

Attitudini da antiturista fra i villeggianti scandinavi nel Mediterraneo

di JENS KRISTIAN STEEN JACOBSEN*

1. Introduzione

Il fenomeno delle persone in vacanza che vogliono distinguersi dai compagni di viaggio è molto discusso, sia nella letteratura sul turismo sia nei vari quotidiani. Diversi autori hanno affrontato l'antiturismo, un fenomeno largamente considerato nella ricerca sul turismo (cfr. Aubert, 1965; Culler, 1981; Fussell, 1982; Bruckner & Finkielkraut, 1979; Buzard, 1993). È risultato, inoltre, che un comportamento da antiturista è caratteristico di una proporzione considerevole di viaggiatori che hanno tempo a disposizione (Bruckner & Finkielkraut, 1979).

L'antiturismo, come caratteristica di un ruolo relativo al viaggio, nasce dalla critica ai turisti singoli ed ai viaggi di gruppo. Gli "antituristi" sono scrittori di viaggio, viaggiatori o turisti che non amano essere visti come turisti "tipici", o "normali", e cercano di distinguersi dal ruolo di turisti. Una delle ragioni per la forte condanna del turismo fra gli antituristi è la paura di essere considerati come "turisti normali" (cfr. Culler, 1981; Bruckner & Finkielkraut, 1979). L'antiturismo sembra essere collegato a gerarchie entro il turismo. Queste gerarchie non sono fisse, ma applicate dalle persone che desiderano distaccarsi da coloro che vogliono evitare o condannare (Taylor, 1994:7); tuttavia, ogni turista, che condanna i compagni di viaggio, non è necessariamente un antiturista nel senso stretto della parola, per esempio, Culler (1981) mette in rilievo che tutti i turisti possono trovare qualcuno più turista di loro.

* Istituto dei Trasporti Economici. Centro Norvegese per la ricerca sul Trasporto.

In senso sociologico, l'antiturismo può essere interpretato sia come un comportamento sia come una pratica di viaggio. Tale comportamento sembra essere particolarmente importante quando gli antituristi visitano luoghi che sono visitati anche da una quantità notevole di compagni di viaggio. La pratica dell'antiturismo sembra implicare un interesse per destinazioni eccentriche e fuori stagione, che riduce l'importanza di una presuntuosa distanza culturale. L'antiturismo sembra contenere un elemento di nostalgia, una supposizione che i veri viaggi hanno avuto luogo solo in passato, o con le prime tecnologie di viaggio, inoltre, il comportamento da antiturista sembra essere in relazione con l'essere giovane e educato. In un libro caratterizzato da un comportamento da antiturista, Fussell (1980:vii) suggerisce che gli scrittori di viaggi, nel periodo anteriore al turismo, erano "giovani, intelligenti e letterati".

Una delle origini dell'antiturismo è l'idea che l'esperienza dei luoghi in gruppi di viaggio e nei viaggi organizzati, in genere, sia superficiale. Sembra che gli antituristi credano che la possibilità di avere un'esperienza tipica ed autentica dipenda dal numero di turisti presenti nell'area. Una certa quantità di viaggiatori con tempo a disposizione sono influenzati anche dai libri di viaggio e dal loro frequente comportamento eroico a viaggiare. Fussell (1980:208) suggerisce che un moderno libro di viaggio, in larga parte, potrebbe essere descritto come un "mito dell'eroe". Molti turisti sembrano sognare luoghi estranei, come arene per azioni eroiche. La distanza culturale di ruolo, nell'immagine di antiturismo, forse, può essere interpretata anche come una risposta alle difficoltà di essere un eroe nell'era del viaggio popolare, quando ci si mette in coda al controllo passaporti, alla consegna dei bagagli, nei ristoranti stranieri e nelle attrazioni turistiche popolari.

Alcuni autori distinguono il turista dal viaggiatore, due ruoli diversi attinenti al turista. Secondo Pearce (1982:32), un viaggiatore si distingue dal turista attraverso la prova del cibo locale e con l'esplorazione, in veste privata, di nuovi luoghi. L'idea del viaggiatore è anche utilizzata da quelle persone desiderose di distinguersi da quello che è considerato essere il ruolo del turista "tradizionale", il non-eroe, che partecipa ad un viaggio di gruppo o ad un viaggio completamente organizzato. In contrasto con quanto caratterizza il viaggiatore, il ruolo del turista tradizionale e le varie istituzioni turistiche all'interno del viaggio organizzato sembrano fornire una protezione contro le esperienze in luoghi stranieri e l'accettazione del non-coinvolgimento nelle culture locali.

