

المهن السياحية في الدراما المصرية: دراسة وصفية

أيمن صافى تامر عيسى نانسى فوزى
كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم

الملخص

تلعب الدراما المعروضة في السينما أو التلفزيون دوراً حيوياً في جميع المجتمعات نظراً لما لها من دور كبير في التأثير على فئات المجتمع المختلفة وبالأخص فئة الشباب، لقد صورت العديد من الأفلام السينمائية والمسلسلات التلفزيونية المصرية في المناطق السياحية، كما عرضت العديد من من المهن السياحية مثل المرشد السياحي ومهن داخل الفنادق والمنتجعات السياحية وكذلك شركات السياحة والطيران، وعلى الرغم من كثرة الأبحاث التي تناولت تأثير الدراما على السياحة وتنشيطها لمقاصد ووجهات سياحية معنية في دول عديده الا أنه لا توجد دراسة أكاديمية متعمقة عن كيفية معالجة وعرض المهن السياحية في الدراما المصرية، وعليه فهذه الدراسة تهدف الى سد هذه الفجوة في البحث الأكاديمي حول المهن السياحية المختلفة في الدراما المصرية.

هدف الدراسة: حصرووصف محتوى مشاهد المهن السياحية في الدراما المصرية.

منهجية الدراسة: اتخذت الدراسة من المنهج الوصفي Qualitative منهجاً لها، حيث تم الاعتماد على تفريغ محتوى المشاهد التي عرضت الوظائف السياحية وكيفية المعالجة الدرامية لها في المسلسلات والأفلام في عينة ميسرة قوامها 70 عملاً درامياً (60 فيلماً و10مسلسلات).

ملخص النتائج: خلصت الدراسة الى المشاهد والقطات الخاصة بالمهن والوظائف السياحية التي حصرتها الدراسة فكانت 316 مشهداً، بنسب 80.5% منها لوظائف الفنادق والضيافة مثل الطهارة ومقدمى الخدمة، والمضيفين الجويين، 11.7% منها لوظائف الإرشاد السياحي، وأخيراً 7.9% منها لمهن السياحة وأعمال المكاتب والشركات السياحية مثل موظفى الحجز ومنظمى الرحلات والـ Tour Leader، أما بالنسبة للعدد الوظائف حسب التخصص فكانت كالتى : 12 وظيفة لتخصص الضيافة والفنادق، مثل: الشيف- الويتر- المضيف الجوى- نادل البار ..الخ، وفي 5 وظائف مثل Tour leader ، Tour operator في حالة تخصص السياحة وأعمال الشركات فكان عدد الوظائف، وختاماً 4 وظائف متعلقة بتخصص الإرشاد السياحي . قدمت الدراسة عدت توصيات بحثية وأكاديمية و تطبيقية للعاملين في الصناعة والأكاديمين في الجامعات .

الكلمات المفتاحية: المهن السياحية، مصر، الدراما ، الأفلام، المعايير الأكاديمية، المسلسلات.

مقدمة

1. دور الدراما في تشكيل الوعي الجمعي

تؤدي وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل الصورة الذهنية لدى جماهيرها من الأفراد و الجماعات و المنظمات و الدول و الشعوب، ويمكن القول بأن ما يقرب من 70 % من الصورة الذهنية التي يبنيها الإنسان في المجتمع الحديث مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية. وتعد الدراما التلفزيونية ومن بينها المسلسلات مصدراً هاماً لنقل الصور والأفكار والمعاني بسبب انتشارها الواسع وقدرتها على الإبهار والتشويق والاستيلاء على أوقات المشاهدين واهتماماتهم (حرب، 2016). كما ذكر (Russell, 2010) يقضى المراهقون أكثر من ثلاث ساعات يوميا لمشاهدة التلفزيون ومقاطع الفيديو، كما أن الأعمال الدرامية التي يتم انتاجها في دول العالم تقدم وجهات نظر متباينة تبعا لاختلاف الثقافات (Derelioglu & Sar, 2010)، فقد تقدم بشكل إيجابي وتقوم بدور فعال في المجتمع وتكون المسئولة الأولى في اتخاذ القرارات الحيوية، وقد تقدم بشكل سلبي يؤثر على الفرد والمجتمع. ولذا قام العديد من الباحثين بدراسة تأثير الدراما على كافة فئات المجتمع وبالأخص فئة الشباب والمراهقين.

وتلعب الدراما دوراً حيوياً في ترتيب أولويات القضايا لدى المراهقين المصريين، فقد وجد (ابراهيم، منتصر، وعبد اللطيف، 2017) أن للقضايا المتقدمة في المسلسلات التلفزيونية وعلاقته بترتيب أولياتهم تميزت القضايا التي تناولت الدراسة بالعصرية بنسبة 100%، واعتماد المسلسلات عينة الدراسة على اللغة العامية بنسبة 100%، وجاءت قضية الإرهاب في مقدمة الإرهاب في مقدمة القضايا السياسية 42.1%، وقد قام (علوية، 2001) بدراسة تحليلية حول معالجة قضايا الشباب المصري في الدراما التلفزيونية، وكذا قام (محمود، 2016) بدراسة

معالجة مشكلات الشباب في الأفلام المصرية التي تعرضها القنوات الفضائية الدرامية العربية وتأثيرها في اتجاهاتهم نحوها وقد أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة الشباب للأعمال الدرامية، بالإضافة الى التأثير القوي للدراما على الشباب في مدى ادراكهم للواقع المحيط بهم سواء كانت أفلام أو مسلسلات تلفزيونية، كما أوضحت دور الدراما في تقديم القيم الايجابية والسلوكيات السلبية ومدى ما تمثله الأفكار والسلوكيات المقدمة عبر الدراما من خطورة على القيم الثقافية والاجتماعية (عبود، 2012).

2.1. الصورة التي تعرض بها المهن من خلال الدراما المصرية وتأثيراتها على الجمهور

أجري الباحث دراسة تحليلية وأخرى ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمد الباحث في الدراسة التحليلية علي عينة تشمل المسلسلات العربية المذاعة على القناة الأولى خلال الفترة من أول يناير 1985 وحتى نهاية يونيو 1985 بإجمالي 130 حلقة، كما اعتمد الباحث في الدراسة الميدانية علي عينة عشوائية قوامها

400 مبحوث من أصحاب المهن والحرف واستنتجت الدراسة أن أهم المهن التي ظهرت بها الشخصيات ربة المنزل يليها الموظف في منصب صغير ثم رجل الأعمال .

وفى دراسة قام بها (حسن، 2014) حول صورة الموظف الحكومى بالمؤسسات الانتاجية والخدمية كما تعكسها الدراما بقنوات الأفلام العربية واتجاهات الجمهور المصرى نحوها، فضلاً عن العلاقة بين صورة رجال وسيدات الأعمال فى الدراما التلفزيونية وإدراك الجمهور لواقعهم الاجتماعى التى درسها (عبد الغنى، 2007). حيث اهتمت الدراسة بمحاولة التعرف على طبيعة وخصائص الصورة التى تقدم بها مهنة رجل وسيدة الأعمال فى المضمون الدرامى وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى لهم . قامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من الأفلام التلفزيونية والسينمائية بلغت (51) فليماً وخمس مسلسلات عربية . كما قامت بتطبيق الدراسة الميدانية على 400 فى محافظة القاهرة . وقد أظهرت النتائج أن الدراما التلفزيونية قد ركزت على السلبيات فى الصورة المقدمة عن رجال وسيدات العمال بشكل كبير .

