



Διερεύνηση της ανάμειξης με την αναρρίχηση, της προσκόλλησης με τον προορισμό και της αφοσίωσης στα μετέωρα ως επώνυμου προορισμού αθλητισμού αναψυχής

Καραγιώργος Ιωάννης¹, Κουθούρης Χαρίλαος² και Αλεξανδρής Κωνσταντίνος³

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Δ.Π.Θ1., Π.Θ2. & Α.Π.Θ3.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας, ήταν να διερευνηθεί ο βαθμός ανάμειξης των αναρριχητών με τη δράση της αναρρίχησης και η προσκόλληση στα Μετέωρα ως επώνυμο προορισμό, καθώς και πως αυτές οι δυο έννοιες συντελούν στην αφοσίωση στο συγκεκριμένο προορισμό. Επιμέρους στόχος, ήταν η διερεύνηση του προφίλ και των δημογραφικών χαρακτηριστικών των αναρριχητών του προορισμού. Δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν εκατό δέκα έξι Έλληνες αναρριχητές, άνδρες και γυναίκες, με μέσο όρο ηλικίας τα 33,5 έτη. Για την αξιολόγηση των μεταβλητών χρησιμοποιήθηκαν οι κλίμακες α) της ανάμειξης με την αναρρίχηση των Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2004a), β) της προσκόλλησης με τον προορισμό των Kyle, Bricker, Graefe & Wickham (2004), γ) της αφοσίωσης στον προορισμό των Filo, Funk & Alexandris (2008), προσαρμοσμένες στις ανάγκες της έρευνας και την επωνυμία Μετέωρα. Από τα αποτελέσματα αναδείχθηκε η θετική συσχέτιση της ανάμειξης με την προσκόλληση, ωστόσο η προσκόλληση παρουσίασε υψηλότερη συσχέτιση με την έννοια της αφοσίωσης από ότι με την ανάμειξη. Προτείνεται όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς, κρατικοί και ιδιωτικοί, να λάβουν σοβαρά υπόψη την ιστορία, την αξία, τη δυναμική και τη σπουδαιότητα του προορισμού των Μετεώρων, ως μοναδικού προορισμού με δυνατότητες ανάπτυξης πολιτιστικού, θρησκευτικού και αθλητικού τουρισμού, αντίξιο της επωνυμίας του.

Λέξεις κλειδιά: ανάμειξη, προσκόλληση, αφοσίωση, αναρρίχηση, Μετέωρα

Εισαγωγή

Η αυξανόμενη συμμετοχή ατόμων σε αθλήματα αναψυχής δημιούργησε δεσμούς με το φυσικό περιβάλλον και ενίσχυσε την ανάπτυξη συγκεκριμένων περιοχών δράσης των αθλημάτων αυτών. Οι χώροι αυτοί ενδείκνυται για δραστηριοποίηση και συμμετοχή σε ακραία αθλήματα λόγω της γεωμορφολογίας και των ιδανικών συνθηκών. Παραδείγματα αποτελούν οι περιοχές των Άλπεων για ορειβασία και χιονοδρομία, το Yosemite National Park για αναρρίχηση, η Gold Coast Australia για surf. Το ίδιο φαινόμενο ανάπτυξης περιοχών για συγκεκριμένες δραστηριότητες παρατηρείται και στην Ελλάδα, με κύριο παράδειγμα τα Μετέωρα για αναρρίχηση, τον Όλυμπο για πεζοπορία, τη Λευκάδα και τη Λήμνο για windsurf. Κοινός παρονομαστής για τους συμμετέχοντες αποτελεί η πρόθεση για επανάληψη της δραστηριότητας στο συγκεκριμένο τόπο ως απόρροια της συναισθηματικής προσκόλλησης που αναπτύσσει το άτομο για τον τόπο αυτό. Σε αυτό συντελεί το γεγονός της ιδιαιτερότητάς της κάθε περιοχής, καθώς και η ένταση που βιώνει το άτομο από την ανάμειξή του σε τέτοιου είδους δράσεις.

Η ανάμειξη με μία αθλητική δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα σε έναν τόπο αλλά και η συναισθηματική σχέση που αναπτύσσει το άτομο με τον τόπο δράσης αποτελεί ένα σημαντικό θέμα στην βιβλιογραφία του μάρκετινγκ, αφού η αντίληψη για την ανάμειξη και την προσκόλληση με τον προορισμό σχετίζονται άμεσα μεταξύ τους ενώ αρκετοί ερευνητές στον τομέα του αθλητικού μάρκετινγκ έστρεψαν το ενδιαφέρον τους στη μελέτη των εννοιών της ανάμειξης με μια δραστηριότητα, της προσκόλλησης με έναν προορισμό και της αφοσίωσης σε αυτόν (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Filo, Funk & Alexandris, 2008; Kyle, Bricker et al., 2004; Kyle, Graefe et al., 2003, 2004a).

Η αναρρίχηση σε βράχο αποτελεί μια υπαίθρια δραστηριότητα που σχετίζεται με την έννοια της περιπέτειας και χαρακτηρίζεται σε κάποιες περιπτώσεις κάτω από ιδιαίτερες συνθήκες (καιρικές, κούρασης, βαθμού δυσκολίας κλπ) ως ακραία δραστηριότητα (Κουθούρης 2009).

Η σημασία των αποτελεσμάτων της έρευνας στοχεύει στην αξιοποίηση των Μετεώρων ως τόπο δραστηριοτήτων αναψυχής και αθλητικών γεγονότων, στην ενίσχυση της επισκεψιμότητας και της ανάπτυξης του τοπικού τουρισμού. Ακόμη η έρευνα θα συνδράμει στην ταξινόμηση των αναρριχητών σε ομάδες ως προς το επίπεδο ανάμειξης με τη δραστηριότητα της αναρρίχησης και ως προς το επίπεδο προσκόλλησης με τον προορισμό. Επίσης θα διερευνηθεί πως οι παραπάνω έννοιες συντελούν στην συμπεριφορά για περαιτέρω αφοσίωση με τον προορισμό Μετέωρα. Η έλλειψη τέτοιων ερευνών στην Ελλάδα, και συγκεκριμένα για τα Μετέωρα, αναδεικνύει τη σημασία μιας τέτοιας προσπάθειας, διότι: α) τα αποτελέσματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, ιδιωτικούς και κρατικούς, για τη δημιουργία κατάλληλων στρατηγικών προσέλκυσης και διατήρησης των συμμετεχόντων σε δράσεις αναψυχής β) θα βοηθήσει στη διερεύνηση παραμέτρων όπως τα δημογραφικά χαρακτηριστικά έχοντας μια συνολική εικόνα του προφίλ των αναρριχητών γ) θα συμβάλει στην ανάπτυξη τομέων όπως η συντήρηση παλαιών αναρριχητικών διαδρομών, αλλά και το άνοιγμα νέων δ) θα δώσει το έναυσμα για μελλοντικές έρευνες σε άλλους αναρριχητικούς προορισμούς και τη διερεύνηση παραμέτρων σχετικών με τις δράσεις ε) θα συναινέσει στη διαμόρφωση και εδραίωση οργάνων μέτρησης που μπορούν οι εκάστοτε φορείς να χρησιμοποιήσουν για ανάπτυξη νέων δράσεων στην περιοχή των Μετεώρων με σκοπό την ενίσχυση της επωνυμίας του τόπου ως έναν ιδιαίτερο τουριστικό προορισμό για Έλληνες και ξένους επισκέπτες.

Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Προσκόλληση με τον προορισμό

