

تعزيز دور الإعلام السياحي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة

- الدراما التركية أنموذجاً -

Enhancing the role of tourism media in achieving sustainable tourism
development- Turkish dramas a model -

إيمان العلمي، جامعة أم البواقي، الجزائر.

تاريخ التسليم: (2015/10/30)، تاريخ القبول: (2017/05/25)

Abstract:

Tourism media has paid great attention to the tourism industry because it has a great impact on effecting and attracting tourists in this field and thus developing it as a whole. In view of the competitive competition experienced by the tourist countries, New ways and methods to bring tourism closer to consumers, and the entry of tourism information one of these ways through its various means, which is a solution to the root of tourism development to paint a good image of the country of tourism. Accordingly, this paper aims at reviewing the nature of tourism media and its impact on the economic sector in general and the performance of the tourism sector in particular in view of the internal and external challenges facing tourism at present.

The study concluded that it is necessary to emphasize the positive impact of the media on tourism and enhance the role of tourism media in achieving sustainable tourism development, while dropping all this on the Turkish experience.
Keywords: Tourism, Media, Tourism Information, Sustainable Development, Tourism Development, Turkish Model.

ملخص:

حضى الإعلام السياحي باهتمام كبير من طرف الأكاديميين والممارسين في مجال السياحة، لما له من تأثير بالغ في تحصيل وجذب السياح في هذا الميدان، ومن ثم تنميته ككل، وفي ظل التزام 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 حلا من الحلول الجذرية للتنمية السياحية لرسمه صورة حسنة عن البلد السياحي. وبناء على ذلك جاءت هذه الورقة البحثية بهدف استعراض ماهية الاعلام السياحي وانعكاساته على القطاع الاقتصادي بشكل عام، وأداء القطاع السياحي بشكل خاص، في ظل التحديات الداخلية والخارجية التي تواجه السياحة في الوقت الحالي، حيث بات الإعلام من العوامل الهامة لجذب السياح وتحقيق التنمية واستدامتها.

وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة التأكيد على الأثر الإيجابي للإعلام على السياحة وتعزيز تفعيل دور الإعلام السياحي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، مع إسقاط كل هذا على التجربة التركية.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الإعلام، الإعلام السياحي، التنمية المستدامة، التنمية السياحية، النموذج التركي.

مقدمة:

السياحة نشاط تجاري كبير، وقد أصبحت صناعة رئيسية على النطاق العالمي، ومن المنتظر أن تبدي نموا متواصلا أقوى خلال هذه الألفية، وقد بات هذا القطاع وتحقيق استدامته الشغل الشاغل للبلدان المهتمة بهذه الصناعة بل ولكافة دول العالم، إذ بدأ الاهتمام بالتنمية السياحية المستدامة منذ العقد الماضي وتواصل العمل وفق هذا المبدأ إلى أن أصبحت السياحة المستدامة وتنميتها منهجا وأسلوبا تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية وحتى الحكومات. وتطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفا من الناحية المالية، بل له عائد معنوي ومادي لذلك تسعى كل الأطراف المعنية بهذه الصناعة إلى تحقيق تنميتها، وبانتت تبذل كل جهودها لابتكار طرق وأساليب جديدة من أجل تقريب صورتها السياحية لدى المستهلكين. وكان دخول الإعلام السياحي أحد هذه الطرق، لما يكتسبه هذا المجال من خصوصية لدى ذلك، فشكل بذلك عنصر الإعلام للسياحة حلا من الحلول الجذرية للسياح عن طريق رسم صورة حسنة عن البلد السياحي. وتعد تركيا من البلدان السياحية التي اختارت الدراما كمادة إعلامية لإبراز ما تملكه من مقومات سياحية ونسيج اجتماعي متكامل من أجل التنمية السياحية، والتي تنسم بقرئها من المشاهدين الذين أصبحوا فيما بعد سياح وزوارا لأماكنها السياحية المعروضة في الدراما المتلفزة.

-المشكلة: تأسيسا على ما سبق تنحصر مشكلة البحث الحالية في ماهية الدور الذي يؤديه الإعلام السياحي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة؟ وكيف استغلت تركيا الدراما لتنمية قطاعها السياحي؟ وحتى تسهل معالجة مشكلة البحث تمت تجزئتها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

-ما المقصود بالإعلام السياحي؟

-ما مدى مساهمة الإعلام السياحي في تنمية السياحة وتحقيق استدامتها؟

-كيف استغلت تركيا الجانب الإعلامي في تنمية قطاعها السياحي؟

-الأهداف: كان السعي من خلال هذا البحث هو تحقيق مجموعة من الأهداف المتجلية في:

-إبراز الدور الذي يلعبه الإعلام في تحقيق أهداف تنمية..

-إبراز أهمية الإعلام السياحي كوسيلة تسويقية ملازمة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

-تسليط الضوء على التجربة التركية وكيف استغلت الجانب الإعلامي في خدمة السياحة وتنميتها.

-الأهمية: تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على السياحة كصناعة مهمة في الاقتصاد ودور الإعلام في تحقيق التنمية السياحية، كما تبرز في مقدار الاستفادة من التجربة التركية في تحقيق تنميتها السياحية.

-مصطلحات الدراسة:

-الإعلام: "الجانب من الاتصال الذي يتعلق بتمكين الناس من التزويد بالحقائق والمعلومات والأخبار بمختلف الوسائل المتاحة"، ومن خلال هذا التعريف تبرز وسائل الإعلام كوسيط لنقل المعلومات والأخبار.