وفى عام 2016 نشرت دراسة هدفت الى تقييم صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل (حرب، 2016). وتعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية والتي اعتمد فيه الباحث على منهج المسح الإعلامى بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال تحليل مضمون تسعة عشر مسلسلاً تلفزيونياً أُذيعت بقناة النيل للدراما بالتلفزيون المصرى باستخدام استمارة لتحليل المضمون. واشتملت العينة على (565) حلقة شغلت زمناً قدره (428) ساعة و(52) دقيقة و(21) ثانية. وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن هناك تطوراً إيجابياً وأقل نمطية بالدراما التلفزيونية فى تناول أدوار المرأة العاملة المصرية بالمجتمع وذلك تأكيداً على دورها الإيجابي فى تحقيق التنمية للمجتمع الذى تعيش به , كما أن الدراما التلفزيونية قد كان لها دوراً غير مباشر فى إدراك طالبات الجامعة، عينة الدراسة، لصورة المرأة العاملة، وبالتالي فى رؤيتهن لمدى ملاءمة بعض المهن لعمل المرأة بها فى الواقع، وكذلك مدى نجاحها بها.

وأخيراً، صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل (الغزالي، 2018) هدفت هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل الصورة التى تقدم بها المرأة العاملة فى الدراما التلفزيونية فى الفضائيات المصرية وقد استنتجت الدراسة أن مهنة الموظفة فى المرتبة الأولى للمهن التى تؤديها المرأة فى الأفلام عينة الدراسة، وتعددت وتقاومت معاً مجموعة متنوعة من الوظائف التى ظهرت بها المرأة العاملة بالدراما مثل: ممرضة، مدرسة، ممثلة، معلمة، صاحبة مصنع ، فنانة ، سيدة أعمال وجاءت من أهم المشاكل التى تواجه المرأة فى عملها عدم توافر الأمن والاستقرار، وسوء معاملة الرؤساء والزملاء، عدم الموافقة على عملها، إهمال الاسرة والواجبات المنزلية كما استنتجت الدراسة وجود اختلافات لدرجة تقبل المبحوثين للصورة التى قدمت بها الدراما المرأة العاملة.

2. أدبيات الدراسة

1.2. السينما و التلفزيون والسياحة (السياحة السينمائية)

في السنوات الأخيرة تم استخدام السينما والدراما في رسم صورة للمقاصد السياحية والتفتت العديد من الهيئات الرسمية في العديد من الدول للتعاون مع صانعي الأفلام في رسم صورة للمقاصد السياحية، على سبيل المثال في السنوات الأخيرة ضمنت الهيئات السياحية الرسمية في برشلونة اعادة رسم صورة مقصده السياحي من خلال السينما ضمن خططها الاستراتيجية (Campo, Brea, & Muñiz, 2011) حيث يمكن أن تتطور وتتحول السينما والدراما الى وسائل جيدة لتكوين ورسم وتطوير صورة المقصد السياحي خاصة اذا اتفقت أهداف صانعو الأفلام والهيئات الرسمية لتسويق المقاصد السياحية وقد أيقنت هذه الهيئات أهمية الدور الذي تلعبه صناعة السينما في هذا المجال ونرى ذلك في التعاون بين هذه الهيئات وصانعو الأفلام لتقديم حوافز جذابة للمنتجين للتصوير وتناول المواقع السياحية التي ترغب في تسويقها، وفي مجال الدراسات السياحية فإن ما يقدم عبر وسائل الاعلام وخاصة السينما والتلفزيون يذهب لأبعد من هذا ليس فقط لتعديل الصورة الموجودة مسبقاً وإنما اعادة بناء هوية المقصد في صورة جديدة (Kim & Richardson, 2003) ، وتلعب هذا الدور في جميع القضايا المرتبطة بصناعة السياحة.

وفي كثير من الحالات تظهر علاقة ارتباط واضحة بين أعداد الزائرين لمقصد ما وطريق عرض هذا المقصد على الشاشة، ومع ذلك فالأمر يكون أكثر صعوبة في قياس هذا التأثير خاصة في المدن والمناطق الكبرى (Niziol, 2016)، وفقاً لما ذكره (Hudson S. , 2011) يأتي واحد من بين كل عشرة زائرين للمملكة المتحدة نتيجة لرؤية البلاد مصورة في الأفلام وما ينتج عن هذا من زيادة في الإنفاق السياحي الذي بلغ 1.8 بليون استرليني عام 2006

برز في السنوات الأخيرة ما يُعرف بمصطلح "السياحة السينمائية" كواحدٍ من أكثر القطاعات السياحية نمواً ورواجاً على نطاقٍ واسعٍ في العالم مقارنةً مع أنواعٍ أخرى من السياحة، السياحة السينمائية هي ذلك النمط من السياحة الذي يتولد عن ظهور وعرض ومشاهدة المقاصد السياحية وعوامل الجذب على الشاشة بما في ذلك السينما،الدراما التلفزيونية، الاعلانات التجارية (Niziol, 2016) واستخدمت لهذا النمط أو النوع من الزيارات مسميات عديدة منها screen film-induced tourism, movie-induced tourism, screen tourism, film tourism، وعرفها (Hudson & Ritchie, 2006) بأنها الزيارات للمقاصد والوجهات السياحية التي تظهر على شاشات السينما والتلفزيون والفيديو.

والسياحة السينمائية هي ذلك النوع من السياحة المرتبط بفيلمٍ سينمائيٍّ معيّن بحيث تصبح الأماكن التي صُوّر فيها الفيلم وجهةً سياحية رائجة يقصدها محبّو الفيلم ومعبوه للتعرف على المكان عن قرب رغبةً منهم في تجربة الهروب إلى "عالمٍ مختلف"، وهو عالم الأفلام والمسلسلات التي يشاهدونها. فهي تلك التي ترتبط بزيارة المواقع التي تم تصوير الأفلام والبرامج والدراما التلفزيونية فيها وكذلك الجولات في استديوهات الانتاج المرتبطة بهذه الأعمال (Basáñez & Ingram, 2013)

إذ عادةً ما تميل الأفلام إلى التأثير على المشاهدين بشكل غير مباشر كجزء أساسي من رسالة الفيلم، وقد أكدت العديد من الأبحاث أن الأفلام تستطيع الوصول إلى الجمهور والتأثير به بشكل أقوى من الإعلانات والبرامج السياحية التي تستهدف شريحة معينة على وجه التحديد، ويرجع الفضل إلى فن التصوير السينمائي الذي خلق أماكن جذب جديدة ومدن ومناطق وأعاد اكتشاف مناطق أخرى مما أدى إلى جذب المزيد والمزيد من السائحين وساهم في تنوع المنتج السياحي كما أنها "السياحة السينمائية هي السياحة المرتبطة بفيلم سينمائي معين بحيث تصبح الأماكن التي صُوِّرَ فيها الفيلم وجهةً سياحيةً رائجة يقصدها محبو الفيلم للتعرف على المكان عن قرب"،. ويذكر (Busby & Klug, 2001) الدوافع الأساسية لزيارة مواقع التصوير السينمائي لدى السائحين في: متابعة خطى الممثلين المفضلين لديهم، لوضع أنفسهم في مواقع التصوير، لزيارة أماكن الجذب لأهميتها التاريخية المميزة بعد مشاهدة الفيلم، رغبة السائحين في زيارة الخلفيات الجذابة التي تظهر في الأفلام، ولقاء المتابعين للمسلسلات الأكثر شعبية، مع الوضع في الاعتبار أنه تختلف قدرة ونجاح الأعمال الدرامية في جذب السائحين للمقاصد السياحية.

