

السياحة الدرامية... التمدد الناعم للتجربة التركية

Drama tourism... the soft extension of the Turkish experience

ليلى فرشة.

جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة (الجزائر)، leilalamir09@yahoo.fr

تاريخ النشر: 31 / 12 / 2022

تاريخ القبول: 01 / 12 / 2022

تاريخ الاستلام: 22 / 10 / 2022

ملخص:

يعتبر القطاع السياحي من أهم القطاعات الاقتصادية الحالية، والتي تعتمد الاستدامة في نشاطها ومدخلاتها، لذا ارتفع التنافس بين دول عدة نحو هذا القطاع. وفي ظل الأهمية التي اكتسبها الإعلام السياحي لدعم الترويج وتنافسية الدول للاستقطاب السياحي؛ عمدت أغلب الدول إلى الاعتماد على الصناعات الإعلامية لتقديم صورة سياحية قوية عنها، وهو ما قامت به تركيا في مساعيها للمنافسة السياحية، بحيث قدمت نفسها ضمن الدراما التركية التي صورت الأماكن وكل مقومات السياحة ومرافقها، فأصبحت هذه الدراما نقطة ارتكاز وعامل جذب محوري للسياح، ونقطة فاصلة في الخطط السياحية لهؤلاء الوافدين إلى تركيا، ليعيشوا تجربة واقعية سبقتها تجربة بصرية عاشوها عبر تلك الدراما. وقد جاءت هذه الدراسة لتوضح كيف دعمت الدراما التركية السياحة في تركيا من خلال عامل الجذب وتقديم كل المقومات ضمنها وأثرها المسجل في زيادة عدد السياح نحو تركيا.

الكلمات المفتاحية: الإعلام السياحي؛ التمدد الناعم؛ الدراما التركية؛ أثر الدراما التركية على التنمية السياحية؛ مقومات السياحة في تركيا.

Abstract:

The tourism sector is considered one of the most important current economic sectors, which depends on sustainability in its activities and inputs. Therefore, competition has increased between several countries towards this sector. In light of the importance of the tourism media to support the promotion and competitiveness of countries to attract tourism; Most countries have relied on the media industries to present a strong tourist image, which is what Turkey has done in its efforts to compete with tourism, as it has presented itself within the Turkish drama that depicts places and all the elements of tourism and its facilities. In the tourism plans of these arrivals to Turkey, to live a realistic experience preceded by a visual experience through that drama. This study came to show how Turkish drama has supported tourism in Turkey through the attraction factor, presenting all the ingredients within it, and its recorded impact on increasing the number of tourists to Turkey.

Keywords: Elements of tourism in Turkey; soft stretching; tourism media; The impact of Turkish drama on tourism development; The Turkish Drama.

1. مقدمة

لم يعد خفياً أن السياحة غدت من أهم الصناعات في العالم لما تحققه من مردود اقتصادي، مما جعلها تشكل قوة اقتصادية مهمة خاصة في البلدان المهتمة بهذا القطاع وأصبح الشغل الشاغل لهذه الدول والعالم كله هو كيفية المحافظة على هذا المورد المهم للدخل الوطني للكثير من البلدان، وفي ظل التزاحم الذي تشهده البلدان السياحية من عوامل المنافسة المتنوعة، كان لابد من بذل كل جهودها لابتكار طرق وأساليب جديدة من أجل تقريب صورتها السياحية لدى المستهلكين، وكان دخول الإعلام السياحي أحد هذه الطرق من خلال وسائله المتعددة، حيث بات يشكل حلاً من الحلول الجذرية للتنمية السياحية لرسمه صورة حسنة عن البلد السياحي.

ولا يمكن أن نغفل بأي حال من الأحوال دور الدراما في رسم الصورة الذهنية للمقصد السياحي، فبعد المسلسلات التركية المدبلجة التي تبث الآن في القنوات العربية، صارت تركيا من أكثر المقاصد السياحية التي يتردد عليها السائحون العرب، وحتى من لا يملكون القدرة المالية على الزيارة في الوقت الراهن يرون تركيا على أنها من أفضل الأماكن التي يأملون في زيارتها.

مشكلة الدراسة

تلعب الأفلام والمسلسلات دوراً محورياً في تكوين الصورة الذهنية للعديد من الموضوعات والقضايا، بل وتجاوز دورها إلى ترسيم الصور الذهنية للدول ذاتها، وتعتبر تركيا من البلدان التي أحسنت استغلال تلك الأعمال بشكل ترويجي وتسويقي أدى إلى حدوث طفرة سياحية واسعة، فضلاً عن تحسين الصورة الذهنية لتركيا كدولة مما عمل على تنشيط حجم مبيعاتها، وبناء على ذلك جاءت هذه الورقة البحثية بهدف استعراض دور الدراما التركية في الترويج للسياحة من خلال المحاور التالية:

- مدخل مفهومي
- مقومات السياحة في تركيا
- الدراما التركية...عوامل النجاح
- الدراما مدخلاً للسياحة
- أثر الدراما التركية على التنمية السياحية

أولاً: مدخل مفهومي

1. الإعلام السياحي

يشكل جهداً اتصالياً يهدف إلى التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء أكانت طبيعية أم أثرية تاريخية أم فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي، وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد (السيد، 1997).

كما يركز الإعلام السياحي على التعريف بالتسهيلات السياحية التي تقدم للسياح، والمواقع والمراكز والاستثمارات السياحية والترفيهية، وعلى الجوانب الثقافية والاقتصادية لحركة السياحة (السيد، 1997). ويمكن أن نعرفه بأنه أحد أشكال الإعلام الحديث يتناول موضوعات وقضايا السياحة عن طريق مختلف وسائل الإعلام بهدف التعرف بما يحتويه البلد من معالم سياحية من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور.

