



**ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**



ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
«Κινηματογραφικός Τουρισμός:
Προοπτικές και Κίνδυνοι. Η
περίπτωση της Κέρκυρας»**

ΟΝΟΜΑ: Χριστίνα Κατσιούλη

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: T2019133

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ/ΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ/ΤΡΙΑ: Αλκμήνη
Γκρίζατλη**

Αριθμός λέξεων: 9.750

ΚΕΡΚΥΡΑ 2023

Πρόλογος

Αφόρμηση της παρούσας εργασίας αποτέλεσε η εκδήλωση με θέμα “Βιωσιμότητα και Κινηματογράφος” που διοργανώθηκε από την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων σε συνεργασία με τα τμήματα Τουρισμού και Τεχνών, Ήχου και Εικόνας του Ιονίου Πανεπιστημίου στο πλαίσιο των γυρισμάτων της ταινίας μεγάλου μήκους “The Eye” στην Κέρκυρα. Η ανάδειξη της δυναμικής της βιομηχανίας του κινηματογραφικού τουρισμού, καθώς και η δυνατότητα της να συνδέσει την τέχνη με μεγάλα κοινωνικά ζητήματα, όπως τη διαφύλαξη της φυσικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς, ήταν αυτό που κέντρισε το ενδιαφέρον μου και με οδήγησε στην επιλογή του συγκεκριμένου θέματος για την πτυχιακή μου εργασία. Σκοπός μου ήταν να αναδείξω τις προοπτικές, τις αδυναμίες, αλλά και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κινηματογραφικός τουρισμός στη σύγχρονη εποχή, εστιάζοντας στην περίπτωση της Κέρκυρας.

Για την αμέριστη συμπαράσταση στο εγχείρημά μου, αλλά και τις πολύτιμες συμβουλές και υποδείξεις της, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την καθηγήτρια του Τμήματος Τουρισμού, του Ιονίου Πανεπιστημίου, κα Αλκμήνη Γκρίτζαλη, που επέβλεψε την εργασία αυτή. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους πρόθυμα αφιέρωσαν μέρος του πολύτιμου χρόνου τους για την παραχώρηση των συνεντεύξεων και τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, συμβάλλοντας στην πληρέστερη και σφαιρικότερη προσέγγιση των ερευνητικών ερωτημάτων.

Περίληψη

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτελεί ο κινηματογραφικός τουρισμός, οι προοπτικές, αλλά και οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν από την ανάπτυξή του και ειδικότερα, η περίπτωση της Κέρκυρας ως δυνητικής τοποθεσίας γυρισμάτων.

Σκοπός της εργασίας ήταν να αποσαφηνιστεί η έννοια του κινηματογραφικού τουρισμού ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού, να διευρυνθεί ο τρόπος και οι δυνατότητες που παρέχει στην ανάδειξη ενός τόπου σε ελκυστικό προορισμό για επισκέπτες και κινηματογραφικούς παραγωγούς και να αποτυπωθούν οι επιπτώσεις, θετικές και αρνητικές, στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον του τόπου γυρισμάτων, αλλά και την καθημερινότητα του γηγενούς πληθυσμού.

Ειδικότερα, επιχειρήθηκε να αναζητηθούν οι αιτίες ανάπτυξης του κινηματογραφικού τουρισμού στην Κέρκυρα και να αξιολογηθούν οι ευνοϊκοί για το νησί παράγοντες, καθώς και οι αδυναμίες-ελλείψεις που οφείλουν να αντιμετωπιστούν από τους συνεργαζόμενους στον χώρο φορείς. Δεδομένου ότι η στάση και συνεργασία των κατοίκων μιας περιοχής μπορεί να διαδραματίσει καίριο λόγο στην επιλογή της ως τόπου γυρισμάτων, επιδιώχθηκε, τέλος, η διερεύνηση της κοινής γνώμης της Κέρκυρας αναφορικά με τα οφέλη ή τους κινδύνους που ενδεχομένως προκύψουν για το νησί, καθώς και η πρόθεση συμμετοχής του πληθυσμού σε δράσεις που σχετίζονται με τον κινηματογραφικό τουρισμό.

Συμπεραίνεται ότι οι κινηματογραφικές παραγωγές αποτελούν σημαντικό εργαλείο για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής, με την προϋπόθεση ασφαλώς της άψογης συνεργασίας φορέων και κατοίκων. Παρά τις όποιες δυσκολίες, η Κέρκυρα έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί περαιτέρω στον τομέα της κινηματογραφικής βιομηχανίας και να αναδειχτεί σε σημαντικό τουριστικό προορισμό.

Λέξεις Κλειδιά : Κινηματογραφικός Τουρισμός, Τουρισμός Οθόνης, Κινηματογραφικός Τουρίστας, Κινηματογραφική Παραγωγή Ταινιών, Τοποθεσία Γυρισμάτων, Εναλλακτικός Τουρισμός

Abstract

The object of the present study is the film tourism, as well as the perspective and the danger of this kind of tourism, due to Corfu is a location that it could be used for filming.

The aim of this research is to define the film tourism as an alternative option, also to abroad the way and capabilities that provide salience in the present destination to approach more tourism and film producers. Furthermore, to illustrate the impact, either positive or negative, in the natural and cultural environment of the location and the daily life of the locals.

Specifically, we provided the development causes in film tourism in corfu and the positive aspects and weaknesses or lack of the specific sector. Given that the attitude and the cooperation of the locals of an area can play a significant role in choosing it as a film destination. The aim was to examine the common opinion of Corfu in relation to benefits or risks that may arise for the island as well as the intention to participate of the population in actions related to film tourism.

To sum up, film productions provide a significant tool for the tourist development of a destination with the requirement of a perfect corporation of the sector and the residents. Despite all the difficulties, Corfu has the potential to grow further the film industry and bring out into a significant tourism destination.

Keywords: Film Tourism, Screen Tourism, Film Tourist, Film Production, Filming Location, Alternative Tourism

Σημείωμα Συγγραφέα

Η/Ο συγγραφέας βεβαιώνει ότι το περιεχόμενο του παρόντος έργου είναι αποτέλεσμα προσωπικής εργασίας και ότι έχει γίνει η κατάλληλη αναφορά στην εργασία τρίτων, όπου κάτι τέτοιο ήταν απαραίτητο, σύμφωνα με τους κανόνες της ακαδημαϊκής δεοντολογίας.

Πίνακας περιεχομένων

Πρόλογος.....	2
Περίληψη.....	3
Abstract	4
Σημείωμα Συγγραφέα	4
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή στον Τουρισμό	7
Κεφάλαιο 1.1. Έννοια τουρισμού και ιστορική εξέλιξη	7
Κεφάλαιο 1.2. Διακρίσεις Τουρισμού και Τουριστικού Προορισμού	9
Κεφάλαιο 1.3. Εναλλακτικές / Ειδικές Μορφές Τουρισμού	10
Κεφάλαιο 1.4. Επιδράσεις Εναλλακτικού Τουρισμού	12
Κεφάλαιο 2. Κινηματογράφος.....	14
Κεφάλαιο 2.1. Έννοια Κινηματογράφου.....	14
Κεφάλαιο 2.2. Ιστορία Κινηματογράφου	15
Κεφάλαιο 2.3. Σύγχρονη Κινηματογραφική Βιομηχανία.....	16
Κεφάλαιο 3. Κινηματογραφικός Τουρισμός	18
Κεφάλαιο 3.1. Έννοια Κινηματογραφικού Τουρισμού.....	18
Κεφάλαιο 3.2. Κινηματογραφικός Τουρίστας	19
Κεφάλαιο 3.3. Προώθηση Προορισμού Μέσω Κινηματογράφου	20
Κεφάλαιο 3.4. Πλεονεκτήματα Κινηματογραφικού Τουρισμού	22
Κεφάλαιο 3.5. Μειονεκτήματα Κινηματογραφικού Τουρισμού	24
Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία έρευνας.....	25
Κεφάλαιο 5. Μελέτη Περίπτωσης: Κινηματογραφικός Τουρισμός στην Κέρκυρα.....	26
Κεφάλαιο 5.1. Διεθνείς και εγχώριες παραγωγές στην Κέρκυρα	27
Κεφάλαιο 5.2. Συνεντεύξεις ενδιαφερόμενων μερών	29
Κεφάλαιο 5.2.1 Προφίλ συνεντευξιαζόμενων.....	30
Κεφάλαιο 5.2.2 Ανάλυση συνεντεύξεων	30
Κεφάλαιο 5.3. Επεξεργασία ερωτηματολογίου	34
Κεφάλαιο 5.3.1. Προφίλ ερωτηθέντων	34
Κεφάλαιο 5.3.2 Ερωτήσεις και ανάλυση απαντήσεων	35
Κεφάλαιο 5.4. Συζήτηση	44
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα.....	45
Βιβλιογραφικές Αναφορές	47
Παραρτήματα.....	53
Ερωτηματολόγιο.....	53

Εισαγωγή

Η πρακτική του εναλλακτικού τουρισμού ξεκίνησε ως απάντηση στις επιδράσεις του μαζικού, συμβατικού τουρισμού και ταυτόχρονα ως ανάγκη έκφρασης των αναγκών και ειδικών ενδιαφερόντων των επισκεπτών. Μια από τις μορφές του αποτελεί ο κινηματογραφικός τουρισμός, που προϋποθέτει την πραγματοποίηση γυρισμάτων μιας ταινίας/σειράς σε ορισμένη τοποθεσία, καθιστώντας την με τον τρόπο αυτό γνωστή σε ένα ευρύτερο κοινό και προωθώντας την ως τουριστικό προορισμό.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αξιολογηθεί κατά πόσο η παραγωγή και η προβολή μιας ταινίας/σειράς μπορεί να συμβάλει στην τουριστική αλλά και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής στην οποία πραγματοποιήθηκε μέρος ή το σύνολο των γυρισμάτων, αλλά και να αναδειχθούν τυχόν προβλήματα ή κίνδυνοι που ελλοχεύουν από την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού. Τέλος, εστιάζοντας στην περίπτωση της Κέρκυρας ως τοπίου γυρισμάτων, επιδιώκεται η διερεύνηση της κοινής γνώμης αλλά και ανθρώπων που σχετίζονται με τον κινηματογράφο ή τον τουρισμό αναφορικά με τις προοπτικές ή τις δυνατότητες που ο κινηματογραφικός τουρισμός παρέχει στο νησί.

Ειδικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο αποσαφηνίζονται οι έννοιες του τουρισμού και του εναλλακτικού τουρισμού και παρουσιάζονται μορφές του τελευταίου, στις οποίες συγκαταλέγεται ο κινηματογραφικός τουρισμός. Επιπλέον, αναφέρονται συνοπτικά η οικονομική, ψυχολογική-πολιτιστική, διανοητική και περιβαλλοντική επίδραση του εναλλακτικού τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο προσδιορίζεται ο όρος *κινηματογράφος* και αναλύονται οι τέσσερις διαστάσεις του. Επιχειρείται η ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη του κινηματογράφου και η παρουσίαση της σύγχρονης κινηματογραφικής βιομηχανίας, όπως αυτή διαμορφώθηκε υπό την επίδραση του Covid-19.

Ακολουθεί στο τρίτο κεφάλαιο η σύνδεση του κινηματογράφου με τον τουρισμό μέσω του κινηματογραφικού τουρισμού. Δίνεται ο ορισμός του, οι δράσεις που εμπεριέχει, τα χαρακτηριστικά του κινηματογραφικού τουρίστα, αλλά και οι τρόποι προώθησης ενός προορισμού μέσω του κινηματογράφου. Τέλος, απαριθμούνται τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά του για τους προορισμούς και τους γηγενείς πληθυσμούς.

Στο τέταρτο κεφάλαιο περιγράφεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε κατά την υλοποίηση του ερευνητικού μέρους της συγκεκριμένης εργασίας και στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μελέτη περίπτωσης που περιλαμβάνει μία ενδεικτική παρουσίαση κινηματογραφικών ταινιών/σειρών που γυρίστηκαν στην Κέρκυρα, συνεντεύξεις με ανθρώπους που ο κινηματογραφικός τουρισμός αποτελεί μέρος της εργασίας ή ανήκει στα ακαδημαϊκά τους ενδιαφέροντα και τέλος, την αναλυτική παρουσίαση δεδομένων που προέκυψαν από τη συμπλήρωση ερωτηματολογίου και αποκαλύπτουν τη στάση του πληθυσμού της Κέρκυρας απέναντι στον κινηματογραφικό τουρισμό και τη συμμετοχή του νησιού τους στην κινηματογραφική βιομηχανία. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν παρουσιάζονται στο τελευταίο κεφάλαιο.

Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή στον Τουρισμό

Κεφάλαιο 1.1. Έννοια τουρισμού και ιστορική εξέλιξη

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού ορίζει πως ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων που προκύπτουν από τις ανθρώπινες μετακινήσεις. Ωστόσο, αυτός ο ορισμός θεωρείται πολύ γενικός, καθώς το είδος των δραστηριοτήτων παραμένει αδιευκρίνιστο. (Δροσοπούλου, 2004) Για τον λόγο αυτό, κρίνεται αναγκαία η παράθεση και άλλων ορισμών οι οποίοι προσδιορίζουν περαιτέρω το είδος των δραστηριοτήτων.

Σύμφωνα με τον Leiper, αν και οι περισσότεροι ορισμοί του “Τουρισμού” αναγνωρίζουν μόνο τις οικονομικές και επιχειρηματικές του εφαρμογές, εντούτοις ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει ταξίδια για όλους τους σκοπούς και ευρεία ποικιλία δραστηριοτήτων, όπως η παροχή διαμονής, αναψυχής, μεταφοράς, φαγητού και πολλών ακόμα συναφών υπηρεσιών. Έτσι, τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί η τέχνη, η επιστήμη και η επιχείρηση που προσελκύει επισκέπτες και είναι υπεύθυνη για τη μεταφορά, τη φιλοξενία, καθώς και την ικανοποίηση των επιθυμιών και των αναγκών τους. (Leiper, 1979)

Από την άλλη, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υποστηρίζει πως ο τουρισμός αποτελεί ένα πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, που συνεπάγεται μετακίνηση ανθρώπων σε μέρη ή χώρες εκτός του συνηθισμένου τους περιβάλλοντος για επιχειρηματικούς/επαγγελματικούς ή προσωπικούς σκοπούς. Οι άνθρωποι αυτοί

ονομάζονται επισκέπτες και μπορεί να είναι είτε εκδρομείς, είτε τουρίστες, κάτοικοι ή μη και ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες έχουν να κάνουν με τουριστικές δαπάνες. (UNWTO)

Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού συναντάται εκτενώς στη σχετική βιβλιογραφία. Στην παρούσα ωστόσο εργασία επιχειρείται η συνοπτική παρουσίασή της. Αρχικά, η τουριστική βιομηχανία αναφερόταν κυρίως στις δραστηριότητες των ευκατάστατων ανθρώπων, που τους προσέδιδαν κύρος και πραγματοποιούνταν σε συγκεκριμένα τουριστικά περιβάλλοντα, παραδείγματος χάριν μακροχρόνιες περιηγήσεις ή θέρετρα. Η σημασία αυτών των μορφών τουρισμού αξιολογούταν με μετρήσιμους όρους, όπως είναι οι οικονομικές δαπάνες και η διάρκεια της επίσκεψης. Το πρότυπο αυτό παρουσιάζεται στην ιστορία της δυτικής πολιτιστικής εμπειρίας που ξεκινάει από την ελίτ της αρχαίας Ελλάδας και Ρώμης, επανεμφανίζεται την περίοδο της Αναγέννησης και στη συνέχεια με την ανάπτυξη των Grand Tours και spa κατά τον 17^ο και 18^ο αιώνα. Κατά τον 19^ο αιώνα, ο τουρισμός μεταφέρεται στα παραθαλάσσια θέρετρα και εξαπλώνεται σε διεθνείς προορισμούς μέσω του πρακτορείου του Thomas Cook και των διαδόχων του. Στα μέσα του 20^{ου} αιώνα, η εξέλιξη του τουρισμού βασίζεται κυρίως στα αεροπλάνα και τις πτήσεις charter, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να διασκορπίζεται γεωγραφικά, πέρα από τη Βρετανία και τη Δυτική Ευρώπη, όπου εντοπίζονται οι ρίζες του. Σταδιακά δημιουργήθηκαν “περιφέρειες ευχαρίστησης” και ο τουρισμός άρχισε να εξαπλώνεται και στις υπόλοιπες κοινωνικές τάξεις. Φυσικά, όσο η τεχνολογία και πιο συγκεκριμένα οι μεταφορές βελτιώνονταν, τόσο ο τουρισμός εξελισσόταν μέχρι να κατακτήσει τη μορφή που γνωρίζουμε σήμερα. (Towner, 1995)

Ασφαλώς, αυτή αποτελεί μία συμβατική εικόνα της ιστορίας του τουρισμού, καθώς έχουν παραλειφθεί ορισμένες τουριστικές πρακτικές που ευδοκίμούσαν σε τοπικό επίπεδο, περιλάμβαναν λιγότερες δαπάνες και χρόνο και διέφεραν από χώρα σε χώρα ή και πολιτισμό, αλλά είναι εξίσου σημαντικές. Η απλοϊκή αυτή προσέγγιση δεν περιλαμβάνει πολιτισμούς, όπως η Ινδία, η Κίνα και η Ιαπωνία, στους οποίους είναι δύσκολο να φανταστούμε πως δεν υλοποιούνταν τουριστικές δραστηριότητες. Το παραπάνω, λοιπόν, μοντέλο εξέλιξης του τουρισμού αναφέρεται στο δυτικό πρότυπο και δε συμπεριλαμβάνει την ιστορία του τουρισμού σε διαφορετικούς πολιτισμούς και χρόνους. (Towner, 1995)

Κεφάλαιο 1.2. Διακρίσεις Τουρισμού και Τουριστικού Προορισμού

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο τουρισμός περιλαμβάνει μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων κι επομένως κρίνεται σκόπιμη η κατηγοριοποίησή του. Μία πρώτη προσπάθεια κατηγοριοποίησης, βάσει μίας ευρείας σειράς χαρακτηριστικών, αποτυπώνεται στον Πίνακα 1. (Παπαγεωργίου, 2010)

Πίνακας 1. Διακρίσεις Τουρισμού

Παράμετρος Τουρισμού	Διάκριση
Γεωγραφικά όρια πραγματοποίησης ταξιδιού	Εσωτερικός τουρισμός Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός
Αριθμός μετακινούμενων	Ατομικός ή μεμονωμένος τουρισμός Μαζικός ή ομαδικός τουρισμός
Είδη μεταφορικών μέσων	Αεροπορικός τουρισμός Οδικός τουρισμός Σιδηροδρομικός τουρισμός Θαλάσσιος τουρισμός Μεικτός τουρισμός
Σκοπός ταξιδιού	Τουρισμός αναψυχής Ειδικός και εναλλακτικός τουρισμός
Εποχή πραγματοποίησης ταξιδιού	Συνεχής τουρισμός Εποχιακός τουρισμός
Τουριστική περίοδος πραγματοποίησης ταξιδιού	Υψηλή περίοδος (High season) Μέση περίοδος (Middle / shoulder) Χαμηλή περίοδος (Low season)
Χρονική διάρκεια ταξιδιού	Κύριες διακοπές (Main holidays) Μικρές διακοπές (Short breaks)
Οικονομικές δυνατότητες ταξιδιωτών	Λαϊκός τουρισμός Κοσμοπολίτικος τουρισμός Κοινωνικός τουρισμός
Είδη καταλύματος	Ξενοδοχείο, Ενοικιαζόμενα καταλύματα, Κάμπινγκ, Παραθεριστική κατοικία, Λοιπά είδη καταλυμάτων

Είδος προορισμού	Παραθαλάσσιος, Παραλίμνιος, Παραποτάμιος, Υπαίθρου, Ορεινός, Πόλεων, κ.α.
Ηλικία μετακινούμενων	Τουρισμός τρίτης ηλικίας Τουρισμός νέων

Πηγή: Παπαγεωργίου, Α., 2010, *(Ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού μέσω του μάρκετινγκ-Μάνατζμεντ φορέων, οργανισμών και τουριστικών επιχειρήσεων. Η περίπτωση του νομού Μεσσηνίας)*.