في عام 2014، سجلت شركة أبحاث السياحة التنافسية (TCI) أن أكثر من 45 مليون سائحًا دوليًا اختاروا وجهات سفرهم في المقام الأول لأنهم شاهدوا فيلمًا أو عرضًا تلفزيونيًا تم تصويره في ذلك البلد، 1-10% من الزائرين للمقصد السياحي بهذا الدافع (Niziol, 2016) وقد تصدرت نيوزلندا القائمة بفضل سلسلة أفلام "سيد الخواتم" أو "The Lord of the Rings" التي وضعت الدولة على خارطة الوجهات السياحية المميزة في العالم، واستفادت من نجاح السلسلة بشكل أساسي في حملاتها الترويجية (Buchmann, Moore, & Fisher, 2009)

2.2. السينما والسياحة في مصر

القوى الناعمة المتمثلة في الأغاني والأفلام والدراما التلفزيونية هي واحدة من أهم وسائل الجذب السياحي التي يعمل العالم بأكمله عليها بقوة من أجل مزيد من تنشيط السياحة، وقد نجحت دولة مثل تركيا في اجتذاب قطاعات واسعة جدا من السياحة بفضل المسلسلات التركية وانتشارها، وتصويرها في أهم أماكن الجذب السياحي، والذي أعطى انطبعا للمشاهدين بما يمكن أن يجده في تركيا عند زيارتها، بالإضافة لاستمتاعه بالعمل الدرامي وإخراجه وتصويره، مع ضرورة الوضع في الاعتبار أن الأفلام والدراما عموما هي أعمال خيالية يتم تناولها من وجهة نظر وخيال المؤلفين والمخرجين (Champoux, 1999)

وعلى المستوى المقصد السياحي المصري فقد تم تصوير العديد المسلسلات والأفلام في المناطق السياحية والتراثية هو أفضل دعاية للمقصد السياحي المصري، خاصة أن السينما والدراما المصرية يعشقها الوطن العربي ويجرى عرضها في المحطات التلفزيونية المختلفة في أغلب الدول، وقد اتخذت بعض الخطوات في هذا الصدد مثل تصوير مسلسل "جراند أوتيل" في أسوان والذي حقق بعد عرضه نسب إشغالات سياحية مرتفعة بالمحافظة، وكذلك تصوير فيلم "أحلام عمرنا" ومسلسل "بالحجم العائلي" في

مرسى علم، والذي سلط الضوء على جمال المدينة الساحرة، وارتفعت نسبة الإشغالات بها. وقد بلغت نسب الإشغال في مرسى علم نسبة تصل إلى 90%، وذلك بعد عرض مسلسل «بالحجم العائلي» واستمرار فريق العمل هناك قرابة 3 شهور وهذا أيضاً أحدث رواجاً بالمدينة.

3.2 المهن السياحية والمعايير الأكاديمية لخريجي السياحة والفنادق

ويمكن تقسيم المهن السياحية المتعلقة بالمجال السياحي وفقاً للمعايير القومية الأكاديمية لقطاع السياحة والضيافة، إلى ستة أقسام رئيسية:

- قطاع الضيافة/الفندقة: تشمل هذه الفئة كل المهن المعروفة و المرتبطة بالاستقبال وتشغيل الفندق وأماكن الإقامة (موظف استقبال، مدبرة، عامل الغرف، موظف الحجز، تنظيم الأحداث الخاصة والاحتفالات)
- قطاع المطاعم / الأغذية والمشروبات : تشمل الوظائف المرتبطة بالمطبخ (طباخ، مساعد طباخ) بالخدمات (مسؤول الاستقبال، نادل)
- قطاع شركات ووكالات السفر والسياحة وشركات النقل السياحي : تشمل كل الوظائف المرتبطة بتصميم و بيع الأسفار (وكيل السفر، موظف حجز التذاكر، معد البرامج، العلاقات العامة، مرافق المجموعة، موظف بيع، مسؤول التسويق)
- قطاع الإرشاد السياحي (المرشد السياحي، قائد المجموعة، العاملين في الخدمات الترفيهية) في المنتجات على اختلاف أنواعها
- قطاع الترويج والتسويق السياحي: ويشمل وظائف: مثل مسؤول عن الترويج والتسويق السياحي، والتعريف بالأسواق السياحية المنافسة والأكثر جذباً للسياح وكذلك جذب المستثمرين والتعريف بالمشاريع السياحية الكبرى.
- قطاع التنمية السياحية والتخطيط السياحي (تشمل الوظائف في الهيئات السياحية الرسمية: التنمية ، التنشيط السياحي، وزارة السياحة) (الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والأعتماد، 2018).

3. منهجية الدراسة

1.3. نوع وطبيعة الدراسة

نوع البحث الذي تم استخدامه في هذه الدراسة هو البحث النوعي أو الوصفي Qualitative. وتهدف الدراسة الوصفية الحالية إلى بحث وجمع ووصف صورة متعمقة للمهن السياحية في الدراما المصرية، وتتميز الأبحاث الوصفية بتركيزها على الكيف وعمق الظاهرة محل الدراسة التي تهدف إلى بحثها دون التركيز على النتائج الكمية، حيث تم فهم أعمق للمشاهد الدرامية التي تناولت المهن السياحية على اختلاف أهدافها سواء كانت أساسية أو ثانوية في العمل الدرامي، وبغض النظر عن محتوى المشاهد ووقت عرضها

وعن القائمين بتمثيلها سواء كانوا من الممثلين ذوى الصيت والشهرة الواسعة أو الكمبارس الذين يظهرون فى مشهد أو اثنين فى العمل الدرامى.

2.3. مجتمع وعينة الدراسة

شمل مجتمع الدراسة جميع الأعمال الدرامية المصرية (الأفلام والمسلسلات) دون التقيد بفترة زمنية او نمط من الأعمال دون غيرها ، و استناداً الى هدف الدراسة، فكان يلزم أن يحتوى العمل الدرامى على مشهد واحد على الأقل يحتوى على أحد القائمين بالمهن السياحية مثل: المرشد السياحى، الوتير waiter او النادل، الشيف، مضيف او مضيعة طيران الخ. ولما كان منالصعب حصر الأعمال الدرامية التى احتوت على مشاهد للمهن السياحية ، ونظراً لقدرات الباحثين ومحددات الوقت والتكلفة؛ فقد لجأ الباحثون الى دراسة عينة ميسرة من الأعمال الدرامية التى تحتوى على مشاهد للمهن السياحية .

وتعرف العينة الميسرة Convenience Sample بأنها أحد انواع العينات غير الاحتمالية -non probability sampling، حيث يتم اختيار أفراد العينة حسب سهولة الوصول إليهم وقربهم المكانى والزمانى من الباحثين، وغالباً ما يستخدم هذا النوع من العينات فى الأبحاث الوصفية والتى تهدف للتعلمق فى فهم ووصف الظواهر محل الدراسة فضلاً عن كم تكرارها .

وتم حصر جميع الأعمال الدرامية من المجموعات التى شاركت فى جمع الأفلام، حيث وصل عدد الأعمال الدرامية المرشحة الى 174 عملاً درامياً، وبعد حذف الأسماء المكررة تم الوصول الى عدد 60 فيلماً ، و10 مسلسلات رشحت من المشاركين على أنها تحتوى على مشاهد للمهن فى القطاع السياحى والفندقى.

3.3. افتراضات الدراسة

- جميع المشاركين فى المشاهد التى احتوت على المهن السياحية خريجي كليات ومعاهد السياحة والفنادق.
- المشاهد التى عرضت المهن السياحية تعكس الجوانب التعليمية والمعايير الأكاديمية للقطاع السياحى والفندقى
- المخرجون وفرق الأعمال الدرامية التزموا جميعاً الحرفية والرجوع للمتخصصين فى العمل السياحى والفندقى فى بعض المشاهد فى أعمالهم الدرامية.

4.3. مصطلحات الدراسة

- الدراما المصرية: يقصد به جميع الأفلام والمسلسلات سواء التليفزيونية او السنمائية المصرية.
- المهن أو الوظائف السياحية : يقصد بها الوظائف والمهن التى منالمفترض أن يتقلدها أو يمتنها خريجو كليات ومعاهد السياحة و الفنادق مثل: المرشد السياحى- الطهارة أو الشيفات- مدير الأستقبال- الويتز- مدير شركة طيران - مضيف طيران- مدير المطعم.

