

دور الأفلام السينمائية في الترويج للسياحة التراثية الثقافية في مصر Role of Movies to promote Cultural Heritage Tourism in Egypt

د/ نيفين عبد اللطيف محمد عمر

مدرس بقسم الديكور، كلية الفنون الجميلة، جامعة الإسكندرية

الكلمات المفتاحية Keywords :

- التراث الثقافي
- السياحة
- الأفلام السينمائية
- سياحة الأفلام

ملخص البحث Abstract :

يُعد توجيه موضوعات الأفلام السينمائية بحيث تتضمن مشاهدتها المواقع والمعالم التراثية والأثرية، إحدى الأدوات التي تتجه إليها دول العالم حديثاً لتنشيط السياحة والاستفادة من مواردها الثقافية والاقتصادية، فيما سُمي بالسياحة السينمائية أو سياحة الأفلام Movie- induced Tourism.

ومصر زاخرة بالكثير من أماكن التراث الحضاري المرموقة سياحياً على مستوى العالم، لذا يلزم الاهتمام بها ونشر الوعي بالحفاظ عليها وترويجها للعالم بشكل مبهٍر بوسائل متعددة وأدوات معاصرة، من أهمها الترويج بالأفلام السينمائية، في ظل بحث السائح عن تجارب واهتمامات مختلفة عن تجاربهم المعتادة عن المواقع السياحية.

للسياحة، حيث أطلقت على الذين يقومون بالرحلات الكبرى أو الطويلة في سنة ١٨٠٠ بالممارسين الفعليين للسياحة، وبعد سنة ١٨١١ بدأت السياحة عهداً جديداً، حيث حظيت باهتمامات كبيرة في أنحاء العالم، وتكونت من أجلها فروع من المؤسسات والوزارات، وانتشرت السياحة الدولية في جميع دول العالم، فصارت في متناول محبي الإطلاع والمعرفة وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، وقد أثمرت جهود مختلف المنظمات، منها المنظمة العالمية للسياحة OMT، ومنظمة التعاون والنمو الاقتصادي O.C.D.E، وكذلك بعض مؤسسات الوحدة الأوربية، إلى الوصول إلى تعريف دولي للسياحة وهو: "تتضمن السياحة مجموعة الأنشطة التي ينجزها الأفراد خلال سفرهم وإقامتهم خارج عن محيطهم الطبيعي ولفترة لا تتجاوز السنة لغرض الاستجمام أو الأعمال أو لأغراض أخرى."

ويتعدد المجالات والتخصصات وكذلك اهتمامات الشعوب، تعددت أنواع السياحة تبعاً للدوافع والرغبات المختلفة التي تكمن خلفها، والاحتياجات التي تُشبعها، من بين هذه الأنواع "السياحة الثقافية" والتي تعتبر من أقدم الأنواع السياحية، والتي ترتبط بمفهوم السفر الثقافي بمختلف دوافعه سواء كان من أجل الدراسة والبحوث الاستكشافية، أو من أجل الحج ونشر الديانات، ويتمثل التعريف العام للسياحة الثقافية في أنها: "كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث مادي: مثل المدن، المعالم التاريخية، الحدائق، والمباني الدينية، أو تراث روحي/ معنوي مثل الحفلات التقليدية، التقاليد الوطنية أو المحلية".

ولأن التراث يتميز بأهمية بالغة باعتباره ذاكرة الأمة، وهو خلاصة ما خلفته وورثته الأجيال السالفة للأجيال

مشكلة البحث Research Problem :

افتقار العديد من الدول لثقافة السياحة القائمة على الأفلام السينمائية، خاصة مصر، رغم أنها تحوي العديد من الأماكن والمواقع التراثية والإرث الثقافي والأثري الذي يؤهلها لأن تصدر قائمة الدول التي يمكنها الاستفادة من السياحة التراثية الثقافية.

أهداف البحث The goal of research :

توجيه الاهتمام إلى ضرورة استغلال الأفلام السينمائية في تنشيط السياحة التراثية الثقافية في مصر لما يترتب على ذلك من ظواهر إيجابية تنعكس على كافة الأنشطة المجتمعية.

منهجية البحث Research Methodology :

باستخدام المنهج الوصفي- التحليلي، الاستقرائي

الإطار النظري Theoretical Framework :

تتعدد مفاهيم السياحة وتتنوع بمقدار تعدد أنواعها، وتعدد الأختصاصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل، والسياحة بشكل عام هي نشاط يقوم به فرد أو مجموعة أفراد يحدث منه انتقال من مكان إلى آخر، أو من بلد إلى آخر، بغرض أداء مهمة معينة، أو زيارة مكان معين، بغرض الترفيه، وينتج منه الأطلاع على حضارات وثقافات أخرى، وإضافة معلومات ومشاهدات عديدة والالتقاء بشعوب وجنسيات متعددة.

ومن خلال المراحل المختلفة التي مرت بها السياحة تاريخياً، وجد أنها كانت في الماضي منطبقة مع معنى الأسفار مهما تعددت أغراضها، ففي مرحلة الحضارات القديمة ومرحلة العصور الوسطى، كانت بداياتها الأولى بالانتقل سواء كان لغرض التجارة أو أداء الشعائر الدينية أو من أجل فضول ثقافي، فكانت الشعوب تسافر من منطقة لأخرى، ثم أعطت الثورة الصناعية منظوراً جديداً

أضحت غذاءاً للروح وصناعة العصر والمستقبل، ومن أبرز الجوانب التي تظهر فيها أهمية السياحة هي:

- ١- الأهمية الاقتصادية: تساهم السياحة على جلب العملة الصعبة، وتوسيع نطاق الاستثمارات الأجنبية وتوفير فرص عمل، وبالتالي تحقيق انتعاش اقتصادي واجتماعي للدول السياحية.
- ٢- الأهمية الثقافية: من الفرص التي تتيحها السياحة للدول السياحية هي تبادل الحضارات والثقافات، واكتشاف الآداب والفنون للتعرف على الخلفيات الثقافية للشعوب وتراثهم التاريخي والإنساني، الأمر الذي يحفز السياح للتردد على متاحف ومكتبات الدول السياحية وحضور حفلاتهم ومهرجاناتهم، والاطلاع على حياة السكان المحليين واكتشاف أمور ومعارف يتم الاستفادة منها في مجالات العلوم والاجتماع.
- ٣- الأهمية السياسية: تفعيل النشاط السياحي بين الدول يؤدي بدوره إلى بناء علاقات دولية تساهم في تقليل حدة الصراعات والمشاحنات الدولية، وعليه تكون السياحة نوع من الدعوة لنشر السلام والتعاون الدولي.
- ٤- الأهمية البيئية: تتيح السياحة فرصة استغلال الموارد البيئية (المناطق الطبيعية التي لم يلحق بها التلوث، ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل بما فيها من مناظر- نباتات- حيوانات برية- حضارات راسخة منذ الماضي وفي الحاضر)، مما يدفع المعنيين بقطاع السياحة للمحافظة عليها وتنميتها كونها ثروة طبيعية لا بد من حمايتها لأنها تمثل رأس مال طبيعي للدولة السياحية ومصدر جذب للسياح.

نوع السياحة في مصر:

تُعد مصر من الدول القليلة التي يمكن أن يُقبل عليها السائحون طوال السنة، نظراً لمناخها المعتدل، شتوي دافئ، وصيفي ليس شديد الحرارة، وتتعدد فيها المصايف والمشاتي، كذلك ويتنوع المُنتج السياحي في مصر نظراً لتنوع الأماكن السياحية فيها، كما أن لموقع مصر في مركز الاتصال الأقرب إلى أوروبا وآسيا وأفريقيا، وفي قلب العالم العربي الذي يُعد مُلتقى لدول الشمال مع أفريقيا، أهمية في مجال النقل البحري والاتصالات، وفيه مخلفات هائلة للحضارة الفرعونية تتمثل بالأهرامات والمعابد العديدة (الكرنك، أبو سمبل)، كما توجد فيها سياحة بيئية متقدمة، وسياحة صحراوية متنوعة، فمنذ القدم وصحاري مصر يكتنفها كثير من الأسرار والغموض، ما جعلها مواقع جذب لرحلات المستكشفين والباحثين في أعماق التاريخ، هذا الكم الهائل من الآثار والمعالم التاريخية جعل من مصر ما يطلق عليه "متحف مفتوح" ومنحها خصائص فريدة مقارنة بغيرها من البلدان السياحية.

من عناصر الجذب السياحية في مصر:

- ١- وادي النيل والشواطئ والبحار: تمتد مسافات شاسعة على سواحل البحرين الأبيض والأحمر، وفي أعماق البحر الأحمر على الخصوص ثروة من الكائنات البحرية والشعاب المرجانية النادرة. ويعبر مصر من شمالها لجنوبها نهر النيل الذي يعد موطناً للجذب السياحي بطول ضفافه.

