η έκδοση του βιβλίου του Dan Brown «*Κώδικας Da Vinci*», οδήγησε σε αύξηση των επισκεπτών στο παρεκκλήσι Rosslyn, όπου έγιναν τα γυρίσματα (από 38.000 το 2003 σε 68.000 το 2004, σε 120.000 το 2005) ενώ όταν προβλήθηκε η ταινία, το επισκέφτηκαν επιπλέον 50.000 τη χρονιά εκείνη (Martin-Jones, 2014:19). Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία των οργανισμών, που διαχειρίζονται τα ιστορικά μνημεία, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν, για τα γυρίσματα ταινιών και δημοφιλών σειρών στη Σκωτία, όπως το *Outlander* –ένα δράμα εποχής βασισμένο σε αληθινά ιστορικά γεγονότα-, η επισκεψιμότητά τους, έχει παρουσιάσει εντυπωσιακή αύξηση (Visit Scotland, 2019). Το 2015 οι επισκέπτες στο μνημείο Glenfinnan¹² (Glenfinnan Monument) έφταναν τους 187.437 ενώ το 2019 τους 462.235, μια αύξηση 147% μέσα σε 5 χρόνια (The Highland Council, 2020). Όπως αναφέρει ο διευθυντής του μνημείου: «αυτή η αύξηση των επισκεπτών, οφείλεται σε ταινίες και τηλεοπτικές σειρές, όπως ο *Harry Potter* και το *Outlander*» (Glen, 2018). Το 2019 μάλιστα, το Visit Scotland, δημοσίευσε έκθεση εξολοκλήρου αφιερωμένη στην «επίδραση *Outlander*» στον τουρισμό. Η «επίδραση *Outlander*» –η οποία συγκρίνεται με αυτή του *Braveheart*-, αναφέρεται στην αξιοσημείωτη τουριστική αύξηση που παρατηρήθηκε σε τοποθεσίες στις οποίες γυρίστηκε η ομώνυμη σειρά και σε τοποθεσίες στις οποίες έχει γίνει αναφορά στη σειρά βιβλίων (Visit Scotland, 2019). Στον Πίνακα 2 σελ.27 παρουσιάζεται έρευνα που δημοσιεύθηκε στη συγκεκριμένη

¹¹ Visit Scotland ονομάζεται ο νυν Εθνικός Τουριστικός οργανισμός της Σκωτίας και πρώην τουριστικό συμβούλιο της Σκωτίας (The Scottish Tourism Board) (STB)

¹² Το μνημείο Glenfinnan βρίσκεται στην περιοχή Lochaber των Χάιλαντς της Σκωτίας. Το 1745 η Ιακωβιτική εξέγερση ξεκίνησε εδώ όταν ο πρίγκιπας Κάρολος Έντουαρντ Στιούαρτ σήκωσε το λάβαρο της επανάστασης. Εβδομήντα χρόνια αργότερα, το μνημείο Glenfinnan ύψους 18 μέτρων στην κορυφή της λίμνης, ανεγέρθηκε για να τιμήσει το ιστορικό γεγονός. Έκτοτε έχει αναδειχθεί μέσα από ταινίες όπως ο *Harry Potter* και η δραματική σειρά *Outlander* που σχετίζεται με τα γεγονότα της Ιακωβιτικής εξέγερσης (1745)

έκθεση και αποτυπώνει την αύξηση στις επισκέψεις, σε τοποθεσίες ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος που χρησιμοποιήθηκαν για τα γυρίσματα της τηλεοπτικής σειράς *Outlander* στη Σκωτία (2013-2017) (Visit Scotland, 2019)

Μάλιστα να αναφέρουμε, ότι την περίοδο 2013 - 2017 το Blackness Castle κατέγραψε 181.70% αύξηση, το Doune Castle 226.52% και το Culloden Battlefield 65.84 %. Η αύξηση αυτή, θεωρείται αποτέλεσμα της επίδρασης της σειράς (Visit Scotland, 2019). Μάλιστα, ο κυβερνητικός οργανισμός Historic Environment Scotland, αναγνωρίζει την ιστορική σημασία των τοποθεσιών της Σκωτίας, που αποτελεί «καταλύτη για την οικονομική ανάπτυξη της» (Visit Scotland, 2019) ενώ στη σελίδα του Visit Scotland μπορεί κανείς να βρει τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών που έχουν γυριστεί στη χώρα (Visit Scotland Film and Tv Locations).



Πίνακας 2. Στοιχεία επισκεψιμότητας, σε τοποθεσίες που χρησιμοποιήθηκαν για τα γυρίσματα της τηλεοπτικής σειράς *Outlander* στη Σκωτία 2013-2017 (Visit Scotland, 2019)

Και ενώ κάποιοι προορισμοί οφείλουν την αυξανόμενη δημοφιλία τους, στα μοναδικά χαρακτηριστικά τους, κάποιοι άλλοι την οφείλουν σε ένα τραγικό γεγονός το οποίο γίνεται ευρύτερα γνωστό, μέσα από κάποια ταινία ή τηλεοπτική σειρά. Η εξαιρετικά δημοφιλής και επιτυχημένη σειρά του HBO «*Chernobyl*» (2019), οδήγησε σε αύξηση των επισκέψεων, της τάξης του 40% - για τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο του 2019 - σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2018 (Mitra, 2019).

Από τα δεδομένα που προέκυψαν, μπορούμε να συμπεράνουμε, ότι η οπτική απεικόνιση ενός προορισμού στον κινηματογράφο και την τηλεόραση, αποτελεί ισχυρό παράγοντα

επηρεασμού ενός ταξιδιώτη, για να την επισκεφθεί. Οι τοποθεσίες στις οποίες έχουν γυριστεί ταινίες και σειρές, αποκτούν μεγάλη δημοφιλία ως ταξιδιωτικοί προορισμοί (Macionis & Sparks, 2009:94). Μια κινηματογραφική ταινία, αποτελεί το μέσο, μέσω του οποίου αυξάνεται η αναγνωρισιμότητα, η ελκυστικότητα και η κερδοφορία μιας τοποθεσίας, «μέσα από τη δύναμη των εικόνων και τη φαντασία της ιστορίας» (Macionis, 2004:86). Πολλά πολιτισμικά μνημεία (heritage sites) και τοποθεσίες που έχουν πρωταγωνιστήσει στον κινηματογράφο και την τηλεόραση έχουν αποκτήσει φήμη μετά την κινηματογραφική προβολή τους. Σύμφωνα με τους Busby και Klug (2001), τα μέρη αυτά συχνά αποκτούν, «συγκεκριμένο και διακριτό νόημα, μέσα από τη συγκεκριμένη κινηματογραφική αφήγηση», δηλαδή με έναν τρόπο ξεχωρίζουν στο μυαλό του θεατή, που τα συνδέει με κάποια ιστορία (Busby & Klug, 2001:316-321).

2.6 Συμπεράσματα κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύθηκε τόσο η έννοια του σκοτεινού τουρισμού όσο και η συσχέτιση του με τον κινηματογραφικό/πολιτιστικό τουρισμό και παρουσιάστηκαν τα κίνητρα των τουριστών που παίρνουν μέρος σε αυτές τις τουριστικές δραστηριότητες. Τα ευρήματα των ερευνών που παρουσιάσαμε, αποτυπώνουν την επίδραση των ταινιών/τηλεοπτικών σειρών στους θεατές και στην απόφασή τους να επισκεφθούν ένα τουριστικό προορισμό. Φαίνεται, πώς οι τοποθεσίες που εμφανίζονται σε αυτές, λειτουργούν ως παράγοντες έλξης για τους θεατές. Συγκεκριμένα, υπάρχουν ενδείξεις αύξησης της τουριστικής δραστηριότητας, μετά την προβολή (σκοτεινών και μη) τοποθεσιών από ταινίες και τηλεοπτικές σειρές. Στοιχείο καίριας σημασίας, αποτελεί ο τρόπος σύνδεσης του σκοτεινού με τον κινηματογραφικό τουρισμό. Πολλά τραγικά γεγονότα έχουν αποτελέσει έμπνευση για τη μεταφορά τους στον κινηματογράφο, μετατρέποντας τις τοποθεσίες στις οποίες γυρίστηκαν σε δημοφιλείς προορισμούς.

Όμως κατά πόσο είναι ικανή μια ταινία/τηλεοπτική σειρά να λειτουργήσει ως εργαλείο «μάρκετινγκ», συμβάλλοντας στη δημοφιλία ενός σκοτεινού προορισμού; Και ποια είναι τα κίνητρα των τουριστών του πεδίου της μάχης του Culloden, μιας τοποθεσίας σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς, η ιστορία του οποίου αποτυπώνεται στη δημοφιλή σειρά *Outlander*; Στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η μεθοδολογία της

έρευνας την οποία θα διεξάγουμε ώστε να απαντήσουμε στα ερευνητικά μας ερωτήματα καθώς και η μελέτη περίπτωσης.

Κεφάλαιο 3

Μεθοδολογία έρευνας- Περίπτωση μελέτης- Πεδίο της μάχης του Culloden

3.1 Σχεδιασμός και περιγραφή της έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο, θα παρουσιαστούν οι μέθοδοι της έρευνας που χρησιμοποιήσαμε. Για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διατριβής, επιλέχθηκε η μελέτη περίπτωσης και η πρωτογενής ποσοτική έρευνα (στατιστική ανάλυση) μέσω ερωτηματολογίου. Η πρωτογενής ποσοτική έρευνα, ερμηνεύεται ως μια στρατηγική, που δίνει έμφαση στην ποσοτική συλλογή και ανάλυση των δεδομένων και χρησιμοποιείται συνήθως, για τον έλεγχο μιας θεωρίας από τον ερευνητή (Bryman, 2008:35), ο οποίος συγκεντρώνει τα δεδομένα απευθείας και δε βασίζεται σε προηγούμενες έρευνες. Τα δεδομένα που θα προκύψουν, θα μας βοηθήσουν να δώσουμε απαντήσεις στα βασικά ερευνητικά ερωτήματα τα οποία έχουν προκύψει και εξεταστεί εν μέρει, από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση τα οποία είναι: α) να εξετάσουμε ποια είναι τα κίνητρα των επισκεπτών του πεδίου της μάχης του Culloden β) κατά πόσο η προβολή της τηλεοπτικής σειράς *Outlander*, μπορεί να αποτελεί κίνητρο ή να παρακινήσει την επίσκεψη σε αυτό.

Το ερωτηματολόγιο, αποτελεί μια ευρέως χρησιμοποιούμενη και έγκυρη μέθοδο συλλογής δεδομένων, στην οποία ζητείται από τους ερωτώμενους, να απαντήσουν στο ίδιο ακριβώς σύνολο ερωτήσεων και επιτρέπει την ανωνυμία. Το δομημένο ερωτηματολόγιο, στη συγκεκριμένη έρευνα, δημιουργήθηκε με το λογισμικό διαχείρισης

εγγράφων έρευνας «Google Forms» και αποτελείται από 5 ενότητες και 18 ερωτήσεις (βλ. Παράρτημα Α2 σελ. 70). Περιέχει κυρίως, ερωτήσεις κλειστού τύπου, οι οποίες βοηθούν στη διαδικασία συλλογής πληροφοριών από ομάδες ανθρώπων (Fink, 1995:33) και εξαρτημένες ερωτήσεις, δηλαδή ερωτήσεις που συμπληρώνονται από τους ερωτηθέντες ανάλογα με το αν έχουν επισκεφθεί την τοποθεσία, αν έχουν δει τη σειρά ή και τα δύο. Οι ερωτήσεις, παρουσιάζονται με μια συγκεκριμένη σειρά και ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει, επιλέγοντας μέσα από ένα σύνολο πιθανών απαντήσεων. Οι κλειστές ερωτήσεις, παράγουν τυποποιημένα αποτελέσματα, τα οποία στη συνέχεια θα αναλυθούν στατιστικά, ώστε να μας βοηθήσουν να εξάγουμε συμπεράσματα.

Συγκεκριμένα, περιλαμβάνονται: α) ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, στις οποίες ο ερωτώμενος έχει τη δυνατότητα να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις, β) ερωτήσεις κλίμακας Likert (5 βαθμών), από το διαφωνώ έντονα έως το συμφωνώ έντονα, με σκοπό να προσδιορίσουμε το πώς νιώθει ο ερωτώμενος, σε σχέση με συγκεκριμένες δηλώσεις. Ο βαθμός επιρροής της τηλεοπτικής σειράς για επίσκεψη στην τοποθεσία και τα κίνητρα που προέκυψαν από την προβολή της, απαντήθηκαν μόνο από όσους την είχαν παρακολουθήσει πριν την επίσκεψη τους σε αυτή. Επίσης, εξετάζονται τα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών της τοποθεσίας.

Σε ορισμένες από τις ερωτήσεις (π.χ πηγή πληροφόρησης, συναισθήματα, συναισθηματική εμπειρία), λόγω οικονομίας χώρου και χρόνου, δώσαμε και την επιλογή «άλλο». Αν ο ερωτώμενος την επιλέξει, του ζητείται να γράψει την ακριβή απάντηση του, την οποία εκ των υστέρων θα αξιοποιήσουμε, ως ανοιχτή ερώτηση. Τέλος, συλλέξαμε, βασικά δημογραφικά στοιχεία (φύλο, ηλικιακό γκρουπ, τόπο μόνιμης κατοικίας), για τη δημιουργία ενός ενδεικτικού προφίλ των επισκεπτών. Οι ερωτώμενοι, ενημερώθηκαν πως οι απαντήσεις τους θα είναι ανώνυμες και εμπιστευτικές και ότι η χρονική διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, είναι περίπου πέντε λεπτά. Η γλώσσα του ερωτηματολογίου είναι η Αγγλική.

Η συλλογή των δεδομένων με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου, υλοποιήθηκε μέσω του διαδικτύου και της πλατφόρμας του Facebook. Έγινε προσπάθεια εντοπισμού των επισκεπτών που πληρούσαν τα κριτήρια της έρευνας της συγκεκριμένης μελέτης, μέσω λέξεων κλειδιών (π.χ History, Scotland). Συγκεκριμένα, επιλέχθηκαν μόνο ορισμένες

ομάδες¹³ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook groups), με πολλά μέλη, σχετικές με την ιστορία και τον πολιτισμό της Σκωτίας, στις οποίες κοινοποιήθηκε ο σύνδεσμος του ερωτηματολογίου. Τα μέλη – ακόλουθοι, προέρχονται από διαφορετικά ηλικιακά γκρουπ και από οποιοδήποτε περιοχή στον κόσμο. Το δείγμα μας ήταν τυχαίο, καθώς αν και στοχεύθηκαν συγκεκριμένες ομάδες, δεν υπήρχε έλεγχος των ατόμων που θα το απαντούσαν. Οι μόνες προϋποθέσεις για τη συμμετοχή στην έρευνα, ήταν οι ερωτώμενοι να είναι πάνω από 18 ετών και είτε να έχουν επισκεφθεί το πεδίο της μάχης του Culloden είτε να θέλουν να το επισκεφθούν και να έχουν δει τη σειρά. Η έρευνα, διεξήχθη από 27/12/2020 έως 7/1/2021. Μία δυσκολία που εμφανίστηκε κατά τη διάρκεια της έρευνας, ήταν ο κανόνας πολλών ομάδων, να μη δέχονται εξωτερικούς συνδέσμους στις σελίδες τους. Κάποιοι διαχειριστές, αρνήθηκαν να το επιτρέψουν, όμως όσοι δέχτηκαν να το κάνουν, εξέφρασαν ενδιαφέρον για την έρευνα και για τα επικείμενα αποτελέσματα της.

3.2 Μελέτη περίπτωσης :Πεδίο της μάχης του Culloden

Ως μελέτη περίπτωσης, επιλέχθηκε το πεδίο μάχης του Culloden στη Σκωτία, με στόχο να διερευνηθούν τα κίνητρα των επισκεπτών του και ο βαθμός της επίδρασης του κινηματογράφου και της τηλεόρασης, στην επίσκεψη τους σε αυτό. Το Culloden, αποτελεί μια ενδιαφέρουσα μελέτη περίπτωσης, καθώς α) είναι μια τοποθεσία με ιδιαίτερο ιστορικό και πολιτισμικό ενδιαφέρον -όπως θα δούμε στη συνέχεια- και εμπεριέχει υψηλή πολιτική και ιδεολογική σημασία, καθώς σήμανε την πολιτική και στρατιωτική νίκη της Βρετανίας και σηματοδότησε το τέλος του πολιτισμού των Highlands, β) ως πεδίο μάχης, περιστρέφεται γύρω από τον πόνο, την απώλεια και το θάνατο και η «παρουσίαση» του γίνεται υπό εκπαιδευτική και ερμηνευτική σκοπιά, έτσι κατατάσσεται στην κατηγορία του τουρισμού σκοτεινής κληρονομιάς (dark heritage tourism). Παράλληλα, γ) το Culloden και άλλες τοποθεσίες στα Highlands, πρόσφατα αποτέλεσαν κεντρικό θέμα και τοποθεσίες γυρισμάτων, της δημοφιλούς σειράς

¹³ Castles and ruins of Scotland, Scotland the Beautiful, Scottish Travel Society, True History of Scotland

Outlander (βγήκε στον αέρα τον Αύγουστο του 2014, αρχικά στις Η. Πολιτείες). Μετά την τηλεοπτική προβολή της σειράς, παρατηρήθηκε αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας στην ευρύτερη περιοχή, στις τοποθεσίες γυρισμάτων και στο πεδίο της μάχης, σύμφωνα με τους διαχειριστές των τοποθεσιών ιστορικού ενδιαφέροντος και του Εθνικού Τουριστικού Οργανισμού της Σκωτίας (Visit Scotland, 2019). Έτσι, μέσα από αυτή τη μελέτη περίπτωσης, θα ερευνήσουμε τα κίνητρα των επισκεπτών μιας σκοτεινής τοποθεσίας πολιτισμικού ενδιαφέροντος και κατά πόσο η προβολή της σειράς *Outlander* τους παρακίνησε, ώστε να την επισκεφθούν.

3.2.1 Οι Ιακωβίτες και η προϊστορία της μάχης

Η ήττα των Ιακωβιτών¹⁴ από τον Ανωβεριανό στρατό, σηματοδότησε το τέλος της προσπάθειας αποκατάστασης του Βασιλικού Οίκου των Στιούαρτ¹⁵ στο θρόνο και των πέντε ιακωβιτικών εξεγέρσεων -από το 1689 έως το 1746-, οι οποίες άφησαν μια μακραίωνη πολιτιστική κληρονομιά στη Σκωτία και την Ιρλανδία (Pittock, 2016:13). Η μάχη και τα γεγονότα στο Culloden, παραμένουν βαθιά ριζωμένα και εξίσου σημαντικά στη συνείδηση του Σκωτσέζικου λαού έως σήμερα (Gold & Gold 2007:5). Η ήττα για τους Σκωτσέζους, σήμαινε το τέλος του παραδοσιακού τρόπου ζωής των Highlands και του συστήματος των φατριών που χαρακτήριζε το Γαελικό πολιτισμό (Pollard, 2009). Ταυτόχρονα, αποτελεί ένα σημείο καμπής στην ιστορία, καθώς σηματοδότησε την αρχή μιας βαθιάς πολιτισμικής αλλαγής, με αντίκτυπο στην ανάπτυξη της Σκωτίας, σε πολιτικό, κοινωνικό, οικονομικό επίπεδο και συνέβαλε στη μετατροπή της Βρετανίας σε παγκόσμια κυρίαρχη δύναμη, για τα επόμενα 150 χρόνια (Pittock, 2016:117-118).

¹⁴ Το όνομα Ιακωβίτης (Jacobite) προέρχεται από το λατινικό «Jacobus» δηλαδή Ιάκωβος. Το όνομα αναφέρεται στους υποστηρικτές του Ιακώβου Β΄ της Αγγλίας -Βασιλιά της Σκωτίας και της Ιρλανδίας- οι οποίοι μάχονταν για την αποκατάσταση του, στο θρόνο (Pittock, 2016)

¹⁵ Ο Οίκος των Στιούαρτ είναι ένας σημαντικός ευρωπαϊκός βασιλικός οίκος. Ιδρύθηκε από τον Ροβέρτο Β΄ της Σκωτίας. Οι Στιούαρτ αρχικά έγιναν μονάρχες του Βασιλείου της Σκωτίας το 1370. Οι απευθείας απόγονοι τους έφεραν τον τίτλο «High Steward of Scotland».