2. الدراما التركية

هي سلسلة حلقات متتابعة كتب نصها الأصلي باللغة التركية ويؤدها ممثلون أتراك في الغالب وقامت شركات انتاج فنية متعددة بدبلجتها إلى اللغة العربية الفصحى أو بإحدى اللهجات المحلية ومن ثم بثها على الفضائيات العربية (طوال، 2019).

3. التمدد الناعم

المفهوم مشتق من القوة الناعمة التي تعني قدرة الفاعل على التأثير في إدراكات وتفضيلات وحسابات وسلوكيات الآخرين اعتماداً بصورة أكبر على الموارد غير المادية ذات الصلة بآليات التأطير والإقناع والجاذبية سواء بشكل تعاوني جاذب للآخرين أو استغلالي يتلاعب بمصالحهم أو يهددهم بالتأطير السلبي، مع مناعة الفاعل في مواجهة الخضوع لمثل هذه الآليات خاصة الاستغلالية منها (معوّض، 2019).

ثانياً: مقومات السياحة في تركيا

تشكل السياحة أحد أهم أعمدة الاقتصاد التركي وخاصة في العقود الأخيرة، فقد وصل عدد السياح الأجانب في تركيا إلى 24.7 مليون سائح خلال أول 7 أشهر من 2019، محققاً نمواً بنسبة 14.11% على أساس سنوي، وحسب بيانات وزارة الثقافة التركية، سجّلت أعداد السياح الأجانب في تركيا ارتفاعاً بنسبة 16.67% خلال يوليو/تموز 2019، بما يعادل 6.6 ملايين، مقارنة بنفس الشهر من العام الماضي (TRT عربي، 2019).

وحلّ الروس في المرتبة الأولى من بين الجنسيات الأكثر زيارة لتركيا، كما حقّق قطاع السياحة في تركيا خلال 2018 رقماً قياسياً بـ 40 مليون سائح أجنبي، وفق أرقام رسميّة، منهم قرابة 12 مليوناً زاروا إسطنبول، وبلغت عائدات قطاع السياحة التركي نحو 30 مليار دولار خلال 2018، وسط توقّعات بنمو العائدات 10% بنهاية العام الجاري بعدد سياح يتجاوز 43 مليون سائح، وتستهدف تركيا استقبال قرابة 70 مليون سائح أجنبي سنوياً بحلول 2023، حسب خطة وضعها وزارة السياحة التركية (TRT عربي، 2019).

وتحتل تركيا موقعا استراتيجيا مهما فهي تعد مفترق طرق بين "أوروبا وآسيا"، وبهذا امتلكت ميزة جغرافية هامة، إضافة إلى اهتمام الأطراف المعنية بقطاع السياحة والعمل المستمر على تطويره خصوصا الساحل الجنوبي الذي يشتهر بجمال طبيعته وشواطئه الطويلة، بالإضافة إلى العديد من المناطق السياحية الأخرى، ومن أهم تلك المقومات وجود (<https://www.turkey-post.net/p-87102>):

1. سياحة دينية: عملت تركيا على تطوير السياحة الدينية عن طريق حصر وجرد الآثار المتبقية من الديانات الثلاث وأماكن العبادات.

2. سياحة جبلية: باتت تركيا تستقطب هواة تسلق الجبال والرياضات الشتوية، بما فيها من جبال شامخة الارتفاع، وتكوينات أرضية فريدة مثل جبل "بولكار"...

3. سياحة علاجية: تمتلك تركيا مؤسسات الرعاية الصحية والينابيع الساخنة ومراكز العلاج، التي تستقطب زوارا بغرض السياحة والعلاج الطبي والطبيعي أو التأهيل ومختل الخدمات الصحية.

4. سياحة البلاد والتضاريس: يتواجد بتركيا تضاريس وخواص مناخية مميزة بالإضافة إلى مناظر طبيعية خلابة، وأنماط حياة تقليدية تغلب عليها العناصر الريفية، وأراضي شاسعة مناسبة لتسلق الجبال، وركوب الخيل وغيرها من الهوايات.
5. سياحة اليخوت: تركيا بلد يحيطه كل من "البحر الأبيض المتوسط" و"البحر الأسود" و"بحر إيجه" وبحر مرمرة" بالإضافة إلى وجود الخلجان والمضايق التي استهدفت رواد اليخوت ومحبي هذه السياحة.
6. سياحة الصيد: تضاريس تركيا وأشكال الحياة النباتية فيها مناسبة جدل للصيد، بالإضافة إلى تقنين الصيد فيها، جعل سياحة الصيد فيها في تنامي مستمر
7. سياحة الرياضات الشتوية: عملت منظمات تركية على اختيار 25 منطقة اعتمدت كمناطق جذب للسائحين المهتمين بالرياضات الشتوية كرياضة التزلج.
8. سياحة المؤتمرات: تعد تركيا مكانا مناسباً للمؤتمرات والملتقيات والتجمعات وهذا راجع لموقعها الذي تلتقي فيه قارتي أوروبا وآسيا، بالإضافة إلى وجود مبان فخمة للمؤتمرات، وسهولة الرحلات إلى المدن الرئيسية، والتكاليف المتدنية مقارنة بغيرها.

ثالثاً: الدراما التركية...عوامل النجاح

لعقود متعاقبة، اعتاد المشاهد العربي أن تكون القاهرة هي عاصمة الإنتاج الدرامي الأولى في المنطقة، وما صاحب ذلك ونتج عنه من انتشار للهجة، ونمط الحياة، والثقافة المصرية، وبينما كانت الدراما المصرية تشهد تراجعاً، أمام مزاحمة نظيرتها السورية، وصعود الدراما الخليجية، إضافة إلى الدراما اللاتينية والغربية المدبلجة، حدث التحول الأكبر، خلال الأعوام القليلة الماضية، ليختلف المشهد؛ فمند عرض مسلسل "نور" التركي في صيف العام 2008، بدأ متابعو الدراما بالاتجاه نحو قبة جديدة، لكنّ الوجهة هذه المرة لم تكن دولة عربية، لقد كانت تركيا، والمسلسلات المنتجة فيها، والمدبلجة بعد ذلك، لتكون ناطقة باللهجات العربية العامية المختلفة.