Perché è interessante indagare l'antiturismo ed la tipologia del viaggiatore? Secondo Cohen (1984:376), uno degli scopi principali della ricerca,

nella sociologia del turismo, è la comprensione del turista. L'individuazione di una tipologia assume un carattere centrale nello sviluppo della "sociologia del turismo", in quanto consente d'individuare dei "tipi ideali" che hanno una forte valenza euristica.

Questo contributo cerca d'individuare quelle prospettive che sono assunte come centrali nella realizzazione del comportamento di vacanza, utilizzando un approccio empirico, in particolare per la comprensione dei viaggi organizzati (cfr. Cohen 1979a:32; Gottlieb 1982:166-168; Pearce 1982:123; Graburn 1983).

2. L'indagine ed il questionario

L'indagine doveva esplorare empiricamente la possibile esistenza di anti-turisti e il comportamento dei viaggiatori che partecipavano a viaggi organizzati o semi-organizzati. È ragionevole supporre che il comportamento da antiturista è particolarmente forte e più diffuso fra quelli che viaggiano verso destinazioni del Mediterraneo con voli di linea o con altri mezzi di trasporto.

Vi sono varie maniere per valutare un comportamento da antiturista. Uno dei metodi utilizzati in quest'indagine era quello di chiedere alle persone in vacanza come avrebbero descritto un turista, questa era una domanda iniziale e finale, utilizzata come una specie di tecnica proiettiva, per tentare di scoprire il comportamento dei rispondenti nei confronti del turista.

Ulteriori aspetti, che potevano indicare il comportamento dei viaggiatori erano l'interesse verso il cibo nuovo o poco conosciuto e l'interesse nel visitare luoghi insoliti di propria scelta (cfr. Pearce, 1982:32). Per valutare questi aspetti, il proposito dell'indagine ci portava agli intuiti di Zuckermann (1979). Una domanda era riferita alla preferenza per i cibi nuovi o per quelli conosciuti, un'altra domanda si riferiva all'indipendenza personale nei luoghi nuovi, chiedendo agli intervistati se avrebbero preferito trovare il loro percorso da soli, senza una guida, pur rischiando di perdersi. Si domandava, inoltre, quanto fosse importante per loro fare esperienze con i locali greci/spagnoli/turchi. Di conseguenza, veniva loro chiesto cosa avrebbero fatto se avessero sperimentato, nella loro destinazione, qualcosa di completamente e tipicamente nazionale e/o locale.

Altri aspetti del ruolo del turista, connessi al questionario, sono derivati parzialmente da interviste personali alle persone in vacanza nel Mediterraneo, l'anno precedente all'effettuazione dell'indagine e parzialmente da ricerche

precedenti (Aubert, 1965; Cohen, 1974, 1979b; Bruckner & Finkelkraut, 1979). Altre parti del questionario e dell'indagine erano fondate o influenzate dai lavori di Mitchell (1983), Bourdieu (1984), Graburn (1977), Crompton (1979), Crandall (1980), Dann (1981), Krippendorf (1984), Opaschowski (1977), Stallybrass & White (1986).

I dati utilizzati in questo documento sono derivati da un'indagine pilota, condotta su voli charter, selezionati da sei aeroporti, in tre paesi, nella stagione estiva 1989. A tutti i passeggeri adulti (di età superiore a 14 anni), imbarcati sui voli selezionati, fu chiesto di rispondere al questionario. I questionari furono distribuiti e raccolti dall'equipaggio. L'indagine fu condotta con la collaborazione di due *tour operator*, uno di "flussi principali" ed uno "non convenzionale", con un'immagine da antiturista. L'operatore turistico dei flussi principali poteva anche caratterizzarsi come fascia alta di mercato, ma l'operatore non convenzionale doveva avere una fascia più bassa del livello di prezzo medio.