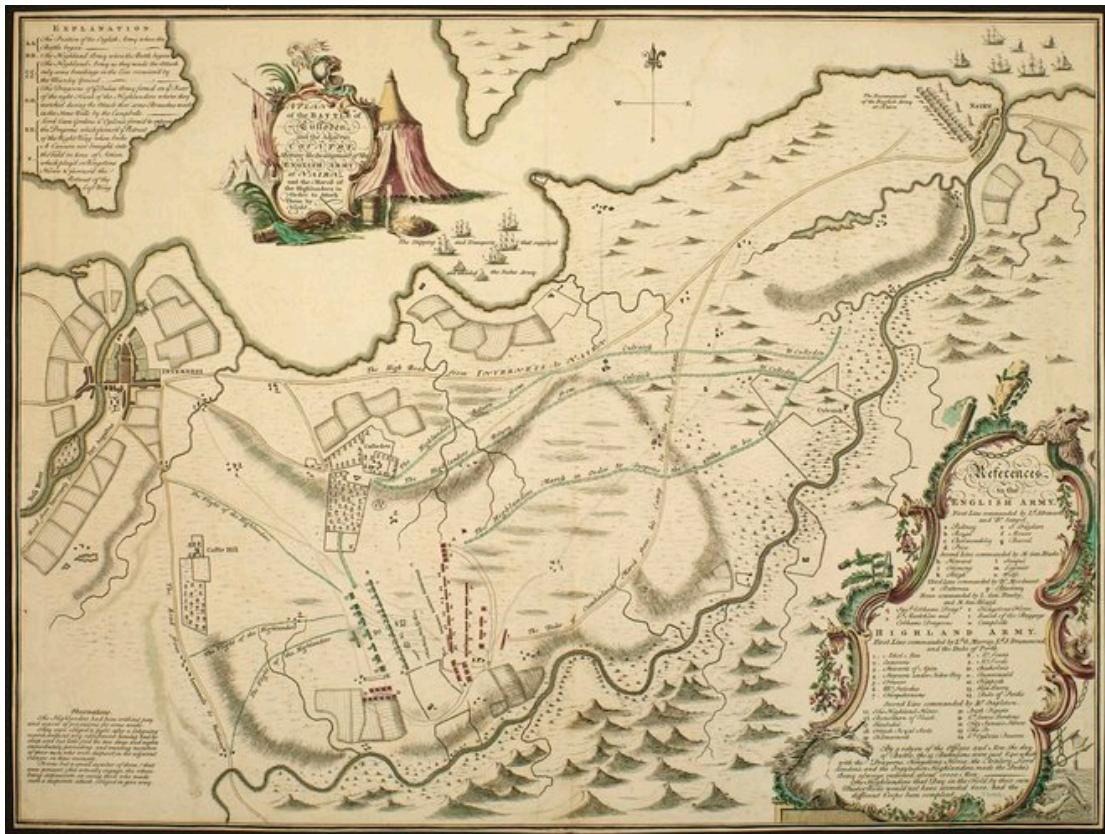
Ο Κάρολος Εδουάρδος Στιούαρτ¹⁶ (1720-1788), έφτασε για πρώτη φορά στις ακτές της Σκωτίας τον Ιούλιο του 1745, με σκοπό την τοποθέτηση του πατέρα του στο θρόνο, στη θέση του Ανωβεριανού βασιλιά Γεωργίου II. Μετά από αρκετές νίκες και ενάντια σε όλες τις πιθανότητες, ο στρατός των Ιακωβιτών, κατάφερε να φτάσει 130 μίλια έξω από το Λονδίνο, όταν το έμπιστο συμβούλιο του πρίγκιπα τον συμβούλεψε να υποχωρήσει (Pittock, 2016:28). Στη συνέχεια, ο Κάρολος κατευθύνθηκε προς την πόλη του Inverness, σε μια προσπάθεια να εμποδίσει το δούκα του Κάμπερλαντ να την καταλάβει (Oliver, 2009:319). Ωστόσο, πολλά στρατεύματα Ιακωβιτών ήταν μακριά και υπήρχε σοβαρή έλλειψη σε χρήματα και τρόφιμα. Με τον ερχομό της αυγής, η μάχη δεν ήταν ακόμα αναπόφευκτη. Υπήρχε η επιλογή της απόσυρσης του στρατού και ανασύνταξης του στο Inverness (National Trust of Scotland, 2020). Όμως, ο πρίγκιπας ήταν αποφασισμένος να μην κάνει άλλη υποχώρηση.

3.2.2 Η μάχη του Culloden

Η μάχη του Culloden, έλαβε χώρα στο Culloden Moor ή αλλιώς Drumossie Moor, βορειανατολικά της πόλης του Inverness, στις 16 Απριλίου του 1746. Αν και κράτησε λιγότερο από μια ώρα, υπήρξε ιδιαίτερα βίαιη, ενώ έμελλε να είναι η τελευταία μάχη επί βρετανικού εδάφους. Υπολογίζεται, ότι κατά τη διάρκεια της, περίπου 1.500 Highlanders έχασαν τη ζωή τους (National Trust for Scotland) και τις ημέρες που ακολούθησαν επιπλέον 2.000 (Pittock, 2000:12). Η σύγκρουση πραγματοποιήθηκε μεταξύ του κυβερνητικού στρατού του βασιλιά Γεωργίου II, που βρισκόταν υπό την ηγεσία του γιου του, Γουίλιαμ Αυγούστου (William Augustus) Δούκα του Cumberland (1721-65) και του στρατού των Ιακωβιτών, υπό την ηγεσία του Καρόλου Εδουάρδου Στιούαρτ (Charles Edouard Stewart). Ο κυβερνητικός στρατός υπερτερούσε με 9.000 στρατιώτες ενώ ο στρατός των Ιακωβιτών έφτανε τις 5.000. Οι δύο στρατοί αποτελούνταν από Σκωτσέζους, Άγγλους, Ιρλανδούς και Ουαλούς στρατιώτες ενώ στο στρατό των Ιακωβιτών υπήρχαν και Γάλλοι. Ύστερα από μια σφοδρή και αιματηρή σύγκρουση, που κράτησε περίπου 40 λεπτά, ο πρίγκιπας αναγκάστηκε, να διατάξει

16 Ο Charles Edward Louis John Casimir Sylvester Severino Maria Stuart (31 Δεκεμβρίου 1720 - 31 Ιανουαρίου 1788) ήταν ο μεγαλύτερος γιος του James Francis Edward Stuart, εγγονός του James II και VII

υποχώρηση. Στην Εικόνα 1 βλέπουμε ένα χάρτη της τοποθεσίας, με άποψη της μάχης υπό Ιακωβιτική σκοπιά και στην Εικόνα 2 μια παραδοσιακή απεικόνιση της μάχης του Culloden.



Εικόνα 1. Χάρτης του Finlayson, 1745. Μια άποψη της μάχης υπό Ιακωβιτική σκοπιά. Πηγή: Pollard Tony (2009)



Εικόνα 2. Παραδοσιακή απεικόνιση της μάχης του Culloden (1746) ζωγραφισμένη μεταξύ του 1746-1750 από τον David Morier (1705-1770). «Περιστατικό της μάχης του 1745» (An Incident in the Rebellion of 1745 (Βασιλική συλλογή).

3.2.3 Ο απόηχος της μάχης

Μετά τη μάχη, οι περισσότεροι τραυματισμένοι, αφέθηκαν να πεθάνουν και άλλοι εκτελέστηκαν. Μετά από μήνες, υπό την εποπτεία του κυβερνητικού στρατού, οι νεκροί ενταφιάστηκαν σε μαζικούς τάφους. Ο κυβερνητικός στρατός, στην προσπάθεια του να καταπνίξει κάθε προσπάθεια αναζωπύρωσης του Ιακωβιτισμού, λεηλάτησε όλη την περιοχή των Highlands. Χαρακτηριστικό της απάνθρωπης στάσης του Κάμπερλαντ -κατά τη διάρκεια της μάχης και μετά- αποτελεί το γεγονός, πώς «κέρδισε» το προσωνύμιο «ο χασάπης» (Pfeifer et al., 2009:1).

Οι φατρίες (clans), έγιναν αποδέκτες μιας πρωτοφανούς οργής, από την πλευρά του στέμματος. Υπό το πρόσχημα της ειρήνης, όσοι είχαν εμπλακεί ή υποστηρίξει τους Ιακωβίτες, μεταφέρθηκαν για αποίκιση στις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά και τις Δυτικές Ινδίες, που ήταν φημισμένες για τα μεγάλα ποσοστά θνησιμότητας (Pittock, 2020:16). Οι ιδιοκτησίες γνωστών επαναστατών κατασχέθηκαν και κάθε μορφής

δύναμη, αφαιρέθηκε από τους αρχηγούς των φατριών. Απαγορεύτηκε η κατοχή όπλων, η χρήση της γαελικής γλώσσας, η γκάιντα και η σκωτσέζικη φορεσιά, με απώτερο σκοπό την ολοκληρωτική καταστροφή του γαελικού πολιτισμού (Oliver, 2009:321). Η καταστροφή του συστήματος των φατριών, έδωσε δύναμη στους γαιοκτήμονες και έθεσε τα θεμέλια για τις μετέπειτα εκδιώξεις. Οι εκκαθαρίσεις στα Highlands (1750-1860) υπό το πρόσχημα των αγροτικών μεταρρυθμίσεων, αποτελούν μέχρι σήμερα ένα ευαίσθητο θέμα για τους Σκωτσέζους που ζουν εκεί και για αυτούς της Σκωτικής διασποράς. Πολλοί ιστορικοί, παρομοιάζουν τη βίαιη αυτή καταστολή, όμοια με εθνική κάθαρση (Pollard, 2009. Pittock, 2020) και την αρχή, μιας μεγάλης κλίμακας βρετανικής κατοχής, που θα κρατούσε χρόνια (Pittock, 2020:1). Παράλληλα, ο κυβερνητικός στρατός, στα χρόνια που ακολούθησαν, εκμεταλλεύτηκε τις στρατιωτικές ικανότητες των Highlanders¹⁷, (Gold & Gold, 2007:15), οι οποίοι συνέβαλαν στη μετατροπή της Βρετανίας σε αυτοκρατορία.

3.3 Το πεδίο της μάχης του Culloden και το κέντρο επισκεπτών

Το 19^ο αι. τα πεδία μάχης ξεκίνησαν να θεωρούνται ως μέρη ιερά, καθαγιασμένα από τη θυσία των στρατιωτών (Gatewood & Cameron, 2004:193). Το πεδίο της μάχης του Culloden, «παραμένει μια τοποθεσία φορτισμένη με ισχυρούς πολιτισμικούς συνειρμούς» (Gold & Gold, 2007:5), καθώς σύμφωνα με τον Knox (2006) συνδέεται με τις μνήμες της μάχης του 1746 και του πολιτισμού των Highlands (ό.α στις White & Frew, 2013:266). Το 2011, η ένταξη του στη λίστα των ιστορικών πεδίων μάχης (Inventory of Historic Battlefields), επιβεβαίωσε τη σημαντική θέση που κατέχει στην ιστορία και στην εθνική συνείδηση των Σκώτων (Historic Scotland).

Τις δεκαετίες που ακολούθησαν τη μάχη, το Culloden, μετατράπηκε σε τόπο προσκυνήματος. Από το 1830 ξεκίνησαν συζητήσεις, για την ανέγερση ενός μνημείου

17 Στον επταετή πόλεμο (1756-63) και κατά τη διάρκεια των Ναπολεόντιων πολέμων (Gold & Gold, 2007:15)

πεσόντων (Gold & Gold, 2007:23), ωστόσο μόλις το 1881, 135 χρόνια μετά τη μάχη, υλοποιήθηκε η ανέγερση επίσημου μνημείου, στην επιγραφή του οποίου, αναγράφεται : «Η μάχη του Culloden πραγματοποιήθηκε σε αυτόν το βάλτο στις 16 Απριλίου του 1746. Οι τάφοι των γενναίων Highlander που πολέμησαν για τη Σκωτία και τον Πρίγκιπα Κάρολο, φέρουν τα ονόματα των φατριών τους» (βλ. Εικόνα 3).



Εικόνα 3. Η στήλη που ανεγέρθηκε στο πεδίο μάχης του Culloden το 1881, από τον Duncan Forbes τον 10^ο του Culloden. Πηγή: προσωπικό αρχείο

Οι τάφοι αποτελούν ένα σημείο, στο οποίο, απόγονοι των πεσόντων και επισκέπτες, μπορούν να αφήσουν λουλούδια, ως φόρο τιμής. «Η εικόνα των πολεμιστών που βρίσκονται εκεί ξαπλωμένοι και ανήκουν στην ίδια οικογένεια, αδερφός πλάι σε αδερφό, πατέρας δίπλα σε γιο, μιλούν στη φαντασία του επισκέπτη, παρουσιάζοντας το ρομαντικό τέλος μιας βίαιης μάχης» (Pollard, 2009). Στην πραγματικότητα όμως, είναι σχεδόν αδύνατο να προσδιοριστεί σήμερα, το είδος της σχέσης των πολεμιστών που θάβονταν μαζί. Όπως υπογραμμίζει ο Pollard (2009), οι συνθήκες ταφής τους, απέχουν πολύ από ένα ωραιοποιημένο τέλος. Ο κυβερνητικός στρατός κατά τη διάρκεια της συλλογής των νεκρών (εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων), αφαιρούσε τη φορεσιά (kilt) των πολεμιστών, που έπαιζε το ρόλο του «διακριτικού γνωρίσματος» της φατρίας στην οποία ανήκαν.

Σήμερα, το πεδίο της μάχης και τις εγκαταστάσεις του κέντρου επισκεπτών, διαχειρίζεται το National Trust for Scotland (NTS). Το NTS το 1937 ανέλαβε τη διαδικασία της συντήρησης των μνημείων και διεξήγαγε εκτεταμένη αρχαιολογική έρευνα (που ξεκίνησε το 2.000) (National Trust for Scotland, 2020). Αυτή περιελάμβανε, γεωφυσική και τοπογραφική έρευνα, ανασκαφή και μεθόδους ανίχνευσης μετάλλων, ώστε να επανεξετασθεί η μάχη και το τοπίο υπό νέο πρίσμα (Pollard, 2009). Στην Εικόνα 4, βλέπουμε μια πρόσφατη άποψη του πεδίου της μάχης.



Εικόνα 4. Πεδίο της μάχης του Culloden. Πηγή: Προσωπικό αρχείο

Το σύγχρονο κέντρο επισκεπτών του Culloden, βρίσκεται δίπλα στο πεδίο της μάχης και άνοιξε τις πύλες του στις 16 Απριλίου του 2008. Οι επισκέπτες, έχουν την ευκαιρία να βιώσουν έντονα συναισθήματα, σε ένα μείγμα ψυχαγωγίας και εκπαίδευσης, που παρέχει το κέντρο επισκεπτών και το πεδίο της μάχης (White & Frew, 2013:270). Από την είσοδο της έκθεσης, ο επισκέπτης, μπορεί να παρακολουθήσει την εξέλιξη της διαμάχης, χρονολογικά, μέχρι και την κορύφωση της. Οι ενσωματωμένοι με Gps προσωπικοί οδηγοί, παρέχουν αυτόνομη περιήγηση στο χώρο και τη δυνατότητα χειρισμού της πληροφορίας (Pfeifer et al.,2009:1-5) ενώ παρέχουν πλήρη επεξήγηση των ευρημάτων στο κέντρο επισκεπτών και στο πεδίο της μάχης. Η εξιστόρηση των γεγονότων από ηχογραφημένες φωνές ηθοποιών, οι οποίοι ενσαρκώνουν πραγματικούς χαρακτήρες, αποτελεί κομβικό σημείο στην παρουσίαση, καθώς

μεταφέρει χρονικά τον επισκέπτη στην εποχή που διαδραματίζονται τα γεγονότα και πετυχαίνει την ενεργή εμπλοκή του (Chronis et.al 2012:3-4). Μια ακόμα δυνατή συναισθηματική εμπειρία, αποτελεί το θέατρο εμβάθυνσης 360 μοιρών, που τοποθετεί τον επισκέπτη στο επίκεντρο της μάχης, με ήχο και εικόνα.

Η σημασία της αυθεντικότητας, στον τομέα του τουρισμού και των σκοτεινών τοποθεσιών εν προκειμένω, έχει υπογραμμιστεί όπως έχουμε δει ξανά από τον Miles (2002). Μάλιστα, υποστηρίζεται, ότι αποτελεί το «Άγιο δισκοπότηρο» των τουριστών (Heitmann, 2011:45), που αποζητούν να βιώσουν μια αληθινή εικόνα του ντόπιου πληθυσμού και της πολιτισμικής κληρονομιάς του, ένα διαφορετικό τρόπο ζωής και επιθυμούν να ανακαλύψουν τον τρόπο με τον οποίο ένας προορισμός ξεχωρίζει από έναν άλλο (Heitmann, 2011:45). Όμως, το πεδίο της μάχης του Culloden με την πάροδο των χρόνων, είχε αλλάξει. Ο κεντρικός δρόμος που περνούσε από αυτό και τα δέντρα που είχαν φυτευτεί στα τέλη του 19^{ου} αι. και κάλυπταν μεγάλο μέρος του (Gold & Gold, 2003:108), έθεσαν την αποκατάσταση του (στη μορφή του 1746), σε έναν από τους κεντρικούς στόχους του NTS (Gold & Gold, 2007:27). Η αυθεντικότητα στο κέντρο επισκεπτών του Culloden, πηγάζει από ένα πλήθος αντικειμένων, που συλλέχθηκαν από το πεδίο της μάχης κατά τη διάρκεια των αρχαιολογικών ανασκαφών, εγγράφων και ιστορικών πινάκων και από το γεγονός ότι το κέντρο επισκεπτών βρίσκεται δίπλα στο αυθεντικό πεδίο της μάχης του 1746.

Το National Trust for Scotland (NTS) στην επίσημη σελίδα του, προτρέπει τους επισκέπτες να «περπατήσουν ανάμεσα από τους τάφους και τα μνημεία των πεσόντων» (National Trust for Scotland), δίνοντας έμφαση στη βιωματική εμπειρία του επισκέπτη. Η ανέγερση της επιμνημόσυνης στήλης, οι ταφόπλακες, η αποκατάσταση του Leanach Cottage του 18^{ου} αι. στην αρχική του μορφή καθώς και τα κοντάρια με τις σημαίες που μαρκάρουν τις θέσεις των δύο αντίπαλων στρατών, βοηθούν στη διατήρηση της μνήμης και της μεταφοράς της στην επόμενη γενιά. Ταυτόχρονα, παίζουν σημαντικό ρόλο στην αφήγηση της ιστορίας του και στην ταυτότητά του (White & Frew, 2013:269. Gold & Gold, 2003:109).

Κεφάλαιο 4

Παρουσίαση των Αποτελεσμάτων της Ποσοτικής Έρευνας

4.1 Ερευνητικά ερωτήματα

Στο κεφάλαιο αυτό, παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη συλλογή των δεδομένων της πρωτογενούς έρευνας, η οποία διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίου, τα οποία θα μας βοηθήσουν να απαντήσουμε, στα ερευνητικά μας ερωτήματα, τα οποία είναι: α) να εξετάσουμε τα κίνητρα των επισκεπτών του πεδίου της μάχης του Culloden, μιας σκοτεινής τοποθεσίας πολιτισμικού ενδιαφέροντος που αποτέλεσε θέμα και τοποθεσία γυρισμάτων της δημοφιλούς σειράς *Outlander*, β) κατά πόσο η προβολή της σειράς αποτέλεσε το κίνητρο ή και παρακίνησε την επίσκεψη σε αυτή. Παράλληλα, ακολουθεί σχολιασμός των αποτελεσμάτων.

4.2 Παρουσίαση του δείγματος

Συνολικά, 436 άτομα πήραν μέρος στην έρευνα μέσω ερωτηματολογίου. Εξ' αυτών το 73.2%, έχει επισκεφθεί το πεδίο της μάχης του Culloden ενώ το 26.1% δήλωσε πως δεν το έχει επισκεφθεί αλλά θα το ήθελε, μόλις το 0.7% απάντησε, ότι δεν το έχει επισκεφθεί και δε θα ήθελε να το κάνει. Συγκεκριμένα, το δείγμα αποτελείται από 377 γυναίκες (86.5%) και 59 άντρες (13.5%) (Βλ. αναλυτικά Παράρτημα Β.2, σελ 80). Μετά

από έλεγχο, δε βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ του φύλου των ερωτηθέντων και της επίσκεψης τους στο Culloden (Pearson Chi-Square=1.743, p-value=0.418>0.05)(βλ. Παράρτημα Β.1, σελ. 80).

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων, ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 55-64 ετών, σε ποσοστό 28.7 %, ενώ ακολουθούν οι ηλικιακές ομάδες 45-54 με 22.7% και άνω των 65 ετών με 21.8 %. Τέλος, οι ηλικιακές ομάδες 18-24 αποτελούν το 1.6 % , 25-34 το 9.2% , και 35-44 το 16.1% του δείγματος. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, αποτελείται από διεθνείς ταξιδιώτες (72.2%), που δηλώνουν μόνιμο τόπο κατοικίας εκτός Μ.Βρετανίας, γεγονός που καταδεικνύει το ολοένα και αυξανόμενο ενδιαφέρον για την τοποθεσία, η οποία φαίνεται πως έχει γίνει γνωστή διεθνώς. Ακολουθούν, οι εγχώριοι κάτοικοι, που διαμένουν στη Σκωτία (19.3%) και οι κάτοικοι Αγγλίας (8.3 %) (βλ. Παράρτημα Β.2, σελ.80).