Από τις παραπάνω παραμέτρους ιδιαίτερη δυσκολία παρουσιάζει και η κατηγοριοποίηση του προορισμού, αφού ο καθένας συγκεντρώνει διαφορετικά πολιτιστικά, οικονομικά, ανθρωπολογικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, αλλά και διαφορετικά επίπεδα ανάπτυξης και τουριστικών πόρων. Βάσει αυτών των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών, οι τουριστικοί προορισμοί μπορούν να υποκατηγοριοποιηθούν σε μεγάλο εύρος. Συγκεκριμένα, η κατηγοριοποίηση μπορεί να βασιστεί σε πρωτεύοντα χαρακτηριστικά, δηλαδή αυτά στους οποίους βασίζεται η τουριστική ανάπτυξη του τόπου και δευτερεύοντα χαρακτηριστικά του προορισμού, που βοηθούν στην ανάδειξη του χαρακτήρα του και λειτουργούν συμπληρωματικά ως παράγοντες προσέλκυσης επισκεπτών. Ωστόσο, αυτή η κατηγοριοποίηση μπορεί να θεωρεί προβληματική, αφού τα παραπάνω χαρακτηριστικά αλληλοεπιδρούν και αλληλεπικαλύπτονται κι επομένως οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί δεν ανήκουν σε έναν αμιγή τύπο. (Παπαγεωργίου, 2010)

Κεφάλαιο 1.3. Εναλλακτικές / Ειδικές Μορφές Τουρισμού

Από τη δεκαετία του '70 και τις αρχές της δεκαετίας του '80, στις αναπτυσσόμενες χώρες, έκαναν την εμφάνισή τους οι “νέες” μορφές τουρισμού, με στόχο τον περιορισμό του μαζικού τουρισμού. Οι ειδικές – εναλλακτικές αυτές μορφές έδιναν προτεραιότητα στους πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους για τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη νέων τουριστικών πολιτικών. Αναπτύχθηκαν διάφορα μοντέλα που αφορούσαν έργα μικρής κλίμακας με χαμηλές επενδύσεις και κατ’ επέκταση περιορισμένη επιβάρυνση στη φύση, που απαιτούσαν όμως υψηλή συμμετοχή από την πλευρά του γηγενούς πληθυσμού. Μέσω αυτής, οι ντόπιοι θα βελτίωναν τις επαφές τους με τους επισκέπτες, παρέχοντάς τους ουσιαστικές και αυθεντικές εμπειρίες και θα επιτυγχανόταν η πολιτιστική ανταλλαγή και επικοινωνία μεταξύ των δύο μερών.

Το 1998 προτάθηκε μία σειρά από βασικές αρχές, ώστε να δημιουργηθεί ένας πιο ολοκληρωμένος ορισμός για τον (νέο) εναλλακτικό τουρισμό από τον Donald Macleod. Οι αρχές αυτές αναφέρουν πως ο τουρισμός θα πρέπει:

- Να είναι βασισμένος στον διάλογο με τους ντόπιους, οι οποίοι οφείλουν να είναι ενήμεροι και για τις επιδράσεις του.
- Να είναι φιλικός ως προς το περιβάλλον και να επιδεικνύει σεβασμό στη θρησκεία, την παράδοση και τον πολιτισμό του εκάστοτε προορισμού.
- Να είναι προσαρμοσμένος στην αιεφόρο ανάπτυξη και να μετριέται σε οικολογικούς και αισθητικούς όρους.

(Herms, 2006)

Τα χαρακτηριστικά αυτά του εναλλακτικού τουρισμού, που τον διαφοροποιούν άλλωστε από τον μαζικό τουρισμό, ενσωματώνονται στον Πίνακα 2.

Πίνακας 2. Χαρακτηριστικά εναλλακτικού τουρισμού

Κλίμακα μικρής ανάπτυξης με υψηλά ποσοστά τοπικής ιδιοκτησίας
Ελαχιστοποίηση αρνητικών περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων
Μεγιστοποιημένες διασυνδέσεις με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας, όπως η γεωργία, μειώνοντας την εξάρτηση από τις εισαγωγές
Διατήρηση της πλειονότητας των οικονομικών δαπανών των τουριστών από τους ντόπιους
Τοπική κατανομή εξουσίας και συμμετοχή των ανθρώπων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων
Ο ρυθμός ανάπτυξης κατευθύνεται και ελέγχεται από τους ντόπιους και όχι από εξωτερικές επιρροές

Πηγή: Holden 2000, p.92 cited in Benson, 2005, p.134

Σήμερα, βάσει του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας “ως «ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού» ορίζονται νέα και πολυσύνθετα ειδικά τουριστικά προϊόντα, που

ανταποκρίνονται σε ειδικά κίνητρα, χαρακτηρίζονται από δυναμική ζήτηση και διαφοροποιούνται από το κυρίαρχο μοντέλο μαζικού τουρισμού (ήλιος και θάλασσα) ως προς τους πόρους που αξιοποιεί, το βαθμό χωρικής συγκέντρωσης, καθώς και τη χρονική περίοδο ανάπτυξής του.” (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας)

Ενδεικτικές μορφές ειδικού-εναλλακτικού τουρισμού είναι οι εξής: Συνεδριακός–Εκθεσιακός Τουρισμός, Αστικός Τουρισμός, Θαλάσσιος Τουρισμός, Τουρισμός Κρουαζιέρας, Πολιτισμικός Τουρισμός, Θρησκευτικός Τουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός, Ιαματικός και Θεραπευτικός Τουρισμός, Τουρισμός Υπαίθρου, Κινηματογραφικός Τουρισμός κ.α. (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας)

Κεφάλαιο 1.4 Επιδράσεις Εναλλακτικού Τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί κερδοφόρα μορφή τουρισμού, με μικρότερη πολιτιστική και οικονομική ρύπανση σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό. Συγκεκριμένα, επηρεάζει πολλούς τομείς της καθημερινής ζωής, όπως αναλύονται παρακάτω.

❖ Οικονομική επίδραση

Οι ντόπιοι έχουν τη δυνατότητα να νοικιάζουν στους επισκέπτες τις κατοικίες τους ή μέρη αυτών και να παρέχουν προς πώληση τοπικά ποτά και τρόφιμα. Με τον τρόπο αυτό, οι κάτοικοι του προορισμού αποκτούν εισόδημα ή συμπληρώνουν αυτό, γεγονός που τους επιτρέπει να αυξήσουν τις δαπάνες τους και κατ’ επέκταση να βελτιώσουν τον τρόπο ζωής τους. Φυσικά, αυτό επηρεάζει και την τοπική οικονομία, αφού τα χρήματα που χρησιμοποιούνται για την κάλυψη των αναγκών τους, διαχέονται στην αγορά.

Επιπλέον, είναι πιθανό να εισαχθούν επιχειρηματικές ιδέες από τουρίστες και να ευδοκιμήσουν νέες πρακτικές, οι οποίες συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη του προορισμού.

❖ Ψυχολογική – Πολιτιστική επίδραση

Η επαφή με τους τουρίστες που έχουν διαφορετικές προσεγγίσεις στις συνεργασίες, τις σχέσεις, αλλά και τον τρόπο ζωής, μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στις προσωπικότητες των ντόπιων και να οδηγήσει σε αμφισβήτηση της στάσης τους ως άτομα. Επιπλέον, είναι πιθανό να καλλιεργηθούν αισθήματα ξενοφοβίας και εθνικιστικές στάσεις. Βέβαια, από την άλλη

πλευρά, η συνεχής αλληλεπίδραση με τους ξένους επισκέπτες και η συνειδητοποίηση των επιμέρους διαφορών τους, ενδέχεται να τους βοηθήσει να κατανοήσουν πληρέστερα την ταυτότητά τους, διαμορφώνοντας κλίμα σεβασμού στη διαφορετικότητα των άλλων πολιτισμών. Με τον τρόπο αυτό αίρονται οι προκαταλήψεις και τα στερεότυπα και επιτυγχάνεται, μέσω της πνευματικής ανάπτυξης, η αρμονική συνύπαρξη του κοινωνικού συνόλου.

❖ Διανοητική επίδραση

Η επαφή των ντόπιων με τους τουρίστες προκαλεί την ανάγκη αλλά και πιθανόν την επιθυμία για εκμάθηση ξένων γλωσσών, καθώς και στοιχείων της κουλτούρας άλλων πολιτισμών, συμβάλλοντας στη διεύρυνση των πνευματικών τους οριζόντων. Ειδικότερα, όσον αφορά την εκμάθηση των ξένων γλωσσών, δεν είναι λίγοι αυτοί που, πέρα από την τυπική διαδικασία εκμάθησης, προσπαθούν και άτυπα μέσω της επαφής και της επικοινωνίας με τους επισκέπτες, είτε σε καφετέριες, μπαρ, καταστήματα, είτε μέσω φιλικών συναναστροφών να αφομοιώσουν αυτές.

❖ Περιβαλλοντική επίδραση

Συνήθως, τα άτομα που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι ευαισθητοποιημένα στα οικολογικά ζητήματα και επιθυμούν να γνωρίσουν και να απολαύσουν το φυσικό κάλλος του προορισμού που επισκέπτονται. Ωστόσο, μέσω των δραστηριοτήτων τους, ενδέχεται ακούσια να προκαλέσουν επιζήμιες επιπτώσεις στο περιβάλλον σε βάθος χρόνου.

Επιπρόσθετα, λόγω της εκτίμησης που φέρουν οι τουρίστες και της αξίας που προσδίδουν στη φυσική ομορφιά του τόπου και στα πολιτιστικά μνημεία του, ο γηγενής πληθυσμός είναι πιθανό να ευαισθητοποιηθεί και να εστιάσει στην προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της περιοχής του. Από την άλλη, ελλοχεύει ο κίνδυνος της εμπορευματοποίησης της περιοχής και της σταδιακής απώλειας της αυθεντικότητάς της. (Herms, 2005)

Κεφάλαιο 2. Κινηματογράφος

Κεφάλαιο 2.1. Έννοια Κινηματογράφου

Ο κινηματογράφος, όπως δηλώνεται άλλωστε από την ετυμολογία του όρου (κινηματογράφος = κίνηση + γραφή) (Terrapapers, χ.η.), είναι “Η τεχνική που επιτρέπει τη φωτογραφική καταγραφή σε ταινία και την προβολή σε οθόνη εικόνων σε κίνηση”. Αποτελεί “οπτικοακουστική τέχνη που εκφράζεται με την εικόνα, τον λόγο, τη μουσική και τους ήχους (με βάση μία ειδική επεξεργασία, το μοντάζ)”. (Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών, 2003)

Σύμφωνα με τον Ριτότσιο Κανούντο, στέκεται δίπλα στη ζωγραφική, τη φωτογραφία, τη γλυπτική, την αρχιτεκτονική, το χορό, τη λογοτεχνία και τη μουσική, αποτελώντας την έβδομη τέχνη, που είναι προσιτή σε όλα τα οικονομικά και μορφωτικά επίπεδα. (Μπίσκα, Μπογιατζή, Ορφανίδου, Παπασωτηρίου & Σπυριδοπούλου, 2013)

Με βάση τη Διεθνή Ένωση Κινηματογράφων (UNIC), το ευρωπαϊκό σωματείο που εκπροσωπεί τις εθνικές κινηματογραφικές ενώσεις και βασικούς φορείς εκμετάλλευσης σε 38 περιοχές, ο κινηματογράφος εμπεριέχει τέσσερις διαστάσεις. Ειδικότερα:

➤ Πολιτισμός

Οι ευρωπαϊκοί κινηματογράφοι ενδυναμώνουν τον πολιτιστικό διάλογο σε μια αγορά που χαρακτηρίζεται από πολλές γλωσσικές και πολιτισμικές διαφορές. Συγκεκριμένα, παρέχουν τη δυνατότητα σε όλους τους ανθρώπους, έχοντας διαφορετική ηλικία και υπόβαθρο, πρωτίστως να κατανοήσουν και έπειτα να εκφράσουν την τοπική, εθνική αλλά και ευρωπαϊκή τους ταυτότητα, καταφέροντας με αυτόν τον τρόπο να εξυμνήσουν την ευρωπαϊκή ποικιλομορφία. Ακόμα, οι κινηματογράφοι ευαισθητοποιούν τον κόσμο μέσω των διεθνών ταινιών και δίνουν την ευκαιρία σε εκατομμύρια επισκέπτες να διασκεδάσουν, να προβληματιστούν, αλλά και να συζητήσουν για θέματα της καθημερινής ζωής.

➤ Κοινωνία

Οι κινηματογράφοι μπορεί να βρίσκονται σε όλες τις περιοχές, είτε αυτές είναι αγροτικές, είτε κωμοπόλεις, είτε μεγάλα αστικά κέντρα που είναι και το πιο συνηθισμένο. Φυσικά, ανεξαρτήτως της περιοχής που βρίσκονται, αποτελούν σύγχρονους χώρους συνάντησης που φέρνουν τους ανθρώπους πιο κοντά, παρέχοντάς τους μια ξεχωριστή εμπειρία μέσω της κοινής θέασης ταινιών στη μεγάλη οθόνη. Ακόμη, συμβάλλουν στην τόνωση του διαλόγου, την αναζωογόνηση του πολιτιστικού ενδιαφέροντος και την ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας.

➤ Οικονομία

Ο κλάδος του κινηματογράφου είναι αναπόσπαστο κομμάτι των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών, καθώς αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο των σύγχρονων οικονομιών. Συγκεκριμένα, στο ΑΕΠ κάθε χώρας σημαντική συμβολή έχουν οι κινηματογράφοι, αφού δημιουργούν θέσεις εργασίας για τους ντόπιους, ενώ η δημιουργία και η προώθηση νέων ταινιών στέκονται αρωγοί στην αναζωογόνηση της εκάστοτε πόλης, προσελκύοντας τουρίστες και νέους επενδυτές.

➤ Καινοτομία

Η θέαση των κινηματογραφικών ταινιών μπορεί πλέον να αποτελέσει μία ψηφιακή εμπειρία, η οποία γίνεται όλο και περισσότερο συναρπαστική, λόγω των σημαντικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται στον τομέα αυτό και τη συνεχιζόμενη καινοτομία. Επομένως, ο κλάδος αυτός μπορεί κάλλιστα να ανταγωνιστεί το μεγάλο πλήθος επιλογών της διαδικτυακής ψυχαγωγίας που προσφέρεται στις μέρες μας. (International Union of Cinemas)

Κεφάλαιο 2.2. Ιστορία Κινηματογράφου

Η τέχνη της κινούμενης εικόνας αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο του ανθρώπου για να μπορέσει να αντιληφθεί, αλλά και να εξηγήσει τον κόσμο γύρω του. Στην ανακάλυψη του εργαλείου αυτού συνέβαλαν πολλοί εφευρέτες, με τις πρώτες μάλιστα προσπάθειες να αποδίδονται στους Étienne-Jules Marey και Eadweard Muybridge, τη δεκαετία του 1870. Μέσω αυτής της τέχνης γεννήθηκε και η ιδέα του κινηματογράφου. Κάποια χρόνια αργότερα, το 1895, στο Παρίσι, οι αδελφοί Louis και Auguste Lumière πραγματοποίησαν την πρώτη δημόσια κινηματογραφική προβολή και σταδιακά ξεκίνησαν να εγκαταλείβουν κινηματογραφικές αίθουσες σε όλες τις μεγάλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες. (Μπίσκα, Μπογιατζή, Ορφανίδου, Παπασωτηρίου & Σπυριδοπούλου, 2013)

Εμβληματικές προσωπικότητες στον χώρο του κινηματογράφου αποτελούν οι σκηνοθέτες Alice Guy-Blaché και Georges Méliès, καθώς ήταν από τους πρώτους που παρήγαγαν ταινίες αφηγηματικής μυθοπλασίας στα τέλη της δεκαετίας του 1890 και στις αρχές του 1900. Έτσι, η έννοια του κινηματογράφου εξελίχθηκε και τα βουβά μονόλεπτα και ολιγόλεπτα φιλμ μετατράπηκαν σε ταινίες μεγάλου μήκους. Μέσα στα επόμενα τριάντα χρόνια ο βωβός κινηματογράφος εξελίχθηκε σε ομιλών και το Χόλυγουντ κατέκτησε την πρωτιά στην παγκόσμια παραγωγή.

Λίγα χρόνια αργότερα αξιοποιήθηκε το χρώμα, καθώς το 1935 προβλήθηκε η πρώτη έγχρωμη ταινία. Στη συνέχεια, ακολούθησαν και άλλες τεχνικές, με την πρώτη ταινία 3D να παράγεται το 1953 και την πρώτη ταινία με σύστημα IMAX το 1967.

