

الترويج السياحي في الدراما السعودية.. فرص ضائعة ومطالبات أكثر

تعد صناعة الأفلام من أهم أدوات التسويق السياحي بمختلف أنحاء العالم، إذ هي سبب رئيسي في الإزدهار السياحي في العديد من الدول، حيث يتم التصوير في أفضل المناطق والمناظر المتاحة وعرضها بطريقة جذابة لأكبر شريحة من الأفراد على المستوى المحلي والعالمي، وبذلك يتم الترويج لهذه المناطق بطريقة غير مباشرة، فيمكن من خلال هذا الأسلوب تقديم المملكة بمناطقها السياحية والأثرية بأبهى حلة ممكنة.

تجارب ثرية

أكد الممثل والمخرج عبد الله الحسن بأن الأعمال الدرامية هي أحد أهم الوسائل التسويقية التي يمكن الاعتماد عليها في استعراض جماليات الأماكن السياحية، "فنحن عشقنا مصر بالأحياء الشعبية والسيدة والحسين وجمالها وبساطتها وعشقنا جمال الطبيعة التركية من خلال أعمالها الدرامية"، وبين الحسن ذلك من واقع تجربة في أحد أهم الأعمال الدرامية مسلسل "مجاديف الأمل"، الذي صُوّر في مدينة الأحساء وترك أصداءً وانطباعاتاً جيداً عنها وتم لفت نظر العديد من الدول العربية إليها، مشيراً إلى أن أحد مواقع التصوير في المسلسل تحول إلى فندق تراثي مميز، والآخر أصبح من أشهر المقاهي التراثية في الأحساء. وفي تجربة أخرى للحسن بمسلسل "عندما يزهر الخريف 2" أشار قائلاً: "حرص المخرج عمر الديني على استعراض أبرز المناطق السياحية في مدينة جدة، ووردتنا فعلاً العديد من التساؤلات حول مواقع التصوير، والبعض أشاد وحرص على زيارتها"، ونوه الحسن على كثرة المناطق الطبيعية والأثرية التي تستحق أن تُبرز وأفضل الوسائل لإبرازها هي الدراما، وهذا يتطلب تعاون بين شركات الإعلام وهيئة السياحة، متمنياً أن تقوم هيئة السياحة بدعم الإنتاج الدرامي بكامل الإمكانيات والتسهيلات لتذليل العقبات والصعوبات لإبراز جماليات الأماكن السياحية في الوطن".

مسؤولية مخرج

بين المصور ناصر الناصر أن اهتمام هيئة السياحة في الفترة الحالية بالتسويق عن طريق الدراما يتمثل بالأفلام الوثائقية فقط، مشيراً إلى أن التسويق للملكة ومعالمها يتمركز حالياً في مواقع التواصل الاجتماعي ولكنه بحاجة لمزيد من الدعم والتعزيز ليظهر بالصورة المطلوبة. وأضاف الناصر: "من خبرتي كمصور أرى أن هناك الكثير من الأماكن الصالحة لتصوير الأفلام والمشاهد وبالأخص في المنطقة الجنوبية، ولكنها تعتمد على المخرج المسؤول عن توظيف المشاهد في تلك الأماكن، وعلى سبيل المثال سلسلة حلقات المسلسل الكرتوني مسامير التي وظفت المعالم و الوجهات السياحية في مشاهدتها من خلال الرسم الكرتوني.

منظور قاصر

على ضوء ذلك أشار بسام نواب إلى عدم اعتقاده بوجود من يتفق بأن الملكة مُثلت خير تمثيل في أفلامها ومسلسلاتها، إذ يرى نواب "أن التسويق مهمته إبراز أفضل النقاط وأقواها في المنتج المعروض، في حين أن أغلب ما عرض في الساحة طُرح بمبدأ أننا نعرض (الواقع) الذي أراه واقعاً من منظور قاصر على نظر المخرج للعمل لا أكثر" مؤكداً بأن هناك معالم وثقافات عديدة في الملكة، فضلاً عن التحديثات في العشرين سنة الأخيرة، والتي برغمها لازالت الصورة النمطية لدى الخارج عن الملكة (خيمة، جمل، صحراء) والتحديث (بئر نبط).

مطالبات بالتعاون

أفاد الممثل المسرحي والتلفزيوني عبدالوهاب السالم أن الملكة لديها مساحة جغرافيا شاسعة ومتنوعة، يوجد بها معالم تاريخية وسياحية في أغلب مناطقها، وأرى أن التوثيق تجسد في كل من التصوير الفوتوغرافي والرسم، إذ أن هذين المجالين هما من قاما بمجهود كبير بعرض أعمالهم في المتاحف والمعارض، ونجد حرص من قبل بعض المخرجين، أمثال المخرج عبدالخالق الغانم الذي وثق جميع المعالم السياحية والتراثية في "طاش ما طاش"، وبين معالم الأحساء بشكل واضح، كما أتمنى أن يكون هناك تعاون من الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني مع وزارة الإعلام لإنتاج أعمال تسعى للترويج السياحي وتظهر المعالم التراثية.

توقعات إيجابية

أوضح منصور البدران أنه من خلال عمله في إنتاج وإخراج الأفلام يحرص دائماً على ذكر الملكة بطريقة إيجابية، إذ أن السينما والصورة أصبحت لغة الجيل العالمية، فيجب الانتباه والاستثمار بالطاقات والمواهب الوطنية، وبين أهمية إظهار الجانب الإيجابي

والمشرق في المملكة والأهم من ذلك أن يتم الإنتاج بأكثر الطرق إبداعاً وجمالاً، مشيراً إلى أن هناك عدد من صناعات الأفلام يحرصون على رواية قصص جميلة من الحياة اليومية من مختلف المناطق، معتقداً بأن الجهود المبذولة رائعة ونحن نازلنا في بداية الطريق، وأنا مؤمن أن الطاقات الشبابية السعودية قادرة على أن تخطو خطوات عالمية واحترافية في هذا المجال، هذا ما رأيته مؤخراً وما أتوقعه مستقبلاً.