4.3 Τα κίνητρα των επισκεπτών

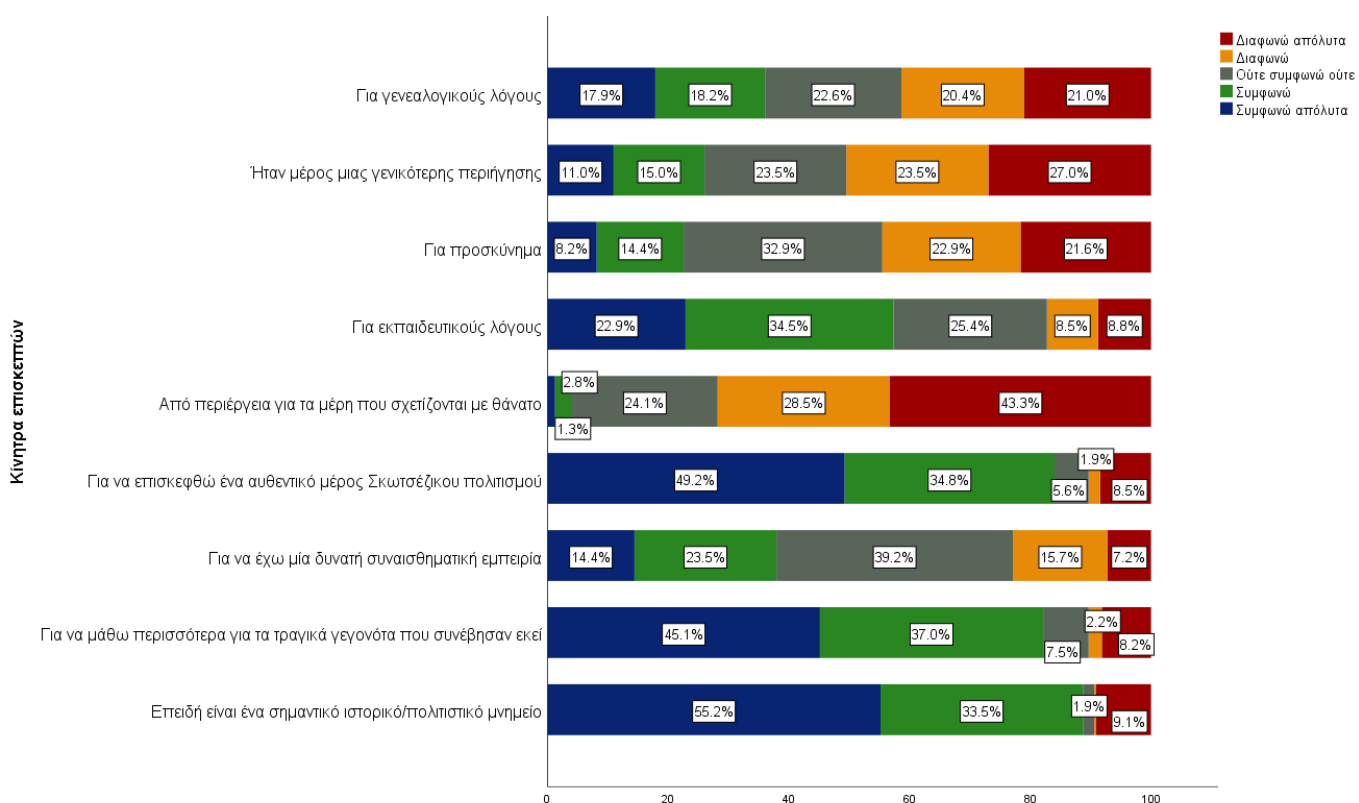
Τα στατιστικά δεδομένα της έρευνας, αποδεικνύονται ιδιαίτερα χρήσιμα, αφού απαντούν στο πρώτο ερευνητικό μας ερώτημα και μας παρέχουν μια εικόνα, για τα βασικά κίνητρα των επισκεπτών της τοποθεσίας. Η διερεύνηση των κινήτρων, είναι καίριας σημασίας για τον προσδιορισμό της φύσης των επισκέψεων, σε τοποθεσίες που σχετίζονται με το θάνατο (Lennon & Foley, 2000. Stone & Sharpley, 2008). Μάλιστα, ο Sharpley (2005) υποστηρίζει, ότι προκειμένου να εξακριβώσουμε την ύπαρξη αυτού που ονομάζουμε σκοτεινό τουρισμό, η διερεύνηση των κινήτρων είναι απαραίτητη.

Σύμφωνα με τα δεδομένα που συλλέξαμε, η σημασία της τοποθεσίας, ως πολιτιστικό και ιστορικό μνημείο και η αυθεντικότητα της, κατατάσσονται στα πιο σημαντικά κίνητρα των επισκεπτών της. Πιο αναλυτικά, οι ερωτηθέντες συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα ¹⁸, ότι κίνητρο της επίσκεψης τους αποτέλεσε η ιστορική και πολιτιστική σημασία του Culloden (55.2%), η αυθεντικότητα του (49.2%) και το ενδιαφέρον να μάθουν περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν εκεί (45.1%). Το

¹⁸ Ο βαθμός σημαντικότητας των κινήτρων πραγματοποιήθηκε με διαβάθμιση της κλίμακας likert από το 5 -συμφωνώ απόλυτα- μέχρι το 1 -διαφωνώ απόλυτα- .

ενδιαφέρον εδώ, έγκειται στο γεγονός πώς οι επισκέπτες εκδηλώνουν μια βαθύτερη ανάγκη, η οποία αφορά την προσπάθεια κατανόησης των ιστορικών γεγονότων της τοποθεσίας (Biran et al 2011:827).

Οι ερωτηθέντες, ως προς την επίσκεψη για εκπαιδευτικούς λόγους, συμφωνούν σε ποσοστό 34.5%. Τα αποτελέσματα αυτά, επιβεβαιώνουν τη θεωρία των Biran & Poria (2012), Miles (2014) κ.ά (βλ. επίσης Κεφ 2.3, σελ.18), για τη σπουδαιότητα του εκπαιδευτικού σκοπού, ως κινήτρου των επισκεπτών σκοτεινών προορισμών. Η πλειοψηφία του δείγματος (43.3%), διαφωνεί απόλυτα ως προς το κίνητρο της περιέργειας για τα μέρη που σχετίζονται με θάνατο, κίνητρο το οποίο έχει υποστηριχθεί, ότι συνδέεται με αυτά των σκοτεινών τουριστών. (Αναλυτικά τα στοιχεία, παρουσιάζονται στο Γράφημα 1). Μετά από έλεγχο, δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ ανδρών επισκεπτών και γυναικών επισκεπτών σε σχέση με τα κίνητρα τους παράρτημα (Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο παράρτημα Β.2.1 & Β.2.2 σελ 81-82).



Γράφημα 1. Κίνητρα επισκεπτών πεδίου μάχης του Culloden

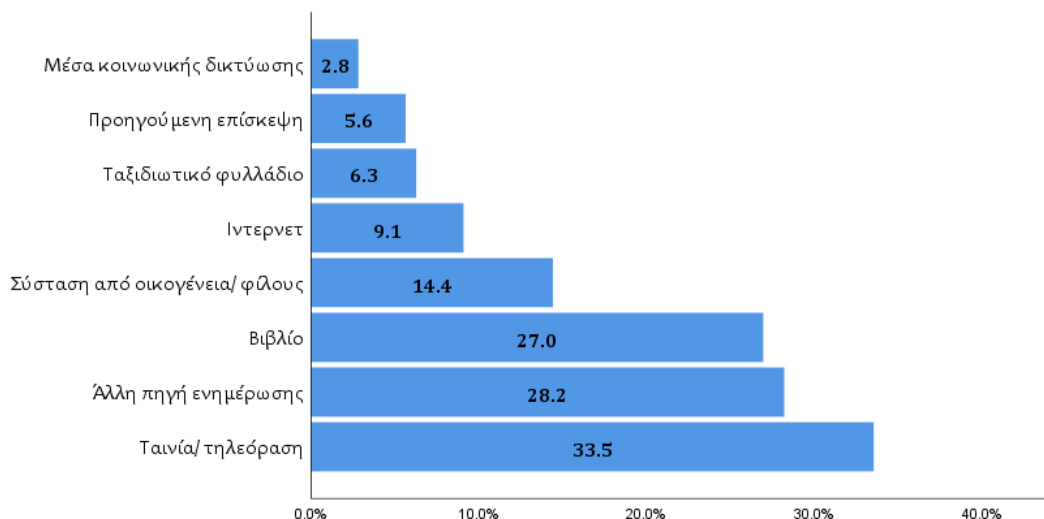
4.3.1 Αρχική πηγή πληροφόρησης των επισκεπτών για την τοποθεσία

Τα δεδομένα που συλλέξαμε, σχετικά με την αρχική πηγή πληροφόρησης των επισκεπτών για την τοποθεσία, παρουσιάζουν επίσης ενδιαφέρον, καθώς φαίνεται να επιβεβαιώνουν μελέτες των Busby & Klug (2001), Beeton (2006) κ.ά (βλ. επίσης Κεφ. 2.5 σελ.22-24), πώς οι ταινίες/τηλεοπτικές σειρές, λειτουργούν ως εργαλείο marketing των τοποθεσιών που προβάλλουν και συμβάλλουν στην παγκόσμια προβολή και ανάδειξη τους στο ευρύ κοινό, προσελκύοντας τους θεατές τους, να τις επισκεφθούν. Συγκεκριμένα, οι επισκέπτες της τοποθεσίας -των οποίων η πλειοψηφία δήλωσε τόπο μόνιμης κατοικίας εκτός Μ.Βρετανίας- ανέφεραν στην πλειονότητα τους, πώς αρχική πηγή πληροφόρησης τους για αυτή, ήταν κάποια ταινία /τηλεοπτική σειρά (33.5%). Αρκετοί ήταν αυτοί, που πληροφορήθηκαν την ύπαρξη του πεδίου της μάχης του Culloden, από κάποια «άλλη πηγή» (28.2%). Συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες που έκαναν αυτή την επιλογή, αναφέρθηκαν στη διδασκαλία του μαθήματος της ιστορίας στο σχολείο¹⁹, ότι η τοποθεσία αποτελεί κομμάτι της ιστορίας της χώρας τους και σε κάποιες περιπτώσεις της οικογενειακής τους κληρονομιάς. Κάποιοι μάλιστα, ανέφεραν ότι μένουν κοντά στην τοποθεσία. Στον Πίνακα 3 αναφέρουμε κάποιες από τις απαντήσεις. Στην τρίτη θέση, έρχεται το βιβλίο (27%)(Αναλυτικά τα στοιχεία, παρουσιάζονται στο Γράφημα 2).

- «Μάθημα ιστορίας στο σχολείο».
- «Από πληροφορίες κατά τη διάρκεια των Highland Games που διοργανώνονται στην Αμερική».
- «Μακροχρόνιο ενδιαφέρον σχετικό με τη Σκωτική ιστορία της οικογένειάς μου».
- «Ήμουν μέλος σε μια οργανωμένη περιήγηση».
- «Μακροχρόνια έρευνα που ξεκίνησε από την ηλικία των 3 και τον παππού μου, ο οποίος μου διηγείτο ιστορίες. Ήμουν manager του NTS στο Culloden από το 2014-2018 και δούλεψα εκεί από το 2008-2018».

Πίνακας 3. Σχόλια ερωτηθέντων οι οποίοι επέλεξαν την «άλλη πηγή πληροφόρησης» του πεδίου της μάχης του Culloden.

¹⁹ Να αναφέρουμε ότι αρκετοί Σκωτσέζοι ανέφεραν ότι το μάθημα της ιστορίας είναι προαιρετικό και σε αρκετές περιπτώσεις δεν είχαν διδαχτεί στο σχολείο τα γεγονότα της Ιακωβιτικής επανάστασης.



Γράφημα 2. Αρχική πηγή πληροφόρησης πεδίου μάχης του Culloden (ερώτηση πολλαπλής επιλογής, τα αποτελέσματα της οποίας δεν αθροίζονται σε ποσοστό επί %)

4.3.2 Τα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών

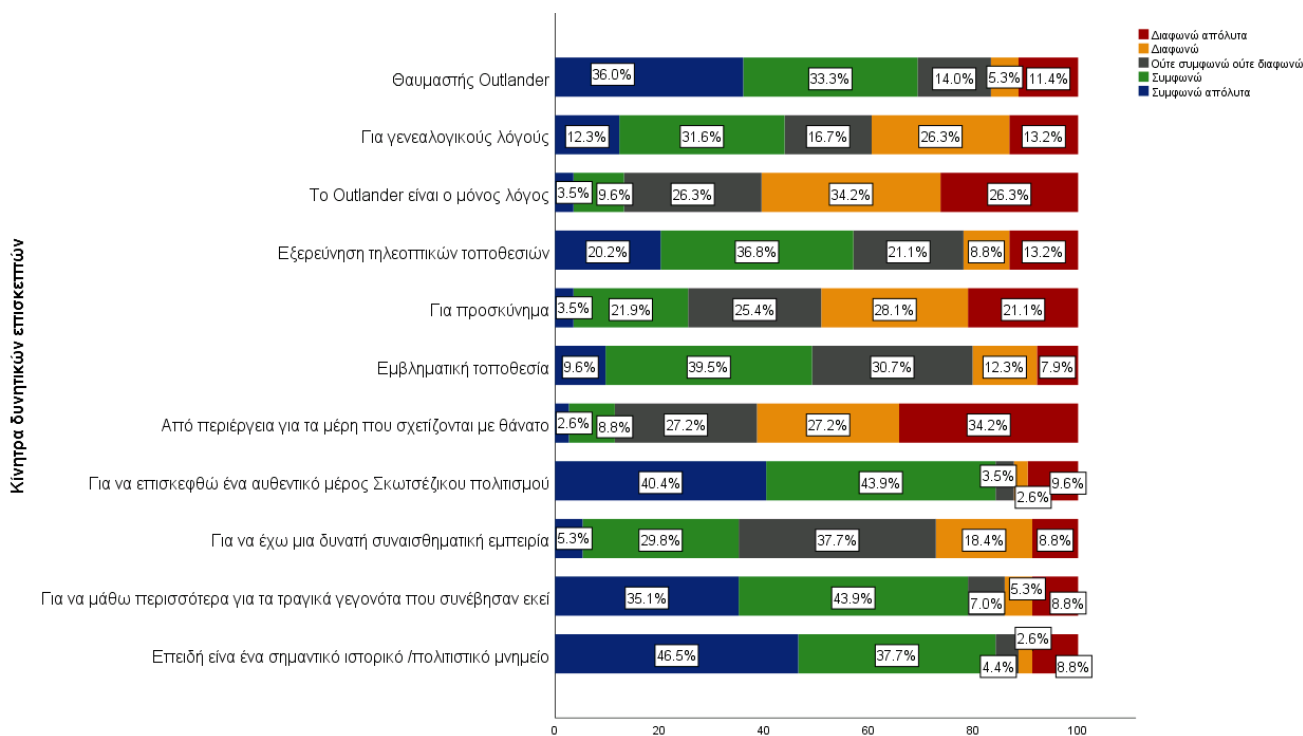
Προκειμένου να διευρύνουμε την έρευνα μας, σχετικά με τους λόγους για τους οποίους επισκέπτονται οι τουρίστες μέρη που σχετίζονται με το θάνατο, κρίθηκε ιδιαίτερα ωφέλιμο να διερευνήσουμε επιπλέον τα κίνητρα²⁰ των ερωτηθέντων, που απάντησαν ότι θα ήθελαν να το επισκεφθούν. Παράλληλα, θελήσαμε να διαπιστώσουμε, αν είναι θαυμαστές της σειράς *Outlander* και κατά πόσο αυτό μπορεί να αποτελεί κίνητρο, για την επίσκεψη τους στην τοποθεσία. Τα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών, παρουσιάζουν ομοιότητες με αυτά των επισκεπτών.

Συγκεκριμένα, οι δυνητικοί επισκέπτες συμφώνησαν απόλυτα, πώς θέλουν να επισκεφθούν το πεδίο της μάχης του Culloden, γιατί αποτελεί ένα σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό μνημείο της Σκωτίας (46.5%) και επειδή είναι θαυμαστές της σειράς *Outlander* (36%). Τα αποτελέσματα αυτά απαντούν στο δεύτερο ερευνητικό μας ερώτημα και φαίνεται να επιβεβαιώνουν το γεγονός, πώς η παρακολούθηση της σειράς

²⁰ Ο βαθμός σημαντικότητας των κινήτρων πραγματοποιήθηκε με διαβάθμιση της κλίμακας likert από το 5 -συμφωνώ απόλυτα- μέχρι το 1 -διαφωνώ απόλυτα- .

αποτελεί κίνητρο επίσκεψης στην τοποθεσία. Παράλληλα, συμφώνησαν σε ποσοστό 43.9%, ότι θέλουν να το επισκεφθούν, επειδή είναι μια αυθεντική τοποθεσία Σκωτσέζικης κληρονομιάς, το γεγονός ότι τους προκάλεσε το ενδιαφέρον να μάθουν περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν εκεί (43.9 %), επειδή αποτελεί μια εμβληματική τοποθεσία (39.5%), καθώς και η εξερεύνηση τοποθεσιών στις οποίες γυρίστηκε η σειρά (36.8%). Κίνητρα τα οποία, σύμφωνα με τη Macionis (2004) κ.ά, αποτελούν παράγοντες έλξης και ώθησης των κινηματογραφικών τουριστών (βλ. επίσης κεφ. 2.5.1 και 2.5.2 σελ.22-25).

Οι γενεαλογικοί λόγοι ως κίνητρο, συγκεντρώνουν το 31.6% της συμφωνίας των ερωτηθέντων. Πρόκειται, για εκείνη την κατηγορία των επισκεπτών, οι οποίοι έχουν κάποια προσωπική και συναισθηματική σύνδεση με την τοποθεσία. «Η επίσκεψη για αυτούς, φέρει ένα προσωπικό ή κληρονομικό νόημα, που ως αποτέλεσμα έχει την ενίσχυση της ταυτότητα τους», σε αντίθεση με τους άλλους, που επισκέπτονται για εκπαιδευτικούς-ψυχαγωγικούς σκοπούς ή προκειμένου «να δουν για να το πιστέψουν» (Biran et al., 2011:824). Ως προς τη δυνατή συναισθηματική εμπειρία ως κίνητρο επίσκεψης, η οποία συνδέεται με την επιθυμία για μια συναισθηματικά φορτισμένη επίσκεψη, ουδετερότητα εξέφρασε το 37.7 %. Ουδετερότητα ως προς αυτό το κίνητρο, είχαν εκφράσει και οι επισκέπτες (39.2%). Διαφωνία εξέφρασε το 34.2 % ως προς το κίνητρο επίσκεψης «αποκλειστικά λόγω της σειράς *Outlander*», άρα συμπεραίνουμε πώς δεν πρόκειται για εξειδικευμένους κινηματογραφικούς τουρίστες και το κίνητρο της επίσκεψης «για λόγους προσκυνήματος» (28.1%). Και στους δυνητικούς επισκέπτες, το μεγαλύτερο ποσοστό απόλυτης διαφωνίας, συγκέντρωσε το κίνητρο «ενδιαφέρον για τοποθεσίες που σχετίζονται με θάνατο» (34.2%), επιβεβαιώνοντας μας, ότι δεν υπάρχει κάποιου είδους μακάβριο ενδιαφέρον, για τη συγκεκριμένη τοποθεσία (Αναλυτικά τα στοιχεία, παρουσιάζονται στο Γράφημα 3). Επιπλέον βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών μεταξύ ανδρών και γυναικών. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε, πως οι γυναίκες υποστηρίζουν περισσότερο το κίνητρο, που αφορά το σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό μνημείο (Mann Whitney=405.000, p=0.038)(Αναλυτικά τα στοιχεία, παρουσιάζονται στο Παράρτημα Β.2.3 & Β.2.4, σελ.83-84).



Γράφημα 3. Κίνητρα δυνητικών επισκεπτών του πεδίου της μάχης του Culloden

4.3.3 Τα συναισθήματα των επισκεπτών και η συναισθηματική εμπειρία τους

Η αλλαγή της μετατόπισης του ενδιαφέροντος, από τις τοποθεσίες, στις εμπειρίες των επισκεπτών, σύμφωνα με τους Ashworth & Isaac (2015:4), «οδηγεί αναπόφευκτα στη μελέτη του τρόπου με τον οποίο βιώθηκε, μέσω των συναισθημάτων που μπορεί να παρακίνησαν την επίσκεψη». Ο επισκέπτης μιας σκοτεινής τοποθεσίας, παρακινείται από πλήθος διαφορετικών λόγων και θα βιώσει ένα φάσμα συναισθημάτων, από συμπόνια και θλίψη, μέχρι προσβολή ή θυμό (Ashworth & Isaac, 2015:6). Το Culloden, όπως και άλλες τοποθεσίες, που σχετίζονται με μαζικούς θανάτους, προκαλούν έντονα συναισθήματα στους επισκέπτες (Austin, 2002:449). Η σημασία των συναισθημάτων, παίζει βασικό ρόλο στη διαχείριση αυτών των ευαίσθητων ιστορικών τοποθεσιών και του τρόπου με τον οποίο παρουσιάζονται στο κοινό. Σύμφωνα με τον Austin (2002), η παρουσίαση της ιστορίας και των εικόνων που έχουν για αυτή διαφορετικές ομάδες

επισκεπτών, είναι τόσο διαφορετική όσο διαφορετική είναι και η σύνδεση τους με την τοποθεσία.