La dimensione effettiva del campione era di 1502. Circa 50 questionari furono incompleti e, quindi, non considerati. Si è ritenuto che, sulla base di osservazioni a bordo di alcuni voli, molti dei questionari fossero stati compilati da coppie o famiglie, rendendo difficile calcolare il valore esatto della risposta. Il valore della risposta si aggira fra il 60% e il 70%, calcolato sulla base di un numero stimato di partenze di viaggi sui voli.

Lo studio considerava che, i passeggeri sui voli selezionati erano, in un certo modo, rappresentativi dei turisti Norvegesi, che si recano nelle destinazioni del Mediterraneo in voga con voli charter. La metà di coloro che risposero ritornarono nella terza settimana di luglio o nella prima settimana di agosto, su voli che coprono la stagione di vacanze estive principale della maggior parte dei norvegesi. Anche se il valore della risposta è abbastanza alto, l'indagine non offre un quadro esatto dei turisti norvegesi in queste aree. Sia la procedura di campionamento sia l'obiettivo del questionario impongono alcune precauzioni nell'interpretazione dei risultati.

I dati dell'indagine sono stati, in qualche modo, integrati con quelli delle indagini delle vacanze nazionali norvegesi (Haukeland, Nyomen, Rideng, 1991). La ricerca nazionale mostra la quantità di turismo che utilizza voli charter per i paesi del Mediterraneo. Nel 1991, il 79% dei norvegesi che andarono in Grecia, Spagna o Turchia, per trascorrere le vacanze estive, acquistarono un viaggio charter o qualche altro viaggio organizzato. Si dovrebbe aggiungere che, sebbene il "viaggio charter" non chiarisca, in modo particolare, il concetto di vacanza, in quanto focalizza solo il mezzo di trasporto, esso sarà ancora utilizzato in questo documento. I primi viaggi charter nel

Mediterraneo furono spesso dei viaggi di gruppo, ma oggi la maggior parte di questi viaggi sono del tutto individuali o semi-organizzati. Una proporzione considerevole di questi turisti usufruisce dei servizi dell'operatore turistico solo per andare e venire dall'aeroporto.

Il 65% degli intervistati trascorse due settimane nella propria destinazione, il 33% fece un viaggio di una settimana, mentre il rimanente 2% rimase tre o quattro settimane. Il 58% di coloro che risposero erano donne, rispecchiando l'attuale maggioranza femminile in detti viaggi. L'età degli intervistati era compresa fra i 15 e i 79 anni, avendo come media 34 anni di età. Il loro livello di reddito era considerevolmente più alto della media norvegese. Fra quelli che lavoravano, il 60% era impiegato nel settore privato dell'economia. Il 35% di coloro che risposero aveva un'istruzione superiore, mentre il 15% seguiva ancora la scuola o l'università. Come dato di comparazione, dovrebbe essere evidenziato che il 37% dei norvegesi che andarono in Grecia, Spagna o Turchia, nei loro viaggi di vacanza estivi più lunghi del 1991, avevano un'istruzione superiore.

Secondo l'indagine nazionale sulle vacanze dei norvegesi, non c'erano differenze, nel livello d'istruzione, fra le persone in vacanza che andarono in questi tre paesi del Mediterraneo con un volo charter e quelle che scelsero altre alternative di viaggio più individuali.

Dovrebbero essere, inoltre, menzionate alcune ulteriori caratteristiche degli intervistati: il 70% visitava la propria destinazione per la prima volta, il 23% effettuava il suo primo viaggio di vacanza nel Mediterraneo, il 34% di coloro che risposero avevano avuto, l'anno precedente, una vacanza estiva nel Mediterraneo, o in Portogallo. La metà delle persone in vacanza trascorse la maggior parte del tempo facendo escursioni. Il 44% noleggiò un veicolo. Il 57% era al primo viaggio con l'attuale operatore turistico. Il 53% partecipava ad una combinazione offerta dal tour operator.

3. La valutazione di antiturismo come distanza culturale di ruolo.

È stato chiesto alle persone che andavano in vacanza come avrebbero descritto un turista; come già detto, questa era una domanda iniziale e finale, dove le risposte erano inserite in tre categorie differenti: una descrizione positiva, una neutrale ed una negativa. Quelli che descrivevano il turista in termini negativi erano considerati definitivamente antituristiche, in quanto tentavano di distanziarsi dal ruolo di turista.