-السياحة: "السياحة مجموعة الظواهر/الأحداث والعلاقات الناتجة عن سفر وإقامة غير أصحاب البلد والتي لا يكون لها ارتباط بأي نشاط ربحي أو نية للإقامة الدائمة حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو المجموعة الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة وبالنهاية العودة إلى نفس المكان."

-الإعلام السياحي: " هو احد أشكال الإعلام الحديث والموجه لقطاع السياحة باستخدام وسائل إعلام واتصال عصرية حديثة ويوفر المعلومات والبيانات عن كافة الأنشطة السياحية التي تقام في الدولة التي تشرف على تقديم ذلك الإعلام بقصد تنشيط السائحين وجرحهم لتجربة السياحة وتكرار تجربتها."

-التنمية السياحية المستدامة: "نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة العمرانية."

-حدود الدراسة: تم حصر الحدود المكانية في الجمهورية التركية، في حين تتمثل الحدود الزمنية، في الفترة الممتدة من سنة 2008 إلى غاية سنة 2014.

-فرضيات الدراسة: للإجابة على التساؤلات السابقة الذكر، ننطلق من الفرضيات التالية:

-يعتبر الإعلام مؤثرا إيجابيا في تنمية الصناعة السياحية؛

-يتأثر السياح بما يبثه الإعلام التقليدي (الدراما) في اتخاذهم لقرار السياحة والسفر؛

-ترقية القطاع السياحي يتوقف على أسلوب واستراتيجية الإعلام السياحي.

-منهجية الدراسة: يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، فيما يتعلق باستحضار الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة والعمل على دراستها وتحليلها، مع محاولة لتحليل أسباب نجاح التجربة الدرامية التركية، التي تعتبر واحدة من أنجح التجارب السياحية. آمل في جعل هذه التجربة نموذجا يحتذى بها من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة بوطننا.

-هيكلية الدراسة: بناء على ما سبق وتحقيقا لأهداف البحث قمنا بتقسيم موضوعاته إلى ثلاث محاور رئيسية على النحو الآتي:

-المحور الأول: جوهر وطبيعة الإعلام السياحي.

-المحور الثاني: أهمية الاعلام السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

-المحور الثالث: النموذج التركي الدرامي و التنمية السياحية.

المحور الأول: جوهر وطبيعة الإعلام السياحي

1/ مفهوم الإعلام السياحي

الإعلام السياحي هو 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 (البنى ، <http://www.mediacom.jeeran.com>، 2015)، وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية.

2/ تأثير الإعلام على السياحة

يمكن القول: أن من أبرز المهام المناطة بالإعلام في مجال نشر الوعي السياحي في المجتمع ما يلي:

- تكثيف البرامج التوعوية من خلال النشرات الإرشادية حول الوعي السياحي الداخلي؛

- توجيه برامج إعلامية خاصة بالمعالم السياحية الداخلية؛

- تحفيز التدابير المحافظة على السمات المادية للسياحة البيئية؛

- رعاية المواقع والمعالم التاريخية والحياة البشرية البرية؛

- تخصيص مساحات صحفية وإذاعية خاصة بالتربية السياحية الوطنية، ونشر الوعي السياحي.

ومن ثم فإن العمل بقطاع السياحة يستلزم أن يكون الفرد على مستوى من الناحية المهنية والناحية السلوكية مع إجادته لغة أجنبية أو أكثر، وحيث إن للقوى البشرية دورا حاسما في التأثير على نمو النشاط السياحي وتطوره، فإن الأدوار المنتظرة من جميع وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة، والمرئية كبيرة للغاية، وهنا تبدو الحاجة ماسة لوجود خطة وطنية إعلامية شاملة؛ لرفع مستوى الوعي السياحي ونشر الإعلام السياحي في المجتمع (بن محمد الرمان، 2014، على موقع <http://www.alukah.net/Web/rommany/0/19016>)، وتبرز أهمية الإعلام السياحي من خلال

النقاط التالية (الرمضان، 2011، ص 38-40):

- التطور الهائل لوسائل الإعلام وقدرتها الكبيرة في التأثير على الرأي العام، وأهمية الإعلام في حياة الشعوب والأمم، "باعتباره عنصرا أساسيا من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع وبنيتة الاجتماعية والثقافية والتربوية والمعرفية والسياسية والاقتصادية".

- يقوم الإعلام السياحي بتزويد الناس بما يحتاجون إلى معرفته من المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات وتحديد المواقف قبل الرحلات، فهو يقوم بإشباع حاجات الجمهور وخدمته.

- يكتسب الإعلام السياحي أهمية خاصة نتيجة للاهتمام العالمي بالسياحة وزيادة المنافسة العالمية بين الكثير من الدول بالإضافة إلى منافسة سلعة السياحة نفسها لغيرها من السلع وقوتها اقتصاديا.

كذلك قدرته على نشر الثقافة المتعمقة والمتخصصة في السياحة، مستغلاً الإمكانيات الفنية لوسائل الإعلام وتقنيات الاتصال المتطورة الأخرى.