- الرسائل الموجهة عبر الدراما : يقصد بها كلا الرسائل الايجابية والسلبية على حد سواء سواء في الشكل اوالمضمون للمشاهد التي احتوت على المهن السياحية.
- المشهد الدرامي Scene : عرف Field (2009) المشهد تعريفاً تقليدياً؛ فهو أى حدث يقع في زمان ومكان واحد، وعندما يغير الكاتب الزمان أو المكان فعليه أن يكتب مشهداً جديداً، ولا بد أن يكون لكل مشهد هدف في العمل الدرامي، كما ان لابد أن يكون هناك بداية ووسط ونهاية لكل مشهد. ويقسم فيلد المشاهد إلى نوعين: مشاهد بصرية، مشاهد حوارية ، كما أنه وهناك وظيفتان للمشهد: دفع القصة إلى الأمام، كشف معلومات عن الشخصية.
- اللقطة الدرامية Shot : واللقطة عبارة عن مجموعة من اللقطات التي تمثل مشهد واحد في زمن واحد ومكان واحد في العمل الدرامي. واستخدمت الدراسة كل من المشهد واللقطة كوحدة تحليل لها.

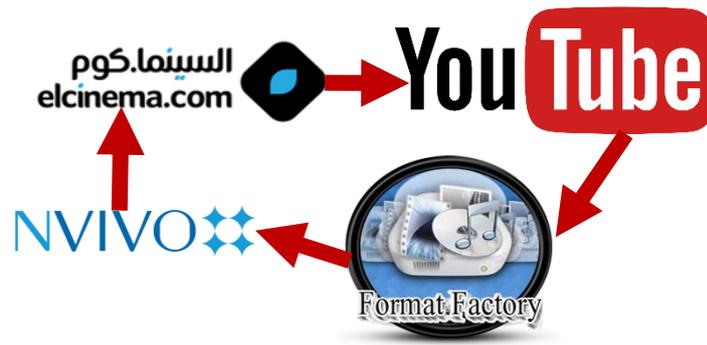
5.3. تساؤل الدراسة؟

- ما مدى تعرض الدراما المصرية للمهن والوظائف السياحية؟

6.3. جمع وتحليل البيانات الخاصة بالدراما المصرية

وفي دراستنا هذه تم الوصول الى العينة المستهدفة من الأعمال الدرامية المصرية (الأفلام والمسلسلات) من خلال عدة طرق، هي:

1. العصف الذهني او التفكير Brain storming بين أعضاء البحث لتذكر بعض الأعمال الدرامية التي سبق أن شاهدها واحتوت على مشاهد لبعض المهن السياحية.
2. طرح مناقشات وتساؤلات عامة بين الطلاب من خلال النشر على المجموعات الدراسية Face book groups للفرق المختلفة لطلاب كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم -محل عمل الباحثين- على الفيس بوك بخصوص الأعمال الدرامية التي احتوت مشاهد للمهن السياحية.
3. طلب الدعم من أسر وأقارب زملاء الباحثين فيما يتعلق بتذكر الأعمال الدرامية التي احتوت مشاهد للمهن السياحية سواء وجهاً لوجه او من خلال التواصل عبر الـ WhatsApp او الفيس بوك وغيرها.



شكل 1:

ويعد حصر الأعمال الدرامية محل الدراسة (60 فيلماً و 10 مسلسلات) تم تحميل جميع الأعمال الدرامية من خلال Elcinema.com والـ YouTube ويعدها يتم ادخالها على برنامج الـ Format Factory لتقطيع المشاهد المستهدفة، والتي تم بدورها استخدامها في برنامج التحليل الوصفي الـ NIVIVO 11 لتفريع محتواها ووصفها.

وقد تم توزيع الأعمال الدرامية (60 فيلماً و 10 مسلسلات) على أعضاء الفريق البحثي للمشاهدة وتحديد المشاهد والمهين في كل عمل دارمي، بحيث

أ. تحديد وقت المشهد (بالدقيقة والثانية حتى يمكن عمل قطع للمشهد Cut).

ب. تفريع مضمون المشهد (نص الكلام في المشهد حرفياً transcripts)

ت. كتابة أي ملاحظات سواء لباقي أعضاء الفريق أو عن المشهد وخلفيته.

ث. هناك مشاهد بتكون صامتة أو بصرية مثل دخول الفريق التمثيلي لمطعم مثلاً دون الكلام

....

وفيما يتعلق بتحليل المشاهد و محتواها وكذا مضمون كل مشهد فقد استخدم الباحثون الخطوات المنهجية المقصودة في منهج تحليل المحتوى والخاصة به (العساف, 1989, 240) وهي: تصنيف الأعمال الدرامية محل البحث، : تحليل وحدات التحليل مثل الموضوع والمهنة ومحتوى المشاهد المعنوية والسمات الشخصية للمشاركين فيها (كخريجي كليات ومعاهد السياحة والفنادق) ..الخ ،تصميم استمارة تفريع ووتحليل المشاهد (انظر جدول 5)، تصميم جداول التفريع، ثم سرد النتائج وتفسيرها.

وفي هذه الدراسة تم سرد النتائج ووصفها طبقاً للتحليل الموضوعي للمهنة أو الوظيفة السياحية Thematic analysis من حيث نوع العمل الدرامي، تاريخ الإنتاج، عدد المشاهد الخاصة بالمهين السياحية، محتوى المشاهد الخاصة بالمهين المختلفة، طبيعة المشد ونوعه ..الخ.استناداً على المهين التي اشارت اليها المعايير الأكاديمية لقطاع التعليم السياحي والفندقي العالي عام 2009.

4. نتائج الدراسة

1.4. نوع الأعمال الدرامية: خلصت المناقشات مع الطلاب والأسر والأقرباء الى التوصل الى عدد 70 عملاً درامياً (60 فيلماً ، 10 مسلسلات)، احتوت على مشاهد تتعلق بمهن القطاع السياحي والفندقي، ويوضح جدول (X) الخصائص العامة لكل عمل درامى من حيث اسم العمل، ونوعه، عام الإصدار، عدد مشاهد المهن السياحية.

جدول 1: الأعمال الدرامية (الأفلام) محل الدراسة وعدد مشاهد الوظائف السياحية

أولاً: الأفلام						
م	الفيلم	عام الإنتاج	مدة العرض (ث. د. س)	عدد مشاهد المهن السياحية		
				فنادق	سياحة	ارشاد
1	اسماعيل ياسين فى مستشفى المجانين	1959	2:32:20	3	---	---
2	لوكاندة المفاجآت	1959	1:26:54	11	---	---
3	يوم من عمرى	1961	2:28:06	6	---	---
4	الحقيقة العارية	1963	1:46:13	2	2	4
5	صاحب الجلالة	1963	1:39:47	5	---	---
6	عروس النيل	1963	1:40:46	---	---	3
7	الأيدى الناعمة	1964	2:17:31	---	---	3
8	ماشيين بالعكس	2008	1:29:55	3	---	---
9	غرام فى الكرنك	1967	1:33:40	3	---	1
10	مطاردة غرامية	1968	1:35:03	3	1	---
11	المومياء	1969	1:48:06	---	---	2
12	فندق السعادة	1972	1:31:47	5	---	---
13	الكرنك	1975	2:23:16	---	---	3