Tabella 1. Comprensione del ruolo del turista, visitatori del Mediterraneo nell'estate 1989, per destinazione (%)

	Negativo	Neutrale	Positivo	Totale
Majorca	7	86	8	100
Almeria	14	77	9	100
Turchia	8	82	11	100
Sporadi	11	78	11	100
Kios	20	73	7	100
Totale	10	81	9	100
N.	136	1.050	119	1.305

Come si vede nella tabella 1, non c'è una proporzione maggioritaria di antituristi fra quelli che viaggiano nel Mediterraneo con voli charter. Il 10% degli intervistati ha dato una descrizione negativa del turista, il 9% positiva, mentre l'81% neutrale e la più grande proporzione di antituristi è stata trovata nelle destinazioni non convenzionali in Grecia. La quantità di antiturismo, misurata come un'impressione negativa verso il ruolo del turista, era allo stesso livello sia in Turchia sia a Majorca, inoltre, va sottolineato che, all'interno di Maiorca, ci sono differenze significative.

Il comportamento da antiturista varia, non solo a seconda della destinazione, ma anche in funzione dei tour operator; generalmente, gli antituristi preferiscono quelli con un'immagine non convenzionale.

In Turchia, l'indagine fu effettuata fra persone che viaggiavano, più o meno verso le stesse destinazioni, con due tour operator differenti. Gli antituristi erano il doppio fra i clienti degli operatori non convenzionali (11%) rispetto a quelli che viaggiavano con gli operatori turistici tradizionali (6%) verso le destinazioni turche, erano meno degli altri intervistati e hanno viaggiato più volte con il tour operator attuale.

La maggior parte degli antituristi tendono a non tornare. Gli antituristi tornano nelle stesse destinazioni, meno di quanto facciano altri, ma, nello stesso tempo, esprimono un maggior interesse, rispetto alla media, a tornare nella stessa area o paese. Gli antituristi "abitudinari" preferiscono, per lo più, le isole greche.

L'antiturismo, in questo senso estremo, all'interno del turismo via charter nel Mediterraneo, sembra essere un fenomeno prevalentemente giovane, poiché: il 73% degli antituristi del campione ha meno di 35 anni, l'età media è 29 anni e la maggior parte non è ancora sposata o non ha ancora stabilito una

coabitazione permanente con un'altra persona. Un terzo degli antituristi ha bambini e il 28% è sposato. Essi hanno un'istruzione superiore rispetto alla media dei turisti da charter e fra essi ci sono più studenti che nella media. Il 54% degli antituristi ha un'istruzione superiore o sta per conseguirla, mentre un altro 10% frequenta ancora la scuola. Più degli altri, preferiscono viaggiare in periodi al di fuori dell'alta stagione ed organizzare le proprie escursioni autonomamente, ma mostrano meno interesse di altri a programmare la propria vacanza in anticipo. Una vasta proporzione, rispetto alla media, ha noleggiato un veicolo, in particolare, biciclette e motorini/motociclette. Gli antituristi hanno, anche, un'impressione negativa delle feste organizzate dall'operatore di viaggio, infatti, partecipano, in misura inferiore rispetto agli altri, alle proposte organizzate da questi. In Spagna questa festa è solitamente un barbecue, chiamato dagli scandinavi "festa del maiale", mentre in Grecia è chiamata "festa del villaggio". Essi trascorrono sulla spiaggia, o in piscina, un po' più del tempo medio.

Fu inoltre domandato, cosa avrebbero fatto se avessero sperimentato qualcosa di completamente e tipicamente greco/spagnolo/turco. Gli antituristi, più di altri, gradirebbero andare su una spiaggia per sperimentare qualcosa di completamente e tipicamente locale, ma vorrebbero anche visitare luoghi del posto, dove ci sono pochi turisti, fuori dei tracciati convenzionali. Circa un quarto di essi vuole provare lo "spirito del luogo", osservando la vita della strada. Gli antituristi, più di altri, hanno un'immagine negativa dei ristoranti locali e comprano pochi souvenirs "tradizionali", durante i loro viaggi. Molti, portano a casa solo la quantità di vino, alcool e sigarette esente da tasse, ma c'è anche una maggioranza che, durante il viaggio, compra vestiti, scarpe, gioielli, ecc. ma anche un bagaglio culturale e ammettono che i loro viaggi nel Mediterraneo hanno influenzato il loro gusto, soprattutto per quanto concerne le abitudini culinarie e la decorazione della casa; tre su cinque di essi raccontano che i loro viaggi nel Mediterraneo hanno influenzato il loro gusto nella vita di tutti i giorni in Norvegia.