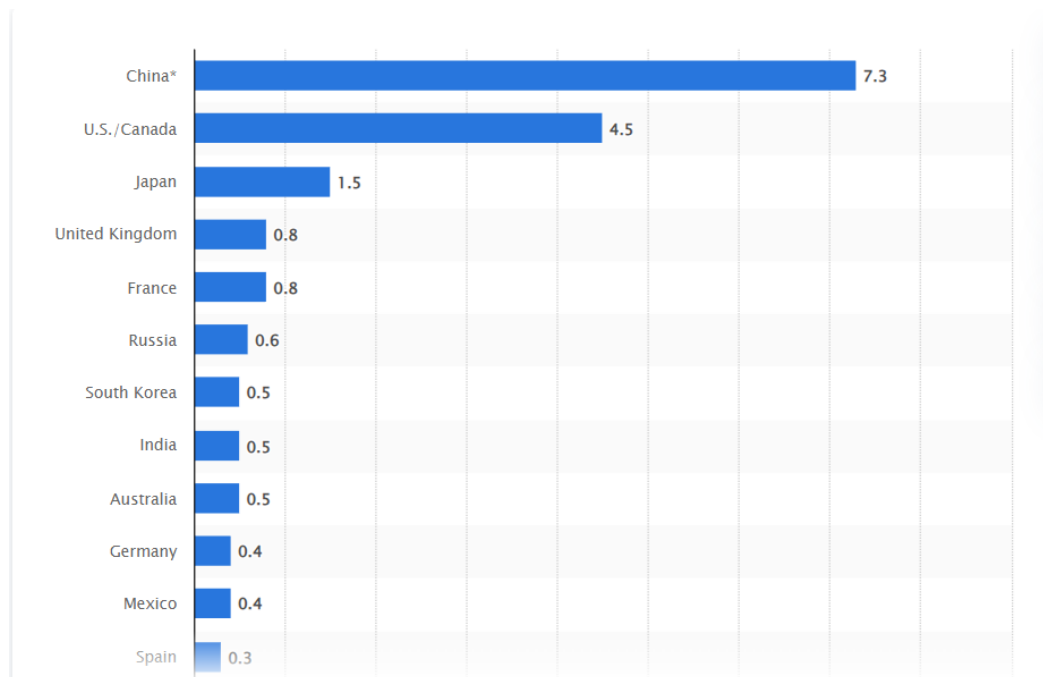
Το 1997 έγινε διαθέσιμη η πρώτη ταινία σε DVD, ενώ σήμερα ο κινηματογράφος αποτελεί μία από τις πιο κερδοφόρες βιομηχανίες στον κόσμο. (Parallaxi Magazine)

Κεφάλαιο 2.3. Σύγχρονη Κινηματογραφική Βιομηχανία

Η Μεγάλη Οθόνη ή αλλιώς ο κινηματογράφος αποτελεί “το χρυσό πρότυπο για τη θέαση ταινιών”. Ακόμη και σήμερα, το κοινό εξακολουθεί να προσδίδει μεγάλη αξία στην παρακολούθηση ταινιών στις κινηματογραφικές αίθουσες και να ανταμείβει τις επενδύσεις για την παροχή υπερσύγχρονων οπτικοακουστικών εμπειριών, αλλά και τη δημιουργικότητα των κινηματογραφικών παραγωγών. (International Union of Cinemas)

Διαχρονικά οι χώρες της Ασίας και συγκεκριμένα η Κίνα, η Ινδία, η Νότια Κορέα και η Ιαπωνία, μαζί με τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής παράγουν τις περισσότερες ταινίες παγκοσμίως. Όπως είναι φυσικό, τα έσοδα που προκύπτουν από την παραγωγή ταινιών στην κάθε αγορά διαφέρουν. Βάσει των πιο πρόσφατων διαθέσιμων δεδομένων, οι ΗΠΑ βρίσκονται στην πρώτη θέση όσον αφορά τα έσοδα που προκύπτουν από την κινηματογραφική ψυχαγωγία, τα οποία μάλιστα ξεπερνούν στο σύνολό τους τα έσοδα από τα υπόλοιπα μέλη της πρώτης πεντάδας, στην οποία κατατάσσονται η Κίνα, η Ιαπωνία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία. Ωστόσο, στο παγκόσμιο box office, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 1, η Κίνα προηγείται, καθώς ο κύκλος εργασιών της αγγίζει τα επτά δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, το έτος 2021. Συνολικά, τα ετήσια έσοδα που προκύπτουν από την παγκόσμια κινηματογραφική βιομηχανία ανέρχονται στα 77 δισεκατομμύρια δολάρια. (Statista Research Department, 2023)

Διάγραμμα 1. Οι κορυφαίες αγορές box office παγκοσμίως το 2021, με βάση τα έσοδα (σε δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ)



Πηγή: STATISTA

Καθοριστικό ρόλο στον αριθμό των κινηματογραφικών ταινιών που παρήχθησαν από το 2019 έως και τα επόμενα δύο χρόνια διαδραμάτισαν οι περιορισμοί που επιβλήθηκαν από την πανδημία του COVID-19. Παραδείγματος χάριν η κινεζική κινηματογραφική βιομηχανία, εξαιτίας των αυστηρών περιορισμών λόγω της πανδημίας, αναγκάστηκε να οπισθοχωρήσει κατά μία δεκαετία ως προς την κυκλοφορία νέων ταινιών. Συγκεκριμένα, στην Κίνα, κυκλοφόρησαν 565 ταινίες το 2021, ενώ ο ίδιος περίπου αριθμός καταγράφηκε το 2011. Ένα άλλο παράδειγμα είναι αυτό των ΗΠΑ και του Καναδά, των οποίων η κινηματογραφική βιομηχανία συνήθως υπολογίζεται ως μία ενιαία αγορά. Ειδικότερα, ο αριθμός των ταινιών που κυκλοφόρησαν από τις παραπάνω χώρες το 2020 ήταν σχεδόν 400, σηματοδοτώντας μία από τις χαμηλότερες παραγωγές της συγκεκριμένης αγοράς στον 21^ο αιώνα. (Statista Research Department, 2023)

Ξεπερνώντας σταδιακά τους περιορισμούς του COVID-19, η κινηματογραφική παραγωγή φαίνεται να ανακάμπτει. Έτσι, το τμήμα ερευνών STATISTA προβλέπει πως οι κορυφαίες χώρες όσον αφορά τα έσοδα από την κινηματογραφική ψυχαγωγία το 2025 θα είναι οι ΗΠΑ και η Κίνα, με τα έσοδα της πρώτης να ανέρχονται στα 35,5 δισεκατομμύρια και της δεύτερης στα 16,6 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, ενώ ακολουθεί η Ιαπωνία με έσοδα 4,9

δισεκατομμύρια δολάρια. (Statista Research Department, 2023)

Κεφάλαιο 3. Κινηματογραφικός Τουρισμός

Κεφάλαιο 3.1. Έννοια Κινηματογραφικού Τουρισμού

Ο όρος “κινηματογραφικός τουρισμός” (film tourism) φαίνεται αρκετά απλός, αν και καλύπτει ένα ευρύ φάσμα διαδικασιών και αλληλεπιδράσεων. Πρόκειται για τουριστική δραστηριότητα, η οποία προκύπτει από την προβολή κινούμενων εικόνων, γνωστή και ως φιλμ. Συνώνυμό του αποτελεί ο όρος “τουρισμός ταινίας” (movie tourism), παρότι αρκετοί κριτικοί προτείνουν τη χρήση του όρου “τουρισμός οθόνης” (screen tourism), ως πιο ευρύ, καθώς εμπεριέχει τόσο τον κινηματογράφο όσο και την τηλεόραση. Οι παραπάνω όροι χρησιμοποιούνται εναλλακτικά, μολονότι στις περισσότερες μελέτες υιοθετείται ο “κινηματογραφικός τουρισμός” ως πιο γενικός. (Beeton, 2006)

Στο πλαίσιο του κινηματογραφικού τουρισμού μπορούν να λάβουν χώρα πληθώρα δραστηριοτήτων όπως οι κάτωθι:

- Επισκέψεις σε πραγματικές τοποθεσίες που έχουν απεικονιστεί σε παραγωγές ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων
- Επισκέψεις σε στούντιο κινηματογραφικών παραγωγών και τηλεοπτικών προγραμμάτων
- Επισκέψεις σε θεματικά πάρκα και αξιοθέατα που αφορούν κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές
- Επισκέψεις σε σημεία όπου πραγματοποιούνται γυρίσματα
- Επισκέψεις σε τοποθεσίες που προωθούνται ως κινηματογραφικές τοποθεσίες, επειδή σχετίζονται με την ταινία, χωρίς στην πραγματικότητα να έχουν πραγματοποιηθεί γυρίσματα εκεί
- Επισκέψεις σε κινηματογραφικούς χώρους με οργανωμένες ξεναγήσεις
- Επισκέψεις σε σπίτια διασημοτήτων του κινηματογράφου με οργανωμένες ξεναγήσεις
- Επισκέψεις σε φεστιβάλ κινηματογράφου
- Επισκέψεις σε πρεμιέρες κινηματογραφικών παραγωγών και βραβεύσεις

(Beeton, 2006)

Κεφάλαιο 3.2. Κινηματογραφικός Τουρίστας

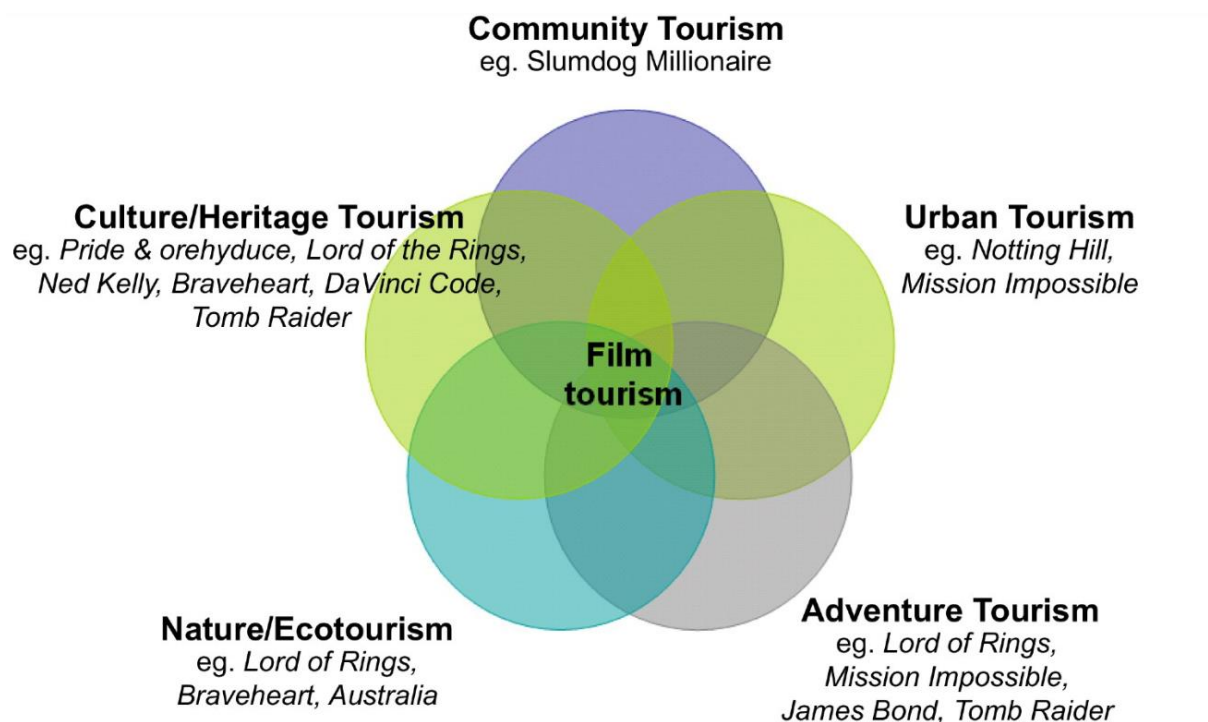
Ο κινηματογράφος αποτελούσε ανέκαθεν μία μορφή ταξιδιού για όλους τους ανθρώπους ανεξαρτήτως οικονομικής τάξης, ένα ταξίδι νοερό σε μακρινούς τόπους. Η επιθυμία υλοποίησής αυτού ήταν το έναυσμα της ιδέας του κινηματογραφικού τουρισμού, για μικρό αρχικά αριθμό ανθρώπων εξαιτίας οικονομικών περιορισμών. (Hagener & Töteberg, 2002) Ωστόσο, τα τεχνολογικά επιτεύγματα των τελευταίων δεκαετιών επέτρεψαν την πιο οικονομική και ασφαλή μετακίνηση των ανθρώπων, συνδράμοντας με τον τρόπο αυτό στην αύξηση της τουριστικής κίνησης. (Dann, 1977)

Πέρα από τους οικονομικούς όρους, για να ληφθεί η απόφαση του ταξιδιού μεσολαβούν δύο βασικοί παράγοντες σύμφωνα με τον Dann, οι παράγοντες έλξης και ώθησης. Οι πρώτοι μπορούν να περιγραφούν ως χαρακτηριστικά ή εξωτερικά κίνητρα ειδικά για τον προορισμό, ενώ οι δεύτεροι ως εσωτερικά κίνητρα που επηρεάζουν τον μεμονωμένο τουρίστα στην απόφαση να ταξιδέψει. Οι δύο αυτοί παράγοντες αλληλοεπιδρούν και για τον λόγο αυτό δεν θα πρέπει να εξετάζονται μεμονωμένα. (Dann, 1977)

Το πλαίσιο αυτό της ώθησης και έλξης έχει επεκταθεί από την Crompton, περιλαμβάνοντας εννέα συγκεκριμένα κίνητρα: *“απόδραση από ένα αντιληπτό εγκόσμιο περιβάλλον, εξερεύνηση και αξιολόγηση του εαυτού, χαλάρωση, κύρος, παλινδρόμηση (σε συμπεριφορά εφήβου ή παιδιού), ενίσχυση των σχέσεων συγγένειας, κοινωνική αλληλεπίδραση, καινοτομία και εκπαίδευση”*. (Crompton, 1979) Στην ίδια κατεύθυνση οι Riley και Van Doren υποστηρίζουν ότι μία κινηματογραφική ταινία μπορεί να παρακολουθηθεί ως πηγή πληροφοριών (παράγοντας έλξης) και να επηρεάσει στη συνέχεια το τουριστικό κίνητρο (παράγοντας ώθησης) και την απόφαση του ταξιδιού σε έναν προορισμό. (Riley & Van Doren, 1992)

Η αναγνώριση του κινηματογραφικού τουρίστα περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των στοιχείων που τον ελκύουν, ώστε να επισκεφθεί μια τοποθεσία ταινίας. Οι κατηγορίες/τμήματα στα οποία εμπίπτει ο κινηματογραφικός τουρίστας αποδίδονται στο σχήμα 1 και είναι πιθανό να αλληλεπικαλύπτονται, αποδεικνύοντας ότι μπορούν να υπάρχουν πολλά επίπεδα κινήτρων για τον μεμονωμένο επισκέπτη. Ωστόσο, υποστηρίζεται από τους Burgess και Gold ότι δεν είναι η ταινία αυτή καθαυτή που παρακινεί το ταξίδι, αλλά ότι η ταινία ουσιαστικά ενισχύει τα ήδη υπάρχοντα κίνητρα. (Burgess & Gold, 2015)

Σχήμα 1. Κινηματογραφικός τουρισμός και άλλα είδη τουρισμού



Πηγή: Heitmann, 2010

Σχετικές μελέτες επιβεβαιώνουν την επίδραση των διαπολιτισμικών διαφορών στα χαρακτηριστικά των τουριστών οθόνης. Ωστόσο, πολλοί ακαδημαϊκοί ερευνητές τονίζουν την ανάγκη περεταίρω διερεύνησης της επίδρασης των διαπολιτισμικών διαφορών στον τουρισμό, εστιάζοντας στα ζητήματα “τουριστικών κινήτρων (Kozak, 2002; Lee, 2000), εικόνας προορισμού (Baloglu και Mangaloglu, 2001), επιλογής προορισμού (McKercher and duCross, 2003), αντιλήψεις και στερεότυπα (Pizam and Jeong, 1996; Pizam and Reichel, 1996; TI 3,2 144 Pizam and Sussman, 1995; Reisinger και Turner, 2002) και πρότυπα κατανάλωσης (Rosenbaum and Spears, 2005)”. (Kim & O'Connor, 2011)

Κεφάλαιο 3.3. Προώθηση Προορισμού Μέσω Κινηματογράφου

Κρίνεται σκόπιμο να επισημανθεί πως η πραγματοποίηση γυρισμάτων σε έναν προορισμό δεν έχει ως κύριο στόχο την προώθηση και την τόνωση της δημοτικότητάς του. Εντούτοις, τα δημοφιλή μέσα της μικρής ή της μεγάλης οθόνης παρουσιάζουν εικόνες, μηνύματα και αναπαραστάσεις τόπων και ανθρώπων, επηρεάζοντας έμμεσα την τουριστική ζήτηση του προορισμού. (Heitmann, 2010)

Ο φυσικός χώρος, που προβάλλεται μέσα από τη διεισδυτική ματιά του δημιουργού είτε ως πρωταγωνιστής είτε ως φόντο, δημιουργεί μία συγκεκριμένη εικόνα στον θεατή. Αυτή παραμένει ανεξίτηλη στο μυαλό του για μεγάλο χρονικό διάστημα, μέσω των επαναλήψεων και της υστεροφημίας των ταινιών, καθώς διανέμεται ως πολιτιστικό αγαθό παρακάμπτοντας γεωγραφικούς, πολιτικούς, πολιτιστικούς και κοινωνικούς περιορισμούς. Ιδιαίτερα στην περίπτωση έλλειψης προηγούμενης προσωπικής εμπειρίας από την πλευρά του επισκέπτη, η οπτική γλώσσα επικοινωνίας των κινηματογραφικών ταινιών λειτουργεί ως κύριο όχημα μετάδοσης αλλά και δημιουργίας εικόνων τόπων, ελκυστικών για αυτόν. Επιπλέον, ο προσωπικός και συναισθηματικός δεσμός του με την πλοκή και τους χαρακτήρες του έργου προσδίδει ανθεκτικότητα στο χρόνο και τη μνήμη του, σημαντική για τη διαδικασία επιλογής του προορισμού. (Τσομπανάκη, 2018)

Οι Goodall και Ashworth υποστηρίζουν ότι η εικόνα των τουριστικών προορισμών συμβάλλει στη δημιουργία της έκθεσης τουριστικών πόρων στα μέσα επικοινωνίας σε μεγαλύτερο βαθμό, σε σύγκριση με τη δημιουργία των προωθητικών ενεργειών της τουριστικής βιομηχανίας. Η υπεροχή των ταινιών σε σχέση με ένα διαφημιστικό τουριστικό υλικό οφείλεται στην εκούσια επιλογή των θεατών για την παρακολούθησή της και την προβολή της περιοχής πάνω από 30 δευτερόλεπτα. (Ashworth & Goodall, 1990).

Για τον λόγο αυτό, οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού αρκετών χωρών, συνειδητοποιώντας τον ρόλο που διαδραματίζουν οι ταινίες στη διαδικασία επιλογής των δυνητικών τουριστών, επιδιώκουν τη σύνδεση των προορισμών που διαχειρίζονται με μία επιτυχημένη κινηματογραφική ταινία. Όπως ισχυρίζονται οι Tooke και Baker (1996) υπάρχουν πολλές περιπτώσεις προορισμών, μη δημοφιλών, οι οποίοι μετά την έκθεσή τους στην κινηματογραφική οθόνη ανέπτυξαν στρατηγικές μάρκετινγκ ενίσχυσης του τουρισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το ‘Visit Britain’s Movie Map’, με περισσότερες από διακόσιες ταινίες και τηλεοπτικές σειρές που προβάλλουν περιοχές της Μεγάλης Βρετανίας, επισκέψιμες για τους τουρίστες. (Tooke & Baker, 1996)

Ενδεικτική είναι και η περίπτωση του εθνικού οργανισμού Tourism New Zealand, που πραγματοποίησε τις ακόλουθες ενέργειες με στόχο την προσέλκυση τουριστών:

- Διοργάνωσε κινηματογραφικές διαδρομές, ώστε να μπορούν οι τουρίστες να περιηγηθούν στις τοποθεσίες, όπου γυρίστηκε η τριλογία *The Lord Of the Rings*, ακούγοντας παράλληλα ενδιαφέρουσες ιστορίες από τα παρασκήνια των γυρισμάτων. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον από τη μεριά των επισκεπτών συγκεντρώνει το Hobbiton, το χωριό των hobbits, όπου ακόμη και σήμερα διατηρούνται κάποια από τα σκηνικά των γυρισμάτων.
- Προώθησε τη χώρα ως οικογενειακό τουριστικό προορισμό ή ιδανικό για το μήνα του μέλιτος.
- Παρείχε πληροφόρηση σχετικά με τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, προβάλλοντας τη Νέα Ζηλανδία ως συμφέρουσα ταξιδιωτική επιλογή για αρκετές χώρες.