الحالية، وهو كل العناصر المادية وغير المادية المكونة لهوية كل مجتمع بشري، حيث تتزايد قيمة الحفاظ عليه واستثماره من خلال الاستفادة من تجارب الأمم والشعوب التي لها سبق في ذلك، لذا فإن السياحة الثقافية المرتبطة بالتراث "السياحة التراثية الثقافية" تُعد في مقدمة هذا الاستثمار، فهي تُعنى بالتراث الثقافي والطبيعي، وترجع أهميتها في أنها تساهم في تنمية المعارف التاريخية والثقافية للجمهور، فلقد كانت الثقافات تنتقل من خلال اتصال الشعوب فيما بينهم من خلال طرق عديدة، لعل أولها كانت الفتوحات، الحروب، الهيمنة، الإنتداب والاستعمار، كذلك عن طريق التجارة، التبادل المعرفي والبعثات والزلمات الدراسية، والإعلام الذي يقوم بدور مسح شامل عن مختلف ثقافات وشعوب العالم، وفي الوقت المعاصر تعد السياحة من أحدث وسائل انتقال الثقافة بين الشعوب، ولقد أصبح التراث والسياحة مرتبطين تماماً. فالسياحة تُستخدم كمبرر اقتصادي لحفظ التراث، بالإضافة إلى دورها في الحفاظ على الصناعات اليدوية والفنون الشعبية.

١- التراث الثقافي Cultural Heritage: هو تعبير عن طرق المعيشة التي طورها المجتمع وانتقلت من جيل إلى جيل، والتي تشمل الأماكن، والأشياء، والعادات، والممارسات، والتعبيرات، والقيم الفنية، كما أنه إرث من التحف المادية، والصفات غير الملموسة لمجموعة أو مجتمع مورثة من الأجيال السابقة، والتي يتم للحفاظ عليها في الحاضر لبقائها للأجيال القادمة، وينقسم التراث الثقافي إلى:

أ- التراث الثقافي الملموس: يشمل هذا النوع من التراث الثقافي المعالم التاريخية، والمباني، والمواقع الأثرية، القطع الأثرية والتي تشمل اللوحات، والرسومات، والمطبوعات، والفسيفساء، والمنحوتات، كما ويشمل جميع الأدلة والتعبير البشرية، مثل: الصور، والوثائق، والكتب، والمخطوطات، والأدوات، سواء كانت فردية أو جماعية.

ب- التراث الثقافي غير الملموس: يشمل هذا النوع من التراث الثقافي العناصر غير المادية، والتي تشمل التقاليد، والتاريخ الشفهي، والممارسات الاجتماعية، والحرف اليدوية التقليدية، والطقوس، والمعرفة والمهارات المنقولة من جيل إلى جيل داخل مجتمع معين، مثل الموسيقى، الرقص، الاحتفالات، المهرجانات، المواكب.

٢- التراث الطبيعي Natural Heritage: يشير التراث الطبيعي إلى المعالم الطبيعية، الأماكن والمواقع البرية والبحرية، الهياكل والتشكلات الجيولوجية، ومواطن الأنواع الحيوانية، النباتية، البحرية، أو مواطن التنوع البيولوجي، التي تتميز بقيمة استثنائية من وجهة النظر الجمالية أو العلمية، أو ما تحتويه على ثروات طبيعية ينبغي الحفاظ عليها.

أهمية السياحة التراثية الثقافية عالمياً:

لقد أصبحت السياحة التراثية الثقافية من أهم الظواهر التنافسية على مستوى العالم، حيث أنها تساهم في تدعيم مختلف المجالات، سواء على المستوى الاقتصادي، الثقافي، السياسي، والبيئي، ولقد تنامت وازدهرت حتى

ومعرفياً، إذ تستطيع تناول الواقع بالصورة والكلمة والتحليل والتعليق، لتجسدها أمام الجمهور لتؤثر في وعيه وتعزز هويته وشخصيته الوطنية والقومية، ولأن السينما المصرية هي أقدم سينما في الوطن العربي، فلقد كانت هي الوسيلة الأساسية التي عرف بها المشاهد العربي عن مصر، فغير السينما شاهد الجمهور على الشاشة الكبيرة مصر_ أم الدنيا_ بمدنها وشواطئها ومنتجعاتها وجبالها ووديانها وصحرائها وآثارها وأهرماتها، القاهرة بشوارعها ومناطقها ومبانيها وجسورها ومحطاتها، وشاهد النيل العظيم، النيل بصفاهه ومراكبه والجسور والكباري الناهضة عليه، كما عرف الجمهور العربي من خلال السينما المصرية، الريف المصري، الفلاح، المغامرات، الخير والشر، لقد كانت الأفلام السينمائية هي البوابة التي ولج منها المتلقي العربي بكل الدهشة والأبهار إلى عالم مصر، التي طالما سمع عنها عبر الأغاني الشهيرة. وعليه فإن الأفلام السينمائية تغدو رسول أمة إلى شعوب العالم برسالة ساطعة الوضوح والدلالة، بمقدرتها على إعادة إنتاج صوراً من الماضي العربي والإسلامي، من خلال عدد من الأفلام التاريخية، التي كونت صور ذهنية باهرة في عقل ونفس المتلقي فتجسدت لديه تلك الأيام الزاهية التي عرفها العرب والمسلمون في عصورهم الماضية.⁽¹⁾

كذلك ينبغي الإشارة إلى أن الأفلام السينمائية لها دور رئيس في تكوين صورة إما إيجابية أو سلبية في أذهان الجماهير عن الأماكن والمواقع المختلفة في البلاد ومقاصدها السياحية المتنوعة، ولقد كانت صناعة السينما المصرية في أوج انتعاشها، عندما اندلعت الحرب العالمية الثانية، حيث انتشرت الاستديوهات، مما أدى إلى ترسيخ صناعة السينما وزيادة عدد الأفلام المنتجة، مما فتح أمام الفيلم المصري سوق البلدان العربية، ولقد كانت حينها "القاهرة" عاصمة السينما العربية أو كما كان يُطلق عليه زهواً "هوليوود الشرق"، لقد ازدهرت السينما المصرية إذ يبدو من تاريخها أنها وصلت على المستوى الفني في خمسينيات القرن الماضي وحتى بداية السبعينيات إلى درجة تكاد تضارع أرقى الأفلام العالمية، حيث كان صناع السينما يلاحقون كل ما يطرأ على السينما العالمية من تقدم تقني على مستوى الصوت والصورة بل والخدع والمؤثرات الخاصة أيضاً، وقد برزت مؤسسة استوديو مصر في النصف الثاني من الثلاثينيات كأول كيان سينمائي اقتصادي كبير تم إنشاؤه على أسس علمية وحقق إنتاجاً غزيراً ومنتظماً. وهكذا وصل الفيلم المصري إلى مرحلة القمة وتكامل في إنتاجه المميز مختلف العناصر الفنية وبدأت اللغة السينمائية فيه تتطور بشكلٍ لافت ومطرد اعتباراً من منتصف الستينيات لتعبر عن نفسها في أعمال فنية رائعة عكست فهماً عميقاً للفن السابع. أعقبت هذه المرحلة تراجعاً للسينما المصرية وظهرت أفلام السبعينيات بكل ما تحمله من تردّي وأضحى من العسير جداً على أجود الأفلام المصرية أن تصمد للمقارنة

- ٢- محور المحافظات (الفيوم- بني سويف والمنيا- الأقصر وأسوان- القاهرة الجيزة): حيث تحوي مجموعات ذات طبيعة متنوعة، تضم الآثار والمواقع التاريخية من العصور الفرعونية، الرومانية، القبطية، الإسلامية، والحديثة، والبحيرات الطبيعية المتميزة.
- ٣- محور صحراء سيناء: تتميز بالكثير من المعالم ذات القيمة التاريخية والدينية والمقومات البيئية التي تجعلها تصلح للأنماط السياحية المختلفة، وبخاصة الترفيهية الشاطئية، العلاجية، الثقافية، الدينية، العلمية، وسياحة الجبال والصحاري، وفي مناطق الآثار الفرعونية وقلعة صلاح الدين، ووادي الراحة، سانت كاترين، جبل موسى، مزارات الأنبياء والطرق التاريخية، كما يرتبط بها كرنفالات واسعة للأزياء والفنون الشعبية.
- ٤- محور مدن القناة: حيث تضم المجرى الملاحي والبحيرات الواقعة على مساره، والمواقع التاريخية التي واكبت حفر القناة، والمعارك العسكرية التي جرت على ضفافها، بالإضافة إلى مواقع المحميات الطبيعية.
- ٥- الواحات المصرية: الواقعة في الصحراء الغربية وهي (واحة سيوة، الفرافرة، الداخلة والخارجة).
- ٦- المحميات الطبيعية: ينتشر معظمها في مناطق صحراوية، وتجدر الإشارة أن المحميات الصحراوية تعتبر مقاصد متميزة للسياحة الصحراوية.
- ٧- منطقة العوينات والجلف الكبير: في أقصى جنوب غرب مصر، لما تحويه من كهوف خاصة بإنسان العصر الحجري، وبداية تاريخ الإنسان المصري منذ آلاف السنين.
- ٨- سباق رالي الفراعنة الدولي: يُعد سباق رالي الفراعنة للسيارات والدراجات النارية أحد السباقات الدولية المتميزة (يقام منذ عام ١٩٨٢)، وهو يعتبر دعاية مهمة للسياحة الصحراوية في مصر، ويشكل نافذة إلى العالم، إذ ارتبط باسم مصر في أوروبا، ويعتبر من الأحداث الرياضية المهمة في مصر، وجرى إدراجه في أجندة كأس العالم للرياليات منذ عام ٢٠٠٠.^(١)

أهمية السينما في بناء الصورة الذهنية للمتلقى عن المواقع السياحية في مصر:

رغم ثراء مصر بهذا التنوع في التراث الثقافي والطبيعي الذي سبق الإشارة إليه إلا أنها لا زالت في حاجة إلى الترويج الإعلامي بشتى وسائله نظراً لأهمية الإعلام في إيجاد سائح/ مستهلك بسرعة وسهولة من خلال وسائل وأدوات الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب، ومن خلال المهرجانات والمعارض وتبادل الوفود والفرق الفنية والمطبوعات والأفلام وغيرها.