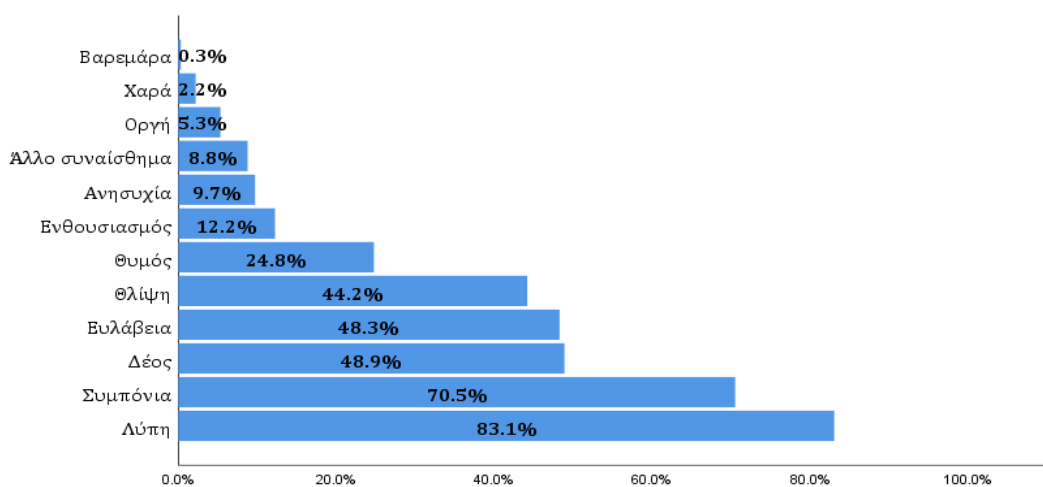
Αναφορικά με τα στατιστικά δεδομένα που συλλέξαμε, φαίνεται πως οι επισκέπτες ένιωσαν ποικίλα συναισθήματα, που συνάδουν με την τραγική ιστορία της τοποθεσίας. Η πλειοψηφία απάντησε ότι ένιωσε λύπη (83.1%) και συμπόνια (70.5%). Σχεδόν οι μισοί (48.9%) ένιωσαν δέος, ευλάβεια (48.3%) και θλίψη (44.2%) ενώ το 24.8% ένιωσε θυμό. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός, πως το 12.2% ένιωσε ενθουσιασμό, ένα συναίσθημα, που εκ πρώτης όψεως, δε συνάδει με την τραγική φύση της τοποθεσίας. Υποθέτουμε, ότι ενδεχομένως να συσχετίζεται με την παρακολούθηση της σειράς και την εκπλήρωση της προσδοκίας/φαντασίωσης των θαυμαστών της, να βρίσκονται εκεί. Αυτή την υπόθεση θα ελέγξουμε στο Υποκεφ.4.4.1 (σελ. 56). Τέλος, το 8.8% των ερωτηθέντων, επέλεξε το «άλλο συναίσθημα» και ανέφερε κυρίως τα ακόλουθα: υπερηφάνεια, ανατριχίλα, συμπόνια, ηρεμία, αγάπη, σύνδεση, ταπεινοφροσύνη, πνευματικότητα, ενδιαφέρον ενώ ένα άτομο ανέφερε την περιέργεια (Αναλυτικά τα στοιχεία, παρουσιάζονται στο Γράφημα 4). Στον Πίνακα 4, παραθέτουμε μερικά ακόμα ενδιαφέροντα σχόλια, το πρώτο από τα οποία έχει πολιτική χροιά:

- «Διαφωνώ έντονα με την ερμηνεία των ιστορικών γεγονότων. Η οπτική ενός υποστηρικτή της ενοποίησης ασκεί πλύση εγκεφάλου στους επισκέπτες»
- «Νιώθω τιμή που μπόρεσα να το επισκεφθώ και ταπεινότητα για την θυσία των προγόνων μου.
- «Υπάρχει μια παράξενη στοιχειωμένη ατμόσφαιρα, στο Culloden»
- «Ένωσα ταραγμένος από την έλλειψη σεβασμού θαυμαστών της σειράς Outlander γύρω από την ταφόπλακα της φατριάς των Fraser»

Πίνακας 4. Σχόλια επισκεπτών οι οποίοι επέλεξαν το «άλλο συναίσθημα»

Αναγνωρίζοντας τη διαφορετική σημασία, που έχει η τοποθεσία για τους επισκέπτες της, αλλά και τον αντίκτυπο της δημοφιλίας της, κρίναμε ιδιαίτερα χρήσιμο να παραθέσουμε τα λόγια ενός επισκέπτη για την εμπειρία του. Τα λόγια του, φωτίζουν και μια διαφορετική και αρνητική πτυχή της δημοσιότητας, που έχει λάβει η τοποθεσία τα τελευταία χρόνια : «Παντρεύτηκα στο καθολικό ναό Elgin και την ημέρα μετά το γάμο μου, ο πατέρας μου, ο κουμπάρος μου και εγώ (όλοι μας με σημαντική Σκωτική καταγωγή και σεβάσμιοι ως προς την κληρονομιά μας), πήγαμε στο Culloden, για να

υποβάλλουμε τα σέβη μας. Μάλιστα, η καταγωγή της οικογένειας του κουμπάρου μου προέρχεται από θηλυκή απόγονο της γενιάς των Στιούαρτ. Δε ντρέπομαι να πω, ότι καθώς στεκόμουν κοντά στο σημείο που στεκόταν πριν από 300 χρόνια ο συγγενής μου δάκρυσα. Προς το τέλος, περάσαμε από την περιοχή όπου βρίσκονται οι μαζικοί τάφοι οργανωμένοι ανά φατρία. Αυτή θα έπρεπε να είναι μια απίστευτα μελαγχολική εμπειρία. Ήθελα να πάω στο σημείο ταφής των Fraser καθώς εκεί πιθανώς, θα ήταν θαμμένοι και οι φίλοι του συγγενικού μου προσώπου. Φανταστείτε τον τρόμο μου, όταν όχι μόνο δεν μπορούσα να τον πλησιάσω αλλά μια ομάδα περίπου 20 γυναικών ήταν μαζεμένη ολόγυρα του και μαγνητοσκοπούσε για το blog τους σχετικά με το *Outlander*. Ήταν θορυβώδεις, ασεβής και δεν είχαν την παραμικρή αναγνώριση του που στέκονταν και του τι σήμαινε αυτό. Μέχρι αυτή τη μέρα, με ενοχλεί. Έτσι, αν και εκτιμώ την προσοχή που τραβάνε μέρη και γεγονότα όπως το Culloden, μπορεί να υπάρχει ένα σημαντικό τίμημα σε αυτό.»



Γράφημα 4. Συναίσθημα κατά τη διάρκεια της επίσκεψης (ερώτηση πολλαπλής επιλογής, τα αποτελέσματα της οποίας δεν αθροίζονται σε ποσοστό επί %)

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός, πώς παρότι η πλειοψηφία των επισκεπτών ένιωσε λύπη (83.1%) οι ερωτηθέντες στην πλειονότητα τους, δε βίωσαν κάποια δυσάρεστη εμπειρία, εμπειρία που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως σκοτεινή, κατά την επίσκεψη

τους σε αυτό. Μάλιστα, σχεδόν οι μισοί (48.9%) δήλωσαν ότι είχαν μια ευχάριστη εμπειρία (είτε ευχάριστη, είτε πολύ ευχάριστη είτε εξαιρετικά ευχάριστη). Το 26.3% δήλωσε, ότι η συναισθηματική εμπειρία τους κατά την επίσκεψη δεν ήταν ούτε δυσάρεστη ούτε ευχάριστη και μόλις το 2.6% είχε μια εξαιρετικά δυσάρεστη ή πολύ δυσάρεστη συναισθηματική εμπειρία. Δεν είναι αμελητέο το ποσοστό όσων επέλεξαν «μια άλλη συναισθηματική εμπειρία» (15.7 %). Οι ερωτηθέντες που έκαναν αυτή την επιλογή, φαίνεται να θεωρούν τους όρους αυτούς, πιθανών ανεπαρκείς και παρουσιάζουν την ανάγκη να περιγράψουν, τα συναισθήματα που ένιωσαν κατά τη διάρκεια της επίσκεψης τους σε αυτό. Αρκετοί αναφέρουν, ότι η συναισθηματική εμπειρία τους ήταν ιδιαίτερα έντονη, σε κάποιες περιπτώσεις καθαρτική. Ιδιαίτερα παρατηρείται, η αναφορά του συναισθήματος της λύπης, σε συνδυασμό με αυτό της συμπόνιας αλλά και του θαυμασμού για τους ανθρώπους που πολέμησαν εκεί. Στον Πίνακα 5 παραθέτουμε κάποια ενδιαφέροντα σχόλια και στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα στατιστικά στοιχεία στον Πίνακα 6.

- «Ένωσα μεγάλη ταπεινότητα».
- «Συγκλονιστική θλίψη».
- «Υπάρχει ένα στοιχειωμένο συναίσθημα αλλά όχι δυσάρεστο».
- «Δεν ήταν δυσάρεστο αλλά συναισθηματικό, που σε βάζει σε σκέψεις».
- «Συγκίνηση, λύπη για τη βαναυσότητα των ανθρώπων».
- «Συγκινητικό και αξιομνημόνευτο, όπως η επίσκεψη στο Gettysburg για εμάς τους Αμερικάνους».
- «Ήταν μια ευχάριστη αίσθηση υπερηφάνειας μέσα από σπαρακτική θλίψη».
- «Θλίψη στη σκέψη ότι μια ολόκληρη γενιά των προγόνων μου δολοφονήθηκε εκεί».
- «Ευλαβικότητα για τις ζωές που χάθηκαν και τις εκτεταμένες συνέπειες που δέχτηκαν οι μετέπειτα γενιές».

Πίνακας 5. Σχόλια ερωτηθέντων οι οποίοι επέλεξαν την «άλλη συναισθηματική εμπειρία» κατά την επίσκεψη τους στο Culloden.

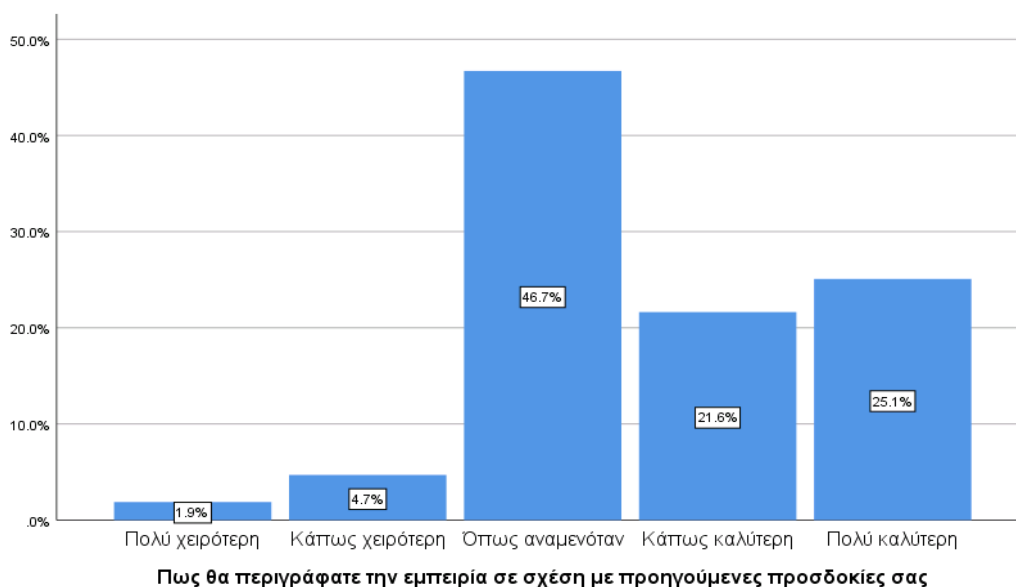
Συναισθηματική εμπειρία κατά την επίσκεψη	N	%
Εξαιρετικά δυσάρεστη	4	1,3

Πολλή δυσάρεστη	4	1,3
Δυσάρεστη	21	6,6
Ούτε δυσάρεστη ούτε ευχάριστη	84	26,3
Ευχάριστη	71	22,3
Πολλή ευχάριστη	47	14,7
Εξαιρετικά ευχάριστη	38	11,9
Άλλο	50	15,7
Σύνολο	319	100,0

Πίνακας 6. Συναισθηματική εμπειρία κατά την επίσκεψη

4.3.4 Εμπειρία κατά την επίσκεψη σε σχέση με προηγούμενες προσδοκίες

Οι προσδοκίες, παίζουν βασικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας, καθώς παρακινούν τα άτομα να επισκεφθούν ένα προορισμό. «Οι προσδοκίες συνδέονται με γνώσεις προ της επίσκεψης, εικόνες, σκέψεις και επιθυμίες» (Skinner & Theodossopoulos, 2011). Η εμπειρία από το κέντρο επισκεπτών και το πεδίο της μάχης του Culloden, φαίνεται πως ικανοποίησε συνολικά τους επισκέπτες. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία (46.7%) απάντησε, ότι η εμπειρία σε σχέση με τις προηγούμενες προσδοκίες που είχε για την επίσκεψη ήταν όπως αναμενόταν. «Πολύ καλύτερη εμπειρία», δήλωσε ότι είχε το 25.1% και «κάπως καλύτερη» το 21.6%. Μόνο το 4.7%, δήλωσε πως είχε κάπως χειρότερη και το 1.9% πολύ χειρότερη εμπειρία (Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο Γράφημα 7).



Γράφημα 7. Εμπειρία σε σχέση με προηγούμενες προσδοκίες για την επίσκεψη

4.4 Κίνητρα επισκεπτών μετά την προβολή της σειράς Outlander

Σύμφωνα με τους Busby & Klug (2001), Hudson & Ritchie (2006) κ.ά, οι εικόνες των προορισμών, μπορεί να επηρεάσουν και να παρακινήσουν τους θεατές των ταινιών αυτών, στο να τις επισκεφθούν (βλ. επίσης Κεφ. 2.5.2 σελ 23-24). Τα στατιστικά στοιχεία που συλλέξαμε, φαίνεται να επιβεβαιώνουν τις παραπάνω μελέτες. Αναλυτικότερα, το 60.2% απάντησε, πώς είχε παρακολουθήσει τη σειρά, πριν την επίσκεψη στην τοποθεσία (Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο Γράφημα 8). Μάλιστα, το 57.8% συμφώνησε (το 34.4% συμφώνησε απόλυτα και το 23.4% συμφώνησε), ότι παρακινήθηκε να επισκεφθεί την τοποθεσία, εξαιτίας της σειράς, επιβεβαιώνοντας μας το δεύτερο ερευνητικό μας ερώτημα (Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο Γράφημα 9). Να αναφέρουμε εδώ, ότι μετά από έλεγχο, βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, μεταξύ ανδρών και γυναικών, που είχαν παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψη τους (Pearson Chi-Square=18.850, p-value=0.000<0.05), με τις γυναίκες να την έχουν παρακολουθήσει σε μεγαλύτερο

ποσοστό συγκριτικά με τους άνδρες (65,4% vs. 31,9%)(Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο Παράρτημα Β.2.5, σελ. 84).

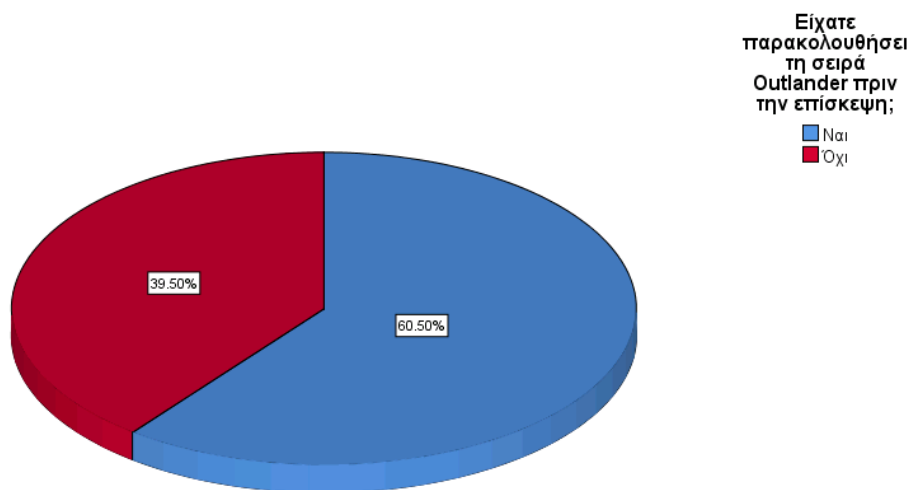
Σε σχέση με τα παραπάνω αποτελέσματα, εντύπωση προκαλεί το γεγονός, ότι ενώ το κίνητρο «θαυμαστής της σειράς *Outlander*» συγκεντρώνει το 35.9% της συμφωνίας των ερωτηθέντων, επιβεβαιώνοντας το δεύτερο ερευνητικό μας ερώτημα, ωστόσο η σειρά δεν αποτέλεσε τον κύριο λόγο επίσκεψης στην τοποθεσία για το 81.3% των ερωτηθέντων (το 52.1% διαφώνησε απόλυτα και το 29.2% διαφώνησε). Αντίθετα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, συμφώνησε απόλυτα, ότι κίνητρο της επίσκεψης τους, αποτέλεσε, το ενδιαφέρον που τους προκάλεσε η σειρά, ώστε να μάθουν περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό και την ιστορία του (42.2%). Άλλα σημαντικά κίνητρα, αποτελούν, το κίνητρο της εξερεύνησης των τοποθεσιών που είδαν στην οθόνη (43.2%) και η εμβληματικότητα της τοποθεσίας (31.8%) (Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο Γράφημα 10). Δε θα μπορούσαμε να μην αναφέρουμε, ότι το 64.6% δήλωσε, πώς γνώριζε την τοποθεσία, πριν την προβολή της συγκεκριμένης σειράς (Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο Γράφημα 11).

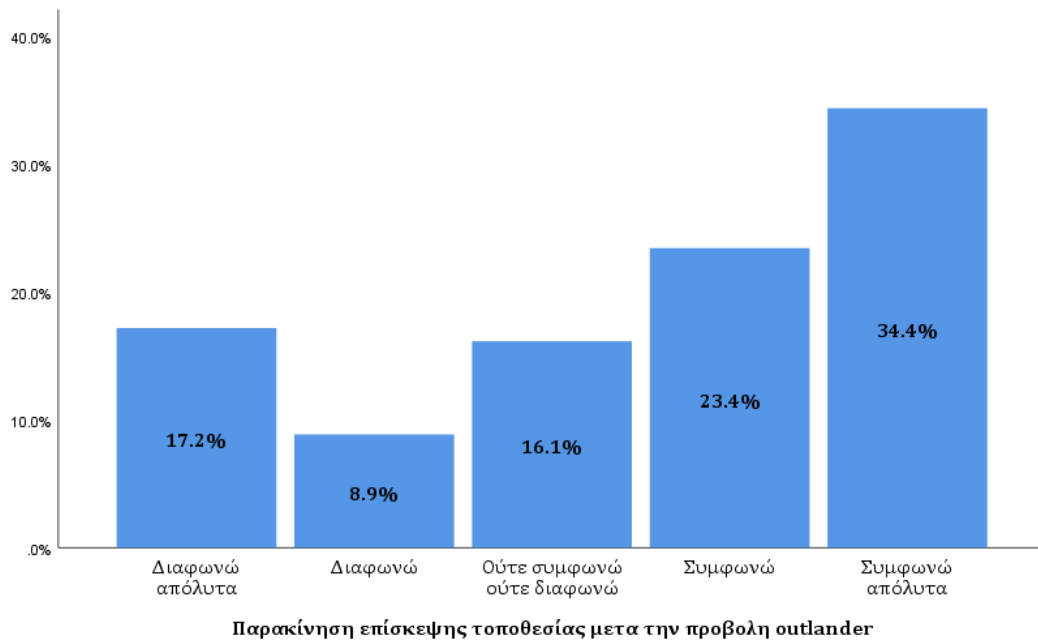
Τα αποτελέσματα αυτά, κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικά, καθώς συνάδουν τόσο με τις θεωρίες που είχαν αναπτύξει οι Hudson & Ritchie (2006), Macionis & Sparks (2009), Riley & Van Doren (1992) κ.ά, όσο και ερευνών που παρουσιάσαμε (Visit Britain, 2018) (Visit Scotland, 2019), πώς οι ταινίες και οι τηλεοπτικές σειρές, αυξάνουν την ελκυστικότητα των τοποθεσιών που προβάλλουν και αποτελούν ισχυρό παράγοντα επηρεασμού ενός ταξιδιώτη, στο να τις επισκεφθεί (βλ. επίσης κεφ. 2.5.3 σελ.25-27). Επίσης, φαίνεται να συμφωνούν και με όσα έχουν υποστηρίξει οι Macionis και Sparks (2009) (βλ. επίσης Κεφ.2.5.2 σελ 24), ότι συνήθως η ταινία, δεν αποτελεί το μοναδικό λόγο επίσκεψης της τοποθεσίας.