14	بئر الخيانة	1987	2:50:44	2	2	---
15	جزيرة الشيطان.	1990	2:15:25	1	2	---
16	المشاغبات والكابتن	1991	2:51:05	---	1	---
17	قبضة الهلالى	1991	1:45:20	3	---	---
18	الحب فى طابا	1992	1:41:42	---	1	4
19	كشف المستور	1994	1:35:37	---	2	5
20	البحث عن توت عنخ آمون.	1997	1:37:08	2	---	---
21	عيش الغراب	1997	1:50:15	---	---	1
22	همام فى أمستردام	1999	2:13:57	---	---	3
23	شورت وفانلة وكاب	2000	1:45:59	---	---	2
24	رحلة حب	2001	2:00:09	---	---	8
25	صعيدى رايح جاى	2001	1:35:39	2	1	3
26	السلم والثعبان	2002	2:04:29	---	---	---
27	عودة مدرسة المشاغبين	2002	1:40:00	---	---	2
28	اللمبى	2002	1:29:41	---	---	3
29	ازاى تخلقى البنات تحبك	2003	1:26:35	---	---	5
30	عايز حقى	2003	1:47:22	---	---	6
31	تيتو	2004	1:59:43	---	---	3
32	حب البنات	2004	1:50:13	---	---	5
33	خالتي فرنسا.	2004	1:41:03	---	---	2

1	---	--	1:20:01	2004	سنة اولي نصب	34
---	---	3	1:37:19	2004	شباب تيك اوى	35
---	---	4	1:36:03	2004	عريس من جهة أمنية	36
---	---	5	1:45:28	2004	فول الصين العظيم	37
---	---	5	1:45:00	2005	أحلام عمرنا.	38
---	---	5	1:35:00	2005	حريم كريم	39
---	---	6	1:35:21	2005	حمادة يلعب	40
---	---	2	1:36:23	2005	درس خصوصى	41
1	---	---	1:54:00	2005	ذكي شان	42
---	---	2	1:53:14	2006	ظرف طارق	43
3	3	---	1:43:00	2006	عن العشق والهوى	44
1	---	---	1:47:41	2006	الغواص	45
---	---	2	1:41:02	2006	قص ولزق	46
---	---	2	1:32:58	2006	كامل الأوصاف	47
---	---	3	2:04:18	2006	كتكوت	48
---	---	2	1:40:00	2006	كلام فى الحب	49
1	1	4	1:50:14	2007	خليج نعمة	50
---	---	4	1:49:00	2007	خمس نجوم	51
---	1	---	1:35:41	2007	عمر وسلمى1	52
---	---	10	1:49:27	2008	الريس عمر حرب	53

---	---	20	2:00:02	2008	طباخ الرئيس	54
---	5	8	2:29:22	2008	ليلة البيبي دول	55
5	1	2	1:30:00	2008	ورقة شفره	56
---	---	6	2:11:30	2010	عسل اسود.	57
---	---	2	1:15:59	2012	جيم او فر.	58
---	---	3	1:20:53	2014	واحد صعيدى	59
---	---	2	1:46:34	2016	لف ودوران	60
34	19	201	105:11:02	---	الأجمالى	

2.4. الإطار الزمني أو معدل إنتاج الأعمال الدرامية: التي اشتملت على مشاهد للمهن السياحية تقريبا $1.22 =$ عمل / سنوياً على الأقل، حيث أنه خلال 60 عاماً تقريباً ما بين 1959 - 2018 تم إنتاج 70 عملاً درامياً وكانت الأفلام بنسبة 85.8% من الأعمال بينما كانت المسلسلات بنسبة 14.2%، ولم تقتصر الدراسة على سنوات محددة او مقارنة بين الأعمال الدرامية القديمة والحديثة، وذلك كمحاولة للوصول الى أكبر عدد ممكن من الأعمال الدرامية التي ربما يتذكرها المشاركون فى المقابلات المبدئية للدراسة.

3.4. عدد المشاهد محل الدراسة: أما بالنسبة لعدد المشاهد الخاصة بالمهن والوظائف السياحية التي حصرتها الدراسة فكانت 316 مشهداً، بنسب 80.5% منها لوظائف الفنادق والضيافة مثل الطهاة ومقدمى الخدمة، والمضيفين الجويين، 11.7% منها لوظائف الإرشاد السياحى، وأخيراً 7.9% منها لمهن السياحة وأعمال المكاتب والشركات السياحية مثل موظفى الحجز ومنظمى الرحلات والـ Tour Leader .

جدول 2: الأعمال الدرامية (المسلسلات) محل الدراسة وعدد مشاهد الوظائف السياحية

م	المسلسل / الحلقة	عام الإنتاج	مدة عرض الحلقة	عدد مشاهد المهن السياحية		
				فنادق	سياحة	ارشاد
1	رأفت الهجان (الجزء الثانى - حلقة 7 - 8)	1987	37:39	5	4	---

---	---	5	34:25	1994	يوميات ونيس (الجزء الثاني-حلقة 20)، الجزء 3 -الحلقة 3)	2
---	---	3	34:57	2007	يتربى فى عزو (الحلقتين 15-16)	3
---	---	9	29:15	2010	الكبير قوى (الحلقة 24، الجزء 4)	4
---	---	2	43:23	2010	ريش نعمام (الحلقة 17)	5
---	---	3	42:25	2014	شمس (الحلقة 20)	6
3	---	---	39:05	2016	مأمون وشركاه (الحلقة 16)	7
---	---	---	50:15	2017	أرض جو (الحلقة 1).	8
---	---	5	33:13	2017	فى ال لا لاند (الحلقة 1)	9
---	---	21	42:02	2018	بالحجم العائلى(الحلقات 1-4-11-14- 24)	10
3	4	53	3:44:05	--	الإجمالى	

4.4. مدة العرض/المشاهدة: بلغ مجموع مدة العرض والمشاهدة لـ 70 عملاً درامياً محل الدراسة تقريباً 109 ساعة بما يعادل اربعة أيام بالتقريب، وتم مشاهدة كل عمل درامى على حدة بعد تقسيم الأعمال على فريق البحث. أما فيما يتعلق مدة عرض المشاهدة التى عرضت المهن السياحية فوجدت الدراسة وجود تفاوت كبير بين المشاهد داخل العمل الدرامى الواحد وكذلك بين الأعمال لدرامية ، وتراوحت مدة عرض المشهد/ اللقطة من "ثانية واحدة" فى فيلم " الحب فى طابا" الى " 10 دقائق" فى مسلسل "الكبير قوى" فى الحلقة 24 "المصيف"، حيث ظهرت العديد من المهن السياحية فى مجال الضيافة والفنادق مثل : الشيف التنفيذى، مساعد الشيف، مساعد مدير، موظف الإستقبال، النادل او مقدموا الخدمة waiters .

5.4. نوع العمل الدراما: اشتملت الدراما محل الدراسة على مختلف انواع الأعمال الدرامية فمنها الكوميدي مثل " اسماعيل ياسين فى مستشفى المجانين"، "لوكاندة المفاجآت"، "الكبير قوى" "" ، "حماده عزو"، ومنها السياسية مثل " بئر الخيانة"، "مأمون وشركاه "كشف المستور""، "رأفت الهجان" "ورقة شفرة"، ومنها

التراثية والثقافية مثل "المومياء"، "الكرنك"، "عروس النيل"، ومنها الإجتماعية مثل "يوم من عمرى"، "الحقيقة العارية" "يوميات عائلة ونيس".

6.4. نوعية المشاهد محل الدراسة : اجتهد الباحثون لحصر جميع المشاهد التي تتعلق بالمهن السياحية فى الدراما المصرية بصرف النظر عن تاريخ الإنتاج ومحتوى وهدف العمل الدرامى وسواء كانت المشاهد اساسية او فرعية، او مشاهد حوارية كما فى 87% من المشاهد محل الدراسة، أو مشاهد صامتة (كما فى فيلم (الحب فى طابا، لوكاندة المفاجآت) حيث اشتملت الدراسة على بعض المشاهد الصامتة التي ظهر فيها مقدمى الخدمة فى كامل زيهم الرسمى فى خلفية المشاهد دون التحدث او الحركة ، وجاءت المشاهد الصامتة بنسبة 13% من مجموع المشاهد 316.