ولم يكن تطور الدراما التركية في الوطن العربي فقط، بل شمل عدة دول ليبلغ نحو 76 دولة وبلغ عدد مشاهديها 150 مليون شخص، بمعدل 10500 ساعة، وحققت عوائد بقيمة 65 مليون دولار، فقد احتلت الدراما التركية، وفق تقرير نشرته "بي بي سي"، المركز الثاني عالمياً، بعد الولايات المتحدة، من حيث الانتشار؛ إذ باعت تركيا، عام 2011، أكثر من 10,500 ساعة درامية، تابعها حوالي 150 مليون مشاهد في 76 دولة (بشير، 2018).

وبحلول نهاية عام 2013، جلب قطاع الدراما 150 مليون دولار في مدخلات التصدير إلى البلاد، كما ارتفع متوسط سعر الحلقة الواحدة من المسلسلات التركية، في العالم العربي من 500 دولار عام 2007، إلى 50 ألف دولار عام 2017 (يوسف، 2018).

ووفقاً لبيانات التنسيق الدبلوماسية العامة لرئاسة الوزراء التركية، فإن تركيا تنتج نحو 100 عمل درامي سنوياً، تُصدّر منها قرابة 15 عملاً إلى دول الشرق الأوسط والبلقان وأمريكا اللاتينية وغيرها، ويصل عدد مشاهدي الأعمال التركية إلى 400 مليون مشاهد خارج تركيا (طوال، 2019).

وأوضح التقرير الصادر عن "هيئة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية" بتركيا أن 74% من مواطني العالم العربي يتابعون عملاً درامياً تركياً واحداً على الأقل ويعرفون اسم فنان تركي على الأقل، كما تضمن التقرير استطلاع رأي في سبع دول عربية يوضح زيادة تعلق المواطن في هذه الدول بتركيا من 75% إلى 80% خلال السنوات الثلاث الأخيرة (سمير، 2018).

وقد أعلن رئيس مجلس الصادرات التركي، أنّ بلاده تسعى للوصول إلى رقم "ملياري دولار" من تصدير المنتجات الثقافية، وفي مقدّمها الدراما، بحلول عام 2023، وهو ما رأى إمكانية تحقيقه بسهولة، مع تزايد عدد المسلسلات المنتجة سنوياً، التي يفوق عددها حالياً المئة مسلسل سنوياً (سمير، 2018).

ولم يكن نجاح الدراما التركية وليد الصدفة، بل كان نتيجة عدة مقومات تميزت بها الدراما التركية عن غيرها من الأعمال جعلها تحتل مكانة في العالم العربي ودول أخرى، ما لفت أنظار المراقبين ودعاهم للبحث في أسباب انجذاب المشاهدين لها (زرقيين والعلمي، 2019):

✓ ضخامة الإنتاج التركي كما وكيفا، على سبيل المثال كان إنتاج مسلسل حريم السلطان بميزانية 17 مليون دولار.

✓ قرب تركيا دينيا واجتماعيا من الدول التي تصدر لها مسلسلاتها، واكتشافهم من خلالها لتركيا المسلمة ذات الطابع الأوروبي.

✓ الدقة في التصوير باستخدام تكنولوجيات متطورة، والاعتماد على التصوير الخارجي في الطبيعة بدل التصوير في الاستوديوهات والمنازل.

✓ تعكس أفكار المسلسلات التركية أنها تشترك في تقديم أفكار لا يمكن إنكار قيمتها الإنسانية العامة على الرغم من بساطتها، فالفكرة في ذاتها ليست مقيدة بنطاق جغرافي أو بإطار زمني بعينه، كما أنها ليست محل اهتمام وتقدير مجتمعات أو قطاعات مجتمعية دون سواها، إنما هي ذات بعد إنساني عام، ويشترك في الاهتمام بها البشر عموماً، بغض النظر عن موطنهم أو جنسهم أو لونهم (النشار، 2016).

✓ رسم الشخصية في المسلسلات التركية عملية ممنهجة تمر بعدد من المراحل وتصاغ من خلال فريق عمل محترف، فتكون شخصية قابلة للتطوير في سياق أحداث المسلسل، وتصمد لمئات الحلقات والأجزاء المتوالية، وتتجدد باستمرار فلا يتم كشف خصائصها كلها دفعة واحدة، بل بالتدرج من خلال أحداث تمر بها وتعبر عنها (النشار، 2016).

✓ استخدام عنصر التشويق والقصص الخيالية الدرامية والروايات التاريخية، علاوة على إخراج مُبهر ونجوم ذوي وسامة خارقة، وحبكة درامية مُتصلة غير مُنفصلة كحال السيتركومات العربية، قد تمتد في مسلسل واحد من 4 أو 5 أجزاء إلى ما يزيد عن 250 حلقة، ومن هناك يظل المشاهد العربي مشدوداً إلى التلفاز لأزيد من سنة أحياناً، وهو عمر مسلسل "حريم السلطان" بأجزائه الأربعة على سبيل الذكر لا الحصر (زرقيين والعلمي، 2019)، فالمسلسلات التركية المدبلجة لا تحوي حبكة واحدة بل عدداً من الحككات، تتوزع بين رئيسي وفرعي، في مسارات متوازنة ومتقاطعة، لكن هدفها الواضح إبقاء المشاهد في حالة من التشوق الدائم للمتابعة (النشار، 2016).