Στον τομέα της αναψυχής έρευνες υποστηρίζουν ότι οι συμμετέχοντες σε υπαίθριες δράσεις μπορούν να αναπτύξουν συναισθηματική σχέση με έναν συγκεκριμένο τόπο, και αυτό οφείλεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου, την ιστορία και την επωνυμία του (Alexandris et al., 2006; Kyle, Absher & Graefe, 2003; Kyle, Bricker et al., 2004). Η προσκόλληση στον προορισμό είναι μια έννοια που έχει σκοπό να περιγράψει και να εκτιμήσει την συναισθηματική σχέση που αναπτύσσει ένα άτομο για ένα επώνυμο προορισμό (Kyle, Absher et al., 2003; Kyle, Bricker et al., 2004; Kyle, Graefe et al., 2004a, b). Σε έρευνα που διεξήχθη στο πεδίο της αναψυχής οι Moore & Graefe (1994) χρησιμοποίησαν το μοντέλο των δύο διαστάσεων, «εξάρτηση με τον προορισμό» και «ταύτιση με τον προορισμό», σε ένα δείγμα 2151 επισκεπτών σε τρία μονοπάτια αναψυχής πολλαπλών χρήσεων για να μελετήσουν τον βαθμό που ένα άτομο ταυτίζεται με ένα φυσικό περιβάλλον. Τα αποτελέσματα της έρευνας αποδεικνύουν ότι η έννοια της προσκόλλησης έχει δυο διαστάσεις, την εξάρτηση με τον προορισμό δηλαδή την σημασία ενός τόπου που χρησιμοποιεί ο επισκέπτης για την υπαίθρια δράση του και την ταύτιση με τον προορισμό, την αξία που δίνει ο επισκέπτης για συναισθηματικούς λόγους. Η ερμηνεία αυτή υποδεικνύει ότι το επίπεδο της εξάρτησης με τον προορισμό καθορίζεται από την πρόσβαση στην περιοχής δράσης σε σχέση με τον τόπο διαμονής των επισκεπτών και της συχνότητας συμμετοχής στην δράση. Η ταύτιση με τον προορισμό από την άλλη καθορίζεται από το βαθμό επαφής με τα συγκεκριμένα μονοπάτια, στη σημασία που αποδίδουν στην δραστηριότητα και το επίπεδο της εξάρτησης που έχουν δημιουργήσει. Παρατηρούμε ότι οι δύο διαστάσεις προκαλούν το άτομο να αναπτύξει δεσμούς συναισθηματικούς και συμβολικούς με έναν τόπο δημιουργώντας ένα είδος ταύτισης και εξάρτησης με αυτόν μέσα από την συμμετοχή του στην υπαίθρια δράση και καταλαβαίνουμε ότι η διάσταση της ταύτισης εξαρτάται από την συχνότητα συμμετοχής και την πρόσβαση δηλαδή από την μεταβλητή της εξάρτησης.

Στην Ελλάδα έρευνες που να μελετούν την έννοια της προσκόλλησης και της συσχέτισης με άλλους ορισμούς όπως αυτήν της αφοσίωσης έχουν διεξαχθεί στο πλαίσιο της αναψυχής. Οι Alexandris και συν. (2006) στην έρευνά τους παρουσιάζουν στοιχεία που αποδεικνύουν ότι οι δύο διαστάσεις της προσκόλλησης «εξάρτηση» και «ταύτιση» μπορούν να εφαρμοστούν ως μοντέλο στα πλαίσια των χιονοδρομικών κέντρων και επιπλέον σχετίζονται με την έννοια της αφοσίωσης. Η ταύτιση με τον προορισμό αναπτύσσεται παράλληλα με την ανάμειξη των συμμετεχόντων με υπαίθριες δράσεις όπως για παράδειγμα αναρρίχηση, σκι, πεζοπορία και μπορεί να οδηγήσουν σε αφοσίωση με τον τόπο που ερμηνεύεται με την επανάληψη της επίσκεψης στον συγκεκριμένο τόπο. Τα παραπάνω ευρήματα επιβεβαιώνονται και από άλλες έρευνες στον τομέα της αναψυχής (Kyle, Absher et al., 2003, Kyle Bricker et al., 2004, Kyle, Graefe et al, 2004a).

Ανάμειξη με την αναρρίχηση

Η έννοια της ανάμειξης με μία δραστηριότητα ερμηνεύεται ως ο τρόπος σκέψης του ατόμου για την δραστηριότητα και που μπορεί να επηρεάσει την συμπεριφορά του (Havitz & Dimanche, 1997) ενώ άλλοτε ορίζεται ως αυτό που δημιουργεί παρακίνηση ή το αιτιατό, αυτό που δίνει αποτέλεσμα ενώ ανάλογα με τον βαθμό που εμπλέκονται τα άτομα αλλάζει και ο τρόπος επεξεργασίας των πληροφοριών και οι προθέσεις για επαναγορά (Havitz & Dimanche, 1990). Η έννοια της ανάμειξης προσεγγίζεται ως η δομή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ταξινομήσει άτομα και να προβλέψει συμπεριφορές και στάσεις. Σε έρευνα που διεξήχθη στο πεδίο της αναψυχής οι McIntyre και Pigram

(1992) χρησιμοποίησαν μια κλίμακα τριών διαστάσεων, ελκυστικότητα, κεντρικότητα και αυτό- έκφραση, σε ένα δείγμα 682 συμμετεχόντων σε εγκαταστάσεις κάμπινγκ σε εθνικά πάρκα για να μελετήσουν την συμπεριφορά του ατόμου μέσω της ανάμειξης με μια δραστηριότητα. Προσδιόρισαν την διάσταση «ελκυστικότητα» ως την αντίληψη της σημαντικότητας και της ευχαρίστησης που προκαλείται από την συμμετοχή σε μια δραστηριότητα αναψυχής, την «αυτοέκφραση» ως την κατάσταση που το άτομο βιώνει με συναισθήματα ελευθερίας νιώθοντας ο εαυτός του με άλλα λόγια την εντύπωση που πιστεύει ότι δίνει το άτομο στους άλλους μέσω της ανάμειξης και τέλος την «κεντρικότητα» που αντικατοπτρίζει την σημασία της δράσης για την ζωή του ατόμου δηλαδή το πως η ζωή του ατόμου οργανώνεται γύρω από αυτή. Το τρισδιάστατο αυτό μοντέλο φάνηκε να έχει εφαρμογή σε πολλές έρευνες στον τομέα της αναψυχής (Kyle, Bricker et al., 2004; Kyle, Graefe et al., 2003; Kyle, Graefe et al., 2004a).

Μέσα από πλήθος ερευνών που αφορούν την μέτρηση της έννοιας της ανάμειξης με μια δραστηριότητα έχουν παρουσιαστεί στην διεθνή βιβλιογραφία διαφορετικοί ορισμοί αλλά και διαφορετικά μοντέλα μέτρησης ωστόσο ο ρόλος των πολυδιάστατων μοντέλων υποστήριξε την αποτελεσματικότητά τους για την μέτρηση της ανάμειξης με μια δραστηριότητα μέσα από έρευνες που παρουσιάστηκαν παραπάνω και εδραίωσε την ύπαρξή τους ως ιδανικότερων μεθόδων καθώς αναλύουν σε βάθος την έννοια της ανάμειξης ενός ατόμου με μια δραστηριότητα, αναλύοντας την συμπεριφορά, τα κίνητρα, τις ανάγκες των συμμετεχόντων και παρέχουν δεδομένα στους επαγγελματίες της αναψυχής για αξιοποίηση αυτών ως προς την ανάπτυξη καλύτερων στρατηγικών μάρκετινγκ.

Αφοσίωση στον προορισμό

Η αφοσίωση ορίζεται ως μία ακλόνητη πίστη σε ένα πρόσωπο ή αιτία (Pritchard, Havitz & Howard, 1999). Οι ίδιοι συγγραφείς την ερμηνεύουν και ως την πρόθεση του ατόμου να συνεχίζει να υποστηρίζει ένα προϊόν ή μία παρεχόμενη υπηρεσία. Έρευνες στο πεδίο των καταναλωτών εξέτασαν την αφοσίωση ως προς την επωνυμία (μάρκα) σε προϊόντα ενώ ο όρος αφοσίωση στην επωνυμία έχει αναφερθεί και ως αφοσίωση στο προϊόν, αφοσίωση στην δραστηριότητα, αφοσίωση στην συμμετοχή ή αφοσίωση σε ένα γεωγραφικό σημείο (Pritchard, Howard & Havitz, 1992). Στον Ελλαδικό χώρο ερευνητές μελέτησαν την έννοια της αφοσίωσης πελατών στα πλαίσια της αναψυχής (Alexandris et al., 2006; Alexandris, Kouthouris, Funk & Chatzigianni, 2008) αλλά και την βιομηχανίας της άθλησης (Alexandris, Douka, Papadopoulos & Kaltsatou, 2008). Στην πρώτη έρευνα οι Alexandris και συν. (2006) διερεύνησαν την έννοια της προσκόλλησης με έναν προορισμό ως προς την πρόβλεψη της αφοσίωσης των πελατών στα πλαίσια ενός χιονοδρομικού κέντρου και βρήκαν πως και οι δυο διαστάσεις της έννοιας της προσκόλλησης, εξάρτηση και ταύτιση με τον προορισμό αποτελούν παράγοντα πρόβλεψης της αφοσίωσης. Σε άλλη έρευνα οι Alexandris, Kouthouris και συν. (2008) εξέτασαν την σχέση της ανάμειξης με την δραστηριότητα της χιονοδρομίας και της αφοσίωσης και βρήκαν ότι οι διαστάσεις της ανάμειξης, κεντρικότητα και έλξη, επηρέασαν θετικά την αφοσίωση των χιονοδρόμων. Στην επόμενη έρευνα οι Alexandris, Douka και συν. (2008) διερεύνησαν την αφοσίωση ως αποτέλεσμα της επιρροής από την επωνυμία μιας μάρκας στα πλαίσια των γυμναστηρίων.