وتعد السينما على رأس وسائل الاتصال الجماهيرية، ذات الدور الهام والفعال، بل الأكثر أهمية إعلامياً وثقافياً

(١) يتصرف من خليف مصطفى غرابية، السياحة الصحراوية- تنمية الصحراء في الوطن العربي- المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ٢٠١٢.

(٢) يتصرف من مجموعة مؤلفين، الهوية القومية في السينما العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ١٩٨٦.

كيفية الاستفادة من مراحل إنتاج الأفلام السينمائية في الترويج السياحي:

عمد صانعو السينما العالمية إلى الترويج لأفلامهم والدعاية لها أثناء مراحل الإنتاج الثلاثة المتمثلة في: مرحلة ما قبل الإنتاج Pre-production، مرحلة الإنتاج Production، مرحلة ما بعد الإنتاج Post-production، وذلك كما يلي:

مرحلة ما قبل الإنتاج Pre-production: حيث يتم التعاون بين المؤسسات السياحية وشركات إنتاج الأفلام بحيث يتم الترويج بنشاط مواقع منتجي الأفلام في مرحلة ما قبل الإنتاج، الأمر الذي يساهم في توفير فرص تسويقية كبيرة لأسواق السياحة والترويج لزيارة تلك المواقع التي سيتم فيها الأفلام (في مرحلة الإعداد التي تسبق التصوير)، كذلك وينبغي توفير التسهيلات المادية لمنتجي الأفلام للتصوير في الأماكن الخارجية، والتي تعد وسيلة دعابة للأماكن.

مرحلة الإنتاج Production: أثناء تصوير الفيلم during production يمكن عمل ما يسمى باليوميات تتخلل عملية تصوير الفيلم، بحيث تظهر فيها الخلفيات الطبيعية الجميلة والمواقع المميزة، ويتم نشرها على شبكات التواصل والانترنت، بهدف الدعاية للفيلم وكذلك تشويق المشاهدين لزيارة تلك الأماكن واستكشافها عن قرب. مثلما حدث في إنتاج يوميات فيديو Hobbit 2012 التي عرضت مقاطع من الطبيعة الجميلة لنيوزلندا، والتي أصبحت مألوفة أيضا في أفلام The Lord of the Rings.

ولإضافة الترويج والدعاية حول إنتاج الفيلم، يتم عمل خرائط للأفلام بالتعاون مع استديوهات الأفلام ومعالم الجذب المحلية. مثل خرائط لمواقع Harry Potter، Da Vinci Code، والتي تساهم أيضا في التسويق للمزيد من المواقع الأخرى المرتبطة بها.

مرحلة ما بعد الإنتاج Post-production: يتم عمل تسويق ترويجي بعد إنتاج الفيلم Post-production وذلك عن طريق التنظيم لحدث العرض الأول للفيلم، وإطلاق الحملات التسويقية السياحية في نفس وقت العرض الأول للفيلم، مثلما حدث في حملة Eurostar التي تم إطلاقها في وقت العرض الأول لفيلم Da Vinci code 2006.

عوامل جذب السياح في تجربة سياحة الأفلام:

سياحة الأفلام تحفزها شغف السياح ورغبتهم في تجارب جديدة، والفضول للنظر إلى الأشياء الخارجة عن الأشياء العادية والتجربة البعيدة عن تلك المرتبطة بالحياة اليومية، فهي تمثل السياحة السينمائية الرغبة في النظر إلى مواقع معينة لإنشاء أحلام اليقظة والتصور الذهني حول الأماكن، هذه النظرة التي تكون أكثر عاطفية ووجدانية للإقتراب من الخيال، مرتبطة بالمناظر الطبيعية والعلامات والظواهر التي عُرضت في الأفلام.

ومن عوامل جذب السياح لتجربة سياحة الأفلام هو:

- اهتمامهم بالمشاركة في العديد من الأنشطة السياحية من جولات وزيارات ولقاءات.

مع أفلام السينما العالمية، غير أنه لا يمكن تجاهل مرحلة الثمانينيات حتى منتصف التسعينات التي شهدت عدداً من الروائع المهمة والإبداعات حيث عمد مخرجو أفلام هذه الفترة إلى رصد التغيرات الحاصلة في المشهد الاجتماعي داخل مصر. غير أن محاولات هؤلاء المخرجين لم تفلح في القضاء على الترددي العام السائد في مجال السينما من كل الجوانب، بدءاً من مستوى الصوت الذي كان سبباً في ضياع الفرصة للعديد من الأفلام في المشاركة بالمهرجانات الدولية وحتى مستوى الاستوديوهات والمعامل، بل وصل الترددي إلى دور العرض. ورغم المحاولات الجادة من البعض لتقديم فن حقيقي إلا أنه وحتى الآن لم تتعافى السينما المصرية بالشكل المرجو. خاصة وأنه مع بداية القرن الواحد والعشرين ظهرت العديد من الأفلام السينمائية التي تتعمق في عشوائية المجتمع المصري وعنفه والمشاكل الاقتصادية، والتي أدت إلى نشر صورة سلبية ومسيئة للمجتمع المصري ولمصر، وهذه الأفلام حتى وإن لم تكن سيئة على المستوى الفني فهي لا تضيف جديد إيجابي بحيث ينشر صورة إيجابية في أذهان الجمهور عن مصر كمقصد سياحي.

لذلك ترى الباحثة ضرورة الأهتمام بإعادة دور الريادة للسينما المصرية بحيث تكون الواجهة المثلى للترويج للسياحة خاصة التراثية الثقافية نظراً لرصيد مصر الهائل من التاريخ الإنساني والإرث الحضاري الذي نفخر أن ننشره للعالم بوسيلة عصرية جماهيرية وبصور جذابة ومبهرة في سياق مضمون راقٍ ومؤثر إنسانياً ونفسياً، مما يعني تقديم تجربة سينمائية ممزوجة بدعوة ضمنية لزيارة المقاصد السياحية المصرية التي تندر بالجمال والتنوع والتفرد وما يكتنف ذلك من تجربة استكشافية ثقافية حضارية تظل عالقة في ذهن المُتلقي وتؤثر فيه بشكل إيجابي.

دور الأفلام السينمائية في ظهور مصطلح سياحة الأفلام/ السياحة السينمائية:

السياحة المرتبطة بالأفلام Movie-induced Tourism هي نوع من السياحة المتخصصة التي ظهرت ارتباطاً برواج الأماكن والمواقع التراثية والتاريخية التي ظهرت في الأفلام السينمائية سواء كانت مواقع طبيعية أو مواقع أنشأها صانعو الأفلام، وعادة ما ترتبط الأماكن الطبيعية التراثية والمعمارية التاريخية بالحنين إلى الماضي، الأمر الذي يثير شغف شريحة عريضة من المُبدعين أمثال: المؤلفين والكتاب لزيارتها كمقصد سياحي واستكشافي ومصدر إلهام للفنانين والشعراء. كذلك فإن قطاع كبير من السياح يحرصون على زيارة المواقع التي تم عرضها في الأفلام السينمائية، وذلك لشعورهم بالفضول والشغف للسفر إلى تلك المواقع والأماكن ليعيشوا تجربة جديدة على خلفية إرتباطهم الذهني والنفسي بأحداث الفيلم الإنسانية أو التاريخية وأماكن التصوير، وربما بالمثل ذاته الذي أدى الدور في الفيلم. ولقد تأثرت السياحة القائمة على الأفلام بالرواج في صناعة الترفيه، وبالزيادة المطردة للسفر العالمي.

الذي تم تصويره فيه، فأضحى هذا المكان معلّم جذب سياحي مهم من قِبَل السكان المحليين.

- في بعض الأحيان يمثل نجاح الفيلم عنصر جذب للسياح لزيارة الأماكن التي تم تصوير الفيلم فيه، وفي حالة إذا كان الفيلم تاريخياً، فتمثل الأماكن التراثية والتاريخية مقصد لسياحة الحنين إلى الماضي ومعايشة الماضي واستكشاف حلقاته في آثاره المتبقية.

- يمكن إعادة تمثيل أجزاء من الفيلم في الموقع كجزء من تجربة السياحة السينمائية.

- تحقيق تجربة الشعور بالانتماء ومقابلة أشخاص آخرين لديهم اهتمامات مماثلة.

- شراء الهدايا التذكارية لمواقع الفيلم.

- السياحة في المواقع التي تضم بيوت المشاهير ونجوم السينما.

- تم الاستفادة من ذلك الشغف والاهتمام من السياح بزيارة مواقع التصوير السينمائي، أن قامت المؤسسات السياحية بعمل جولات لسياحة الأفلام (حيث يتم عرض العديد من مواقع التصوير للزوار، مثل جولة في لندن لمواقع الأفلام، وجولات بصحبة مرشدين لمجموعات معينة في المواقع مثل Lord of the Rings في نيوزلندا.

ب- السياحة خارج مواقع التصوير السينمائي Off-Location movie tourism

هي المواقع الخارجية المصطنعة والمبنية خصيصاً للتصوير السينمائي، مثل استديوهات الأفلام أو حدائق الأفلام، أو لأغراض سياحية، مثل الاستديو السينمائي الكبير Warner Bros, Fox, Universal المجهزين للجولات في استديوهات الأفلام والحدائق ذات الطابع مثل Universal studios (الاستديوهات العالمية في فلوريدا) والتي تم تصميمها بالكامل للأغراض السياحية، وتتضمن العديد من الألعاب التي تعتمد على الأفلام Themed Film Parks وتتضمن العديد من الألعاب التي تعتمد على الأفلام مثل E.T, Terminator، كذلك مدن الملاهي التي لم يحدث فيها تصوير أو إنتاج Theme parks.