Quest'indagine mostra che quelli che hanno una normativa o una descrizione valutativa del turista, più di quelli che hanno una descrizione neutrale del turista, hanno anche delle opinioni radicate sul perché essi sono andati, nel viaggio attuale, verso una destinazione del Mediterraneo.

Gli antituristi vanno all'estero più spesso della media: circa la metà di essi ha prenotato, o programmato, un'altra vacanza all'estero nello stesso anno, un decimo degli antituristi ha fatto tre o più vacanze all'estero nell'anno in cui fu condotta l'indagine. In quantità inferiore alla media, essi raccontano di procurarsi le idee per il viaggio attraverso fonti commerciali, come opuscoli

e cataloghi, in quanto le ritengono più affidabili delle informazioni sulle riviste e i settimanali. Fra gli antituristi si riscontra una proporzione superiore alla media di persone che vivono ad Oslo, la capitale della Norvegia. Essi votano, più degli altri, per il partito socialista, quello liberale e quello dei conservatori, mentre sono inferiori alla media, quelli che votano per il partito laburista (socialdemocratico).

4. Il viaggiatore: indipendenza ed interesse nel cibo locale

Sono state incluse nell'indagine, delle domande che permettessero l'analisi del genere di turista che Pearce (1982:32) chiama "viaggiatore", spesso correlato ad alcune variazioni del tema di antiturismo. Le domande utilizzate per valutare il comportamento del viaggiatore conducono alle capacità di osservazione di Zuckermann (1979).

Il comportamento del "viaggiatore", misurato come interesse per la cultura locale, è maggiore nelle destinazioni turche e nella maggior parte delle isole greche non convenzionali investigate, mentre è inferiore nelle destinazioni tradizionali a Majorca. Il 21% delle persone che avevano risposto aveva trovato l'esperienza della Grecia/Spagna/Turchia molto importante, mentre un altro 40% l'aveva trovata abbastanza importante.

Si è rilevato che i "viaggiatori", generalmente, preferiscono essere indipendenti e trovare da soli il proprio percorso, anche se dovessero finire col perdersi. Il 63% degli intervistati preferiscono visitare luoghi poco conosciuti da soli, mentre il 37% preferisce una guida per visitare i luoghi inusuali. L'interesse per una guida è altissimo a Majorca e abbastanza alto in Turchia, che

Tabella 2. Comportamento verso l'uso di una guida di viaggio in luoghi poco conosciuti, per destinazione (%)

	Preferiscono una guida	Preferiscono essere indipendenti	Totale
Majorca	47	53	100
Almeria	36	64	100
Turchia	44	56	100
Sporadi	27	72	100
Kios	23	77	100
Totale	37	63	100
N.	536	912	1.448

Tabella 3. Comportamento verso l'uso di una guida di viaggio in luoghi poco conosciuti, per tipo di operatore turistico (%)

	Tradizionali	Non convenzionali	Tutti
Preferiscono una guida	47	28	37
Preferiscono essere indipendenti	53	72	63
Totale	100	100	100
N.	676	787	1.463

è risultato essere un paese poco conosciuto per la maggior parte degli intervistati.

La decisione di andare in luoghi poco conosciuti è correlata, anche, con la scelta dell'operatore di viaggio; mentre la metà dei clienti degli operatori turistici "tradizionali" preferisce una guida, solo un quarto dei clienti degli operatori "non convenzionali" la richiede.

Un'indagine nazionale sulle vacanze mostra che il 17% dei norvegesi in vacanza preferisce essere sempre accompagnato da una guida, quando si trova in un luogo poco conosciuto, mentre il 22% preferisce una guida. Il 29% delle persone in vacanza preferisce visitare autonomamente le città poco conosciute, anche se dovesse finire col perdersi (Haukeland, Nymoen, Rideng, 1991). In generale, il 45% dei norvegesi che va in vacanze estive organizzate in Grecia, Spagna e Turchia preferisce una guida durante il viaggio, mentre il 30% di quelli che viaggiano indipendentemente preferiscono una guida.