Στα αποτελέσματα της έρευνας φάνηκε ένα υψηλό ποσοστό για την πρόβλεψη της αφοσίωσης των πελατών. Και για τις τρεις παραπάνω έρευνες η έννοια της αφοσίωσης παίζει καθοριστικό ρόλο για την κατανόηση της συμπεριφοράς των πελατών με στόχο την καλύτερη οργάνωση του τομέα του μάρκετινγκ σε οργανισμούς και φορείς που παρέχουν αθλητικές δραστηριότητες. Τέτοια αποτελέσματα

ερευνών που τονίζουν την σημασία της αφοσίωσης έρχονται σε συμφωνία με δεδομένα από τη διεθνή βιβλιογραφία σε διαφορετικούς τομείς άθλησης (Kyle, Absher et al., 2003; Kyle, Graefe et al., 2004b).

Σχέση ανάμειξης με μια δραστηριότητα, προσκόλλησης με έναν προορισμό και αφοσίωσης σε έναν προορισμό

Δεδομένα ερευνών συνδέουν τις έννοιες της ανάμειξης και της αφοσίωσης στις μετρήσεις τους ωστόσο τις αντιμετωπίζουν ως ξεχωριστές έννοιες στα μοντέλα διερεύνησης παρόλο που οι αναλύσεις δίνουν υψηλό συσχετισμό των δυο εννοιών (Backman & Crompton, 1991) ενώ ο παράγοντας της ψυχολογικής δέσμευσης παρουσιάζεται ως διαμεσολαβητής στην σύνδεση τους (Iwasaki & Havitz, 1998). Σύμφωνα με τους Pritchard και συν. (1999) η έννοια της ψυχολογικής δέσμευσης (psychological commitment) εκπροσωπεί την στάση του ατόμου απέναντι σε μια επωνυμία δηλαδή την επιθυμία συνέχισης της σχέσης ατόμου-υπηρεσίας (αντίσταση στην αλλαγή) και τις προτιμήσεις του ατόμου για την επωνυμία. Συμπερασματικά η έννοια της αφοσίωσης συμπεριλαμβάνει τις στάσεις του ατόμου αλλά και την εκούσια βούληση για συνέχιση της χρήσης της επωνυμίας (Backman & Crompton, 1991).

Στο πλαίσιο της αναψυχής σε έρευνες όπως του Backman & Crompton (1991) τα αποτελέσματα υποδεικνύουν μια σημαντική συσχέτιση μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης και της αφοσίωσης σε άτομα που συμμετείχαν σε δράσεις του γκολφ και του τένις. Ομοίως ο Park (1996) επιβεβαιώνει την συσχέτιση των δύο εννοιών μέσα από αποτελέσματα της εργασίας του και συμπεραίνει ότι η μέτρηση των δύο εννοιών μπορεί να δώσει στοιχεία όπως η συχνότητα συμμετοχής και η διάρκεια. Στον ελλαδικό χώρο στο ίδιο επιστημονικό πεδίο οι ερευνητές Alexandris, Kouthouris και συν. (2008) παρουσίασαν στοιχεία που αποδεικνύουν την σχέση της ανάμειξης με την αφοσίωση. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζουν την σημασία των δύο διαστάσεων της ανάμειξης, έλξη και κεντρικότητα, και συγκεκριμένα πως η ευχαρίστηση που προκύπτει από την δραστηριότητα της χιονοδρομίας σε συνδυασμό με τον καθοριστικό ρόλο που διαδραματίζει για την ζωή των χιονοδρόμων η δράση αυτή, μπορεί να οδηγήσει σε έναν υψηλό βαθμό αφοσίωσης.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν η διερεύνηση των εννοιών της ανάμειξης με την αναρρίχηση, της προσκόλλησης των συμμετεχόντων με τον προορισμό των Μετεώρων και της αφοσίωσή τους στον προορισμό. Επί πρόσθετα διερευνήθηκε η σχέση μεταξύ των τριών μεταβλητών και το δημογραφικό προφίλ των αναρριχητών στα Μετέωρα.

Υποθέσεις

- 1: Επιχειρήθηκε ταξινόμηση των αναρριχητών ως προς την προσκόλληση στον προορισμό.
- 2: Επιχειρήθηκε ταξινόμηση των αναρριχητών ως προς την ανάμειξη με την αναρρίχηση.
- 3: Επιχειρήθηκε ταξινόμηση των αναρριχητών ως προς την αφοσίωσή τους στον προορισμό.
- 4: Υπάρχει θετική συσχέτιση της προσκόλλησης με τον προορισμό, της ανάμειξης με την αναρρίχηση και της αφοσίωσης στον προορισμό.

Μεθοδολογία

Δείγμα

Δείγμα της παρούσας έρευνας αποτέλεσαν 116 (N=116) Έλληνες αναρριχητές τα δημογραφικά των οποίων παρουσιάζονται στους πίνακες 1 & 2 που ακολουθούν

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, τόπος διαμονής).

Φύλο	Ηλικία	Τόπος Διαμονής
Γυναίκες 37,1%	M.O=33,5	Θεσσαλονίκη 57,5%
Άνδρες 62,9%	Min. 18	Αθήνα 13,3%
	Max. 55	Καλαμπάκα 5,3%
		Τρίκαλα 1,8%
		Άλλες 22,1%

Πίνακας 2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά (οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, επαγγελματική κατάσταση)

Οικογενειακή κατάσταση	Μορφωτικό επίπεδο	Επαγγελματική κατάσταση
Ελεύθεροι 69,8%	Απόφοιτος Γυμνασίου/ 6,9%	Φοιτητής 1,7%
Παντρεμένοι 15,5%	Λυκείου	Ιδιωτικός 40,5%
	Φοιτητής 10,3%	υπάλληλος
	Απόφοιτος ΙΕΚ 11,2%	Δημόσιος 8,6%
	& σχολών	υπάλληλος
	Πτυχιούχος ΑΕΙ 34,5%	Ελεύθερος 43,1%
	Μεταπτυχιακές σπουδές 24,1%	επαγγελματίας
	ΤΕΙ/άλλη σχολή 12,9%	Άνεργος 5,2%
		Συνταξιούχος ,9%

Όργανα αξιολόγησης

Ανάμειξη με την αναρρίχηση

Για τη μέτρηση της ανάμειξης χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα των Kyle, Graefe και συν. (2004a), η οποία αφορά σε τρεις διαστάσεις: α) την κεντρικότητα (3 θέματα), β) την ελκυστικότητα (3 θέματα) και γ) την αυτό-έκφραση (3 θέματα). Τα θέματα της κλίμακας ήταν εννιά:

Α) Κεντρικότητα (οι γνώσεις μου σχετικά με την αναρρίχηση είναι πολύ καλές, σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες αναψυχής θεωρώ τον εαυτό μου ως ειδικό στην αναρρίχηση, εάν έκανα μια λίστα με ότι γνωρίζω για την αναρρίχηση η λίστα αυτή θα ήταν μεγάλη. Β) Ελκυστικότητα (η αναρρίχηση είναι πολύ σημαντική για μένα, το να είμαι αναρριχητής είναι πολύ σημαντικό για μένα, σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες αναψυχής η αναρρίχηση είναι η πιο σπουδαία για μένα). Γ) Αυτό-έκφραση (οι φίλοι μου έχουν θετική γνώμη για μένα γνωρίζοντας ότι είμαι αναρριχητής, άτομα που με γνωρίζουν διαμορφώνουν θετική άποψη για μένα όταν μαθαίνουν ότι κάνω αναρρίχηση, το να είμαι αναρριχητής με βοηθάει να «περνώ» μια καλή εικόνα του εαυτού μου στους άλλους). Οι απαντήσεις δόθηκαν σε πεντάβαθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ Απόλυτα» μέχρι το «Συμφωνώ Απόλυτα». Το ερωτηματολόγιο έχει ελεγχθεί για την εγκυρότητα και την αξιοπιστία του από παλαιότερες έρευνες στο διεθνή χώρο της

αναψυχής (Kyle, Graefe et al., 2003; Kyle, Graefe et al., 2004a), καθώς έχει εφαρμοστεί και στον ελλαδικό χώρο με επιτυχημένα αποτελέσματα (Καραγιώργος, Αλεξανδρής & Κουθούρης, 2014).