- تعد جولات السياحة السينمائية في هذه المواقع مناطق جذب للأشخاص المهتمين بالبحث في معرفة ما وراء كواليس الأفلام (لمعرفة ما يحدث في عملية التصوير السينمائية)، ويعد ستديو Paramount Picture في هوليوود مثلاً جيداً للاستديو الذي يوفر جولات للزائرين لمعرفة ما يحدث وراء الكواليس.

- وتعد العروض الأولى للأفلام السينمائية والمهرجانات السينمائية جزءاً من فرع السياحة خارج مواقع التصوير، حيث يكون السياح على استعداد للسفر طويلاً لتجربة التواصل مع المشجعين الآخرين المهتمين بحضور العروض الأولى للأفلام مثل Harry Potter أو لحضور المهرجانات السينمائية مثل مهرجان كان Cannes Film Festival، ومهرجان سراييفو Sarajevo Film Festival.

- إعادة تمثيل لقطات من الأفلام في نفس الأماكن (لعب الأوار بارتداء الأزياء الخاصة بالفيلم).

- المشاركة في أنشطة لصنع نماذج مصغرة للمواقع والمقاصد السياحية.

- مشاهدة العروض والاحتفالات الخاصة المرتبطة بسكان المكان.

- الحصول على هدايا تذكارية مرتبط بالمكان (مثل قطع مأخوذة من الطبيعة كالصخور الصغيرة وغيرها)، والحصول على نسخ من كتب دليل الأماكن السياحية.

- تجربة أصناف الطعام المحلية والنقاط الصور التذكارية.

ويتأثر الزائر في تجربته السياحية القائمة على الأفلام بثلاثة عناصر:

أ- المكان Place: حيث يعد المكان عنصر أساسي للأنجذاب في الفيلم، وهو أحد السمات الرئيسية في الفيلم (المنظر) ويشمل (المناظر الطبيعية الفريدة- المشاهد المتنوعة الجذابة لعين المشاهد) ومما لا شك فيه أن المكان يعكس الشعور الدرامي والتأثير النفسي للمشاهد، وهي فيما بعد تسهم في عمل رواج واسع لزيارة تلك الأماكن كوجهة سياحية.

ب- الأحداث Performances: تعد أحداث الفيلم عامل جذب استناداً على محتوى القصة والمحتوى الموضوعي للفيلم، الذي قد يدفع بعض السياح إلى السفر لتحقيق دافع نفسي معين مثل: الهروب- الرومانسية- مغامرة- استكشاف- مخاطرة من خلال التجربة البديلة التي يستشعرها في الأماكن التي تم تصوير أحداث الفيلم فيها، مثل فيلم eat pray love ٢٠١٠.

ج- الشخصية Personality: كذلك قد يجذب السياح لزيارة الأماكن السينمائية لارتباطهم بنجم الفيلم وبالممثلين والنجوم الذين صوروا الفيلم وأثروا اهتمامهم. حيث يُعد نجوم السينما والممثلون والمشاهير عناصر قوية جداً في وسائل الإعلام، وهم قادرون على استخلاص معاني قوية من الأدوار التي يؤديها في الأفلام، وبالتالي يحصلون على الارتباط الوجداني من الجمهور والمشاهد.

أنواع سياحة الأفلام:

يمكن تصنيف شكل السياحة السينمائية حسب نوع الموقع الذي تم تصوير الفيلم فيه، وكيف حفز السياح على الارتباط ذهنياً واتخاذ قرار زيارته كمقصد سياحي وممارسته الأنشطة السياحية به.

أ- السياحة في مواقع التصوير السينمائي On-Location movie tourism

هي أماكن ومواقع طبيعية تم التصوير السينمائي (الخارجي) فيها مثل المباني الموجودة بالفعل والشوارع الفعلية، بعضها كان مزاراً سياحياً بالفعل، والبعض الآخر لم ينل حظه من الشهرة والشعبية إلا بعد تصوير الأفلام فيه، فتحول إلى مقصد سياحي، خاصة إذا ترك الفيلم وراءه أثراً مما تم بناؤه، مثلما حدث في فيلم Star Wars الذي تم تصويره في الصحراء التونسية، والذي ترك خلفه الأثر



شكل (٢) لقطة من فيلم ملك الخواتم الذي تم تصويره بين مروج نيوزلندا - <https://vimeo.com/88138797>

٣- فيلم القلب الشجاع Brave Heart:

على الرغم من أن القصة التاريخية التي يتناولها الفيلم مرتبطة باسكتلندا، إلا أنه تم تصوير معظم مشاهد الفيلم في أيرلندا، وامتازت الخلفية التصويرية في الفيلم بالطبيعة الصخرية الخلابة والمرتفعات الشاهقة في منطقة بحيرة "اليفين" ومنطقة "جلينكو" التي أصبحت من أهم المناطق السياحية في اسكتلندا، حيث إن قرية "الانارك" التي تظهر في الفيلم بُنيت منازلها على نمط البيوت في جزيرة "سانت كيلدا" التي تقع على الساحل الاسكتلندي والتي كانت مأهولة حتى القرن الثامن عشر ومن ثم تحولت إلى منطقة سياحية، ورغم أن هذه القرية تم إزالتها بعد الانتهاء من تصوير الفيلم إلا أن "موقف سيارات القلب الشجاع" الذي سُمي تيمناً بالفيلم لازال قائماً في هذه المنطقة، الكثير من السياح يقومون بزيارة المكان وركن سياراتهم هناك والقيام بجولة على الأقدام لمشاهدة الطبيعة والمناظر المذهلة التي تذكرهم بالفيلم.



شكل (٣) موقع تصوير فيلم قلب شجاع في جلين نيفيس - اسكتلندا - https://www.youtube.com/watch?v=6O_DwtUdKwU

ثانياً: نماذج من أفلام السينما العالمية التي تم تصويرها في الدول العربية:

اهتم صناع الأفلام العالمية بتصوير بعض الأفلام أو بعض مواقعها في الدول العربية، وذلك لعدة اعتبارات على رأسها الطبيعة الخاصة للبلاد العربية، وما تتميز به من الصحاري المترامية، كذلك إرثها من الآثار القديمة، ورصيدها المعماري المميز. ولقد ساهمت شهرة هذه الأفلام العالمية في الترويج لزيارة تلك البلدان العربية التي تم التصوير فيها. سيشير البحث إلى ثلاثة نماذج من تلك الأفلام على سبيل المثال لا الحصر:

نماذج من الأفلام العالمية التي ساهمت في الترويج للسياحة السينمائية:
أولاً: نماذج من أفلام السينما العالمية التي تم تصويرها في العالم الغربي:

ساهمت أفلام السينما الغربية في الترويج لمناطق معينة على خريطة السياحة العالمية، حيث أدى هذا إلى صناعة شهرة أماكن عديدة في العالم لتصبح مقاصد خاصة تجذب السائحين. سيشير البحث إلى ثلاثة نماذج من تلك الأفلام على سبيل المثال لا الحصر:

١- سلسلة أفلام هاري بوتر Harry Potter

أسهمت سلسلة أفلام هاري بوتر في زيادة شهرة بريطانيا كموقع لتصوير الأفلام العالمية، بما قدمته من عالم الخيال الافتراضي المليء بالخرافة المبهرة والأحداث غير المتوقعة، فمدرسة "هوجورتس" الشهيرة للسحر والشعوذة في فيلم هاري بوتر تجذب آلاف السياح إلى إنجلترا للتعرف على سحر القرى الإنجليزية والكنائس والأديرة والأبنية الأثرية، كما أن جامعة "كسفورد" العريقة تستقبل حشوداً كبيرة من السياح بحيث يمكنهم أن يعيشوا الأجواء الحقيقية للفيلم، وزيارة الأماكن التي تم التصوير بها، كما تستقطب محطة قطارات لندن "كينج كروس" الكثير من محبي "هاري بوتر" الذين يلتقطون الصور التذكارية ويقومون بتقليد بعض المشاهد من الفيلم، بالإضافة إلى إمكانية زيارة ستديوهات warner brothers وزيارة المتحف الخاص بالديكورات والملابس والكائنات التي ظهرت في الفيلم.



شكل (١) موقع تصوير مدرسة هوجورتس في فيلم هاري بوتر <https://www.dreamstime.com/royalty-free-stock-image-hogwarts-castle-image24485616>

٢- فيلم ملك الخواتم The Lord of the Rings:

يعتبر نجاح فيلم «ملك الخواتم» من العوامل الهامة التي أدت إلى نمو السياحة في نيوزيلندا، حيث شهدت تدفقاً غير مسبوق للسائحين من جميع أنحاء العالم للقيام بجولات سياحية في قرية "الشابير" الشهيرة التي تم ذكرها في الفيلم كثيراً والتي كانت موطناً لـ "هوبيت" في الفيلم، وقد قامت هيئة السياحة النيوزيلندية بتدشين حملة دعائية كبيرة من أجل الترويج لهذه الأفلام وتعريف السائحين من جميع أنحاء العالم إلى أماكن تصويرها في نيوزيلندا.