Secondo Pearce (1982:32), il viaggiatore si distingue dal turista provando la cucina locale. Due terzi degli intervistati, in questo campione di turisti norvegesi nell'area mediterranea, preferiscono provare un cibo nuovo quando mangiano fuori. L'interesse verso i cibi nuovi, o poco conosciuti, è più forte tra i turisti che visitano le piccole isole della Grecia piuttosto che tra i turisti che prediligono destinazioni di massa come Majorca (vd. Tabella 4).

Tabella 4. Comportamento verso cibi conosciuti e nuovi, per destinazione (%)

	Majorca	Almeria	Turchia	Sporadi	Kios	Tutte
Cibo conosciuto	47	12	31	27	17	33
Cibo nuovo	53	88	69	72	83	67
Totale	100	100	100	100	100	100
N.	509	50	290	406	195	1.450

Tabella 5. Comportamento verso cibi nuovi e conosciuti, per tipo di operatore turistico (%).

	Tradizionali	Non convenzionali	Tutti
Più conosciuto	43	24	33
Cibo nuovo	57	76	67
Totale	100	100	100
N.	683	784	1.467

In quest'area, ci sono delle differenze significative fra i clienti dei due operatori turistici. Quelli che viaggiano con gli operatori turistici "tradizionali", prediligono, molto più di quelli che scelgono gli operatori "non convenzionali", il cibo conosciuto (vd. tabella 5).

In generale, non ci sono differenze significative, per quel che riguarda l'interesse sul cibo nuovo, tra i turisti di charter intervistati nel 1989 ed altre persone norvegesi che andarono in vacanza individualmente in Grecia, Spagna o Turchia per le loro vacanze estive (1991). Come ulteriore comparazione, si potrebbe menzionare che il 22% dei turisti norvegesi dichiara di preferire sempre cibo conosciuto quando mangia fuori, mentre il 34% sceglie generalmente piatti sconosciuti (Haukeland, Nymoen, Rideng, 1991).

5. Discussione

Questo studio contribuisce alla sociologia del turismo impiegando un approccio empirico per la comprensione delle forme di viaggio, o dei generi di viaggio, precedentemente discussi negli studi teoretici. L'analisi conferma l'esistenza di "antituristi" e "viaggiatori".

Fussell (1980:vii) ha suggerito che coloro che fuggivano il "turismo" erano "giovani, intelligenti e letterati". Gli antituristi norvegesi di oggi, che giungono nel Mediterraneo, sono decisamente giovani (età media 29 anni). In misura più piccola, sembrano essere particolarmente intelligenti e letterati e hanno un'educazione superiore alla media.

Un numero significativo di turisti charter, che si dirigono verso le piccole isole greche, per esempio, sono interessati ad un'esperienza locale e, nello stesso tempo, desiderano una vacanza sulla spiaggia. L'antiturismo, nel Mediterraneo, rappresenta, solo parzialmente, degli interessi di viaggio culturali ed interpretativi. Nello stesso tempo, si verifica una crescita di uno stile di

viaggio più realistico e rilassato, con una preferenza per la partecipazione, ma senza essere il forte antiturista, o avere un ruolo culturalmente distante, e ricercare la “similitudine” con i locali, inoltre, quando gli antituristi e i viaggiatori, nel Mediterraneo, fanno nuove conoscenze è, per lo più, con soggetti in vacanza.

Sia gli antituristi sia i viaggiatori soddisfano spesso le loro aspirazioni interpretative della cultura locale osservando la vita di strada, frequentando i ristoranti, guardando le danze tipiche e ascoltando la musica locale, visitando i monumenti caratteristici, al fine di sperimentare ciò che è tipicamente locale. Sebbene alcuni turisti siano interessati ad incontrare persone del luogo, la maggioranza sembra essere soddisfatta da un’esperienza più distaccata dalle caratteristiche locali. Il gusto locale sembra essere più caratteristico in Grecia e in Turchia, piuttosto che nella maggior parte delle destinazioni a Majorca.

Gli antituristi, più delle altre persone in vacanza, ammettono che i loro viaggi nel Mediterraneo hanno influenzato il loro gusto, soprattutto le abitudini culinarie e la decorazione della casa. È stato dimostrato che tre antituristi su cinque dichiarano che i loro viaggi nel Mediterraneo hanno influenzato il loro gusto nella vita di ogni giorno. Questo sembra essere, in misura moderata, un parallelo con quello che Cohen (1979b:189) chiama il *modo sperimentale*, caratteristico del turista quale “ricercatore”, che sperimenta modi di vita alternativi.

È stato qui dimostrato che gli antituristi, più degli altri, hanno un’immagine negativa dei ristoranti locali, forse perché molti di questi ristoranti, spesso, preparano il cibo con un gusto medio, appositamente per il turista internazionale. Parecchi ristoranti sembrano adattarsi al concetto di “mettere in scena l’autenticità” (cfr. MacCannell 1976), con un proposito ed un menù che tenta di incontrare le aspettative del cliente, piuttosto che ispirarsi alle tradizioni ed alle specialità locali.

È forse sorprendente che la quantità di antiturismo, misurata come impressione negativa del ruolo di turista, era, all’incirca, allo stesso livello sia in Turchia sia a Majorca, ma questo potrebbe indicare che, quando si va verso luoghi non convenzionali o destinazioni particolari come la Turchia, non è così necessario distinguersi dal ruolo di turista.

Gli antituristi “non convenzionali”, rappresentati dagli scritti sui viaggi, sono, in qualche modo, considerati all’avanguardia, in quanto rappresentano la domanda iniziale necessaria per ulteriori sviluppi delle infrastrutture di viaggio, specificando, in questo modo, quelle risorse e quelle bellezze attrattive considerate necessarie per quelli che verranno dopo. Buzard (1993:94)

suggerisce che l'antiturista dice sempre "dopo di me il diluvio: tenete le paratoie d'inondazione chiuse, fino a che io abbia avuto la mia esperienza speciale e fatta la mia conoscenza senza pari". È anche noto, grazie alla letteratura sul turismo, che facilitando l'accesso ai visitatori, spesso, si rendono i luoghi meno unici e straordinari (cfr. Helms, 1988:60). Queste idee sono, in qualche modo, confermate dal fatto che la grande maggioranza di antituristi fu trovata nelle isole greche di Kios. Il primo volo charter internazionale arrivò a Kios nel 1988, l'anno precedente alla realizzazione di quest'indagine, questo significa che, all'epoca in cui fu realizzata l'indagine, Kios era ancora una destinazione "vergine", soddisfacendo in larga parte il desiderio di un viaggio non convenzionale.

6. Conclusioni

Questo studio ha dimostrato l'esistenza di antituristi e viaggiatori nel turismo da charter nel Mediterraneo. Alcune delle scoperte empiriche differiscono, parzialmente, dalle precedenti idee sull'antiturismo. Essere a conoscenza dell'esistenza di antituristi e viaggiatori, nei gruppi di vacanza nel Mediterraneo, non è solo interessante in sé, ma contribuisce anche alla scoperta dei diversi ruoli relativi ai viaggi ed all'aspetto tipologico del turismo internazionale. Mostrando l'esistenza di una variazione di comportamento nel ruolo del turista, l'analisi delucida ulteriormente alcuni problemi.

Lo studio ha mostrato che il comportamento da antiturista è particolarmente significativo nelle destinazioni non convenzionali e fra quelli che viaggiano con un operatore turistico con un'immagine non convenzionale. Fussell (1979:38) denota che è impossibile essere un antiturista oggi: "Noi siamo tutti turisti e non c'è scampo..."; ma, come si dimostra in questo studio, ci sono ancora persone che adottano il ruolo di antiturista e tale ruolo sembra essere importante per lo sviluppo futuro del turismo nel Mediterraneo (cfr. Feifer, 1985; Urry, 1990).

Il "viaggiatore", stabilito da un interesse per i cibi poco conosciuti, è più comune nelle piccole isole greche e meno nelle destinazioni di massa come Majorca, inoltre, non sembrano esserci differenze significative nell'interesse per i cibi nuovi tra i norvegesi che viaggiano con voli di linea e quelli che viaggiano con voli charter.