Προσκόλληση με τον προορισμό

Η μέτρηση της προσκόλλησης με ένα προορισμό πραγματοποιήθηκε με το ερωτηματολόγιο των Kyle, Bricker και συν. (2004), το οποίο περιείχε δυο διαστάσεις: α) την ταύτιση με τον προορισμό (4 θέματα) και β) την εξάρτηση με τον προορισμό (4 θέματα). Α) Ταύτιση με τον προορισμό (η αναρρίχηση στα Μετέωρα σημαίνει πολλά για μένα, είμαι προσκολλημένος στην αναρρίχηση στα Μετέωρα, ταυτίζομαι με την αναρρίχηση στο συγκεκριμένο τόπο, δεν αισθάνομαι ότι έχω κάποια δέσμευση με την αναρρίχηση στα Μετέωρα). Β) Εξάρτηση από τον προορισμό (μου αρέσει περισσότερο να κάνω αναρρίχηση στα Μετέωρα από ότι σε οποιοδήποτε άλλο τόπο, νοιώθω περισσότερη ικανοποίηση όταν κάνω αναρρίχηση στα Μετέωρα από το ότι όταν κάνω αναρρίχηση σε άλλο τόπο, το να κάνω αναρρίχηση στο συγκεκριμένο τόπο είναι πιο σημαντικό για μένα από οποιοδήποτε άλλο αναρριχητικό προορισμό, δεν θα άλλαζα την αναρρίχηση στα Μετέωρα με κανένα άλλον αναρριχητικό προορισμό). Οι απαντήσεις δόθηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ Απόλυτα» μέχρι το «Συμφωνώ Απόλυτα». Επίσης, το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε και σε ελληνικό πληθυσμό φανερώνοντας υψηλούς δείκτες αξιοπιστίας (Alexandris et al., 2006).

Αφοσίωση με τον προορισμό

Η αξιολόγηση της αφοσίωσης με τον προορισμό έγινε με την κλίμακα των Filo και συν. (2008) μέσα από επτά ερωτήσεις (είμαι αφοσιωμένος (δεμένος) με την αναρρίχηση στα Μετέωρα, προσπαθώ πάντα να συμπεριλάβω τα Μετέωρα ως προορισμό για αναρρίχηση, μία από τις επόμενες αναρριχήσεις μου θα είναι σίγουρα στα Μετέωρα, σκοπεύω να συνεχίσω να κάνω αναρρίχηση στα Μετέωρα, μου αρέσει πολύ να πηγαίνω στα Μετέωρα για αναρρίχηση, τα Μετέωρα είναι ο πιο αγαπημένος μου προορισμός για αναρρίχηση, τα Μετέωρα είναι πάντα μέσα στις πρώτες μου επιλογές για αναρρίχηση). Οι απαντήσεις δόθηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ Απόλυτα» μέχρι το «Συμφωνώ Απόλυτα». Ο δείκτης alpha του Cronbach ήταν .90. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο έχει εφαρμοστεί σε ελληνικό πληθυσμό και έχει θεωρηθεί έγκυρο (Filo et al., 2008).

Αποτελέσματα

Το σύνολο του δείγματος 116 (N=116) ήταν Έλληνες αναρριχητές από τους οποίους το 62,9% (N=73) ήταν άνδρες και το 37,1% γυναίκες (N=43). Ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων ήταν 33,5 έτη, με τη μικρότερη ηλικία να σημειώνεται στα 18 έτη και τη μεγαλύτερη στα 55 έτη. Αναφορικά με τον τόπο διαμονής των Ελλήνων αναρριχητών, το μεγαλύτερο ποσοστό με 57,5% συγκέντρωσαν συμμετέχοντες που διέμεναν στην πόλη της Θεσσαλονίκης ενώ με αισθητά μικρότερο ποσοστό 13,3% ήταν οι συμμετέχοντες από Αθήνα. Ακολουθούν με μικρότερο ποσοστό αναρριχητές από την Καλαμπάκα με 5,3%. Το μικρότερο ποσοστό 1,8% συγκέντρωσαν συμμετέχοντες από την πόλη των Τρικάλων. Το υπόλοιπο 22,1% των αναρριχητών στα Μετέωρα διαμένει σε διάφορες πόλεις σε όλη την Ελλάδα. Στον πίνακα 2, παρουσιάζεται η οικογενειακή κατάσταση των αναρριχητών όπου το μεγαλύτερο ποσοστό με 69,8% συγκέντρωσαν οι ελεύθεροι, ενώ το 15,5% συγκέντρωσαν οι αναρριχητές που ήταν παντρεμένοι. Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των αναρριχητών φάνηκε πως το 34,5% ήταν πτυχιούχοι ΑΕΙ ενώ το 24,1% κατείχε και μεταπτυχιακό τίτλο. Ακολουθούν αναρριχητές που φοίτησαν σε

ΤΕΙ/άλλη σχολή με ποσοστό 12,9%, απόφοιτοι ΙΕΚ & σχολών με ποσοστό 11,2% ενώ το 10,3% του δείγματος αποτελούσαν αναρριχητές που ήταν ενεργοί φοιτητές. Τέλος ποσοστό 6,9% συγκέντρωσαν οι αναρριχητές που ολοκλήρωσαν το γυμνάσιο/λύκειο. Ως προς τον επαγγελματικό προσανατολισμό, το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσαν οι ελεύθεροι επαγγελματίες με 43,1%. Το αμέσως επόμενο μεγάλο ποσοστό 40,5% σημειώθηκε από τους αναρριχητές που εργάζονταν στον ιδιωτικό τομέα. Ακολουθεί ποσοστό 8,6% του δείγματος που φάνηκε να εργάζεται στον δημόσιο τομέα. Οι άνεργοι συγκέντρωσαν ποσοστό 5,2% ενώ οι αναρριχητές με την ιδιότητα του φοιτητή μόλις 1,7%. Το μικρότερο ποσοστό συγκέντρωσαν οι συνταξιούχοι με σχεδόν 1%.

Περιγραφικά στατιστικά δεδομένα των κλιμάκων και ανάλυση αξιοπιστίας

Στον πίνακα 3 αναγράφονται οι μέσοι όροι, οι τυπικές αποκλίσεις, ο δείκτης alpha του Cronbach και τα θέματα των τριών κλιμάκων της έρευνας. Ο δείκτης alpha του Cronbach όλων των μεταβλητών κυμάνθηκε σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα και πάνω από τα αποδεκτά στατιστικά όρια (>.75). Πιο συγκεκριμένα και σχετικά με την ανάμειξη, η διάσταση «κεντρικότητα» σημείωσε τιμές με $\alpha=.90$ (3 θέματα), η «ελκυστικότητα» με $\alpha=.93$ (3 θέματα) και η «αυτο-έκφραση» με $\alpha=.91$ (3 θέματα). Αναφορικά των μέσων όρων και τις τυπικές αποκλίσεις η διάσταση «κεντρικότητα» (Μ.Ο=3,9, Τ.Α=1,05) εκλήφθηκε ως ο παράγοντας που βιώνεται με την μεγαλύτερη ένταση από τους συμμετέχοντες. Η διάσταση «ελκυστικότητα» (Μ.Ο=3,3, Τ.Α=1,12) σημείωσε τη δεύτερη μεγαλύτερη τιμή και λιγότερο σημαντική βρέθηκε η διάσταση «αυτο-έκφραση» (Μ.Ο=3,1, Τ.Α=1,14).

Σχετικά με τη διάσταση «ταύτιση με τον προορισμό» (Μ.Ο=3,1, Τ.Α=.98) ήταν αυτή που βιώθηκε με τη μεγαλύτερη ένταση από τους αναρριχητές, σε αντίθεση με την διάσταση «εξάρτηση από τον προορισμό» (Μ.Ο=2,5, Τ.Α=1,09) που ήταν λιγότερο καθοριστικός παράγοντας στην προσκόλληση με τον προορισμό. Οι δυο παράγοντες της προσκόλλησης με τον προορισμό είχαν ικανοποιητικά σκορ στον δείκτη alpha του Cronbach: «ταύτιση με τον προορισμό» $\alpha=.83$ (4 θέματα) και «εξάρτηση με τον προορισμό» $\alpha=.89$ (4 θέματα). Βάση του μέσου όρου των τιμών και της τυπικής απόκλισης των αντίστοιχων θεμάτων της κάθε διάστασης υπολογίσθηκε η σημαντικότητα τους ως παράγοντες της προσκόλλησης με τα Μετέωρα.

Τελευταία η μεταβλητή της αφοσίωσης στον προορισμό σημείωσε σημαντικές τιμές: «αφοσίωση στον προορισμό» $\alpha=.90$ (7 θέματα) και έναν σχετικά υψηλό μέσο όρο (Μ.Ο=2,9, Τ.Α=1,08).

Πίνακας 3. Περιγραφικά στοιχεία των κλιμάκων και ανάλυση αξιοπιστίας

Μεταβλητές	Διαστάσεις	Μ.Ο	Τ.Α	α Cronbach's	Θέματα
Ανάμειξη	Κεντρικότητα	3,9	1.05	.90	3
	Ελκυστικότητα	3,3	1.12	.93	3
	Αυτο-έκφραση	3.1	1,14	.91	3
Προσκόλληση με τον προορισμό	Ταύτιση	3.1	0.98	.83	4
	Εξάρτηση	2.5	1.09	.89	4
Αφοσίωση	Αφοσίωση στον προορισμό	2.9	1.08	.90	7

Έλεγχος συσχέτισης των μεταβλητών ανάμειξης, προσκόλλησης και αφοσίωσης.

Αναφορικά με την ανάλυση συσχέτισης στα αποτελέσματα βρέθηκε η υψηλότερη τιμή μεταξύ της συσχέτισης της διάστασης εξάρτησης με τον προορισμό και της αφοσίωσης ($r=.813$, $p<.01$). Η δεύτερη πιο υψηλή τιμή συσχέτισης ήταν μεταξύ της ταύτισης με τον προορισμό και της αφοσίωσης ($r=.757$, $p<.01$). Ακολούθησαν με φθίνουσα σειρά τιμών οι συσχετίσεις των διαστάσεων της ταύτισης με την εξάρτηση ($r=.726$, $p<.01$), της ελκυστικότητας με την κεντρικότητα ($r=.690$, $p<.01$), της κεντρικότητας με την αυτό-έκφραση ($r=.558$, $p<.01$), της κεντρικότητας με την ταύτιση ($r=.492$, $p<.01$), της ελκυστικότητας με την αυτό-έκφραση ($r=.453$, $p<.01$), της ελκυστικότητας με την ταύτιση ($r=.447$, $p<.01$), της αυτό-έκφρασης με την ταύτιση ($r=.370$, $p<.01$), της αυτο-έκφρασης με την εξάρτηση ($r=.348$, $p<.01$), της κεντρικότητας με την εξάρτηση ($r=.332$, $p<.01$), της κεντρικότητας με την αφοσίωση ($r=.323$, $p<.01$) και της ελκυστικότητας με την αφοσίωση ($r=.314$, $p<.01$). Τις χαμηλότερες συσχετίσεις είχαν η ελκυστικότητα με την εξάρτηση ($r=.301$, $p<.01$) και η αυτό-έκφραση με την αφοσίωση ($r=.259$, $p<.01$). Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης συσχετίσεων καταδεικνύεται ότι και οι δυο διαστάσεις της προσκόλλησης, «ταύτιση» και «εξάρτηση» έχουν στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση με την αφοσίωση. Επιπλέον και οι δύο διαστάσεις της προσκόλλησης σχετίζονται θετικά μεταξύ τους. Αντίθετα οι διαστάσεις της ανάμειξης, «ελκυστικότητα», «κεντρικότητα» και «αυτο-έκφραση» δεν παρουσίασαν υψηλό βαθμό θετικής συσχέτισης με την αφοσίωση. Ωστόσο και οι τρεις διαστάσεις της ανάμειξης παρουσίασαν μέτρια συσχέτιση μεταξύ τους. Όλες οι διαστάσεις της ανάμειξης έδειξαν μέτρια συσχέτιση με την διάσταση της προσκόλλησης ταύτιση, ενώ με την διάσταση εξάρτηση παρουσίασαν χαμηλότερες τιμές.

Πίνακας 11. Δείκτες συσχέτισης μεταβλητών ανάμειξης, προσκόλλησης και αφοσίωσης.

Μεταβλητές						
Ελκυστικότητα	1					
Κεντρικότητα	.690**	1				
Αυτοέκφραση	.453**	.558**	1			
Ταύτιση	.447**	.492**	.370**	1		
Εξάρτηση	.301**	.332**	.348**	.726**	1	
Αφοσίωση	.314**	.323**	.259**	.757**	.813**	1

** $p<.01$

Συζήτηση

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί η ανάμειξη με την αναρρίχηση, η προσκόλληση προς τον προορισμό Μετέωρα και η αφοσίωση προς τον συγκεκριμένο προορισμό. Ακόμη, διερευνήθηκε η συσχέτιση μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης, της προσκόλλησης με τον προορισμό και της αφοσίωσης. Επιμέρους στόχος της έρευνας, ήταν η διερεύνηση των δημογραφικών στοιχείων και του γενικού προφίλ των συμμετεχόντων σε δράσεις αναρρίχησης στα Μετέωρα. Τα αποτελέσματα επαλήθευσαν παλαιότερες έρευνες σχετικά με την θετική συσχέτιση που έχουν μεταξύ τους οι δυο έννοιες, καθώς επίσης, και ότι συνεισφέρουν στη συμπεριφορά για αφοσίωση με τον προορισμό (Alexandris, Kouthouris et al., 2008; Kim, Scott & Crompton, 1997; Kyle, Graefe et al., 2003, Kyle et al. 2004b; Park, 1996; Pritchard et al., 1999).

Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι άνδρες ήταν περισσότεροι από τις γυναίκες. Αυτό έρχεται σε συμφωνία με άλλες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σε δραστηριότητες αναψυχής παρουσιάζοντας μεγαλύτερο ποσοστό ανδρών (Alexandris et al., 2006; Alexandris, Douka et al., 2008) ενώ άλλες έρευνες αναφέρουν μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών (Kim et al. 1997; Kouthouris & Alexandris, 2005). Σίγουρα όμως φανερώνεται η ανάγκη για προσέλκυση του γυναικείου φύλου με σκοπό την αύξηση της συμμετοχής. Τα αποτελέσματα της έρευνας έρχονται σε αντίθεση με τις έρευνες των Kim και συν. (1997) όπου φάνηκε πως συμμετείχαν περισσότερα άτομα ηλικίας άνω των 45 ετών σε δράσεις αναψυχής ενώ οι Kouthouris & Alexandris (2005) αναφέρουν ότι ο μέσος όρος της ηλικίας ήταν μικρότερος σε συμμετοχή σε δράσεις του κανό, του προσανατολισμού και της τοξοβολίας. Άλλη έρευνα στο πλαίσιο της αναψυχής παρουσιάζει δημογραφικά πεζοπόρων στα Απαλάχια όρη επιβεβαιώνοντας τα αποτελέσματα όσον αφορά το μέγιστο και το ελάχιστο της ηλικίας συμμετοχής (Kyle, Graefe et al., 2003). Στον Ελλαδικό χώρο οι Καϊμακάμης, Αλεξανδρής, Φαχαντίδου & Χριστούλας (2014) σε εργασία τους παρουσιάζουν το προφίλ ατόμων που κάνουν αναρρίχηση στα Μετέωρα επιβεβαιώνοντας πως το μεγαλύτερο ποσοστό αναρριχητών ήταν από 23 έως 30 χρονών και ακολουθούσε η ηλικία των 32 ετών ως δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, εύρημα που συμφωνεί με τον μέσο όρο 33,5 που παρουσίασε η παρούσα έρευνα.

Σχετικά με τον τόπο καταγωγής, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων διέμεναν στην πόλη της Θεσσαλονίκης με πολύ μεγάλο ποσοστό, αφού αποτελεί το μεγαλύτερο αστικό κέντρο στην βόρεια Ελλάδα που βρίσκεται σχετικά κοντά στα Μετέωρα ενώ μέσα από συλλόγους και ιδιωτικές εταιρείες αναψυχής παρουσιάζει μια αξιοπρεπή αναρριχητική δράση. Τα αποτελέσματα συμφωνούν με ευρήματα των Καραγιώργος και συν. (2014) όπου καταδεικνύουν ένα μεγάλο ποσοστό ατόμων που συμμετέχει σε υπαίθριες δράσεις να διαμένει επίσης στην πόλη της Θεσσαλονίκης. Ακολουθούν οι συμμετέχοντες από την Αθήνα με αρκετά μικρότερο ποσοστό και με πολύ μικρότερα ποσοστά αναρριχητές από την τοπική κοινωνία της Καλαμπάκας και των Τρικάλων.

Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων αποτελούνταν από ανύπαντρους αναρριχητές ενώ αντίστοιχα αυτοί που ήταν παντρεμένοι ήταν αρκετά λιγότεροι πιθανόν λόγω του περιορισμένου ελεύθερου χρόνου και της φύσης του αθλήματος. Αυτό έρχεται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα των άλλων ερευνών σε δραστηριότητες αναψυχής και αθλητισμού, που υπέδειξαν επίσης την πλειοψηφία των συμμετεχόντων ως ανύπαντρους (Alexandris et al., 2006; Καϊμακάμης et al., 2014; Καραγιώργος et al., 2014; Kim et al., 1997).

Σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο των αναρριχητών στα αποτελέσματα φάνηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό αποτελούνταν από απόφοιτους ΑΕΙ και επιπλέον κατείχαν μεταπτυχιακό τίτλο. Λιγότεροι ήταν οι αναρριχητές που είχαν ολοκληρώσει άλλες σχολές δημόσιων ιδρυμάτων ή ιδιωτικών. Τα αποτελέσματα αυτά φαίνεται να επιβεβαιώνονται και από άλλες έρευνες στον χώρο της αναψυχής (Alexandris, Kouthouris et al., 2008; Alexandris, Douka et al., 2008; Kim et al., 1997; Πολατίδου, Αλεξανδρής, Μπαλάσκα & Πολατίδου, 2016; Πολατίδου, Μπαλάσκα, Πολατίδου & Αλεξανδρής, 2012). Η συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής και αθλητισμού σχετίζεται άμεσα με το μορφωτικό επίπεδο αφού οι πιθανότητες συμμετοχής σε δράσεις αυξάνονται όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης. Επιπλέον η συμμετοχή σε δράσεις αναψυχής βοηθά στην ενίσχυση της γνωστικής, γλωσσικής, κοινωνικο-συναισθηματικής και κινητικής ικανότητας των ατόμων που συμμετέχουν (Yildirim & Akamca, 2017) ενώ λειτουργεί ενισχυτικά ως προς τις επιδόσεις σε ακαδημαϊκό επίπεδο (Tas & Gulen, 2019).