٣- فيلم حرب النجوم Star Wars :

حظيت تونس على شهرة واسعة ورواج في مقاصدها السياحية بعد تصوير فيلم "حرب النجوم" الذي نال شهرة كبيرة، حيث أن كوكب الصحراء "تاتون" في الفيلم هو مستوحى بالفعل من بلدة "تطاوين" التونسية، ولقد استوحى مخرج الفيلم "جورج لوكاس" المناظر الطبيعية والبناء المعماري لكوكبه الخيالي من هذه المدينة التي كانت تقع على بعد أميال من مكان تصوير الفيلم في تونس، وقد ألهمت قرية "مطماطة" التونسية الشهيرة ببلدة الكهوف هذا المخرج لتصميم بيوته الخيالية في الفيلم على شكل قباب دائرية مجوفة من الداخل ومصنوعة من الحجارة الرملية، ويمكن للسياح الزائرين مشاهدة الديكور الداخلي لفندق "سيدي إدريس" في تونس والذي يشبه الديكور المتخيل لفيلم "حرب النجوم"، وقد انتقل العديد من سكان هذه البيوت المجوفة إلى بلدة "مطماطة الجديدة" تاركين هذه المعالم مفتوحة للزائرين والسياح الذين يتدفقون بأعداد كبيرة سنوياً لمشاهدتها.



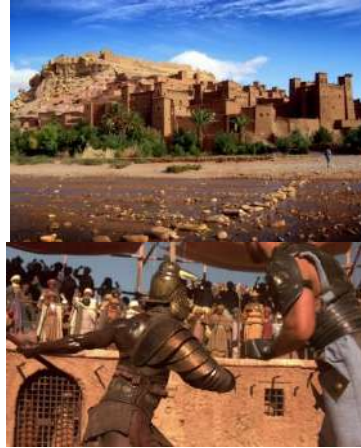
شكل (٧) منطقة نفثة في تونس موقع تصوير فيلم حرب النجوم
http://haka9e.blogspot.com/2014/08/blog-post_83.html

ثالثاً: نماذج من أفلام السينما العالمية التي تم تصويرها في مصر:

يعد التصوير بالأماكن الأثرية في مصر على رأس المواقع المفضلة لمخرجي الأفلام العالمية، فمنذ اكتشاف مقبرة توت عنخ آمون عام ١٩٢٢، لفت هذا الحدث الهام السينما العالمية بحيث اهتم صنّاعها بتصوير العديد من لقطات أفلامهم في الأماكن الأثرية والتاريخية القديمة في مصر، ظهر ذلك في فيلم (المومياء) The Mummy 1932 الذي تم إعادة إنتاجه مرة أخرى في ١٩٩٩، مروراً بفيلم (وادي الملوك) Valley of the kings 1954 الذي تم تصويره في (القاهرة- الأقصر- منطقة الأهرامات)، فيلم (الجاسوس الذي أحبني) The Spy who loved me 1677 الذي تم تصوير بعض المشاهد في (مدينة الأقصر

١- فيلم المحارب Gladiator :

اشتهرت بلدة "آيت بن حدو" في إقليم ورزازات بالمغرب كأحد المقاصد السياحية، وكأحد المواقع الشهيرة التي يتسابق المخرجون العالميون لتصوير أفلامهم بها نظراً لمناظرها وتاريخها العريق، وبعد ما حققه نجاح فيلم "المحارب" الذي تم تصويره في بلدة آيت بن حدو بالمغرب، استقبلت هذه البلدة العديد من مصوري الأفلام الشهيرة مثل فيلم "ملكة السماء" و "لورانس العرب" وغيرها من الأفلام الملحمية القتالية، وقد تم بناء "حلبة المصارعة" في فيلم "المحارب" وإضافتها إلى مشهد قرية آيت بن حدو من أجل الحصول على موقع مثالي للتصوير.



شكل (٤) موقع تصوير فيلم المحارب في بلدة آيت بن حدو في المغرب

٢- فيلم حرب طروادة Troy :

ساهمت شهرة فيلم الملحمة والبطولة الأسطورية "طروادة" في الترويج للسياحة بجزيرة مالطا في البحر المتوسط، حيث أن غالبية مشاهد القتال والحرب في الفيلم تم تصويرها في مالطا ومشاهد قليلة في المكسيك، ولقد تم بناء الشوارع والساحة الكبرى لمعركة "طروادة" على مساحة ١٠ فدان في قلعة "ريكاسولي" الواقعة على مرفأ "فالييتا" في مالطا، بينما تم تصوير المشاهد الداخلية بما في ذلك قصر طروادة في استوديوهات "شبيردون" في إنجلترا.

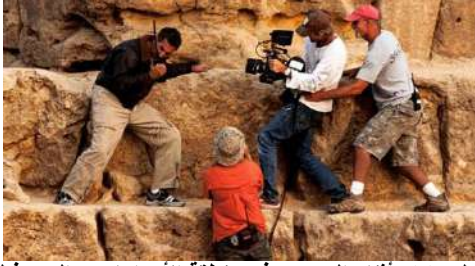


شكل (٥) موقع تصوير فيلم طروادة في مالطا



شكل (٦) لقطة من فيلم طروادة

http://haka9e.blogspot.com/2014/08/blog-post_83.html



شكل (١١) أثناء التصوير في منطقة الأهرامات كواليس فيلم

Transformers

<https://io9.gizmodo.com/484369381>

أهم معوقات تنمية السياحة السينمائية في مصر:

- رغم ما تتميز به مصر من رصيد هائل في المواقع التراثية والأماكن الأثرية والطبيعة المميزة التي تعد جهات مثالية لتصوير الأفلام، إلا أن صانعي الأفلام العالمية يهربون من تصوير أفلامهم في مصر بسبب صعوبة الإجراءات وأخذ التصاريح المناسبة، بدءاً من الجمارك التي تتعامل مع معدات التصوير بنظام الموقوفات، أي أنها تفرض على المنتج الأجنبي ضرورة إصدار خطاب ضمان بقيمة المعدات يسري طوال مدة وجودها في مصر، كذلك ما تفرضه نقابة المهن السينمائية من رسوم باهظة على جميع أفراد فريق التصوير الأجانب، إلى جانب تعدد الجهات التي تمنح تصاريح التصوير ما بين جهات أمنية ورقابية وسياحية وغيرها، ويرى متخصصون في السينما أن الإجراءات التي تطلبها السلطات المصرية لتصوير أفلام أجنبية على أراضيها هي الأعدى على مستوى العالم.

- التوجه السائد في تقديم موضوعات ونصوص سينمائية تركز بشدة على الصور السلبية عن الحياة والمجتمع المصري في معظم الأفلام المصرية، أدى إلى تراجع دور الترويج الإعلامي السينمائي للمقاصد السياحية في مصر، بسبب سيطرة صورة غير مشرقة عن مصر بأذهان المشاهدين، مما ترتب على ذلك احجام الكثير من السائحين عن القدوم لزيارتها.

- تعرض الكثير من الأماكن السياحية الأثرية والتاريخية إلى التخريب بالهدم وعدم الصيانة وعدم النظافة، مما جعلها تظهر بصورة غير لائقة، والأخطر تعرض هذه الأماكن الأثرية إلى الزوال ومحو تاريخها.

- ضعف خطط التطوير السياحي وسياسات الاستثمار ونمط الأولويات، وتغليب الاعتبارات الاقتصادية على المتطلبات البيئية.

- عدم مشاركة المجتمع المحلي في عمليات التنمية السياحية، وذلك لقلة نشر الوعي الكافي بثقافة التعامل مع السياح على المستوى المؤسسي، سواء في شركات السياحة والطيران، أو على المستوى الخدمي في أماكن الاستقبال ووسائل النقل... وغيرها.

أهمية تفعيل سياحة الأفلام في مصر بهدف التنمية ونشر التراث والثقافة المصرية:

من خلال الطرح السابق في البحث، اتضح الدور البارز للسينما على مستوى العالم في الترويج للسياحة في

بمعبد الكرنك- محافظة أسوان بمعبد أبي سمبل- مسجد بن طولون بالقاهرة)، فيلم (الموت على النيل) Death on the Nile 1978 الذي تم تصوير بعض المشاهد في منطقة الأهرامات، فيلم (جالبولي) Gallipoli 1981 الذي تم تصوير بعض المشاهد في (القاهرة- الجيزة- منطقة الأهرامات)، فيلم (سيريانا) Syria 2005 الذي تم تصوير بعض المشاهد في (العاصمة القاهرة)، وفي القرن الواحد والعشرين شهدت الأقصر ومنطقة أهرام الجيزة على تصوير مشاهد أفلام مثل: فيلم JUMPER 2008 الذي صورت أحد مشاهد على سفح الأهرامات، وكذلك فيلم TRANSFORMERS 2009، فيلم FAIR GAME 2010 الذي تم تصوير مشاهد منه داخل جامعة القاهرة، وفي عام ٢٠١٦ تم تصوير بعض مشاهد فيلم A hologram for the king في مدينة الغردقة- البحر الأحمر.