Una prima limitazione di questo studio è dovuta alle autovalutazioni riguardo all'interesse per il viaggio e al comportamento alla fine della vacanza,

un'altra è che le analisi coprono solo alcuni aspetti dei ruoli relativi al viaggio ma, malgrado questi problemi, l'approccio sembra essere utile e consente di comprendere meglio alcuni modelli interessanti, relativi ai concetti tecnici ed alle tipologie euristiche stabilite in questo campo.

In conclusione, il documento suggerisce un'alternativa, prospettiva empirica degli aspetti dei ruoli relativi al viaggio fra le persone in vacanza nel Mediterraneo, una prospettiva sia attinente sia piena di significato per gli studiosi, i consumatori e l'industria del turismo.

Bibliografia

- AUBERT VILHELM, 1965. *The Hidden Society*, New Brunswick; Transaction Books.
- BOURDIEU PIERRE, 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- BRUCKNER PASCAL & ALAIN FINKIELKRAUT, 1979. *Au coin de la rue, l'aventure*. Paris: Editions du Seuil.
- BUZARD JAMES, 1993. *The Beaten Track. European Tourism, Literature, and the Ways to Culture, 1800-1918*. Oxford: Clarendon Press.
- COHEN ERIK, 1974. Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification, in *Sociological Review*, Nov., pp. 527-555.
- COHEN ERIK, 1979a. Rethinking the Sociology of Tourism, in *Annals of Tourism Research* 6 (1), pp. 18-35.
- COHEN ERIK, 1979b. A Phenomenology of Tourist Experiences, in *Sociology* 13, pp. 179-201.
- COHEN ERIK, 1984. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings, in *Annual Review of Sociology* 10, pp. 373-392.
- CRANDALL RICK, 1980. Motivations for Leisure, in *Journal of Leisure Research* 12 (1), pp. 45-54.
- CROMPTON JOHN L., 1981. Dimensions of the Social Group in Pleasure Vacations, in *Annals of Tourism Research* 8 (4), pp. 550-568.
- CULLER JONATHAN, 1981. Semiotics of Tourism, in *American Journal of Semiotics* 1 (1-2), pp. 127-140.
- DANN GRAHAM M.S., 1981. Tourist Motivation. An Appraisal, in *Annals of Tourism Research* 8 (2), pp. 187-219.
- FEIFER MAXINE, 1985. *Going Places*. London, Macmillan.
- FUSSELL PAUL, 1979. The stationary tourist, in *Harper's April*, pp. 31-38.
- FUSSELL PAUL, 1982. *Abroad. British Literary Traveling Between the Wars*. Oxford, Oxford University press.
- GOTTLIEB ALMA, 1982. *Americans' vacations*, in *Annals of Tourism Research* 9, pp. 165-187.

- GRABURN NELSON H.H., 1977. *Tourism: The Sacred Journey*, in Valene L., Smith (ed.) *Hosts and Guests*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- GRABURN, NELSON H.H., 1983. *To Pray, Play and Pay. The Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism*. Aix-en-Provence. Centre des Hautes Etudes Touristiques.
- HAUKALAND JAN VIDAR, MAGNE NYMOEN, ARNE RIDENG, 1991. *Ferieundersokelsen 1991 (Holiday Survey, 1991)*. Oslo. Institute of Transport Economics, Norwegian Centre for Transport Research, report n. 105/91.
- HELMS MARY W., 1988. *Ulysses' Sail*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- KRIPPENDORF JOST, 1984. *Die Ferienmenschen*. Zurich. Orell Fussli.
- MACCANNELL DEAN, 1976. *The tourist-A New Theory of the Leisure Class*. New York. Schocken Books.
- MITCHELL ARNOLD, 1983. *The Nine American Lifestyles*. New York, Warner Books.
- OPASCHOWSKI, HORST W., 1983. *Arbeit. Freizeit. Lebenssinn?* Opladen. Leske und Budrich.
- PEARCE PHILIP L., 1982. *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Sydney, Pergamon Press.
- STALLYBRASS PETER & ALLON WHITE, 1986. *The Politics and Poetics of Transgression*. London, Methuen.
- TAYLOR JOHN, 1994. *A Dream of England. Landscape, photography and the tourist's imagination*. Manchester, Manchester University Press.
- URRY JOHN, 1990. *The Tourist Gaze*. London, Sage Publications.
- ZUCKERMAN MARVIN, 1979. *Sensation seeking, beyond the optimal level of arousal*. New York, Erlbaum.