✓ المستوى الاجتماعي وطريقة الحياة التي يظهر بها ممثلو المسلسلات التركية، وقد وصفت مصممة الأزياء نعيمة العجمي الملابس في المسلسلات التركية المدبلجة بالأناقة على الرغم من بساطتها، هذا فضلاً عن تناسق الألوان وتدرجها بما يعكس حالات المواقف الدرامية، فهناك وحدة ألوان مدروسة بعناية مع ابتكار في التصميم وتوظيف جيد للأحجار الكريمة، وتشهد العجمي بالتفوق في تنفيذ الملابس في تلك المسلسلات واستخدام الخامات المحلية والاهتمام بأدق التفاصيل لكي يكتمل الشكل الجمالي للعمل (النشار، 2016).

✓ العناية بالتفاصيل، حي يلاحظ التدقيق في كل قطعة ديكور، ومدى التناسق بينها، وملاءمتها للحدث والزمان والمكان، وكذلك الاستوديوهات الداخلية والتي كانت مبنية بتقنية عالية وذوق رفيع (النشار،

(2016)، فالديكور في مسلسل حريم السلطان مدروس بشكل جيد ومصمم بفخامة ترضي مشاهد ذلك الزمان وإن لم تكن على ذلك المستوى من الفخامة في حقيقتها التاريخية، ولكن هناك تجميل في مصلحة العمل الفني (النشر، 2016).

- ✓ اللهجة السورية المستخدمة في دبلجة المسلسلات التركية، إضافة إلى أن الدبلجة تتم بحرفية عالية من خلال اختيار الألفاظ القريبة من حركة شفاه الممثلين الأتراك مما يقرب حالة المعاشاة العربية للأحداث، وجعله سهل الوصول إلى وجدان وفكر أفراد المجتمع (طوال، 2019).
- ✓ المعالجات الإخراجية الرقمية المتمثلة في مؤثرات صوتية ذات إمكانات عالية، والموسيقى المبدعة واللحن المميز النابع من ثنايا تلك الدراما وبيئتها الطبيعية، حيث يلاحظ بشكل عام انسجام بين مشاهد الجينيرك والموسيقى التي استطاعت ترجمة بعض الصور والمشاهد والأفكار، بشكل قريب من الحدث، إضافة إلى إضفاء الجمالية على المشاهد ووضع المتفرج في أجواء العمل الدرامي، يقول الملحن تامر كروان إنها: "تتسم بالالتقان والدراسة، وهي موسيقى يظهر فيها بوضوح التعبير عن حالة نفسية معينة يستدعيها سياق المسلسل وتفرضها أحداثه، مع التمييز الواضح بين الموسيقى الكلاسيكية وتلك الرومانسية" (النشر، 2016).

رابعاً: الدراما مدخلا للسياحة

- لم يقتصر دور الدراما التركية على المشاهدة فحسب، بل لعبت دوراً مهماً في تنشيط الحركة السياحية، فقد استطاع صناع الدراما التركية تسخير الفن لإبراز الشكل الجمالي، حيث يتم اختيار أجمل المناظر، التي تبرز جمال البلد (تركيا) وتجعله مقصداً للسائحين.
- وقد فتح التعلق والاندهاش الكبير بالمسلسلات التركية الباب على مصراعيه لدخول آلاف السياح إلى تركيا، ومن جميع الدول العربية، وتوافد على زيارة هذا البلد الكثير من السياح الذين لم تكن تركيا تدخل ضمن أجندتهم السياحية، وتؤكد كل المؤشرات أن الدراما التركية لعبت دور الدليل المادي للبيئة التركية، فكانت خلفية لمناظرها الخلابة، وحياتها المتطورة والسريعة من خلال ما يلي:
- ✓ الخدمات المرفقة التي كانت تبرز في الدراما التركية بشكل ملفت ففي العديد من المشاهد تظهر سهولة التنقل ووجود مواصلات في كل الأوقات، أو تظهر سهولة سحب النقود حتى في وقت متأخر من الليل، بالإضافة إلى أماكن الإيواء من فنادق ومجمعات الفاخرة منها والبسيطة (زرقين والعلي، 2019).
- ✓ طول مدة عرض المسلسلات التركية وبالتالي طول مدة الترويج للسياحة ساهم في بناء صور حسنة لدى المشاهد وإقناعه أن تركيا بلد سياحي يستحق الزيارة.
- ✓ استخدام عدسات الكاميرا والإخراج الجيد للمشاهد خاصة منطقة مضيق "البوسفور" في اسطنبول ومعها الجسر الذي يربط بين آسيا وأوروبا الذي يظهر أكثر من مرة في الحلقة بتصوير محترف ومميز يجذب الأنظار (زرقين والعلي، 2019).
- ✓ تلعب الإضاءة دورها في رسم الجو العام للقطعة مما يشد ناظر المشاهد، وهذا بالفعل ما حدث في الدراما التركية التي ركزت على الجانب النفسي المتمثل في تعلق الإنسان بالصورة المرتبطة بالحكاية فصورت بذلك للمشاهد أن تركيا "جنة على الأرض"، فمن الصعب نسيان صورة منظر البحر المحتضن لقصص إنسانية مؤثرة ومنظر الحدائق العامة التي تكثر فيها زقزقة العصافير أو الأشجار الهادئة التي تداعب شعر النجمات، والأنهار والأماكن العامة المخصصة للجلوس، يقول المخرج أيمن أبو المكارم: "أسهم التصوير الخارجي في إضفاء نوع من الجاذبية على المسلسل، فبفضل كاميرات

التصوير الخفيفة وأدوات الإضاءة المحمولة، تذهب عين المشاهد إلى المناظر الطبيعية الخلابة، وتجول بين المواقع الحديثة والأثرية في تركيا، فكأنها تطبعك على القديم والجديد في سياحة تبدو في الخلفية وكأنها غير مقصودة، وإن كانت واعية تماما (النشار، 2016).