شكل (٨) لقطة من فيلم Jumper تم تصوير أحد مشاهد على سفح الأهرامات

<https://www.cinema.de/film/jumper,91036.html>



شكل (٩) لقطة من فيلم Fair Game تم تصوير بعض مشاهد بمدينة القاهرة

<https://www.theguardian.com/film/2010/nov/06/fair-game-skyline-into-eternity>



شكل (١٠) لقطة من فيلم Transformers تم تصوير بعض مشاهد بمنطقة الأهرامات



شكل (١٢) لقطات من فيلم "عروس النيل" أثناء عرض مراسم احتفالية "وفاء النيل" -

غرام في الكرنك فيلم مصري تم إنتاجه عام ١٩٦٧، من إخراج وتأليف علي رضا- سيناريو وحوار محمد عثمان- بطولة محمود رضا وفريدة فهمي، تم تصوير العديد من المشاهد في معبد الكرنك بمدينة الأقصر، ويدور موضوع الفيلم في إطار استعراض اجتماعي فكاهي، ظهرت فيه الاستعراضات المتنوعة والمستمدة من الثقافة والطابع المصري التي تميزت به فرقة رضا، وضح ذلك جليا في الزيِّ والأداءات والرقصات التي تم تقديمها بين جنبات وأروقة معبد الكرنك بالأقصر، الأمر الذي ساهم في تقديم صورة ذهنية إيجابية وفضول لدى المشاهد لحضور هذه العروض والاستعراضات الفلكلورية بين جنبات الأماكن الأثرية والتاريخية.



شكل (١٣) لقطات من فيلم "غرام في الكرنك"

https://www.youtube.com/watch?v=qku_E4nbfAY

مختلف البلدان، بوصفها وسيلة دعائية كبرى بجانب أنها صناعة ترفيهية وتثقيفية، لذلك يجدر الإشارة إلى ضرورة تفعيل دور السينما المصرية أيضا للاستفادة منها كوسيلة ترويجية لزيادة عرض المقاصد الثقافية للسياح لتنمية السياحة التراثية الثقافية في مصر، ونشر ثقافتها العربية وتاريخها العريق، وتبادل المفاهيم الجمالية والفنية بينها وبين الشعوب المختلفة، ومن ثم نشر اللغات والفنون على نطاق واسع خارج الحدود المصرية، الأمر الذي يؤدي إلى مزيد من الوعي وتقبل الآخر واحترام ثقافته وعاداته، ومن أجل نشر السلام والتعاون والانتماء، كذلك ما يعقب ذلك من التنمية الاقتصادية وزيادة الدخل القومي.

ويقترح البحث ضرورة توجيه موضوعات وسيناريوهات الأفلام السينمائية المصرية إلى تناول الإيجابي والهادف، بحيث تتضمن مشاهدتها المواقع الأثرية والقصور والحصون والمناطق الجذابة في البلاد، الأمر الذي يساهم في جذب السياح لزيارة تلك الأماكن التي تم تصوير الأفلام فيها، خاصة إذا كانت الموضوعات التي تم تناولها شيقة وممتعة وبها تجارب ثقافية وإنسانية هادفة وراقية، في ظل تزايد أعداد السياح الذين أصبحت لديهم توقعات نحو المقاصد الثقافية، وأصبحوا يتطلعون إلى أنماط وتجارب ثقافية مختلفة، ويبحثون عن مقاصد تراثية مازالت تحتفظ بأصالتها.

نماذج من الأفلام السينمائية المصرية التي تم تصويرها في المواقع والأماكن التاريخية والسياحية.

انتعشت صورة المقاصد السياحية لمصر في الأفلام السينمائية المصرية في فترة الستينات، حيث تم إنتاج العديد من الأفلام التي تشير موضوعاتها بشكل مباشر أو غير مباشر إلى مكانة مصر وحضارتها وإرثها الثقافي والتاريخي، خاصة تراثها المعماري الفرعوني الذي ظهر في العديد من أفلام تلك الفترة، ومن أهم الأفلام التي أشارت لجمال السياحة في مصر وروجت لها بشكل مباشر أو ضمنى في سياق درامي إنساني يجذب المتلقي، ويدعوه للزيارة ومعايشة التجربة التراثية والإنسانية جنبا إلى جنب، على سبيل المثال لا الحصر: فيلم عروس النيل ١٩٦٣، فيلم الحقيقة العارية ١٩٦٣، فيلم غرام في الكرنك ١٩٦٧، فيلم المومياء ١٩٦٩.

عروس النيل فيلم مصري تم إنتاجه عام ١٩٦٣، من إخراج فطين عبد الوهاب- قصة فائق اسماعيل- بطولة لبنى عبدالعزيز ورشدي أباطة، تم التصوير في مدينة الأقصر، ويدور موضوع الفيلم في إطار الخيال والفكاهة مع إشارة ضمنية إلى تاريخ الأسر الفرعونية القديمة، كذلك ظهرت في الفيلم مراسم احتفالية "وفاء النيل"، الأمر الذي يثير خيال وفضول المشاهد حول هذا التاريخ وما يكتنفه من الأحداث والغموض.



شكل (١٥) لقطات من فيلم (المومياء) "يوم أن تُحصى السنين"
<https://voicethrower.wordpress.com/2011/08/21/the-night-of-counting-the-years/>

ومن المقاصد السياحية الشاطئية التي ظهرت في الأفلام السينمائية المصرية، مدينة مرسى مطروح وشواطئها، خاصة صخرة شاطيء الغرام بمطروح التي سُميت على اسم فيلم "شاطيء الغرام" انتاج ١٩٥٠- اخراج هنري بركات- بطولة ليلى مراد، حسين صدقي، والتي تُعد من أهم مزارات مرسى مطروح حتى الآن، كذلك يُعد فيلم "جحيم تحت الماء" انتاج ١٩٨٩- اخراج نادر جلال- بطولة سمير صبري، ليلى علوي، والذي تم تصويره في الغردقة فيه ترويج غير مباشر للسياحة في البحر الأحمر وممارسة رياضة الغطس ومشاهدة الشعب المرجانية، كذلك فيه إشارة إلى تجريم صيد الأسماك بالديناميت، وظهر في الفيلم لقطات عديدة لأوتيل الشيراتون والذي كان على رأس أشهر أوتيلات الغردقة حينذاك.



شكل (١٦) لقطة من فيلم "شاطيء الغرام"



شكل (١٧) لقطة من فيلم "جحيم تحت الماء"
<https://www.youtube.com/watch?v=oKpVFcFSIg4>

الحقيقة العارية فيلم مصري تم إنتاجه عام ١٩٦٣،

من إخراج عاطف سالم- تأليف محمد عثمان- بطولة ماجدة وإيهاب نافع، تم التصوير في مدينة أسوان، وفي الجزيرة- الأهرامات-، ويدور موضوع الفيلم في إطار اجتماعي فكا هي مع إشارة ضمنية إلى فترة بناء السد العالي، كذلك انتعاش السياحة في تلك الفترة بتوافد الأفواج السياحية، حيث ظهر السائحين في الفيلم لزيارة العديد من المقاصد السياحية المصرية مثل: أسوان- الأقصر- المتحف المصري، الأمر الذي يعد ترويج هادف وإيجابي للسياحة في مصر لما رسمه الفيلم من صورة ذهنية طيبة ومشرفة عن الأماكن السياحية التاريخية والثقافية.



شكل (١٤) لقطات من فيلم "الحقيقة العارية"

<https://www.youtube.com/watch?v=SbNzVZ8RvN8>

المومياء فيلم مصري تم إنتاجه عام ١٩٦٩ ولم يُعرض للجماهير إلا عام ١٩٧٥، من إخراج وتأليف شادي عبد السلام- بطولة أحمد مرعي ونادية لطفى، تم التصوير في صحراء الأقصر بالقرب من قرية القرنة، يتناول موضوع الفيلم قضية سرقة الآثار المصرية، وهو مأخوذ من قصة حقيقية حدثت في أواخر القرن التاسع عشر بصعيد مصر، وتحديداً قبيلة تُدعى "الحربات"، هذا الفيلم يُمثل لحظة وعي وضمير يشير بشكل غير مباشر إلى دعوة شادي عبد السلام الأجيال جميعاً إلى البعث من غفوتهم وجهلهم بهويتهم وتاريخهم العظيم، لذلك جاءت بداية الفيلم بأداء صوتي على خلفية من الرسوم الفرعونية، كلها اقتباسات من "كتاب الموتى" "ترجو الإله ألا يُنسى اسم المتوفي، لأن ضياع الاسم في الحضارة الفرعونية يعني ضياع الهوية، وروح بلا هوية، سنظل هائمة ولن نحظى بحياة أخرى. هو يُعبر عن قضية عامة جداً تخاطب العالم العربي أجمع، لكنها تأخذ قالب المصري، البيئة والحياة والتاريخ الذي اهتم شادي عبد السلام أن يتبناه ويتناوله في أفلامه، لقد نال هذا الفيلم الكثير من الجوائز الدولية، واحتفلت به المهرجانات العالمية، ويُعد من أفضل مائة فيلم مصري في استفتاء ٢٠١٣.



شكل (٢٠) لقطات من فيلم "أبو علي" ومواقع التصوير في الواحات
<https://www.youtube.com/watch?v=VsewNihWwJg>



شكل (٢١) لقطات من فيلم "جدو حبيبي" ومواقع التصوير في الفيوم

https://www.youtube.com/watch?v=p63_z5P2vmc

ورغم تعدد السياقات التي تناولتها الأفلام السابق ذكرها، إلا أن الباحثة ترى أنه كلما كان موضوع الأفلام مرتبط بتجربة سياحية وحالة إنسانية (مثل بعض نماذج أفلام فترة الستينات السابق ذكرها سلفاً) كلما كان ذلك أكثر نفعاً ودعوة بالخير لتنشيط السياحة، لأن النصوص الهادفة التي تشير للسياحة بجانب النص الإنساني من شأنها التأثير في نفوس المشاهدين، وبالتالي زيادة حماسهم لخوض التجربة الإنسانية والسياحية في الواقع، وتأكيد الرغبة في زيارة الأماكن التي أشار إليها الفيلم، وذلك بالتأكيد أفضل حالاً للترويج للسياحة السينمائية الثقافية من مجرد أن يتم تصوير الأفلام في الأماكن السياحية دون ربط ذلك بسياق وموضوع الفيلم، كذلك ينبغي الانتباه أن العنف والجرائم التي تحتويها العديد من الأفلام يظل مرتبطاً في أذهان المشاهدين، الأمر الذي ينعكس سلباً على أفعالهم خاصة جمهور الشباب، وتظل دعاية سلبية عند الأجانب الذين سترتسم لديهم صورة العنف والجريمة بأذهانهم فيتوجسوا خيفة من زيارة تلك الأماكن التي تثير القلاقل.