7.4. أهم المهن السياحية فى الدراما المصرية: تنوعت المهن السياحية التي عرضتها الأعمال الدرامية محل الدراسة، وقد قسمها الباحثون حسب تخصصاتهم الى مهن ذات الصلة بقسم الدراسات الفندقية، ومهن ذات الصلة بقسم الدراسات السياحية وأعمال الشركات الطيران والسياحية، ومهنة الإرشاد السياحى، وقد تم هذا التقسيم تسهيلاً لتقسيم أعمال البحث وتمييزاً لكل تخصص على حده، واستشراً وتطلعاً لأبحاث ودراسات أكثر تخصصية فى كل قسم حول الدراما المصرية والمهن السياحية المختلفة.

ويوضح جدول 3 ملخصاً لأهم المهن والوظائف السياحية التي يمتنها خريجو كليات ومعاهد السياحة والفنادق، ويوضح أن غالبية الوظائف كان ذات الصلة بقسم الدراسات الفندقية او مجال الضيافة وصناعة التموين catering and hospitality وما ينبثق عنها من مطاعم، وخدمة تموين الطائرات، وخدمة الأغذية فى القطارات وبيوت الشباب ودور الرعاية وغيرها.

وقد خلصت الدراسة بأن المشاهد الدرامية اشتملت على 12 وظيفة فى تخصص الدراسات الفندقية والضيافة ، ومن أشهر هذه الوظائف : ال waiter بنسبة (34%)، ثم المضيفة الجوية cabin crew member بنسبة (28.8%)، تم تناولها فى العديد من الأعمال الدرامية فى اطار أنها وظيفة تتطلب سمات شخصية وشكلية وجسمانية معينة وأيضاً مهارات شخصية وفنية وان كانت بعض الأعمال أظهرتها بشكل لايتناسب مع التقاليد والأعراف السائدة بشكل من المبالغة من ظهور للمضيفات فى حفلات بملابس مثيرة، ، وبتنقلون فى مطارات العالم دون تفنيش، بالاضافة الى العديد من المغالطات الفنية فى ممارسة هذه المهنة واعتبر العاملين بهذه المهنة أن الأعمال الدرامية ينقل صورة مغلوبة عن المضيفات فضلاً عن أن تلك المهنة لها أبعديات وأساسيات كان لابد من التعرف عليها من المتخصصين أولاً وهو ما ينبغى مراعاته عند تناول مثل هذه المهن، وانها غير مقتصرة على الإناث دون الذكور، حيث تم عرضها فى جميع المشاهد تقريباً (99%) ان المضيفة أنثى.

جدول (3) ملخص أهم المهن أو الوظائف السياحية التي تم عرضها بالدراما المصرية

عدد المشاهد (%)	الوظيفة	التخصص	أهم المهن السياحية في الدراما المصرية
87 (34.4%)	نادل او وينتر Waiter	الفنادق والضيافة	
73 (28.8%)	مضيف جوى Cabin Crew		
3 (1.2%)	مدير مطعم Restaurant Manger		
5 (1.97%)	صاحب المطعم Business owner		
16 (2.9%)	شيف عمومي Executive chef		
11 (4.3%)	مساعد شيف Assistant Chef		
3 (1.2%)	مدير مكاتب أمامية Front office mangers		
38 (14.9%)	موظف استقبال Receptionist		
9 (3.5%)	حامل الحقائب Ball man		
4 (1.6%)	Bartender الساقى فى البار		
3 (1.2%)	خدمة الغرف Room service		
2 (0.78%)	مدير كافيتريا Cafeteria Manager/owner		
254 (80.4%)	المجموع		
5 (21.7%)	Tour leader	السياحة والطيران	
4 (17.4%)	مدير شركة سياحة Travel Agent Manager		
3 (13%)	Tour Operator		
4 (17.5%)	موظف حجز Booking clerk		
7 (30.4%)	موظفة فى شركات الطيران check-in desk		

	representative		
23 (7.9)	المجموع		
1 (2.6 %)	صاحب بازار The owner of bazaar	الإرشاد السياحي	
26 (66.7 %)	مرشد سياحي Tour guide		
9 (23 %)	غواص Diving guide		
3 (7.7 %)	Hotel Animator/Animation Representative		
39 (11.7 %)	المجموع		
316 (100 %)			الإجمالي

ومن الوظائف الأساسية الأخرى موظف الإستقبال receptionist (14.9%) وكان أقلها فى الظهور وظيفة مالك او صاحب المطعم او الكافتيريا فيما يعرف Entrepreneur الريادى فى قطاع السياحة والفنادق والذي بدأ يظهر فى الأدبيات الأكاديمية والأعمال الدرامية الحديثة مثل فيلم "تيتو" عام 2004 وفيلم "خليخ نعمة" عام 2007، ومن الجدير بالذكر أن هذين الفيلمين تم تصويرها فى شرم الشيخ كمنتج سياحي عالمي.

أما فيما يتعلق بوظائف المتعلقة بخريجي قسم الدراسات السياحية فكانت عدد 5 وظائف هي: موظف الحجز فى شركات الطيران والسياحة نسبة (30.4%)، ورئيس مجموعة Tour leader بنسبة 5 (21.7%) وكذلك مدير شركة سياحية أو ريادى أعمال سياحي، ومن الأهمية بمكان ذكر بعض القصور فى المشاهد الدرامية الخاصة بأعمال شركات الطيران والحجز ومنظمو الرحلات، وتتنوع المشاهد التى غلب عليها قصرها وكانت فقط "مشاهد بصرية" كخلفية لمشهد أو لقطة أهم وبدون أى حوار فعال فى العمل الدرامي، وأشهر هذه الأدوار هو دور العاملين والعاملات فى شركة "Magi Tours" فى مسلسل "رأفت الهجان" عام 1989، وكذلك شركة السياحة فى فيلم "كشف المستور" 1994، وعموماً على الرغم من قلة عدد المشاهد فقد جاءت المشاهد عاكسة للمهارات المتطلبة لكل مهنة من وظائف العاملين فى أعمال شركات السياحة والطيران والسفر.

وختاماً فى حالة المشاهد التى تعلقت بالمهن الخاصة بخريجي قسم الإرشاد السياحي، فكان على رأسها مهنة المرشد السياحي Tour Guide بنسبة 66.7% كما فى أفلام "الأيدى الناعمة" عام 1964، فيلم "الحقيقة العارية" عام 1963، وفيلم "ورقة شفرة" عام 2008، "عن العشق والهوى" عام 2006 ثم مهنة

غواص او مرشد بحرى diving guide مثل فيلم "الغواص" عام 2006 ، وفيلم "جزيرة الشيطان" عام 1990، وقد ظهرت بعض المهن الجديدة الخاصة بالترويج والفن والمتعة الخاصة بالأفواج السياحية فيم يعرف بـ Animator أو Animation representative مثل فيلم "سنة أولى نصب" عام 2004.