✓ على الرغم من أن السياحة تعاني بشكل عام من موسمية الطلب حيث يتقلص أعداد الوافدين خاصة في فصل الشتاء، لكن تركيا من خلال الدراما غيرت الموازين فكانت تعرض في كل مرة منظر النجوم وهم يسيرون في الطرقات الممتلئة بحركة الأشخاص أثناء هطول الثلوج أو الأمطار وسهولة تنقلهم واستمتاعهم بذلك دون الحاجة إلى ارتداء ملابس شتوية كثيرة، وقيامهم بكل النشاطات التي كانوا يقومون بها في الفصول الأخرى ناهيك عن قيام الممثلين برحلات شتوية إلى أعالي الجبال وممارسة التزلج، فنقل هذه الصور عن السياحة الشتوية موازنة مع جهود تركيا الترويجية لهذه السياحة جعلها تزيد من أعداد الوافدين في فصل الشتاء.

✓ قدرة الديكور على الإيحاء بأنافة المزاج التركي العام في اختيار أثاث المنازل وتناسق ألوان الطلاء وتماشيها مع الأرضيات، وفي كل ذلك لم يكن ثمة ما يشير إلى تعارض مع حقيقة الشخصيات، فمنازل الشخصيات الثرية تميزت بالفخامة وأناقة التأثيث، عكس منازل الفقراء التي اتسمت بالبساطة التي عبرت عن رقة حالهم، وإن لم تخل من لمسة جمالية مقصودة (النشار، 2016).

✓ كسرت المسلسلات التركية والمبدلجة حاجز المكان فخرجت من أبواب البلاتوهات المغلقة إلى رحاب الأماكن المفتوحة، فنجحت في جذب عين المشاهد عن طريق التنوع والتنقل ما بين أماكن تصوير مختلفة وجميلة في الوقت نفسه، فانتقلت الصورة بين الريف بأزقته الضيقة ومبانيه ذات الأسوار المرتفعة إلى المدينة بشوارعها الواسعة وقلاعها الشاهقة وأضوائها المبهرة، كما تميز التصوير بالتنوع بين المشاهد المختلفة واستخدام زوايا مبتكرة (النشار، 2016).

• لماذا تراجعت الدراما المصرية وتفوقت التركية؟

في الوقت الذي تفوقت فيه الدراما التركية وتمكنت من فرض نفسها على الفضائيات العربية، تراجعت فيه الدراما المصرية رغم احتكاكها لسنوات طويلة بالشاشات العربية، واستطاعت أن تكون واجهة لأماكن السياحة، لكن ليس بما يحقق أعدادا كبيرة في عدد الزائرين لها.

فقد كانت في بدايتها تظهر حياة الرفاه التي يعيشها الفرد المصري، وكان يصاحب ذلك صور لأماكن سياحية مختلفة، وبعدها أصبحت الدراما المصرية محصورة في القضايا الاجتماعية مثل قضايا الظلم والفقر وغيرها، فكانت بذلك تعرض الحارات الشعبية الفقيرة وحياة الفرد المصري المتعبة.

وركزت على التصوير في الاستوديوهات والأماكن المغلقة، أو التصوير في "لبنان" و"أمريكا" دون الاستفادة من طبيعتها ومعالمها السياحية كهر النيل والبحر الأحمر، فشكلت بذلك صورة سلبية عن الواقع المصري المعاش، وتراجعت معها صورة مصر السياحية.

ومن أسباب تراجع الدراما التاريخية المصرية تراجع صور معالم مصر الأثرية، وذلك بسبب القيود الرسوم المفروضة على منتجي الدراما التاريخية، التي دفعهم إلى إنشاء استوديوهات في تونس و"المغرب" لتصوير أعمال درامية للحضارة الفرعونية، وسببت أيضا تراجع الطلب الدولي على التصوير في مصر فقد حاول مخرج عالمي التصوير في مصر فيلما بعنوان "الكز المفقود" تدور أحداثه في معالم الحضارة الفرعونية، غير أنه فشل في ذلك وأعلن أن التصوير في مصر مستحيل، وخسرت بذلك مصر فرصة إظهار مقومتها السياحية والأثرية خاصة للعالم (أبو حمد، 2013).

خامساً: أثر الدراما التركيبية على التنمية السياحية

ساهمت الدراما التركيبية، على نحو كبير في زيادة العائد السياحي للدولة، وذلك من خلال ما تعرضه من مناظر طبيعية، وأماكن سياحية، ومعالم تاريخية، إضافة إلى مختلف أنواع الأطعمة، وقد انعكس هذا الترويج على زيادة أعداد السياح إلى تركيا، خلال الأعوام الأخيرة، وخصوصاً من الدول العربية، وبالتالي، ضَخَّ مبالغ مهمة طائلة من العملة الصعبة في القطاع المالي، وتنشيط قطاعات اقتصادية أخرى، من نقل ومطاعم وفنادق، وخلق مزيد من فرص العمل والاستثمارات الجديدة.

الدراما التركيبية، لم تنجح في نقل الصورة عن المجتمع التركي للمشاهد العربي وحسب، بل نقلت له صورة عن أناقة المناطق السياحية، وجمال الطبيعة في تركيا، ما أثار شهية المواطن العربي، وجعله يتخذ من الدراما التركيبية خياراً واسع الانتشار، وفي شكل لم يكن متوقعاً أبداً، إلى جانب اتخاذها لتركيا خياراً سياحياً، لقضاء عطلة الصيف، في الأماكن التي تمَّ فيها تصوير أعماله المفضلة.

وهكذا، سيتابع السائح العربي مسلسله المفضل، وهو يتجول في الأماكن التي تمَّ فيها تصوير هذا العمل وبهذا، تكون الدراما التركيبية قدَّمت إنجازاً كبيراً لبلادها، بأن صارت مدخلاً للتسويق السياحي لها في البلاد العربية، ووفَّرت على تركيا التي تجمع بين أصالة الشرق وأناقة الغرب، حتَّى في الدراما، ملايين الدولارات لعمليات الدعاية والإعلان والتسويق السياحي في حين ما زالت الدراما العربية منهكة في التسويق للأفكار السياسية، أو العرَف من التراث، بداعي الحفاظ على الأصالة، أو العودة إلى سير مشاهير العرب (أوسي، 2008).