Αναφορικά με τα κίνητρα των επισκεπτών μετά την παρακολούθηση της σειράς *Outlander* βρέθηκαν στατιστικά σημαντικά διαφορές μεταξύ των δύο φύλων. Αναλυτικότερα, παρατηρήθηκε πως οι γυναίκες υποστηρίζουν περισσότερο το κίνητρο που αφορά την εξερεύνηση των τοποθεσιών που είδαν στη σειρά (Mann Whitney=549.00, p-value<0.001), ότι τους κίνησε το ενδιαφέρον να μάθουν περισσότερα για την ιστορία και τον πολιτισμό της Σκωτίας (Mann-Whitney=600.50, p-

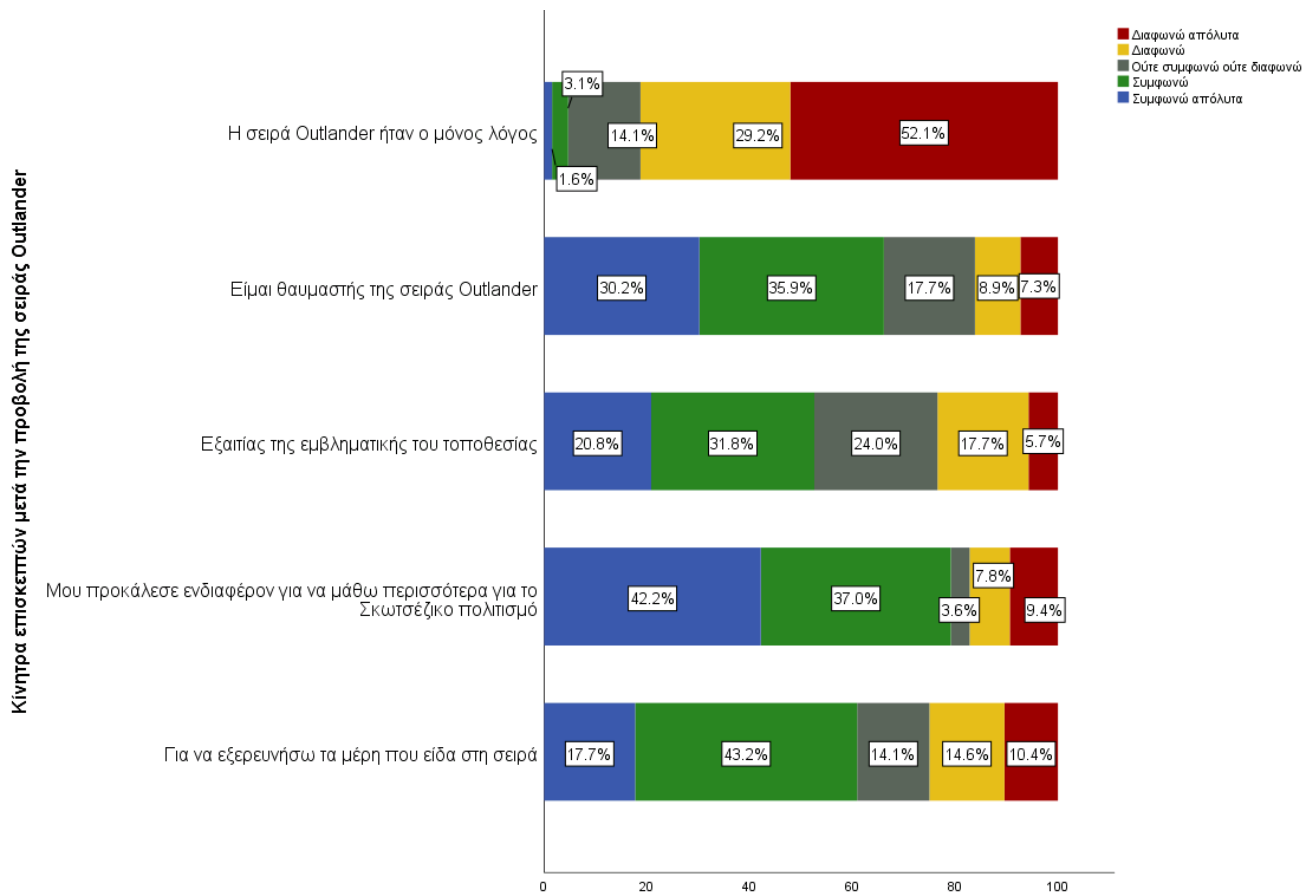
value<0.001) καθώς και το κίνητρο «θαυμαστής της σειράς Outlander» (Mann-Whitney=817.50, p-value=0.021) (Παράρτημα Β.2.6 & Β.2.7, σελ.84-85).

Γράφημα 8. Παρακολούθηση σειράς πριν την επίσκεψη

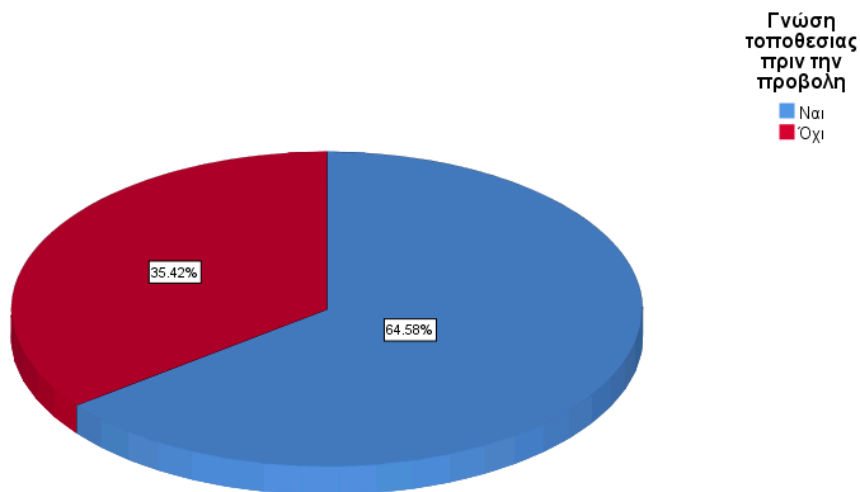




Γράφημα 9. Παρακίνηση για επίσκεψη της τοποθεσίας μετά την προβολή της σειράς *Outlander*



Γράφημα 10. Κίνητρα επισκεπτών μετά την προβολή της σειράς *Outlander*



Γράφημα 11. Γνώση τοποθεσίας πριν την προβολή της σειράς *Outlander*

4.4.1 Η προβολή της σειράς είναι ικανή να διαφοροποιήσει τα συναισθήματα των επισκεπτών;

Η υπόθεση μας, ότι τα συναισθήματα των επισκεπτών, μπορεί να διαφοροποιούνται, κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους, σε σχέση με το αν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά *Outlander* ή όχι πριν από αυτή, επιβεβαιώθηκε, καθώς βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές (Pearson $\chi^2=31.450$, $p\text{-value}=0.002$). Αναλυτικότερα, όσοι είχαν παρακολουθήσει τη σειρά, ένιωσαν σε μεγαλύτερο ποσοστό δέος (14.2% vs. 12.6%), ενθουσιασμό (4.3% vs. 1.9%) και ανησυχία (3.9% vs. 0.7%). Αντίθετα, επισκέπτες οι οποίοι δεν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά, ένιωσαν σε μεγαλύτερα ποσοστά λύπη (25.1% vs. 22.1%), θλίψη (13.1% vs. 11.9%) και θυμό (7.6% vs. 6.5%) (Παράρτημα Β.2.8, σελ. 86). Σύμφωνα με αυτά τα αποτελέσματα, επιβεβαιώνεται η υπόθεση μας, ότι το συναίσθημα του ενθουσιασμού που είχαν νιώσει ορισμένοι επισκέπτες, οφείλεται στην παρακολούθηση της σειράς και την επίσκεψη στη συγκεκριμένη τοποθεσία, την οποία είχαν δει στην οθόνη (βλ. επίσης Υποκεφ. 4.3.3, σελ.47).

4.4.2 Ελκυστικά γνώρισμα σειράς *Outlander*

Τα κίνητρα των επισκεπτών της τοποθεσίας, που είχαν δει τη σειρά, φαίνεται να δικαιολογούνται και από τα γνώρισμα της σειράς, που τους φάνηκαν πιο ελκυστικά. Η κατηγοριοποίηση βασίστηκε στους παράγοντες έλξης, δηλαδή παράγοντες που αφορούν: (α) την τοποθεσία (αυθεντικές τοποθεσίες γυρισμάτων) (εμβληματικές τοποθεσίες γυρισμάτων), (β) την προσωπικότητα/τους ηθοποιούς (οι ηθοποιοί) και (γ) την ερμηνεία/είδος (εξαιρετικές ερμηνείες), (δραματικό περιεχόμενο), (ρομαντικό περιεχόμενο), (μυστικιστικό περιεχόμενο/ταξίδι στο χρόνο), (φαντασικό περιεχόμενο), (ιστορική ακρίβεια), η οποία έχει προταθεί από τη Macionis (2004) (βλ. επίσης Κεφ. 2.5 σελ 22) και προσαρμόστηκε στη συγκεκριμένη τοποθεσία.

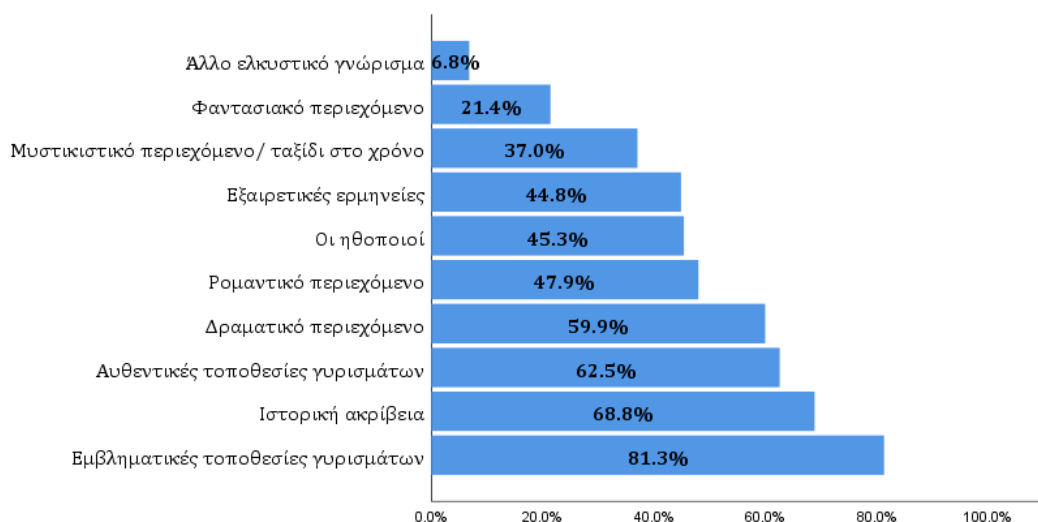
Η εμβληματικότητα της τοποθεσίας, φαίνεται να αποτελεί το πιο ελκυστικό γνώρισμα της σειράς, για την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (81.3%). Η ιστορική ακρίβεια συγκέντρωσε το ποσοστό του 68.8% ενώ εξίσου σημαντικό για τους τηλεθεατές φαίνεται να αποτελεί το γεγονός πώς τα γυρίσματα της σειράς πραγματοποιήθηκαν σε αυθεντικές τοποθεσίες (62.5%). Τα αποτελέσματα αυτά, κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικά, καθώς δικαιολογούν τα κίνητρα των επισκεπτών, που επικεντρώνονται στην πολιτιστική σημασία της τοποθεσίας. Επίσης, το γεγονός πώς η ταινία φαίνεται να παρουσιάζει μια αληθοφανή εικόνα της αυθεντικότητας του προορισμού, ο οποίος βρίσκεται στο επίκεντρο καθώς εξελίσσεται η ιστορία (Grihault, 2003) (ό.α στους Hudson & Ritchie, 2006:257) (βλ.επίσης Κεφ. 2.5.1 σελ 23), φαίνεται να έχει αποτυπωθεί στο μυαλό των θεατών, κάνοντας τους, να θέλουν να την επισκεφθούν (Hudson & Ritchie, 2006) (βλ. επίσης κεφ. 2.5.1, σελ.22-23).

Το δραματικό περιεχόμενο, συγκεντρώνει το 59.9% ενώ σχεδόν οι μισοί, αναφέρουν τους ηθοποιούς (45.3%) και τις εξαιρετικές ερμηνείες (44.8%). Λιγότερο σημαντικά, φαίνονται να είναι για τους ερωτηθέντες, το μυστικιστικό και φαντασικό περιεχόμενο (Γράφημα 13). Οι ερωτηθέντες, που έκαναν την επιλογή «άλλο ελκυστικό γνώρισμα» (6.8%), ανέφεραν κυρίως την τηλεοπτική μεταφορά της ιστορίας, του πολιτισμού, της γαελικής γλώσσας και των ιστορικών κουστουμίων, καθώς και την απεικόνιση της ιστορικής προσωπικότητας, του Κάρολου Εδουάρδου Στιούαρτ, ως των στοιχείων εκείνων, που τους προκάλεσαν το ενδιαφέρον. Στοιχεία, που στην πλειονότητα τους,

αναφέρονται, στο πολιτιστικό και ιστορικό υπόβαθρο της τοποθεσίας. Επίσης, αναφέρθηκε η γενεαλογική σύνδεση τους, με τους πολεμιστές που έπεσαν στο σημείο. Παραθέτουμε κάποια ενδιαφέροντα σχόλια στον Πίνακα 5.

- «Οι ιστορικές αναφορές και η φατρία των Mackenzies ».
- «Η Σκωτία, συν το ότι με ιντρίγκαρε η δημοσιότητα που πήρε (η σειρά)».
- «Το αποτέλεσμα που είχε η τηλεοπτική μεταφορά- σύντομη διήγηση- μιας περίπλοκης σειράς βιβλίων».
- «Η εργασία μου στο Culloden , οι σχέσεις μου με το κάστρο Leoch, καθώς και η γνωριμία μου με τη συγγραφέα του βιβλίου Diana. Οι επιπτώσεις της δημοφιλούς σειράς στον τουρισμό- τόσο θετικές όσο και αρνητικές- και η ιστορική του έρευνα συνεχίζουν να με γοητεύουν».

Πίνακας 5. Σχόλια ερωτηθέντων που έκαναν την επιλογή «άλλο ελκυστικό γνώρισμα της σειράς *Outlander*»



Γράφημα 12. Ελκυστικά γνώρισμα σειράς *Outlander*. Ερώτηση πολλαπλής επιλογής, τα αποτελέσματα της οποίας δεν αθροίζονται σε ποσοστό επί %

4.4.3 Προβολή σειράς πριν την επίσκεψη, κίνητρα και παρακίνηση

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που παρουσιάσαμε στο Κεφ. 4.4 (σελ.51), η προβολή της σειράς όχι μόνο αποτέλεσε κίνητρο επίσκεψης της τοποθεσίας αλλά και παρακίνησε τους θεατές της να την επισκεφθούν. Έτσι, θεωρήσαμε ιδιαίτερα χρήσιμο να διερευνήσουμε την ύπαρξη σχέσης μεταξύ των κινήτρων των επισκεπτών μετά την προβολή της σειράς και του κατά πόσο παρακινήθηκαν στο να επισκεφθούν την τοποθεσία. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, φαίνεται πώς υπάρχει συσχέτιση. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε, πως όσο περισσότερο συμφωνούν οι συμμετέχοντες, με το ότι παρακινήθηκαν από την προβολή της σειράς *Outlander*, για να επισκεφθούν την τοποθεσία, τόσο περισσότερο συμφωνούν και πως τα κίνητρα της επίσκεψής τους ήταν η εξερεύνηση των τοπίων που είδαν στη σειρά ($r=0.658$, $p\text{-value}<0.001$), το ενδιαφέρον τους να μάθουν περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό ($r=0.516$, $p\text{-value}<0.001$), το να επισκεφθούν την εμβληματική τοποθεσία ($r=0.365$, $p\text{-value}<0.001$), το ότι ήταν θαυμαστές του *Outlander* ($r=0.518$, $p\text{-value}<0.001$) και ότι το *Outlander* ήταν ο μόνος λόγος για την επίσκεψη τους στο Culloden ($r=0.440$, $p\text{-value}<0.001$) (βλ. Παράρτημα B.2.9 & B.2.10, σελ 86-87).

4.4.4 Κίνητρα επίσκεψης του πεδίου της μάχης του Culloden μετά την προβολή της σειράς *Outlander* και ελκυστικά της γνωρίσματα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του επόμενου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε, προκειμένου να αξιολογηθούν, πιθανές διαφορές μεταξύ των συμμετεχόντων, που επέλεξαν ως κίνητρο επίσκεψης της τοποθεσίας, μετά την προβολή της σειράς, την εξερεύνηση των τοποθεσιών που είδαν σε αυτήν, σε σχέση, με το τι βρήκαν ελκυστικό, στη συγκεκριμένη σειρά, βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, στα χαρακτηριστικά που θεωρούν πιο ελκυστικά (Pearson $X^2=91.205$, $p\text{-value}<0.001$), σε μερικές περιπτώσεις ωστόσο δεν παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε, πως όσοι επέλεξαν α) να επισκεφτούν την τοποθεσία, ώστε να εξερευνήσουν τις τοποθεσίες που είδαν στην τηλεόραση, τα χαρακτηριστικά που βρήκαν πιο ελκυστικά στη σειρά, ήταν η ιστορική ακρίβεια (14.6% vs. 11.2%), το

ρομαντικό περιεχόμενο (11.1% vs. 7.3%), η εξαιρετική ερμηνεία (10.2% vs. 7.3%) και οι ηθοποιοί (10.2% vs. 9.0%), σε σχέση με όσους δεν πήγαν για εξερεύνηση των όσων είδαν στη σειρά (βλ. Παράρτημα B.2.11, σελ.88).

Όσοι επέλεξαν να επισκεφθούν την τοποθεσία β) για να μάθουν περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό, τα χαρακτηριστικά που βρήκαν πιο ελκυστικά στη σειρά, ήταν η ιστορική ακρίβεια (15.5% vs. 8.1%), η αυθεντική τοποθεσία (13.3% vs. 11.4%) το ρομαντικό περιεχόμενο (10.8% vs. 6.5%) και η εξαιρετική ερμηνεία (9.9% vs. 7.3%) σε σχέση με όσους δήλωσαν πώς δεν είχαν αυτό το κίνητρο (Pearson $X^2=77.856$, $p\text{-value}<0.001$) (βλ. Παράρτημα B.2.12, σελ.89).

Όσοι επέλεξαν να επισκεφθούν την τοποθεσία γ) λόγω της εμβληματικής της τοποθεσίας, τα χαρακτηριστικά που βρήκαν πιο ελκυστικά στη σειρά, ήταν η ιστορική ακρίβεια (15.0% vs. 10.7%), οι εξαιρετικές ερμηνείες (10.1% vs. 8.6%) και το φαντασιακό περιεχόμενο (5.2% vs. 3.7%), σε σχέση με όσους δήλωσαν, πώς δεν ήταν η εμβληματική τοποθεσία εκείνη που τους παρακίνησε να την επισκεφθούν (Pearson $X^2=63.031$, $p\text{-value}<0.001$) (βλ. Παράρτημα B.2.13, σελ. 90).

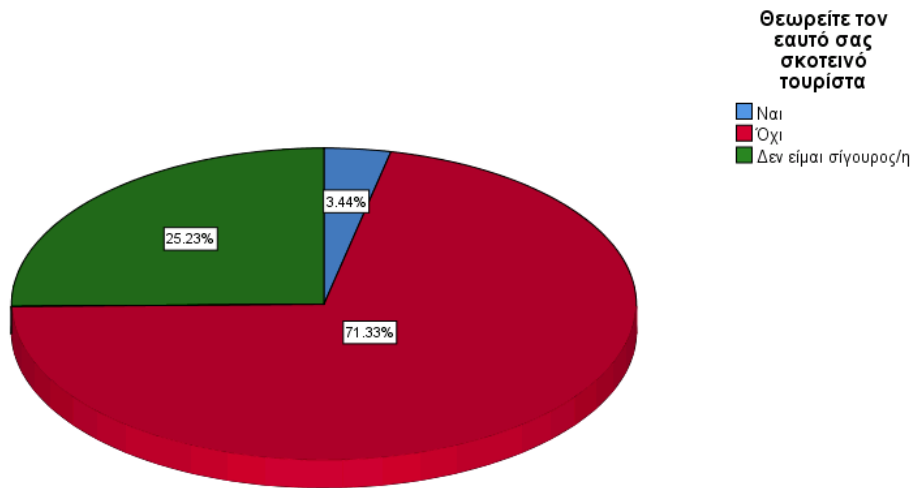
Όσοι επέλεξαν να επισκεφθούν την τοποθεσία επειδή δ) ήταν θαυμαστές του Outlander, βρήκαν ως πιο ελκυστικά χαρακτηριστικά της σειράς, την ιστορική ακρίβεια (14.5% vs. 10.4%), το ρομαντικό περιεχόμενο (10.7% vs. 7.5%) και το φαντασιακό περιεχόμενο (4.4% vs. 2.8%), σε σχέση με όσους δήλωσαν ότι δεν συμφωνούν πως το συγκεκριμένο κίνητρο τους οδήγησε να επισκεφθούν την τοποθεσία, μετά την προβολή της (Pearson $X^2=101.069$, $p\text{-value}<0.001$) (βλ. Παράρτημα B.2.14, σελ 91).

Τέλος, όσοι επέλεξαν να επισκεφθούν την τοποθεσία ε) μόνο εξαιτίας της σειράς Outlander, βρήκαν ως πιο ελκυστικά χαρακτηριστικά της σειράς τους ηθοποιούς (14.8% vs. 9.0%), το ρομαντικό περιεχόμενο (13.0% vs. 9.9%), την εξαιρετική ερμηνεία (11.1% vs. 8.8%), και το μυστικιστικό περιεχόμενο/ ταξίδι στο χρόνο (11.1% vs. 7.4%) σε σχέση με όσους δήλωσαν ότι δεν συμφωνούν με το συγκεκριμένο κίνητρο (Pearson $X^2=31.522$, $p\text{-value}=0.049$) (βλ. Παράρτημα B.2.15, σελ.92).

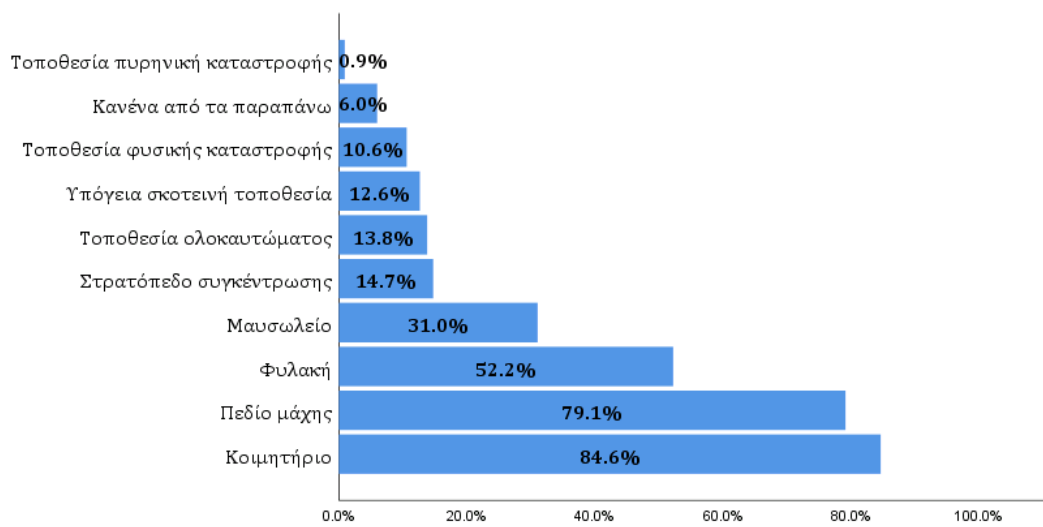
4.4.5 Είναι οι επισκέπτες του Culloden «σκοτεινοί» ;'

Συνολικά τα ευρήματα μας, υποδεικνύουν ότι οι επισκέπτες του Culloden, δεν ανήκουν στην κατηγορία των σκοτεινών τουριστών. Τα κύρια κίνητρα της επίσκεψης τους, φαίνεται πώς είναι το ενδιαφέρον για την ιστορία και η ανάγκη κατανόησης των γεγονότων που συνέβησαν σε αυτό. Μάλιστα, οι συμμετέχοντες στην έρευνα, δε θεωρούν τους εαυτούς του σκοτεινούς τουρίστες σε ποσοστό 71.33%(Γράφημα 13). Παρόλο, που το 84.4% απάντησε πώς έχει επισκεφθεί κοιμητήριο, πεδίο μάχης (78.9%), φυλακή (52.1%), μασσωλείο (31%) και άλλες τέτοιου είδους τοποθεσίες (Γράφημα 14). Περεταίρω, δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα σε όσους επισκέφθηκαν ή θέλουν να επισκεφθούν την τοποθεσία και αν θεωρούν τους εαυτούς τους σκοτεινούς τουρίστες ή όχι (Pearson Chi-Square=1.499, p-value=0.473>0.05) (βλ. Παράρτημα Β.2.16, σελ. 93) .

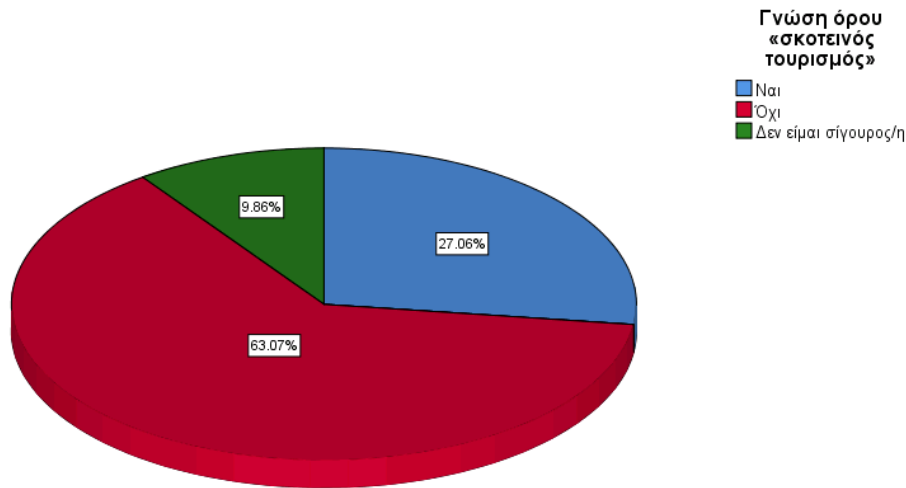
Επιπλέον, η δημοφιλία αυτού του είδους τουριστικής δραστηριότητας αμφισβητείται, καθώς σύμφωνα με τα αποτελέσματα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (63.1%) δήλωσε, ότι δε γνωρίζει τον όρο «σκοτεινός τουρισμός», παρόλο που πρόκειται για διεθνείς τουρίστες (Αναλυτικά τα στοιχεία, παρουσιάζονται στο Γράφημα 15). Συνεπώς, αυτό το είδος τουριστικής δραστηριότητας, δεν είναι τόσο γνωστό όσο υποστηρίζεται, στο ευρύ κοινό. Το φαινομενικά αυξανόμενο ενδιαφέρον για αυτή την τουριστική δραστηριότητα, μπορεί τελικά να οφείλεται, στην ανάπτυξη και εξέλιξη, ήδη υπάρχουσών μορφών τουριστικής δραστηριότητας, όπως του πολιτιστικού τουρισμού με την οποία συσχετίζεται, όπως έχουν υποστηρίξει και οι Tunbridge & Asworth (1996) (ό.α στις White & Frew, 2013:47). Μπορεί ακόμα και να οφείλεται «στον ολοένα και αυξανόμενο αριθμό ακαδημαϊκών που την ερευνούν, παρά στην ίδια τη δραστηριότητα» (Ashworth & Isaac, 2015:2). Η επίσκεψη τουριστών σε μέρη τα οποία συσχετίζονται με το θάνατο, δε σημαίνει απαραίτητα ούτε ότι οι τουρίστες αυτοί είναι «σκοτεινοί» ούτε ότι οι επισκέπτες ενός πεδίου μάχης, είναι απαραίτητο να προσελκύονται από το στοιχείο του θανάτου.



Γράφημα 13. Θεωρείτε τον εαυτό σας σκοτεινό τουρίστα



Γράφημα 14. Επίσκεψη σκοτεινής τοποθεσίας κατά τη διάρκεια διακοπών/ αναψυχής



Γράφημα 15. Γνώση όρου «σκοτεινός τουρισμός»

Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα - Προτάσεις

5.1 Συμπεράσματα

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας, ήταν να εξετάσει την έννοια του σκοτεινού τουρισμού και ταυτόχρονα να εστιάσει στην ανάδειξη προορισμών μέσα από την κινηματογραφική και τηλεοπτική προβολή τους, έτσι ώστε να εντοπίσει τη μεταξύ τους σχέση και αλληλεπίδραση. Η μελέτη του σκοτεινού τουρισμού, η οποία προσελκύει όλο και περισσότερο το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον, είχε βασιστεί αρχικά στην πεποίθηση, ότι

οι τουρίστες είχαν κάποιο μακάβριο ενδιαφέρον για τα μέρη που σχετίζονταν με το θάνατο και την τραγωδία (Lennon & Foley, 2000:3). Τα τελευταία χρόνια όμως η υπόθεση αυτή αντιμετωπίζεται με σκεπτικισμό (Bowman & Pezzullo, 2010. Biran et al, 2011. Ashworth and Isaac, 2015). Αντίθετα, αναπτύσσονται θεωρίες, που εστιάζουν περισσότερο στη σύνδεση του σκοτεινού τουρισμού, με άλλες μορφές τουριστικής δραστηριότητας, όπως αυτή του πολιτιστικού τουρισμού.

Παράλληλα, ο κινηματογράφος και η τηλεόραση, φαίνεται πώς παίζουν ρόλο στο μάρκετινγκ πολλών σκοτεινών τοποθεσιών, επηρεάζοντας τους θεατές ώστε να τις επισκεφθούν. Η μελέτη περίπτωσης της έρευνας, εστίασε στο Culloden, μια αυθεντική τοποθεσία σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς, με πολιτική και ιδεολογική σημασία, που ως πεδίο μάχης, περιστρέφεται γύρω από τον πόνο, την απώλεια και το θάνατο. Τα γεγονότα που επακολούθησαν της μάχης, είχαν τραγικές συνέπειες και για τις μετέπειτα γενιές. Μετά την προβολή του Culloden, από τη δημοφιλή σειρά *Outlander*, παρατηρήθηκε αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας, στην ευρύτερη περιοχή, στις τοποθεσίες γυρισμάτων και στο πεδίο της μάχης, σύμφωνα με τους διαχειριστές των τοποθεσιών ιστορικού ενδιαφέροντος και του Εθνικού Τουριστικού Οργανισμού της Σκωτίας (Visit Scotland, 2019). Έτσι, επιλέξαμε το Culloden ώστε α) να διερευνήσουμε τα κίνητρα των επισκεπτών του και β) αν η προβολή της τηλεοπτικής σειράς *Outlander* αποτέλεσε κίνητρο ή παρακίνησε την επίσκεψη τους σε αυτό. Σύμφωνα με τη Macionis (2007), «οι ταινίες δε δημιουργούνται με πρωταρχικό σκοπό, να παρακινήσουν τους θεατές τους, να επισκεφθούν τις τοποθεσίες γυρισμάτων, όμως έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν την αναγνωρισιμότητα και την ελκυστικότητα μιας τοποθεσίας» (Macionis, 2007:3). Τα αποτελέσματα της έρευνας μας ενισχύουν αυτή τη θεωρία, παρακάτω παραθέτουμε τα συμπεράσματα μας.

Αντιπαραθέτοντας τη θεωρία του σκοτεινού τουρισμού, με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την πρωτότυπη έρευνα που διεξήγαμε, μέσω ερωτηματολογίου, αναφορικά με τα κίνητρα των επισκεπτών του πεδίου της μάχης του Culloden, στην οποία συμμετείχαν 436 επισκέπτες (επισκέπτες διεθνείς, από τη Μ.Βρετανία και τη Σκωτία) συμπεραίνουμε, ότι η περιέργεια για τα μέρη που σχετίζονται με θάνατο (η οποία έχει υποστηριχθεί ότι συνδέεται με το σκοτεινό τουρισμό) δεν αποτελεί κίνητρο

για την πλειοψηφία των επισκεπτών (71.8%)²¹ και των δυνητικών επισκεπτών του (61.4%)²². Αντίθετα, το 88.7% των επισκεπτών, συμφώνησε και συμφώνησε απόλυτα ότι θέλησε να το επισκεφθεί γιατί αποτελεί σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό μνημείο (55.2%), εξαιτίας της αυθεντικότητας του (82%) και λόγω της ανάγκης τους να μάθουν περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν εκεί (82%). Οι δυνητικοί επισκέπτες της τοποθεσίας, συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα ότι τα σημαντικότερα κίνητρα για μια ενδεχόμενη επίσκεψη, παίζει η αυθεντικότητα του (84.3%), η ιστορική και πολιτιστική σημασία του (84.2%) και η ανάγκη να μάθουν περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν εκεί (79%). Επιπλέον το 69.3%²³ θα ήθελε να το επισκεφθεί επειδή είναι θαυμαστής της σειράς *Outlander*.

Τα συναισθήματα των επισκεπτών του Culloden, συνάδουν με την τραγική φύση της τοποθεσίας, καθώς όπως αναφέραμε και στο Υποκεφ. 4.3.3 (σελ.47), το συναίσθημα της λύπης κυριαρχεί. Όμως, οι επισκέπτες, στην πλειονότητα τους δε βίωσαν κάποια δυσάρεστη εμπειρία, που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως σκοτεινή, κατά την επίσκεψη τους σε αυτό. Μάλιστα, σχεδόν οι μισοί (48.9%), δήλωσαν ότι είτε ότι είχαν μια ευχάριστη είτε μια πολλή ευχάριστη είτε μια εξαιρετικά ευχάριστη εμπειρία και πως η συνολική εμπειρία τους, ικανοποίησε τις προσδοκίες τους.

Επιπλέον, φαίνεται πώς οι ταινίες/ τηλεοπτικές σειρές πράγματι συμβάλουν στο μάρκετινγκ των σκοτεινών τοποθεσιών, καθώς επηρεάζουν τους θεατές τους, να επισκεφθούν τις τοποθεσίες γυρισμάτων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν, η πλειοψηφία των επισκεπτών της τοποθεσίας, ανέφερε πώς αρχική πηγή πληροφόρησης τους για την τοποθεσία, ήταν κάποια ταινία /τηλεοπτική σειρά (33.5%). Επιπλέον το 60.2% των επισκεπτών απάντησε, πώς είχε παρακολουθήσει τη σειρά *Outlander*, πριν την επίσκεψη του στην τοποθεσία και το 57.8%, ότι παρακινήθηκε να την επισκεφθεί, εξαιτίας της σειράς.

Τα σημαντικότερα κίνητρα των επισκεπτών, που προέκυψαν μετά την προβολή της σειράς ήταν: «Μου προκάλεσε ενδιαφέρον (η σειρά) για να μάθω περισσότερα για το

²¹ Διαφώνησαν και διαφώνησαν απόλυτα

²² Διαφώνησαν και διαφώνησαν απόλυτα

²³ Συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα

Σκωτσέζικο πολιτισμό» (79.2%)²⁴, «είμαι θαυμαστής της σειράς *Outlander*» (66.1%)²⁵ «για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά» (60.9%)²⁶, «εξαιτίας της εμβληματικής της τοποθεσίας» (52.7%)²⁷. Μάλιστα, παρατηρήσαμε, ότι όσο περισσότερο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι παρακινήθηκαν από την προβολή της σειράς *Outlander* για να επισκεφθούν την τοποθεσία, τόσο περισσότερο συμφωνούν και πως τα κίνητρα της επίσκεψής τους ήταν η εξερεύνηση των τοπίων που είδαν στη σειρά ($r=0.658$, $p\text{-value}<0.001$), το ενδιαφέρον τους να μάθουν περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό ($r=0.516$, $p\text{-value}<0.001$), το να επισκεφθούν την εμβληματική τοποθεσία ($r=0.365$, $p\text{-value}<0.001$), το ότι ήταν θαυμαστές του *Outlander* ($r=0.518$, $p\text{-value}<0.001$) και ότι το *Outlander* ήταν ο μόνος λόγος για την επίσκεψη τους στο Culloden ($r=0.440$, $p\text{-value}<0.001$).

Επιπλέον επιβεβαιώσαμε, ότι τα συναισθήματα των επισκεπτών, διαφοροποιούνταν κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους, σε σχέση με το αν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά *Outlander* ή όχι πριν από αυτή (Pearson $\chi^2=31.450$, $p\text{-value}=0.002$). Οι επισκέπτες οι οποίοι είχαν παρακολουθήσει τη σειρά ένιωσαν σε μεγαλύτερο ποσοστό δέος (14.2% vs. 12.6%), ενθουσιασμό (4.3% vs. 1.9%) και ανησυχία (3.9% vs. 0.7%). Αντίθετα, οι επισκέπτες οι οποίοι δεν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά ένιωσαν σε μεγαλύτερα ποσοστά λύπη (25.1% vs. 22.1%), θλίψη (13.1% vs. 11.9%) και θυμό (7.6% vs. 6.5%).

Διερευνώντας τα κίνητρα και τις γνώσεις των τουριστών, για το σκοτεινό τουρισμό, σημειώνουμε, ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, δε θεωρούν τους εαυτούς του σκοτεινούς τουρίστες σε ποσοστό 71.33%, παρόλο που η πλειοψηφία του δείγματος, έχει επισκεφθεί τοποθεσίες χαρακτηρισμένες, ως σκοτεινές. Μάλιστα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (63.1%) δήλωσε, ότι δε γνωρίζει τον όρο «σκοτεινός τουρισμός». Συνεπώς, αυτού του είδους η τουριστική δραστηριότητα, δεν είναι τόσο δημοφιλής, τουλάχιστον όχι συνειδητά, για την πλειοψηφία των επισκεπτών και δυνητικών επισκεπτών του πεδίου της μάχης του Culloden.

²⁴ Συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα

²⁵ Συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα

²⁶ Συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα

²⁷ Συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα

Οι Riley και Van Doren (1992), έχουν υποστηρίξει, πως «το κλειδί για τη δημιουργία μιας ευνοϊκής εντύπωσης ενός προορισμού είναι ένας συνδυασμός ειδυλλιακών εικόνων (landscape qualities), με μια μοναδική κοινωνική και πολιτιστική σκοπιά ή και μια εικόνα με την οποία οι τουρίστες μπορούν να ταυτιστούν και επιθυμούν να εξερευνήσουν». Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η σειρά *Outlander* και τα ελκυστικά της γνωρίσματα (π.χ το γεγονός πως γυρίστηκε σε μια εμβληματική και αυθεντική τοποθεσία και βασίζεται σε αληθινά ιστορικά γεγονότα κ.ά) έπαιξαν ρόλο στη δημιουργία κινήτρων και στην παρακίνηση για επίσκεψη στην τοποθεσία, χωρίς όμως να αποτελούν τον κύριο λόγο επίσκεψης της.

5.2 Βασικά συμπεράσματα και η σημασία τους

Τα αποτελέσματα της έρευνας κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικά, καθώς μας δίνουν μια εικόνα για τα κίνητρα των επισκεπτών μιας τοποθεσίας σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς, που η προβολή της από τη δημοφιλή σειρά *Outlander* (Αύγουστος, 2014) οδήγησε σε αύξηση της επισκεψιμότητας στην τοποθεσία και στην ευρύτερη περιοχή (Visit Scotland, 2019). Συγκεκριμένα, η πολιτιστική και ιστορική σημασία του πεδίου της μάχης του Culloden, η αυθεντικότητα του και το ενδιαφέρον των επισκεπτών να μάθουν περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν σε αυτό, αποτέλεσαν τα κύρια κίνητρα τους. Επιπλέον, η πλειοψηφία των επισκεπτών του, δήλωσε πως είχε παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψη του σε αυτό και πως παρακινήθηκε να το επισκεφθεί εξαιτίας της σειράς, καταδεικνύοντας την επιρροή των τηλεοπτικών σειρών, στη συνείδηση των θεατών. Όμως και για τους δυνητικούς επισκέπτες του, η ιστορική και πολιτιστική σημασία του, η αυθεντικότητα του, το γεγονός πως είναι θαυμαστές της σειράς *Outlander* και το ενδιαφέρον τους να μάθουν περισσότερα για την ιστορία του, συγκαταλέγονται στα σημαντικότερα κίνητρα τους.

Τα αποτελέσματα της έρευνας μας, μέσα από τη μελέτη περίπτωσης του πεδίου της μάχης του Culloden, μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μια πολιτική/στρατηγική ανάδειξης της ιστορίας και του πολιτισμού και άλλων τοποθεσιών με αντίστοιχα χαρακτηριστικά, μέσα από ταινίες/τηλεοπτικές σειρές και την προώθηση τους στην

τουριστική αγορά. Η προώθηση και το marketing των προορισμών αυτών, από τους υπεύθυνους οργανισμούς όπως το Visit Scotland για τη Σκωτία, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις επίσημες ιστοσελίδες τους, με χάρτες τοποθεσιών στις οποίες έχουν πραγματοποιηθεί γυρίσματα ταινιών/σειρών, εικονικές περιηγήσεις με αφηγητές πρωταγωνιστές αυτών των ταινιών κ.λπ, αποτελούν αποτελεσματικές στρατηγικές marketing, σε σχέση με παραδοσιακές μορφές προώθησης. Παράλληλα, δίνουν πρόσβαση σε μια ευρεία τουριστική αγορά ανά τον κόσμο και διαφοροποιούνται από παραδοσιακούς ανταγωνιστικούς προορισμούς πολιτιστικού ενδιαφέροντος όπως π.χ τη Ρώμη.