Τα αποτελέσματα της έρευνας φανέρωσαν ότι οι περισσότεροι αναρριχητές εργάζονταν ως ελεύθεροι επαγγελματίες ενώ επίσης μεγάλο ποσοστό εργαζόταν στον ιδιωτικό τομέα. Ευρήματα που επιβεβαιώνουν πως το μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων που συμμετέχουν σε υπαίθριες δράσεις εργάζεται ατομικά αλλά και σε ιδιωτικές επιχειρήσεις καταδεικνύεται και σε άλλες έρευνες στο χώρο της αναψυχής (Πολατίδου et al., 2016; Πολατίδου et al., 2012).

Για τη μέτρηση της προσκόλλησης με τα Μετέωρα, την ανάμειξη με την αναρρίχηση και την αφοσίωση με τον προορισμό αξιοποιήθηκαν ερωτηματολόγια προσαρμοσμένα ειδικά στις ανάγκες της έρευνας και την επωνυμία Μετέωρα.

Αναλυτικότερα, στην έννοια της προσκόλλησης στον προορισμό η διάσταση «ταύτιση με τον προορισμό» βιώθηκε ως ο σημαντικότερος παράγοντας ενώ λιγότερο έντονα βιώθηκε ο παράγοντας «εξάρτηση από τον προορισμό». Το γεγονός αυτό παρουσιάζει στοιχεία πως οι αναρριχητές αισθάνονται προσκολλημένοι στα Μετέωρα, καθώς προκαλούνται έντονα τα αισθήματα του αυτοπροσδιορισμού και της αυτοεκτίμησης ως τράπεζα συναισθημάτων και ανάπτυξης της κοινωνικοποίησης και του αισθήματος του ανήκειν. Σε αντίθεση με αυτή την συμβολική αξία που αποτελεί σημαντικό παράγοντα της προσκόλλησης, η «εξάρτηση με τον προορισμό» ως λειτουργική αξία δεν επηρέασε σε σημαντικό βαθμό τους συμμετέχοντες ως προς την προσκόλληση στα Μετέωρα. Η δυσκολία των διαδρομών, η ελλιπής ενημέρωση όπως επίσης και η δυσκολία στην πρόσβαση των διαδρομών αποτέλεσαν παράγοντες που επηρέασαν τον βαθμό της προσκόλλησης στα Μετέωρα. Η κάλυψη των αναγκών των συμμετεχόντων ως προς την δραστηριότητα συμμετοχής τους φαίνεται επιτακτική, όπως η ενίσχυση των ασφαλειών και συντήρηση παλαιών παράλληλα με την σηματοδότηση μονοπατιών και σε συνδυασμό με την ανάπτυξη ενός δικτύου πληροφοριών για τις διαδρομές με σκοπό της βελτίωση της λειτουργικότητας των βράχων στα Μετέωρα. Στα παραπάνω αποτελέσματα συμφωνούν και τα ευρήματα ερευνών όπου αναδεικνύεται η σημασία της διάστασης «ταύτισης στον προορισμό» ως θετικός παράγοντας ανάπτυξης της προσκόλλησης (Alexandris et al., 2006; Καραγιώργος et al., 2014; Kyle, Absher et al., 2003; Moore & Graefe, 1994).

Αναφορικά με την έννοια της ανάμειξης, η διάσταση «κεντρικότητα» εκλήφθηκε ως ο παράγοντας που βιώνεται με μεγαλύτερη ένταση από τους συμμετέχοντες. Φανερώνεται έτσι ο κεντρικός ρόλος που διαδραματίζει η αναρρίχηση στην ζωή του ατόμου, καθώς αρκετό μέρος του ελεύθερου χρόνου οργανώνεται γύρω από την δραστηριότητα αυτή και επίσης πολλές φορές το κοινωνικό περιβάλλον ακολουθεί όμοιο τρόπο ζωής. Η διάσταση «ελκυστικότητα» σημείωσε την δεύτερη μεγαλύτερη τιμή καθώς η ευχαρίστηση που προκαλείται από την αναρρίχηση και η σημαντικότητα της συμμετοχής παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της ανάμειξης. Τελευταία και λιγότερο σημαντική βρέθηκε η διάσταση «αυτό-έκφραση». Το αίσθημα της αυτοεπιβεβαίωσης και των εσωτερικών συναισθημάτων όπως επίσης και το πώς αισθάνεται το άτομο ότι φαίνεται απέναντι σε άλλους σε συνδυασμό με την ελευθερία που βιώνεται δεν φάνηκαν ισχυροί παράγοντες ανάπτυξης της ανάμειξης. Τα παραπάνω αποτελέσματα έρχονται σε αντίθεση με άλλες έρευνες όπου παρουσιάζουν την διάσταση «ελκυστικότητα» ως την πιο σημαντική για την ανάπτυξη της ανάμειξης ενώ η αξιοπιστία και η εγκυρότητα και των τριών διαστάσεων έχει επιβεβαιωθεί από έρευνες στον τομέα της αναψυχής (Alexandris et al., 2013; Καραγιώργος et al., 2014; Kyle, Graefe et al. 2003; Kyle, Graefe et al., 2004a, b).

Όσον αφορά την έννοια της αφοσίωσης στα αποτελέσματα της έρευνας στα περιγραφικά στοιχεία εμφανίζεται ένας μέτριος μέσος όρος ενώ η εσωτερική συνοχή και αξιοπιστία των ερωτήσεων παρουσίασε υψηλό βαθμό από την γενικώς αποδεκτή τιμή. Αυτό υποδηλώνει πως τουλάχιστον κάποιες ερωτήσεις είναι ικανές να μετρούν την ίδια σύνθεση του αισθήματος της αφοσίωσης στον προορισμό Μετέωρα. Τα αποτελέσματα αυτά έρχονται σε αντίθεση με δεδομένα των Alexandris και συν. (2013) όπου στα περιγραφικά στατιστικά τους παρουσιάζουν πως η έννοια της αφοσίωσης σημείωσε μεγαλύτερα σκορ στους μέσους όρους.

Στα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζεται η θετική συσχέτιση που υπάρχει ανάμεσα στην ανάμειξη με την αναρρίχηση και την προσκόλληση με τον προορισμό Μετέωρα. Πιο συγκεκριμένα η ανάμειξη με την αναρρίχηση στα βράχια των Μετεώρων μπορεί να συμβάλει στην προσκόλληση με τον συγκεκριμένο τόπο, αφού οι διαστάσεις της ανάμειξης εμφάνισαν σημαντικές συσχετίσεις με τις διαστάσεις της προσκόλλησης. Τα παραπάνω ευρήματα επιβεβαιώνονται από έρευνες όπου παρουσιάζεται η θετική συσχέτιση των δύο εννοιών και καταδεικνύεται ότι η άμεση ανάμειξη με κάποια δραστηριότητα οδηγεί σε προσκόλληση των ατόμων με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα και τον τόπο υλοποίησης δίνοντας στοιχεία πως οι συναισθηματικοί δεσμοί που αναπτύσσονται με έναν τόπο προσφέρει δράσεις αναψυχής, επηρεάζονται θετικά από την αντίληψη της σημαντικότητας μιας δράσης και τη διαμόρφωση της ζωής του ατόμου βασισμένη σε αυτή (Kyle, Bricker et al., 2004; Kyle, Graefe et al., 2003).