وقد ازدادت الرحلات السياحية إلى تركيا زيادة ملحوظة خلال الفترة الأخيرة: إذ ارتفعت نسبة السائحين المغاربة بنحو 51%، ومن الإمارات بنسبة 21%، ويُذكر أن حوالي 80 ألف سعودي قضى إجازة عيد الفطر في تركيا، كما بلغ عدد السياح الوافدين إلى تركيا خلال سنة 2017 حوالي 39.9 مليون سائح لتحتل المرتبة السادسة عالمياً بعد فرنسا في المرتبة الأولى عالمياً بـ 88.9 مليون وإسبانيا بـ 82.2 مليون والولايات المتحدة في الترتيب الثالث بـ 72.9 مليون، الصين في المرتبة الرابعة بـ 59.3 مليون وإيطاليا في المرتبة الخامسة بـ 57.8 مليوناً، متفوقة على المكسيك التي احتلت المرتبة السابعة بـ 39.3 وألمانيا بـ 34.7 مليون (إحصائيات، 2021).

وتشير مصادر إن تركيا استقبلت حوالي 200 ألف سائح من أميركا اللاتينية في عام واحد 70% منهم من البرازيل والأرجنتين، معززة هذا التدافع إلى ما أحدثته المسلسلات التركية بدول أميركا اللاتينية وتحديداً مسلسل "ويبقى الحب" و"حريم السلطان" (بوردينغ، 2019)، حيث أسهم مسلسل حريم السلطان في زيادة إيرادات السياحة في تركيا بمعدل 20 مليار دولار وهو ما يؤكد علاقة الإعلام الفني بالسياسة والاقتصاد، ويؤكد أيضاً على أن صناعة الدراما يمكن أن تأتي بثمار جيدة على التنمية السياحية (زرقي والعلي، 2019).

وتُعتبر مدينة إسطنبول التاريخية غرب البلاد أكثر المدن التركية إقبالاً من قبل السائح العربي، لتحل مدينة بورصا، غرباً، بالمرتبة الثانية، التي تنشط فيها السياحة الطبيعية والتاريخية، ووصلت أشغال الفنادق فيها إلى نسبة 100% وفقاً لتقارير اقتصادية محلية، ووصلت عائدات قطاع السياحة خلال الربع الثاني هذا العام (أبريل/مايو/يونيو) إلى 8 مليار و980 دولار، بزيادة قُدِّرت بنسبة 7.9%، بالمقارنة مع الفترة ذاتها من العام الماضي (إرم نيوز، 2014).

وهو ما أرجعه عدد من خبراء السياحة إلى نجاح الدراما التركية في جذب المشاهدين، فقد صاروا يتلهفون لزيارة الأماكن التي تم التصوير فيها، كما أكد خبراء السياحة أن المسلسلات التركية خلقت ببطلاتها المتحركات وديكوراتها الساحرة إقبالا كبيرا للتعرف على هذا البلد القريب من أوروبا والشرق الأوسط، هذا وكشف "سيم بولاتوجولو"، صاحب مكتب سياحة بتركيا، أنه في غضون سنة واحدة تضاعفت الحجزات مرتين وازداد عدد السائحين العرب الوافدين إلى تركيا بشكل ملحوظ وارتفعت نسبة السياح العرب والأجانب إلى تركيا، كما وأعرب عن اعتقاده بأن المسلسلات التركية رفعت من نسبة الإقبال على زيارة تركيا، وهو ما بدأ مع عرض مسلسل "نور"؛ إذ أضى البطل مهند بابتسامته المميزة وعينييه الزرقاوين أيقونة سحرت المشاهدين العرب لرؤيته، وأوضح أنه في السابق كان السياح العرب يزورون المساجد في اسطنبول وحمامات بورسا، أما الآن فأضحت المنازل التي شهدت تصوير المسلسلات والممثلين قبله لسياح دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (زرقين والعلمي، 2019).

وقالت مصادر أن 40% من زوار تركيا في 2016 أحبوها وتعرفوا على أماكنها وطبائع أهلها من خلال المسلسلات الشهيرة كحريم السلطان ويبقى الحب وغيرها لافتين إلى قدرة المسلسلات على جذب أنظار متابعيها لرؤية المناطق الجميلة في البلاد كجبال الثلوج والغابات الخضراء والأسواق الشعبية وموائد الأطعمة العامرة وبعبدا عن النجاح اللافت الذي حققته المسلسلات التركية - فكرة وأداء - يبقى الإبداع في آليات توظيفها وتوجيهها سياحيا حيث يعتمد صناعها في إظهار الواقع الجميل والجاذب للحياة مما جعل الأكثرية يتخذون من تركيا وجهة سياحية أولى (بوردينغ، 2019).

كما تستوضح مشاهد المسلسلات عادات وتقاليد الشعب التركي الأمر الذي يثير إعجاب المشاهد لقرب هذه العادات مع التقاليد العربية، ليس هذا فقط بل يأتي تأكيد مسئولين سياحيين ليرمي إلى أن المسلسلات التي يتم تصويرها في منطقة بعينها كشمال تركيا أو غيرها تلقى بظلالها على زوار المنطقة ذاتها حيث يتوافد الزوار إليها بغية رؤية مناطق سحرها التي نقلها المسلسل بوضوح.