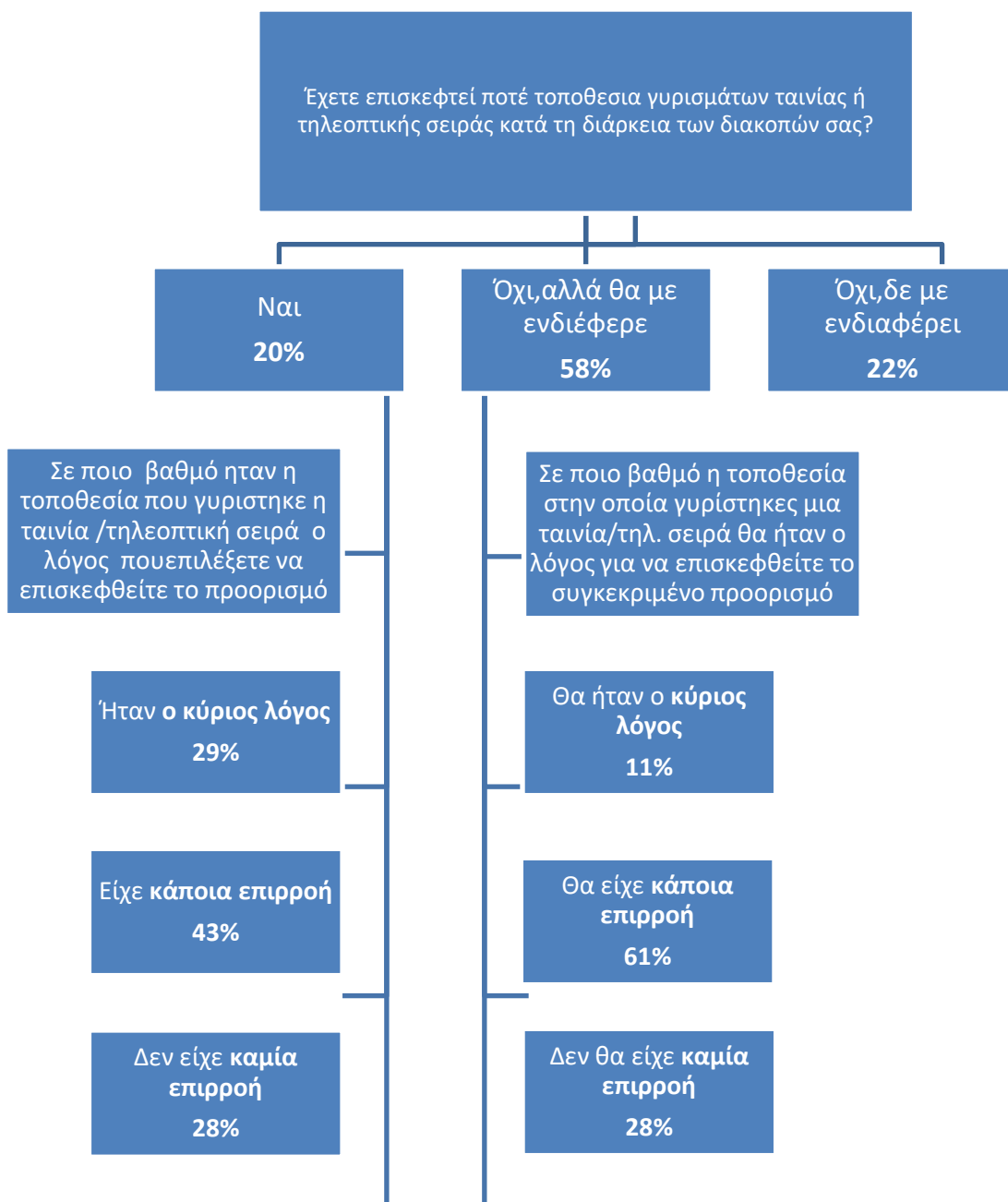
Μεταξύ άλλων τρόπων προώθησης, μπορούμε να αναφέρουμε τις φορολογικές ελαφρύνσεις ώστε τοποθεσίες σαν και αυτή να προσελκύσουν παραγωγούς κινηματογραφικών ταινιών, μέσα από τις οποίες θα αναδειχτούν. Επίσης σημαντικό είναι να προωθήσουν τη διαφοροποίηση του προϊόντος (product differentiation) π.χ η Σκωτία προωθεί τον πολιτισμό, τους μύθους, την ιστορία και τα τοπία της ή την κρατική χρηματοδότηση για τη δημιουργία στούντιο ώστε να προσελκύσουν μεγάλες ξένες κινηματογραφικές ή και τοπικές παραγωγές και την προβολή τους από διαδικτυακές πλατφόρμες διεθνούς εμβέλειας όπως το Netflix.

5.3 Προτάσεις για περεταίρω έρευνα

Η παρουσίαση της θεωρίας και τα αποτελέσματα της έρευνας, οδήγησαν, σε κάποιες προτάσεις για περεταίρω διερεύνηση. Θεωρούμε, πώς μια έρευνα και σε άλλα μνημεία σκοτεινής πολιτιστικής κληρονομιάς, που έχουν προβληθεί, από τον κινηματογράφο και την τηλεόραση και η σύγκριση των αποτελεσμάτων, θα ήταν ενδιαφέρουσα π.χ η επίδραση της ταινίας *Braveheart* στην επισκεψιμότητα του μνημείου Wallace, η επίδραση των ταινιών όπως «*Η λίστα του Σιντλέρ*» και «*Ο Πιανίστας*» στο Auschwitz, την επίδραση της ταινίας «*Κώδικας Da Vinci*» στο παρεκκλήσι Rosslyn ή της σειράς «*Το Νησί*» στη Σπιναλόγκα κ.ά. Επίσης, η ίδια έρευνα, θα μπορούσε να επαναληφθεί με μια επιτόπια επίσκεψη στο πεδίο της μάχης του Culloden και τη διεξαγωγή έρευνας, πριν και μετά την επίσκεψη ώστε να εντοπιστούν πιθανές διαφορές στις προσδοκίες, στην εμπειρία και στα συναισθήματα των επισκεπτών του.

Παράρτημα Α

Α.1 Έρευνα του οργανισμού Visit Britain (2018)



A.2 Ερωτηματολόγιο

Effect of movies on visitation at Culloden Battlefield.

Dear participants,

My name is Veroniki and i am a postgraduate student at Open University of Cyprus . I am conducting my final year dissertation, which investigates the effect of movies on visitation and tourist motivation at Culloden Battlefield in Scotland. If you are 18+ and you have visited Culloden, or you have watched Outlander TV series, i would be gratefull if you could take part.

Filling this questionnaire will only take around 5 minutes and all your answers will be anonymous and confidential.

Thank you in advance for your time!

***Required**

1. 1. Have you visited Culloden Battlefield? *

Mark only one oval.

- Yes *Skip to question 3*
- No but i would like to visit
- No and i don't want to visit *Skip to question 13*

Section 2

2. One of the reasons why i would like to visit Culloden is : *

Please specify to what extent you agree to the following statements

Mark only one oval per row.

	Strongly disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly agree
To visit an important historical/ cultural monument of Scotland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It sparked my interest to learn more about the tragic events that took place there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To have a highly emotional experience	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To visit an authentic place of Scottish culture and heritage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
From curiosity for places associated with death	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because of it's iconic scenery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
For pilgrimage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To explore locations i've seen on screen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Outlander TV series will be the only reason for visiting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
For ancestry reasons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I'm a fan of the Outlander TV series	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 13

Section 3

3. 3. How did you find out about Culloden Battlefield, in the first place? *

Please tick all that apply

Tick all that apply.

- Friend/family recommendation
- Movie/ Tv
- Travel brochure
- Social Media
- Website (internet)
- A book
- Previous visit

Other: _____

4. 4. One of the reasons why i visited Culloden was : *

Please specify to what extent you agree to the following statements

Mark only one oval per row.

	Strongly disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly agree
To visit an important historical/ cultural monument of Scotland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To learn more about the tragic events that took place there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To have a highly emotional experience	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To visit an authentic place of Scottish culture and heritage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
From curiosity for places associated with death	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
For education reasons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
For pilgrimage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It was part of an extended intinerary	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
For ancestry reasons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. 5. What were your feelings during your visitation? *

Please tick all that apply

Tick all that apply.

- Sadness
- Compassion
- Excitement
- Joy
- Concern
- Awe
- Grief
- Anger
- Reverent
- Rage
- Boredom

Other: _____

6. 6. Overall how would you describe your emotional experience from the visitation to Culloden? *

Please tick one answer

Mark only one oval.

- Extremely unpleasant
- Very unpleasant
- Unpleasant
- Neither unpleasant / nor pleasant
- Pleasant
- Very pleasant
- Extremely pleasant
- Other: _____

7. 7.How would you describe your experience at Culloden in correlation with your prior expectations? *

Please tick one answer

Mark only one oval.

- Much worse
- Somewhat worse
- As expected
- Somewhat better
- Much better

8. 8.Have you watched Outlander TV series before you visit Culloden? *

Mark only one oval.

- Yes *Skip to question 9*
- No *Skip to question 13*

Skip to question 9

Section 4

For those who have visited and watched Outlander

9. 9. One of the reasons why i visited Culloden after i watched Outlander was: *

Please specify to what extent you agree to the following statements

Mark only one oval per row.

	Strongly disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly agree
To explore places i've seen on screen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It sparked my interest to learn more about Scottish history and culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because of it's iconic scenery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I'm a fan of the Outlander TV series	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Outlander TV series was the only reason to visit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. 10. Were you aware of the existance of Culloden Battlefield before you watched Outlander? *

Mark only one oval.

Yes

No

11. 11.Which Outlander TV series attributes were most appealing to you? *

Please tick all that apply

Tick all that apply.

- Historical accuracy
- Fantasy content
- Romantic content
- Dramatic content
- Scenic film locations
- Authentic film locations
- Exquisite performances
- The actors
- Mystical/ time travel content

Other: _____

12. 12.Watching Outlander motivated me to visit Culloden. *

Please indicate your level of agreement with the statement above (1 -Strongly disagree) (2- Disagree) (3-Neither agree nor disagree) (4-Agree) (5- Strongly agree)

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

Section 5

13. 13. Are you familiar with the term "dark tourism" ? *

Mark only one oval.

- Yes
- No
- Not Sure

14. 14. Have you ever visited any of the following sites as part of a leisure activity or while traveling? *

Please tick all that apply

Tick all that apply.

- Cemetery
- Battlefield
- Prison
- Mausoleum
- Concentration camp
- Holocaust site
- Nuclear disaster site
- Natural disaster site
- Underground dark site
- None of the above

15. 15. Do you consider yourself a dark tourist? *

Mark only one oval.

- Yes
- No
- Not sure

16. 16. Gender *

Tick all that apply.

- Female
- Male

17. 17. Age group *

Tick all that apply.

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65+

18. 18.What is the name of the city that your permanently live? *

Thank you for completing this questionnaire!Please press submit button below!

Παράρτημα Β

B.1 Pearson X² «φύλο - επίσκεψη στο Culloden».

		Φύλο		Pearson X ²	p-value
		Γυναίκες (n=377)	Άνδρες (n=59)		
Επίσκεψη στο Culloden	Ναι	N(%) 272 (72,1)	N(%) 47 (79,7%)	1,743	0.418
	Όχι, αλλά θα ήθελα να επισκεφθώ	102(27,1%)	12 (20,3%)		
	Όχι, δε θα ήθελα να επισκεφθώ	3(0,8)	0(0,0%)		

Pearson X² για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών μεταξύ «φύλου» και «Επίσκεψης στο Culloden». Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές (Pearson Chi-Square=1.743, p-value=0.418>0.05)

B.2 Δημογραφικά στοιχεία

Φύλο		N	%
	Γυναίκα	377	86,5
	Άνδρας	59	13,5
Ηλικιακό γκρουπ	18-24	7	1,6
	25-34	40	9,2
	35-44	70	16,1
	45-54	99	22,7
	55-64	125	28,7
	>65	95	21,8

Διεθνής/Εγχώριος ταξιδιώτης	Διεθνής	315	72,2
	Εγχώριος Αγγλία	36	8,3
	Εγχώριος Σκωτία	84	19,3
	Άγνωστο	1	0,2
Σύνολο		436	100,0

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

B.2.1 Αποτελέσματα ελέγχου κανονικότητας, για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα κίνητρα των επισκεπτών ανά φύλο

Tests of Normality				
Kolmogorov-Smirnov				
	Φύλο	Statistic	df	pvalue
Επειδή είναι ένα σημαντικό ιστορικό πολιτιστικό μνημείο	Γυναίκα	0.298	272	<0.001
	Άνδρας	0.321	47	<0.001
Για να μάθω περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν εκεί	Γυναίκα	0.287	272	<0.001
	Άνδρας	0.304	47	<0.001
Για να έχω μία δυνατή συναισθηματική εμπειρία	Γυναίκα	0.210	272	<0.001
	Άνδρας	0.152	47	0.001
Για να επισκεφθώ ένα αυθεντικό μέρος Σκωτσέζικου πολιτισμού	Γυναίκα	0.296	272	<0.001
	Άνδρας	0.249	47	<0.001
Από περιέργεια για τα μέρη που σχετίζονται με θάνατο	Γυναίκα	0.268	272	<0.001
	Άνδρας	0.229	47	<0.001
Για εκπαιδευτικούς λόγους	Γυναίκα	0.224	272	<0.001
	Άνδρας	0.222	47	<0.001
Για προσκύνημα	Γυναίκα	0.171	272	<0.001
	Άνδρας	0.177	47	0.001
Ήταν μέρος μιας γενικότερης περιήγησης	Γυναίκα	0.173	272	<0.001
	Άνδρας	0.202	47	<0.001
Για γενεαλογικούς	Γυναίκα	0.158	272	<0.001

λόγους	Άνδρας	0.166	47	0.001
--------	--------	-------	----	-------

B.2.2 Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Mann Whitney για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα σημαντικότερα κίνητρα των επισκεπτών, ανά φύλο

	Φύλο	N	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Mann-Whitney U	p-value
Επειδή είναι ένα σημαντικό ιστορικό/πολιτιστικό μνημείο	Γυναίκα	272	4.26	1.131	6170.000	0.670
	Άνδρας	47	4.21	1.318		
Για να μάθω περισσότερα για τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν εκεί	Γυναίκα	272	4.14	1.133	5385.000	0.062
	Άνδρας	47	3.81	1.279		
Για να έχω μία δυνατή συναισθηματική εμπειρία	Γυναίκα	272	3.21	1.064	6074.500	0.571
	Άνδρας	47	3.30	1.301		
Για να επισκεφθώ ένα αυθεντικό μέρος Σκωτσέζικου πολιτισμού	Γυναίκα	272	4.18	1.141	5710.000	0.202
	Άνδρας	47	3.91	1.316		
Από περιέργεια για τα μέρη που σχετίζονται με θάνατο	Γυναίκα	272	1.90	0.951	6183.500	0.704
	Άνδρας	47	1.94	0.919		
Για εκπαιδευτικούς λόγους	Γυναίκα	272	3.53	1.187	6116.000	0.624
	Άνδρας	47	3.62	1.190		
Για προσκύνημα	Γυναίκα	272	2.61	1.179	5621.000	0.173
	Άνδρας	47	2.87	1.312		
Ήταν μέρος μιας γενικότερης περιήγηση	Γυναίκα	272	2.64	1.340	5553.000	0.140
	Άνδρας	47	2.32	1.181		
Για γενεαλογικούς λόγους	Γυναίκα	272	2.91	1.401	6315.500	0.894
	Άνδρας	47	2.94	1.358		

B.2.3 Αποτελέσματα ελέγχου κανονικότητας για τα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών σε κάθε κατηγορία του φύλου

	Φύλο	Tests of Normality		
		Kolmogorov-Smirnov/ Statistic	Shapiro-Wilk df	p-value
Σημαντικό ιστορικό κ πολιτιστικό μνημείο	Γυναίκα	0.296	102	<0.001
	Άνδρας	0.745	12	0.002
Ενδιαφέρον για την τραγική ιστορία του	Γυναίκα	0.310	102	<0.001
	Άνδρας	0.747	12	0.003
Δυνατή συναισθηματική εμπειρία	Γυναίκα	0.201	102	<0.001
	Άνδρας	0.863	12	0.053
Αυθεντικότητα	Γυναίκα	0.326	102	<0.001
	Άνδρας	0.745	12	0.002
Περίεργεια για τόπους θανάτου	Γυναίκα	0.207	102	<0.001
	Άνδρας	0.847	12	0.033
Εμβληματική τοποθεσία	Γυναίκα	0.243	102	<0.001
	Άνδρας	0.940	12	0.495
Για προσκύνημα	Γυναίκα	0.181	102	<0.001
	Άνδρας	0.920	12	0.284
Εξερεύνηση τηλεοπτικών τοποθεσιών	Γυναίκα	0.259	102	<0.001
	Άνδρας	0.900	12	0.159
Το Outlander είναι ο μόνος λόγος	Γυναίκα	0.218	102	<0.001
	Άνδρας	0.920	12	0.290
Γεναλογικοί λόγοι	Γυναίκα	0.225	102	<0.001
	Άνδρας	0.939	12	0.487
Θαυμαστής Outlander	Γυναίκα	0.259	102	<0.001
	Άνδρας	0.867	12	0.060

B.2.4 Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Mann Whitney, για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα κίνητρα των δυνητικών επισκεπτών ανά φύλο

	Φύλο	N	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Mann-Whitney U	p-value
Επειδή είναι ένα σημαντικό ιστορικό /πολιτιστικό μνημείο	Γυναίκα	102	4.17	1.161	405.000	0.038
	Άνδρας	12	3.58	1.311		
Ενδιαφέρον για την τραγική ιστορία του	Γυναίκα	102	3.92	1.200	571.000	0.685
	Άνδρας	12	3.83	1.193		
Για να έχω μια δυνατή συναισθηματική εμπειρία	Γυναίκα	102	3.09	1.025	476.000	0.189
	Άνδρας	12	2.67	0.985		

Επειδή είναι ένα αυθεντικό μέρος Σκωτσέζικου Πολιτισμού	Γυναίκα	102	4.08	1.175	438.000	0.081
	Άνδρας	12	3.58	1.311		
Περίεργεια για τοποθεσίες που σχετίζονται με θάνατο	Γυναίκα	102	2.19	1.078	593.000	0.855
	Άνδρας	12	2.17	1.193		
Εμβληματική τοποθεσία	Γυναίκα	102	3.31	1.053	585.000	0.793
	Άνδρας	12	3.25	1.215		
Για προσκύνημα	Γυναίκα	102	2.57	1.139	566.500	0.665
	Άνδρας	12	2.75	1.288		
Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στην οθόνη	Γυναίκα	102	3.44	1.263	558.500	0.608
	Άνδρας	12	3.25	1.422		
Το Outlander είναι ο μόνος λόγος	Γυναίκα	102	2.26	1.043	529.500	0.428
	Άνδρας	12	2.58	1.311		
Για γεναλογικούς λόγους	Γυναίκα	102	3.03	1.293	603.000	0.932
	Άνδρας	12	3.08	1.084		
Θαυμαστής Outlander	Γυναίκα	102	3.79	1.308	544.000	0.511
	Άνδρας	12	3.58	1.311		

B.2.5 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X², για την αξιολόγηση των διαφορών μεταξύ των δύο φύλων σχετικά με το αν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψή τους.

		Φύλο		Pearson X ²	p-value
		Γυναίκες (n=272)	Άνδρες (n=47)		
		N(%)	N(%)		
Παρακολούθηση σειράς Outlander πριν την επίσκεψη	Ναι	178 (65,4%)	15 (31,9%)	18,850	<0.001
	Όχι	94 (34,6%)	32 (68,1%)		

B.2.6 Αποτελέσματα του ελέγχου κανονικότητας για τα κίνητρα των επισκεπτών που είχαν δει τη σειρά σε κάθε κατηγορία του φύλου

Φύλο	Tests of Normality		
	Statistic	df	p-value
	Kolmogorov-Smirnov/ Shapiro-Wilk		

Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά	Γυναίκα	0.300	177	<0.001
	Άνδρας	0.245	15	0.038
Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό	Γυναίκα	0.308	177	<0.001
	Άνδρας	0.238	15	0.017
Εμβληματική τοποθεσία	Γυναίκα	0.211	177	<0.001
	Άνδρας	0.177	15	0.208
Θαυμαστής Outlander	Γυναίκα	0.261	177	<0.001
	Άνδρας	0.168	15	0.138
Το Outlander ο μόνος λόγος	Γυναίκα	0.294	177	<0.001
	Άνδρας	0.439	15	<0.001

B.2.7 Αποτελέσματα ελέγχου Mann Whitney, για την αξιολόγηση πιθανών διαφορών στα σημαντικότερα κίνητρα των επισκεπτών που είχαν δει τη σειρά, ανά φύλο

	Φύλο	N	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Mann-Whitney U	p-value
Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά	Γυναίκα	177	3.54	1.197	549.000	<0.001
	Άνδρας	15	2.20	1.014		
Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό	Γυναίκα	177	4.07	1.180	600.500	<0.001
	Άνδρας	15	2.53	1.506		
Εμβληματική τοποθεσία	Γυναίκα	177	3.48	1.154	1044.500	0.158
	Άνδρας	15	3.00	1.309		
Θαυμαστής Outlander	Γυναίκα	177	3.79	1.161	871.500	0.021
	Άνδρας	15	3.00	1.363		
Το Outlander ο μόνος λόγος	Γυναίκα	177	1.76	0.962	991.000	0.074
	Άνδρας	15	1.33	0.617		

B.2.8 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X², για την αξιολόγηση των διαφορών στα συναισθήματα που βίωσαν κατά την επίσκεψη σε σχέση με το αν είχαν παρακολουθήσει τη σειρά πριν την επίσκεψη.