8.4. أمثلة لبعض المشاهد للوظائف الأساسية (مشهد لكل وظيفة / التخصص)

نظراً لحجم البيانات الوصفية الكبير الذى نتج عن تفريغ المشاهد الخاصة بالمهن والتي وصل عددها 316 مشهداً مختلفاً ، نستعرض فقط مشهد لكل من الوظائف الأكثر عرضاً وتأثيراً فى العمل الدرامى والواقع السياحى

جدول 4: أمثلة للمشاهد التفصيلية للمهن السياحية الرئيسية

العمل الدرامى	محتوى المشهد بالتوقيت	التخصص	الوظيفة	تحليل مضمون المشهد
فيلم عن العشق والهوى	وقت مشهد 16:22: يدور حوار بين سلمي (منة شلبي) مرشدة سياحية وعمر صاحب الشركة السياحية (هاني سلامة): سلمي: أيوة يا مستر عمر.... لا موصول أصل الطائرة حصلها تأخير 4 ساعات عمر: أيوة يا سلمي بس 4 ساعات كثير أووي أنا لو شوفت السرير هناك سلمي: مينفعش أنا كلمت عربية تستننا في المطار عشان حضرتك هتستقبلهم بنفسك عمر: هتستقبلهم بنفسى مش	سياحة وارشاد	مرشدة سياحية وصاحب شركة سياحية	أحياناً يكون المرشد مضطر للتأكيد علي الحجوزات بسبب تأخير الطيران ولا بد هنا استقبال الفوج وخاصة لو VIP بنفسه مع صاحب الشركة كنوع من الإعتذار يوضح المشهد ايضاً اهمية التكامل والتعاون يبين أطراف المنتج السياحى والقائمين على تقديمه من شركات السياحة، والطيران، والإرشاد، الفنادق والمزارات .. الخ

			<p>كفاية هسكنهم بنفسى سلمى: دول أصحاب أكبر 5 شركات سياحية فى العالم يعنى لما تروح لهم كأنك بتعتذر لهم بنفسك</p>	
<p>-الألتزام بالزى الرسمى للمضيافة - وجود 2مضيفات فى الخلفية بالزى الرسمى و الألتزام بالأدوار فى كابينة الدرجة الأولى والبزنس. وتجميع الشعر للخلف من اشتراطات السلامة والحفاظ على صحة الأغذية من عدم تساقط الشعر. - على الرغم من أن التصوير تم داخل طائرة تابعة لشركة مصر للطيران حيث وجود اللوجو على الكراسى .. الأ أن الطائرة من الخارج تحمل تحمل شعار شركة XL وده يعنى فى عالم الطيران اما اما شير كود share code أو استئجار، كما يعكس نوعية الطائرات التى تقصد المنتجعات والمدن السياحية ويكون أغلبها charter ومن طرز الطائرات الصغيرة.</p>	<p>مضيافة جوية على طيران XL</p>	<p>فنادق وضيافة</p>	<p>وقت مشهد 16:42: المضيافة: " حمد لله على السلامه .. وصلنا مطار شرم الشيخ" مع لمسة خفيفة لأيقاظ المسافرة (بطلة العمل عادة عادل) ..</p>	<p>خليج نعمة</p>

5. الخاتمة والتوصيات

1.5. الخاتمة

هذه أول دراسة أكاديمية لوصف وحصر المشاهد الدرامية للمهن السياحية في مصر ، و خلصت الدراسة الى أنه لعبت السينما المصرية والدراما التلفزيونية دورا في تكوين صورة عن العمل في المجال السياحي والمهن السياحية لدى المجتمع وخاصة لدى فئة الشباب وقد اتضح من الدراسة أن العديد من الأعمال الدرامية قد قدمت على مدى عقود نماذج من الوظائف والمهن في قطاع السياحة في معالجتها الدرامية ، وقد تناولت بعض هذه المعالجات هذه المهن بشكل ايجابي وبعضها بشكل سلبي.

في بداية السينما فترة الخمسينات و الستينات تم تناول هذه الوظائف في الاطار الدرامي بالشكل الذي يعزز من منها ويزيد احترام وتقدير المجتمع لها وعلى أنها مهن تتطلب قدر كبير من الثقافة العامة ومهارات شخصية في التعامل ومهارات فنية وخبرات لدى العاملين بها مثال (الأيدي الناعمة "المرشد السياحي" - يوم من عمري "مضيعة الطيران" - مطاردة غرامية " مضيعة الطيران" و"ضابط ملاحه جوية" - غرام في الكرنك " موظف مكاتب أمامية" وكانت تتناول بعض هذه الوظائف على أنها من الوظائف التي تمكن الشباب الواعي القادر على رسم حياته المستقبلية الوظيفية بشكل غير نمطي وغير تقليدي وبشكل يزيد من احترام المجتمع لهذه المهن وتعكس أهميتها على المجتمع والاقتصاد خاصة في ظل تغيرات اجتماعية واقتصادية شهدتها هذه الفترة.

بعض الأعمال الدرامية حاولت تشجيع الشباب على العمل بهذه المهن ومحاولة تغيير نظرة المجتمع لهذه المهن خاصة بعض الوظائف في قطاع الضيافة (مسلسل يوميات ونيس- فيلم قبضة الهاللي "مرشد سياحي") وتزامن مع هذا اتجاه عام في الدولة لاقامة المشروعات السياحية وبالتالي توجه عام لقطاع التعليم العالي بالتوسع في كليات ومعاهد للتعليم السياحي في محاولة منها لتهيئة واعداد عاملين في هذا القطاع وفقا لمتطلبات ومهارات معينة لا بد أن يتصف بها الخريج .

في بعض الأعمال الحديثة تناولت هذه المهن وتضمينها بشكل عام وفي اطار السياق الدرامي حاولت اظهار من يعملون بهذه المهن وفي هذا المجال بشئ من الانتهازية وفي بعض الأحيان الاستغلال للسائح وفي بعض الاحيان التعامل بأسلوب يختلف أخلاقيا لحد ما عن النمط السائد في المجتمع (عريس من جهة أمنية "صاحب بازار سياحي") وان كان هذا انعكاس لبعض التغيرات الاجتماعية والأخلاقية في المجتمع المصري. مما يؤدي الى سوء فهم لطبيعة العمل السياحي وتردد الدخول والمنافسة فيه على الرغم مما فيه من فرص كبيرة جدا وواعدة.

بعض الأعمال الأخرى حاولت اظهار هذه المهن بالشكل الحقيقي لها وأنها مهن تتطلب مهارات وقدرات معينة لا بد من توافرها للنجاح فيها وأظهرتها بشكل لائق يساهم في رسم صورة جيدة لها ويشجع الشباب على العمل في هذه المهن واكتساب العديد من المهارات الفنية والشخصية للعمل في مثل هذه المهن (مسلسل ريش نعام " موظف مكاتب أمامية"- مسلسل بالحجم العائلي- مسلسل أرض جو " الضيافة الجوية"- مسلسل الكبير قوى " الضيافة الجوية"- مسلسل رأفت الهجان " منظم برامج وموظف حجز في شركة سياحية"- فيلم عمر وسلمى " مالك ومدير شركة سياحة) .

في تناولت بعض الأعمال الدرامية لهذه الوظائف لم يتم تقديمها في اطار مراعاة النواحي الفنية لممارسة هذه الوظائف وقدمتها بشكل مبالغ فيه ويشوبه العديد من المغالطات الفنية لطريقة اداء والعمل بهذه الوظائف وبنوع من عدم الاحترافية وذلك في اطار المعالجة الدرامية وظهرت العديد من المغالطات الفنية المرتبطة بممارسة هذه الوظائف (مسلسل أرض جو- فيلم خليج نعمة). و أبرزت بعض الأعمال السينمائية بشكل غير مباشر بعض متطلبات العمل في القطاع السياحي وأبرزت قضايا هامة في مجال العمل السياحي مثل أهمية التدريب للعاملين في الوظائف والمهن السياحية (فيلم الأيدي الناعمة)، وفيلم "طباخ الرئيس"، فيلم "الرئيس عمر حرب"

2.5. المحددات و التوصيات

اقتصرت الدراسة على دراسة الأعمال الدرامية التي تم ترشيحها من المشاركين في المناقشات والمقابلات الإستطلاعية حول الدراسة، ومن محددات الدراسة الكم الكبير من البيانات وتداخلها عبر المشاهد، وخاصة وان معظم المشاهد الخاصة بالوظائف السياحية كانت فرعية وغير محوريه، وعليه فهناك عدة توصيات لتجنب محددات هذه الدراسة منها:

أكاديمياً: يعتقد الباحثون بأن ترشيح بعض الأعمال الدرامية على علاقتها بالسياحة او ببعض الأماكن الأثرية والتاريخية ، كما في حالة فيلم "صراع في النيل" ، والتي تم تصويره في محافظة القنا التي تقع فيها عاصمة آثار مصر الأقصر ، وربما رأى البعض ضرورة الأخذ في الاعتبار دور نهر النيل في النقل السياحي وهو ما تطور ليصبح المراكب والفنادق العائمة ، و كذلك بعض الأنماط السياحية والتراثية مثل بعض الصناعات الفخار وأماكن التراث العالمي ، ومهنة شيف حلوانى (فطاطرى) Pastry Chef في فيلم "اسماعيل ياسين في مستشفى المجانين" والتي يعتبر من الأكل الشعبى والذي يمكن الإعتماد عليه

كأحد محتويات المنتج السياحي المصري Local food and food tourism، وعلى الرغم من بداية بعض المهن مثل (فطاطرى).