تأثير الدراما التركية سياحيا لم يتوقف عند إظهار جمال المناطق وبيان قرب العادات والتقاليد بل ينتقل انتقالة أخرى بعدما عمدت وزارة السياحة والثقافة باستغلال نجوم المسلسلات - ممن تمكنوا بأدائهم العالي من الرسوخ في أذهان المتابعين - بالشكل الأمثل للترويج لسياحة تركيا والصعود بأرقام الزوار الى السقف المنشود، لهذا دعت بضرورة الحفاظ على اللغة التركية والاكتفاء بالترجمة كتابيا دون الدبلجة مؤكدة أن أهم علامات نجاح القوة الناعمة التركية تكمن في زيادة أعداد السياح والإقبال المتزايد على تعلم اللغة التركية ، وفي هذا الصدد، يكشف محمد داويز، وهو مدير مدرسة لتعلم اللغات بمدينة الرباط، أنه قبل سنتين من اليوم قررت إدارة المدرسة افتتاح قسم خاص بتعليم اللغة التركية، الشيء الذي شهد تجاوبا ملحوظا من طرف عملاء المركز، وخصوصاً الفتيات، مُضيفاً أنه "اليوم يبلغ عدد طلاب اللغة التركية ستين طالبا، أي أربعة فصول (أمين الراوي، 2017).

وعن الأسباب التي تدفع المغاربة إلى تعلم هذه اللغة، يقول داويز لـ"الخليج أونلاين": "إن أغلب رواد هذه الفصول يُبدون إعجابهم بشخصيات تركية، أو بنمط العيش الذي يُشاهدونه في المسلسلات التركية المُدبلجة، وهو الشيء الذي دفعهم إلى تعلم هذه اللغة؛ إما حباً فيها وإما بنية السفر نحو بلاد العثمانيين، إما للسياحة وإما للبحث عن فرصة عمل والاستقرار هناك"، يضيف المتحدث (أمين الراوي، 2017).

هذا ولا يخفى علينا ايضا الدور الذي لعبته الدراما التركية في الترويج للصناعات التقليدية والحرف التي تعتبر عاملا مهما من عوامل الجذب السياحي، حيث فرضت السلعة التركية في الشرق الاوسط وشمال افريقيا وتمكنت من منافسة اجود السلع العالمية، وذلك من خلال توظيف اللباس التقليدي والديكور والأثاث والحلي والمجوهرات التركية وغيرها من الصناعات التقليدية في مضامين الاعمال الدرامية، فمثلا نجد ان مسلسل حريم السلطان وقفطان حريم السلطان اضافة الى ترويج الديكور والاثاث وفنون العمارة وغيرها، من الصناعات التقليدية والحرف التركية التي تعد من اهم عوامل الجذب السياحي (إحصائيات، 2021).

وقد شهدت الصادرات التركية من الإكسسوارات والحلي والديكور والنسيج التركي، تضاعفاً خلال الأعوام الأخيرة، كما تحولت تركيا إلى علامة مهمة فيما بات يعرف بـ "الموضة الإسلامية"، التي اخترقت الأسواق العربية مؤخراً بالتزامن مع الغزو الدرامي، وتمثلت في الملابس الفضفاضة ذات الألوان الزاهية وأغطية الرأس الملونة، وكشفت بيانات مؤسسة الإحصاء التركية أن قطاع السياحة حقق زيادة في العائدات بنسبة 7.9% خلال الربع الثاني من عام 2014 قياسا بالفترة ذاتها من العام الماضي، بإيرادات بلغت تسعة مليارات دولار (مبروك، 2014).

كما توصلت إحدى الدراسات إلى أن المسلسلات التركية المقدمة في الفضائيات العربية لها تأثير كبير على تغيير نمط الأثاث في البيوت الجزائرية، وأن آراء العينة حول فئات الاستبيان كانت معظمها ايجابية، كما أن عينة الدراسة ترى أن البيوت الجزائرية غيرت أثاثها إلى أثاث تركي (طوال، 2019).

وهو ما تفسره نظريات الاستهلاك التي تؤكد أن الاستهلاك لا تحكمه العوامل المادية فقط التي ترتبط باحتياج الفرد للسلعة أو جودتها، بل إن الفرد في الحقيقة يستهلك مجموعة المعاني والرموز والصور الذهنية المرتبطة بالسلعة، ويلاحظ أن اعجاب الأفراد بنمط وقيم ثقافة معينة، يزداد ميلهم لاستهلاك منتجاتها، الأمر الذي يشجع رغبتهم في الشعور بأن تكون حياتهم مطابقة لتلك الصور (الحفناوي، 2017).

وتشير بيانات وزارة الجمارك والتجارة التركية إلى أن الدراما التركية ساهمت في رفع حجم صادرات تركيا من الاكسسوارات والحلي والملابس وفنون الموضة والديكور بنسبة 8.92%، والألعاب الإلكترونية بنسبة 26.51%، والأعمال الروائية بنسبة 18.11%، وذلك خلال السنوات الأخيرة. ويؤكد الكاتب والباحث التركي هاقان ديمير، أن "لدى دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط شغفاً كبيراً بتركيا، جزء كبير منه بسبب المسلسلات التركية وما عكسته الدراما من صور جديدة ومختلفة قريبة إلى قلوب المشاهد العربي، فكان لها تأثير أعمق عليه للتعرف على العالم التركي وكانت أبلغ من تأثير أي عدد من المقالات (طوال، 2019).

ومما يزيد من قوة الترويج من خلال الدراما هو أن العملية تكون ضمنية وغير مباشرة فهي تستغل لحظات التعايش الوجداني مع أحداث الفيلم وشخصياته لتمرر رسائل ضمنية قوية عن المنتج وابرار محاسنه، فالصورة التلفزيونية تشكل دلالاتها من خلال تتابع اللقطات والمشاهد وهو ما تعتمد عليه نظرية المنتج ونجد أن الرسائل الترويجية تأتي بعد تسلسل مجموعة من اللقطات التي تستهدف في مجملها اقناع المتفرج بمنتجات أو خدمات معينة وحفظها في ذهنه (بوشاطح، 2019).