		Έχετε παρακολουθήσει τη σειρά Outlander πριν την επίσκεψη;				Pearson X ²	p-value
		Ναι (n=721)		Όχι (n=422)			
		N	%	N	%		
Ποια ήταν τα συναισθήματά σας κατά τη διάρκεια της επίσκεψης;	Λύπη	160	22.1%	105	25.1%	31.609	0.002
	Συμπόνια	140	19.4%	85	20.1%		
	Ενθουσιασμός	31	4.3%	8	1.9%		
	Χαρά	5	0.7%	2	0.5%		
	Ανησυχία	28	3.9%	3	0.7%		
	Δέος	103	14.2%	53	12.6%		
	Θλίψη	86	11.9%	55	13.1%		
	Θυμός	47	6.5%	32	7.6%		
	Ευλάβεια	101	14.0%	54	12.6%		
	Οργή	9	1.2%	8	1.9%		
	Βαρεμάρα	1	0.1%	0	0.0%		
	Άλλο	13	1.8%	15	3.6%		

B.2.9 Αποτελέσματα του ελέγχου κανονικότητας (κίνητρα της επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς σε σχέση με το αν παρακινήθηκαν να επισκεφθούν την τοποθεσία λόγω της σειράς)

	Tests of Normality		
	Kolmogorov-Smirnov Statistic	df	p-value
Κίνητρο επισκεπτών μετά την προβολή της σειράς			
<i>Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά</i>	0.287	192	<0.001
<i>Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό</i>	0.308	192	<0.001
<i>Εμβληματική τοποθεσία</i>	0.209	192	<0.001
<i>Θαυμαστής Outlander</i>	0.251	192	<0.001
<i>Το Outlander ο μόνος λόγος</i>	0.305	192	<0.001
Παρακίνηση επίσκεψης τοποθεσίας μετά την προβολή outlander	0.214	192	<0.001

B.2.10 Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Spearman για τις ερωτήσεις που αφορούν τα κίνητρα της επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς σε σχέση με το αν παρακινήθηκαν να επισκεφθούν την τοποθεσία λόγω της σειράς

		Παρακίνηση επίσκεψης τοποθεσίας μετά την προβολή outlander	
Κίνητρο επισκεπτών μετά την προβολή	Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά	Συντελεστής συσχέτισης p-value	0.658 <0.001
	Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό	Συντελεστής συσχέτισης p-value	0.516 <0.001
	Εμβληματική τοποθεσία	Συντελεστής συσχέτισης p-value	0.365 <0.001
	Θαυμαστής Outlander	Συντελεστής συσχέτισης p-value	0.518 <0.001
	Το Outlander ο μόνος λόγος	Συντελεστής συσχέτισης p-value	0.440 <0.001

B.2.11 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson χ^2 , για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά)

		Για να εξερευνήσω τα μέρη που είδα στη σειρά						Pearson χ^2	p-value
		Διαφωνώ απόλυτα/ Διαφωνώ (n=178)		Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (n=107)		Συμφωνώ απόλυτα/ Συμφωνώ (n=628)			
		N	%	N	%	N	%		
Ποια χαρακτηριστικά της σειράς ήταν πιο ελκυστικά;	Ιστορική ακρίβεια	20	11.2%	20	18.7%	92	14.6%	91.205	<0.001
	Φαντασικό περιεχόμενο	6	3.4%	5	4.7%	30	4.8%		
	Ρομαντικό περιεχόμενο	13	7.3%	9	8.4%	70	11.1%		
	Δραματικό περιεχόμενο	28	15.7%	13	12.1%	74	11.8%		
	Εμβληματική τοποθεσία	34	19.1%	20	18.7%	102	16.2%		
	Αυθεντική τοποθεσία	24	13.5%	16	15.0%	80	12.7%		
	Εξαιρετική ερμηνεία	13	7.3%	9	8.4%	64	10.2%		
	Οι ηθοποιοί	16	9.0%	7	6.5%	64	10.2%		
	Μυστικιστικό περιεχόμενο/ ταξίδι στο χρόνο	20	11.2%	4	3.7%	47	7.5%		
	Άλλο	4	2.2%	4	3.7%	5	0.8%		

B.2.12 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X², για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό)

		Ενδιαφέρον για να μάθω περισσότερα για το Σκωτσέζικο πολιτισμό						Pearson X ²	p-value
		Διαφωνώ απόλυτα/ Διαφωνώ (n=123)		Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (n=23)		Συμφωνώ απόλυτα/ Συμφωνώ (n=767)			
		N	%	N	%	N	%		
Ποια χαρακτηριστικά της σειράς ήταν πιο ελκυστικά;	Ιστορική ακρίβεια	10	8.1%	3	13.0%	119	15.5%	77.856	<0.001
	Φαντασικό περιεχόμενο	4	3.3%	1	4.3%	36	4.7%		
	Ρομαντικό περιεχόμενο	8	6.5%	1	4.3%	83	10.8%		
	Δραματικό περιεχόμενο	20	16.3%	2	8.7%	93	12.1%		
	Εμβληματική τοποθεσία	24	19.5%	7	30.4%	125	16.3%		
	Αυθεντική τοποθεσία	14	11.4%	4	17.4%	102	13.3%		
	Εξαιρετική ερμηνεία	9	7.3%	1	4.3%	76	9.9%		
	Οι ηθοποιοί	14	11.4%	2	8.7%	71	9.3%		
	Μυστικιστικό περιεχόμενο/ ταξίδι στο χρόνο	15	12.2%	1	4.3%	55	7.2%		
	Άλλο	5	4.1%	1	4.3%	7	0.9%		

B.2.13 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X², για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Εμβληματική τοποθεσία)

		Εμβληματική τοποθεσία						Pearson X ²	p-value
		Διαφωνώ απόλυτα/ Διαφωνώ (n=187)		Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (n=192)		Συμφωνώ απόλυτα/ Συμφωνώ (n=534)			
		N	%	N	%	N	%		
Ποια χαρακτηριστικά της σειράς ήταν πιο ελκυστικά;	Ιστορική ακρίβεια	20	10.7%	32	16.7%	80	15.0%	63.031	<0.001
	Φαντασικό περιεχόμενο	7	3.7%	6	3.1%	28	5.2%		
	Ρομαντικό περιεχόμενο	20	10.7%	19	9.9%	53	9.9%		
	Δραματικό περιεχόμενο	26	13.9%	24	12.5%	65	12.2%		
	Εμβληματική τοποθεσία	32	17.1%	39	20.3%	85	15.9%		
	Αυθεντική τοποθεσία	23	12.3%	25	13.0%	72	13.5%		
	Εξαιρετική ερμηνεία	16	8.6%	16	8.3%	54	10.1%		
	Οι ηθοποιοί	20	10.7%	11	5.7%	56	10.5%		
	Μυστικιστικό περιεχόμενο/ ταξίδι στο χρόνο	20	10.7%	14	7.3%	37	6.9%		
	Άλλο	3	1.6%	6	3.1%	4	0.7%		

B.2.14 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X² για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Θαυμαστής Outlander)

		Θαυμαστής Outlander						Pearson X ²	p-value
		Διαφωνώ απόλυτα/ Διαφωνώ (n=106)		Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (n=125)		Συμφωνώ απόλυτα/ Συμφωνώ (n=682)			
		N	%	N	%	N	%		
Ποια χαρακτηριστικά της σειράς ήταν πιο ελκυστικά;	Ιστορική ακρίβεια	11	10.4%	22	17.6%	99	14.5%	101.069	<0.001
	Φαντασικό περιεχόμενο	3	2.8%	8	6.4%	30	4.4%		
	Ρομαντικό περιεχόμενο	8	7.5%	11	8.8%	73	10.7%		
	Δραματικό περιεχόμενο	18	17.0%	16	12.8%	81	11.9%		
	Εμβληματική τοποθεσία	20	18.9%	27	21.6%	109	16.0%		
	Αυθεντική τοποθεσία	13	12.3%	19	15.2%	88	12.9%		
	Εξαιρετική ερμηνεία	8	7.5%	9	7.2%	69	10.1%		
	Οι ηθοποιοί	12	11.3%	5	4.0%	70	10.3%		
	Μυστικιστικό περιεχόμενο/ ταξίδι στο χρόνο	10	9.4%	5	4.0%	56	8.2%		
	Άλλο	3	2.8%	3	2.4%	7	1.0%		

B.2.15 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X², για την αξιολόγηση των διαφορών στα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά στη σειρά σε σχέση με τα κίνητρα επίσκεψης μετά την προβολή της σειράς (Το Outlander ο μόνος λόγος)

		Το Outlander ο μόνος λόγος						Pearson X ²	p-value
		Διαφωνώ απόλυτα/ Διαφωνώ (n=714)		Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ (n=145)		Συμφωνώ απόλυτα/ Συμφωνώ (n=54)			
		N	%	N	%	N	%		
Ποια χαρακτηριστικά της σειράς ήταν πιο ελκυστικά;	Ιστορική ακρίβεια	104	14.6%	21	14.5%	7	13.0%	31.522	0.049
	Φαντασιακό περιεχόμενο	32	4.5%	6	4.1%	3	5.6%		
	Ρομαντικό περιεχόμενο	71	9.9%	14	9.7%	7	13.0%		
	Δραματικό περιεχόμενο	94	13.2%	16	11.0%	5	9.3%		
	Εμβληματική τοποθεσία	127	17.8%	23	15.9%	6	11.1%		
	Αυθεντική τοποθεσία	94	13.2%	20	13.8%	6	11.1%		
	Εξαιρετική ερμηνεία	63	8.8%	17	11.7%	6	11.1%		
	Οι ηθοποιοί	64	9.0%	15	10.3%	8	14.8%		
	Μυστικιστικό περιεχόμενο/ ταξίδι στο χρόνο	53	7.4%	12	8.3%	6	11.1%		
	Άλλο	12	1.7%	1	0.7%	0	0.0%		

B.2.16 Αποτελέσματα ελέγχου Pearson X² «Θεωρείτε το εαυτό σας σκοτεινό τουρίστα -Επίσκεψη στο Culloden»

		Επίσκεψη στο Culloden				Pearson Chi-Square	p-value
		Ναι (n=319)		Όχι, αλλά θα ήθελα να επισκεφθώ (n=114)			
		N	%	N	%		
Θεωρείτε το εαυτό σας σκοτεινό τουρίστα	Ναι	9	2.8%	6	5.3%	1.499	0.473
	Όχι	229	71.8%	80	70.2%		
	Δεν είμαι σίγουρος/η	81	25.4%	28	24.6%		

Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές (Pearson Chi-Square=1.499, p-value=0.473>0,05).

Βιβλιογραφία

- Ashworth, G.J (2004). Tourism and the heritage of atrocity. Managing the heritage of South Africa apartheid for entertainment. In T.V Singh (Ed.), *New horizons in Tourism: Strange experiences and stranger practices*, pp. 95-108. Wallingford. CABI
- Ashworth, G.J & Isaac R.K (2015). Have we illuminated the dark? Shifting perspectives on 'dark tourism'. *Tourism Recreation Research*, 40(3):316-325
- Austin, N.K (2002). Managing heritage attractions: Marketing challenges at sensitive historic sites. *International Journal of Tourism Research*, 4(6):447-457.
- Baldwin F. & Sharpley, R.(2009). Battlefield tourism: Bringing Organised Violence back in life. In R.Sharpley and P. Stone (eds). *The Darker Side of Travel: The theory and practice of dark tourism*, Bristol: Channel view, pp.186-206
- Beeton, S. (2001). Smiling for the camera: the influence of film audiences on a budget tourism destination'. *Tourism, Culture and Communication*, 3(1):15-25
- Beeton, S. (2005). *Film – Induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications
- Beeton, S. (2006). Understanding Film-Induced Tourism. *Tourism Analysis*, Vol. 11: 181–188
- Biran, A. & Poria, Y., & Oren, G. (2011). Sought experiences at (Dark) Heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3):820-841
- Bowman, M.S & Pezzullo, P.C (2010). What's so Dark about Dark Tourism? Death, Tours and Performance. *Tourist Studies*, 9(3), pp.187-202
- Bryman, A. (2008). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Busby, G. and J. Klug (2001). Movie Induced Tourism: The Challenge of Measurement and Other Issues. *Journal of Vacation Marketing* 7(4): 316-332
- Chen, P., & Kerstetter, D. (1999). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of Travel Research*, 37(3):93-98
- Chronis A., Arnould E. & Hampton R. (2012). Gettysburg re-imagined: the role of narrative imagination in consumption experience. *Consumption Markets & Culture*, 15(3):261-286
- Croy, G. & Heitmann, S. (2011). Tourism and Film. In Robinson, P. et al. (eds), *Research Themes for Tourism*, 188-204
- Dale C. & Robinson N. (2011). Dark Tourism. In Robinson, P. et al. (eds), *Research Themes for Tourism*, CABI, pp. 206-217

- Farmaki, A. (2013). Dark tourism revisited: a supply/demand conceptualization. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 7 (3):281-292
- Fink, A. (1995). *How to ask survey questions*. London:Sage
- Frías, D. M., Rodríguez, M. A., & Castañeda, J. A. (2008). Internet vs. travel agencies on pre-visit destination image formation: An information processing view. *Tourism Management*, 29(1): 163-179.
- Gatewood, J.B & Cameron, C.M (2004). Battlefield pilgrims at Gettysbourg National Military park. *Ethnology*, 43(3):193-216
- Gold, J.R. and Gold, M.M. (2003). Representing Culloden: social memory, battlefield heritage and landscapes of regret. In S.P. Hanna and V.J. Del Casino, Jr., (eds.), *Mapping Tourism: representation, identity and intertextuality*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 108-31.
- Gold, J.R & Gold M.M (2007). The Graves of the Gallant Highlanders: Memory, Interpretation and Narratives of Culloden. *History and Memory*, 19 (1), 5-38. Indiana University Press
- Heitmann, S. (2011). Authenticity in Tourism. In Robinson, P. et al. (eds), *Research Themes for Tourism*, CABI, 45-48
- Hudson, S. & Ritchie, J.R.B. (2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12(3):256-268
- Hudson, S. & Wang Y., & Gil, S.M. (2011). The influence of a film on Destination Image and the Desire for Travel: a Cross-Cultural Comparison. *International Journal of tourism Reasearch*, 13:177-190
- Kim H, Richardson SL 2003. Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 216-237.
- Kim J. & Ahn K. & Song, C. (2017). Effects of media and destination image on the behavioral intention to visit Hwacheon Sancheoneo Ice Festival. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31(4):27-41
- Lennon J. & Foley M. (1996). Editorial: Heart of darkness :*International Journal of Heritage Studies* 2 (4) 195-197
- Lennon J. & Foley M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. London: Continuum.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61:275-301
- Macionis, N. (2007). *Film-Induced Tourism: The Role of Film as a Contributor to the Motivation to Travel to a Destination*. (Masters of Tourism Research, University of Canberra, Australia)
- Macionis, N. (2004) . Understanding the Film-Induced Tourist. In Frost, Warwick, Croy, Glen and Beeton, Sue (eds.), *International Tourism and Media Conference Proceedings*.

- 24th-26th November 2004. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University. 86-97.
- Macionis, N. & Sparks, B. (2009). Film – Induced Tourism: An Incidental Experience. *Tourism Review International*, Vol. 13: 93–101
- Martin-Jones, D. (2014). Film tourism as heritage tourism: Scotland, diaspora and the Da Vinci Code (2006). *New Review of Film and Television Studies*, 12(2):156-177.
- Miles W. F. S. (2002). Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (4):1175-1178.
- Moscardo, G. (1996). Mindful Visitors: Heritage and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (2):376-397
- Oliver, N. (2009). *A History of Scotland*. London: Weidenfeld & Nicolson
- Pittock, M. (2016). *Great Battles :Culloden*. Oxford University Press
- Pittock, M. (2020). What Happened at Culloden and What Happened Next. In: Berman, R. and Gibson, W. (eds.), *The Lantern of History: Essays in Honour of Jeremy Black*. Old Stables Press: Goring Heath, pp. 140-165
- Pollard, T. (2009). *The history and archaeology of the last clan battle*. Pen and Sword Military
- Riley, R., & Van Doren, C. S. (1992). Movies of tourism promotion: A “pull” factor in a “push” location. *Tourism Management*, 13(3): 267-274.
- Seaton, A.V.(1996). Guided By the Dark :From Thanatopsis to Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, Vol.2, No.4, pp 234-244
- Sharpley, R. (2005). Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of Dark Tourism. In C. Ryan, et al. (eds.), *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*, Oxford: Elsevier, 217-228
- Sharpley, R., & Stone P (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2): 574–595
- Sharpley, R., & Stone, P. R. (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Channel view publications.
- Southall, C. & Robinson P. (2011). Heritage Tourism. In Robinson P. et al., *Research Themes for tourism*, Cabi, 176-187
- Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2):145-160.
- Yusifov, S. (2014). *Heritage Tourism*. Germany:Lambert
- White, L. & Frew, E. (2013). *Dark Tourism and Place Identity. Managing and interpreting dark places*. London: Routledge

Ηλεκτρονικές πηγές

Araujo A.F & Costa C. (2015). Films impact on travel decisions and intensions: a systematic review. Conference paper: *Contemporary Perspectives in Tourism and Hospitality Research*. Eastbourne. Διαθέσιμο στο: <https://www.researchgate.net/publication/303702846> (Προσπελάστηκε στις 25/11/20)

Skinner, J. & Theodossopoulos, D. (eds)(2011). Great expectations: Imagination in Tourism, *New Directions in Anthropology*. Vol 34. New York: Berghahn Books. Διαθέσιμο στο: <https://www.berghahnbooks.com> (Προσπελάστηκε στις 5/3/2021)

Dark tourism. Διαθέσιμο στο <https://www.dark-tourism.com> (Προσπελάστηκε στις 20/10/20)

Glen, L. (December 19, 2018) Harry Potter works his magic as visit numbers increase tenfold to Glenfinnan. *The Press and Journal*. Διαθέσιμο στο: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/highlands/1636072/harry-potter-works-his-magic-as-visitor-numbers-increase-tenfold-to-glenfinnan/> (Προσπελάστηκε στις 13/11/20)

Inventory of Historic Battlefields - Battle of Culloden. Historic Scotland. Διαθέσιμο στο: http://data.historicscotland.gov.uk/data/docs/battlefields/culloden_designation.pdf (Προσπελάστηκε στις 20/11/20)

Visit Scotland. Insight Department: The Outlander Effect and Tourism. Report. March 2019. Διαθέσιμο στο: <http://visitscotland.org>. (Προσπελάστηκε στις 20/10/20).

Visit Scotland. Film and TV locations. Διαθέσιμο στο: <https://www.visitscotland.com/see-do/attractions/tv-film>. (Προσπελάστηκε στις 30/10/20)

Visit Britain. 2018. Film and TV locations as a driver of tourism. Διαθέσιμο στο : (Προσπελάστηκε στις 28/10/20)

Memorial and Museum Auschwitz Birkenau. 2020. Διαθέσιμο στο: <http://auschwitz.org/en/visiting/attendance/> (Προσπελάστηκε στις 26/10/20)

Mitra, M. (2019). Pop Culture is changing the tourism industry – the proof is in Chernobyl. *CNBC*. Διαθέσιμο στο: <https://cnbc.com>. (Προσπελάστηκε στις 1/11/20)

National Trust of Scotland. Διαθέσιμο στο: <http://nts.org.uk> (Προσπελάστηκε στις 25/10/20)

Pfeifer T, Savage P, Robinson B (2009). Managing the Culloden battlefield invisible mobile guidance experience. In: Proceedings of the 6th international workshop on Managing ubiquitous communications and services (MUCS '09), Barcelona, 2009. ACM,

New York p 51 ,(PDF) *Situating Cultural Technologies Outdoors: Empathy in the Design of Mobile Interpretation of Rock Art in Rural Britain*. Διαθέσιμο στο: https://www.researchgate.net/publication/299670481_Situating_Cultural_Technologies_Outdoors_Empathy_in_the_Design_of_Mobile_Interpretation_of_Rock_Art_in_Rural_Britain (Προσπελάστηκε στις 26/10/20)

Robinson, N. (2015). *Dark Tourism Motivations: An investigation into the motivations of visitors to sites associated with dark tourism*. Phd. Salford Business School College of Business and Law University of Salford, Salford, UK. Διαθέσιμο στο :<http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/36776/5/dark%20tourism.pdf> (Προσπελάστηκε στις 2/12/20)

Smith, K. (2019). Wallace Monument Marks It's 150th Anniversary. *Scottish Field*. (11 September 2019). Διαθέσιμο στο :<https://www.scottishfield.co.uk/travel/scotland-travel/wallace-monument-marks-its-150th-anniversary/>

The Highland Council. Construction set to begin on Glenfinnan Car Park to enhance the visitor experience for tourists and Harry Potter Fans. (August 21, 2020). Διαθέσιμο στο:https://www.highland.gov.uk/news/article/12757/construction_set_to_begin_on_glenfinnan_car_park_to_enhance_the_visitor_experience_for_tourists_and_harry_potter_fans (Προσπελάστηκε στις 13/11/20)

Unesco. 2021. Διαθέσιμο στο:<https://whc.unesco.org/en/list/31/> (25/5/2021)

Yuill, S.M. (2003). *Dark Tourism: Understanding Visitors Motivation at Sites of Death and Disaster*, Master of Science, Texas A&M University. Διαθέσιμο στο :<https://core.ac.uk/download/pdf/147122606.pdf>. (Προσπελάστηκε στις 2/12/20)κ

Πασαμήτρος, Ν. (2019). Βαλκανική Σκοτεινή πολιτιστική κληρονομιά. *Huffpost*. Διαθέσιμο στο : https://www.huffingtonpost.gr/entry/skoteine-valkanike-politistike-kleronomia_gr_5c4b640ce4b0e5ee2602c24d (26/4/21)