(Κουκίου, 2012)

Κεφάλαιο 3.4. Πλεονεκτήματα Κινηματογραφικού Τουρισμού

Επισημαίνεται από τη σχετική βιβλιογραφία ότι ο κινηματογράφος και η τηλεόραση μπορεί να έχουν αισιόδοξα αποτελέσματα για τις τουριστικές επισκέψεις (Κουκίου, 2012) αποδεικνύοντας τη δύναμη που διαθέτουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ως καταλύτης της φαντασίας και της περιέργειας των ανθρώπων για μέρη που έχουν εμφανιστεί στις οθόνες. (Heitmann, 2010)

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τοποθεσίες όπου έχουν κινηματογραφηθεί ταινίες και σειρές ανοίγει μια σημαντική ευκαιρία στην προώθηση των προορισμών. Σύμφωνα με μελέτη της TCI Research, 80 εκατομμύρια ταξιδιώτες επιλέγουν τον προορισμό τους με βάση ταινίες και τηλεοπτικές σειρές. (Travel, 2021) Πολλοί μελετητές, μάλιστα, όπως οι Riley και Van Doren (1992) εκτιμούν ότι η επίδραση της χρήσης της τοποθεσίας σε μία ταινία μπορεί να διαρκέσει έως και 4 χρόνια, παρουσιάζοντας ως κίνητρα της επισκεψιμότητας τα φυσικά τοπία του προορισμού, το συμβολικό περιεχόμενο της ταινίας, το θέμα ή ακόμα και τους πρωταγωνιστές. (Κουκίου, 2012)

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η *Μελωδία της Ευτυχίας*, υπεύθυνη για την ουσιαστική ανάπτυξη του τουρισμού στο Σάλτσμπουργκ με επισκέπτες περίπου 300.000 ετησίως, καθώς και η *Καζαμπλάνκα*, που χάρισε στην ομώνυμη πόλη μεγάλο αριθμό τουριστών, αγγίζοντας το 2019 τα 13 εκατομμύρια. Νεότερες ταινίες, όπως οι *Forest Gump* και *Braveheart* συνέβαλαν στη ραγδαία αύξηση του τουρισμού σε Νότια Καρολίνα

και Σκωτία αντίστοιχα, ενώ το Harry Potter Studio Tour υποδέχεται σχεδόν 2 εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο ή 6.000 ημερησίως. (Travel, 2021)

Ακόμα και το *Captain Corelli's Mandolin*, παρά τη δριμεία κριτική που δέχτηκε και την περιορισμένη σε σχέση με τις προσδοκίες εισπρακτική κίνηση, αύξησε κατακόρυφα τη δημοσιότητα της Κεφαλλονιάς, χάρη στο φυσικό τοπίο της Σάμης, όπως δήλωσε και ο συγγραφέας του βιβλίου *Corelli's Mandolin*, De Bernieres, και τη δημοφιλία των πρωταγωνιστών Nicolas Cage και Penelope Cruz. Η αύξηση του ενδιαφέροντος για το νησί εκδηλώθηκε μάλιστα πριν από την προβολή της ταινίας, καθώς καθ' όλη τη διάρκεια των γυρισμάτων (Μάιος – Σεπτέμβριος 2020) και οι 1000 κλίνες που υπάρχουν στην περιοχή της Σάμης είχαν καταληφθεί από ανθρώπους που έσπευσαν να παρακολουθήσουν τα γυρίσματα. (Κουκίου, 2012)

Γενικότερα, η ανάπτυξη του τουριστικού κινηματογράφου αποδεικνύει τη μετατόπιση του ενδιαφέροντος των ταξιδιωτών προς τις δημιουργικές βιομηχανίες και, ειδικότερα, τις οπτικοακουστικές τέχνες. Βελτιώνοντας το τουριστικό προφίλ της χώρας όπου πραγματοποιούνται τα γυρίσματα, αντιπροσωπεύει μια εναλλακτική λύση απέναντι στον μαζικό τουρισμό, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την καταπολέμηση της εποχικότητας. (Travel, 2021) Πέρα από τις θέσεις εργασίας που μπορεί να προσφέρει στον γηγενή πληθυσμό, ενδέχεται να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη βελτίωση των υποδομών της συγκεκριμένης περιοχής. Χαρακτηριστικά, αναφέρουμε την επισκευή ενός αγροτικού της Βόρειας Κέρκυρας που ήταν σε αχρηστία, λόγω κατολισθήσεων, για τα γυρίσματα της ταινίας *The Return* του Uberto Pasolini. (Η πληροφορία δόθηκε από την Α.Κ. σε προφορική συνέντευξη που παραχωρήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας)

Επίσης, τα γυρίσματα σε μία συγκεκριμένη τοποθεσία ενδέχεται να προσελκύσουν νέες κινηματογραφικές παραγωγές, δημιουργώντας ένα ισχυρό brand name της χώρας ως film making destination, με όλα τα οικονομικά οφέλη που αυτό συνεπάγεται. Παραδείγματος χάριν μετά την προβολή της τριλογίας *The Lord Of The Rings* ακολούθησαν νέες μεγάλες κινηματογραφικές παραγωγές στη Νέα Ζηλανδία όπως το *The Chronic of Narnia* (2005 & 2008) και το *The Last Samurai* (2003). (Κουκίου, 2012)

Είναι φανερό πως μία κινηματογραφική ταινία παρακολουθείται από εκατομμύρια ανθρώπους και διαθέτει τη δύναμη να καθορίσει την εικόνα αυτών για τις τοποθεσίες όπου

διαδραματίζεται. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη της κοινής γνώμης για έναν προορισμό. Δεν είναι τυχαίο πως αρκετές περιοχές που αντιμετωπίζουν πρόβλημα κακής ή ανεπαρκούς φήμης αναθέτουν την αναμόρφωση της εικόνας τους σε κινηματογραφικές παραγωγές. Έτσι, χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής επιζητούν την οικονομική υποστήριξη σκηνοθετών, προκειμένου να αποτυπωθούν οι περιοχές τους με ακρίβεια στον κινηματογραφικό φακό. (Τσομπανάκη, 2018)

Κεφάλαιο 3.5. Μειονεκτήματα Κινηματογραφικού Τουρισμού

Ένας προορισμός κινηματογραφικού τουρισμού ενδέχεται να μη διαθέτει τις δυνατότητες και τις υποδομές, ώστε να καλύψει τις ανάγκες αυξημένου αριθμού επισκεπτών. Αυτό μπορεί να προκαλέσει σοβαρές ζημιές τόσο στο φυσικό περιβάλλον όσο και την καθημερινότητα των κατοίκων. (Lagos, 2010)

Καταρχάς, ο υπερτουρισμός οδηγεί στην εξάντληση των φυσικών πόρων και, στη χειρότερη περίπτωση, στην οικολογική καταστροφή των προορισμών που αποτελούν το σκηνικό κινηματογραφικών παραγωγών. Ενδεικτικά, αναφέρουμε την παραλία Maya Bay, στο νησί Ko Phi Phi Le της δυτικής Ταϊλάνδης που η φήμη της απογειώθηκε μετά τα γυρίσματα της ταινίας *The Beach*, με τον Λεονάρντο Ντι Κάπριο (2000). Το 2018 η παραλία ξεπέρασε το όριο του κορεσμού, καθώς η επισκεψιμότητα άγγιξε τα 6.000 άτομα ημερησίως, με αποτέλεσμα συνωστισμό, σκουπίδια, τρομαγμένα ζώα και έναν βυθό με το 50% των κοραλλιών του κατεστραμμένα. Το γεγονός αυτό ανάγκασε τις ταϊλανδέζικες αρχές να απαγορεύσουν την πρόσβαση στο κοινό για τέσσερα σχεδόν χρόνια. (Αλαβάνου, 2022)

Και παρότι ο τουρισμός αποτελεί τονωτική ένεση για την τοπική οικονομία των προορισμών, συχνά οι ντόπιοι αντιδρούν στον μεγάλο αριθμό τουριστών, που δυσχεραίνει τελικά την καθημερινότητά τους, λόγω της ακαταλληλότητας υποδομών, χώρων και υπηρεσιών. Έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην πόλη Barwon Heads, της Αυστραλίας, όπου είχε γυριστεί η σειρά *Sea Change*, παρουσιάζει τις σημαντικές αλλαγές στην καθημερινή ζωή των πολιτών και στη γενικότερη παραδοσιακή φύση της κοινότητας, λόγω της αύξησης του τουρισμού. Οι Tooke και Baker (1996) συγκαταλέγουν στα ανεπιθύμητα αποτελέσματα, που προκύπτουν συχνά από τον υπερτουρισμό, το αυξημένο κυκλοφοριακό πρόβλημα, την αδυναμία εύρεσης χώρων στάθμευσης και τον συνωστισμό από πεζούς διαβάτες, ενώ άλλες έρευνες επισημαίνουν την αύξηση των τιμών προϊόντων, ήδη από την έλευση του προσωπικού

παραγωγής. Τέλος, η ηχορύπανση, όπως και η απώλεια της ιδιωτικότητας προκαλούν συχνά την έντονη δυσαρέσκεια του γηγενούς πληθυσμού, όπως συνέβη στην πόλη Goathland που μετά τα γυρίσματα της τηλεοπτικής σειράς *Heartbeat* μετατράπηκε από ήσυχο τουριστικό αξιοθέατο σε μια πολύβουη τουριστική επιλογή, αγγίζοντας το ένα εκατομμύριο εκατό χιλιάδες επισκέπτες ετησίως. (Κουκίου, 2012) Οι αντιδράσεις, μάλιστα, των ντόπιων μπορεί να λάβουν κάποιες φορές και ακραίες μορφές, όπως στην περίπτωση του χωριού Χάλστατ της Αυστρίας όπου τοποθέτησαν έναν ξύλινο φράχτη για να κρύψουν την θέα προς τις Άλπεις, σε ένδειξη διαμαρτυρίας για την κοσμοσυρροή μετά τα γυρίσματα ενός νοτιοκορεατικού ρομαντικού δράματος και εξαιτίας της εκπληκτικής ομοιότητας του χωριού τους με το βασίλειο Αρεντέλα στην ταινία κινουμένων σχεδίων *Frozen*. (Πρώτο Θέμα, 2023)

Κλείνοντας, θα πρέπει να προσθέσουμε ότι η προβολή μίας ταινίας ή σειράς μπορεί να δώσει εν τέλει κακή δημοσιότητα, αποθαρρύνοντας δυνητικούς επισκέπτες. Παραδείγματος χάριν η ταινία *Mississippi Burning* (1988) δημιούργησε αρνητικό κλίμα για την μικρή πόλη της Φιλαδέλφειας των ΗΠΑ, καθώς παρουσίαζε τη δράση της οργάνωσης Κου Κλουξ Κλαν, που δολοφόνησε τρεις εργαζόμενους πολίτες. (Κουκίου, 2012) Αντίστοιχα, το *La Haine* (1995), επηρεασμένο από το τραγικό γεγονός της δολοφονίας ενός νεαρού μέσα σε αστυνομικό τμήμα του Παρισιού κατά τη διάρκεια ανάκρισης, προκάλεσε τεράστιο πολιτισμικό αντίκτυπο στη Γαλλία, προβάλλοντας παράλληλα μία αρνητική εικόνα του Παρισιού στο ευρύ κοινό. (Νιωτάκης, 2022)

Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία έρευνας

Σύμφωνα με τον Kumar, οι έρευνες κατηγοριοποιούνται βάσει της προέλευσης των στοιχείων τους σε δύο τύπους, σε πρωτογενείς και δευτερογενείς. Στην πρωτογενή έρευνα ο ερευνητής συλλέγει πρωτογενή δεδομένα που αφορούν πληροφορίες απαραίτητες για την κάλυψη της εκάστοτε έρευνας. Από την άλλη, στη δευτερογενή έρευνα ο ερευνητής συλλέγει δεδομένα από προϋπάρχουσες έρευνες, τα οποία μπορούν να εντοπιστούν σε επιστημονικά άρθρα, έρευνες, βιβλία κ.ά. (Rao, Kumar, Prakasham & Hobbs, 2008)

Στη συγκεκριμένη εργασία πραγματοποιήθηκαν έρευνες και των δύο τύπων. Προηγήθηκε η μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας για την αποσαφήνιση των εννοιών και αξιοποιήθηκαν

ευρήματα προϋπάρχουσων ερευνών. Κατά τη μελέτη περίπτωσης, επιλέχθηκε η πρωτογενής έρευνα με τη χρήση τόσο ποιοτικής, όσο και ποσοτικής ερευνητικής στρατηγικής.

Η ποιοτική έρευνα επιλέχθηκε ως η καταλληλότερη μέθοδος για τη διερεύνηση των εμπειριών, στάσεων και αντιλήψεων απέναντι στο φαινόμενο του κινηματογραφικού τουρισμού ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο χώρο ή σχετίζονται ακαδημαϊκά με αυτόν. (Αργυρίου & Κασσού, 2014)

Αξιοποιήθηκε η συνέντευξη που αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία της ποιοτικής έρευνας και συγκεκριμένα ο τύπος της ημιδομημένης συνέντευξης. Δηλαδή, είχαν σχεδιαστεί συγκεκριμένες ερωτήσεις για να τεθούν στους ερωτηθέντες, η διάταξη των οποίων ωστόσο μπορούσε να αλλάξει ή να περιληφθούν νέα ερωτήματα εν τη ρύμη του λόγου. (Robson, 2007)

Στη συνέχεια, αξιοποιήθηκε η ποσοτική έρευνα που δίνει έμφαση στον ποσοτικό προσδιορισμό της συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων. (Αργυρίου & Κασσού, 2014) Σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο για τη συλλογή δεδομένων που αφορά την εξοικείωση των κατοίκων της Κέρκυρας με τον κινηματογραφικό τουρισμό, τη στάση τους απέναντι στη μελλοντική αξιοποίηση του νησιού είτε για γυρίσματα ταινιών/σειρών είτε για σχετικές δράσεις, καθώς και τις προσδοκίες τους για τις επιπτώσεις του κινηματογραφικού τουρισμού στην αύξηση των επισκεπτών και κατ' επέκταση στη βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου. Οι ερωτήσεις ήταν τύπου ανοιχτής επιλογής και επιπλέον αξιοποιήθηκε η κλίμακα Likert. Ακολούθησε η ανάρτηση του ερωτηματολογίου στο διαδίκτυο και ειδικότερα σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook και Instagram), επιλογή που οφείλεται στο χαμηλό κόστος, τη μεγάλη ταχύτητα, την ευελιξία του συγκεκριμένου μέσου, αλλά και την εύκολη επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων. (Αργυρίου & Κασσού, 2014)

Κεφάλαιο 5. Μελέτη Περίπτωσης: Κινηματογραφικός Τουρισμός στην Κέρκυρα

Κριτήριο επιλογής της Κέρκυρας για τη μελέτη περίπτωσης αποτέλεσε η αδιάλειπτη αξιοποίηση του φυσικού και αστικού τοπίου της Κέρκυρας για τα γυρίσματα ολόκληρων ή

σκηνών κινηματογραφικών ταινιών και τηλεοπτικών σειρών. Κάποιες από αυτές είναι διεθνείς παραγωγές που συνέβαλαν σημαντικά στην προβολή του νησιού και την προώθησή του ως τουριστικού προορισμού, ενώ οι ελληνικές παραγωγές διαδραμάτισαν καίριο ρόλο στο να καταστεί η Κέρκυρα δημοφιλής προορισμός στην περίπτωση του εσωτερικού τουρισμού. Πληροφορίες για τους συντελεστές και την πλοκή αυτών μπορεί να βρει ο αναγνώστης στην ιστοσελίδα του Ionian Film Office. (Film Office Ionian Islands)

Κεφάλαιο 5.1. Διεθνείς και εγχώριες παραγωγές στην Κέρκυρα

Ως προς τις διεθνείς παραγωγές, αναφέρουμε ενδεικτικά την αυστριακή ταινία *Sissi – Fateful Years of an Empress* που γυρίστηκε το 1957 σε σκηνοθεσία Ernst Marischka, με πρωταγωνιστές τους Romy Schneider, Karlheinz Böhm, Magda Schneider, Gustav Knuth και Josef Meinrad. Η ακτινοβολία της Romy Schneider, αλλά και η συμμετοχή της ταινίας ως υποψήφια για Χρυσό Φοίνικα στο Φεστιβάλ Καννών το 1958, συνέβαλαν στην προβολή του φυσικού κάλλους του νησιού στο εξωτερικό με τον καλύτερο τρόπο. (sindetiras.gr, 2020)

Λίγα χρόνια αργότερα το 1970 ακολουθεί η ταινία *The executioner* σε σκηνοθεσία Sam Wanamaker και πρωταγωνιστές τους ήδη επιτυχημένους George Peppard και Joan Collins, ένα φιλμ κατασκοπίας που αποδίδει το ψυχροπολεμικό κλίμα της εποχής και αποπνέει έναν αέρα κοσμοπολίτικο με γυρίσματα σε Λονδίνο, Κωνσταντινούπολη, Κέρκυρα. (Cine Oasis, 2017)

Με γυρίσματα στο Παλαιό Φρούριο, Κανόνι, Αχίλλειο, Καλάμι και άλλες τοποθεσίες η ταινία *James Bond: For Your Eyes Only*, σε σκηνοθεσία John Glen και τον Roger Moore στον πρωταγωνιστικό ρόλο, σημειώνει σε εισπράξεις 195,3 εκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως καθιστώντας την Κέρκυρα εν δυνάμει διεθνή προορισμό. (Exploring Greece TV, 2022)

Μεταξύ των ξενόγλωσσων τηλεοπτικών σειρών θα πρέπει να ξεχωρίσουμε τη βρετανική σειρά *The Durrells* που έγραψε ο Simon Nye βασισμένος στην Τριλογία της Κέρκυρας, βιβλίο του Gerald Durrell με αυτοβιογραφικά στοιχεία. Η σειρά προβλήθηκε στην βρετανική τηλεόραση με ιδιαίτερα υψηλή τηλεθέαση από το 2016 έως το 2019, δικαιολογώντας εν μέρει το αυξημένο αριθμό των βρετανών τουριστών στο νησί. (AtCorfu)

Περνώντας στις ελληνικές ταινίες, *Η Αρχόντισσα και ο Αλήτης* της Φίνος Φίλμ, με πρωταγωνιστές την Αλίκη Βουγιουκλάκη και τον Δημήτρη Παπαμιχαήλ, κόβοντας 750.380 εισιτήρια στην πρώτη προβολή και καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση της σεζόν (1968), μεταξύ 108 ταινιών, γνωρίζει στο ελληνικό κοινό εμβληματικά σημεία του νησιού όπως το Ποντικονήσι και την Παναγία των Βλαχερνών, καθώς και την έξοχη φύση του. (Σολδάτου, 1977-78).

Τέσσερα χρόνια αργότερα, το 1972, δύο ακόμη από τους κορυφαίους πρωταγωνιστές του ελληνικού κινηματογράφου, η Ρένα Βλαχοπούλου και ο Αλέκος Αλεξανδράκης, συμμετέχουν στην ταινία *Η κόμισσα της Κέρκυρας* της Φίνος Φίλμ. Η ταινία μπορεί να χαρακτηριστεί ως διαφήμιση για το νησί, καθώς τα χορευτικά λαμβάνουν χώρα σε διάφορα μνημεία και αξιοθέατα του νησιού, όπως το Αχίλλειο, το Λιστόν, τα γραφικά καντούνια, ενώ το τραγούδι Κέρκυρα – Κέρκυρα σε στίχους του Αλέκου Σακελλάριου, συνοδεύει ακόμη και σήμερα τις εξορμήσεις στο νησί. (Athinorama.gr)

Οι τηλεοπτικές μεταφορές των έργων του Κερκυραίου συγγραφέα Κωνσταντίνου Θεοτόκη, *Η Τιμή και το Χρήμα*, *Οι σκλάβοι στα δεσμά τους*, *Αγάπη Παράνομη* μας μεταφέρουν στην Κέρκυρα των αρχών του 20ού αιώνα, ενώ σειρές όπως το *Περί ανέμων και υδάτων* της Ρέινα Εσκενάζυ, *8 Λέξεις* του Ανδρέα Γεωργίου και *42°C* του Γιώργου Παπαβασιλείου, μας δίνουν εικόνες της πιο σύγχρονης Κέρκυρας. (Corfuland.gr) Ξεχωριστή μνεία πρέπει να γίνει στον Μασέτρο του Χριστόφορου Παπακαλιάτη, την πρώτη ελληνική τηλεοπτική σειρά που προβλήθηκε το 2022-23 στην παγκόσμια συνδρομητική πλατφόρμα Netflix με τίτλο *Maestro in Blue*, αποτελώντας ξεχωριστή διαφήμιση για τους Παξούς και την Κέρκυρα. Αναμένεται η προβολή του δεύτερου κύκλου, τα γυρίσματα της οποίας πραγματοποιήθηκαν την άνοιξη και το καλοκαίρι του 2023. (iefimerida.gr, 2022)

Τον Σεπτέμβριο του 2023 θα προβληθεί στους κινηματογράφους η ταινία της Nia Vardalos, *My Big Fat Greek Wedding 3*, με γυρίσματα στην συντριπτική τους πλειοψηφία στην Κέρκυρα. Το τρέιλερ όπως και η αφίσα κυκλοφορούν ήδη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την ταχύτητα και απήχηση των οποίων αξιοποιούν οι παραγωγοί για την προώθηση της ταινίας. Χαρακτηρίζοντάς την το BBC ως “ταινία - φαινόμενο” και τοποθετώντας την στην έβδομη θέση μεταξύ των δέκα καλύτερων ταινιών του Σεπτεμβρίου, αναμένεται να αποτελέσει μία από τις πιο κερδοφόρες ρομαντικές κομεντί, προσελκύοντας πλήθος τουριστών στο νησί. (Μιχαλοπούλου, 2023) Τέλος, μεγάλη αναμονή εκδηλώνεται επίσης για την ελληνοαμερικανική συμπαραγωγή *Καποδίστριας*, τα γυρίσματα της οποίας θα

πραγματοποιηθούν το φθινόπωρο του 2023 στην Κέρκυρα, καθώς και για την ταινία *The Return* του Uberto Pasolini, όπου τους πρωταγωνιστικούς ρόλους έχουν οι παγκοσμίου βεληνεκού ηθοποιοί Ralph Fiennes και Juliette Binoche, δημιουργώντας υψηλές προσδοκίες στην τουριστική βιομηχανία. (Δημόπουλος)

Τέλος, ιδιαίτερη κατηγορία κινηματογραφικών παραγωγών αποτελούν τα ντοκιμαντέρ ποικίλου περιεχομένου που απευθύνονται και προσελκύουν στοχευμένο κοινό. Στο ιστορικό κέντρο της Κέρκυρας, γυρίστηκε από μαθητές και καθηγητές του 5^{ου} ΓΕΛ Κέρκυρας το ντοκιμαντέρ “*Η γροθιά σας μικρή*”, με θέμα την αντιστασιακή πράξη της μαθητικής νεολαίας του νησιού απέναντι στους Ιταλούς κατακτητές, το Πρωτοκύριακο του 1941. Κερδίζοντας το α΄ βραβείο στον 4ο πανελλήνιο διαγωνισμό ιστορικού ντοκιμαντέρ για μαθητές κι εκπαιδευτικούς και δίνοντας τη δυνατότητα αξιοποίησής του στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για την οργάνωση σχολικών επισκέψεων ή κοινού με ιστορικό ενδιαφέρον. (Η πληροφορία δόθηκε από τις Μ.Π. και Α.Μ. σε προφορική συνέντευξη που παραχωρήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας)

Κεφάλαιο 5.2. Συνεντεύξεις ενδιαφερόμενων μερών

Από τον Μάρτιο έως και τον Αύγουστο του 2023, πραγματοποιήθηκαν 8 προσωπικές, δια ζώσης ή διαδικτυακές, συνεντεύξεις με άτομα που εργάζονται στον χώρο του κινηματογραφικού τουρισμού ή σχετίζονται με κάποιον τρόπο με αυτόν. Η λίστα των ενδιαφερομένων μερών παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.

Οι συνεντεύξεις ήταν εξατομικευμένες. Κάθε ενδιαφερόμενος ρωτήθηκε για την παρουσία του κινηματογραφικού τουρισμού στην Κέρκυρα και την ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών. Ειδικότερα, τέθηκαν στον καθένα ερωτήσεις αναφορικά με τον τομέα εργασίας/δράσης του και το συσχετισμό αυτού με την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού στο νησί.

Οι στόχοι της συνέντευξης ήταν οι εξής:

- Η διερεύνηση της στάσης ανθρώπων που εμπλέκονται ή επηρεάζουν με κάποιον τρόπο την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού στην Κέρκυρα
- Η κατανόηση των προοπτικών, αλλά και των αδυναμιών που παρουσιάζει ο κινηματογραφικός τουρισμός στο νησί

- Η αξιοποίηση προτάσεων για την υπέρβαση των προβλημάτων και την προώθηση του κινηματογραφικού τουρισμού

Κεφάλαιο 5.2.1 Προφίλ συνεντευξιαζόμενων

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ		ΤΟΜΕΑΣ
1	A.K.	Υπεύθυνη του Ionian Film Office
2	N.M.1	Καθηγητής του Τμήματος Τουρισμού του Ιονίου Πανεπιστημίου
3	N.M.2	Διδακτορικός φοιτητής του Τμήματος Τουρισμού του Ιονίου Πανεπιστημίου
4	Γ.Δ.	Location Manager
5	M.Π.	Καθηγήτρια του 5 ^{ου} Γενικού Λυκείου Κέρκυρας
6	A.M.	Καθηγήτρια του 5ου Γενικού Λυκείου Κέρκυρας
7	I.Π.	Καθηγητής του Τμήματος Τεχνών, Ήχου και Εικόνας του Ιονίου Πανεπιστημίου
8	A.Π.	Casting Director και ηθοποιός

Πίνακας 3 : Λίστα ενδιαφερόμενων μερών

Κεφάλαιο 5.2.2 Ανάλυση συνεντεύξεων

Οι ξενόγλωσσες, αλλά και ελληνικές ταινίες και σειρές με γυρίσματα στην Κέρκυρα, μέρος των οποίων παρουσιάστηκε ενδεικτικά, συμβάλλει ασφαλώς στη γνωστοποίηση του πολιτισμού και φυσικού κάλλους του νησιού και κατ' επέκταση στην αύξηση του εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού. Συνήθως οι άνθρωποι αποφασίζουν να επισκεφθούν έναν τόπο για να δουν από κοντά σημεία που ήδη έχουν γνωρίσει μέσα από την οθόνη, κάτι που έγινε μετά τους *Durrells* και τον *Μαέστρο*, δήλωσε στη συνέντευξή της η Α.Π., Casting Director και ηθοποιός. Η δημοφιλία των *Durrells* επισημάνθηκε και από τον Ι.Π., καθώς πολλοί επισκέφθηκαν την Κέρκυρα είτε για να γνωρίσουν τα μέρη όπου έζησε η γνωστή οικογένεια, είτε τα μέρη όπου πραγματοποιήθηκαν τα γυρίσματα. Και ενώ αυτό είναι κάτι που

όλοι γνωρίζουμε, καθώς έχει επισημανθεί από πληθώρα ερευνών, η Α.Π. αναφέρθηκε στην αύξηση του τουριστικού ενδιαφέροντος για χώρους γυρισμάτων, πριν ακόμη αυτά πραγματοποιηθούν. Συγκεκριμένα, κάνοντας λόγο για την συμπλήρωση του casting της ταινίας *My Big Fat Greek Wedding 3*, μας αποκάλυψε ότι δέχτηκε άπειρα τηλεφωνήματα και emails όχι μόνο από Ελλάδα, αλλά από Βραζιλία, Νότια Αφρική, Αυστραλία, ΗΠΑ, Κίνα, ανθρώπων που ήταν πρόθυμοι να ταξιδέψουν στην Κέρκυρα για τη συμμετοχή τους στην ταινία, αναλαμβάνοντας μάλιστα οι ίδιοι τα έξοδα της μετακίνησης και διαμονής τους.

Η μεγάλη, με φανερά αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια, κινηματογραφική παραγωγή στην Κέρκυρα οφείλεται στο γεγονός ότι το νησί αποτελεί μέρος με πολύ ισχυρό brand name σαν τουριστικός προορισμός αλλά και λόγω της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς που διαθέτει σε συνδυασμό με τη φυσική ομορφιά του, σύμφωνα με τον Ν.Μ.1., καθηγητή του Τμήματος Τουρισμού του Ιονίου Πανεπιστημίου. Η πολιτιστική κληρονομία της Κέρκυρας και η ανάδειξη πτυχών της μακραίωνης και πλούσιας ιστορίας της, μέσα από σημαντικά ιστορικά γεγονότα, αποτελούν συχνά το έναυσμα για τον σχεδιασμό παραγωγών ή την επιλογή του νησιού ως φόντο σχετικών ταινιών, επισήμαναν οι εκπαιδευτικοί Μ.Π. και Α.Μ. Από την άλλη, η σημασία του φυσικού τοπίου για την προσέλκυση του κινηματογραφικού τουρισμού στην Κέρκυρα τονίζεται από τον Ν.Μ.2., διδακτορικό φοιτητή του Τμήματος Τουρισμού του Ιονίου Πανεπιστημίου, καθώς εφάπτεται σε πολλές κινηματογραφικές παραγωγές, όπως έχει αποδειχτεί πολλές φορές, με αρκετές σειρές και ταινίες μικρού, αλλά και μεγάλου μήκους στον κερκυραϊκό χώρο. Η ιδιαιτερότητα του κερκυραϊκού τοπίου με τους μοναδικούς ελαιώνες, τις ποικιλόμορφες παραλίες, τα παλιά αρχοντικά, αλλά και τις μοντέρνες βίλες είναι μερικά από τα στοιχεία που δεν απαντώνται στο σύνολό τους σε άλλα μέρη της Ελλάδας, πρόσθεσε ο Γ.Δ. Επίσης, η ύπαρξη εκπαιδευμένου προσωπικού που διαμένει μόνιμα στο νησί αποτελεί έναν επιπλέον θετικό παράγοντα αντισταθμίζοντας τα μειονεκτήματα που, κατά τον Γ.Δ., είναι η ακρίβεια και η μεγάλη απόσταση του νησιού από κάποιο μεγάλο αστικό κέντρο.

Κομβικό σημείο για την ανάδειξη της Κέρκυρας στο χώρο της κινηματογραφικής βιομηχανίας αποτέλεσε η βράβευσή της, το 2018, ως ο καλύτερος ευρωπαϊκός προορισμός για γυρίσματα, από το European Film Commission Network, πρόσθεσε ο Γ.Δ., Location Manager. Η βράβευση αυτή ακολούθησε μετά τη μεγάλη παγκόσμια επιτυχία “The Durrells in Corfu”, σειρά που πέρα από τη διαφήμιση της Κέρκυρας στο διεθνές κοινό, προσέφερε, χάρη στα πολυετή γυρίσματα (τέσσερα έτη), σημαντική εμπειρία σε όσους δραστηριοποιούνται στο νησί στον χώρο του κινηματογράφου, σύμφωνα με την Α.Κ., υπεύθυνη του Ionian Film Office.

Στους ευνοϊκούς παράγοντες για την ανάπτυξη κινηματογραφικού τουρισμού στην Κέρκυρα θα πρέπει να συμπεριλάβουμε και την εφαρμογή του Ν.4487/2017 για τη λειτουργία του cash rebate, που έδωσε φορολογικά είτε οικονομικά εν γένει κίνητρα για την προσέλκυση επενδύσεων παραγωγής ταινιών, τηλεοπτικών σειρών, ντοκιμαντέρ, κινουμένων σχεδίων και ψηφιακών παιχνιδιών στην Ελλάδα. (ΕΚΟΜΕ) Στη σημασία του cash rebate αναφέρθηκαν τόσο ο Ν.Μ.Ι. όσο και ο Ι.Π., καθηγητής του Τμήματος Τεχνών, Ήχου και Εικόνας, ο οποίος τόνισε ότι *η Ελλάδα αποτελεί πλέον θελκτικό προορισμό για τις διεθνείς παραγωγές, καθώς παρουσιάζει το μεγαλύτερο ποσοστό επιστροφής φόρου στους παραγωγούς σε σύγκριση με άλλες χώρες.*

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί η συμβολή του Ionian Film Office Περιφέρειας Ιονίων Νήσων (Ionian Film Office) με έδρα την Κέρκυρα στην υποστήριξη της κινηματογραφικής παραγωγής, αποτελώντας το πρώτο σημείο επαφής και αναφοράς, πριν και κατά τη διάρκεια γυρισμάτων κινηματογραφικών παραγωγών. (Film Office Ionian Islands) *Στα μελλοντικά σχέδια του Ionian Film Office συμπεριλαμβάνεται η ανάπτυξη δράσεων εξωστρέφειας, όπως τις χαρακτήρισε η Α.Κ., δηλαδή η συμμετοχή σε διεθνή φεστιβάλ για την προβολή του προορισμού της Κέρκυρας, η οργάνωση ημερίδων, φεστιβάλ μικρού μήκους και ενός fiction market, συνάντηση ανθρώπων της παραγωγής και της μυθοπλασίας, με στόχο την προσέλκυση παραγωγών.* Επισημαίνεται επίσης, *η πολύπλευρη υποστήριξη που προσφέρει στο Ionian Film Office η λειτουργία του Τμήματος Τεχνών, Ήχου και Εικόνας του Ιονίου Πανεπιστημίου, πολλοί απόφοιτοί του οποίου δραστηριοποιούνται ήδη στον χώρο της παραγωγής ως σκηνοθέτες, ηχολήπτες, οπερατέρ, διαθέτοντας σημαντική εμπειρία, η οποία μπορεί να αξιοποιηθεί από διεθνείς παραγωγούς που καταφθάνουν στο νησί, απαλλάσσοντάς τους από τα έξοδα μετακίνησης και διαμονής των επαγγελματιών από άλλες περιοχές.* Στη συνεργασία του Ionian Film Office με το τμήμα Τεχνών, Ήχου και Εικόνας και τα πολλαπλά οφέλη που απορρέουν για τις δύο πλευρές αναφέρθηκε και ο Ι.Π. παρουσιάζοντας το μνημόνιο συνεργασίας που υπογράφηκε τον Νοέμβριο του 2022, τις εκπαιδευτικές και ερευνητικές δράσεις όπως η δημιουργία του Film Office Metaverse που αποσκοπεί στην προετοιμασία της επαφής και τη βέλτιστη συνεργασία των παραγωγών με το Ionian Film Office. Τέλος, αναφέρθηκε στη συμβολή του Τμήματος Τουρισμού στην προσπάθεια συνδυασμού των οπτικοακουστικών τεχνών με τον τουρισμό.

Όλοι οι παραπάνω παράγοντες δημιουργούν το κατάλληλο πλαίσιο για την υλοποίηση

κινηματογραφικών παραγωγών στο νησί, ωστόσο οι υποδομές χρήζουν βελτίωσης. Συγκεκριμένα, ο Ν.Μ.1. αναφέρεται στην ανάγκη εστιασμένων προσπαθειών στην ανάπτυξη του οδικού δικτύου, την ανάπλαση των ανοιχτών χώρων πρασίνου, τη χωροθέτηση του περιβάλλοντος των εγκαταστάσεων, τον εξωραϊσμό κάποιων ανοιχτών δημοσίων χώρων, την οργάνωση υποστηρικτικών τεχνικών υπηρεσιών στο Ionian Film Office. Στην κατεύθυνση αυτή η Α.Κ. επισήμανε την έλλειψη στούντιο εσωτερικών γυρισμάτων που αναγκάζει τους παραγωγούς να στραφούν σε άλλες περιοχές ή χώρες.

Επιπλέον, ο Ι.Π., αφού αναφέρθηκε στην επαναλειτουργία του χωριού Μπούα όπου οι επισκέπτες μπορούν να καθίσουν στο καφενείο των Durrells, πρότεινε τη δημιουργία θεματικών πάρκων και την καλύτερη διαχείριση του brand name του νησιού μέσω επισκέψεων σε χώρους γυρισμάτων στοχευμένου κοινού.

Τέλος, ο Ν.Μ.1. έκανε λόγο για τη δυνατότητα ανάπτυξης σεμιναριακών δράσεων από το τμήμα Τουρισμού του Ιονίου Πανεπιστημίου σε συνεργασία με το τμήμα Τεχνών, Ήχου και Εικόνας, με στόχο την ευαισθητοποίηση σε θέματα που άπτονται του κινηματογραφικού τουρισμού και την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων του. Πρόσθεσε την ανάγκη δημιουργίας συγκεκριμένων επιχειρηματικών σχεδίων στην ανάπτυξη μελετών σκοπιμότητας για την ανάπτυξη μιας νέας στρατηγικής πάνω στον κινηματογραφικό τουρισμό, η οποία θα δίνει λύσεις – προτάσεις τόσο στην περιφέρεια, όσο και στις δημοτικές αρχές της Κέρκυρας.

Κλείνοντας, θα θέλαμε να συμπληρώσουμε πως οι ελλείψεις που υπάρχουν, αντισταθμίζονται εν μέρει από την προθυμία τόσο των πολιτών όσο και του Δήμου να συμβάλουν στην υλοποίηση των κινηματογραφικών παραγωγών. Ενδεικτικά, η Α.Κ. ανέφερε ότι στα γυρίσματα για την ταινία *My Big Fat Greek Wedding 3*, δήλωσαν συμμετοχή ως κομπάρσοι περισσότεροι από δύο χιλιάδες άνθρωποι, ενώ ο Δήμος Βόρειας Κέρκυρας ανέλαβε αγόγγυστα την επισκευή αγροτικού δρόμου για την πρόσβαση σε περιοχή γυρισμάτων της ταινίας *The Return* του Uberto Pasolini. Η τοπική κοινωνία έχει κατανοήσει σε μεγάλο βαθμό τα οφέλη που προκύπτουν από την πραγματοποίηση γυρισμάτων στο νησί και έτσι είναι πολύ θετική απέναντι στις παραγωγές, αν και κάποιες φορές εκδηλώνεται γκρίνια των κατοίκων εξαιτίας της κυκλοφοριακής επιβάρυνσης και αδυναμίας στάθμευσης που προκαλούν τα γυρίσματα, ανέφερε ο Γ.Δ.

Κεφάλαιο 5.3. Επεξεργασία ερωτηματολογίου

Η πρωτογενής έρευνα με θέμα “Ποιες είναι οι αντιλήψεις των κατοίκων της Κέρκυρας σχετικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό στο νησί” διεξήχθη με τη χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο προωθήθηκε σε άτομα και ομάδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης την περίοδο 16 Αυγούστου – 6 Σεπτεμβρίου 2023. Το δείγμα της έρευνας αποτελούσαν 250 κάτοικοι της Κέρκυρας, οι οποίοι παρέθεσαν την άποψή τους σε 18 ερωτήματα σχετικά με το ερευνητικό αντικείμενο. Ειδικότερα, στις παρακάτω ενότητες ακολουθεί η παρουσίαση του προφίλ των ερωτώμενων, καθώς και η ανάλυση των απαντήσεών τους.