-تزايد الإحساس بأهمية السياحة ثقافياً واجتماعياً وسياسياً والآثار التي يمكن أن تتركها على المجتمع وقدرته على زيادة درجة الوعي والمعرفة وتلمس حاجات المجتمع ومشكلاته الحقيقية في مجال السياحة والمجالات المتعلقة بها، وإبراز أوجه حياة المجتمع المختلفة والتقدم الذي يعيشه.

-التأثير على متخذي القرارات في مجال السياحة وإسهامه في تعزيز الإبداعات.

-التعاون مع المتخصصين في مجال السياحة والمجالات التي تتعلق بها وتطويرها لخدمة المجتمع وحل المشكلات التي تتطلب المواجهة بأسلوب علمي وتعاون أفراد المجتمع مع المتخصصين عبر وسائل الإعلام السياحي.

-قدرة الإعلام السياحي على توصيل المعلومات المتخصصة لجمهور عام بأساليب متنوعة ووسائل متعددة يسهل على المستقبل فهمها واستيعابها مما يسهم في ترفيه العقول والتأثير على المواقف والاتجاهات وتحفيز الفكر والعقل.

-يهدف الإعلام السياحي منبراً للمناقشة ونشر الأفكار والمبتكرات وتبادل الخبرات والتجارب المتخصصة في مجال السياحة والعلوم والمجالات المتعلقة بها.

-يوفر الإعلام السياحي فرصة للمستثمرين والعاملين والقائمين على السياحة للإعلان والترويج لمشروعاتهم وأنشطتهم السياحية، ويشجع على زيادة المستثمرين والمشروعات.

3/ أهمية وأهداف الإعلام السياحي

تأتي أهمية الإعلام السياحي من الطبيعة الخاصة بصناعة السياحة وتعد ممارسته ذات إسهام مهم في تنمية اقتصاديات العمل السياحي من خلال الكشف عن الفرص الاستثمارية في هذا المجال وبث روح التنافس بين المناطق السياحية والمستثمرين لتطوير منتجاتهم السياحية، فضلاً عن أهمية الإعلام السياحي في النواحي الاقتصادية حيث تتضاعف أهميته في ظل وجود طلب كامن على السياحة يمكن تحويله من خلال جهود الإعلام وباستخدام الاتصال التسويقي إلى طلب نشط.

وفيما يتعلق بأهداف الإعلام السياحي، فهي كثيرة نذكر منها:

-أهداف وطنية: وتتمثل في غرس روح الانتماء لدى المواطنين وإبراز الوجه الحضاري والمتميز للبلاد وتحفيز دوافع الإقبال على السياحة الداخلية، إضافة إلى العمل على تيسير التوافق الاجتماعي بين مختلف مستويات التحضر في المجتمع.

-أهداف بيئية: حيث يدعم الإعلام السياحي التوجه الإيجابي للتعامل مع البيئة في المناطق السياحية والتعريف بمقومات السياحة البيئية في البلد إضافة إلى تنمية الوعي العام بأساليب الاستخدام الأمثل للمنتجات السياحية.

-أهداف اجتماعية: فالإعلام السياحي يدعم التوجه الاجتماعي نحو صناعة السياحة ويعمل على تهيئة المجتمع لتقبل السياحة وفقا لمفهومها الذي تقره أعلى المستويات في الدولة، إضافة إلى أنه يعمل على تعزيز احترام المواطنين للسياحة بجميع فئاتهم وأنواعهم والتعامل معهم بصورة حسنة من منطلق الضيافة الكريمة.

-أهداف ثقافية: حيث يعمل على التعريف بالتراث الثقافي المادي وغير المادي للبلد ودعم احترام السياح غير المواطنين لخصوصية المجتمع وثقافته كما يعمل على تشجيع المحافظة على الفنون والصناعات والحرف التقليدية.

-أهداف اقتصادية: الإعلام السياحي يلعب دورا رياديا في إنعاش الاستثمار الإيجابي لصناعة السياحة في دعم الاقتصاد الوطني فضلا عن التعريف بالفرص الاستثمارية المتاحة في المجالات المتعددة لصناعة السياحة. كما يعمل على تعزيز مبدأ الشراكة بين وزارة السياحة وجميع قطاعات المجتمع ذات العلاقة بصناعة السياحة.

المحور الثاني: أهمية الإعلام السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة

أولا- التنمية السياحية المستدامة: أصبح مفهوم التنمية المستدامة يحظى بأهمية متزايدة وأصبح تبني فكر الإستدامة من الأفكار الرائدة حيث تسعى إلى جملة من الأهداف (زرنوج، 2006، ص.31) منها أن التنمية المستدامة عملية واعية - معقدة - طويلة الأمد - شاملة - ومتكاملة في أبعادها الاقتصادية - الاجتماعية - السياسية - الثقافية.

1/ ماهية التنمية السياحية المستدامة

لقد تعددت التعاريف بفعل التغيرات الطارئة على العالم وتأثيرها في صياغة هذا المفهوم، وسيتم تقسيم المفهوم إلى شقين التنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة.

أ - تعريف التنمية السياحية: تهتم التنمية بتحسين رفاهية الشعوب، ورفع مستويات المعيشة و تحسين التعليم و الصحة و المساواة في فرص العمل المتاحة، وجميعها عناصر جوهرية في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعمرانية (الوتار، والوتار، 2008، ص.4)..الخ وتعرف التنمية السياحية على أنها: " توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض التأثيرات مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة".

ب-تعريف التنمية السياحية المستدامة: عرف الاتحاد الأوروبي للبيئة والمنزهات القومية في عام 1993 التنمية السياحية على أنها: "شباط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة العمرانية" (عراقي، وعبد النبي، 2007، ص.4).

والتنمية السياحية المستدامة هي التنمية التي تشبع حاجات السياح والمجتمعات المضيفة الحالية وضمان استقادة الأجيال المستقبلية، كما أنها تنمية تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.

ثانيا - دور وسائل الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة: تقوم وسائل الإعلام بدور إيجابي في المعاونة على تحقيق خطط وأهداف التنمية في الدول النامية باعتبارها جزء مهما من التطور القومي، وارتباطها بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره (عبد الجواد الدتغر مجدي محمد، 2015، على الموقع، <http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/aass/homear.aspx?id=8&Root=yes&authid=874>)، وينطلق هذا الدور من التطور القائم بين الإعلام والتنمية من المنظور الذي يؤمن بأن المعرفة ليست عنصرا منفصلا عن الواقع المادي الذي يفرزها من خلال التفاعل المستمر معها، وأن هذه العلاقة بين الفكر والعمل هي التي توضح وتحدد شكل الصلة بينهما.

1/ دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة: يتمثل دورها في الآتي:

- إن تعددية وسائل الإعلام تدعم اتخاذ القرارات المستتيرة وتؤدي إلى زيادة المساءلة وتساهم في جهود مكافحة الفساد وتسهل المناقشة الواعية (دن، 2015، على الموقع، [http://politics-](http://politics.constantine.yolasite.com/resources/) [constantine.yolasite.com/resources/](http://politics.constantine.yolasite.com/resources/) الاجابة 20% النموذج).
- التأثير في سلوكيات المواطنين من خلال الحملات الإعلامية التي تساهم في تثبيه الجمهور ودفعه إلى التخلي على السلوكيات الضارة وتشجيعه على المشاركة في التنمية المستدامة.
- إن الإعلام يساهم في توعية المواطنين.
- تحريك الاستثمار ودفع عجلة التنمية.
- توفير فرص العمل التنموي وتشجيع الصناعات المحلية.
- تنشيط السياحة عن طريق تصوير الأفلام السينمائية والأشرطة الوثائقية.
- توفير التعليم والتدريب وتنمية المهارات.
- إبراز مدى وجود مؤشرات التنمية المستدامة في دولة ما.
- إجراء مقارنات مع ما يحصل عالميا من مؤشرات خاصة بالتنمية المستدامة.

2/كيفية تفعيل دور وسائل الاعلام في إحداث التنمية المستدامة: إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات النامية هو إحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية و إنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وإدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإنتاج و ما يتبع ذلك من تغيرات لأساليب الإنتاج ولمفاهيم الثروة والدخل والاستهلاك، مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي والعلاقات ومجموع القيم الاجتماعية وإدخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والإدارة والصحة وغيرها(الكردى أحمد السيد،2015، على الموقع ،<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/124882>).

وعملية التنمية عندما تتم لا تحدث دون مشاكل أو معوقات، (القيم والعادات السيئة المتوارثة وسيطرة العقلية التقليدية على تفكير أغلب أبناء هذه الشعوب.. والمشكلة السكانية والتي تتمثل ليس في مجرد ارتفاع الزيادة السكانية وإنما في عدم استثمار الطاقات البشرية الاستثمار الأمثل)فكل هذه المشاكل تتعلق ببرامج التنمية المستدامة ولا سبيل أمثل لحلها سوى من خلال إعلام مستنير وجاد يضع أصابعه على مشاكل المجتمع ويعالجها العلاج الأمثل. من هنا جاءت أهمية الإعلام في تحقيق التنمية المنشودة.

المحور الثالث: النموذج التركي الدرامي و التنمية السياحية

أولا-تعريفجمهورية تركيا ومقوماتها السياحية

سنقدم لمحة عن الجمهورية التركية، ثم مقوماتها السياحية.

1/التعريف بالجمهورية التركية:تركيا بلد يعرف (رسميا بالجمهورية التركية)وهي دولة تقع في الشرق الأوسط، يحدها شمالا "البحر الأسود" و"جورجيا" ومن الشرق "أرمينيا" و" إيران" ومن الجنوب "العراق" و"سوريا" و"البحر المتوسط"، كما توجد لها حدود بحرية مع " قبرص" ومن الغرب يحدها "بحر إيجا" و"اليونان" و"بلغاريا".وهي عبارة عن دولة علمانية ديمقراطية، دستورية ذات تراث ثقافي عريق،(دن، 2014،جغرافيا تركيا

الموقع، <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%A7> وتطل تركيا على عدة مسطحات مائية هي البحر الأسود والبحر المتوسط وبحر مرمرة وبحر إيجه، وقد قدر عدد سكانها بـ 76,667,864 نسمة خلال سنة 2013. وتبلغ المساحة الإجمالية للأراضي التركية بـ 783,562 كم² منها 770,760 كم² أراضي و 9,820 كم² مياه. كما تشكل أراضي الأناضول 97 ٪ من مساحة البلاد فيما يشكل الجزء الأوروبي نحو 3 ٪.

2/مقومات السياحة بتركيا: تحتل تركيا موقعا استراتيجيا مهما فهي تعد مفترق طرق بين "أوروبا" و"آسيا"، وبهذا امتلكت ميزة جغرافية هامة، فأصبحت بذلك السياحة التركية مقصدا يتهاطل عليها الكثير،

ومن أهم المقومات وجود (دن، 2014، على الموقع، <http://saglikturizmi.gov.tr/ar/49-turkiyede-turizm.html>):

- الآثار المتبقية من الديانات الثلاث وأماكن العبادات (سياحة دينية).
- جبال شامخة الارتفاع، وتكوينات أرضية فريدة مثل جبل "آارات"، جبل "بولكار" (سياحة جبلية).
- مؤسسات الرعاية الصحية والنبايغ الساخنة ومراكز العلاج، (سياحة علاجية).
- تضاريس وخواص مناخية مميزة و مناظر طبيعية خلابة (سياحة البلاد والتضاريس).
- م "البحر الأبيض المتوسط" و "البحر الأسود" و بحر إيجا" و بحر "مرمرة" بالإضافة إلى وجود الخلجان والمضايق التي استهدفت رواد اليخوت ومحبي هذه السياحة (سياحة يخوت).
- تضاريس وأشكال الحياة النباتية فيها مناسبة جدل للصيد، وتقنين الصيد فيها (سياحة الصيد).
- 25 منطقة اعتمدت كمناطق جذب للسائحين المهتمين بالرياضات الشتوية كرياضة التزلج (سياحة الرياضات الشتوية).

- الموقع الهام ووجود مبان فخمة للمؤتمرات، وسهولة الرحلات إلى المدن الرئيسية (سياحة المؤتمرات).

3/ السياحة بتركيا: تشكل السياحة أحد أهم أعمدة الاقتصاد التركي وخاصة في العقود الأخيرة، فقد ذكرت وكالة الأنباء التركية في تقرير لها أن عدد السائحين الوافدين إلى تركيا في تزايد مستمر بسبب الإعلام والترويج السياحي، وتركز السياحة في تركيا إلى حد كبير على مجموعة متنوعة من المواقع التاريخية و منتجعات ساحلية على بحر إيجة والبحر الأبيض المتوسط. وفي السنوات الأخيرة أصبحت تركيا مقصدا للثقافة والسياحة الصحية، كما تربعت على الترتيب السادس كإحدى أهم دول السياحة في العالم (دن، 2015، السياحة في تركيا، على الموقع، http://ar.wikipedia.org/wiki/السياحة_في_تركيا) أما في بخصوص دعم السياحة في تركيا فقد أعلنت الحكومة التركية في يناير عام 2013 أنها ستقوم ببناء أكبر مطار في العالم بإسطنبول، وتكاليف بناء المطار سوف تتخطى 7 مليارات أورو ومن المتوقع أن ينتهي المطار في عام 2017. والجدول الموالي يوضح تطور عدد السياح في تركيا خلال السنوات الماضية.

جدول رقم 01: يوضح تطور عدد السياح في تركيا

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
السياح الأجانب	26431124	27347977	28510852	31324528	31342464	33827474	35850286
السياح الأتراك	4548855	4658172	4517091	4826800	5121457	5398752	5564784

414150 70	39226226	36463921	36151328	33027943	32006149	30979979	المجموع
--------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	---------

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

TURSAB, goturkey, turksat, ministry of culture and tourism of Turkey

عموما نرى من الجدول نموا متزايدا لعدد السياح خصوصا بالسنوات الخمس الأخيرة، وهذا ما يرجعه خبراء السياحة لدعم الإعلام والترويج السياحي لمختلف مناطق التصوير الدرامي إضافة إلى الجهود المبذولة من طرف الحكومة لدعم السياحي بتركيا. ونلاحظ ارتفاع عدد السياح الأتراك من 4548855 سائح سنة 2008 إلى 5564784 سائح سنة 2014، أي بزيادة تقدر بـ 1015929 سائح أي بنسبة زيادة وصلت إلى أكثر من 30% كما يسجل كذل كزيادة في أعداد السياح الأتراك طيلة سنوات الدراسة مع اختلاف نسبة التطور، باستثناء سنة 2010 التي عرفت تراجع أعداد السياح الأتراك بنسبة 3.03%.

بصفة عامة فإن هذه الإحصائيات تظهر سعي تركيا بكل الوسائل الممكنة إلى استقطاب السياح من كافة بقاع العالم، من خلال توفير كل عوامل الجذب وتسخير كل ما تملكه من مقومات مادية وثقافية وطبيعية تشجع السياح على زيارتها واكتشافها والعودة إليها. والقفزة الكبيرة في عدد الأفراد الذي يختارون هذا البلد كوجهة سياحية يؤكد على نجاح تركيا في رهانها المتعلق بالسياحة. أما عن الإيرادات المحصلة فقد أقر معهد الإحصاءات التركي في بداية عام 2014 فقد زادت بـ 3.4% على أساس سنوي في الربع الأول من العام إلى 4.81 مليار دولار (د، 2015، إيرادات السياحة التركية، على الموقع: <http://amwa.alghad.com/articles/>). حيث تعتبر إيرادات السياحة مصدرا مهما للعملة الصعبة لتركيا التي تعاني من عجز ضخم في ميزان المعاملات الجارية. وكانت إيرادات السياحة قد زادت بـ 11.4% في 2013 إلى 32.3 مليار دولار. وتؤكد معظم المواقع التركية وحكومتها أن ارتفاع نسبة السياحة في تركيا يرجع إلى ما تلعبه المسلسلات التركية الدرامية من دور هام في زيادتها.

ثانيا - الدراما التركية ومقومات نجاحها: أكد الإعلامي عبد القادر زهير في كلمته في افتتاح ورشة عمل نظمتها جمعية المذيعين الأردنيين بعنوان (الدراما والإعلام) على إشارة الأستاذ رمضان الرواشدة مدير عام الإذاعة والتلفزيون إلى نقطة هامة (عبد القادر زهير، 2015، على الموقع <https://www.facebook.com/zuhairamman/posts/320469314760930?fref=nf>)، ألا وهي أهمية الدراما في تشجيع الحركة السياحية في البلد المنتج للدراما مشيرا كمثل الى ارتفاع نسبة السياحة

في تركيا والتي تلعب المسلسلات التركية دورا هاما في هذا الارتفاع. وهذا ما سنراه بالفعل ونتناوله مع الدراما التركية.

1/ الدراما التركية وتطورها

نجحت المسلسلات التركية المدبلجة في أقل من أربع سنوات في احتلال الشاشات العربية، وفي هذه الفترة حضرت الدراما التركية بمعدل 25 عملا دراميا بمتوسط 120 حلقة، أي ما يعادل 150 من الأعمال الدرامية العربية، وهو رقم لم يسبق بالنسبة للأعمال الأجنبية، وبدأ دخول الدراما التركية إلى العالم العربي من خلال قناة "mbc" لعدة أسباب منها تواضع تكلفتها، وقد كان عرض أول مسلسل درامي تركي 2007 بمسلسل "إكليل الورد"، أما نجاح الدراما التركية كان عام 2008 مع عرض مسلسل "تور" ثم تبعه العديد من الأعمال مثل "سنوات الضياع" و"ميرنا و خليل"، "واد الذئاب" و"فاطمة"، "حريم السلطان" وغيرها من المسلسلات التركية التي تم ويتم عرضها (مجد زكريا، 2014، على الموقع، <http://www.masress.com/elsaba7/3527>) ولم يكن تطور الدراما التركية في الوطن العربي فقط، بل شمل عدة دول ليلبلغ نحو 76 دولة وبلغ عدد مشاهديها 150 مليون شخص، بمعدل 10500 ساعة، وحقت عوائد بقيمة 65 مليون دولار (دن، 2014، على الموقع، <http://mz.net/87407/>).

هذا ما بات يؤكد أنه لا يمكن فصل الإعلام الفني عن السياسة والاقتصاد، فكلهما وجهان لعملة واحدة، ويكفي هنا الاستدلال على ذلك بالقول أن مسلسل «حريم السلطان» (الجندى أحمد، 2015، على الموقع، <http://www.annaharkw.com/annahar/Article.aspx?id=374035>) أسهم في زيادة إيرادات السياحة في تركيا بمعدل 20 مليار دولار وهو ما يؤكد علاقة الإعلام الفني بالسياسة والاقتصاد، ويؤكد أيضا على أن صناعة الدراما يمكن أن تأتي بثمار جيدة على التنمية السياحية.

2/ مقومات نجاح الدراما التركية: من بعض المقومات التي جعلت الدراما التركية تتميز ما يلي: (أديب، 2015، بتصرف، على

<http://www.akhbaralalam.net/?aType=haber&ArticleID=59129>

- قوة الإنتاج التركي وضخامته كما وكيفا.

- النوعية الرفيعة التي تتسم بها المسلسلات التركية وقدرتها على تلبية رغبات الجمهور.

- الاستفادة من الدراما الأمريكية في تقليد عنصر التشويق.

- إعداد نسخات تركية من مسلسلات "هوليوود" مثل "نبض الحياة" المقتبس من "نساء حائرات".

- مقارنة تركيا دينيا واجتماعيا من الدول التي تصدر لها مسلسلاتها (العربية).

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

ثالثا - الدراما التركية ودورها في خدمة السياحة

فتح التعلق والإنبهار 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، إلا أن وقع المسلسلات التركية غير الكثير من الاستراتيجيات. كل المؤشرات تؤكد أن الدراما التركية لعبت دورا مهما في تطوير السياحة، وقد رجح البعض أن سبب تصدير هذه المسلسلات الدرامية هو الجذب السياحي،

1/ الدراما التركية كوسيلة إعلامية تسويقية: قامت تركيا باستغلالها للتلفزيون كوسيلة إعلامية تسويقية لسياحتها، وبذلك استقادت من الدور المزدوج المعرفي والإقناعي، بالإضافة إلى اختيار الصورة السياحية معروضة في الدراما التي تعد فنا قريبا من المشاهدين بحكم تناولها مواضيع اجتماعية وإنسانية تهم المتابع لها، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه الصورة كونها وسيطا اتصاليا فلقد أصبح فهمنا للعالم يستمد جوانبه ليس فقط من قراءة الكلمات، وإنما من خلال قراءة الصور، ويتضاعف دور الدراما المتلفة كون الصورة المعروضة فيها يدخل في محتواها إمكانيات الحركة والاقتراب والابتعاد والارتفاع والانخفاض، كما تلعب الإضاءة دورها في رسم الجو العام للقطعة مما يشد ناظر المشاهد (الحديدي، 1997، ص.70)، 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 الحقائق العامة التي تكثر فيها زقزقة العصفائر أو الأشجار الهادئة التي تداعب شعر النجمات، والأنهار والأماكن العامة المخصصة للجلوس، والشوارع التي تخلو من الفقراء كل هذه المشاهد والصور تم دراستها جيدا فالمشاهد لا يستطيع أن يرى تركيا إلا من خلال التلفاز، وهو وحده من ينقل الأحداث عن طريق الدراما، فيصبح المتلقي بذلك يحمل ملايين الصور الجميلة عن تركيا (الملاح، 2015، على الموقع، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=158407>).

ومع 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 مرة منظر النجوم وهم يسبرون 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، إلى جانب طول عرض حلقات المسلسلات الدرامية التركية بمعدل 120 حلقة، أدى إلى إظهار صور عديدة من المناظر الطبيعية، والتنقل من مكان إلى آخر بتتقل أحداث المسلسل.

2/ أثر الدراما التركية على التنمية السياحية: زادت الرحلات السياحية إلى تركيا زيادة ملحوظة خلال الفترة الأخيرة؛ إذ ارتفعت نسبة السائحين المغاربة بنحو 51%، ومن الإمارات بنسبة 21%، وهو ما أرجعه عدد من خبراء السياحة إلى نجاح الدراما التركية في جذب المشاهدين العرب، فقد صاروا يتلفهون لزيارة الأماكن التي تم التصوير فيها (الحاروني، 2015، الموقع، <http://www.alkaabi.org/vb/showthread.php?t=88563>) 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 فقط تضاعفت الحجوزات مرتين وازداد عدد السائحين العرب الوافدين إلى تركيا بشكل ملحوظ و ارتفعت 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 أضحي البطل مهند بابتسامته المميزة وعينيهِ الزرقاوين أيقونة سحرت المشاهدين العرب لرؤيته. وأوضح أنه في السابق كان السياح العرب يزورون المساجد في اسطنبول وحمامات بورساء، أما الآن.. فأضحت المنازل التي شهدت تصوير المسلسلات والممثلين قبلة لسياح دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

الخاتمة:

أضحت السياحة صناعة بكل معنى كلمة، بما تحتاج إليه من خيارات وكفاءات وتسويق وترويج بما في ذلك التسويق والترويج عبر وسائل الإعلام، وقد بات الإعلام السياحي بدوره وتشجيعه على التعريف بالمقامات السياحية، ضرورة لتحقيق التنمية السياحية واستدامتهما وبذلك باتت كل وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية تستثمر إمكانياتها في الوصول إلى الجمهور المستهدف داخليا وخارجيا. وحيث أن الصورة المتحركة تتمتع بصفة خاصة بمقامات جذب الانتباه والاحتفاظ بالاهتمام وإضافة جو معين على الرسالة من خلال توضيح المعاني وإيصال المعلومة، وتقريب صورة البلد السياحية، وهذا ما فعلته تركيا التي استغلت الصورة وميزات وسائل الإعلام لاستخدامها كدليل مادي لبيئتها السياحية،

واستطاعت بذلك تقريب صورتها السياحية لمتتبعي مسلسلاتها، وزادت رغبتهم في زيارتها والاقتراب من المناظر والأماكن التي تم التصوير فيها.

أ- النتائج: مما سبق يمكن استنباط مجموعة من النتائج وهي:

- يلعب الإعلام دورا في خدمة السياحة وإبراز ما تملكه الدول من مقومات جذب سياحي، ويعتبر دليلا ماديا للسياحة وذلك عن طريق وسائله المختلفة والمواد الإعلامية المعروضة من خلالها؛
- الإعلام السياحي يملك قدرة كبيرة على تغيير ثقافات الناس، وهذا التأثير مقرون بما يقدم على أرض الواقع من خدمات سياحية؛

- مبدأ التنمية السياحية وتحقيق استدامتها مطلب أساسي في مجال السياحة لما له من خصوصيات تميزه عن غيره من القطاعات الأخرى ويعد حاليا أكثر الحلول نجاعة لاستدامة هذا المورد وتحقيق نمو مستمر فيه؛

- تقوم وسائل الإعلام بدور إيجابي في المعاونة على تحقيق الخطط والأهداف التنموية المستدامة؛
- تركيا بلد سياحي، استطاع أن يبرز مقوماته السياحية عن طريق الإعلام السياحي، واختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة والمادة الإعلامية الأكثر تأثيرا في الجمهور وهي المسلسلات الدرامية، التي استغلتها أحسن استغلال في إيصال صورتها السياحية، كدليل مادي وعنصر جذب لسياحتها.

ب- التوصيات: يمكن وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها سابقا طرح بعض التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالسياحة، كقطاع قائم بذاته، والبحث المستمر عن سبل تنميته واستدامته؛
- تطوير الإعلام السياحي المعتمد على صورته ووسائله التقليدية، شكلا ومضمونا و مراجعة كل ما يطرح في الإعلام السياحي، والابتعاد عن المبالغة في أي جزئية لأن من شأن ذلك أن يقلل من مصداقية الرسالة الإعلامية الهامة التي يحملها الإعلام السياحي، من أجل أن يؤدي مهمته في التنمية على الشكل الأمثل؛

- الاهتمام بالنشر الإعلامي، وزيادة البحوث المكتبية في هذا المجال؛

- الاعتماد على الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي.. الخ)، ففي الوقت الراهن بات أحد أهم الأساليب للتواصل مع الجمهور وإقناعهم وترسيخ أهداف السياحة لديهم، حيث يعتبر نافذة مفتوحة مع الجمهور لتقديم الجديد والأخذ بأرائهم وحل بعض من مشاكلهم؛

- تنسيق المؤسسات الإعلامية مع نشاطات القطاع السياحي، وعمل القائمين على القطاع السياحي باستثمارات في مجال الإعلام لزيادة نمو قطاعهم وتنميته.