فى ضوء نتائج الدراسة الحالية، يمكن للمهتمين من الباحثين بدراسة مدى مطابقة المشاهد الدرامية ومحتواها مع متطلبات المعايير الأكاديمية لقطاع السياحة والفنادق من حيث جوانب المعرفة والفهم والتطبيق والجوانب المهارية، أيضاً يمكن تحليل المشاهد والأعمال الخاصة بمهنة محدد مثل: المرشد السياحي، الويتر waiter، الشيف، موظف الإستقبال.. الخ كلاً على حده أو اجراء دراسات مقارنة سواء فى المضمون أو الإطار الزمنى للأعمال الدرامية. من الأفكار البحثية التى نرى أهميتها فى ضوء نتائج هذه الدراسة، تحليل مدى صحة المعارف والمعلومات التاريخية التى يتم عرضها وخاصة فى مشاهد الإرشاد السياحي، تحليل الأنماط السياحية، المعلومات التاريخية، النواحي الأخلاقية وأخلاقيات المهنة Code of ethics، تحليل وجهات نظر الطلاب لمشاهد المهن السياحية و الفندقية.

تعليمياً وتطبيقياً : يمكن استخدام مضمون وشكل المشاهد الخاصة بالوظائف السياحية فى عمليات التدريس وتدريب الطلاب فى معاهد وكليات السياحة والفنادق وتدريبهم على الألتزام بالجوانب الأيجابية فيها وتجنب السلبي منها حول عناصر مثل: الألتزام بزي العمل - الألتزام بأخلاقيات المهنة - القيام بهام وواجبات العمل - الخ. أيضاً قد يستفاد بعض العاملين أو الراغبين فى العمل فى مجال السياحة من المشاهد وخاصة لما للدراما من تأثير كبير على كافة فئات المجتمع وخاصة على المراهقين والشباب.

6.المراجع

- Basáñez, R. P., & Ingram, H. (2013). Film and tourism: the imagined place and the place of the imagined. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(1),39-54.
- Buchmann, A., Moore, K., & Fisher, D. (2009). Experiencing film tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248
- Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism. The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316-332
- Campo, L. r., Brea, J. A., & Muñiz, d. r.-T. (2011). TOUriST dESTiNATION iMAGE FOrMEd BY THE CiNEMA:Barcelona positioning through the feature flm Vicky Cristina Barcelona. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1), 37-154
- Champoux, J. (1999). Film as a Teaching Resource. *Journal of Management Inquiry*, 8(2), 240-251
- Derelioglu, Y., & Sar, E. (2010). The use of films on history education in primary schools: Problems and suggestions. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 9, 2017-2020
- Field, S. (2009). Going to the movies: a personal journey through four decades of modern film. Delta.
- Hudson, S. (2011). Working together to leverage film tourism: collaboration between the film and tourism industries. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), pp. 165-172

- Hudson, S., & Ritchie, J. (2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12(3), 256-268
- Kim, H., & Richardson, S. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp. 216-237
- Niziol, A. (2016). FILM TOURISM AS A NEW WAY TO MARKET A DESTINATION. *Scientific Review of Physical Culture*, 5(4), pp. 149-156
- Russell, W. B. (2010). *Teaching history with film: Examining the use of film and its impact on student learning*. Orlando: 2010 IABR & ITLC Conference Proceeding

الغزالي، اسراء عاطف. (2018). صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل. كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون. جامعة القاهرة.

عبد الغنى، جيهان أحمد فؤاد. (2007). العلاقة بين صورة رجال وسيدات الأعمال فى الدراما التلفزيونية وادراك الجمهور لواقعهم الاجتماعى. كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون. جامعة القاهرة.

عليوة، حنان أحمد سليم. (2001). معالجة قضايا الشباب المصري في الدراما التلفزيونية دراسة تحليلية. المجلة العلمية لكلية الآداب(7).

محمود، سارة الحسين. (2016). معالجة مشكلات الشباب فى الأفلام المصرية التى تعرضها القنوات الفضائية الدرامية العربية وتأثيرها فى اتجاهاتهم نحوها. كلية الاعلام، جامعة القاهرة، قسم الاذاعة والتلفزيون.

حرب، شريف شفيق. (2016). صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل. معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الطفل. جامعة عين شمس.

العساف، صالح محمد (1989) المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية.

عبود، محمد. (2012). صورة الصفوة المصرية فى الدراما التلفزيونية التى تعرضها بعض القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بادراك الشباب الجامعى لواقعها الاجتماعى: دراسة تطبيقية. كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون. جامعة القاهرة

ابراهيم، محمد معوض، منتصر، فوزى سلامة، و عبد اللطيف، عيد محمد. (2017). دور الدراما التلفزيونية في ترتيب أولويات القضايا لدى المراهقين المصريين. 20(77).

طلب، محمد نبيل محمد محمود. (1986). الصورة التى تعرض بها المهن من خلال الدراما التلفزيونية وتأثيراتها على الجمهور. كلية الاعلام، قسم الاذاعة. جامعة القاهرة.

حسن، نجلاء محمد حامد. (2014). صورة الموظف الحكومى بالمؤسسات الانتاجية والخدمية كما تعكسها الدراما بقنوات الأفلام العربية واتجاهات الجمهور المصرى نحوها. كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون. جامعة القاهرة.

الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والأعتماد، (2009). المعايير القومية الأكاديمية القياسية قطاع السياحة والفنادق، القاهرة،

متاح على : <http://naqaae.eg/wp-content/uploads/2014/PDF/16.pdf>

Tourism Careers in the Egyptian Drama: A Descriptive Study

Abstract

Background: The drama plays a vital role in all societies because of its great role in influencing the different social groups, especially the youth. There are Egyptian films and television series in tourist area, and despite the many researches that focused on the impact of drama on tourism and its development of destinations and destination marketing in many countries, there is no in-depth academic study on how to the Egyptian drama presented the tourism careers. Thus this study aims to fill this gap in academic research on various tourism professions in the Egyptian drama.

Aim: Identify and describe the content of the scenes of tourism professions in the Egyptian drama.

The methodology: This study is qualitative in nature and approach. It was based on the exploring of the content of the scenes that showed the tourism-related jobs and how to treat in serials and films in a convenience sample of 70 work (60 films and 10 series).

Findings: Between 1959 and 2018, at least 70 Egyptian drama work (60 films and 10 series) were produced, and in which 316 scenes of tourism professions. There were 316 scenes, 80.5% of which were for hotels and hospitality functions such as chefs, service providers and air hosts. 11.7% were for tourism guidance jobs, 7.9% for tourist professions, Booking, tour operators, and tour leader. As for the number of jobs by specialization, the following were: 12 jobs for hospitality and hotels, such as: chef, waiter, air host, bartender, etc., and 5 jobs such as tour leader, tour operator for tourism studies, and 4 jobs related to the specialization of tourist guidance. The study presented recommendations for further research, and the staffs in the tourism industry and academics in universities.

Keywords: tourism professions, Egypt, drama, movies, academic standards, seria