Κεφάλαιο 5.3.1. Προφίλ ερωτηθέντων

Ερωτήσεις	Ποσοστό
Φύλο	
Άνδρας	30,40%
Γυναίκα	68,8
Άλλο	0,80%
Ηλικία	
18-29	41,60%
30-50	40,40%
51-70	17,60%
71 και άνω	0,40%
Επάγγελμα	
Φοιτητής/τρια	29,20%
Δημόσιος Υπάλληλος	17,20%
Ιδιωτικός Υπάλληλος	34,4
Ελεύθερος Επαγγελματίας	20%
Άνεργος	6%
Συνταξιούχος	2,80%
Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα	
0 - 15.000€	36,40%
15.001 - 30.000€	29,60%
31.001 - 45.000€	12,40%
Άνω των 45.000€	4,80%
Δεν ξέρω / Δεν απαντάω	16,80%
Εκπαίδευση	
Υποχρεωτική Εκπαίδευση	2%
Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	14,80%
Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	61,20%
Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό	14,80%

Πίνακας 4 : Προφίλ ερωτώμενων

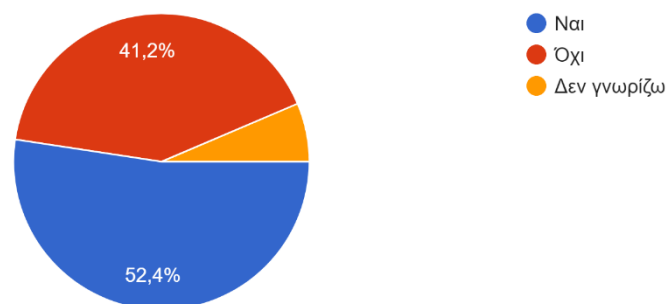
Ερώτημα 1

Θεωρείτε ότι υπάρχουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νησί;

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Βασικά χαρακτηριστικά του αποτελούν:

- προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- αποφυγή των κλασσικών τουριστικών προσφορών
- διατήρηση των οικοσυστημάτων
- αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία
- στήριξη αγροτικών περιοχών
- επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού

250 απαντήσεις



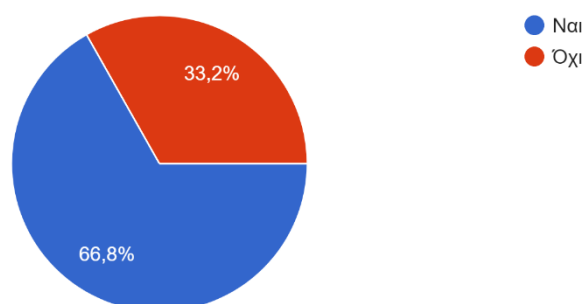
Από τις απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν διαπιστώνουμε ότι σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες, δηλαδή το 52,4%, αναγνωρίζουν την ύπαρξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα, ενώ το σύνολο των κατηγοριών αυτών που απάντησαν αρνητικά ή δε γνωρίζουν συγκεντρώνουν το ποσοστό του 47,6%. Οι απαντήσεις αποτυπώνουν την περιορισμένη προβολή σημαντικών προσπαθειών που γίνονται στο νησί τα τελευταία χρόνια στον χώρο του εναλλακτικού τουρισμού.

Ερώτημα 2

Γνωρίζετε την έννοια του Κινηματογραφικού Τουρισμού;

Ο κινηματογραφικός τουρισμός αποτελεί τουριστική δραστηριότητα, η οποία προκύπτει από την προβολή κινούμενων εικόνων, γνωστή και ως φιλμ. Ο όρος αυτός περιλαμβάνει την τηλεόραση, τα προ ηχογραφημένα προϊόντα, όπως βίντεο, DVD και Blue-Ray και πλέον έχει επεκταθεί και στα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

250 απαντήσεις

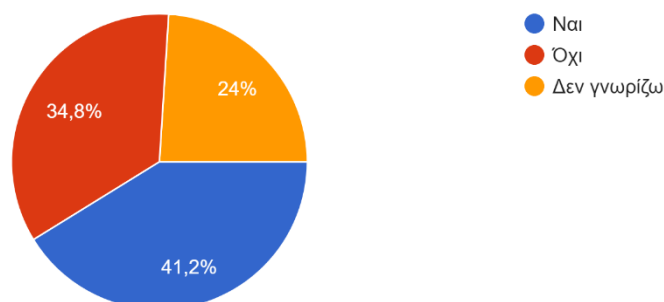


Τα 2/3 των κατοίκων της Κέρκυρας που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο (66,8%) δήλωσαν ότι γνωρίζουν την έννοια του “Κινηματογραφικού Τουρισμού”.

Ερώτημα 3

Θεωρείτε ότι υπάρχει Κινηματογραφικός Τουρισμός στο νησί;

250 απαντήσεις

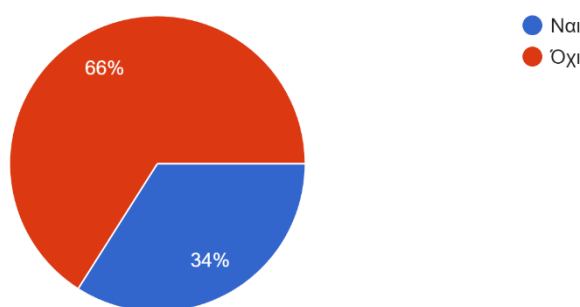


Στην ερώτηση εάν θεωρούν ότι υπάρχει κινηματογραφικός τουρισμός στο νησί λιγότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (41,2%) απάντησαν θετικά, γεγονός που μας εκπλήσσει λαμβάνοντας υπόψη το πλήθος των κινηματογραφικών ταινιών και σειρών που

πραγματοποίησαν γυρίσματα στην Κέρκυρα σε βάθος χρόνου.

Ερώτημα 4

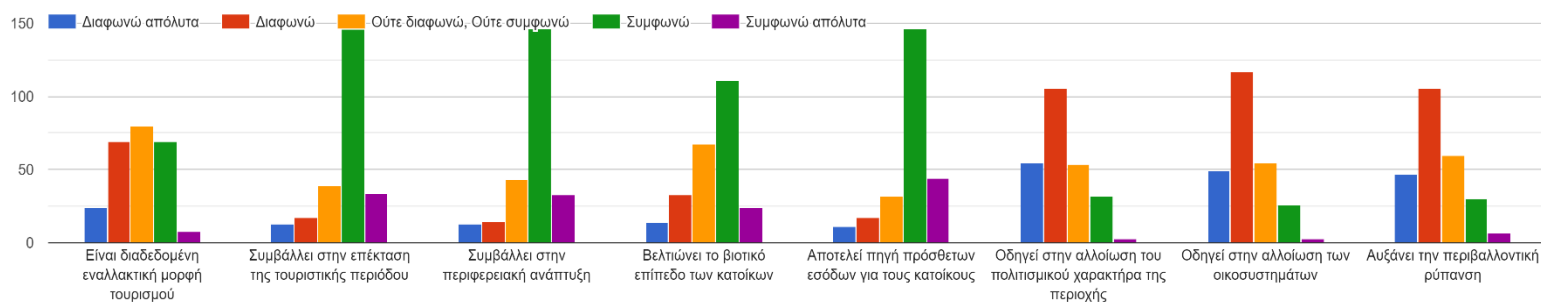
Γνωρίζετε την ύπαρξη του Film Office (Γραφείο Διευκόλυνσης Οπτικοακουστικών Παραγωγών) της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων;
250 απαντήσεις



Τα 2/3 των ερωτηθέντων (66%) φαίνεται να αγνοούν την ύπαρξη του Γραφείου Διευκόλυνσης Οπτικοακουστικών Παραγωγών της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, που εδρεύει στην Κέρκυρα. Το ποσοστό αυτό οφείλεται ίσως στην πρόσφατη ίδρυση του γραφείου.

Ερώτημα 5

Σημειώστε το βαθμό στον οποίο συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις που αφορούν τον Κινηματογραφικό Τουρισμό

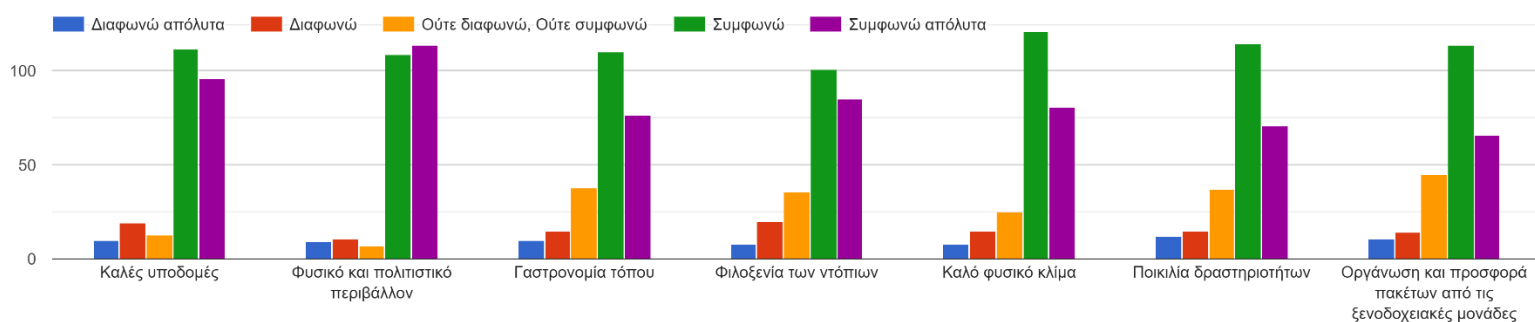


Οι απαντήσεις φανερώνουν γενικότερα τη θετική στάση των κατοίκων της Κέρκυρας απέναντι στον κινηματογραφικό τουρισμό καθώς ξεχωρίζει, έναντι των άλλων απαντήσεων, το ποσοστό εκείνων που υποστηρίζουν τη συμβολή του στην επέκταση της τουριστικής περιόδου, την περιφερειακή ανάπτυξη, την αύξηση των εσόδων των κατοίκων και κατ'επέκταση, στη βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου. Επίσης, είναι μικρά τα ποσοστά εκείνων που εστιάζουν στα αρνητικά του κινηματογραφικού τουρισμού, δηλαδή στον κίνδυνο αλλοίωσης του πολιτιστικού χαρακτήρα του νησιού και του οικοσυστήματος, αλλά

και την περιβαλλοντική ρύπανση. Όσον αφορά την ερώτηση για το αν αποτελεί διαδεδομένη εναλλακτική μορφή τουρισμού οι απαντήσεις παρουσιάζονται μοιρασμένες μεταξύ αυτών που συμφωνούν, αυτών που διαφωνούν και αυτών που δεν τοποθετούνται.

Ερώτημα 6

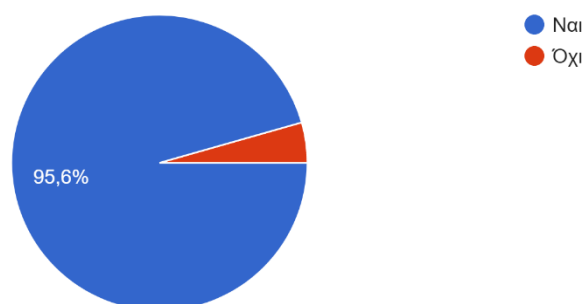
Κατά την άποψή σας τα παρακάτω μπορούν να αποτελέσουν κίνητρα έλξης μιας κινηματογραφικής παραγωγής στο νησί;



Οι περισσότεροι κάτοικοι θεωρούν πως η ελκυστικότητα ενός προορισμού για τους κινηματογραφικούς παραγωγούς εξαρτάται κυρίως από το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, καθώς και τις καλές υποδομές που διαθέτει. Ακολουθεί το καλό φυσικό κλίμα, η γαστρονομία και προσφορά πακέτων από ξενοδοχειακές μονάδες και έπονται η ποικιλία των δραστηριοτήτων και η φιλοξενία των ντόπιων. Τα αποτελέσματα της παρούσας ερώτησης μπορούν να φανούν ιδιαίτερα χρήσιμα, αν θέλουμε πραγματικά να καταστήσουμε την Κέρκυρα ελκυστικό τουριστικό προορισμό.

Ερώτημα 7

Γνωρίζετε κινηματογραφικές ταινίες ή σειρές που έχουν γυριστεί παλαιότερα στο νησί;
250 απαντήσεις

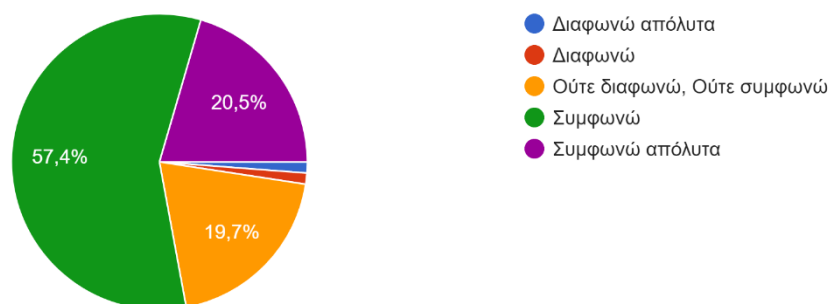


Παρόλο που η συντριπτική πλειοψηφία (95,6%) γνωρίζει ότι αρκετές κινηματογραφικές ταινίες και σειρές έχουν γυριστεί στην Κέρκυρα στο παρελθόν, δεν συνδέει το γεγονός αυτό

με την ύπαρξη κινηματογραφικού τουρισμού στο νησί. Πιθανόν θεωρούν ότι η επιλογή του κερκυραϊκού τοπίου δεν έγινε βάσει ενός σχεδιασμού προώθησης του κινηματογραφικού τουρισμού, αλλά προέκυψε απλώς και μόνο εξαιτίας του φυσικού του κάλλους.

Ερώτημα 8

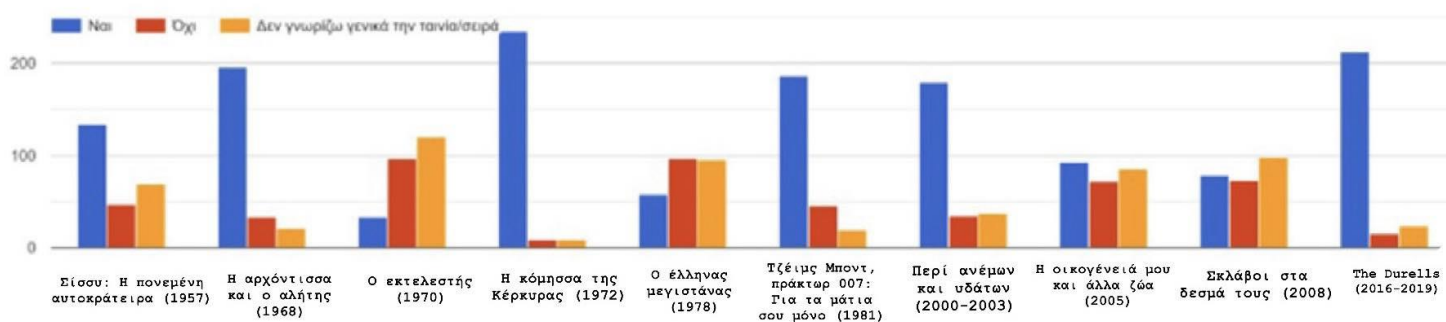
Εάν ναι, θεωρείτε πως ο κινηματογραφικός τουρισμός επηρέασε θετικά το νησί;
249 απαντήσεις



Μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων βρίσκουν θετική την επίδραση του κινηματογραφικού τουρισμού στο νησί, αν συνυπολογίσουμε αυτούς που απάντησαν “Συμφωνώ” και “Συμφωνώ απόλυτα” (77,9%). Αυτοί που διαφωνούν συγκεντρώνουν μόλις 2,4%.

Ερώτημα 9

Γνωρίζετε πως οι παρακάτω ταινίες/σειρές έχουν γυριστεί εξ ολοκλήρου ή σε ένα βαθμό στην Κέρκυρα;



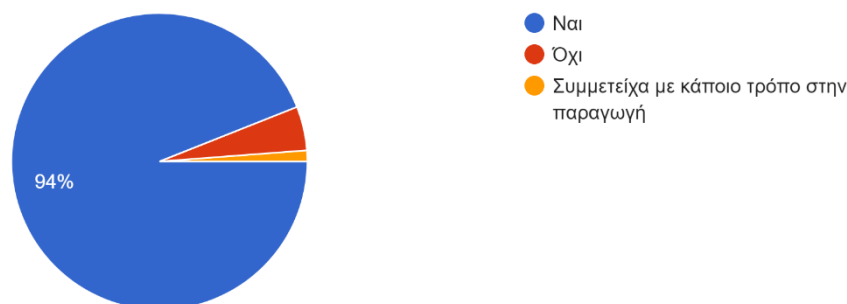
Οι περισσότεροι ερωτηθέντες γνώριζαν τις ταινίες / σειρές που πραγματοποίησαν γυρίσματα στην Κέρκυρα. Ξεχωρίζει η “*Η κόμησσα της Κέρκυρας*” με πρωταγωνίστρια την Κερκυραία Ρένα Βλαχοπούλου και η σειρά “*The Durrells*” της οποίας τα γυρίσματα διήρκησαν περισσότερο χρονικό διάστημα από κάθε άλλη ταινία / σειρά, με την άμεση και έμμεση

εμπλοκή πολλών Κερκυραίων.

Ερώτημα 10

Γνωρίζετε την καινούρια σειρά, του Χριστόφορου Παπακαλιάτη, Μαέστρο;

250 απαντήσεις

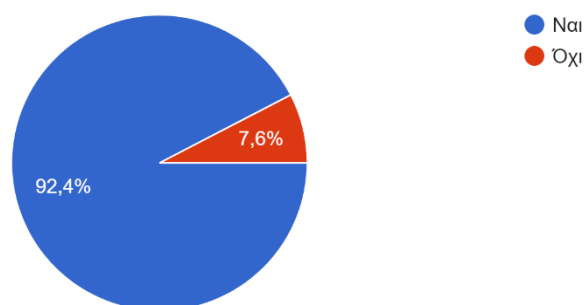


Η συντριπτική πλειοψηφία (94%) γνωρίζει τη σειρά *Μαέστρο* του Χ. Παπακαλιάτη, ποσοστό αναμενόμενο εξαιτίας της προβολής του σε δημοφιλές τηλεοπτικό κανάλι, αλλά και στην πλατφόρμα Netflix. Ενδιαφέρον αποτελεί και το ποσοστό 1,2% αυτών που συμμετείχαν με κάποιο τρόπο στη σειρά.

Ερώτημα 11

Γνωρίζετε πως κάποιες σκηνές έχουν γυριστεί στην Κέρκυρα;

250 απαντήσεις

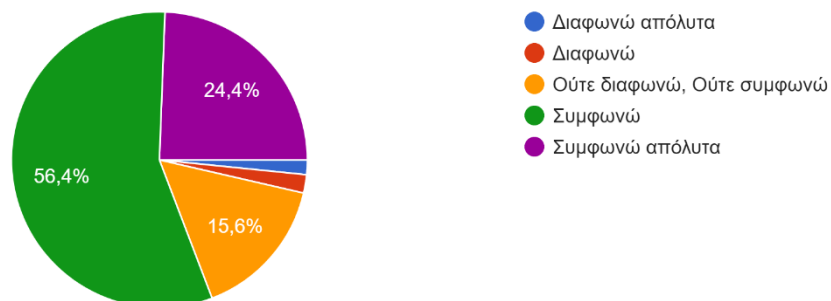


Παρόλο που στην προηγούμενη ερώτηση το ποσοστό εκείνων που γνωρίζουν τη σειρά ή συμμετείχαν σε αυτή φτάνει στο 95,2% , το ποσοστό εκείνων που γνωρίζουν την υλοποίηση γυρισμάτων στην Κέρκυρα είναι 92,4%. Αυτό φανερώνει ότι ένα μικρό ποσοστό από τους ερωτηθέντες, αν και ήξερε τη σειρά λόγω της μεγάλης διαφήμισής της, δεν την παρακολούθησε εξ ολοκλήρου ή και καθόλου.

Ερώτημα 12

Εάν ναι, θεωρείτε πως θα επηρεάσει θετικά τον τουρισμό στο νησί;

250 απαντήσεις

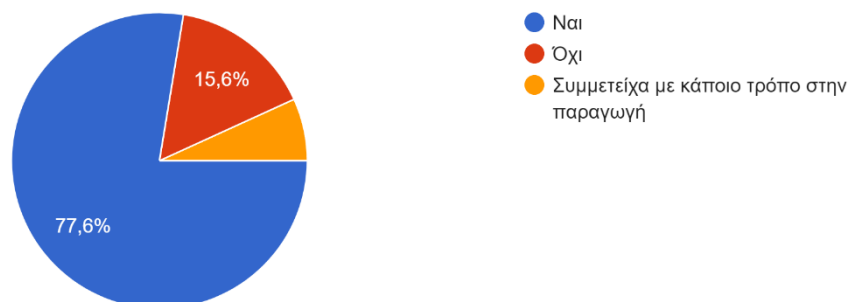


Σχεδόν τα $\frac{3}{4}$ των ερωτηθέντων συμφωνούν στη θετική επίδραση της σειράς *Μαέστρο* στον τουρισμό της Κέρκυρας, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό 3,6% έχει αρνητική άποψη. Μόλις το 15,6% παρουσιάζεται επιφυλακτικό.

Ερώτημα 13

Γνωρίζετε ότι το μεγαλύτερο μέρος από την νέα ταινία "Γάμος αλά ελληνικά 3" έχει γυριστεί στην Κέρκυρα;

250 απαντήσεις

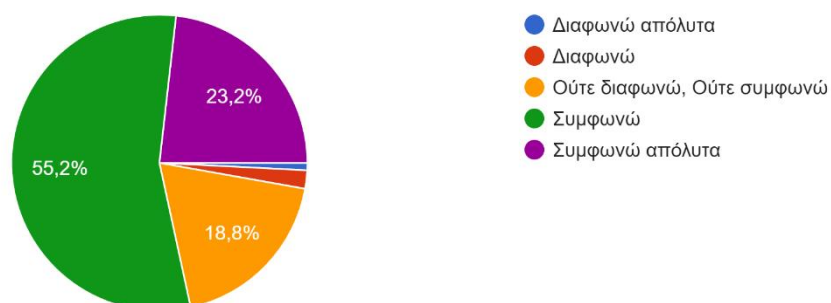


Περισσότεροι από τα $\frac{3}{4}$ των ερωτηθέντων γνωρίζουν ότι το μεγαλύτερο μέρος της ταινίας "Γάμος αλά ελληνικά 3" έχει γυριστεί στην Κέρκυρα, καθώς απάντησαν θετικά ή συμμετείχαν σε αυτή με κάποιο τρόπο. Σε αυτό συνέβαλε η προβολή μιας Χολιγουντιανού μεγέθους παραγωγή, αλλά και η μεγάλη συμμετοχή ντόπιων στα γυρίσματα.

Ερώτημα 14

Θεωρείτε πως θα επηρεάσει θετικά τον τουρισμό στο νησί;

250 απαντήσεις

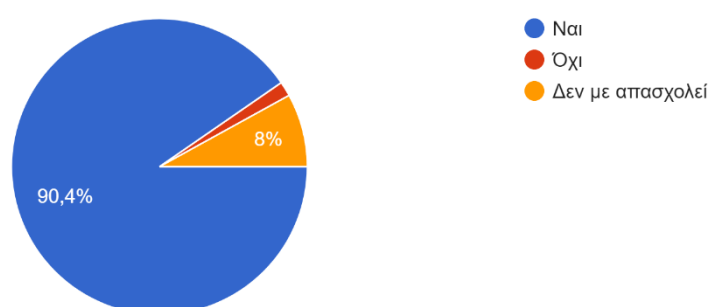


Περισσότεροι από τα 2/3 των ερωτηθέντων (78,4%) παρουσιάζονται αισιόδοξοι για τη θετική επίδραση της ταινίας στον τουρισμό του νησιού. Ενδιαφέρον μας προκαλεί το γεγονός πως οι επιφυλακτικοί για τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης ταινίας (18,8%) είναι περισσότεροι από εκείνους που απάντησαν ομοίως στην ίδια ερώτηση αναφορικά με τον Μάεστρο (15,6%).

Ερώτημα 15

Θα θέλατε να πραγματοποιηθούν και άλλες τέτοιες προσπάθειες ανάπτυξης Κινηματογραφικού Τουρισμού στο νησί;

250 απαντήσεις

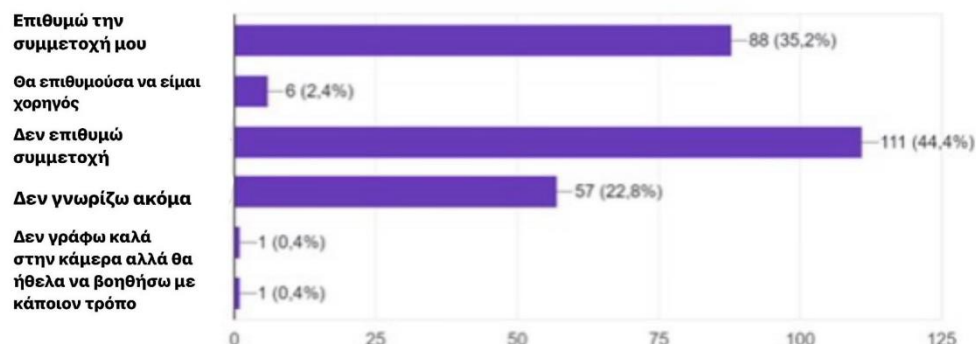


Η συντριπτική πλειοψηφία τίθεται υπέρ της περαιτέρω ανάπτυξης κινηματογραφικού τουρισμού στην Κέρκυρα (90,4%), ενώ μόλις το ποσοστό 1,6% έχει αρνητική στάση.

Ερώτημα 16

Ποια είναι η πρόθεση σας στην συμμετοχή για προσπάθεια ανάπτυξης κινηματογραφικού τουρισμού στο νησί; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απάντηση)

250 απαντήσεις

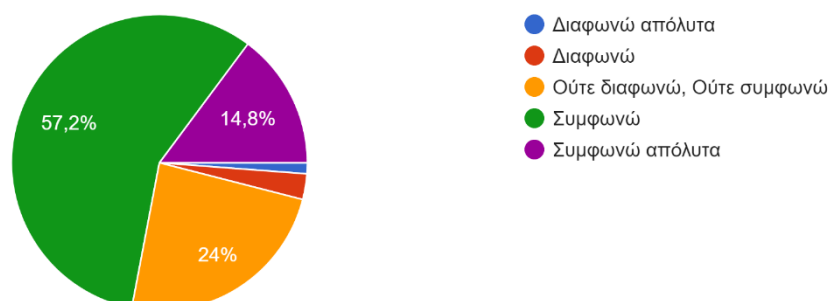


Στην ερώτηση που διερευνούσε την πρόθεση συμμετοχής των κατοίκων στην προσπάθεια ανάπτυξης κινηματογραφικού τουρισμού ένα μεγάλο ποσοστό, σχεδόν μισοί, φάνηκαν διστακτικοί απαντώντας πως δεν γνωρίζουν. Αρκετά υψηλό είναι όμως και το ποσοστό εκείνων που τοποθετούνται θετικά, ενώ ενδιαφέρον παρουσιάζει η διάθεση του 2,4% να συμμετέχει με την ιδιότητα του χορηγού.

Ερώτημα 17

Θεωρείτε ότι θα υπήρχε ενδιαφέρον εάν πραγματοποιούνταν οργανωμένες επισκέψεις σε πραγματικές τοποθεσίες στην Κέρκυρα, όπου έχο...γωγές ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων;

250 απαντήσεις

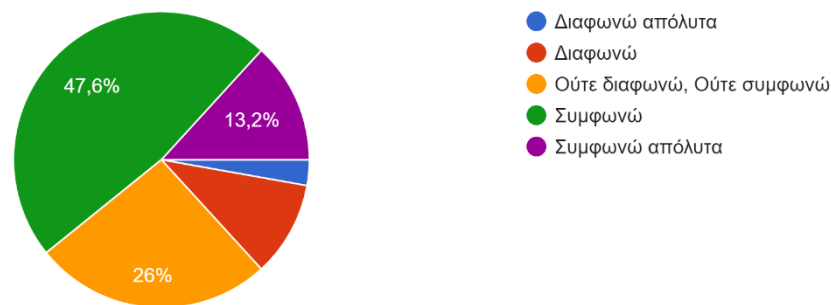


Σχεδόν τα $\frac{3}{4}$ των ερωτηθέντων θεωρούν ενδιαφέρουσα την πραγματοποίηση οργανωμένων επισκέψεων σε τοποθεσίες όπου έχουν απεικονιστεί σε παραγωγές ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων. Πολύ μικρό ποσοστό έχει την αντίθετη άποψη (4%), ενώ σημαντικός είναι ο

αριθμός εκείνων που παρουσιάζεται να μην έχει άποψη (24%).

Ερώτημα 18

Θεωρείτε ότι θα υπήρχε ενδιαφέρον να δημιουργηθούν θεματικά πάρκα και αξιοθέατα που αφορούν κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές στο νησί;
250 απαντήσεις



Μας εκπλήσσει το γεγονός ότι το ποσοστό εκείνων που τίθενται υπέρ (60,8%) της δημιουργίας θεματικών πάρκων και αξιοθεάτων που αφορούν κινηματογραφικές ταινίες ή σειρές στην Κέρκυρα είναι σημαντικά μικρότερο σε σύγκριση με εκείνους που στην προηγούμενη ερώτηση τοποθετήθηκαν θετικά στην πραγματοποίηση οργανωμένων επισκέψεων σε τοπία - χώρους γυρισμάτων (72%). Αντίστοιχα όσοι διαφωνούν είναι εμφανώς περισσότεροι στην περίπτωση των θεματικών πάρκων.

Κεφάλαιο 5.4. Συζήτηση

Όπως προέκυψε από τις συνεντεύξεις ανθρώπων που δραστηριοποιούνται ή μπορούν να εμπλακούν στον χώρο του κινηματογραφικού τουρισμού, κρίνεται επιτακτική η κινητοποίηση της πολιτείας για την αντιμετώπιση των ελλειμμάτων που παρουσιάζονται στις υποδομές. Απαιτούνται, λοιπόν, συντονισμένες προσπάθειες στην προστασία και ανάπλαση ανοιχτών χώρων, τον εξωραϊσμό εγκαταστάσεων, κτηρίων και δημοσίων χώρων, την ανάπτυξη του οδικού δικτύου και την οργάνωση υποστηρικτικών υπηρεσιών του Ionian Film Office. Απαιτείται επίσης η ανάπτυξη δράσεων αξιοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, της ιστορίας, της μοναδικότητας συγκεκριμένων προϊόντων της Κέρκυρας και φυσικά η ανάδειξη των πολιτιστικών της μνημείων. Τέλος, κρίνεται σημαντική η συνεργασία των τμημάτων Τεχνών, Ήχου και Εικόνας και Τουρισμού με το Ionian Film Office στην υλοποίηση δράσεων με στόχο την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης σε θέματα που

άπτονται του κινηματογραφικού τουρισμού, την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων που μπορούν να ανακύψουν για την τοπική κοινωνία και τη διαμόρφωση σχετικής κουλτούρας.

Περνώντας στην επεξεργασία των απαντήσεων στο ερωτηματολόγιο, διαπιστώνουμε ότι οι Κερκυραίοι θεωρούν πως η προβολή του τόπου τους μέσα από τον κινηματογράφο θα συμβάλλει στην αύξηση του τουρισμού, στη βελτίωση των εσόδων και του βιοτικού τους επιπέδου, καθώς και στην περιφερειακή ανάπτυξη, ευρήματα που συμφωνούν με τα αποτελέσματα της μελέτης TCI Research (Travel, 2021), η οποία συνδέει την προβολή ενός τόπου μέσω του κινηματογράφου με την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και τη σχετική βιβλιογραφία που εστιάζει στα θετικά αποτελέσματα του κινηματογραφικού τουρισμού στην οικονομία μίας περιοχής. (Herms, 2005) Δε φαίνεται ωστόσο, να ανησυχούν ιδιαίτερα για τις αρνητικές επιπτώσεις της μαζικής συρροής τουριστών και τον κίνδυνο της αλλοίωσης του πολιτιστικού και φυσικού τους περιβάλλοντος, σε αντίθεση με την ευαισθητοποίηση που συναντούμε σε άλλες περιοχές, όπως παραδείγματος χάριν στο χωριό Χάλστατ της Αυστρίας. (Πρώτο Θέμα, 2023) Επιθυμούν την ανάπτυξη περαιτέρω δράσεων όπως ο σχεδιασμός οργανωμένων επισκέψεων σε χώρους γυρισμάτων ή η δημιουργία θεματικών πάρκων, κατά το πρότυπο ίσως της Νέας Ζηλανδίας (Κουκίου, 2012) και παρουσιάζονται επίσης πρόθυμοι να συμμετάσχουν στην ανάπτυξη κινηματογραφικού τουρισμού, χωρίς όμως να αναφέρονται σε συγκεκριμένους τρόπους. Τέλος, δε φαίνεται να έχουν κατανοήσει σε βάθος την έννοια του κινηματογραφικού τουρισμού, τις δυνατότητες, αλλά και τους κινδύνους που ελλοχεύουν και αγνοούν σε μεγάλο βαθμό την ύπαρξη του Ionian Film Office και τον ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει. Στο σημείο αυτό είναι ορατό το έλλειμμα στο σχεδιασμό δράσεων από τη μεριά του Ionian Film Office, σε συνεργασία με την πολιτεία, για την προβολή του έργου του και την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης στο ζήτημα του κινηματογραφικού τουρισμού.

Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα

Ο κινηματογραφικός τουρισμός αναπτύσσεται ως μια, πολλά υποσχόμενη, μορφή εναλλακτικού τουρισμού και συχνά αντιμετωπίζεται ως η νέα ευκαιρία της αγοράς για νέους ή υπάρχοντες προορισμούς. Ωστόσο, τόσο από την πλευρά των κινηματογραφικών παραγωγών όσο και από την πλευρά των φορέων που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού δεν έχει επιτευχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό μία ολιστική προσέγγισή του.

Ο σχεδιασμός του κινηματογραφικού τουρισμού δεν έχει λάβει ιδιαίτερη προσοχή και δεν υπάρχει μέριμνα για την εξασφάλιση της βιωσιμότητάς του. Από την πλευρά της, η κινηματογραφική βιομηχανία συχνά αδιαφορεί για τις επιπτώσεις των γυρισμάτων σε μία τοποθεσία, όταν αυτά ολοκληρωθούν και τα συνεργεία απομακρυνθούν. Περιορισμένες είναι οι ενδείξεις ότι η κινηματογραφική βιομηχανία έχει αναγνωρίσει τη δυνητική αξία της συνεργασίας με τον τουρισμό, ώστε να προκύψει μια επωφελή και για τους δύο σχέση. (Ματσούκα, 2016)

Από την άλλη πλευρά, και οι τοπικές κοινότητες συνειδητοποιώντας τα πολλαπλά οφέλη που μπορεί να προκύψουν, οφείλουν να υιοθετήσουν καλές πρακτικές διαχείρισης μαζικής συρροής ανθρώπων, ώστε οι επιπτώσεις στο φυσικό – κοινωνικό περιβάλλον να περιοριστούν στο ελάχιστο. Είναι σημαντικό να διατηρείται η φέρουσα ικανότητα ενός τόπου με στόχο την προστασία των φυσικών πόρων, τη μακροπρόθεσμη ευημερία και τη μείωση των επιδράσεων του υπερτουρισμού στο περιβάλλον (Lagos, 2010).

Συμπεραίνεται ότι ο κινηματογραφικός τουρισμός μπορεί να αποβεί σε σημαντικό τουριστικό εργαλείο για μια περιοχή, με την προϋπόθεση της συνεργασίας όλων των αρμόδιων φορέων για την προσέλκυση παραγωγών που θα λειτουργήσουν ως μέσο τουριστικής προβολής της. Η πρακτική αυτή θα πρέπει να υιοθετηθεί ασφαλώς και στην περίπτωση της Κέρκυρας που αποτέλεσε και αποτελεί ελκυστικό προορισμό για την πραγματοποίηση γυρισμάτων τόσο ελληνικών όσο και ξενόγλωσσων ταινιών και σειρών.