وفي القرن الواحد وعشرين هناك بعض النماذج من الأفلام التي تم تصويرها في الأماكن السياحية الراقية عالمياً، على رأسها مدينة أسوان، على سبيل المثال لا الحصر: فيلم مافيا انتاج ٢٠٠٢ اخراج شريف عرفة- بطولة أحمد السقا، منى زكي، فيلم الجزيرة انتاج ٢٠٠٧ اخراج شريف عرفة- بطولة أحمد السقا، هند صبري، في حين أنه تم الإشارة إلى الواحات بمصر في فيلم "أبو علي" انتاج ٢٠٠٥ اخراج نادر جلال- بطولة كريم عبد العزيز، منى زكي، حيث ظهرت لقطات كثيرة من الفيلم تم تصويرها في صحراء الواحات المصرية المميزة بكتبانها الرملية وبعض الأماكن الأثرية القديمة، كذلك تضمن الفيلم ظهور الطقوس الاحتفالية لأهل الواحة في مراسم الزواج وأزياءهم ورقصاتهم وأغانيمهم الفلكلورية. ومن الأفلام التي أظهرت جمال بحيرة الفيوم فيلم "جدو حبيبي" انتاج ٢٠١٢ اخراج علي إدريس- بطولة بشرى، محمود ياسين، حيث ظهرت لقطات فنية للبحيرة ومزارع الفيوم، وهي من أفضل الأماكن لقضاء الأجازات والمناسبات السعيدة، وحديثاً في عام ٢٠١٧، ٢٠١٩ تم انتاج فيلم "الكنز" بجزيه الأول والثاني اخراج شريف عرفة- بطولة محمد سعد، هند صبري، ونظراً لأن قصة الفيلم تناولت حقبات زمنية مختلفة في تاريخ مصر، فقد تنوعت أماكن التصوير بين العصر الفرعوني، العصر العثماني، والنصف الأول من القرن العشرين.



شكل (١٨) لقطات من فيلم "مافيا" ومواقع التصوير في أسوان-
<https://www.youtube.com/watch?v=8gMhFKBo-1U>



شكل (١٩) لقطات من فيلم "الجزيرة" ومواقع التصوير في أسوان-
https://www.youtube.com/watch?v=sv_Jjd6-D_Y

٤- المساهمة في استقطاب الفضول المعرفي والاستكشافي للسائحين: الأمر الذي يرتقي بفضول السائح من حدود الاستمتاع الترفيهي البسيط إلى مستوى الاستمتاع الفكري والروحي.

٥- تساهم في التنمية الاقتصادية خاصة كلما توافرت شروط وحوافز التسويق العقلاني والممنهج، بشكل يتوافق مع ما تحظى به مصر من مخزون تراثي مؤهل لمضاعفة المردود التنموي، والارتقاء به إلى مستوى متقدم يخدم سائر شرائح المجتمع، وترفع مستوى الدخل القومي وتقلل عناصر الفقر.

٦- الاسهام في تحقيق التنمية المستدامة: حيث تحول قطاع السياحة الثقافية إلى قاطرة أساسية للتنمية المستدامة، ومورد هام من موارد العملة الصعبة، وتوفير فرص العمل، والمساهمة في الحفاظ على التراث الحضاري والثقافي، والتعريف به في أوساط السياحة المحلية والدولية، وهي تساهم بشكل مباشر في توفير تنمية مستدامة لمختلف المجالات الحياتية والمجتمعية.

مساوئ التوسع غير الرشيد في سياحة الأفلام:

نتائج التوسع في تنمية السياحة السينمائية ليست كلها إيجابية، فهناك العديد من التحديات التي تواجهها مجتمعات الأماكن السياحية، عندما لا يكون هناك استعداد كافٍ لسياحة الأفلام، أو أن يكون المجتمع المحلي غير راغب في أن يكون جزء من جمهور السياح القادمين من الدول الأخرى، كذلك قد تؤدي السياحة إلى إزاحة السكان المحليين من أراضيهم أو حرمانهم من احتياجاتهم المعيشية الأساسية من أجل عمليات التطوير السياحي، مثلما حدث في مدينة البندقية الإيطالية والتي كانت من أهم المدن الإيطالية وأكثرها سكانا. كذلك ما حدث في قرية القرنة بالبحر الغربي بالأقصر- مصر، حيث تم إزاحة السكان المحليين منذ النصف الثاني من التسعينات بسبب التوسع السياحي الضخم لتحويل منطقة البر الغربي إلى متحف مفتوح ومزار سياحي يضم مدن الملاهي والأسواق التجارية ومراسي الفنادق العائمة.

من المساوئ أيضا التي تنتج عن التوسع غير الرشيد للسياحة هو أن السائحين قد يتنافسون مع السكان المحليين على استخدام الموارد الحيوية محدودة الكمية، خاصة المياه والطاقة، مما يتسبب في ارتفاع الأسعار والعجز في المعروض من السلع الاستهلاكية خلال المواسم السياحية، واستبعاد سكان المجتمع المحلي من استخدام العديد من الأماكن والمقاصد السياحية.^(١)

كذلك ورغم الافتراضات الضمنية بأن السياحة ذاتها تعد آلية لتبادل التوافق الثقافي وتعزيز السلام والتفاهم بين الشعوب، إلا أن الواقع يكشف عن أشكال مختلفة من المنازعات الثقافية والاجتماعية المصاحبة للنشاط السياحي، فالعديد من السكان المحليين يشعرون بفقدان الخصوصية إذا سُمح للسياح الزائرين بالتجول بحرية، على سبيل المثال: شهدت كاتدرائية دورغام Durham Cathedral

(١) يتصرف من محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين امكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، ط١، ٢٠٠٢.

كذلك ويحث البحث على ضرورة تخصيص أفلام تشجع السياحة كما أن هناك أفلام مطاردات، أفلام اجتماعية، وأفلام استعراضية، بحيث تنتشر ثقافة تواجد الأفلام السياحية ضمن رصيد أفلام السينما المصرية، التي تجمع بين الدراما الإنسانية والسياحة لأنها أكثر تأثيرا في النفس وجذبا لإنتباه المتلقي.

اقتراحات لزيادة وتنشيط السياحة التراثية الثقافية في مصر:

١- عمل سيناريوهات قصيرة في برنامج جولات الرحلات السياحية، بحيث يقوم السائحون بالتمثيل والمحاكاة وبارتداء الأزياء المستلهمة من الأفلام التي سبق تصويرها في المواقع السياحية.

٢- الاستعانة بشاشات عرض Trans-Screen يُعرض عليها أفلام وثائقية تسرد تاريخ كل مكان ومقصد سياحي، كذلك وعرض لأهم الأفلام السينمائية التي تم تصويرها في تلك الأماكن، لمزيد من عوامل الجذب للسياح لتجربة سياحية جديدة.

٣- عرض برومو الأفلام السياحية داخل قاعات السينما بين فواصل الأفلام، لمزيد من الترويج والدعاية الواسعة.

٤- إقامة المهرجانات السينمائية في المواقع التاريخية والأماكن التراثية والسياحية، ونشر فاعليات تلك المهرجانات عبر وسائل التواصل وشبكات الانترنت لمزيد من الرواج عبر الجماهير من مختلف البلدان والثقافات.

إيجابيات تفعيل سياحة الأفلام على تنشيط السياحة التراثية الثقافية في مصر:

١- تقديم صورة صحيحة عن مصر وتراثها التاريخي والثقافي، وذلك من خلال معايشة السائح بنفسه بشكل مباشر مع المعطيات الحية للموروثات الثقافية والأثرية متحررا من قيد الصور النمطية الجاهزة التي قد تكون مغايرة للواقع، حيث يطلع على المقتنيات والمآثر الحضارية للبلد ويتفاعل مع سكانه ويعتبر على عاداتهم وتقاليدهم وطقوسهم ومهاراتهم الحرفية، ومن ثم تتراكم خبرات السائح بصورة حية مستمدة من الواقع.

٢- استعادة الثقة والفخر بالهوية المصرية، ذلك لأن الوعي بالقيم الثقافية والتاريخية للإنجاز العمراني والمعماري لكل أمة يعد وسيلتها التحفيزية للوقوف على أهمية استثمار رصيدها الحضاري والتراثي في قطاع السياحة الثقافية، والفخر به على المستوى المحلي والدولي.

٣- التعريف بالتراث والإرث الحضاري للشعب المصري: ذلك لأن من حق كل الشعوب أن تساهم بتراثها الثقافي، وتقديمه للعالم من أجل إثراء وإغناء الحضارة الإنسانية، والمشاركة في تعضيد روافد التبادل الثقافي، وتأسيس حوار حضاري متكافئ ومشارك قوامه التعدد والتنوع مما يساهم في نشر أسس التعايش والسلام العالمي واحترام الآخر.