قائمة المراجع:

- زرنوج ياسمينه. (2005-2006). إشكالية التنمية في الجزائر، رسالة ماجستير غ م، فرع تخطيط، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
- سعيد محمد باقر الرمضان.(2011). الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير، م، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، كلية الآداب والتربية.
- صلاح الدين خربوطلي. (2004). السياحة المستدامة، دط، دمشق: سلسلة دار الرضا.
- فاتنة الوتار، وفاء الوتار.(2008). الملامح التخطيطية لتحقيق آفاق التنمية المستدامة، ملتقى المبادرات والإبداع التنموي في المدينة العربية، عمان البتراء، الأردن.
- محمد إبراهيم عراقي، فاروق عبد النبي عطا الله. (2007). التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية -دراسة تقويمية على محافظة الإسكندرية-، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات الورشة السياحية الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الإسكندرية.
- محمد منير حجاب.(2000). الإعلام السياحي، دط، القاهرة، مصر: دارالفجر للنشر والتوزيع.
- منى سعيد الحديدي.(1997). دور الإعلام في تنشيط السياحة وتطوير السياحة الثقافية، الملتقى الدولي حول-السياحة الثقافية، 23-25 أكتوبر 1997 في إطار نشاطات تونس عاصمة ثقافية، الحمامات، تونس.
- أحمد الجندي: انتشار الدراما التركية وأثرها على العربية، ندوات الفن القاهرة، بتاريخ 2015/03/07، على الساعة 12:00 من الموقع، <http://www.annaharkw.com/annahar/Article.aspx?id=374035>.
- أحمد الحاروني: الدراما التركية ترفع نسبة السياح العرب والأجانب إلى تركيا، بتاريخ 2015/03/07، على الساعة: 13:20، من الموقع ، <http://www.alkaabi.org/vb/showthread.php?t=88563>.
- أحمد السيد الكردي: أهمية الدور الاعلامي في التنمية المستدامة، بتاريخ 2015/03/03، على الساعة 15:30، من الموقع، <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/124882>.
- أديب محمد: الدراما التركية باتت أكثر قدرة على الجذب وتهدد نظيرتها الأمريكية، بتاريخ 2015/02/19، الساعة 12:40، من الموقع، <http://www.akhbaralalam.net/?aType=haber&ArticleID=59129>.
- بلال يوسف الملاح: الدراما التركية... تركيا تصنع واقعها، بتاريخ 2015/01/15، على الساعة 09:12، من الموقع، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=158407>.
- رغد البنى: الاعلام السياحي، الموسوعة الاعلامية، بتاريخ 2015/03/06، على الساعة 11:00، من الموقع <http://www.mediacom.jeeran.com/>.

- زهير عبد القادر: الدراما وأثرها الايجابي على السياحة، بتاريخ 2015/03/07، على الساعة 20:00، من <https://www.facebook.com/zuhairamman/posts/320469314760930?fref=nf>.
- زيد بن محمد الرماني: دور الإعلام السياحي في تعزيز السياحة الوطنية، بتاريخ 2014/12/12، على الساعة 14:00، من موقع د.زيد الرماني، [/http://www.alukah.net/Web/rommany/0/19016](http://www.alukah.net/Web/rommany/0/19016).
- مجدي محمد عبد الجواد الدتغر: دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005 - 2007، جامعة الكويت، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد: 33 العدد: 359، 2012، بتاريخ 2015/03/04، على الساعة 13:55، من الموقع <http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/aass/homear.aspx?id=8&Root=yes&authid=874#>.
- محمد زكريا: المسلسلات التركية تكتسح الشاشات، بتاريخ 2014/11/09، على الساعة 22:50، من الموقع، <http://www.masress.com/elsaba7/3527>.
- دن، موقع قناة العربية: السياحة في العالم، بتاريخ 2015/01/14، على الساعة 06:18، من الموقع، <http://www.alarabiya.net/articles/2012/09/22/239501.html>.
- دن، ويكيبيديا الموسوعة الحرة: جغرافيا تركيا، بتاريخ 2014/09/03، على الساعة 12:30، من الموقع، <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%A7>.
- دن، موقع الصحة التركي: بتاريخ 2014/11/14، على الساعة 09:30، من الموقع، <http://saglikturizmi.gov.tr/ar/49-turkiyede-turizm.html>.
- دن، صحيفة الغد الإلكترونية: مقال في الاقتصاد، إيرادات السياحة التركية ترتفع بنحو 5 مليار دولار، بتاريخ 2015/03/14، على الساعة 15:00، من الموقع، <http://amwa.alghad.com/articles/>.
- دن، تصريح وزير الثقافة التركي، بتاريخ 2014/09/23، على الساعة 12:19، من الموقع، <http://mz-mz.net/87407>.
- دن، امتحان السداسي الأول في مقياس: التنمية المستدامة (التصحيح)، كلية العلوم السياسية، السنة الثانية المجموعة الثانية، جامعة قسنطينة 3، بتاريخ 2015/03/07، على الساعة 11:15، من الموقع، <http://politics-constantine.yolasite.com/resources>، لاجابة 20% النموذج.