Κλείνοντας, θα πρέπει να τονιστεί πως ο τουρισμός όπως και ο κινηματογράφος αποσκοπούν κυρίως στην ψυχαγωγία των ανθρώπων, η οποία στη σύγχρονη πραγματικότητα καθίσταται ολοένα και περισσότερο βραχύβια και ευμετάβλητη. (Ματσούκα, 2016) Το συμπέρασμα αυτό, δε θα πρέπει ωστόσο να μας αποθαρρύνει, αλλά αντιθέτως να λειτουργήσει ως πρόκληση για όσους εργάζονται στον χώρο του κινηματογράφου, αλλά και του τουρισμού.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Αλαβάνου, Ε. (2022 25 Ιανουαρίου). *Η πιο διάσημη παραλία της Ταϊλάνδης άνοιξε ξανά για το κοινό*. Η Καθημερινή. Ανακτήθηκε 17 Ιουλίου, 2023, από <https://www.kathimerini.gr/k/travel/561683533/i-pio-diasimi-paralia-tis-tailandis-anoixe-xana-gia-to-koino/>

Αργυρίου, Γ. & Κασσού, Β. (2014). Θεωρητική ανάλυση στα είδη έρευνας: ποσοτική και ποιοτική - Business Research Methods: Quantitative and Qualitative Approach (Πτυχιακή εργασία). Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά, Αθήνα. Ανακτήθηκε 7 Ιουνίου, 2023, από http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2585/de_201400225.pdf?sequence=1

Άρθρο 03: ΟΡΙΣΜΟΙ | Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. (χ.η.). Ανακτήθηκε 10 Απριλίου, 2023, από <http://www.opengov.gr/minenv/?p=5148>

Άρθρο 06:ΕΙΔΙΚΕΣ – ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. (χ.η.). Ανακτήθηκε 9 Απριλίου, 2023, από <http://www.opengov.gr/minenv/?p=5145>

Γιατί το “maestro” του παπακαλιάτη αποτελεί τη μόνη ελληνική σειρά που θα μπορούσε άνετα να είναι στο netflix. (2022, 16 Οκτωβρίου). iefimerida.gr. Ανακτήθηκε 3 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://www.iefimerida.gr/politismos/maestro-nea-seira-papakaliati-kritiki?amp>

Γκαράνε, Σ. (2014, Φεβρουάριος). Διερεύνηση εναλλακτικών τρόπων προώθησης τουριστικών προορισμών με τη χρήση και εκμετάλλευση ταινιών (Film tourism) (Διπλωματική εργασία). Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη. Ανακτήθηκε 27 Μαΐου, 2023, από <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/16008/3/GkaraneSophiaMsc2014.pdf>

Δημόπουλος, Η. (χ.η.). *The return*”: Ρέιφ Φάινς και Ζιλιέτ Μπινός για μία ταινία που ξαναδιαβάζει την “Οδύσσεια”!. cinemagazine.gr. Ανακτήθηκε 7 Σεπτεμβρίου, 2023, από https://www.cinemagazine.gr/nea/arthro/the_return_fiennes_binoche-131045121/

Δροσοπούλου, Α. (2004). *Ελληνικός Τουρισμός- Παρούσα κατάσταση, Προβλήματα, Προτάσεις*. (Εκπαιδευτική Σειρά). Εθνική σχολή Δημόσιας Διοίκησης, Τμήμα Υπαλλήλων Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, Αθήνα. Ανακτήθηκε 7 Απριλίου, 2023, από https://www.ekdd.gr/ekdda/files/ergasies_esdd/15/6/727.pdf

EKOME. (χ.η.). *Cash rebate (Κινηματογράφος/Σειρές/animation/ντοκιμαντέρ)*. Ανακτήθηκε 13 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://www.ekome.media/el/ependyontas-stin-optikoakoustiki-paragogi/cash-rebate-kinimatografos-sires-animation-ntokimanter/>

Ελληνικές ταινίες που έχουν γυριστεί στην Κέρκυρα. (χ.η.). Corfuland.gr. Ανακτήθηκε 2 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://www.corfuland.gr/el/diafora/kerkyra/ellinikes-tainies-poy-exoyn-gyristei-stin-kerkyra.html>

Η Κόμισσα της Κέρκυρας. (χ.η.). Athinorama.gr. Ανακτήθηκε 2 Σεπτεμβρίου, 2023, από https://www.athinorama.gr/tv/movie/i_komissa_tis_kerkuras-10037782/

Η παραλία που έγινε γνωστή από διάσημη ταινία και καταστράφηκε. Cretalive. (2020, 8 Μαρτίου). Ανακτήθηκε 23, Απριλίου, 2023, από <https://www.cretalive.gr/kosmos/i-paralia-poy-egine-gnosti-apo-diasimi-tainia-kai-katastrafike>

Η Τέχνη του κινηματογράφου. Terrapapers. (χ.η.). Ανακτήθηκε 6 Μαΐου, 2023, από <https://terrapapers.com/i-techni-toy-kinimatografoy/>

Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών (2003). *Λεξικό της κοινής νεοελληνικής*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Κινηματογράφος: Μία σύντομη ιστορία μέσα από εμβληματικές στιγμές. Parallaxi Magazine. (χ.η.). Ανακτήθηκε 24 Απριλίου, 2023, από <https://parallaximag.gr/agenda-parallaxi/kinimatografos-agenda/kinimatografos-mia-syntomi-istoria-mesa-apo-emvlimatikes-stigmes>

Κουκίου, Π. (2012). *Κινηματογραφικός τουρισμός: Παρελθόν, παρόν και προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα*. (Πτυχιακή εργασία). Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ιονίων Νήσων, Αργοστόλι Κεφαλληνίας. Ανακτήθηκε 25 Ιουνίου, 2023, από

<https://docplayer.gr/43090611-Thema-kinimatografikos-toyrismos-parelthon-paron-kai-prooptikes-anaptyxis-stin-ellada.html>

Ματσούκα, Π. (2016). *Ο κινηματογράφος και οι τηλεοπτικές παραγωγές ως εργαλείο τουρισμού: Η περίπτωση της Ελλάδας*. (Διπλωματική εργασία). Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πειραιάς. Ανακτήθηκε 30 Ιουνίου, 2023, από

https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/9719/Matsouka_Pandora.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Μιχαλοπούλου, Ρ. (2023, 1 Σεπτεμβρίου). *Γάμος αλά ελληνικά 3: “Ταινία φαινόμενο” την χαρακτηρίζει το BBC*. Youfly. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://youfly.com/cinema/gamos-ala-ellinika-3-tainia-fainomeno-tin-charaktirizei-to-bbc/amp/>

Μπίσκα, Ι. & Μπογιατζή, Μ. & Ορφανίδου, Μ. & Παπασωτηρίου, Σ. & Σπυριδοπούλου, Φ. (2013). *Η ιστορία του κινηματογράφου*. Λύκειο Αριστοτελείου Κολλεγίου Θεσσαλονίκης.

Νιωτάκης, Α. (2022, 1 Σεπτεμβρίου). *La Haine: Το αληθινό Παρίσι: Κινηματογράφος*. MAXMAG. Ανακτήθηκε 8 Αυγούστου, 2023, από <https://www.maxmag.gr/cinema/la-haine-to-alithino-parisi/>

“Ο εκτελεστής” (*The executioner*) – 1970. (2017, 12 Φεβρουαρίου). Cine Oasis. Ανακτήθηκε 29 Αυγούστου, 2023, από <https://cineoasis.wordpress.com/2017/01/22/%CE%BF-%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%AE%CF%82the-executioner-1970/>

Οικογένεια Ντάρελ: Η Ζωή στην κέρκυρα και η Τηλεοπτική Σειρά. (χ.η.) AtCorfu. Ανακτήθηκε 2 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://atcorfu.com/el/oi-durrells-stin-kerkyra/>

Παπαγεωργίου, Α. (2010). *Ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού μέσω του μάρκετινγκ-*

Μάνατζμεντ φορέων, οργανισμών και τουριστικών επιχειρήσεων. Η περίπτωση του νομού Μεσσηνίας (Διδακτορική Διατριβή). Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα. Ανακτήθηκε 8 Απριλίου, 2023, από

<https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/34825?lang=el#page/1/mode/2up>

Περί ανέμων και υδάτων. (χ.η.) retroDB. Ανακτήθηκε 3 Σεπτεμβρίου, 2023, από https://www.retrodb.gr/wiki/index.php/%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%AF_%CE%B1%CE%BD%CE%AD%CE%BC%CF%89%CE%BD_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CF%85%CE%B4%CE%AC%CF%84%CF%89%CE%BD

Πρώτο Θέμα. (2023, 28 Αυγούστου). *Αυστρία: Ένα παραμυθένιο χωριό στις Άλπεις βάζει όριο στον αριθμό των τουριστών που το επισκέπτονται*. Ανακτήθηκε 7 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://www.protothema.gr/world/article/1406547/austria-ena-paramuthenio-horio-vazei-orio-ston-arithmo-ton-touriston-pou-to-episkeptodai>

Ρίζος, Α. (2022, 11 Ιανουαρίου). “42°C”: *Η σειρά που γυρίστηκε στην κέρκυρα ξεκινάει στον ANTI*. Corfu Stories. Ανακτήθηκε 3 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://corfustories.com/2022/01/12/42c-i-seira-poy-gyristike-stin-kerkyr/>

Ρόκος, Δ. (2017, 14 Μαΐου). *Μια αναδρομή στην Τέχνη της Κινούμενης Εικόνας από την επίσκεψή μας στο μουσείο της Νέας Υόρκης*. InExarchia.gr. Ανακτήθηκε 13 Απριλίου, 2023, από <https://www.inexarchia.gr/story/think/mia-anadromi-stin-tehni-tis-kinoymenis-eikonas-apo-tin-episkepsi-mas-sto-moyseio-tis>

Σε ποιο ελληνικό νησί γυρίστηκε η ταινία “Τζέιμς Μποντ: Για τα μάτια σου μόνο.” (2022, 26 Αυγούστου). Exploring Greece TV. Ανακτήθηκε 6 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://exploringgreece.tv/destinations/nisia-ionio/kerkyra-tainia-tzeims-mpont-gia-ta-matia-soy-mono/48830/>

Σολδάτου, Γ. (1977-78). *Στατιστικοί πίνακες εισιτηρίων ελληνικών ταινιών*. Περιοδικό Φίλμ, τεύχ. 15 σελ. 550-551.

Τριάρχη, Ε. & Καραμάνης, Κ. (2017). *The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background*. Business & Entrepreneurship Journal, 6(1), 1-4.

Τσομπανάκη, Α. (2018, 28 Σεπτεμβρίου). *Η επίδραση του κινηματογράφου στον τουριστικό κλάδο* (Πτυχιακή Εργασία). Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος. Ανακτήθηκε 15 Μαΐου, 2023, από <https://hellanicus.lib.aegean.gr/handle/11610/20833>

6+1 ξένες ταινίες με αέρα... Κερκυραϊκό!. (2020, 19 Οκτωβρίου). sindetiras.gr. Ανακτήθηκε 26 Ιουλίου, 2023 , από <https://www.sindetiras.gr/neo/6-1-xenes-tainies-me-aera-kerkyraiko/>

Ashworth, G., & Goodall, B. (1990). *Marketing Tourism Places (RLE Tourism)*. Routledge.

Beeton, S. (2006). *Understanding film-induced tourism*. *Tourism analysis*, 11(3), 181-188.

Burgess, J., & Gold, J. R. (2015). *Geography, the media and popular culture*. Routledge.

Crompton, J. L. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.

Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, 4(4), 184-194.

Film Office Ionian Islands. (χ.η.). Ανακτήθηκε 23 Ιουλίου, 2023, από https://ionianfilmoffice.eu/topothesia_t/kerkyra/

Hagener, M. & Töteberg, M. (2002). *Film: An International Bibliography*. Stuttgart: Metzler.

Heitmann, S. (2010). *Film Tourism Planning and Development—Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability*, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7:1, 31-46, DOI: 10.1080/14790530903522606

Hermes, F. (2005). *Alternative Tourism on Gran Canaria: The Diversification of Tourism Products as an Alternative to Mass Tourism*. Bachelor Thesis.

Holden, A. (1984). *Alternative Tourism: Report on the Workshop on Alternative Tourism with Focus in Asia*. Bangkok: ECTW

Kim, S. & O'Connor, N. (2011). *A cross-cultural study of screen-tourists' profiles*. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 141-158.

Leiper, N. (1979). The framework of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)

Rao, R. S., Kumar, C. G., Prakasham, R. S., & Hobbs, P. J. (2008). *The Taguchi methodology as a statistical tool for biotechnological applications: a critical appraisal*. *Biotechnology Journal: Healthcare Nutrition Technology*, 3(4), 510-523.

Riley, R. W., & Van Doren, C. S. (1992). *Movies as tourism promotion: A 'pull' factor in a 'push' location*. *Tourism management*, 13(3), 267-274.

Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg - Γιώργος & Κώστας Δαρδανός. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2023, από <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/EDS211/%CE%A3%CE%A5%CE%9D%CE%95%CE%9D%CE%A4%CE%95%CE%A5%CE%9E%CE%95%CE%99%CE%A3.pdf>

Statista Research Department. (2023, 16 Φεβρουαρίου). *Film industry in the United States and Canada - statistics & facts*. Statista. Ανακτήθηκε 19 Απριλίου, 2023, από <https://www.statista.com/topics/964/film/>

Tooke, N., & Baker, M. (1996). *Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations*. *Tourism management*, 17(2), 87-94.

Towner, J. (1995). What is tourism's history? *Tourism Management*, 16(5), 339–343.
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00032-j](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00032-j)

Travel. (2021, 28 Ιουλίου). *Οι κινηματογραφικές ταινίες ως μέσο προσέλκυσης τουριστών*. Ανακτήθηκε 16 Ιουνίου, 2023, από https://www.travel.gr/how_to_travel/oi-kinimatografikes-tainies-os-meso-p/

UNWTO. (χ.η.). *GLOSSARY OF TOURISM TERMS*. Ανακτήθηκε 3 Απριλίου, 2023, από <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Παραρτήματα

Ερωτηματολόγιο

Κινηματογραφικός Τουρισμός Κέρκυρας

Το ερωτηματολόγιο διεξάγεται από μία φοιτήτρια, του Τμήματος Τουρισμού, του Ιονίου Πανεπιστημίου για την Πτυχιακή της εργασία. Η έρευνα αυτή αφορά τις αντιλήψεις των κατοίκων της Κέρκυρας σχετικά με τον Κινηματογραφικό Τουρισμό στο νησί.

Το παρόν ερωτηματολόγιο δεν θα διαρκέσει παραπάνω από 5 λεπτά!

xristinaa.kats@gmail.com [Εναλλαγή λογαριασμού](#)

 Δεν κοινοποιήθηκε 

* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση

Είστε κάτοικος της Κέρκυρας; *

☐ Ναι

☐ Όχι

[Επόμενο](#) [Εκκαθάριση φόρμας](#)

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google. [Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πολιτική απορρήτου](#)

Google Φόρμες

Ερωτήσεις

Φύλο *

- ☐ Γυναίκα
- ☐ Άνδρας
- ☐ Άλλο

Ηλικία *

- ☐ 18 - 29
- ☐ 30 - 50
- ☐ 51 - 70
- ☐ 71 και άνω

Επάγγελμα *(Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απάντηση) **

- ☐ Φοιτητής/τρια
- ☐ Δημόσιος Υπάλληλος
- ☐ Ιδιωτικός Υπάλληλος
- ☐ Ελεύθερος Επαγγελματίας
- ☐ Άνεργος
- ☐ Συνταξιούχος

Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα *

- ☐ 0 - 15.000€
- ☐ 15.001 - 30.000€
- ☐ 30.001 - 45.000€
- ☐ Άνω των 45.000€
- ☐ Δεν ξέρω / Δεν απαντάω

Εκπαίδευση *

- ☐ Υποχρεωτική Εκπαίδευση
- ☐ Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση
- ☐ Τριτοβάθμια Εκπαίδευση
- ☐ Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό

Θεωρείτε ότι υπάρχουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νησί;

*

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Βασικά χαρακτηριστικά του αποτελούν:

- προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- αποφυγή των κλασικών τουριστικών προσφορών
- διατήρηση των οικοσυστημάτων
- αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία
- στήριξη αγροτικών περιοχών
- επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Δεν γνωρίζω

Γνωρίζετε την έννοια του Κινηματογραφικού Τουρισμού;

*

Ο κινηματογραφικός τουρισμός αποτελεί τουριστική δραστηριότητα, η οποία προκύπτει από την προβολή κινούμενων εικόνων, γνωστή και ως φιλμ. Ο όρος αυτός περιλαμβάνει την τηλεόραση, τα προ ηχογραφημένα προϊόντα, όπως βίντεο, DVD και Blue-Ray και πλέον έχει επεκταθεί και στα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Θεωρείτε ότι υπάρχει Κινηματογραφικός Τουρισμός στο νησί; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Δεν γνωρίζω

**Γνωρίζετε την ύπαρξη του Film Office (Γραφείο Διευκόλυνσης
Οπτικοακουστικών Παραγωγών) της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων; ***

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Σημειώστε το βαθμό στον οποίο συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις *
που αφορούν τον Κινηματογραφικό Τουρισμό

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ, Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Είναι διαδεδομένη εναλλακτική μορφή τουρισμού	☐	☐	☐	☐	☐
Συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου	☐	☐	☐	☐	☐
Συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη	☐	☐	☐	☐	☐
Βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων	☐	☐	☐	☐	☐
Αποτελεί πηγή πρόσθετων εσόδων για τους κατοίκους	☐	☐	☐	☐	☐
Οδηγεί στην αλλοίωση του πολιτισμικού χαρακτήρα της περιοχής	☐	☐	☐	☐	☐
Οδηγεί στην αλλοίωση των οικοσυστημάτων	☐	☐	☐	☐	☐
Αυξάνει την περιβαλλοντική ρύπανση	☐	☐	☐	☐	☐

**Κατά την άποψή σας τα παρακάτω μπορούν να αποτελέσουν κίνητρα έλξης *
μιας κινηματογραφικής παραγωγής στο νησί;**

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ, ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Καλές υποδομές	☐	☐	☐	☐	☐
Φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον	☐	☐	☐	☐	☐
Γαστρονομία τόπου	☐	☐	☐	☐	☐
Φιλοξενία των ντόπιων	☐	☐	☐	☐	☐
Καλό φυσικό κλίμα	☐	☐	☐	☐	☐
Ποικιλία δραστηριοτήτων	☐	☐	☐	☐	☐
Οργάνωση και προσφορά πακέτων από τις ξενοδοχειακές μονάδες	☐	☐	☐	☐	☐

**Γνωρίζετε κινηματογραφικές ταινίες ή σειρές που έχουν γυριστεί
παλαιότερα στο νησί;**

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Εάν ναι, θεωρείτε πως ο κινηματογραφικός τουρισμός επηρέασε θετικά το νησί;

- ☐ Διαφωνώ απόλυτα
- ☐ Διαφωνώ
- ☐ Ούτε διαφωνώ, Ούτε συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ απόλυτα

Γνωρίζετε πως οι παρακάτω ταινίες/σειρές έχουν γυριστεί εξ ολοκλήρου ή *
σε ένα βαθμό στην Κέρκυρα;

	Ναι	Όχι	Δεν γνωρίζω γενικά την ταινία/σειρά
Σίσου: Η πονεμένη Αυτοκράτειρα (1957)	☐	☐	☐
Η αρχόντισσα κι ο αλήτης (1968)	☐	☐	☐
Ο Εκτελεστής (1970)	☐	☐	☐
Η κόμησσα της Κέρκυρας (1972)	☐	☐	☐
Ο Έλληνας Μεγιστάνας (1978)	☐	☐	☐
Τζέιμς Μποντ, πράκτωρ 007: Για τα μάτια σου μόνο (1981)	☐	☐	☐
Περί ανέμων και υδάτων (2000-2003)	☐	☐	☐
Η οικογένειά μου και άλλα ζώα (2005)	☐	☐	☐
Σκλάβοι στα δεσμά τους (2008)	☐	☐	☐
The Durrells (2016- 2019)	☐	☐	☐

Γνωρίζετε την καινούρια σειρά, του Χριστόφορου Παπακαλιάτη, Μαέστρο; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Συμμετείχα με κάποιο τρόπο στην παραγωγή

Γνωρίζετε πως κάποιες σκηνές έχουν γυριστεί στην Κέρκυρα; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Εάν ναι, θεωρείτε πως θα επηρεάσει θετικά τον τουρισμό στο νησί;

- ☐ Διαφωνώ απόλυτα
- ☐ Διαφωνώ
- ☐ Ούτε διαφωνώ, ούτε συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ απόλυτα

Γνωρίζετε ότι το μεγαλύτερο μέρος από την νέα ταινία "Γάμος αλά ελληνικά 3" έχει γυριστεί στην Κέρκυρα; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Συμμετείχα με κάποιο τρόπο στην παραγωγή

Θεωρείτε ότι θα υπήρχε ενδιαφέρον εάν πραγματοποιούνταν οργανωμένες *
επισκέψεις σε πραγματικές τοποθεσίες στην Κέρκυρα, όπου έχουν
απεικονιστεί σε παραγωγές ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων;

- ☐ Διαφωνώ απόλυτα
- ☐ Διαφωνώ
- ☐ Ούτε διαφωνώ, Ούτε συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ απόλυτα

Θεωρείτε ότι θα υπήρχε ενδιαφέρον να δημιουργηθούν θεματικά πάρκα και *
αξιοθέατα που αφορούν κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές στο
νησί;

- ☐ Διαφωνώ απόλυτα
- ☐ Διαφωνώ
- ☐ Ούτε διαφωνώ, Ούτε συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ
- ☐ Συμφωνώ απόλυτα

[Πίσω](#)

[Επόμενο](#)

[Εκκαθάριση φόρμας](#)

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google. [Αναφορά κακής χρήσης](#) -
[Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πολιτική απορρήτου](#)

Google Φόρμες

Τέλος Ερωτηματολογίου

Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο σας!

Πίσω

Υποβολή

Εκκαθάριση φόρμας

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google. [Αναφορά κακής χρήσης](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πολιτική απορρήτου](#)

Google Φόρμες