ا. خاتمة:

نجح الأتراك كل النجاح في استثمار " الفن " وتوظيفه بشكل إبداعي حتى أصبح اليوم أكثر الروافد السياحية جذبا لزائري البلاد، كما تمكّنوا من خلال الفكرة الراقية والسيناريو الموجه في جعل المسلسلات مرآة تعكس الوجه الحقيقي للحياة في تركيا، وتحقق لتركيا من وراء الدراما الخاصة بها ما لم تتخيله من مكاسب اقتصادية وثقافية وسياسية في الشارع العربي، حيث أصبح المئات من العرب يقضون عطلاتهم في تركيا، وأصبحت إسطنبول وجهة سياحية منافسة لكل من باريس ولندن.

وهو ما يستدعي تطبيق هذه التجربة في الجزائر، خاصة وهي تمتلك كل مقومات الجذب السياحي، مقومات تجعل الجزائر تستحوذ على أرضية خصبة لتنمية مستدامة في مجال السياحة، ليبقى فقط ضرورة الاهتمام بدور الاعلام بصفة عامة في الترويج لها والدراما بصفة خاصة باعتبارها من اقوى وسائل الاعلام انتشارا وتأثيرا.

الإحالات والمراجع:

❖ الكتب

- 01/ السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص (دراسة وتطبيق)، (ليبيا: جامعة قاريونس، 1997)، ص 56.
02/ غادة أحمد صلاح الدين النشار، دراسة تحليلية لعناصر البناء الدرامي في المسلسلات التركية المعروضة على الفضائيات المصرية، (مصر: جامعة القاهرة، 2016)، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الاعلام، ص 216.

❖ المجلات العلمية

- 03/ طيب بوشاطح، توظيف السينما في الترويج السياحي التجربة التركية انموذجا، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 07، العدد 04، 2019، على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/72976>، تاريخ الزيارة: 2019/10/16.
04/ هيبه طوال، تأثير المسلسلات التركية المقدمة في الفضائيات العربية على تغيير نمط الأثاث في البيوت الجزائرية، مجلة افاق للعلوم، جامعة زيان بن عاشور، الجلفة، المجلد 05، العدد 17، 2019، على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/98707>، تاريخ الزيارة: 2019/10/16.

- 05/ مصطفى محمود حسين أبو حمد، دور الدراما في رسم الصورة الذهنية للمقصد السياحي: دراسة مقارنة مصر وتركيا، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد 07، العدد 02، 2013، على الرابط: <https://journals.fayoum.edu.eg/index.php/Tourism/article/view/65>، تاريخ الزيارة: 2019/10/13.

❖ المواقع الإلكترونية

- 06/ مجدي سمير، الدراما التركية... القوة الناعمة التي تدخل إلى بيوت كل العرب، على الرابط: <https://raseef22.com/article/102133->، تاريخ الزيارة: 2019/10/20.

- 07/ عبود رزق، إيمان العلمي - تعزيز دور الاعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، المنتدى الإعلامي السنوي السابع، على الرابط: https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/bhth-ymn_llmy_0.pdf، تاريخ الزيارة: 2019/10/16.

- 08/ هوشنك أوسي، الدراما مدخلا للسياحة: المسلسلات التركية نموذجا، <https://aljamal.com/%D8%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%88%D9%8>
09/ إحصائيات، فرنسا واسبانيا وإيطاليا .. تركيا ضمن أكثر عشرة دول يقصدها السياح عالميا، على الرابط: <http://www.turkey-post.net/p-269321>، تاريخ الزيارة: 2019/10/20.

- 10/ محمود الشيخ، مشاهد تنتقل بسلاسة بين الثلوج والغابات والأسواق، على الرابط: <http://www.boarding-magazine.com/news/3524>
11/ <https://www.turkpress.co/node/1496>

- 12/ أمين الراوي، الدراما التركية تجذب اهتمام المغاربة وتنعش السياحة العثمانية، على الرابط: <https://alkhaleejonline.net/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%88%D9%8>
13/ الجزيرة نت، عوامل داخلية وخارجية وراء صعود السياحة التركية، <https://www.aljazeera.net/news/ebusiness/2014/8/17/%D8%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%88%D9%8>
14/ محمد شيخ يوسف، المسلسلات التركية حاضرة بقوة في بيوت 142 دولة، على الرابط: www.raialeyoum.com، تاريخ الزيارة: 2019/10/20.

- 15/ هالة الحفاوي: كيف تفوقت ديسباسيتو على القوة الصلبة للدول؟ على الرابط: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/3133>، تاريخ الزيارة: 2019/04/30.

- 16/ بوردينغ، معلومات كاملة عن تركيا، على الرابط: <https://www.turkeyturs.com/%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84>، تاريخ الزيارة: 2019/10/16.

- 17/ علي جلال معوض: مفهوم القوة الناعمة وتحليل السياسة الخارجية، مركز الدراسات الاستراتيجية، على الرابط: https://www.bibalex.org/Attachments/Publications/Files/2019021809593447089_Final.pdf، تاريخ الزيارة: 2019/10/19.

- 18/ خالد بشير، الدراما التركية.. هل هي وسيلة "العدالة والتنمية" للتمدّد الناعم؟ على الرابط: <https://www.hafryat.com/ar/blog>، تاريخ الزيارة: 2019/10/20.

- 19/ TRT عربي، تركيا تستقبل 25 مليون سائح في 7 أشهر بنمو 14%، على الرابط: <https://www.trtarabi.com/now/%D8%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%88%D9%8>، تاريخ الزيارة: 2019/10/18.

- 20/ حنان سليمان، السياحة في تركيا.. تنوع البيئات وجمال الأماكن، على الرابط: <https://www.turkey-post.net/p-87102>، تاريخ الزيارة: 2019/10/16.

- 21/ بوردينغ، المسلسلات التركية .. للسياحة قوة ناعمة، على الرابط: <http://www.boarding-magazine.com/?p=3524>، تاريخ الزيارة: 2019/10/18.