Στα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται η υψηλή συσχέτιση που παρουσιάζουν οι δυο διαστάσεις της προσκόλλησης, «ταύτιση» και «εξάρτηση», ως προς την αφοσίωση με τον προορισμό Μετέωρα. Η έννοια της ανάμειξης δεν παρουσίασε υψηλή συσχέτιση ως προς την αφοσίωση, γεγονός που μας επιτρέπει να κάνουμε τον συλλογισμό ότι ο κεντρικός ρόλος που διαδραματίζει η δραστηριότητα για το άτομο σε συνδυασμό με την αυτοεπιβεβαίωση και την ευχαρίστηση που προκύπτει από την δράση δεν ενεργούν θετικά στο να δημιουργήσουν αίσθημα αφοσίωσης με τον προορισμό Μετέωρα. Το αποτέλεσμα αυτό επιβεβαιώνουν οι ερευνητές Kim και συν. (1997) όπου στα αποτελέσματά τους υποστηρίζουν πως άτομα με υψηλή ανάμειξη σε μία υπαίθρια δράση δεν αναπτύσσουν απαραίτητα υψηλό βαθμό αφοσίωσης. Πιθανόν η ανάγκη των αναρριχητών για δράση να πραγματοποιείται στις γύρω περιοχές που διαμένουν καθώς σε όλη την Ελλάδα υπάρχει πληθώρα αναρριχητικών πεδίων. Στον χώρο της αναψυχής στην Ελλάδα σε έρευνά τους οι Alexandris, Kouthouris και συν. (2008) παρέθεσαν στοιχεία που αποδεικνύουν την θετική επιρροή της ανάμειξης στην ανάπτυξη θετικής αφοσίωσης σε χιονοδρόμους αναψυχής. Όπως αναφέρθηκε οι διαστάσεις της προσκόλλησης φάνηκαν πως συσχετίζονται σε υψηλό βαθμό με την αφοσίωση καθώς πέτυχαν υψηλά σκορ. Αναλυτικότερα η διάσταση «εξάρτηση» είχε την υψηλότερη συσχέτιση με την αφοσίωση στον προορισμό ενώ η «ταύτιση» είχε την δεύτερη υψηλότερη συσχέτιση. Παρατηρείται πως η λειτουργική σημασία των Μετεώρων παίζει καθοριστικό παράγοντα για να δημιουργήσει υψηλό αίσθημα αφοσίωσης στους αναρριχητές καθώς τα άτομα εκτιμούν τόπους με γνώμονα την κάλυψη των αναγκών τους. Η τακτική συντήρηση των διαδρομών, η ανανέωση των ασφαλειών, η διάνοιξη μονοπατιών σε συνδυασμό με την βελτίωση της ενημέρωσης και των υποδομών των χώρων δραστηριοποίησης και υπηρεσιών, φαίνεται πως μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στην αφοσίωση των αναρριχητών. Επιπροσθέτως η συμβολική αξία του τόπου των Μετεώρων, που επηρεάζει την ταυτότητα του ατόμου επιβεβαιώνοντας τις αξίες, τις πεποιθήσεις, τους στόχους και τα συναισθήματα παρουσιάζεται ως παράγοντας που αυξάνει το αίσθημα της αφοσίωσης στον προορισμό Μετέωρα. Τα αποτελέσματα της θετικής συσχέτισης της προσκόλλησης με

την αφοσίωση στον προορισμό επιβεβαιώνονται από άλλες έρευνες στην διεθνή βιβλιογραφία (Alexandris et al, 2006; Kyle, Absher et al, 2003, Kyle et al., 2004b). Συνεπώς όταν ένας προορισμός προκαλεί τα αισθήματα του ατόμου δημιουργώντας δεσμούς μέσα από τις αξίες και τις ανάγκες του, τότε ενδέχεται το άτομο να αισθανθεί κάποιον βαθμό αφοσίωσης στον συγκεκριμένο προορισμό. Επιπλέον σε έρευνα τους οι Lee & Shen (2013) παρουσιάζουν της θετική συσχέτιση και των τριών εννοιών της ανάμειξης της προσκόλλησης και της αφοσίωσης επιβεβαιώνοντας τα αποτελέσματα αυτά. Η σημασία της κατανόησης της σχέσης της προσκόλλησης της ανάμειξης και της αφοσίωσης θα μπορέσει να βοηθήσει οργανισμούς και φορείς παρέχοντας τους στοιχεία της συμπεριφοράς των ατόμων με σκοπό να αναπτύξουν μελλοντικά καλύτερες στρατηγικές μάρκετινγκ για δράσεις αναψυχής βελτιώνοντας την εμπειρία των συμμετεχόντων και προκαλώντας την διερεύνηση της συσχέτισης των τριών εννοιών σε μελλοντικές έρευνες.

Συμπεράσματα

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φάνηκε: 1) η έντονη προσκόλληση των αναρριχητών με τον προορισμό Μετέωρα, 2) η ανάμειξή τους με την αναρρίχηση στα Μετέωρα, 3) η συμπεριφορά για αφοσίωση στον προορισμό Μετέωρα, 4) η θετική συσχέτιση μεταξύ της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό Μετέωρα, 5) η θετική συσχέτιση της προσκόλλησης με την αφοσίωση στον προορισμό Μετέωρα και 6) το προφίλ ατόμων που κάνουν αναρρίχηση στα Μετέωρα.

Το φυσικό περιβάλλον λειτουργεί ως μαγνήτης προσελκύοντας τον άνθρωπο για εξερεύνηση και ανάπτυξη δραστηριοτήτων με σκοπό την αναψυχή. Τα θετικά οφέλη, ψυχικά και σωματικά, που βιώνουν οι συμμετέχοντες αντικατοπτρίζουν την ευχαρίστηση που προκύπτει από τη συμμετοχή, προσδιορίζουν το «εγώ» και αποδίδουν σημασία για την ζωή του ατόμου. Η ορειβασία, η χιονοδρομία, τα υδάτινα σπορ, το ποδήλατο βουνού και η αναρρίχηση είναι κάποιες από τις πολυάριθμες δραστηριότητες που υλοποιούνται στην Ελλάδα και που έχουν αναπτυχθεί ανά τα χρόνια. Η αναρρίχηση αποτελεί ένα ευρέως διαδεδομένο σπορ ιδιαίτερα από την στιγμή που έγινε ολυμπιακό άθλημα. Ξεκινώντας την πορεία της και ξεφεύγοντας από την ανάγκη του ανθρώπου να αναρριχηθεί για βιοποριστικούς λόγους ή θρησκευτικούς, η αναρρίχηση στην Ελλάδα ξεκινά από την κατάκτηση του Ολύμπου το 1913 ενώ από τη δεκαετία του '80 παρατηρείται αυξητική πορεία. Τα Μετέωρα αποτελούν έναν ιδιαίτερο τόπο για αναρρίχηση λόγω του γεωμορφολογικού του σχηματισμού καθώς προσφέρει μοναδικότητα και έντονα συναισθήματα.

Στα Μετέωρα η ανάπτυξη της αναρρίχησης φαντάζει ιδανική καθώς ο χαρακτηρισμός του ως μνημείο της φύσης, η προσβασιμότητα σε συνδυασμό με το επιβλητικό τοπίο, συνθέτουν έναν μοναδικό τουριστικό προορισμό. Στην παρούσα έρευνα διερευνήθηκε η ανάμειξη με την αναρρίχηση, η προσκόλληση με τον προορισμό Μετέωρα καθώς και πως αυτές οι έννοιες συνεισφέρουν στην αφοσίωση με τα Μετέωρα. Σύμφωνα με την έρευνα οι αναρριχητές διανύουν το 33ο έτος ζωής ενώ οι άνδρες ήταν περισσότεροι αριθμητικά. Παράλληλα παρουσιάστηκε πως τα μεγάλα αστικά κέντρα φιλοξενούν το μεγαλύτερο αριθμό αναρριχητών ενώ το μορφωτικό επίπεδο παίζει καθοριστικό ρόλο στις ευκαιρίες για αναρρίχηση. Προκύπτει επίσης ότι η επικοινωνία στόμα με στόμα είναι η κυρίαρχη μορφή μοιράσματος πληροφοριών ενώ αναδεικνύεται η ανάγκη για βελτίωση του δικτύου πληροφόρησης. Επιπλέον παρουσιάζεται η χαμηλή συχνότητα συμμετοχής σε αναρριχήσεις στα Μετέωρα παρόλο που οι αναρριχητές αισθάνονται υψηλό επίπεδο ανάμειξης και προσκόλλησης με τα Μετέωρα.

Η βελτίωση της λειτουργικότητας των Μετεώρων ως προς τις διαδρομές αλλά και τις συνολικές υποδομές αποφαίνεται αναγκαία για να δημιουργηθούν προϋποθέσεις για ανάπτυξη της προσκόλλησης. Παρόλο που οι αναρριχητές στα Μετέωρα βιώνουν έντονα την συμμετοχή τους ωστόσο δεν φάνηκαν να αισθάνονται αφοσιωμένοι από την ανάμειξη με την αναρρίχηση αλλά περισσότερο λόγω των συναισθηματικών δεσμών που ανέπτυξαν με τα Μετέωρα.

Τα τελευταία χρόνια ο αναρριχητικός τουρισμός στα Μετέωρα γνωρίζει μεγάλη άνθιση αφού κρατικοί και ιδιωτικοί φορείς προσφέρουν δράσεις αναψυχής. Γίνεται έτσι αντιληπτό ότι ιδιωτικές εταιρείες, τουριστικά γραφεία και τοπικοί φορείς χρειάζεται να λάβουν σοβαρά υπόψη την αξία, την επωνυμία και την σπουδαιότητα των Μετεώρων ως πολιτιστικό κέντρο και προορισμό αναψυχής ώστε να σχεδιάσουν δράσεις ανάλογες του ονόματός του. Πάντα με γνώμονα την ηθική αναρριχητική κουλτούρα, την περιβαλλοντική συνείδηση και την ασφαλή έκβαση.

Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Προτείνεται να εκπονούνται συχνά αντίστοιχες έρευνες για επώνυμους προορισμούς στην Ελλάδα, ώστε να διερευνηθεί περαιτέρω η προσκόλληση με ελκυστικά τοπία, η ανάμειξη του ατόμου με δράσεις αναψυχής και η συνεισφορά στην αφοσίωση με έναν προορισμό. Επίσης προτείνεται:

- Η επίσημη καταγραφή των αναρριχητών από τα βιβλία που βρίσκονται στις κορυφές των βράχων, ώστε να γίνει ξεκάθαρος ο αριθμός αναρριχήσεων για όλο τον χρόνο με σκοπό την χρήση των δεδομένων για εμπορικούς λόγους
- Σηματοδότηση και συντήρηση των μονοπατιών που καταλήγουν σε διαδρομές και δημιουργία ενός ενιαίου αναρριχητικού οδηγού με πληροφορίες διασταυρωμένες από τωρινές επαναλήψεις των διαδρομών και των μονοπατιών
- Να υπάρξουν δράσεις και ενημέρωση για την βιοποικιλότητα της περιοχής Natura 2000, ώστε να αναπτυχθεί μεγαλύτερη οικολογική συνείδηση στους αναρριχητές
- Να εδραιωθεί ομάδα διάσωσης, καθώς τα Μετέωρα προσφέρουν μια ποικιλία υπαίθριων δράσεων
- Προβολή και προώθηση των Μετεώρων ως πολιτιστικού και αθλητικού προορισμού και αναψυχής που ενδείκνυται για ταξίδια όλες τις εποχές
- Συντήρηση και αύξηση ασφαλειών στις διαδρομές χωρίς να αλλοιωθεί η αναρριχητική δεοντολογία ως προς την διάνοιξη διαδρομών
- Ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας για τα οφέλη του αναρριχητικού τουρισμού (τουριστικά, κοινωνικά, βιολογικά) και γνωριμία με το άθλημα
- Επίσης απαιτείται στοχευμένο μάρκετινγκ για την επέκταση των ομάδων στόχων και σε άλλες ομάδες του πληθυσμού (π. γυναίκες, οικογένειες)
- Υλοποίηση φεστιβάλ αναρρίχησης με σκοπό της προσέλκυση αναρριχητών και από το εξωτερικό μέσα από συνεργασίες με συλλόγους του εξωτερικού, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει αγώνες, μουσικά δρώμενα, άλλες υπαίθριες δράσεις
- Πραγματοποίηση σεμιναρίων από ειδικούς φορείς, όπως Ε.Ο.Ο.Α, σχετικά με τους κινδύνους του βουνού και τρόπους αυτοδιάσωσης
- Διερεύνηση των δαπανών των τουριστών αναρρίχησης και σύγκριση με αυτές που χαρακτηρίζουν άλλους εναλλακτικούς τουρίστες
- Ανάπτυξη άλλων υπαίθριων δράσεων με στόχο την αύξηση των επισκεπτών

Ωστόσο περαιτέρω έρευνα χρειάζεται για να κατανοηθούν καλύτερα οι έννοιες της ανάμειξης, της προσκόλλησης και της αφοσίωσης με την επωνυμία των Μετεώρων, συνεπώς για μελλοντικές έρευνες προτείνεται:

- Διεξαγωγή παρόμοια έρευνας και σε άλλους επώνυμους και διάσημους ορεινούς προορισμούς
- Διεξαγωγή παρόμοιας έρευνας με δείγμα και ξένους
- Διεξαγωγή παρόμοια έρευνας με δείγμα και άλλες δραστηριότητες
- Ενσωμάτωση και άλλων μεταβλητών όπως οι καταναλωτικοί συνειρμοί ως προς τον προορισμό

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Alexandris, K., Douka, S., Papadopoulos, P., & Kaltsatou, A. (2008), Testing the role of service quality on the development of brand associations and brand loyalty. *Managing Service Quality*, 18(3), 239-254.

Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D., & Chatzigianni, E. (2008). Examining the Relationships Between Leisure Constraints, Involvement and Attitudinal Loyalty among Greek Recreational Skiers. *European Sport Management Quarterly*, 8(3), 247–264.

Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D., & Tziouma, O. (2013). The use of negotiation strategies among recreational participants with different involvement levels: the case of recreational swimmers. *Leisure Studies*, 32(3), 299–317.

Alexandris, K., Kouthouris, C. & Meligdis, A. (2006). Increasing customers' loyalty in a skiing resort: The contribution of place attachment and service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(5), 414-425.

Backman, S. J., & Cromton, J. L. (1991). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13(3), 205-220.

Filo, K., Funk, D. C. & Alexandris, K. (2008), Exploring the role of brand trust in the relationship between brand associations and brand loyalty in sport and fitness. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 3, 39-57.

Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1997). Leisure Involvement Revisited: Conceptual Conundrums and Measurement Advances. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 245–278.

Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12(2), 179–195.

Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. (1998). A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30(2), 256–280.

Καϊμακάμης, Δ., Αλεξανδρής, Κ. Φαχαντίδου, Α. & Χριστούλας, Κ. (2014). Διερεύνηση των παραγόντων που περιορίζουν και ωθούν τη συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής. *Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Φυσική Δραστηριότητα και Ποιότητα Ζωής ΤΕΦΑΑ Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Θεσσαλονίκη, Ελλάδα.*

Καραγιώργος, Θ., Αλεξανδρής, Κ., & Κουθούρης, Χ. (2014). Διερεύνηση της συνεισφοράς της ανάμειξης με τη ορεινή πεζοπορία και της προσκόλλησης με τον προορισμό στην πρόβλεψη της αφοσίωσης σε

αυτόν: Η περίπτωση του Ολύμπου. Ελληνικό Περιοδικό Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής, 11(2), 14-23.

Kim, S. S., Scott, D., & Crompton, J. L. (1997). An Exploration of the Relationships Among Social Psychological Involvement, Behavioral Involvement, Commitment, and Future Intentions in the Context of Birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 320–341.

Kouthouris, C., & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10(2), 101–111.

Κουθούρης, Χ. (2009), Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, ακραία αθλήματα Μάνατζμεντ υπηρεσιών & εκπαίδευση στελεχών. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αφοι Κυριακίδοι.

Kyle, G.T., Absher, J. D., & Graefe, A.R. (2003). The moderating role of place attachment on the relationship between attitudes toward fees and spending preferences. *Leisure Sciences*, 25(1), 33-50.

Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., & Wickham, T. (2004). An examination of recreationists' relationships with activities and settings, *Leisure Sciences*, 26(2), 123-42.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004a). Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' perceptions of setting density. *Journal of Leisure Research*, 36(2), 209-231.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004b). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian trail. *Leisure Sciences*, 26(1), 99-118.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), 249-273.

Lee, T. H., & Shen, Y. L. (2013). The influence of leisure involvement and place attachment on destination loyalty: Evidence from recreationists walking their dogs in urban parks. *Journal of Environmental Psychology*, 33, 76 – 85.

McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14(1), 3-15.

Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings. *Leisure Sciences*, 16(1), 17–31.

Park, S. H. (1996). Relationships Between Involvement and Attitudinal Loyalty Constructs in Adult Fitness Programs. *Journal of Leisure Research*, 28(4), 233–250.

Πολατίδου, Π., Αλεξανδρής, Κ., Μπαλάσκα, Π., & Πολατίδου Γ. (2016). Διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών, το βαθμό ικανοποίησης και την ανάπτυξη της από στόμα σε στόμα επικοινωνίας συμμετεχόντων σε διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος με βάση το επίπεδο ανάμειξης τους με το ορεινό τρέξιμο. *Hellenic Journal of Sport & Recreation Management*, 13(1), 50-66.

Πολατίδου, Π., Μπαλάσκα, Π., Πολατίδου Γ., & Αλεξανδρής Κ. (2012). Πρόβλεψη επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση υπαίθριων δραστηριοτήτων Mtb- Thassos Cup από την εικόνα προορισμού, την ανάμειξη με την δραστηριότητα και την προσκόλληση στη διοργάνωση. Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό, 10(3), 52-65.

Pritchard, M. P., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1999). Analyzing the commitment- loyalty link in service contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(3), 333–348.

Pritchard, M. P., Howard, D. R., & Havitz, M. E. (1992). Loyalty measurement: A critical examination and theoretical extension. *Leisure Sciences*, 14(2), 155-164.

Tas, E. & Gulen S. (2019). Analysis of the influence of outdoor education on seventh grade students. *Participatory Educational Research*, 6(2), 122-143.

Yildirim, G., & Akamca, G. Ö. (2017). The effect of outdoor learning activities on the development of preschool children. *South African Journal of Education*, 37(2), 1–10.