التراثية والثقافية للإرث التاريخي المصري كمادة ثرية للأفلام السينمائية.

٢- ضرورة العمل على إزالة المعوقات والصعوبات التي تواجه صناعة الأفلام وشركات الإنتاج السينمائي لتصوير الأفلام في المواقع التراثية بالبلاد، من أجل التعاون المثمر في سبيل الترويج للسياحة التراثية والثقافية بهدف نشر التاريخ التراثي وأهميته، والوعي الثقافي بتاريخ الأوطان وحضاراتهم، وكذلك التسويق السياحي وتنشيط زيارة هذه المواقع لزيادة الدخل القومي وتقليل نسب البطالة والفقر.

المراجع

المراجع العربية:

أولاً: الكتب العربية:

- ١- توم بوبر، بوميليو بلوم، الإرث الثقافي والسياحة المستدامة، برنامج التعاون المشترك عبر الحدود في حوض البحر الأبيض المتوسط، سلطة الإدارة المشتركة، كاليري، إيطاليا، ٢٠١٤.
- ٢- جوزيف . بوجز، ترجمة: وداد عبد الله، فن الفرجة على الأفلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ٢٠٠٥.
- ٣- خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية - تنمية الصحراء في الوطن العربي-، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ٢٠١٢.
- ٤- دالين ج. تيموتي وستيفن و. بويد، ترجمة: عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٠١١.
- ٥- سكيب داين بونج، ترجمة: سامح سمير فرج، السينما وعلم النفس، مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة، القاهرة، ٢٠١٥.
- ٦- كولن مايكل هول، ترجمة: محمد فريد حجاب، السياحة والسياسة -مدخل إلى السياحة الرشيدة-، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ٧- ترجمة: ماري عوض، إدارة التراث الثقافي العالمي، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، اليونسكو، ٢٠١٤.
- ٨- مجموعة مؤلفين، الهوية القومية في السينما العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ١٩٨٦.
- ٩- محبات الشرايبي، أقاليم مصر السياحية -دراسة في جغرافيا السياحة-، دار الفكر العربي، القاهرة، ط١، ١٩٩١.
- ١٠- محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين امكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، ط١، ٢٠٠٢.

ثانياً: الأبحاث العربية المنشورة:

- ١١- أكثيري بو جمعة، السينما ورهان التسويق السياحي للموروث الثقافي العربية: المغرب نموذجاً، الدراسات والأبحاث، مؤمنون بلا حدود، المغرب، ٢٠١٧.
- ١٢- جميل نسيم، السياحة الثقافية وتأمين التراث من خلال البرامج التليفزيونية في الجزائر، وزارة التعليم

بإنجلترا دعاية كبيرة بعد أن أصبحت واحدة من مواقع تصوير أفلام هاري بوتر، ولكن المجتمع المحلي للكاتدرائية طلب أن يتم استبعادها من خريطة أفلام هاري بوتر في المملكة المتحدة حفظاً على خصوصية وقداسة الكاتدرائية، ولأنها ليست المكان المناسب للتسليّة.

الخلاصة:

السياحة السينمائية هي توجه عالمي، تتم بتعاون كلاً من المؤسسات السياحية ومؤسسات صناعة السينما، وذلك لتقديم تجربة سياحية جديدة تجتذب السياح من شتى أنحاء العالم لزيارة الأماكن والمواقع التي تم تصوير الأفلام السينمائية بها، الأمر الذي يساهم في تنشيط هذه الأماكن سياحياً، وتعريف سائر الدول بها، ونشر ثقافتها والوعي بهويتها الوطنية، مما يعكس بالإيجاب على كل من الأبعاد الاقتصادية، البيئية، الاجتماعية والثقافية للبلاد المنتجة للأفلام والراعية للسياحة. ورغم توجه العديد من الدول على مستوى العالم إلى تنشيط سياحتها الداخلية والخارجية، بتسمية "السياحة السينمائية" إلا أنه لا زالت العديد من الدول العربية تفقر إلى هذا التوجه، لا سيما مصر، رغم أن لها رصيد من الأماكن والمواقع التاريخية والتراثية التي تؤهلها للصدارة في صناعة السياحة السينمائية، إذا تم التعاون الرشيد بين السينما والسياحة، ولقد أشار البحث إلى كيفية تفعيل السياحة السينمائية في مصر من أجل الاهتمام بالترويج للإرث التراثي والثقافي على المستويين المحلي والدولي، من أجل تثقيف الأجيال وزيادة فخرهم الوطني وزيادة انتماءهم بتاريخهم وتراثهم وحضارتهم، كذلك ولتأخذ مصر مكانتها ضمن الدول المُصدرة للثقافة والحضارة.

النتائج:

- ١- للأفلام السينمائية أهمية في توجيه الوعي المجتمعي في شتى مناحي الحياة، من ضمنها التثقيف، الترفيه، التواصل الإنساني، وهي بوصفها وسيلة إعلامية بصرية جذابة فإنها تؤثر في جمهور المشاهدين بحيث أن الصورة الذهنية التي يلقاها الجمهور تؤثر في قراراته بشأن زيارة المقاصد السياحية للبلدان التي تم تصوير الأفلام السينمائية بها.
- ٢- يوجد علاقة وثيقة بين حركة انتعاش أفلام السينما ذات الموضوعات المهتمة بالتراث والثقافة الإنسانية والمجتمعية، وبين انتعاش السياحة التراثية الثقافية، لذلك فإن إنتاج أفلام سينمائية مصرية ذات موضوعات هادفة وممتعة بحيث يتم تصوير أحداثها في بقاع مصر وربوعها الممتدة بين الصحاري، الوديان، الواحات، والأماكن الأثرية... وغيرها، من شأنه المساهمة في تنمية السياحة التراثية الثقافية في مصر.

التوصيات:

- ١- توجيه أنظار صناعة السينما إلى الاهتمام بالأفلام ذات الموضوعات التي تكون السياحة جزءاً لا يتجزأ من سياقها، بحيث ينتشر رصيدها من الأفلام السينمائية السياحية، وعليه ينبغي الاهتمام باستغلال الموارد

- Journal of Travel Research, 44(May), 387 - 396. Doi: 10.1177/0047287506286720, 2006.
- 24- Hudson, S., Wang, Y., & Gil, S. M, The Influence of a Film on Destination Image and the Desire to Travel: a Cross-Cultural Comparison. INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, 13, 177-190. Doi: 10.1002/jtr, 2010.
- 25- Laura Jacobs, Influences of Films on Tourism behavior, Multinational and Tourist Groups, Hes.so//Valais Wallis, FTO 703_e.
- 26- Nicole Beate Hoffmann, On-Location Film-induced Tourism: success and sustainability, University of Pretoria, Pretoria, 2015.
- 27- Niki Macionis, Understanding the film induced Tourism, Griffith Business School, Griffith University, Australia, 2004.
- 28- Sue Beaton, Understanding Film-induced Tourism, Tourism Analysis, vol 11, pp.181-188, USA, 2006.
- 29- Sue Beeton, The Advance of Film Tourism, La Trobe University, Bundoora, Victoria, Australia, Online publication date: 08 March 2010.
- 30- Tanskanen Tanja, Film Tourism: Study on how films can be used to promote Tourism, Laure University of applied sciences, Laurea Kerava, 2012.
- العالي والبحث العلمي، جامعة وهران، الجزائر، ٢٠١٠.
- ١٣- حمد أحمد رياض، سفاجا وتنمية السياحة البيئية والجبالية بمنطقة البحر الأحمر، مجلة باحث، ٢٠١٨.
- ١٤- علي محمد عثمان العراقي، اقتصاديات التراث: المفهوم وآليات التحليل مقاربات منهجية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد ٢٦، السياحة والآثار ٢، الرياض، ٢٠١٤.
- ١٥- كباشي حسين قسيمة، التخطيط السياحي وأثره في مناطق ومواقع التراث الأثري، مجلة جامعة شندي، العدد ٩، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٠١٠.
- ١٦- محمد نايف الصرايره، السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد ١١، العدد ١/٢، ٢٠١٧.
- ١٧- مصطفى محمود حسين أبو حمد، دور الدراما في رسم الصورة الذهنية للمقصد السياحي: دراسة مقارنة (مصر وتركيا)، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد ٧، العدد ٢، سبتمبر ٢٠١٣.
- المراجع الأجنبية:**
- 18- Arthur Filipe Araújo, the Role of Cinema on the Tourist Destination Image Formation Process: Opportunities and Challenges for the Tourism Stakeholders Conference Paper, University of Aveiro, 2012.
- 19- Connell, J, Film tourism - Evolution, progress and prospects. Tourism Management, 1007-1029, 2012.
- 20- Daniela Carlsara Kindon & Karen Smith, Tourists' experiences of Film Location: New Zealand as a middle earth, published online: 31 Jan 2007.
- 21- Elena A. Dzhand Zhugazova, Elena L. Iliina, Aleksander N. Latkin and Anna I. Koshelevava, Development of Creative potential of Cinema Tourism International Journal of Environmental & Science Education, vol. 11, No.11, 4015-4024, Plekhanov Russian University of Economics, Russia, 2016.
- 22- Gokce Ozdemir, Ozga Adam, Film Tourism Triangulation of Destinations, Yasar University, Agach Yol No: 35-37, Bornova-Lzmir, Elsevier Ltd., Turkey, 2014.
- 23- HUDSON, S., & RITCHIE, J. R, Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives.