



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في رفع مستوى
سياحة البيئات المحلية في السودان

**Effectiveness of Creative Photography in Raising Local
Environmental Tourism level in Sudan**

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الفنون (تصميم إيضاحي)

إشراف: بروفيسور

علي محمد عثمان محجوب

إعداد:

مبارك محمد محجوب نصر

2022م

المستخلص

تتناول هذه الدراسة في أربعة أبواب موضوع مستوى الصورة الضوئية الإبداعية وأثره في الترويج والإعلان لسياحة البيئات المحلية عالمياً وفي السودان عند مقارنتهما بالمستويين العالمي والإقليمي وفق معيار حالة الفن.

لإثبات أو نفي فرضياتها اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت اجراء مسح ميداني واستخدام الاستبانة أداة لجمع المعلومات والبيانات ومن ثم أخضعت نتائج المسح الميداني للتحليل الإحصائي لاستخلاص نتائج الدراسة.

أسفرت نتائج الدراسة على أن الترويج والإعلان للبيئات المحلية عالمياً عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً هو الأعمق أثراً، الأكثر جذباً والأسرع انتشاراً ووصولاً، ويسهم في زيادة عائدات السياحة الاقتصادية للعديد من دول العالم، اضافة إلى رفع مستوى سياحة البيئات المحلية والمناطق المجاورة لها اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً وذلك من خلال زيادة وتنوع مصادر دخل الفرد والمجتمع، وفي ذات الوقت أسفرت النتائج عن تدني مستوى الترويج والإعلان محلياً عند مقارنته بالمستويين العالمي والاقليمي.

أخيراً توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بالترويج والإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي وتحمل تكلفة نفقاته العالية، اضافة إلى تدريب وتأهيل الكوادر العاملة في هذا المجال وأيضاً العمل على تشجيع الاستثمارات الأجنبية والمحلية في قطاع السياحة في السودان.

Abstract

This study dealt with four chapters related to the level of the creative photography and its impact on the promotion and advertising and on the creative and art environments at the local and global levels, and in Sudan in particular when compared to the global and regional levels according to the art standard status.

To prove or deny the hypotheses of the research, it followed the descriptive analytical approach and adopted the field of survey and the use of the questionnaire as a tool for collecting information and data, and then the results of the field survey were subjected to statistical analysis to extract the results of the study.

The results of the study find out that the promotion and advertising of local environments globally through visual communications in general and the creative photography in particular has the deepest impact, the most attractive and the fastest spread and reach, and contributes to increasing economic tourism revenues for many countries in the world. In addition to, the raising the of tourism level in the local environments and the surrounding areas socially, culturally and economically, by increasing and diversifying the sources of income for the individual and society.

At the same time, the results showed a low level of local promotion and advertising when compared to the global and regional levels.

Finally, the study recommends the necessity to pay attention to promotion and advertising based on creative photography and bearing the cost of its high expenses, in addition to training and qualifying cadres working in this field, as well as working to encourage foreign and local investments in the tourism sector in Sudan.

اسـتـهـلال



﴿قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم﴾

﴿الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله على كل شيء قدير﴾

﴿صدق الله العظيم﴾

﴿سورة العنكبوت، آية 20﴾

المستخلص

تتناول هذه الدراسة في أربعة أبواب موضوع مستوى الصورة الضوئية الإبداعية وأثره في الترويج والإعلان لسياحة البيئات المحلية عالمياً وفي السودان عند مقارنتهما بالمستويين العالمي والإقليمي وفق معيار حالة الفن.

لإثبات أو نفي فرضياتها اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت اجراء مسح ميداني واستخدام الاستبانة أداة لجمع المعلومات والبيانات ومن ثم أخذت نتائج المسح الميداني للتحليل الإحصائي لاستخلاص نتائج الدراسة.

أسفرت نتائج الدراسة على أن الترويج والإعلان للبيئات المحلية عالمياً عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً هو الأعمق أثراً، الأكثر جذباً والأسرع انتشاراً ووصولاً، ويسهم في زيادة عائدات السياحة الاقتصادية للعديد من دول العالم، إضافة إلى رفع مستوى سياحة البيئات المحلية والمناطق المجاورة لها اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً وذلك من خلال زيادة وتنوع مصادر دخل الفرد والمجتمع، وفي ذات الوقت أسفرت النتائج عن تدني مستوى الترويج والإعلان محلياً عند مقارنته بالمستويين العالمي والإقليمي.

أخيراً توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بالترويج والإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي وتحمل تكلفة نفقاته العالية، إضافة إلى تدريب وتأهيل الكوادر العاملة في هذا المجال وأيضاً العمل على تشجيع الاستثمارات الأجنبية والمحلية في قطاع السياحة في السودان.

Abstract

This study dealt with four chapters related to the level of the creative photography and its impact on the promotion and advertising and on the creative and art environments at the local and global levels, and in Sudan in particular when compared to the global and regional levels according to the art standard status.

To prove or deny the hypotheses of the research, it followed the descriptive analytical approach and adopted the field of survey and the use of the questionnaire as a tool for collecting information and data, and then the results of the field survey were subjected to statistical analysis to extract the results of the study.

The results of the study find out that the promotion and advertising of local environments globally through visual communications in general and the creative photography in particular has the deepest impact, the most attractive and the fastest spread and reach, and contributes to increasing economic tourism revenues for many countries in the world. In addition to, the raising the of tourism level in the local environments and the surrounding areas socially, culturally and economically, by increasing and diversifying the sources of income for the individual and society.

At the same time, the results showed a low level of local promotion and advertising when compared to the global and regional levels.

Finally, the study recommends the necessity to pay attention to promotion and advertising based on creative photography and bearing the cost of its high expenses, in addition to training and qualifying cadres working in this field, as well as working to encourage foreign and local investments in the tourism sector in Sudan.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	استهلال.
ب	مستخلص الدراسة باللغة العربية.
ج	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية (Abstract).
د	قائمة المحتويات.
هـ	الإهداء.
و	الشكر.
ز	قائمة الملاحق.
الباب الأول (الإطار المنهجي)	
1	الفصل الأول: المقدمة.
11	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
الباب الثاني (الإطار النظري)	
28	الفصل الأول: التصوير الضوئي (Photography)
42	الفصل الثاني: السياحة عالمياً (International Tourism)
112	الفصل الثالث: السياحة في السودان (Tourism in Sudan)
160	الباب الثالث (إجراءات الدراسة)
210	الباب الرابع
210	اختبار الفرضيات.
227	مناقشة النتائج.
230	النتائج.
231	التوصيات.
232	الخاتمة.
233	قائمة المراجع.
245	قائمة الملاحق.

الإهداء

إلى روح أمي وأبي وأختي عوضية

وإلى روح استاذي الجليل ومعلمي

بروفيسور / علي محمد عثمان محجوب

(مشرف هذه الدراسة)

إلى كل الشرفاء الذين يحملون في حناياهم

هموم نهضة هذا الوطن الجميل

أهدي

خلاصة هذا الجهد المتواضع

الشكر والتقدير

الحمدُ لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه ملءُ السموات والأرض وما بينهما وما تحت الثرى وما هو أعلم به منا، وأفضل الصلاة وأتم التسليم على أشرف خلق الله أجمعين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين.

في البدء أسأل الله تعالى الرحمة والمغفرة لأستاذي الجليل بروفيسور/ علي محمد عثمان محبوب، الذي أشرف علي هذه الدراسة حتى آخر حرف فيها دون كلل أو ملل ورحل قبل أن ترى النور، فقد كان لي "بعد الله تعالى" العون والسند، لم يتوان لحظة في اسداء النصح والارشاد والتوجيه، أسأل الله تعالى أن يجمعني به في الفردوس الأعلى. وبعد شكري لله تعالى، ورسوله القائل "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" أتوجه بالشكر والعرفان إلى لجنة تحكيم الاستبانة وهم:

أ. د/ عبدالرحمن عبدالله الخانجي، أ. مشارك/ محمد محمد ادريس، د. عبدالباسط عبدالله الخاتم "يرحمه الله"، د. جراهام عبدالقادر، د. ميمونة أحمد محمد الشفيق، ود. الصادق عجبنا الهادي. وإلى د. محمد الأمين الذي قام بإجراء التحليل الاحصائي. والشكر والامتنان موصول إلى د. أبوبكر الهادي أحمد الذي قام مقام المشرف أثناء مناقشة الدراسة، كما أخص بالشكر جميع الأخوة العاملين في وزارة السياحة والآثار والحياة البرية ووزارة الثقافة، وذلك على حرصهم الشديد حضور سمونات الدراسة بكلية الفنون وقاعة الاجتماعات بوزارة الثقافة وإثرائهم للنقاشات الهادفة وتقديم ملاحظاتهم القيمة.

ويسعدني أن أتقدم بوافر الشكر والتقدير إلى جميع الاساتذة بكلية الفنون الجميلة والتطبيقية وأخص بذلك د. عبدالرحمن عبدالله حسن "عميد الكلية"، د. عوض عيسى عوض، د. محمد التجاني عوض الله، د. وائل عبدالرحمن ابراهيم لجهودهم الكبيرة في تكملة إجراءات المناقشة، وشكر خاص لكل زملاء الدفعة (60) لما ظلوا يقدموه لي من نصح وارشاد سائلاً الله تعالى أن يجعل هذا الجهد المتواضع مفتاحاً لإجراء المزيد من الدراسات والبحوث في المستقبل القريب تطويراً لهذا المجال الحيوي وخدمة للعلم والفن، والعباد والبلاد.

قائمة الملاحق

قائمة الخرائط:

الصفحة	الخرائط	رقم
130	خريطة رقم (1) توضح: أهم مواقع آثار الحضارات التاريخية في السودان.	1
139	خريطة رقم (2) توضح: أهم مواقع سياحة البيئات الطبيعية في السودان.	2

قائمة الجداول والأشكال:

الصفحة	الجدول والأشكال	رقم
167	جدول رقم (1-1-4) - شكل رقم (1-1-4)	1
168	جدول رقم (2-1-4) - شكل رقم (2-1-4)	2
169	جدول رقم (3-1-4) - شكل رقم (3-1-4)	3
170	جدول رقم (4-1-4) - شكل رقم (4-1-4)	4
171	جدول رقم (5-1-4) - شكل رقم (5-1-4)	5
172	جدول رقم (6-1-4) - شكل رقم (6-1-4)	6
173	جدول رقم (7-1-4) - شكل رقم (7-1-4)	7
174	جدول رقم (8-1-4) - شكل رقم (8-1-4)	8
175	جدول رقم (9-1-4) - شكل رقم (9-1-4)	9
176	جدول رقم (10-1-4) - شكل رقم (10-1-4)	10
177	جدول رقم (11-1-4) - شكل رقم (11-1-4)	11
178	جدول رقم (12-1-4) - شكل رقم (12-1-4)	12
179	جدول رقم (13-1-4) - شكل رقم (13-1-4)	13
180	جدول رقم (14-1-4) - شكل رقم (14-1-4)	14
181	جدول رقم (15-1-4) - شكل رقم (15-1-4)	15
182	جدول رقم (16-1-4) - شكل رقم (16-1-4)	16
183	جدول رقم (17-1-4) - شكل رقم (17-1-4)	17
184	جدول رقم (18-1-4) - شكل رقم (18-1-4)	18
185	جدول رقم (19-1-4) - شكل رقم (19-1-4)	19
186	جدول رقم (20-1-4) - شكل رقم (20-1-4)	20

187	جدول رقم (1-2-4) - شكل رقم (1-2-4)	21
188	جدول رقم (2-2-4) - شكل رقم (2-2-4)	22
189	جدول رقم (3-2-4) - شكل رقم (3-2-4)	23
190	جدول رقم (4-2-4) - شكل رقم (4-2-4)	24
191	جدول رقم (5-2-4) - شكل رقم (5-2-4)	25
192	جدول رقم (6-2-4) - شكل رقم (6-2-4)	26
193	جدول رقم (7-2-4) - شكل رقم (7-2-4)	27
194	جدول رقم (8-2-4) - شكل رقم (8-2-4)	28
195	جدول رقم (9-2-4) - شكل رقم (9-2-4)	29
196	جدول رقم (10-2-4) - شكل رقم (10-2-4)	30
197	جدول رقم (11-2-4) - شكل رقم (11-2-4)	31
198	جدول رقم (12-2-4) - شكل رقم (12-2-4)	32
199	جدول رقم (13-2-4) - شكل رقم (13-2-4)	33
200	جدول رقم (14-2-4) - شكل رقم (14-2-4)	34
201	جدول رقم (15-2-4) - شكل رقم (15-2-4)	35
202	جدول رقم (16-2-4) - شكل رقم (16-2-4)	36
203	جدول رقم (17-2-4) - شكل رقم (17-2-4)	37
204	جدول رقم (18-2-4) - شكل رقم (18-2-4)	38
205	جدول رقم (19-2-4) - شكل رقم (19-2-4)	39
206	جدول رقم (20-2-4) - شكل رقم (20-2-4)	40

قائمة نماذج استمارة الاستبيان:

الصفحة	استمارة الاستبيان	رقم
245	ملحق رقم (1) نموذج استمارة استبيان شريحة الخبراء والمتخصصين.	1
250	ملحق رقم (2) نموذج استمارة استبيان شريحة السياح باللغة العربية.	2
256	ملحق رقم (3) نموذج استمارة استبيان شريحة السياح باللغة الإنجليزية.	3
262	ملحق رقم (4) نموذج استمارة استبيان شريحة السياح باللغة الفرنسية.	4

الباب الأول

(الإطار المنهجي)

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

الباب الأول

الفصل الأول

المقدمة:

1. لأغراض هذه الدراسة ونسبة لورود المصطلحات التالية في عنوانها وفي مقدمتها فإن الدارس، منطقياً، يوردها أولاً في بداية الدراسة ليكون القارئ ملم بما تعنيه مسبقاً قبل ولوجه متن الدراسة بينما يجد القارئ بقية مصطلحات الدراسة في موقعها في نهاية هذا الباب، والمصطلحات المعنية هي:

1-1/ الصورة الضوئية الإبداعية (Creative Photography) الصورة الضوئية المبتكرة التي تتسم بذكاء فكرتها المستمدة من موضوعها.

1-2/ البيئات المحلية (Local Environmental) يتكون المصطلح من كلمتين:

1-2-1/ بيئة: والمقصود بها كل ما يحيط بالإنسان في منطقة محددة جغرافياً طبيعياً وثقافياً وسلوكياً.

1-2-2/ محلية: البيئات عموماً والتقليدية تحديداً.

2. معلوم أن التصوير الضوئي المعاصر قد حقق العديد من النجاحات والإنجازات في التعريف والترويج للعديد من المجالات، أهمها الإعلان التجاري ومجالات الثقافة مما جعله الوسيلة والوسيط الأسرع وصولاً والأوسع انتشاراً والأعمق تأثيراً في تكوين الرأي العام وذلك لما له من سمات لا تتوفر لغيره من وسائل الاتصال المرئي، قدم التصوير الضوئي للإنسانية خدمات جليلة، بل أصبح علماً دقيقاً يُدرس في الجامعات والمعاهد العليا على اختلافه وأنواعه، وعالمياً، يُعد التصوير الضوئي الأساس لكل العمليات التي تحدث وتتطور مع مرور الزمن في العديد من المجالات العلمية، أهمها: الطب، الكيمياء، الفيزياء والفلك (عثمان، مقابلة في مكتبه، 19.8.2018). وكغيره من مجالات المعرفة تطور التصوير الضوئي عموماً بشقيه التسجيلي والإبداعي، الثابت والمتحرك، تطوراً موضوعياً وتقنياً خصوصاً فيما يتعلق بالجانب الإبداعي، لذا لجأ إليه حالياً العديد من المصورين والمصممين المبدعين منتجي الإعلان للتعبير عن أفكارهم وآرائهم مستخدمين الطرق

والأساليب المبتكرة المتعارف عليها وفق أسس ومعايير الصورة الضوئية الإبداعية عالمياً، وهي ما يلي:

أولاً: جذب انتباه المتلقي بواسطة الفكرة الذكية للموضوع المستهدف.

ثانياً: توفير المعلومة المطلوبة عن ذلك الموضوع.

يتميز التصوير الضوئي الإبداعي بقدرات اتصالية فائقة وسمات لا تتوفر في غيره من وسائل الاتصال المرئي في جذب السياح نحو الوجهات والمقاصد السياحية حول العالم، من خلال إثارتهم ذهنياً ووجدانياً والتأثير عليهم حسياً وحركياً، ومن ناحية أخرى، إن الترويج والإعلان للمنتجات بأنواعها وعلى اختلافها قديم جداً يعود لعصور ما قبل الميلاد، بدءاً من المناداة كأول وسيلة إعلانية استخدمها الإنسان، فهذه الوسيلة كانت تتبع للسلطة الحاكمة مباشرة ويستخدم فيها المنادون الأبواق للفت انتباه الناس للاستماع إلى أوامر الحكام، مروراً بعصور حضارات بلاد ما بين النهرين (الآشورية، البابلية والأكدية) فقد كان بعض كبار التجار يعلقون رموزاً دعائية منحوتة على الحجارة، الصلصال أو الخشب على مداخل متاجرهم حتى تميزهم ومنتجاتهم عن الآخرين وهي أشبه بالماركة أو العلامة التجارية الحالية، كما استخدم قدماء المصريون ورق نبات البردي لصنع الملصقات الحائطية كرسائل اعلانية للمنتجات التجارية والمفقودات، أما قدماء الرومان فقد كانوا يضعون في ساحات روما ألواحاً حجرية مربعة الشكل مكتوب عليها عبارات إعلانية بألوان زاهية (حسين، 6.4.2021، <https://www.balagh.com>).

أما في أوروبا، وفي بدايات عصر النهضة لم يكن عامة السكان ملمين بالقراءة، الأمر الذي عجل باستبدال اللافتات المكتوب عليها إسكافي، خياط أو حداد، بصور "مرسومة" ترتبط بنوع الأنشطة التجارية المستهدفة مثل صورة: حذاء، بدلة، قبعة، أو حذاء حصان (المرجع السابق).

تطور الإعلان المرئي بعد اختراع آلة الطباعة عام (1438م) وأصبح قوة رئيسة في الترويج للمنتجات، مما أدى إلى سرعة انتشار الإعلان المطبوع، كالملصقات، الصحف، المجلات، الكتب وإعلانات البريد اليدوي. خلال القرنين الأخيرين وتبعاً للتطور التقني والعلمي المتسارع تطور الإعلان المرئي عموماً وتحديداً القائم على التصوير الضوئي الإبداعي الذي يعتمد في الأساس على قدرات المصور (المصمم) الإبداعية وخبراته

في ابتكار الأفكار الحديثة وعلى تطور معدات التصوير الضوئي وبرمجيات الكمبيوتر، هذه العوامل مجتمعة تؤدي أدواراً أساسية في نقل وتوصيل الأفكار والمعلومات من خلال العديد من وسائل الاتصال المرئي بشقيه الثابت والمتحرك (العلاق، ربايعة، 2002، 131). منطقياً أستدعى ذلك تقليل الاعتماد على الإعلان المطبوع ورقياً والاعتماد على الترويج إلكترونياً.

3. السياحة عالمياً:

يرتبط مفهوم السياحة حالياً، ارتباطاً وثيقاً بالانتقال من منطقة إلى أخرى بغض النظر عن مقاصد ذلك الانتقال، ليصبح نشاط انساني واجتماعي يهدف إلى حب المعرفة، تحقيق دوافع ذاتية، واشباع رغبات نفسية للفرد عبر الاستكشاف والتعلم، وذلك كما يلي:

3-1/ اجتماعياً، السياحة تتداخل اجتماعياً وثقافياً وتعمل على توطيد العلاقات بين الأمم والشعوب المختلفة خصوصاً من ناحية اكتساب وتبادل المعلومات الثقافية والعلمية في العديد من مجالات الحياة مما يجعل حركة السياحة لدى أفراد المجتمع إحدى أهم مصادر المعرفة والترويج لها، وذلك للآتي:

3-1-1/ أن السياحة تسهم في التعريف بالمجتمعات وثقافتها المحلية المختلفة.

3-1-2/ تسهم السياحة في المحافظة على عناصر التراث في مواقع آثار الحضارات التاريخية.

3-2/ اقتصادياً، السياحة عموماً تُعد قطاع انتاجي وخدمي يؤدي أدواراً مهمة في زيادة العائدات الاقتصادية للعديد من دول العالم، كفرنسا، إسبانيا، ألمانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، البرازيل، ماليزيا، لبنان، جنوب أفريقيا ومصر، من ما ترتب عليه ارتفاع دخل ومستوى معيشة الفرد والمجتمع، تحتل قارة أوروبا حالياً المرتبة الأولى عالمياً من حيث أعداد السياح والعائدات الاقتصادية، وتضم عدداً من الدول المتقدمة سياحياً أهمها: فرنسا، إسبانيا، ألمانيا، بريطانيا، إيطاليا وتركيا، إذ تحوي هذه الدول العديد من المعالم السياحية الشهيرة وآثار حضارات تاريخية سادت ثم بادت، وتأتي قارة أمريكا الشمالية ثانياً، ثم منطقة شرق آسيا، تليها قارة أمريكا الجنوبية، ف قارة أفريقيا ومنطقة الشرق الأوسط، ثم جنوب آسيا وأخيراً استراليا ونيوزلندا.

4. السياحة البيئية عالمياً:

عالمياً، شهدت السياحة البيئية وعلى مدى العقود القليلة الماضية نمواً كبيراً من حيث زيادة عدد السياح وما نتج عن ذلك من آثار ايجابية اقتصادية، اجتماعية وثقافية وذلك لما تتميز به من اتساع رقعتها الجغرافية وتعدد أنواعها، أنشطتها ومنتجاتها التجارية المتعددة.

تتناول الدراسة في هذا الجانب التعريف بأهم مواقع السياحة البيئية في عدد من دول العالم المتطورة في هذا المجال، وعلى سبيل المثال لا الحصر: "إسبانيا، ماليزيا، لبنان ومصر".

4-1/ إسبانيا: تُعد إسبانيا الدولة الأكثر جذباً للسياح في أوروبا والعالم، وأهم مواقع السياحة البيئية ما يلي:

4-1-1/ الجزر وشواطئ البحر المتوسط في إسبانيا إذ يعتبرها السياح الأفضل عالمياً.

4-2-1/ مهرجانات فنون الرقص الشعبي "الفلامنكو" في العديد من إقليم كاتالونيا مثل: اشبيلية، ملقا، غرناطة وإبيزا (منظمة السياحة العالمية، SICTA، 2017م).

4-2/ ماليزيا: تُعد ماليزيا حالياً أكثر الدول المتقدمة في منطقة جنوب شرق آسيا في التنمية الاقتصادية ومجال السياحة البيئية، تحوي ماليزيا العديد من محميات الحياة البرية والبحرية والنباتية وتُصنف عالمياً ضمن أغنى (12) دولة من حيث التنوع البيولوجي، إذ تضم حوالي: (14500) نوعاً من النباتات المزهرة، (3000) نوعاً من الأشجار، (300) نوعاً من النخيل، (210) نوعاً من الثدييات، وعدد كبير من الكائنات البحرية والشعب المرجانية و(600) نوعاً من الطيور. ثقافياً، تتميز ماليزيا بتعدد الموروث الثقافي، نتيجة للتنوع العرقي لسكانها، ويظهر ذلك بجلاء في الاحتفالات بالمناسبات القومية، مهرجانات الموسيقى المحلية، معارض الكتب الدينية، الثقافية، العلمية، معارض الفنون التشكيلية، الفنون الأدائية ومنتجات الحرف والصناعات التقليدية (صهيب، 2016، 14).

4-3/ لبنان: تحوي لبنان مقومات طبيعية متعددة تجعل سياحة البيئات الطبيعية فيها أهم مصادر العائدات الاقتصادية، ومن أهم الأنشطة التي يمارسها السياح: المشي بين السهول والأودية، تسلق الجبال والمرتفعات، ممارسة الرياضات المائية وسياحة الحياة البرية (المرجع السابق).

4-4/ البرازيل: تُعد البرازيل من الدول الغنية بالموارد الطبيعية والبشرية، سيما غابات الامازون المطيرة أحد المناطق الأكثر جذباً للسياحة عالمياً، وذلك لتنوع أشجارها، تعدد حيواناتها وحشراتهما، إضافة إلى الشواطئ الطبيعية التي تتميز بدفء مياهها (منظمة السياحة العالمية، SICTA، 2017م).

4-5/ مصر: تُعتبر مصر من الدول الرائدة في مجال السياحة عموماً والسياحة البيئية خصوصاً، على المستوى الاقليمي، القاري والعالمي، فهي تزخر بمقومات طبيعية عديدة ومتنوعة بدءاً من سواحل البحر الأبيض المتوسط شمالاً وسواحل البحر الأحمر شرقاً، مروراً بنهر النيل وشواطئه والمحميات الطبيعية البرية وسطاً، وصولاً إلى البيئات الصحراوية، الواحات، الجبال والسهول والوديان غرباً (دعبس، 2003، 16).

5. السياحة في السودان:

عالمياً، يُصنف السودان ضمن الدول العشر الأولى التي تمتلك مقومات جاذبة للسياحة، من الممكن الترويج لها جيداً وبالطرق المثلى لتسهم في تحقيق عائدات اقتصادية كبيرة تُفضي إلى تنمية شاملة ترتقي مستوى صناعة السياحة في السودان.

فيما يلي رصد وحصر وتصنيف امكانيات السودان السياحية والمتمثلة في العديد من مواقع آثار الحضارات التاريخية المنتشرة في أنحاء البلاد المختلفة:

5-1/ يضم السودان نحو (22) موقع آثار تاريخي، و(76) من مواقع الآثار التاريخية النادرة أهمها:

5-1-1/ مواقع آثار الحضارة المروية (900 – 350 ق.م) وأهمها أهرامات مروى، أهرامات البجراوية، المواقع الأثرية في المصورات الصفراء، النقعة وجبل البركل.

5-1-2/ مواقع آثار العهد المسيحي (543-1504م): تضم كل من منطقة فرس، موقع كنيسة دنقلا العجوز، سيسبي، صادنقا، صلب، جزيرة صاي وكرمة، والجدير بالذكر أن كل هذه المواقع تقع في شمال السودان.

5-1-3/ مواقع آثار العهد الاسلامي (1504-1821م):

5-1-3-1/ جامع دنقلا العجوز الواقع شمال السودان.

5-1-3-2/ مواقع الآثار التاريخية لمملكة الفونج "أول دولة إسلامية في السودان" وعاصمتها مدينة سنار.

5-3-1-3/ مواقع الآثار التاريخية لمملكة سواكن الواقعة على ساحل البحر الأحمر شرق السودان والتي تأسست "تحت حكم النوبة" قبل القرن (7هـ / 13م).

5-3-1-4/ مواقع الآثار التاريخية لمملكة كانم الإسلامية التي سبقت قيام سلطنة دارفور بسبعة قرون ومملكة المسبغات ومنطقة عين فرح غربي السودان (المصطفى، 1997، 62)

6. السياحة البيئية في السودان:

السودان من الدول التي حباها "الله سبحانه وتعالى" بتنوع كبير في الموارد الطبيعية وتعدد أكبر في البيئات السياحية كنتاج طبيعي لتنوع العوامل الجغرافية والمناخية، وقد أدى التنوع العرقي للسكان إلى تعدد واختلاف الثقافات، العادات والتقاليد، الأمر الذي يجعل من الممكن أن يكون السودان مستقبلاً وجهة جاذبة لسياحة البيئات المحلية اقليمياً، قارياً وعالمياً.

أهم المواقع الطبيعية السياحية في السودان ما يلي:

6-1/ عدد (37) موقع لسياحة البيئات الطبيعية تمثلها: البحار، الجزر، الأنهار والشواطئ والشلالات.

6-2/ عدد (53) من المتنزهات الطبيعية و(14) منتجع سياحي.

6-3/ عدد (18) محمية طبيعية اثنتان منها محميتان بحريتان هما "سنجيب ودنقناب" وما تبقى منها برية أبرزها محمية "الندندر" التي تقدر مساحتها بـ(10 ألف كلم²).

6-4/ عرقياً، يضم السودان ما يتراوح بين (595 إلى 750) مجموعة قبلية تتحدر من حوالي (56) مجموعة عرقية لكل منها عاداتها وتقاليدها وموروثها الثقافي، الحضاري والاجتماعي المتفرد.

6-5/ يحظى السودان ببيئات صحراوية شاسعة تمتد في كل من الولاية الشمالية، ولاية شمال دارفور وولايته شمال وغرب كردفان، بالإمكان أن تصبح عناصر جذب للسياح الباحثين عن الجديد، والجدير بالذكر أن هذا النوع من السياحة الواعدة قد وجد ترويحاً جيداً واقبالاً كبيراً في دول المغرب العربي وبعض دول الخليج العربي "علي سبيل المثال".

7. الصورة الضوئية الإبداعية في الترويج لسياحة البيئات المحلية:

معلوم أن الترويج نشاط انساني قديم وضروري لا غنى عنه خصوصاً في التعريف بالمنتجات التجارية والخدمات وتسهيل وصولها إلى المجتمعات، وقد أدى التقدم العلمي والتقني إلى وفرة الانتاجية واتساع الأسواق، وقد أدت زيادة حدة التنافس إلى تطوير الترويج والإعلان بكل أنواعه وأساليبه شكلاً ومضموناً، تحديداً بعد اختراع آلة الطباعة التي كان لها الأثر الفاعل في تطور الإعلان وما تلاها من وسائل الاتصال المرئي التي أسهمت في تطور الأنشطة التجارية، وأهمها هو:

1-7/ التصوير الضوئي الإبداعي: يُعد أحد سمات العصر، ومن خلاله يستخدم حالياً منتجو الإعلان في الدول المتقدمة كافة الطرق والأساليب المبتكرة والأفكار الذكية بهدف لفت الانتباه والجذب، ويرتبط تطور هذا النوع من الإعلان بزيادة الانفاق عليه وبسخاء من قبل المؤسسات الرسمية والخاصة للنهوض بمجال السياحة عموماً وسياحة البيئات المحلية خصوصاً من خلال الترويج والإعلان للآتي:

1-1-7/ البحار، السواحل، الجزر والخلجان، الانهار، الشواطئ، السهول والوديان، الجبال والصحارى والمحميات بكل أنواعها وعلى اختلافها.

1-1-7/2/ الفنون الأدائية بأنواعها مثل: الاحتفالات الشعبية والمهرجانات الثقافية للأمم والشعوب المختلفة، معارض الفنون التشكيلية والكتب الثقافية، الأدبية، العلمية والدينية.

إن الترويج والإعلان الأمثل لسياحة البيئات المحلية أصبح ضرورة لا غنى عنها خصوصاً مع ارتفاع حدة التنافس بين الدول السياحية الكبرى التي استفادت من توفر الامكانيات التقنية والمادية لديها، علماً بأن الترويج للسياحة عموماً يتطلب رصد ميزانيات مقدرة وإبراز قدرات إبداعية فائقة لمنتجي الإعلان تسهم بدورها في الارتقاء بمجال التصوير الضوئي بشقيه التسجيلي والإبداعي، الثابت والمتحرك، ومعلوم أن الصورة الضوئية الإبداعية تحوي الأساليب والأفكار الذكية والمعلومات المطلوبة للفت الانتباه والجذب.

في السودان تفيد مقارنة مباشرة بين عائدات السياحة الاقتصادية عالمياً والمحلية بفارق كبير بين الطرفين، ويُعزى ذلك إلى عدم الاهتمام بتطوير مجال الترويج والإعلان لسياحة البيئات المحلية، سيما وأن البلاد زاخرة

بمقومات سياحية كبيرة متمثلة في الموارد الطبيعية والبشرية التي تسهم بقوة في جذب السياح أعداد كبيرة من السياح.

8. مبررات الدراسة:

تكمن مبررات الدراسة في أن المقارنة المباشرة بين مستويي السياحة البيئية عالمياً وفي السودان، كماً وكيفاً، تفيد بأن مستواها عالمياً قد حقق العديد من النجاحات أهمها الجذب السياحي ولفت الانتباه وذلك بفضل اعتماد الترويج والإعلان للسياحة على التصوير الابداعي وبأحدث التقنيات، لما له من سمات لا تتوفر في غيره من وسائل الاتصال المرئي الأخرى، ولعلاقته الوطيدة بالترويج الالكتروني ودوره الكبير في الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من السياح، بينما مستوى الترويج في السودان ضعيف سيما واعتماده في الترويج للسياحة عموماً وسياحة البيئات المحلية خصوصاً على الإعلانات القائمة علي الوسائل والوسائط الكلاسيكية والصور النمطية.

9. مشكلة الدراسة: مشكلة هذه الدراسة تتلخص في التالي: تدني مستوى الترويج والإعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان عن طريق الصورة الضوئية الإبداعية عند مقارنتها بالمستويين العالمي والإقليمي وفق معيار حالة الفن.

10. أهمية الدراسة:

10-1/ التبصير بأهمية الترويج في تسويق السياحة في السودان إلى العالم الخارجي عموماً بهدف رفع مستواها، اعتماداً علي الصورة الضوئية الابداعية لسياحة البيئات المحلية خصوصاً.

10-2/ التعريف بأهمية الترويج الخارجي بالتركيز علي سياحة البيئات المحلية للمساهمة في التنمية الاقتصادية.

10-3/ تسليط الضوء علي سياحة البيئات المحلية ورفع مستوى مساهمتها في تنمية وترقية المناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

10-4/ حض الجهات الحكومية والقطاع الخاص علي توفير الأموال اللازمة للاستثمار في قطاع السياحة في السودان بهدف ترقية صناعة ونتاج الصورة الضوئية الابداعية.

11. أهداف الدراسة:

11-1/ الكشف عن الأسباب والمعوقات التي تحول دون تنمية وتطوير قطاع السياحة في السودان عموماً وسياحة البيئات المحلية خصوصاً.

11-2/ التعريف بالبيئات المحلية في السودان.

11-3/ التعرف على مقومات وموارد السياحة البيئية عالمياً ومحلياً.

11-4/ التعريف بأهمية الصورة الضوئية الإبداعية ودورها في الترويج لسياحة البيئات المحلية المختلفة ثقافياً واجتماعياً والخروج من الترويج عبر الصورة النمطية التي ما عادت تؤثر علي المتلقي.

11-5/ التبصير بتوفر مقومات سياحية متعددة في البيئات المحلية.

11-6/ الدعوة إلى استغلال الموارد الطبيعية والبيئية والتاريخية كافة دعماً للاقتصاد الوطني.

11-7/ تشجيع القطاع الخاص بالاستثمار في السياحة بكامل مؤسساته وهيئاته العاملة في هذا المجال.

12. فرضيات الدراسة:

12-1/ اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً يفنقر لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق معايير الفن العالمية.

12-2/ التصوير الضوئي الإبداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان.

12-3/ ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

12-4/ الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية.

13. منهج الدراسة:

14. لإثبات أو نفي فرضياتها تتبع هذه الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي وذلك لرصد وحصص وتصنيف البيانات والمعلومات المتحصل عليها ومن ثم تحليلها لاستخلاص نتائج الدراسة.

15. حدود الدراسة:

14-1/ الحدود المكانية: السودان عموماً وبما أنه من أغنى الدول بالموارد الطبيعية والبيئات السياحية.

14-2/ الحدود الزمانية: (2017 - 2020م)، وذلك لبداية اهتمام الدولة بمجال الدراسة وموضوعها الأمر

الذي اعتبره الدارس محفزاً للبحث في مشكلة هذه الدراسة والسعي إلى إيجاد حلول لها وتحقيق أهدافها.

16. مصطلحات الدراسة:

15-1/ البيئات الصحراوية (Desert Environmental) المصطلح يتكون من كلمتين:

15-1-1/ بيئة: معناها ورد في بداية مقدمة الدراسة.

15-1-2/ صحراوية: المقصود بها المناطق والبيئات الصحراوية.

الباب الأول

الفصل الثاني

الدراسات السابقة:

أسفر البحث في موضوع هذه الدراسة عن عدم وجود دراسات متخصصة وندرة في الدراسات اللصيقة، إلا أن البحث المذكور يفيد الحصول على دراسات ذات صلة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع هذه الدراسة إضافة إلى بعض البحوث العلمية والمقالات والأوراق العلمية وذلك كما يلي:

1. الدراسات باللغة العربية:

1-1/ عبدالله أحمد عبدالله إبراهيم، إدارة موارد السياحة البيئية كوسيلة لتنمية السياحة المستدامة في مصر، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الفيوم، 2012م.

تتناول هذه الدراسة السياحة البيئية في مصر باعتبارها أحد أهم الموارد الاقتصادية للعديد من الدول حول العالم وذات تأثير اجتماعي وثقافي متزايد، وتعتبر البيئات الطبيعية السياحية الغنية بالثقافات هي القاعدة الأساسية في إدارة الموارد الثقافية من أجل جذب السياح من جميع أنحاء العالم، وتناولت الدراسة أيضاً سبل المحافظة على الموارد البيئية من أجل نجاح التنمية السياحية على المدى البعيد وكيفية إدارة السياحة الجماهيرية في مواقع وأماكن التراث الثقافي، تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

1-1-1/ أن رفع مستوى رضاء السياح وجذبهم يتطلب إحداث تأثيرات جوهرية في إدارة موارد البيئات السياحية مواكبة للتطورات الثقافية، الاقتصادية والاجتماعية.

1-1-2/ أن سياحة البيئات الطبيعية عموماً تعتبر من أهم مصادر الجذب السياحي الذين تتزايد أعدادهم وخصوصاً القادمين من الدول الأوروبية.

1-1-3/ أن صياغة أشكال جديدة من التعاون والشراكة بين القطاعين العام الخاص من شأنها توفير

برامج مساعدة تسهم في رفع مستوى وعي السكان المحليين بأهمية التنمية السياحية.

يتفق الدارس مع بعض ما تناولته هذه الدراسة ونتائجها التي أثبتت أن سياحة البيئات الطبيعية في مصر من أهم مصادر جذب السياح الذين تتزايد أعدادهم خصوصاً من الدول الأوروبية وذلك نظراً لاختلاف تلك البيئات التي يعيشون فيها واختلاف المناخ، ويختلف الدارس مع الدراسة في عدم التطرق للترويج كأحد أهم عوامل الجذب السياحي حالياً وخصوصاً عبر الإعلان المرئي وبالتحديد القائم على الصورة الضوئية الإبداعية لما يتميز به دون غيره من الإعلانات الأخرى وخصوصاً في السودان كبلد يتمتع بمساحة كبيرة أدت إلى تتعدد وتنوع البيئات الطبيعية السياحية وتنوع المناخ إضافة إلى اختلاف الأعراق وتعدد الذي يؤدي بدوره إلى تباين الثقافات والعادات والتقاليد، هذه العوامل مجتمعة من شأنها أن تسهم في تلبية عدد كبير من الرغبات والحاجات لدى السياح الأجانب.

1-2/ نادية شيقر، سيميوطيقيا الصورة البصرية الثابتة، دراسة في الإعلان السياحي، جريدة السياحي نموذجاً،

رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015م.

تتناول هذه الدراسة فاعلية الصورة الضوئية ودورها في مجال الإعلان المرئي كونها من وسائل الاتصال التي تمتلك القدرة في التأثير المباشر على السياح ولفت الانتباه والجذب، ما يمهد لها الهيمنة على العديد من المجالات أهمها التجارية، الاقتصادية، الثقافية والخدمية، لا سيما السياحة بكل أنواعها والتي تُعتبر رافداً مهماً لاقتصاد العديد من دول العالم، تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

1-2-1/ أن الإعلان السياحي القائم على الصورة الضوئية يُعد فن اتصالي يقوم على الإبداع بهدف التأثير في

السياح بغرض التأثير عليهم وجذبهم.

1-2-2/ أن الإعلان السياحي القائم على الصورة الضوئية يتسم بالوضوح والجدية في الطرح.

1-2-3/ أن الإعلان السياحي القائم على التصوير الضوئي يرمي إلى النهوض بمجال الترويج لمقومات

الجذب في البيئات المحلية، علماً بأن هذا النوع من الإعلان يقوم على سعة خيال المصورين.

1-2-4/ تجعل التقنيات الحديثة التي طرأت على التصوير الإبداعي منه مجالاً مهماً يحظى بالدراسة والتحليل

والاهتمام خصوصاً في مجالي السياحة والخدمات.

يتفق الدارس مع الموضوعات ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة التي تتناول أهمية الإعلان السياحي المرئي وخصوصاً القائم علي الصورة الضوئية وأهمية دوره في الترويج والجذب، إضافة إلى ضرورة الاهتمام به واخضاعه إلى المزيد من الدراسات والبحوث والتحليل بغرض التطوير والتجويد بهدف رفع مستوى السياحة. 1-3/ تلي محمد إسلام، دور السياحة في التنمية المحلية "ولاية غرداية دراسة حالة"، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، تسويق وخدمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014م.

تتناول هذه الدراسة التعريف بالكيفية التي تسهم بها السياحة عموماً في تنمية وتطوير البيئات المحلية، وتشير الدراسة إلى الكشف عن آليات تسهم في التوظيف الأمثل لعائدات السياحة الاقتصادية من أهمها تنشيط وتطوير مجال الترويج لسياحة البيئات المحلية وتسويق منتجات الحرف اليدوية والصناعات التقليدية للسكان المحليين، تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

1-3-1/ أن الارتقاء بمجال الترويج من خلال التقنيات الحديثة يُعد من أهم أولويات التخطيط السليم لرفع مستوى سياحة البيئات المحلية والمحافظة علي ثرواتها ومواردها الطبيعية.

1-3-2/ أن عائدات السياحة الاقتصادية تسهم في تطوير الموارد البشرية ورفع مستوى معيشة الأفراد، من ما يولد وعي كبير لدى السكان المحليين يساعد في المحافظة علي العادات والتقاليد والموروثات الثقافية.

1-3-3/ أن البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية والبشرية تمثل هدفاً استراتيجياً يلبي حاجات ورغبات السياح. يتفق الدارس مع ما يتناوله موضوع هذه الدراسة ونتائجها خصوصاً فيما يتعلق بوفرة المقاصد والوجهات السياحية غير المستغلة ذات الموارد الطبيعية والبشرية المتعددة، ويرجع ذلك إلى وجود العديد من أوجه الشبه بين أهداف تطوير سياحة البيئات المحلية في الجزائر ونظيراتها في السودان.

1-4/ يمينة مفتاح، تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة، "إقليم الأهقار دراسة حالة"، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2012م.

تتناول هذه الدراسة التعريف بسياحة البيئات الصحراوية وأهمية الترويج لها والتي يعدها الخبراء منتجاً سياحياً

وإعداداً خصوصاً في الدول التي تسعى جاهدة للحاق بركب الدول المتقدمة في هذا المجال، وتشير هذه الدراسة إلى أن الجزائر تمتلك أكبر إقليم صحراوي في أفريقيا ما يشجعها إلى السعي إلى تطوير مجال الترويج لهذا النوع من السياحة وتجعل منها محركاً أساسياً للتنمية الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية، تتبع هذه الدراسة المنهجين الوصفي التحليلي والتاريخي وقد أسفرت النتائج عن التالي:

1-4-1/ أن الاستغلال الأمثل للبيئات الصحراوية يضع البلاد ضمن الدول السياحية العالمية.

1-4-2/ أن تنفيذ خطط التنمية والإعمار المدروسة لتطوير الترويج يرتقي بمستوى سياحة الصحراء.

1-4-3/ أن الاهتمام بالبنية التحتية والمرافق الخدمية في البيئات الصحراوية يسهم في تطوير الأنشطة الثقافية والرياضية الجاذبة للسياح والملبية لحاجاتهم ورغباتهم.

يتفق الدارس مع ما أسفرت عنه نتائج الدراسة وأهمية النهوض بمجال الترويج والتسويق لسياحة البيئات الصحراوية، علماً بأن أحد موضوعات الدراسة يتناول ترقية البيئات الصحراوية في السودان لكن من خلال الاهتمام بتطوير مجال الترويج عبر التصوير الإبداعي لما له من سمات لا تتوفر في غيره من وسائل الاتصال المرئي أهمها لفت الانتباه والجذب.

1-5/ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة

حالة الجزائر، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012م.

تتناول هذه الدراسة موضوع مساهمات قطاع السياحة في إيجاد حلول جذرية لمشكلة البطالة وقدرته في توفير فرص عمل للسكان المحليين وتحسين مستواهم المعيشي.

كما تتناول أيضاً هذه الدراسة بعض المعوقات التي تواجه نمو القطاع السياحي والآفاق المستقبلية لنهضته والارتقاء به، تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

1-5-1/ أن التطورات التقنية المتلاحقة تؤدي إلى تطور وسائل الإنتاج وتوفير الكثير من الوقت والجهد

الإنساني والذي يؤدي بدوره إلى الرغبة الشديدة في البحث عن وجهات سياحية جديدة وجاذبة.

1-5-2/ أن تطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات يؤدي إلي تقريب المسافات وجعل من السفر والتنقل بغرض السياحة ضرورة حتمية.

1-5-3/ أن اهتمام المجتمعات الدولية عموماً والمنظمات والهيئات الدولية خصوصاً يهدف إلي النهوض بالبيئات المحلية وسكانها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

1-5-4/ أن انتشار الوعي الثقافي والاجتماعي والتقارب المعلوماتي يؤدي إلي زيادة الرغبة لدي الكثير من الناس لزيارة وجهات وبيئات مختلفة وتحديدأ الجديدة بهدف الاطلاع علي ثقافتها ومعرفة سبل عيش سكانها. يتفق الدارس مع ما أسفرت عنه نتائج هذه الدراسة وخصوصاً تحسين المرافق الخدمية السياحية متعددة الأنشطة والأغراض بهدف إيجاد فرص عمل للسكان المحليين، علماً بأن رفع مستوى السياحة يعتمد علي تطوير العديد من المجالات أهمها مجال الترويج من خلال التصوير الإبداعي.

1-6/ أيمن الطيب سيد أحمد، المتاحف السودانية ودورها في السياحة، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب، قسم الآثار، جامعة الخرطوم، السودان، 2009م.

تتناول هذه الدراسة أهمية الدور الذي تؤديه المتاحف في رفع مستوى السياحة في السودان كما تناولت الدراسة العلاقة القوية بين التطور الكبير الذي يطرأ في مجال السياحة عالمياً وتأثيراته على المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية خصوصاً وأن السياحة حالياً أصبحت الصناعة الأسرع نمواً والأخذة في التطور وتعتمد العديد من دول العالم عليها في دعم اقتصاداتها، وقد أثبتت هذه الدراسة ارتفاع معدل أعداد السياح في مناطق الجذب المختلفة حول العالم مقارنة بأعداد السياح الذين يقومون بزيارة المتاحف في السودان، وقد أعزت الدراسة ذلك إلى أسباب عديدة أهمها تدني الاهتمام بالترويج لمقومات السياحة والمتاحف السودانية.

تتبع هذه الدراسة المنهجين الوصفي التحليلي والمقارن وقد أسفرت النتائج عن التالي:

1-6-1/ أن المتاحف في السودان تؤدي دوراً مهماً في صناعة السياحة متى ما توفرت لها مقومات الجذب السياحي بالاستفادة من التجارب العالمية الناجحة.

1-6-2/ أن تأهيل كوادر متخصصة لتدريس منهج السياحة كعلم قائم بذاته وفق مناهج عالمية متطورة اضافة

إلى تدريب الطلاب الخريجين وتوظيفهم في المجال من شأنه أن يرتقي بالمهنة.

1-6-3/ أن إنشاء هيئات حكومية وخاصة واستقطاب الدعم اللازم لها يقود إلى تطوير مجال الترويج للسياحة المختلفة يسهم في جذب السياح.

يتفق الدارس مع ما تناوله الدراسة المذكورة أن للمتاحف في السودان دور مهم في رفع مستوى صناعة السياحة، ولكن لا يتحقق ذلك إلا من خلال الترويج الجيد خصوصاً عبر التصوير الضوئي الإبداعي الذي أثبتت فاعلية كبيرة في لفت الانتباه وجذب السياح.

1-7/ الكتب:

1-7-1/ سليمان يحيى محمد وآخرون، توظيف الفولكلور في تنمية السياحة في السودان، الأمانة العامة لمشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، ط 1، سلسلة كتاب سنار (94)، السودان، 2017م.

يتناول هذا الكتاب الدور الذي يؤديه الفولكلور في حياة المجتمعات والأمم لكونه يحمل تراثها ومخزونها الثقافي باعتباره أحد المكونات الأساسية التي تشمل الجوانب الثقافية، الاقتصادية والاجتماعية التي تدعم نهضة الشعوب وتقدمها، ويركز الكتاب على علاقة الفولكلور بالتنمية السياحية في السودان نظراً لما يزر به السودان من موروث ثقافي كبير ومتنوع سيما وأن العديد من دول العالم تنتهج تطوير الترويج بهدف جذب السياح استناداً على الفولكلور، الأدب الشعبي، المعتقدات، العادات والتقاليد والأعراف وممارسات الفنون الأدائية، وقد أسفرت نتائج هذه الدراسة عن التالي:

1-7-1-1/ أن موضوعات التراث الشعبي المتنوعة في السودان تسهم في جذب السياح مما يعني نجاح تطوير مشاريع التنمية السياحية.

1-7-1-2/ أن الفولكلور يعتبر من الموضوعات والممارسات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية المتداخلة والمتراصة والمتفاعلة مع بعضها البعض.

1-7-1-3/ أن التنمية السياحية المحلية والعالمية القائمة على منهج مدروس تسهم في تحقيق المنافع الاقتصادية وفي مقدمتها تنمية المجتمعات المحلية.

يتفق الدارس مع ما يتناوله موضوع الكتاب، ومعلوم أن السودان بموقعه الجغرافي المميز وتعدده الاثني وتراثه الشعبي المتنوع هذه العوامل تسهم بقدر كبير في جذب أعداد كبيرة من السياح القادمين إليه والباحثين عن استكشاف الجديد في بيئات تختلف تماماً عن تلك التي زاروها من قبل.

8-1/ الأوراق العلمية:

1-8-1/ زرزار العياشي، مداحي محمد، السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع

والآفاق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2017م.

تتناول هذه الورقة العلمية دور سياحة البيئات الصحراوية في تطوير السياحة الجزائرية عموماً وتكشف الورقة عن الأسباب والمعوقات التي تحول دون تنمية وتطور قطاع سياحة البيئات الصحراوية كنمط جديد، وقد تضمنت الورقة مقترحات وتوجيهات تساعد الجهات الرسمية علي انتهاج أفضل السبل لتحقيق التنمية المنشودة في هذا المجال، تتبع هذه الورقة العلمية المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت النتائج عن الآتي:

1-8-1-1/ أن سياحة البيئات الصحراوية وباعتبارها نمط سياحي جديد تساعد في تحقيق قدر جيد من التوازن التنموي بتطويرها لمناطق الصحراوية الأقل حظوظاً في التنمية.

1-8-1-2/ أن هذا النوع من السياحة يسهم في انتقال التقنيات الحديثة إلى البيئات الصحراوية مما يترتب عليه الارتقاء بالأنشطة المقامة لتقديم أفضل الخدمات للسياح.

1-8-1-3/ أن سياحة البيئات الصحراوية تؤدي أدواراً مهمة ومؤثرة وتحديداً في جلب الاستثمارات الخارجية التي تسهم بفاعلية في خلق فرص عمل جيدة للسكان المحليين.

يتفق الدارس مع ما يتناوله موضوع هذه الورقة العلمية خصوصاً فيما يتعلق بجلب الاستثمارات ورؤوس الأموال الخارجية والمحلية بهدف تنمية وتطوير الترويج والتسويق لسياحة البيئات الصحراوية، علماً بأن السودان يزخر بمساحات واسعة من البيئات الصحراوية ينقصها التمويل اللازم واستقطاب رؤوس الاموال الخارجية لتطوير مجال الترويج لها ورفع مستواها سياحياً اقليمياً وعالمياً.

1-8-2/ هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات

والبحوث الاجتماعية، العدد(9)، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، المغرب، 2014م.

تتناول هذه الورقة العلمية التعريف بالسياحة البيئية التي تُعد أحد أهم الصناعات التصديرية الحديثة التي تعتمد علي مقومات البيئات الطبيعية المختلفة ومواردها المتعددة، إضافة للمقومات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المختلفة لسكان البيئات المحلية، ويمثل الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي تحديداً حجر الزاوية للارتقاء بهذا النوع من السياحة الذي يُعد الأهم في دفع عجلة النمو الاقتصادي الوطني والاقليمي والعالمي.

تتبع هذه الورقة العلمية المنهجين الاستقرائي والاستنباطي وقد أسفرت النتائج عن التالي:

1-8-2-1/ أن تطوير السياحة البيئية يثير اهتمام الكثير من العلماء والخبراء المتخصصين في المجال ليشمل إنسان البيئات المحلية نفسه وما يكتنزه من إرث ثقافي، اجتماعي، فني وأدبي.

1-8-2-2/ أن الترويج للسياحة عموماً عبر الإعلان المرئي خصوصاً كأحد أهم وسائل الاقناع والجذب يعود بالمنفعة علي البيئات المحلية وسكانها.

1-8-2-3/ أن كثير من الدول تبذل جهوداً في تطوير الترويج لجذب السياح وحث السكان المحليين على الاهتمام والمحافظة علي الموروث الثقافي، الفنون، الحرف والصناعات الشعبية.

يتفق الدارس مع ما تناوله هذه الورقة العلمية في جانب تنمية وتطوير سياحة البيئات المحلية وانسانها، ما يتطلب جهوداً كبيرة من القطاعين العام والخاص والمزيد من الانفاق لتطوير مجال الترويج.

1-8-3/ عايد راضي خنفر، إياد عبد الاله خنفر، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، كلية العلوم، قسم

علوم الحياة، جامعة الملك خالد، أبها المملكة العربية السعودية، 2006م.

تتناول هذه الورقة العلمية التعريف بسياحة البيئات المحلية باعتبارها من المجالات الحديثة التي ينبغي التعريف بعلاقتها المباشرة وغير المباشرة بالتوازن البيئي، وتطرق هذه الورقة العلمية أيضاً إلى البحث واستكشاف الظواهر الطبيعية والغطاء النباتي والحيواني، مما يتيح فرصة الترويج للاستثمار في المشاريع

الانتاجية سعياً للنهوض بالمجتمعات المحلية، وقد أسفرت أهم نتائجها عن التالي:

1-3-8-1/ أن قطاع السياحة البيئية في العديد من الدول يُعد من القطاعات الرائدة في إحداث تنمية واستقرار السكان المحليين من خلال توفيره لفرص عمل تسهم في تأمين وتنوع مصادر دخل لهم.

1-3-8-2/ أن تطوير مجال الترويج عبر وسائل الإعلان المرئي يقود إلى جذب السياح نحو البيئات المحلية.

1-3-8-3/ أن السياحة البيئية عالمياً تعتبر صناعة حديثة متكاملة تعتمد على توظيف الاستثمارات الخارجية والداخلية، وتتكامل مع العديد من القطاعات الرسمية والخاصة في التخطيط والترويج والتسويق.

1-3-8-4/ أن التقنيات الحديثة تؤدي إلى تغيير جذري في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً في تطور أنظمة الحجز الإلكتروني بهدف الإقامة والسفر.

يتفق الدارس مع موضوع الدراسة ونتائجها وتحديداً فيما يلي: أن جلب الاستثمارات الخارجية يؤدي دوراً مهماً في تطوير مجال الترويج وبالتالي ترقية قطاع السياحة، وكذلك استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في مناطق البيئات المحلية يعود بالنفع على السكان المحليين، معلوم أن السودان من الدول الزاخرة بالموارد الطبيعية والمادية والبشرية والتي إذا ما تم استغلالها الاستغلال الأمثل واستخدام اساليب الجذب بالترويج الجيد لها بلا شك سيؤدي ذلك إلى رفع مستوى البيئات المحلية وسكانها.

8-1/ المقالات:

1-8-1/ فرح عيسى محمد، دراسات في الفولكلور الشعبي السوداني، مقال، الدار العالمية للنشر، 2002م.

يتناول هذا المقال العلاقة التي تربط بين الفولكلور الشعبي والسياحة باعتبار أن مكونات الفولكلور تمثل أحد أهم عناصر تقوية بناء المجال السياحي في العالم عموماً وفي العالمين العربي والأفريقي خصوصاً، وتطرق المقال إلى الثراء الكبير والتنوع في مجموعات القبائل المنتشرة في أرجاء السودان المختلفة الشيء الذي يزيد من اتساع دائرة الإبداع الشعبي، على سبيل المثال لا الحصر: الغناء والرقصات الشعبية المصاحبة له والتي يصلح تقديمها للمشاهدة في المسارح أو على الطبيعة، إضافة إلى المناسبات الدينية التي تقيمها الطرق الصوفية المختلفة وألعاب الصببية في مجال الأداء الحركي والدرامي، وقد أسفرت نتائج هذا المقال عن التالي:

1-8-1-1/ أن دور الفولكلور في تنمية السياحة يبدو واضحاً من خلال تجوال عدد كبير من السياح حول أو

في مواقع المهرجانات الثقافية الشعبية وكذلك أماكن عرض المنتجات والمصنوعات التقليدية اليدوية.

1-8-1/2 أن الفولكلور يتيح للسياح التعرف إلى العادات والتقاليد الخاصة بالأمة والشعوب التي يزورها مما

يسهل عليهم عملية التواصل والتعامل مع السكان المحليين وعكس هذه الثقافات إلى العالم الخارجي.

1-8-1/3 أن الاستفادة من تطور التقنيات الحديثة تكمن في القيام بإنتاج تسجيل (سمعي، بصري) لمواد

الفولكلور الشعبي والترويج لها وتسويقها للسياح أنفسهم.

يتفق الدارس مع يتناوله هذا المقال ونتائجه وذلك لما للفولكلور من أدوار أساسية في الجذب السياحي

خصوصاً من ناحية الترويج له بالاستفادة من التطورات التقنية في التصوير الإبداعي بشقيه الثابت والمتحرك

وتسويق المنتجات للسياح أنفسهم وللعالم من خلال قنوات الاتصال المتعددة.

2. الدراسات باللغات الأجنبية:

2-1. Abulkareem Yaseen Awad, *The Impact of Strategic Thinking and*

Organizational Creativity On Tourism Attractions in the Province of Diyalla, PhD.

Thesis of Hotel and Tourism Administration St. Clements University, Diyalla, Iraq, 2013.

تتناول هذه الدراسة التعريف بأثر التفكير الإبداعي والتنظيمي في تنمية مقاطعة ديالى العراقية وتطوير سياحة

بيئاتها المحلية في ظل توفر الموارد الطبيعية والإمكانات المادية والبشرية، كما تتناول هذه الدراسة أيضاً

تدني مستوى الاستراتيجيات وبطء تنفيذ برامج تخطيط لتطوير مجال السياحة، تتبع هذه الدراسة المنهجين

الوصفي التحليلي والتاريخي وقد أسفرت النتائج عن الآتي:

1-1-2/ أن ارتفاع قدرات التفكير الإبداعي تسهم في ابتكار تنبؤات مستقبلية ووضع سياسات سليمة يترتب

عليها ترقية مستوى الأنشطة السياحية في البيئات المحلية.

2-1-2/ أن تطوير البيئات السياحية ومن وجهة نظر علماء الاقتصاد، الاجتماع والقانون يتحقق بالاستفادة من

عائدات السياحة الاقتصادية.

2-1-3/ أن ترقية وتطوير البيئات السياحية تسهم في توفير فرص عمل للسكان المحليين.

يتفق الدارس مع موضوع ونتائج الدراسة وتحديداً في أهمية تطوير وترقية الترويج عبر وسائل الاتصال المرئي باعتبارها الأعمق أثراً في تكوين الرأي العام، وكذلك الاستفادة من آراء العلماء ونتائج وتوصيات الدراسات والبحوث وذلك بهدف وضع الاستراتيجيات المستقبلية لصناعة سياحة حديثة تؤدي إلى تنمية البيئات المحلية والوجهات المستهدفة سياحياً.

2-2. Sara Dominici, *The Democratization of Photography and the Problem of Tourism: the Polytechnic Touring Association(1888-1939)*, PhD. Thesis, University of Westminster, UK, 2014.

تتناول هذه الدراسة أهمية تأثير مفهوم الديمقراطية على التصوير الضوئي عموماً والسياحة خصوصاً، ودوره في الترويج بهدف تطوير المنظومة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وتسويق منتجات سكان البيئات المحلية. تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

2-2-1/ أن تطوير مجال الترويج يرتقي بالمجالات الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية عموماً وبالتصوير الضوئي وفي مجال السياحة خصوصاً.

2-2-2/ أن الديمقراطية تمنح مزيداً من الحرية في الترويج للمنتجات التجارية الاستهلاكية السياحية.

2-2-3/ أن التصوير الضوئي في السياحة يعتبر تجربة محسنة تلبى أهواء ورغبات وأذواق السياح.

يتفق الدارس مع ما أسفرت عنه نتائج وموضوع الدراسة المذكورة في أن التفكير الابداعي يسهم في جذب وإقناع السياح المستهدفين والمحتملين.

2-3. Zehra Bozbay, *The Assessment of Greece's Image as Tourism Destination*, PhD. Thesis, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Istanbul University, 2008.

تتناول هذه الدراسة التعريف بأهمية السياحة كمورد اقتصادي لليونان خصوصاً في العقدين الاخيرين إذ اعتبرها خبراء المجال من أسرع القطاعات نمواً، وتتناول الدراسة أيضاً دور الصورة الضوئية في جذب أعداد كبيرة من السياح لإسهاماتها التي لا تخطئها العين في التعريف بالمعتقدات والأعراف والعادات الاجتماعية والثقافية والممارسات الاقتصادية لسكان المحليين، وتتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

2-3-1/ أن تصاعد حدة التنافس في مجال صناعة السياحة يؤدي إلي رفع مستوى كفاءة التصوير الضوئي بشقيه الثابت والمتحرك.

2-3-2/ أن صناعة السياحة الحديثة تحتاج إلى دراسة شرائح السياح المستهدفين والتعرف علي أذواقهم وتصوراتهم ورغباتهم.

2-3-3/ أن التصوير الضوئي يسهم في الجذب السياحي مما يتيح إمكانية تقسيمهم إلي أفواج في الجهات المقصودة وفقاً لمتطلباتهم ورغباتهم.

يتفق الدارس مع ما يتناوله موضوع هذه الدراسة والمتعلق بأهمية السياحة كمورد اقتصادي يتطور وفقاً لتطور مجال الترويج للبيئات المستهدفة سياحياً من خلال التصوير الضوئي الذي يؤدي وظيفة التعريف إلى الحاجات والرغبات المتعددة لشرائح السياح المختلفة.

2-4. Raluca Tudor, *The Image of Tourist Destinations Represented in Travel Blog Photography, Romania's Image Reflected in French Bloggers Photos(Case Study)*, PhD. Thesis, National School of Political and Administrative Studies, Doctoral School of Communication Studies, Bucharest, Romania, 2010.

تتناول هذه الدراسة أهمية العلاقة بين السياح المسافرين حول العالم والصورة الضوئية باعتبارها وسيلة جاذبة من خلال دورها في تسليط الضوء علي البيئات السياحية المختلفة وعكسها لممارسات أنشطة السكان المحليين الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، تتبع هذه الدراسة المنهج التاريخي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

2-4-1/ أن نجاح صناعة السياحة عالمياً يعتمد في الأساس على تطور مجالي الترويج والإعلان خصوصاً وأن الصورة الضوئية أصبحت من أهم وسائل الاتصال المرئي.

2-4-2/ أن ممارسة التصوير السياحي للمصورين يتيح لهم التعبير عن رغباتهم الذاتية فضلاً عن استكشافهم بيئات سياحية جديدة والتوثيق لها.

2-4-3/ أن الاهتمام بالدراسات والبحوث في لتطوير مجال التصوير الضوئي في مجال السياحة يعزز من تطوير قدرات المصورين ومواهبهم ارتقاءً بملكة الابداع والابتكار.

يتفق الدارس مع موضوع هذه الدراسة في ملازمة التصوير الضوئي للسفر والسياحة منذ أن كانت البواخر والسكك الحديدية أهم وسائل النقل وقتذاك، وبعد التطور التقني في العصر الحالي أصبحت الشبكة العنكبوتية أحد أهم وسائل النقل الإلكتروني للمعلومات، وأن الصورة الضوئية تعتبر الآن مساحة حرة للإبداع والابتكار لتصبح أكثر لفتاً للانتباه والجذب ويرى الدارس أن من أهم عوامل رفع مستوى سياحة البيئات المحلية هي رفع مستوى الترويج والإعلان القائم على الصورة الضوئية وإبداع المصور نفسه.

2-5. Gelareh Fszli, *Evaluation of Destination Image Among Foreign Visitors in Tehran*, Master Degree of Science in Tourism Management, Eastern Mediterranean University, 2012.

تتناول هذه الدراسة التعريف بخصائص ومميزات الصورة الضوئية من وجهة نظر السياح الأجانب المسافرين في طهران وتتطرق إلى مواطن قوة وضعف الصورة ومدى تأثيرها في لفت انتباه السياح وتغيير رغباتهم.

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

2-5-1/ أن الصورة الضوئية تعتبر حالياً الوسيلة والوسيط الأسرع انتشاراً.

2-5-2/ أن مثل هذه النتائج تساعد في تطوير عمل الجهات المتخصصة لتقديم خدمات أفضل للسياح.

2-5-3/ أن السياح هم أكثر الشرائح عرضة للاختبار في التوصل الي نتائج تحديد مستوى السياحة.

يتفق الدارس مع ما أسفرت عنه النتائج المذكورة في الفقرتين الأولى والثانية وموضوعهما فيما يتعلق بالتالي:

2-5-4/ من الضروري استخدام الأفكار الابداعية للفت الانتباه والجذب.

2-5-5/ أن السعي إلى استكشاف الجديد من البيئات المحلية من شأنه زيادة عائدات السياحة الاقتصادية.

2-5-6/ أن السياح هم الشريحة الأكثر أهمية في الأنشطة السياحة عموماً والبيئية خصوصاً وبالتالي من

الضروري استجلاء آرائهم لقياس مستوى السياحة أو الخدمات المقدمة لهم، ويُعد هذا أحد الأسباب التي

شجعت الدارس لإعداد استبانة للسياح القادمين إلى السودان لاستطلاع آراءهم حول موضوع الدراسة.

2-6. Catarina Morais de Castro, *New Technology and Creative Tourism, case Study for the City of Porto*, for Master Degree, Estudo de Caso da Cidade do Porto, 2012.

تتناول هذه الدراسة استخدام التقنيات الحديثة في صناعة ونتاج سياحة قائمة على الأفكار الإبداعية "مدينة بورتو البرتغالية نموذجاً"، تجمع الدراسة المنهجين الوصفي التحليلي والتجريبي وقد أسفرت نتائجها عن التالي:

2-6-1/ أن تطور السياحة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأفكار الإبداعية وتنفيذها عبر كافة التقنيات الحديثة.

2-6-2/ أن السياحة القائمة على الأفكار الإبداعية هي الأكثر جذباً للسياح.

2-6-3/ أن تنفيذ استراتيجيات وبرامج السياحة الإبداعية يسهم في جذب وارضاء رغبات السياح.

يتفق الدارس مع موضوع الدراسة في أن استخدام التقنيات الحديثة تسهم في تطوير صناعة سياحة قائمة على الأفكار الذكية في المدن والمناطق المستهدفة سياحياً، إلا أن الدراسة المذكورة لم تتطرق لسياحة البيئات المحلية، وهي الأكثر حاجة لاستخدام التقنيات والأفكار الإبداعية لتطوير مجال الترويج والإعلان المرئي.

2-7/ الكتب:

2-7-1. Michael Freeman, *The Photographer's Mind Creative Thinking for Better Digital Photos*, Linacre House, Jordan Hill, The Ilex Press Ltd, Oxford, UK. 2011.

يتناول هذا الكتاب موضوع تركيز المصورين على التفكير الإبداعي والاستفادة من التقنيات الحديثة في الحصول علي أفضل الصور الضوئية الرقمية التي تُعد أهم وسائل الاتصال المرئي في جذب المتلقين، ويتناول هذا الكتاب أيضاً موضوع ممارسة عامة الناس للتصوير الضوئي كظاهرة اجتماعية وبرر الكاتب هذا السلوك للدور المهم الذي تؤديه الصورة الضوئية وسيطرتها علي عقل المتلقي بحكم تفوقها علي الكلمة المكتوبة والمسموعة، وقد أسفرت أهم النتائج عن التالي:

2-7-1-1/ أن الأفكار الذكية المبتكرة هي المكون الرئيس للصورة الضوئية عميقة الأثر.

2-7-1-2/ أن الأفكار الإبداعية واستخدام التقنيات الحديثة يسهمان في انتاج صورة ضوئية تحقق الجذب.

2-7-1-3/ أن الأفكار الإبداعية تضاعف من سرعة انتشار الصورة الضوئية للمتلقين حول العالم.

يتفق الدارس مع ما أسفرت عنه نتائج هذا الكتاب والتي تعتبر ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة، المتمثل في أن التفكير الإبداعي واستخدام تقنيات التصوير الحديثة يُعدان النواة الأساسية في الحصول علي أفضل النتائج

في صناعة وانتاج الصورة الضوئية الإبداعية التي تؤدي دورها المنوط بها كاملاً في لفت الانتباه، اثاره الاهتمام والجذب.

2-8/ الأوراق العلمية:

2-8-1. Janos csapo, *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*, University of Pecs, Institute of Geography Hungary, 2012.

تتناول هذه الورقة العلمية التعريف بأهمية السياحة الثقافية وأدوارها التي تؤديها في رفع مستوى صناعة السياحة عموماً، إذ يعتبرها خبراء المجال من أسرع الصناعات الحديثة نمواً ومن أهم مصادر زيادة العائدات الاقتصادية، وتكشف الدراسة أيضاً عن العلاقة المباشرة بين السياحة الثقافية وبين موروثات السكان المحليين. تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت أهم النتائج عن الآتي:

2-8-1-1/ أن ثقافات الأمم والشعوب تعتبر كيان واحد متجانس عبر الاتصال المستمر خصوصاً في التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية.

2-8-1-2/ أن السياحة الثقافية هي ابراز السمات المميزة لحضارات سكان البيئات السياحية مما يشجع تفعيل دور المؤسسات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

2-8-1-3/ أن السياح يحبذون تجربة التفاعل والعيش مع السكان المحليين والانسجام مع ثقافتهم المحلية.

يتفق الدارس مع موضوع هذه الورقة العلمية ونتائجها وتحديداً في الأدوار التي تؤديها السياحة الثقافية في تعزيز الروابط الاجتماعية بين السياح والسكان المحليين خصوصاً في السودان الغني بالموروثات الثقافية.

2-8-2. Keith Dewar, Wen Mei Li, Charles H. Davis, *Photographic Images Culture And Perception in Tourism Advertising: A Q Methodology Study of Canadian And Chinese University Students*, Hospitality and Tourism Faculty of Business, University of New Brunswick – Saint John, Canada, 2008.

تتناول هذه الورقة العلمية أهمية الدور الذي تلعبه الصورة الضوئية في تنشيط حركة قطاعي السفر والسياحة واسهامها في نقل ونشر المعلومات والبيانات وتأثيراتها المباشرة في جذب السياح، وتكشف هذه الورقة للسياح

الأجانب عن بعض المعلومات المهمة المتعلقة بأداء سكان البيئات المحلية لأنشطة تُظهر عاداتهم ومعتقداتهم وموروثاتهم الثقافية، تتبع هذه الورقة العلمية المنهج الوصفي التحليلي وقد أسفرت نتائجها عن الآتي:

8-2-1/ أن تجويد صناعة وإنتاج الصورة الضوئية يسهم في جذب السياحي، وبالتالي رفع مستوى قطاعي السفر والسياحة.

2-2-8-2/ أن الترويج الأمثل لتسويق منتجات السكان المحليين لثقافتهم وصناعات حرفهم التقليدية يعتمد بالأساس علي صناعة صورة ضوئية منتجة بفكر ابداعي عالي.

8-2-3/ أن الصورة الضوئية المنتجة بمنهجية وخطط ذكية مدروسة تسهم بقدر كبير في التقليل من الشعور بالقلق وتوتر متلقيها أثناء السفر.

يتفق الدارس مع ما توصلت اليه نتائج هذه الورقة العلمية وما يتناوله موضوعها خصوصاً فيما يتعلق بإنتاج وصناعة الإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي الذي يُعول عليه كثيراً في رفع مستوى السياحة عموماً ومن ثم زيادة عائدات السياحة الاقتصادية .

2-9/ المقالات:

2-9-1. Hakon Larson, Will You Take my Picture? Some Reflection on the Relationship Between Photography and Tourism, Department of Sociology and Human Geography University of Oslo, Norway, 2005.

يتناول هذا المقال أهمية العلاقة بين التصوير الضوئي وبين السياحة، خصوصاً أثناء السفر بهدف التوثيق والترويج والجذب السياحي لوجهات عالمية شهيرة، ويتطرق المقال أيضاً إلى التعرف على آراء ووجهات نظر بعض الأكاديميين والخبراء وتفسيراتهم لبعض نظريات التصوير الضوئي، وقد أسفرت النتائج عن التالي:

2-9-1-1/ أن التصوير الضوئي هو الوسيط الأهم الذي يخدم العلوم والفنون والعديد من مجالات الحياة الأخرى المختلفة.

2-9-1-2/ أن انتشار ظاهرة ممارسة التصوير الضوئي أصبحت سمة أساسية تلازم السياح حول العالم. لا يتفق الدارس مع موضوع المقال الذي يتناول ضرورة تقوية العلاقة بين السياح وممارستهم للتصوير الضوئي

أثناء السفر وفي البيئات السياحية المختلفة، خصوصاً مع توفر وسهولة اقتناء آلاته، وهذا الموضوع يتنافى مع موضوع الدراسة ولا يصب في مصلحة موضوعها، إضافة إلى أن المقال لم يتطرق إلى دور التصوير الضوئي الإبداعي الاحترافي المتمثل في ابتكار الأفكار الذكية بهدف التأثير والجذب سعياً لرفع مستوى السياحة وزيادة عائداتها الاقتصادية.

الباب الثاني

(الإطار النظري)

الفصل الأول: التصوير الضوئي (Photography)

الفصل الثاني: السياحة عالمياً (International Tourism)

الفصل الثالث: السياحة في السودان (Tourism in Sudan)

الباب الثاني

الفصل الأول

التصوير الضوئي (Photography)

يتناول هذا الفصل التعريف بنشأة التصوير الضوئي وتطوره تقنياً وموضوعياً وعلاقته بالترويج للسياحة عموماً والسيحة البيئية خصوصاً.

تمهيد:

يقول عز وجل: (في أي صورة ما شاء ركبك) صدق الله العظيم (الإنفطار، آية 8).

هو الله المصور الذي أنعم على الخلق بجمال الصورة وهو الذي أبدع كل شيء خلقه، خلق الإنسان من طين، وصوره كيف شاء وركبه في أحسن تقويم، هو الذي علم الإنسان ما لم يعلم، علمه انتاج الصورة وقراءتها.

1. التصوير الضوئي النشأة والتطور:

إن التصوير الضوئي الذي نراه ونمارسه اليوم بتقنياته المتعددة ومفاهيمه المختلفة هو نتيجة للجمع بين عدة اكتشافات علمية وفنية مختلفة وتراكمات تاريخية امتدت من القرن العاشر الميلادي إلى منتصف القرن التاسع عشر، نشأته بدأت باختراع الحسن بن الهيثم لآلة التصوير بعد متابعته لصورة انعكست داخل خيمته من مشهد خارجها، هذا الاختراع عُرف بالصدفة المنقنة وتطور فيما بعد إلى ما يُعرف بالغرفة المظلمة (Camera Obscura)، وقد شهد التصوير الضوئي تطورات وتحولات عديدة ذات تأثيرات كبيرة جمعت بين التكوين التقني والجمالي، ففي عام 1839م تم الإعلان عن اكتشاف التصوير الضوئي على يد العالم الفرنسي جوزيف نيسفور نيبس (Joseph Nicephore Niepce) وبشراكة مع مواطنه التشكيلي لويس داغير (Louis Daguerre) وقد تمكن الأخير من انتاج لوح حساس للضوء يسمح بتسجيل صورة كامنة يمكن اظهارها كيميائياً خصوصاً بعد اكتشافه محلول يحافظ على الصورة تثبيت بعد اظهارها، وقد أدى هذا إلى اختصار زمن

التعريض وأسهم في إنتاج صورة شخصية خلال دقائق معدودة، إلا أن الصورة المنتجة غير قابلة للتكرار أو النسخ، وفي نفس العام قامت السلطات الفرنسية بتسجيل اختراع داغير تحت مسمى (Daguerre Type) مما سهل إنتاج "البورتيت" وأصبح مهنة تجارية ووسيلة للكسب السريع (عثمان، 2020، 3).

العديد من علماء الفيزياء والكيمياء زاد اهتمامهم بإجراء المزيد من التجارب وإجراء التعديلات والإضافات اللازمة بهدف تحديث وتطوير أساليب التصوير الضوئي وقد تمكن العالم "جون هيرشل John Herchel" في العام 1839م من اكتشافات أسهمت في تحسين مستوى التصوير الضوئي أهمها:

1-1/ استعمال الصوديوم كمشبت (علم الدين، 1998، 39، 40).

1-2/ ظهور مصطلحات جديدة مثل: "Negative سالب، Positive موجب" (بنكراد، 2002، 6، 7).

تعريف التصوير الضوئي يمكن اختصاره في أنه: عملية إنتاج صورة بواسطة تأثيرات ضوئية، فالأشعة المنعكسة من المشهد المعين تكوّن خيلاً داخل مادة حساسة للضوء ثم تُعالج هذه المادة بعد ذلك فينتج عنها ما يعرف بالتصوير الضوئي أو الفوتوغرافي ومصطلح فوتوغرافيا استعمل لأول مرة في العام 1839م ويتكون مصطلح (Photography) من شقين (Photo) وهي كلمة إغريقية تعني الضوء والشق الثاني (Graphy) وتعني الرسم أو الكتابة، عليه يكون معنى المصطلح (الرسم أو الكتابة بالضوء) وبذلك يكون الضوء هو أساس التصوير الضوئي (Photography) وبعبارة أخرى هو الوسيط الذي نرسم أو نكتب به الصورة (https://ar.wikipedia.org18.8.2018).

تورد الدراسة فيما يلي مراحل تطور التصوير الضوئي:

2. تطور التصوير الضوئي تقنياً (Development of Photography Technically):

هو الاتجاه الذي يُعني بالناحية التقنية لإنتاج الصورة، أي كيف تُنتج الصورة الضوئية، أي ماهي المعدات والأدوات المستعملة من كاميرات وعدسات وأجهزة حاسوب وذواكر الكترونية والأفلام والمحاليل الكيميائية والجراءات المعملية وكل ما يؤثر في شكل الصورة الناتجة وليس في موضوعها (عثمان، 2020، 4).

يشهد مجال صناعة آلات ومعدات التصوير الضوئي تطوراً متواصلاً تبعاً لتطور التقنيات الحديثة مما أدى إلى توسيع قاعدة المهتمين به من المهنيين المحترفين والهواة، وبالتالي أصبح المجال أحد أهم علوم العصر الحديث له أسسه وأهدافه ومقوماته ووسائله، وقد شهد العام 1888م صناعة أشهر آلة تصوير قام بصنعها (جورج آيستم ان كوداك Kodak) وعرفت باسمه وقال حينها مقولته المشهورة: "اضغط على الزناد وعلينا البقية"، باعتبار أن كافة العمليات التقنية من تحميص وتظهير وطباعة تقوم بها شركة كوداك (العزي، 2003، 125).

يشهد التصوير الضوئي تطوراً تقنياً وموضوعياً ترتب عليه انتشاراً راسياً وأفقياً بصورة مستمرة في جميع مجالات العلوم والمعرفة الانسانية وفي المجتمعات كافة مما أهله ليكون أكبر اضافة تعرفها الفنون الكلاسيكية في تاريخها ليس فقط باعتباره فن قائم بذاته له أسسه وسماته التي لا تتوفر لغيره من مجالات الفنون الأخرى عموماً وعلوم فنون الاتصال خصوصاً فحسب، وإنما أيضاً قيام تخصصات أخرى عليه أصبحت هي الأخرى تخصصات قائمة بذاتها من أهمها التالي (عثمان، 2020، 3):

1-2/ الصورة الضوئية المتحركة (Moving Photography): الصورة الضوئية المتحركة تؤدي أدواراً مهمة وكبيرة في العديد من المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية والتجارية والخدمية، خصوصاً مجال الترويج والإعلان المرئي للمنتجات التجارية والثقافية وذلك تحقيقاً للجذب وزيادة الوعي لدى المتلقي، وقد أنتجت الصورة المتحركة لغة جديدة غيرت بها كثيراً من ثقافات الأمم والشعوب حول العالم، أزالّت القيود واخترقت الحدود من خلال الحركة والصوت معاً (فريال، 1999، 45).

من أهم أنواع الصورة الضوئية المتحركة:

1-1-2/ الصورة السينمائية (Cinema)

2-1-2/ الفيديو (Video, Movie)

3-1-2/ الأفلام المتحركة (Animation)

4-1-2/ الوسائط المتعددة (Multi Media)

2-1-5/ شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت Internet): هذه الشبكة تُعد حالياً أحد أهم التطورات التقنية والانجازات العلمية لدورها الكبير في نقل وتبادل المعلومات المرئية عموماً والإعلان القائم علي الصورة الضوئية بشقيها الثابت والمتحرك خصوصاً، فأصبحت تشكل ثقافة جديدة وأسلوب حياة مواكب للتطلعات العصرية مما جعلها الصفة المميزة والملازمة لثقافة العصر الحديث بما أُصطلح عليه عصر "ثقافة أو حضارة الصورة" (علم الدين، 1988، 22).

يُعد اختراع آلات الطباعة وتطورها من العوامل الأكثر أهمية في تطور أداء التصوير الضوئي سيما وفرة الانتاج عالمياً، وارتفاع حدة التنافس بين المنتجات التجارية والمنتجين اضافة إلى الزيادة المضطربة في عدد السكان، فهذه العوامل مجتمعة أدت إلى زيادة الاستهلاك، الأمر الذي عجل عمليات البحث عن حلول مبتكرة في الترويج لتلك المنتجات، أهم تلك الحلول كان صناعة وإنتاج إعلان قائم على ذكاء الفكرة وتوفير المعلومة بهدف إحداث التأثير اللازم وجذب المتلقي لما لحاسة البصر من دور أساسي في استقبال الرسالة الإعلانية وتؤدي الصورة الضوئية الدور الأهم كوسيلة اتصال من خلال فرض هيمنتها على المتلقي وبالتالي تسهم في تحقيق العديد من الأهداف منها:

2-1-6/ التأثير المباشر على المتلقي وبالتالي زيادة الطلب والإقبال على المنتجات التجارية والخدمات.

2-1-7/ إيجاد تصور ذهني ايجابي للمتلقي عن الجهات المنتجة (العزي، 2003، 121).

الصورة الضوئية حالياً، تُعد أهم وسائل الاتصال المرئي التي عرفت البشرية عبر العصور الحديثة لما لها من سمات لا تتوفر في غيرها، والآن تشهد تحولات وتطورات فنية عديدة ذات تأثيرات فاعلة زادت من استخدامها في نقل المعارف الإنسانية، الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية والأنشطة التجارية والخدمات تبعاً للتطور التقني وبالتالي أصبحت حالياً إحدى أهم وسائل التعبير عن الأفكار والمفاهيم ولغة عصرية تشكل أهم مكونات الثقافة المعاصرة (عثمان، 2009، 5).

التقنيات الحديثة وتطورها المتواصل أدى إلى ازدهار مجالي التصوير الضوئي والطباعة في آن واحد،

والذي أدى بدوره إلى الاستخدام الواسع والانتشار الكبير للصورة الضوئية الإعلانية التي أصبحت تصدر صفحات الصحف والمجلات والكتب المصورة، وأن استخداماتها المتعددة أثرت ايجاباً في شكل التعامل معها وكيفية إدراكها وطرق توظيفها (نورالدين، 2009، 143).

إن كان لكل عصر آية، فلا شك أن آية هذا العصر هي الصورة الضوئية ذات السمات العالمية التي تعتبر أحد أهم وسائل الاتصال المرئي لتفوقها على ما سواها لأسباب تتسم بها ولا تتوفر في غيرها من أهمها: سرعة الإنتاج، الدقة، المصادقية، عنصر الجذب، سرعة الاستيعاب وسهولة الحفظ والتخزين في الذاكرة واسترجاعها متى ما تطلب ذلك، فضلاً عن تجاوزها حاجز اللغة بين المجتمعات المختلفة وتوفير المعلومات المطلوبة لدى المتلقي (عثمان، 2009، 3).

2-2/ التصوير الرقمي (Digital Photography):

التصوير الضوئي الرقمي ظهر في نهايات القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة فأحدث نقلة تقنية ونوعية من الكاميرات العادية إلى الكاميرات الرقمية، وهو يمثل عملية التقاط للصور وتخزينها على وسائط إلكترونية متنوعة بدلاً من استخدام الأفلام، وبالتالي تتيح التقاط الصور بسرعة عالية من خلال تحويل الأشعة الضوئية المنعكسة من الهدف إلى نقاط ضوئية وباستخدام أنواع من الشرائح الحساسة للضوء يتم تحويلها لإشارات رقمية حيث تحوي آلة التصوير الرقمية معالماً يقوم بإجراء الملايين من العمليات الحساسة التي تتطلب دقة وسرعة المعالجة (جولي، 2011، 21).

تطور التصوير الضوئي الرقمي تبعاً للتطورات العصرية حتى أصبح الآن يتفرد بالمرونة والحرية، وكعلم مستقل بذاته يتميز أيضاً بالسهولة والسرعة وقلة التكلفة، وبالتالي أحدث تطوراً كبيراً في مجال تصميم الإعلان القائم على الصورة الضوئية من خلال استخدام الكمبيوتر والكاميرات الرقمية، حالياً أصبح الخيار الأمثل للمصور "المصمم" في إنتاج أعمال تحظى بمعدلات عالية من الجودة والدقة في تصميم الإعلان والتجهيزات الطباعية كافة ومن الممكن تنفيذ التالي:

2-2-1/ إضافة تأثيرات ومعالجات مختلفة على الأعمال والتأكد من سلامتها وجودتها قبل الطبع.

2-2-2/ القدرة على ضغط عدد كبير من الصور وتخزينها في أقراص مضغوطة تُستدعي عند الطلب.

2-2-3/ توصيل الكاميرا بكمبيوتر محمول ونقل الأعمال المنتجة مباشرة عبر الأقمار الاصطناعية إلى

الوسائط الإعلانية المتاحة وبسرعات عالية إلى أنحاء واسعة من العالم وبالتالي يمكن الصورة الضوئية الرقمية من حشد الرأي العام تجاه مواضيع وقضايا معينة وتغيير مواقف وآراء ورغبات عديدة (علم الدين، 1988، 23).

3. تطور التصوير الضوئي موضوعياً (Development of Photography Objectivity):

هو الاتجاه الذي يُعنى بالناحية الموضوعية أي فحوى ومحتوى الصورة الضوئية، بعبارة أخرى هي الرسالة المرئية التي يكونها المصور "المصمم" للمتلقي وهذا هو الجانب الأهم والأساسي في الصورة الضوئية، حيث أن المتلقي لا يهتم بالتقنية التي انتجت بها الصورة ولا تكلفتها وإنما يهتم ما تنقله إليه الرسالة التي تحملها له الصورة الضوئية من بيانات ومعلومات أو أحاسيس أو الاثنتين معاً (عثمان، 2020، 4).

منطقياً، وموضوعياً، مدى جودة الصورة وفائدتها يعتمد على قدرات المصور الإبداعية، بمعنى أن يكون فناً يمتاز بسعة الخيال وابتكار الأفكار الذكية والطريقة وله القدرة على إدراك مزايا الصورة الجاذبة، وهنا تحضرنى مقولة "وليم مور": إن التصوير الضوئي هو فن صنع التأثير "Effect" وليس تسجيل الحقائق والوقائع كما هي "Facts".

موضوعياً، تمثل الصورة الضوئية حالياً جملة مرئية مفيدة تسجيلياً وإبداعياً أو الاثنتين معاً، وتُكتب بالضوء كنص مرئي من خلال الكاميرا التي تعمل بأسلوب يشابه إلى حد ما عمل العين البشرية، وبالتالي تعتبر فناً وعلماً بصرياً يؤدي أدواراً مهمة اكتسبتها مصداقية كبيرة لقربها من الواقع وقدرتها على لفت الانتباه استناداً على الأسس والعناصر الموضوعية للصورة الضوئية التي يقوم عليها التخطيط لعمليات الجذب التالية:

1-3/ ادراك المصور "المصمم" لطبيعة الصورة الضوئية وفحواها (أسامه، طلبة، 2007، 70).

2-3/ تضمين البيانات، المعلومات والحقائق التي تهم المتلقيين.

3-3/ معالجة الصورة عند الضرورة لتؤدي وظائف نقل المعلومات وإضفاء الجذب والطفرة (الراتب، 2011، 270، 271).

موضوعياً تنقسم الصورة الضوئية إلى مجالين: تسجيلي (Documentary) وإبداعي (Creative)

3-1/ التصوير الضوئي التسجيلي (Documentary Photography):

المقصود به إنتاج الصورة الضوئية التي تُعنى بتصوير الواقع كما هو من غير زيادة أو نقصان للمتلقّي، ويقتصر دور المصور هنا في توثيق تلك الوقائع عن طريق الضوء مستنداً في ذلك على معرفته للتقنيات والمعدات المختلفة، ومن أهم التخصصات في هذا المجال التصوير العلمي بأقسامه المختلفة من تصوير تعليمي وصحفي والدراسات الاجتماعية (عثمان، 2020، 4).

3-2/ التصوير الضوئي الإبداعي (Creative Photography):

يعتمد هذا المجال في الأساس على الرؤية الشخصية للمصور لموضوعه وحسه الإبداعي، حيث يتطلب هذا النوع من التصوير التالي:

3-2-1/ تكوين المصور لفكرته في ذهنه أولاً أي تكوين صورة ذهنية لتلك الفكرة.

3-2-2/ أن تتسم الفكرة بقدر كبير من الذكاء والطفرة.

3-2-3/ الإلمام بتقنيات التصوير الضوئي وذلك ليتمكن من اخراج تلك الصورة الذهنية وتحويلها إلى صورة مرئية للمتلقّي.

3-2-4/ تعريف الإبداع لغة: بدع الشيء ببدعه بدعاً والإبداع والبديع اشتقاق من بدع أي استنبط وأحدث والبديع والبدع الشيء الذي يكون أولاً والبديع أيضاً المحدث العجيب ويقال جنّت بأمر بديع أي محدث عجيب لم يعرف قبل ذلك، والبديع أيضاً اسم من أسماء الله الحسنى لإبداعه الأشياء واحداثه لها وهو البديع لأنه الأول قبل كل شيء (الزبيدي، 1188هـ، 9، 10).

3-2-5/ اصطلاحاً: لا يوجد تعريف واحد متفق عليه لمفهوم الإبداع وذلك لأن الإبداع ظاهرة متعددة الجوانب

واختلاف وجهات نظر الباحثين باختلاف مدارسهم الفكرية، لكن هناك العديد من التعريفات للإبداع منها:

3-2-5-1/ يُعرّف الإبداع بأنه: نشاط مركب ومعقد يبدأ بفكرة جديدة وينتهي بحلول للمشكلة والحصول علي عناصر جديدة ذات قيمة اقتصادية واجتماعية وثقافية (Barreyre,1980,67).

3-2-5-2/ عرف المسعودي الإبداع بأنه: عملية، أو أسلوب أو طريقة لإنشاء شيء جديد من غير مثال سابق وعملية تحسس للمشكلات والوعي بمواطن الضعف والتغيرات، التنبؤ، أو صياغة فرضيات جديدة واختبارها أو إعادة صياغتها من أجل التوصل إلى حلول جديدة باستخدام المعطيات المتوفرة (المسعودي، 2017، 59).

التعريفات أعلاه يراها الدارس لا تقي بغرض هذه الدراسة وذلك لما يشوبها من قصور عن تحديد معنى شامل ومتكامل للإبداع، ولمعالجة ذلك القصور صك الدارس " للإبداع" التعريف أدناه وهو:

" الإبداع: الحالة المتميزة من الأنشطة الذهنية التي يترتب عليها إنتاج صورة ضوئية مبتكرة بطريقة مثالية وشكل

مختلف، تتصف بذكاء الفكرة، الطرافة والمعلومة المطلوبة وبالتالي تكون لها القدرة علي لفت الانتباه والجذب."

معلوم أن الإبداع يقترن بالتجارب الإنسانية المتراكمة القابلة للنمو والتجديد والتطور عبر الأزمان، لذا تاريخياً تولي الشعوب والأمم المتقدمة اهتماما واسعاً بعمليات التفكير والإبداع، ففتوجه بإمكانياتها كافة نحو تنمية القدرات العقلية لمبديها في العديد من المجالات، سعيًا للوصول إلى النتائج الإبداعية، سيما وأن الثورة الصناعية التي حدثت في أوروبا (1760-1850م) اتسمت بالإبداع والابتكار والاختراعات في المجالات كافة وأهمها كان اختراع آلات الطباعة التي ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بالترويج والإعلان للمنتجات والخدمات وقد زادت أهميتها نسبة إلى زيادة الانتاج وارتفاع وتيرة التنافس بين المنتجات والمنتجين التي بدورها ضاعفت الحاجة إلى الترويج والإعلان القائم على التصوير الضوئي (علم الدين، 1988، 26).

4. التأثيرات النفسية للصورة الضوئية الإبداعية:

علماء النفس والخبراء المتخصصين في المجال يؤكدون أن الاعلان القائم على الصورة الضوئية الإبداعية له تأثيرات نفسية كبيرة على المتلقي لما تحويه من عنصري لفت الانتباه والجذب من خلال الاستخدام المتكامل للنظم القابلة للتحكم التالية:

4-1/ انتاج صورة ضوئية إبداعية برؤى جديدة كلياً تحوي أفكاراً ذكية ومبتكرة.

2-4/ إمكانية تحويل الصورة وتكوين علاقات بين موضوعاتها المختلفة (بانوراما).

3-4/ إضفاء التركيز الحاد أو المحدود لإظهار الموضوع محل الاهتمام.

4-4/ استغلال أنواع العدسات المختلفة في التأثير المباشر وغير المباشر على المتلقي.

4-5/ العمل على فبركة وتعديل الصورة وفق الغرض (عثمان، مقابلة في مكتبه ، 11.7.2019م).

تعتبر تأثيرات الصورة الضوئية الإبداعية على نفسية المتلقي من أولويات التخطيط للترويج والإعلان للعمل

على تأسيس نظام جديد يهدف إلى "صنع" متلقي مهياً نفسياً وسلوكياً لأنماط حياة مبتكرة وقد أدى استخدام

النظم القابلة للتحكم إلى الاهتمام بالدراسات والبحوث وذلك لمعرفة تأثيرها على المتلقي، وذلك من خلال:

4-6/ دراسات نفسية وسلوكيات المتلقي والمجتمع المستهدف.

4-7/ دراسات قياس مستوي التنافس وعلاقته بالصورة الإبداعية الإعلانية (عبد الحميد، 2001، 93).

هذه التأثيرات النفسية تمثل الرسالة الخفية التي تخاطب لا وعي المتلقي وتعمل على لفت انتباهه إلى

ضروريات حياته وحاجاته الأساسية (Basic Needs) مثل: المأكل، المشرب، الملابس ورغباته الذاتية، تبعاً

لذلك يتحول المتلقي تلقائياً من مقتنٍ بدافع الحاجة إلى مقتنٍ بدافع الرغبة ما يتيح فرصاً عديدة للاستمرار في

تطوير عمليات التأثير النفسي على المتلقي وذلك من خلال الآتي:

4-8/ حاجة المتلقي النفسية والضرورية للمنتجات والخدمات المعلن عنها.

4-9/ استجابة المتلقي اللا شعورية للأفكار الذكية والاستفادة من توفر المعلومات المطلوبة في الإعلان

(الحمداني، 2002، 8).

5. فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في المجالات الاقتصادية والتجارية، الثقافية والاجتماعية:

عالمياً، انتاج وصناعة الصورة الضوئية الإبداعية اقترن بالتقدم العلمي وتطور التقنيات العصرية الحديثة

بوصف الصورة الوسيلة الرئيسة في لما لها من تأثير في جذب ولفت انتباه المتلقي وتطوير المجالات

الاقتصادية والتجارية، الثقافية والاجتماعية.

فيما يلي تورد الدراسة فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في المجالات المذكورة أعلاه:

1-5/ المجالين الاقتصادي والتجاري (Economic & Commercial Fields):

وفرة الانتاج عالمياً، وارتفاع حدة التنافس بين المنتجات والمنتجين اضافة إلى زيادة أعداد السكان أدى إلى زيادة الاستهلاك الذي يقود بدوره إلى تطوير إنتاج وصناعة الإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي، الذي يُعد حالياً أحد أفضل وسائل الاتصال المرئي في الجذب واستقطاب الاستثمارات ورؤوس الأموال المحلية والأجنبية بهدف النهوض بالمجال الاقتصادي والتجاري والخدمي ورفع معدلات الدخل القومي للفرد والمجتمع وذلك من خلال توفر فرص عمل للسكان المحليين (ثائرة، 2015).

الترويج للمجالات الاقتصادية والتجارية والخدمية عبر الإعلان القائم على الصورة الضوئية الإبداعية يؤدي إلى احداث التأثير اللازم وجذب المتلقي ومن أهم أهدافه:

1-1-5/ أن التأثير المباشر على المتلقي يزيد الإقبال والطلب على المنتجات التجارية والخدمات.

2-1-5/ إيجاد صورة ذهنية ايجابية عن الجهات التجارية ومنتجاتها المختلفة (العزي، 2003، 121).

2-5/ المجال الثقافي (Cultural Field):

احتلت الصورة الضوئية الإبداعية مكانة مرموقة في مجال الترويج والإعلان في المجال الثقافي وقد أحدثت نقلة كبيرة في مجال الاتصال المرئي وأصبحت أهم وسائل التأثير على ثقافة المتلقي وذلك لسرعتها في توصيل ونشر الرسالة إلى المجتمعات المختلفة حول العالم بكافة شرائحها وفئاتها ومكوناتها الثقافية المتعددة (ناصر، 16.11.2019 <http://www.alhayat.com>).

عالمياً، خلال السنوات الأخيرة أسهم التطور التقني في زيادة الاهتمام بدراسة الجوانب الثقافية للصورة الضوئية الإبداعية، وذلك انطلاقاً من أدوارها التي لم تعد مجرد إضفاء الجاذبية فقط، وإنما المساهمة في تجسيد ونقل ونشر المخزون المعرفي والثقافي للأمم والشعوب وتحقيق مفاهيم أعمق أثراً في العلاقات الاجتماعية المختلفة (نورالدين، 2009، 148).

ثقافياً، تسعى العديد من الدول حول العالم إلى تعريف الأمم والشعوب الأخرى بمجالاتها الثقافية والاجتماعية

المختلفة من خلال الترويج عبر الصورة الضوئية الإبداعية باعتبارها العنصر الأساس في تكوين وحشد الرأي

العام وكوسيلة اتصال مرئي فاعل تسهم في نقل وتوصيل التالي:

5-2-1/ فعاليات المهرجانات الثقافية وكرنفالات التراث الشعبي.

5-2-2/ الأزياء والرقص الشعبي، الموسيقي، الدراما.

5-2-3/ معارض الفنون بأشكالها وألوانها المختلفة، الحرف التقليدية ومنتجات الصناعات المحلية.

5-2-4/ العادات والتقاليد والأعراف وتبادل اللغات والمعارف، علماً بأن الصورة الضوئية الإبداعية لا تحتاج

إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي (الغاني، 1998، 39).

5-3/ المجال الاجتماعي (Social Field):

اجتماعياً، مرت الصورة الضوئية الإبداعية بعدة تحولات ايجابية فرضتها التطورات التقنية المتقدمة والمتنامية

خصوصاً بعد ظهور شبكة المعلومات العالمية، فأصبحت الصورة لغة عالمية يفهمها غالبية البشر، وبات من

الضروري الاعتماد عليها كوسيط اتصال مرئي وتحديداً في الترويج لتوطيد العلاقات بين الشعوب والأمم

المختلفة ورفع مستوى وعي وثقافة المجتمعات بالتعرف على العادات والتقاليد (عيساوي، 1420هـ، 19).

من أهم تأثيرات الصورة الضوئية الإبداعية على المجال الاجتماعي التالي:

5-3-1/ الصورة تُهيئ معظم أفراد المجتمع بالتصرف حسب توجهات وأهداف المنتجين.

5-3-2/ دفع المجتمعات إلى التفكير لما يتم التخطيط له مسبقاً.

اجتماعياً، يمكن نجاح الصورة الضوئية الإبداعية وتأثيراتها المباشرة في انتشارها السريع واستمرارية وصولها

إلى المتلقي بناءً على أسس انتاجها الذي يقوم على التوافق الدقيق بين عناصر المضمون الذي تحدده رؤية

المنتج من ناحية ومن ناحية ثانية رؤية المصور "المصمم"، وثقافته وأفكاره الذكية التي تؤسس لأنماط جديدة

مبتكرة قائمة على مفاهيم تتماشى مع تطور المجتمعات من خلال قنوات البث الفضائي ووسائل التواصل

الاجتماعي التي تسهم في توسيع نطاق تأثير وانتشار الصورة الإبداعية اجتماعياً (ظاهر، 2007، 65).

للصورة الضوئية الإبداعية تأثيرات كبيرة تسهم في بناء وتشكيل شخصية المتلقي من خلال فرض سلطانها على معتقداته، عاداته، حريته، ، كما تسهم في تكوين الرأي العام وتوجيه العديد من القضايا المجتمعية حول العالم، وقد بلغ إنتاجها مراحل متقدمة من الإبداع وأبرز تأثيراتها على المجتمعات اليوم هو مزج وتركيب الصور واستخدام الحيل والخدع لأغراض مختلفة.

6. فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في السياحة عالمياً.

السياحة عالمياً، من الظواهر القديمة التي بدأت بسيطة وبدائية في وسائلها، أسبابها وأهدافها، وتطورت بمرور الزمن تبعاً للتطور التقني والتقدم العلمي في مجالات عديدة أهمها النقل، المواصلات والاتصالات حتى أصبحت السياحة حالياً مجالاً له أسسه ومبادئه ويعده الخبراء من أسرع القطاعات نمواً في العالم، عالمياً، استفادت الدول المتقدمة من امكانياتها المادية والتقنية المتعددة ومواردها الطبيعية والبشرية المختلفة في تطوير مجال الترويج والإعلان للسياحة من خلال الصورة الضوئية الإبداعية التي تُعتبر الأكثر تأثيراً والأسرع انتشاراً، والأكثر أهمية كونها الوسيلة والوسيط المرئي الذي يسهم بفاعلية في التأثير والجذب وتبعاً لذلك تنصدر السياحة بقطاعها العام والخاص وبكل أنواعها قائمة اهتمامات معظم دول العالم لدورها الكبير في زيادة العائدات الاقتصادية (عبيدات، 2000، 42). السياحة عالمياً، تشكل مصدراً رئيساً للدخل القومي وتعد من القطاعات الأكثر أهمية وتمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالمجال الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري، لذا نجد أن العديد من الدول المتقدمة تسعى جاهدة في تطوير مجال الترويج والإعلان لقطاع السياحة من خلال الصورة الضوئية الإبداعية التي تسهم في تطور هذا المجال وذلك لعدة عوامل أهمها:

1-6/ زيادة معدلات نمو السكان وتحسن مستويات التعليم أدى إلى زيادة الوعي والرغبة في الاطلاع.

2-6/ ارتفاع الناتج الوطني الإجمالي زاد من دخل الفرد وبالتالي زادت الرغبة في السفر والسياحة.

3-6/ التطور السريع في مجال السياحة عالمياً تبعاً لتطور وتعدد وسائل النقل والاتصالات.

إن الترويج الأمثل للسياحة عبر الصورة الضوئية الإبداعية والذي تنتهجه الدول المتقدمة يسهم في جذب أعداد كبيرة من السياح وتعريفهم بمواقع وأنشطة السياحة المختلفة، وذلك لعدة عوامل من أهمها:

4-6/ الترويج الأمثل لا يسهم في الجذب فحسب بل في تنمية الأماكن السياحية والمناطق المجاورة لها.

5-6/ تطوير البنى التحتية في مواقع الآثار والحضارات التاريخية يسهم في جذب السياح الأجانب.

6-6/ ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي للدولة يحسن من دخل الفرد والمجتمع (عبيدات، 2000، 49).

الدول المتطورة سياحياً اعتمدت وضع خطط وبرامج تهدف إلى تطوير مجال الترويج والتعريف بمناطق الجذب السياحي، علماً بأن السياحة عالمياً، تشهد حالياً تنافساً شديداً بين الدول وعلى مستوياتها المختلفة ما جعل مجال الترويج السياحي يحظى باهتمام كبير وذلك لما تحققه الصورة الضوئية الإبداعية من نجاحات كبيرة في التأثير والجذب (جلال، 2007، 13).

7. فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في السياحة البيئية عالمياً:

السياحة البيئية عالمياً، تحظى باهتمام كبير من الدول واقبالاً أكبر من السياح بفضل فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية التي تُعد الوسيلة الأمثل في التعريف بموارد البيئات المختلفة بدءاً من طبيعة الأرض وتضاريسها من سهول وجبال ووديان، بحار وأنهار سواحل أو شواطئ بحرية، نهريّة وبحيرات، ومروراً بالصحاري، رمال وهواء وانتهاءً بالمناخ وما يتصل به من عوامل مختلفة كدرجات الحرارة والرطوبة والأمطار والثلوج، ومعلوم أن الصورة الضوئية الإبداعية تُسهم في التعريف بسياحة البيئات الثقافية كافة وذلك من خلال المجالات التالية:

1-7/ اقتصادياً، تسويق الصناعات التقليدية ومنتجات الحرف اليدوية لسكان البيئات المحلية.

2-7/ اجتماعياً، التبصير بالعادات والتقاليد والأعراف.

3-7/ ثقافياً، التعريف بالفنون الأدائية والموروثات الشعبية وتبادل المعارف واللغات.

بفضل التطور الكبير الذي طرأ في مجال الترويج والإعلان تشهد السياحة البيئية عالمياً نمواً كبيراً على مدى العقود القليلة الماضية وتمثل ذلك في زيادة عدد السياح وارتفاع عائداتها الاقتصادية مما زاد أهميتها كصناعة

حديثه من خلال التالي:

4-7/ تطور الترويج والإعلان المرئي وخصوصاً عبر التصوير الضوئي الإبداعي.

5-7/ افتتاح بعض الجامعات لكليات ومعاهد متخصصة في مجال السياحة وإدارة الفنادق.

6-7/ الانتشار الواسع للكتب والدراسات والبحوث العلمية في سياحة البيئات (طاهر، 2007، 65).

مما سبق يتضح للدارس أن الصورة الضوئية الإبداعية أصبحت أحد أهم وسائل المعرفة المنتشرة على نطاق واسع حول العالم ويمتد تأثيرها إلى كافة المجتمعات المختلفة، ويُعد حالياً إنتاجها من الفنون التي تحتاج إلى المتخصصين والمدرّكين لكيفية صناعة وإنتاج إعلان أكثر تأثيراً وجذباً، وتطور تقنيات وسائل الاتصال المرئي عزز من إمكانية تخطيها حدود الزمان والمكان وحاجز اللغة، ما يتيح للمصور "المصمم" تحقيق أهداف المؤسسات الانتاجية والخدمية استناداً على ثقافات ومعتقدات وقيم المجتمعات المختلفة، وقد باتت الصورة اليوم تستخدم في العلاج النفسي وحل معظم المشكلات السلوكية كونها وسيلة اتصال مرئي عميقة التأثير فهي لا تخاطب حاسة البصر فحسب بل الحواس العاطفية والنفسية والاجتماعية، وعليه فقد أصبح التصوير الضوئي عموماً علماً دقيقاً يُدرس في الجامعات والمعاهد العليا على اختلافه وأنواعه لتأثيرها العميق في بصر وبصيرة المتلقي، ولا ننسى أن تطور صناعة وإنتاج آلات التصوير يسهم بدوره في ترقية الإعلان القائم على الصورة الإبداعية علماً بأن الصورة الجيدة قد تكون مُلتقطه من آلة تصوير عادية وقل جودة ومميزات وليس من الضروري ان تكون مُلتقطه من آلة تصوير حديثة أو احترافية.

الباب الثاني

الفصل الثاني

السياحة (Tourism)

يتناول هذا الفصل التعريف بالسياحة عالمياً، اقليمياً ومحلياً، متتبعاً تعريفها، نشأتها وتطورها عبر العصور المختلفة، أنواعها، أهدافها ووظائفها.

1. تعريف السياحة:

1-1/ لغة:

1-1-1/ السياحة: هي مصدر من الفعل ساح يسيح سياً سيجاناً: بمعنى جرى على وجه الأرض، ويقال: ساح في الأرض يسيح سياحة أي الذهاب في الأرض من أجل العبادة والترهب، والسياحة تعني أيضاً: السفر والانتقال من المكان الأصلي شريطة ألا يشمل البحث عن عمل أو ممارسة أي أنشطة ربحية أخرى ويقال: سَاحَ فِي الْبِلَادِ : أَي جَالَ فِيهَا لِلسِّيَاحَةِ وَالتَّنَزُّهِ (معجم المعاني الجامع، 2022، بدون).

1-1-2/ السياحة "حسب قاموس لاروس Larouss": تعني السفر بغرض الترفيه عن النفس ويقتضي ذلك مجموعة من الإجراءات القانونية، التقنية، المالية والثقافية في كل دولة أو اقليم أو منطقة معينة، وتعود كلمة السياحة إلى كلمة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Torno" التي استخدمت لأول مرة في العام 1643م، تلاها استخدام كلمة "Tourism" وتدل على الانتقال والسفر من مكان إلى آخر، أو من بلد إلى آخر طلباً للتنزه، الاستطلاع والاستكشاف (حسين، 1987، 8).

1-1-3/ السياحة: عرفها العالم الألماني (جويبر فرديل Guyer Freuler) في العام 1905م بأنها: ظاهرة عصرية تنتج من الحاجة المتزايدة إلى الراحة والاستجمام وتغيير الهواء والشعور بالبهجة والمتعة وذلك بالإقامة

في مناطق طبيعة ذات مميزات خاصة (عطية، 2007، 2).

2-1/ اصطلاحاً:

لا يوجد تعريف واحد محدد ومتفق عليه لمصطلح السياحة وذلك لتعدد جوانبها وأنشطتها وآثارها المباشرة على القطاعات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، بفضل السياحة وتلاقى الثقافات تنوعت التعريفات المتعلقة بها وتعددت حسب وجهات النظر المختلفة، ومن أهم تعريفات مصطلح السياحة نذكر التالي:

1-2-1/ السياحة: تعني جميع أشكال سفر وانتقال الأفراد خارج حدود الدولة التي يعيشون فيها ولمدة تزيد عن (24 ساعة وتقل عن عام واحد) شريطة ألا يكون بهدف الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور لدولة أخرى (غنيم، سعد، 2003، 22).

2-2-1/ السياحة: هي انتقال الأفراد عن موطنهم الأصل بهدف تحقيق رغبات محددة (درويش، الحمامي، 1997، 249)، وتعني كذلك مجموعة العلاقات والخدمات المتبادلة بين الشخص المتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص المقيمين في ذات المكان (توفيق، 1997، 22).

3-2-1/ السياحة: الأكاديمية الدولية 1937م: هي الرحلات الترفيهية والأنشطة المصاحبة لها التي يمارسها السياح، والسائح هو الشخص الذي يسافر لفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة (دعبس، 2003، 160).

4-2-1/ السياحة: الجمعية البريطانية "O.E.C.D" 1981م: أنها صناعة تعتمد على حركة الأفراد أكثر من حركة البضائع وهي مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتطلب الإقامة والبقاء بعيداً عن المنزل (الحوري، الدباغ، 2001، 47).

لا يوجد تعريف واحد محدد ومتفق عليه لمصطلح السياحة لأسباب ذكرت آنفاً وعليه فإن التعريفات أعلاه لا تفي أغراض الدراسة، لذا صك الدارس التعريف التالي:

السياحة هي: صناعة عالمية تعتمد على سفر وانتقال الأفراد خارج حدود أوطانهم الأصل بهدف الترفيه، الاستكشاف أو ممارسة أنشطة مرتبطة بالبيئة المكانية، وبالتالي تكوين علاقات ثقافية، اجتماعية واقتصادية مع السكان المحليين

بيئياً، تتأثر السياحة والأنشطة المصاحبة لها بالعديد من عوامل وعناصر البيئة المحيطة بها مثل: عوامل المناخ، البحار والجزر والشواطئ والخلجان، الانهار والوديان، الجبال والتلال، الصحاري، اجتماعياً، تستأثر السياحة باهتمام كبير من قبل الأمم والشعوب المختلفة كونها نقطة النقاء تسهم في تقريب المسافات وفرصة للتمازج الثقافي الذي من خلال تكوين العلاقات الاجتماعية والتعرف إلى القيم والعادات والتقاليد المختلفة وتبادل اللغات (مسعد، بدون، 17).

اقتصادياً، عالمياً تُعد السياحة من أسرع القطاعات نمواً ويرتبط تطورها بتطور أنشطتها عن طريق الطلب "السياحة" والعرض "الاستثمارات" التي تسهم في زيادة العائدات الاقتصادية (الطائي، 2006، 23). سياسياً، يرتبط استقرار الأوضاع السياسية في الدول السياحية ارتباطاً وثيقاً بتطور مجال السياحة من خلال التخطيط السليم سيما وتوفر الموارد الطبيعية والاقتصادية لدول مثل البرازيل، تركيا، ماليزيا، مصر، المغرب وتونس (رواشدة، 2009، 19).

تقنياً، تتطور السياحة تبعاً للتطورات التقنية المتمثلة في استخدام الشبكة العنكبوتية وقدرتها الكبيرة في سرعة وسهولة الانتشار والوصول إلى أسواق السياحة المختلفة بطرائق متعددة تختصر كثيراً من الجهد والوقت والمال مما يتيح للسياح الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالمواقع السياحية المختلفة، والتعرف إلى وسائل النقل والاتصالات، الخدمات المالية والمصرفية، الحجز الإلكتروني للسفر أو الإقامة (Balfet, 2007, 4).

2. أنواع السياحة:

المنتبع لنشأة وتطور السياحة عالمياً لا بد أن يلحظ تعدد أنواعها وفقاً للدوافع والأهداف وحسب الأماكن وتبعاً لأنشطة السياح واحتياجاتهم المتعددة ورغباتهم المختلفة مما أدى إلى انتشار السياحة بكل أنواعها وأشكالها (الصيرفي، 2007، 48).

السياحة تنقسم إلى الأنواع التالية:

1-2/ السياحة الثقافية (Cultural Tourism):

تعد أحد أهم أنواع السياحة وتُشكل ما نسبته (37%) من إجمالي السياحة عالمياً ومن المتوقع استمرار نموها

بنسبة (15%) سنوياً، وهي تُعنى بالتعرف إلى تاريخ وثقافة المجتمعات القديمة والحاضرة، ومشاركة السكان المحليين أنشطتهم الثقافية وكذلك العادات والتقاليد، الفنون التشكيلية والموسيقى، الصناعات التقليدية والحرف اليدوية، اللغات المحلية، التراثية والرياضية، كما تحوي أيضاً إقامة المهرجانات الثقافية والشعرية مثل مهرجان بابل والمربد للشعر في العراق، مهرجان السينما العربية في مصر، مهرجان كان للسينما العالمية في فرنسا ومهرجان توزيع جوائز الاوسكار في الولايات المتحدة الأمريكية (الطائي، 2012، 259).

يهتم هذا النوع من السياحة أيضاً بتنظيم وإقامة الندوات التي تتناول المواضيع الاجتماعية والثقافية المختلفة وكذا المعارض الخاصة بالكتب والمسابقات الفنية والفنون الأدائية التقليدية (وفاء زكي، 2006، 139). للسياحة الثقافية دور كبير في تحقيق رغبات السياح المهتمين بالاطلاع على بيوت شخصيات بارزة أثرت التاريخ الانساني علي سبيل المثال لا الحصر: شكسبير، نابليون وسجن نيلسون مانديلا في جنوب إفريقيا، (توفيق، 2008، 65).

حالياً، تسعى العديد من دول العالم المعاصر إلى الاهتمام بتطوير هذا النوع من السياحة لكونه يمثل نقطة التقاء الأمم والشعوب تتمازج فيها الثقافات المختلفة ما شجع العديد من البلدان إنشاء كليات متخصصة في مجال السياحة وإدارة الفنادق، ومدارس لتعليم اللغات وتاريخ الفنون والحضارات والآثار من أجل إعادة بناء الحضارات (الطريقي، 1432هـ).

2-2/ السياحة العالمية "الخارجية" (International Tourism):

هي انتقال السياح الأجانب من بلد إلى آخر وتشهد حالياً ارتفاعاً ملحوظاً في أعداد السياح وعائداتها الاقتصادية، هذا النوع من السياحة يتميز برغبة السياح المتزايدة نحو السفر إلى وجهات جديدة كلياً خصوصاً مع ارتفاع حدة التنافس في أسواق السياحة عالمياً سيما توفر الأمن واحترام السكان المحليين للسياح وثبات القوانين، هذه العوامل تشجع دول العالم المتقدمة إلى تطوير مجال الترويج والإعلان المرئي وتحسين منشآت البنى الأساسية بهدف الجذب السياحي الذي بدوره يحسن من أوضاعها الاقتصادية، (فؤاد، 2001، 107، 108).

2-3/ السياحة الإقليمية (Regional Tourism):

السياحة الإقليمية يُقصد بها السفر والانتقال بين الدول المجاورة باعتبارها منطقة سياحية واحدة مثال: الدول العربية، الإفريقية، الأوروبية ودول جنوب آسيا، يتميز هذا النوع من السياحة بقلّة التكاليف نظراً لقصر المسافات، إضافة إلى تنوع وتعدد وسائل السفر ما يشجع انتقال السياح بين الدول الأقرب أولاً ثم الأبعد (الصيرفي، 2007، 49، 50).

2-4/ السياحة الداخلية (Domestic Tourism):

السياحة الداخلية تعني انتقال السياح من مكان إقامتهم إلى مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيمون فيها وأن يقضي السائح ليلة على الأقل في الوجهة المقصودة بغرض الترفيه، الاستجمام، دوافع دينية، حضور مؤتمر أو ندوة، وليس بغرض العمل أو التكسب المادي، ويبدو أن هذا النوع من السياحة أكثر انتشاراً ومرونة بسبب معرفة السياح بقوانين وجغرافية بلدهم، لغته، عاداته وتقاليده (فؤاد، ب ت 154).

في ذات المنحى يري الدارس أن: أهمية السياحة الداخلية تكمن في زيادة وتماسك المجتمعات ووحدها عموماً وخصوصاً المتعددة الثقافات والأعراق كالسودان، كما تسهم في التمسك بالقيم والتقاليد والعادات السائدة مما يخلق شعور بالقومية والانتماء القومي، أهم ما يميز هذا النوع من السياحة أنه مصدر جيد للدخل القومي يساعد في تحقيق التوازن الاقتصادي بين ولايات القطر المختلفة من خلال التوزيع الأمثل للدخل القومي وتنمية القطاعات الإنتاجية الأخرى، ومعلوم أن السياحة الداخلية من الركائز المهمة التي تعتمد عليها السياحة الخارجية وأن الاهتمام بها والإنفاق عليها يشجع على استكمال وتحسين المرافق السياحية المتعددة ويسهم بفاعلية في تدريب قيادات فنية قادرة على تقديم أنواع مختلفة من الخدمات في البيئات المحلية المستهدفة سياحياً.

2-5/ السياحة البيئية (Environmental Tourism):

هي السياحة التي تقوم على السفر والانتقال والإقامة في المناطق ذات الجذب السياحي الغنية بالموارد الطبيعية وتسعى لحمايتها على مبدأ بناء الوعي الاجتماعي والثقافي والاقتصادي وجلب الاستثمارات

والمساعدات المالية بغرض النهوض بتلك البيئات وانعاش المناطق المجاورة لها وتطوير وصناعة المنتجات الحرفية والتقليدية الخاصة بالسكان المحليين ويتفرع من هذا النوع من السياحة إلى: (دعبس، 2002، 169).

2-5-1/ سياحة الحياة البرية (Wildlife Tourism):

سياحة الحياة البرية من أنواع السياحة الأكثر رواجاً لاحتوائها كافة أشكال الحياة الحيوانية والنباتية المتنوعة بين غابات مطيرة ومناطق استوائية وصحراوية، وترتفع عائداتها الاقتصادية تبعاً لارتفاع أعداد السياح المهتمين بالطبيعة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً يُقدر عدد سياح الحياة البرية بـ (75) مليون سائح سنوياً، نسبة لتوفر كل المقومات الطبيعية المختلفة وكافة الإمكانيات المادية والبشرية (D, Moore, 2002, 14).

2-5-2/ السياحة الصحراوية (Desert Tourism):

السياحة الصحراوية من أهم الظواهر الطبيعية الجاذبة في العصر الحديث والتي تسهم بقدر كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية ومن أبرز أنواع السياحة التي تشهد إقبالاً متزايداً من السياح لاستكشاف مناطق جغرافية وتاريخية مخالفة لتلك التي ألفوها، ومراقبة حياة السكان والتعرف إلى أساليبها المختلفة، مشاهدة المهرجانات الشعبية، ممارسة سباقات التزلج على الرمال، وكذا الباحثين في المجالات العلمية ومراقبة طبيعة حياة الحيوانات والحشرات والنباتات الصحراوية (Dann, 2009, 39).

2-5-3/ السياحة الموسمية (Seasonal Tourism): يُقصد بها اتجاه السياح في مواسم بعينها صوب كالانتقال إلى الشواطئ والجزر البحرية لممارسة الرياضات المائية كالغوص والصيد وفي فصل الصيف يكون هدف السياح الاستجمام والاستمتاع باعتدال المناخ (المرجع السابق، 236).

هذا النوع من السياحة يتحدى فيه المغامرون أنفسهم ويسخرون قدراتهم ودوافهم الذاتية لتحقيق رغباتهم، ولتحقيق ذلك يحتاجون إلى استخدام أدوات خاصة وتأهيلاً قوياً لممارسة أنشطة وترفيهية غير معتادة وتجري معظمها في الهواء الطلق، ويُعد هؤلاء السياح المغامرون مستكشفين للعالم الخارجي وللمناطق غير المأهولة وغير الملوثة (مروان، 1999، 22، 23).

يتبين للدارس أن العديد من دول العالم وَجَدَتْ في إنتاج وصناعة السياحة بديلاً استراتيجياً وذلك باستغلال الموارد الطبيعية والبشرية والثقافية وبشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر أخرى وكذلك للتخفيف من وطأة المشاكل المالية والضغط الاقتصادي في عصر أصبح فيه الازدهار الاقتصادي والاجتماعي أحد أهم أسس الاستقرار، مما جعل للسياحة دوراً متنامياً ومهماً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية حتى أصبحت عالمياً اليوم هي الصناعة الأولى الأسرع نمواً وتطوراً.

2-6/ السياحة العلاجية (Medical Tourism):

هي السياحة القائمة على السفر والانتقال إلى أماكن استشفاء مُعينة لتلقي الرعاية الصحية أو الخضوع لعمليات جراحية والبقاء وقضاء فترة نقاهة في بيئة صحيّة أفضل بغرض الاستفادة من الخصائص العلاجية والصحية في تلك الأماكن المعينة (توفيق، 2008، 57). وينقسم هذا النوع من السياحة إلى نوعين هما:

2-6-1/ **سياحة علاجية:** وتُعني بالاعتماد على المصحات المتخصصة أو المراكز الطبية أو المستشفيات الحديثة التي تتوفر فيها تجهيزات طبية حديثة وكوادر بشرية تمتاز بكفاءة عالية.

2-6-2/ **سياحة استشفائية:** تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل ينابيع المياه المعدنية أو الكبريتية أو الرمال وكذا التعرض لأشعة الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزم وأمراض العظام (دعبس، 2002، 174).

من أهم مواقع السياحة العلاجية المعروفة عالمياً: مدينة باث في بريطانيا، مدينة مونتاكاتيني في إيطاليا والبحر الميت وحمامات ماعين في الأردن (دعبس، 2002، 234).

2-7/ السياحة الرياضية (Sports Tourism):

السياحة الرياضية تفيد الانتقال من مكان الإقامة الأصل إلى دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة نوع معين من الأنشطة الرياضية المتعددة أو الاستمتاع بالمشاهدة أو المشاركة فيها وتحديداً بطولات العالم الرياضية المختلفة، مثل: رياضة التجديف، الغوص، ركوب الأمواج، ركوب الخيل، تسلق الجبال والتزلج علي الجليد

ومؤخراً التزلج على الرمال (توفيق، 2008، 147).

هذا النوع من السياحة عالمياً، يشهد تطوراً ملحوظاً نتيجة اهتمام العديد من دول العالم خصوصاً في منشط كرة القدم التي تحظى بإقبال شعبي كبير، والجدير بالذكر أن دولة قطر تُعد الدولة العربية الأولى التي تستضيف نهائيات كأس العالم لكرة القدم في العام 2022م بإذن الله وبالتالي بإمكانها استغلال هذا الحدث المهم في تطوير مجال الترويج والإعلان لكافة أنواع السياحة خصوصاً من خلال الإعلان المرئي وبالتحديد القائم على الصورة الضوئية الإبداعية.

2-8/ السياحة الدينية (Religious Tourism):

السياحة الدينية المقصود بها: العدد الكبير المنظم من السياح القادمين لزيارة الأماكن المقدسة في العالم والأكثر شهرة بهدف ممارسة شعائر دينية معينة والتعرف على تاريخها الذي يمثل القيم الروحية لهذا الدين أو ذاك المعتقد، بالنسبة للمسلمين "المملكة العربية السعودية" زيارة مكة المكرمة والمدينة المنورة بهدف الحج والعمرة وزيارة مسجد النبي سيدنا محمد "صلى الله عليه وسلم" والمدن المقدسة في فلسطين وبالنسبة للمسيحيين الكاثوليك الفاتيكان "إيطاليا"، وتائل بازيليا أكبر كنيسة كاثوليكية في "الفلبين وآسيا"، معبد شويداغون باغودا أكثر المواقع قدسية للبوذيين في ميانمار "بورما"، ومعبد وات ارون البوذي أكثر الوجهات السياحية شعبية في بانكوك "تايلند" (عبيدات، 2005، 141).

2-9/ السياحة للأغراض العلمية (Scientific Tourism):

هي ذلك النوع من السياحة التي تهتم بالتنقيب والكشف والتوثيق للآثار من قبل الباحثين والمختصين في المجال العلمي وفقاً لقانون التعاون العالمي في مجال الآثار، وقد تنامي الاهتمام بهذا النوع من السياحة باعتباره مهارة وعلم يُكتسب، بحيث يختلف التنقيب والكشف عن الآثار عن غيره من عمليات الحفر لما له من أساليب علمية تهدف إلى تسجيل التراث الإنساني بكل دقة وأمانة، بحيث لا يمكن للشخص العادي القيام بهذا العمل إذ لا بد من توفر عنصر الخبرة والعلم.

2-10/ البعثات الأثرية في السودان (Monuments Missions In Sudan):

تشير الآثار في السودان اهتمام البعثات الأجنبية على مرّ العصور وتعاقب الممالك والحضارات باعتبارها جزء مهم من التراث الإنساني العالمي، ومن أوائل الذين اهتموا بوصف هذه الآثار هم الرحالة بوركهاردت، وادنجتون وهانبري وكان ذلك في أوائل القرن التاسع عشر الميلادي، ومن ثم ظهرت أعمال الكشف والتوثيق للآثار في مناطق النوبة في وصف الرحالتين الفرنسيين فريدريك كايو ولينان دوبلفون، كايو هو الأول من بين الرحالة الأوروبيين الذي زار ووصف أطلال مروى البجراوية، النقعة والمصورات الصفراء وحدد مواقع عدد من المعابد، وقام بنشر (4) مجلدات صدر المجلد الأول منها عام (1823م)، وأصدر المجلدات الثلاثة الأخرى وفي الفترة (1826-1827م) وتحتوي عدد كبير من اللوحات عن آثار النوبة المختلفة (إدريس، <https://ar.wikipedia.org.2012>).

3. نشأة وتطور السياحة عالمياً:

السياحة عموماً أحد الظواهر القديمة التي مارسها العديد من الشعوب والامم، وقد كانت مقتصرة على أماكن محدّدة، كما اقتصر أداؤها فقط على شريحة المستكشفين والرحالة إضافة إلى طبقة الأغنياء والحكام والتجار، فئات من الرحالة والتجار العرب والمسلمين كان لهم أيضاً دور كبير في مجال السياحة ومن خلالها وصلوا إلى الصين شرقاً وإلى المحيط الأطلسي غرباً وإلى وسط آسيا وأفريقيا وأوروبا، مما دفع الباحثين لتقصي أسباب نشأة السياحة ودورها التاريخي في العالم وتأثيرها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، تاليه تورد الدراسة رسداً لتلك المسيرة ومراحلها المختلفة.

3-1/ عصور ما قبل التاريخ:

أُطلق مسمى ما قبل التاريخ على الفترات التي عاش فيها الإنسان على الأرض وسبقت ظهور الكتابة قبل (5.500) سنة تقريباً، وتُعتبر هذه الفترات التي سبقت التاريخ غير محفوفة بالإنجازات، إلا أنّ الإنسان في تلك الحقبة تمكن من المساهمة ببعض الإنجازات البسيطة التي ساعدت العصور المتلاحقة على التقدم، عصور ما

قبل التاريخ صُنِّقت إلى ثلاثة عصور، وتضم هذه العصور مناطق أوروبا والشرق الأوسط وحوض البحر الأبيض المتوسط، واستُنِّتت من هذا التقسيم أمريكا الشمالية، والعصور الثلاثة هي:

1-1-3/ العصر الحجري (2.6 مليون عام – 3.300 ق.م، Paleolithic Age):

هو العصر الذي استعمل الإنسان فيه الحجارة في إشعال النار وصناعة ما يلزمه من أدوات سيستخدمها في حياته وفي تسليح نفسه خوفاً من أي خطر قد يهدد وجوده، ويمر العصر الحجري بثلاث مراحل، وهي:

1-1-1-3/ العصر الحجري القديم (2 مليون – 13.00 ق.م Old Paleolithic Age):

العصر الحجري القديم سُمي كذلك لاستخدام الإنسان فيه الحجارة لصناعة واستعمال أدواته البسيطة كأدوات التقطيع مثل السيوف والنصال والسهام مع استخدام بسيط ومحدود للخشب، وقد عُرفت هذه الفترة بمرحلة الجمع، هذه الفترة كان الإنسان كثير الترحال والانتقال لا يستقر في مكان واحد وينتقل في جماعات صغيرة لجمع غذائه من ثمار الأشجار وترتب على ذلك انتقاله من منطقة لأخرى عندما تنفذ الثمار في المنطقة الأولى، مما يعني ادراكه لما يسفر عنه هذا التنقل من تغيير في البيئات الجغرافية وما يترتب عن ذلك من تكوين مفهوم عن نتائج هذا الانتقال، واستطاع الإنسان في تلك الفترة نحت الحجارة، العظام، صيد الحيوان واكتشف النار، كذلك في تلك الفترة وفي قارة أفريقيا حدث جفاف كبير نتجت عنه الصحراء الكبرى الفقيرة في مواردها من ماء ونبات وحيوان (عثمان، مقابلة في مكتبته، 26.8.2019).

1-1-1-3/2/ العصر الحجري الوسيط (23000 – 11600 ق.م، Middle Paleolithic Age):

في هذا العصر حدثت هجرة جماعية وانتقال أعداد كبيرة من السكان القادمين من الصحراء ليتجمعوا حول وادي النيل من أقصاه إلى أقصاه، وقد سكنوا في كهوف علي الهضاب حول النيل هرباً من قسوة الطبيعة والحيوانات البرية المفترسة، لذلك منطقي أن يتغير مصدر غذائه ليصير النيل وتحديداً الأسماك وبعض حيواناته، كما استطاع الإنسان نتيجة لاكتشافه للنار من صناعة الفخار (المرجع السابق).

3-1-1-3/ العصر الحجري الحديث (5000 – 495 ق.م، Modern Paleolithic Age):

في هذا العصر عرف الإنسان صناعة أدواته كالفؤوس والقواطع وانصال السهام، تمكن فيه الإنسان من تحقيق الاستقرار، وتربية الدواجن، واستأنس الحيوان "الماعز" وكان ذلك في منطقتي الشهبان والخرطوم القديمة (توفيق، 2008، 12).

عالم الآثار البريطاني "أنتوني آركل" هو أول مدير لمصلحة الآثار السودانية (1938-1948م) ومؤسس دراسات عصور ما قبل التاريخ في السودان، بذل جهوداً مقدرة أثمرت عنها المسوحات والحفريات الأثرية التي أظهرت موجودات أثرية لحضارات العصور الحجرية الثلاث العصر الحجري القديم، العصر الحجري الوسيط، وتمثله الخرطوم القديمة والعصر الحجري الحديث وتمثله حضارة الشهبان" (وسط السودان 4500 – 3000 ق م)، من أبرز سمات هذه الحضارة أنها تعرفت ولأول مرة في التاريخ على استئناس "الماعز"، كما أثبتت المسوحات عن وجود فخاريات مصقولة ومزخرفة في أجزاء عديدة من أواسط السودان وشمال وادي النيل، وأن هذا النوع من الفخاريات تم اكتشافه لاحقاً في منطقة أم درمان أثناء الحرب العالمية الثانية (المكاوي، 2015.1.2).

3-1-2/ العصر الحديدي (4000 – 1350 ق.م Iron Age):

في هذه الفترة وتبعاً لاكتشافه النار تمكن الإنسان من صهر المعادن وطرقها، وتمكن أيضاً من صناعة أسلحته البسيطة التي يستخدمها في حياته اليومية مثل الخناجر، الفؤوس وبعض أدوات الزينة والزخارف والمشغولات من المعادن (توفيق، 2008، 16).

3-1-3/ العصر البرونزي (3000 – 700 ق.م، Bronze Age):

شهد هذا العصر تطوراً ملحوظاً مقارنة بالعصر الذي سبقه، وقد تم العثور في اليونان "منطقة الشرق الأدنى" حوالي (3000 ق.م) على مستوطنات مزدهرة ومراكز حضرية في بحر إيجه وفي جزيرة كريت وسيكلاديس مما يدل على وجود هجرة للسكان إلى تلك المناطق الساحلية في الفترة (2500، 2000 ق.م) وعليه يمكن أن نسمي ذلك الانتقال سياحة من أجل المعرفة والاستكشاف، وبنفس القدر اهتم سكان افريقيا بصناعة الفخار

واستعمال المواعد والنار للطبخ، وبالتحديد سكان المناطق جنوب الصحراء الكبرى من المحيط الاطلنطي غرباً إلى البحر الأحمر والمحيط الهندي شرقاً، وهي الفترة التاريخية المرتبطة بظهور الكتابة في كل من بلاد ما بين النهرين ومصر (المرجع السابق، 18).

في هذا العصر عرف الانسان السباتك المعدنية والفلزات وعرف كيف يصهر أملاح النحاس مع الفحم النباتي في البواتق والأفران وبالتالي استخدم البرونز في صناعة الأدوات والمعازق والمجارف والسكاكين باعتباره أكثر حدة وأطول عمراً من النحاس، وأن انتشار استخدام البرونز حول العالم يعود لانتقال وتحركات الناس بين أوروبا وآسيا ومنها إلى بقاع العالم المختلفة (الطاهر، إلياس، 2007، 12).

يتبين للدارس أن الانسان في تلك الحقب الزمنية المختلفة لم يتعمد ممارسة السياحة بمعانيها المتعارف عليها، إلا أن حاجته للمأكل والمشرب والمسكن جعلت من حركة انتقاله ظاهرة لازمت حياته بهدف اشباع حاجاته الأساسية، والتعرف على الوسط الذي ينتقل إليه ويعيش فيه، فمن الطبيعي أن تزداد رغبته في المعرفة مما يتيح له التعرف إلى مناطق جديدة وبالتالي لا يمكن ان نطلق على هذا الانتقال "سياحة" وفقاً للمفهوم المعاصر لكن يمكن اعتبارها سياحة تفرضها ضرورة حاجاته الأولية (Basic Needs)، والتي هي من تدفع جماعات البشر إلى الانتقال من مناطق إلى أخرى، علماً بأن هذا الانتقال لا يرتبط بوفرة الوقت او المال أو أي تغيير يحدث في أسلوب حياة الانسان آنذاك حتى يسمح بدخول عنصر جديد في حياته كالترفيه أو الاستجمام أو الاستكشاف، فالانتقال من مكان إلى آخر في تلك المرحلة كان اجباراً سعياً لتحقيق حاجاته الملحة وتوفير غذائه، وبالتالي يمكن أن نطلق على هذا الانتقال بـ"السياحة القسرية".

2-3/ عصر الحضارات (الحضارة البابلية والفرعونية 1895 – 332 ق. م Civilization Age):

وقد سُمي بذلك نسبة لظهور الحضارة البابلية والحضارة الفرعونية فيه ويشير بعض المؤرخين، خصوصاً المصريين بأسبقية الحضارة المصرية لحضارة بابل إلا أن بعض الدراسات تفيد بأسبقية حضارة بابل للحضارة المصرية.

3-2-1/ حضارة بابل (1895 - 539 ق.م، Babylon Civilization)

يقول عزّ الله وجلّ: (وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَى الْمَلَكَيْنِ بِبَابِلَ هَارُوتَ وَمَارُوتَ). صدق الله العظيم.
(سورة البقرة، آية 102).

مدينة بابل هي عاصمة المملكة البابلية وتقع على بعد (90 كلم) جنوب مدينة بغداد الحالية، وتعود تسمية مدينة بابل إلى اللغة الأكادية وتعني بوابة الإله أو الآلهة، أطلق عليها الفرس "بابروش" أي دولة بلاد ما بين النهرين القديمين " دجلة والفرات " كما عُرفت قديماً أيضاً ببلاد سومر.

نشأة بابل تعود إلى الألف الثالث قبل الميلاد، حيث عاش السومريون هناك في قرية صغيرة ثم تحولت إلى مدينة بنى فيها الملك الأكدي (شركالي شري 2223 - 2198 ق.م) معبداً للإلهة عشتار، غدت بابل مدينة مهمة عند وصول القبائل البدوية الآمورية إلى بلاد الرافدين قادمة من "بادية الشام" في بدايات الألف الثاني قبل الميلاد (مروان، 1997، 175).

يتضح للدارس أن تحول تلك القرية الصغيرة إلى مدينة بابل، كانت الدافع لهجرة القبائل البدوية الآمورية القادمة من بادية الشام، هذا الانتقال يمكن أن نطلق عليه سياحة بغرض الاستكشاف وزيادة المعرفة.

3-2-1-1/ الملك حمورابي (1792-1750 ق.م): سُمى عصره بالعصر الذهبي، نجح حمورابي في توحيد بلاد الرافدين وأتصف نظام حكمه بالحكم المطلق العادل أو ما سُمى بـ " قانون حمورابي": (أنا حمورابي الأمير الأعلى عابد الآلهة لكي أنشر العدالة في العالم وأقضي على الأشرار الآثمين وأمنع الأقوياء أن يظلموا الضعفاء وأنشر النور في الأرض وأرعى مصالح الخلق)، وأصدر عدد كبير من الشرائع حملت اسمه بلغت (252 مادة) نقشت على مسلة من حجر الدويريت الأسود "مسلة حمورابي" موجودة بمتحف اللوفر في باريس (درويش، الحمامي، 1997، 244).

ولأن العدل أساس الملك، يتضح للدارس: أن عصر حمورابي من الطبيعي أن يشهد الاستقرار والتطور في العديد من المجالات أهمها الهندسة المعمارية والزراعة وعلوم الفلك الذي تعود أصوله إلى الحضارة البابلية وظهر ذلك جلياً من خلال تصنيف البابليون للنجوم (1200 ق.م) بإعطاء الكواكب أسماء الآلهة البابلية، وقد

كان للسياحة دوراً كبيراً في انتقال هذا العلم إلى الغرب من خلال السياح الذين قدموا إلى بابل للاستكشاف والتعرف على حضارتها العريقة.

3-2-1-2/ الكتابة المسمارية: هذه الكتابة هي عدد من الرّم في اشارة إلى أن شكل حروفها نتج عن ضغط لمسامير بأشكال معينة علي طين لين ثم يترك ليُجف ومن ثم يُحرق لتصير وثائق مؤرشفة تستخدم في المعاملات التجارية، الزراعية المختلفة، وفي فترة لاحقة تم استخدام بعض الأقلام الخشبية القادرة على إحداث بعض الخدوش (عثمان، مقابلة في مكتبه، 28.8.2019).

3-2-1-3/ حدائق بابل المعلقة: بابل تشتهر بحدائقها المعلقة والتي تُعد إحدى عجائب الدنيا السبع، بناها الملك "نبوخذ نصر (Nebuchadnezzar II)" لزوجته أميتاس، ويقال إنها كانت تقطن منطقة جبلية فأمر الملك ببناء الحدائق المعلقة ليخفف عنها الشعور بالغربة والحنين إلى الوطن (مروان، 1997، 177).

3-2-1-5/ أسد بابل: وهو تمثال ضخم مصنوع من حجر البازلت ويظهر التمثال في شكل أسد يقف فوق شخص، يرجح أن الأسد تم نحته أيام الجيبيين (الحوري، الدباغ، 2001، 78).

مما سبق ذكره يتضح للدارس أن الملوك الذين تعاقبوا على المملكة البابلية كانوا على قدر عالٍ من الكفاءة الإدارية والبراعة الذي أدى بدوره إلى النهوض بمملكة بابل وازدهارها وبل تفوقها في عدد كبير من المجالات، وأن "قانون حمورابي" شرائع الملك حمورابي التي سنّها واستمر في العمل بها لفترة ليست بالقصيرة، قد أرسى بها قواعد حكم رشيد مستقر جعل من بابل مدينة جاذبة تحتل مكانة رائدة في العالم وقتذاك، حيث وفد إليها عدد كبير من الناس من جميع أنحاء العالم لتلقي العلوم المختلفة إضافة إلى التجارة والسياحة والترويج، أهم ما يميز مدينة بابل المعالم الحضارية مثل القلاع، التماثيل، والحدائق المعلقة التي تتسم بالدقة والمهارة في التصميم، وإن ما قام به ملوك بابل من نهضة حضارية وتطور في شتى المجالات يعتبر نتاج للخطط المنهجية والمدروسة في مجال ارساء قواعد متينة في البنى التحتية للسياحة في مملكة بابل عموماً ومعالمها الحضارية خصوصاً، وقد أدى تناقل الأخبار وانتشارها "الترويج والإعلان" لتلك الحضارة أن تكون

بابل عالمياً إحدى أهم المدن التاريخية والسياحية، ونتيجة لحملة التنقيب التي جرت عام 1917م وقد أسفرت عن اكتشاف عدد كبير من المعالم الحضارية والآثار، عليه وافقت منظمة اليونسكو في يوليو 2019 على إدراج آثار الحضارة البابلية ضمن لائحة التراث العالمي كما اختيرت أيضاً مدينة بابل عاصمة للسياحة العربية لعام 2021م.

2-2-3/ الحضارة الفرعونية (3100 – 2686 ق.م، Egyptian civilization):

في هذه الفترة قامت الحضارة الفرعونية في مصر وتسمى الفترة قبل (3100 ق.م) بعصر ما قبل الأسرات، وينقسم تاريخ الحضارة الفرعونية إلى ست فترات وهي كالتالي:

1-2-2-3/ المملكة المصرية القديمة (2686-2181 ق.م):

هذه الفترة اشتهرت بنهضة كبيرة في الهندسة المعمارية وتم تشييد الأهرامات أكبر وأشهر معالم الحضارة الفرعونية مثل: خوفو، خفرع ومنقرع وتمثال أبو الهول وهرم سقارة الذي بُني في (2670 ق.م) في عهد الملك زوسر، الأهرامات عبارة عن قبور يدفن فيها الفراعنة، واعتبر علماء الآثار أنّ سبب وجود السلالم في الأهرامات هو لاعتقاد المصريين القدماء أنّها تُستخدم لعودة الفرعون إلى إله الشمس، وبنى المصريون حوالي (138) من الأهرامات المتفاوتة الحجم، أكبرها هرم خوفو في الجيزة (العشماوي، 2009، 106).

2-2-2-3/ عصر الاضمحلال الأول (2181—2055 ق.م):

الفترة التي تدهورت قوة مصر وضعفت ثروتها ما أدى لظهور قوتان مركزيّتان هما: "هيراكون وبوليس" في مصر السفلى و"طيبة" في مصر العليا، وتقاتلت القوتان من أجل الوصول للسلطة العليا حينها انتصر ملك طيبة منتوحوتب الثاني واتحدت مصر تحت حكم طيبة (2040 ق.م) (المرجع السابق، 109).

3-2-2-3/ المملكة المصرية الوسطى (2055 – 1650 ق.م):

المملكة الوسطى نشأت نتيجة لازدهار حكم طيبة ووصلت إلى أوج قوتها وثروتها، وقد شهد عهد الملك أمنمحات تكوين أول جيش وبناء الحصون لحماية المصالح التجارية المصرية وبقية مصر مزدهرة زهاء أربعة

قرون، بعد ذلك حاصرتها المشاكل الداخلية مما سهل لشعب الهكسوس غزوها والسيطرة على أجزاء كبيرة من مصر السفلى (حسين، 1987، 42).

3-2-2-4/ عصر الاضمحلال الثاني (1650 – 1550 ق. م):

سيطر الهكسوس على مصر في هذه الفترة وأضافوا الكثير من التحسينات إلى الثقافة المصرية مثل صناعة السيراميك وأشغال البرونز والعربة والحِصان، وقد شنَّ المصريون عدد كبير من الحملات لإخراج الهكسوس من مصر السفلى إلا أنهم فشلوا في تحقيق مبتغاهم، واخيراً نجح الأمير "أحموس الأول" في استعادتها (المرجع السابق، 48).

3-2-2-5/ المملكة المصرية الجديدة (1550 – 1069 ق. م):

توحدت مصر من جديد، وفي هذه الفترة ظهر مُصطلح "فرعون"، حيث كان الحاكم يُعرف باسم ملك، وفي الفترة (1504-1492 ق. م) توسعت الدولة المصرية لتشمل سوريا وفلسطين غرباً، ونهر الفرات شمالاً، والنوبة جنوباً، وقد توسَّعت التجارة مع الدول الأخرى وازدهرت في عهد الملكة حتشبسوت وظهرت ممارسة الألعاب الرّياضة اضافة إلى تحسن وتطور الخدمات الصحيّة تبعاً لتقدّم الطبّ وتطور الجراحة (حسين، 1987، 42).

3-2-2-6/ عصر الاضمحلال الثالث (1069- 664 ق. م):

شهدت فترة حكم رمسيس الثالث (1186- 1155 ق. م) أطماع العديد من الشعوب لغزو مصر، ما أدى إلى توحيدها في عهد ملك الكوش (752-722 ق. م)، إلا أن الأشوريين غزوها في العام (671 ق. م) ثم أُعيد بناؤها في العام (525 ق. م)، تلى ذلك الاحتلال الفارسي حتّى مجيء ألكسندر الأكبر في العام (332 ق. م) وسيطرته على مصر وتأسيس مدينة الإسكندرية، بعد ذلك غزاها الرومان وظلت تحت سيطرتهم طوال الفترة (30 ق. م – 476م) ثمَّ سيطرت عليها الإمبراطوريّة البيزنطيّة في الفترة (527- 646 م) إلى أن غزاها المسلمون وأصبحت تابعة للخلافة الإسلاميّة (Egyptian Astronomy, 2107, 6, 13).

أن فترات نشأة وتطور الحضارة الفرعونية، يتضح للدارس انه العصر الذي توحدت فيه دولتي الصعيد والدلتا

أي "الشمال والجنوب" وبالتالي شهدت انجازات كبيرة في الهندسة المعمارية مثل بناء الاهرامات والمعابد، ازدهار علوم الطب والفلك والرياضيات، شهدت الفترة نفسها انتقال أعداد كبيرة من السكان قادمين من مناطق متفرقة إلى مراكز الحضارة والتطور المتمركزة حول حوض النيل ما يمكننا أن نطلق علي ذلك الانتقال والسفر سياحة بهدف الاستكشاف وزيادة المعرفة والتداوي من الأمراض (المرجع السابق).

3-2-2-7/ حجر رشيد (Rosetta Stone):

حجر رشيد تم اكتشافه في العام (1799م) ويحوى نصاً واحداً بثلاث لغات مُختلفة مُرتبة من الأعلى إلى الأسفل كما يلي: الهيروغليفية، الديموطيقية واليونانية، وقد قام جان فرانسوا شامبليون عالم الآثار الفرنسي بدراسة النصوص المكتوبة وكان يتقن اللغة اليونانية ومع مواجهة العديد من الفرضيات والتحديات أعلن أنه تمكن من فك رموز اللغة المصرية القديمة في العام (1822م) (حسين، 1987، 42).

3-2-3/ الحضارة الإغريقية "اليونانية" (1200 – 323 ق. م Greek Civilization)

الحضارة الإغريقية أو اليونانية هي حضارة اليونان القديمة التي كانت امتداداً للحضارة الموكينية (أو الميسينية) حتى موت الإسكندر الأكبر في عام (323 ق. م)، كانت فترة مليئة بالإنجازات العلمية، والسياسية، والفلسفية، والفنية، وتركت أثراً كبيراً على الحضارة الغربية، تفوق الإغريق على الكثير من الحضارات في العديد من الإنجازات، ومن أهمها:

3-2-3-1/ الفن: برع الإغريق في فنّ النحت، فقد كانت أعمالهم مثيرة للإعجاب في تمثيل الإنسان، حيث أبدعوا في تفصيل الشعر، والملابس، مع إضافة حركة إبداعية للتماثيل، بالإضافة إلى تجسيد العديد من العواطف، والحالة المزاجية للإنسان، فبعضها كان كوميدياً، والآخر كان بملامح جدية، كما أبدع النحاتون في تجسيد الوطنية، والحرية من خلال أعمالهم (الهيروغليفية خطوة بخطوة، بتصرّف 2017، 6، 13).

3-2-3-2/ العلوم السياسية: كان للحضارة الإغريقية أثر كبير على العلوم السياسية، فقد كانت أول من قدّم دراسة منهجية لنظام حكم البشر، وأول من درس الأشكال المختلفة من أنظمة الحكم، مع تحديد نقاط الضعف

والقوة لكلّ منها، حيث قدّم أفلاطون أول حكم سياسيّ في كتاب (الجمهورية) الذي يتحدث فيه عن العدالة، كما قدّم أرسطو الكثير من السياسات التي درست نهج الكثير من حكومات المدن اليونانية القديمة، ثمّ صنّفها حسب نقاط الضعف والقوة لكلّ منها (المرجع السابق).

3-3-2-3/ الرياضيات: الحضارة اليونانية قدّمت بالفعل ما يمكن اعتباره أكبر ثورة في مجال تطوّر الرياضيات على مدار التاريخ وأكتمل نظام الأرقام والمعروف بالأرقام الهيرودية بحلول عام (450 ق. م) قبل الميلاد، ويُعتبر (طاليس Thales)، أحد حكماء الإغريق السبعة، والذي عاش في القرن السادس قبل الميلاد في آسيا الصغرى (تركيا حالياً)، أول من وضع أساسيات القواعد الهندسيّة، ثم أصبح (فيثاغورث Pythagoras) رمزاً للرياضيات الإغريقيّة، ليزدهر قسم علوم الرياضيات في الجامعات التركية منذ إنشائه بمجارة المستوى العلمي العالمي في التدريس والأبحاث وهو التخصص الذي يهتم بالتحديث والتطوير المستمر في عالم الرياضيات (توفيق، 2009، 16).

3-3-2-3/4 الرياضيات: ساهمت الحضارة اليونانية في العديد من أصناف الرياضة التي تُمارس حالياً، ومنها: الألعاب الأولمبية، والماراثون، اللذان اكتسبا أسمائهما من اللغة اليونانية، (صالة الألعاب الرياضية Gymnasiums) و(الملاعب Stadiums).

3-3-2-3/5 التاريخ: اهتم الإغريق بالتاريخ، وقدموا أفضل الأعمال التاريخية الحقيقية، وكان من بينهم أفضل المؤرخين، وهم: ثوسيديديس (Thucydides)، زينوفون (Xenophon)، هيرودوت (Herodotus) الذي قدم عملاً تاريخياً مثيراً للإعجاب عن الحروب الفارسية، بالإضافة إلى حديثه عن الدين والعلاقات الأسرية (المرجع السابق).

3-3-2-3/6 الشعر: كان للحضارة الإغريقية تأثير دائم على الشعر حيث أنهم كانوا أول من حلل الشعر بشكل منهجي، وعلى رأسهم أرسطو في النقد الأدبي، إضافة إلى تقديمهم الأشعار، والقصائد، ومنها: الإلياذة (The Iliad)، والأوديسا (The Odyssey) لهوميروس (Homer) (خالد، 2007، 19).

3-2-3/7 العلوم: العديد من المصطلحات العلمية المستخدمة حالياً أصلها أسماء يونانية، لأنهم كانوا أول من استكشف هذه المجالات، مثل: الفيزياء (Physics)، الأحياء (Biology)، علم وظائف الأعضاء (Physiology)، علم الحيوان (Zoology)، علم التصنيف (Taxonomy) وعلم النبات (Botany).

3-2-3/8 الديانة في الحضارة الإغريقية: عبد الإغريق العديد من الآلهة، مثل: زيوس الذي كان يُعتبر الأهم، وزوجته هيرا، وأثينا آلهة الحكمة والمعرفة، وأبولو إله الموسيقى والثقافة، وأفروديت إله الحب، وديونيسوس إله النبيذ، وديانا إلهة الصيد، كل هذه الآلهة تعتبر آنذاك مصدراً للمساعدة (المرجع السابق).

برع الإغريق في تلك الفترة الزمنية في العديد من المجالات مما أدى إلى انتقال السكان من مناطق مختلفة ومتفرقة إلى مراكز العلوم والتطور وبالتالي انتقلت وانتشرت الحضارة الإغريقية في أنحاء متفرقة من العالم بفضل الترويج والإعلان لتلك المراكز العلمية المتطورة من خلال انتقال الناس بين المدن والدول، وبالتالي يتبين للدارس أن ذلك الانتقال والسفر ورغم صعوبته آنذاك يعتبر سياحة نتجت من دوافع الاستكشاف والانتقال إلى مناطق الحضارة ومراكز التطور وتلقي المزيد من العلوم والمعارف أهمها الطب الذي يعتبر من الدوافع الأساسية للسفر بهدف العلاج والاستشفاء.

3-2-4/ الحضارة الرومانية (القرن السادس ق.م - 476م Roman Civilization)

الحضارة الرومانية تعود نشأتها إلى القرن السادس قبل الميلاد، وقد كانت مدينة القسطنطينية هي عاصمة الإمبراطورية الرومانية الشرقية بينما كانت روما عاصمة الإمبراطورية الغربية، سيطر الرومان حينها على المنطقة المحيطة بالبحر الأبيض المتوسط الحالي، واستمرّ توسّع روما حتّى شمل حكمها معظم جنوب وغرب أوروبا، شمال إفريقيا وأجزاء من الشرق الأوسط، لا تزال آثار تلك الحضارة موجودة في أوروبا حتى الآن وتُعد مصدر جذب رئيسي للسياح (الخصيري، 2002، 89).

النظام الروماني السياسي مر بثلاث مراحل كانت كالتالي:

3-2-4/1 فترة المملكة (753 - 510 ق.م).

3-2-4-2 / فترة العصر الجمهوري (510-31 ق.م).

3-2-4-3 / فترة الإمبراطورية الرومانية (31 ق.م - 476 م).

الإمبراطورية الرومانية امتلكت جيشاً قوياً هيمنت به على معظم أجزاء أوروبا الغربية وأجزاء واسعة من شمال إفريقيا، واهتم أباطرتها ومنهم الإمبراطور قسطنطين ببناء المعابد وتغيير شكل والمدن ووظائفها مثل القسطنطينية وتميز الرومان في الفنون التطبيقية، القانون، تخطيط المدن، تصميم الطرق الرومانية للنقل السريع، وبالتالي أدى ذلك إلى ازدهار العديد من المجالات أهمها التجارة، والزراعة والتحركات العسكرية (Misachi, 2018, 16).

بالقوة العسكرية التي امتلكها الرومان دانت لهم السيطرة على منطقة البحر المتوسط مما أسهم في استقرارها وتطورها وتميزها خصوصاً في مجال الهندسة المعمارية وظهر ذلك جلياً في تخطيط وتنفيذ بناء الأقباس والحمامات الرومانية بمهارة، كما تميزت المدن بمعايير عالية من النظافة من خلال أعمال السباكة وأنظمة التصريف، السدود والقنوات المائية (غنيم، سعد، 2003، 39).

في نفس منحى نهضة الحضارة الرومانية وتميزها، يتضح للدارس أن انجازاتها تُعد عوامل جاذبة للسياحة سيما وأن معظم المدن الرومانية أصبحت مراكز يتوافد إليها آلاف السياح من أنحاء متفرقة من العالم للتعرف على أبرز معالم الحضارية الرومانية وآثارها التاريخية ومشاهدة الألعاب الرياضية أو المشاركة فيها والتي تقام كل أربع سنوات في مدينة أولمبيا وتحديداً في مبني بيلوبونيس كما هو الحال الآن في "دورة الألعاب الأولمبية" ومشاهدة المصارعة الرومانية في مبني الكولوسيوم، أما مبني أكربوبوليس يُعد مركزاً للثقافة والفنون والعروض المسرحية.

3-2-5 / عصر التاريخ (Era of History):

3-2-5-1 / التاريخ الميلادي (Gregorian Date):

سُمي التاريخ الميلادي بهذا الاسم حيث بدأ به التاريخ المعاصر باتباع تاريخ ميلاد المسيح عليه السلام.

وأصبح هو بداية تدوين التاريخ في العالم السائد حتي اليوم، الامبراطورية الرومانية كانت تستخدم تقويماً قمرياً بداية للتاريخ وهو سنة تأسيس مدينة روما عاصمة الامبراطورية (753 ق. م) وتتألف السنة فيه من عشرة شهور فقط، وفي منتصف القرن السادس نجح الراهب "ديونيسيوس أكسيجونوس" في دعوته إلى وجوب أن يكون ميلاد السيد المسيح عليه السلام هو بداية التقويم وقد تحقق له ذلك (القرني، 2019
(<https://dorar.net/article29,7>).

3-2-6 / العصور المظلمة (410 ق. م – 1095 م Dark Ages):

وتسمى العصور الوسطى وُسِّمَت بالمظلمة نتيجة لتدهور العلم أثناء الفترة المسيحية وتعاليمها ومحاكم التفتيش، في هذه الفترة سيطرت الكنيسة على الدولة وبدأ واضحاً استبداد رجال الدين وممارستهم القهر والظلم ضد شعوبهم كان ذلك نتاج طبيعي للجهل والتخلف آنذاك، قد سمي المؤرخ (إدوارد جيبون 1737 – 1794م) نفس الفترة "بألف سنة من الهمجية والدين"، ومن ثم قام المؤرخون بتوسيع المصطلح ليشمل "سيطرة الكنيسة على الدولة" أي من يخالف الكنيسة الرأي أو الفكر يُتهم بالزندقة وبالتالي يتعرض للمحاكمة والتعذيب، مثال لذلك عالم الفلك "جاليليو" عندما حاول اثبات أن الأرض تدور حول نفسها وحول الشمس فتعرض للاتهام بالزندقة وأمر بالاستتابة والإقتل، فعاد وعدل عن رأيه (توفيق، 2008، 17، 18).

وقد حرم رجال الدين في تلك العصور استخدام اللغات المحلية في الكتابة وربطوا المسيحية باللغة اللاتينية وجعلوا الفقراء مصدرراً للجباية من قبل محاكم التفتيش التي أنشأها النبلاء، فأصبح عامة الناس عبيداً تستخدمهم الكنيسة جنوداً في الحروب الدائرة آنذاك بين الأوروبيين والمسلمين في العالم العربي والتي عرفت بالحروب الصليبية الفترة (1095–1291م) (<https://mawdoo3.com> 24.6.2018).

العصور المظلمة في أوروبا تزامنت مع نشأة وتطور الدولة العباسية في الشرق (132 – 847 هـ) خصوصاً فترة حكم الخليفة عمر بن عبدالعزيز التي فيها ساد العدل والحرية، ومن أهم انجازات الدولة العباسية ظهور الوزارة وكان أول وزير هو: "أبو سلمة الخلال" ثم استحداث جهاز يتولى أعمال الكتابة وهو الكتاب، وذلك نظراً لتعدد

الدواوين ومساعدة الوزراء ورجال الدولة والولاة (المرجع السابق).

يتبين للدارس أن تلك الشعوب المقهورة فضلت الانتقال والهجرة بحثاً عن أماكن أخرى أخف وطأة هرباً من التنكيل بهم وقتلهم وتحديداً العلماء والمفكرين إن لم يتوبوا ويتراجعوا عن أفكارهم، علماً بأن السفر كان ينحصر فقط في إرسالهم إلى الحروب والقتال باسم الكنيسة، ونظراً لحالة الفقر والجوع والمرض والجهل لم تكن السياحة في تلك الفترة معروفة بمعناها المعاصر بل هو انتقال اجباري وهروب من ظلم وقهر إلى فقر وجوع وعوز، ومن الممكن أن نطلق عليها "سياحة قسرية".

3-2-7/ عصر النهضة (Renascence Age):

عصر النهضة هي الفترة الممتدة من القرن الرابع عشر حتى السابع عشر الميلادي، تم فيها فصل الدين عن الدولة مما ترتب عليه عودة العلوم والمعارف الثقافية والفكرية والصناعية من الشرق إلى أوروبا من جديد إلا أنها لم تعد كما ذهبت وإنما اضيف اليها الكثير من المعارف والعلوم الشرقية وتم تنقيحها مما شابها من قصور، وقد كانت النهضة عبارة عن حركة ثقافية تنويرية ظهرت في منطقة "توسكانا وسط إيطاليا" لتنتشر منها إلى أماكن متفرقة من أوروبا والعالم، تلك الفترة شهدت حركة ثقافية واسعة وازدهاراً في الأدب واللغات وخصوصاً اللاتينية وصارت مصدراً للغة الانجليزية في مراحل تطورها المختلفة (Jacob, 1990, 46).

شهدت فترة عصر النهضة توفر الورق واختراع حروف "المون تيب" التي أسهمت في سرعة انتشار الأفكار وأواخر القرن الخامس عشر الميلادي، ومن مميزات هذا العصر اهتمام مثقفو الدول الأوروبية إحياء اللغات الوطنية وضرورة اعتماد اللغة التي يتحدث بها غالبية السكان كلغة رسمية للدولة، ما يدل على استقلالية الفكر وحرية الرأي (Vincent, 1992, 54).

اهتم رواد عصر النهضة بمجال التعليم وذلك من خلال الاعتماد الكامل على العلوم العائدة من الشرق فتمت ترجمتها إلى اللغات الأوروبية المحلية لتسهيل قراءتها وتم نسخها ووضعها في المكتبات العامة لتكون في متناول الجميع، أما عن مجال الفنون في أوروبا فإن متاحفها غنية بالأعمال الفنية واللوحات النادرة التي تم تنفيذ

معظمها إبان فترة عصر النهضة، حيث أسهم التحول والتحرر الفكري في دعم المفكرين، المتقنين والفنانين مثل ومايكل أنجلو وليوناردو دافنشي "الموناليزا" (هالة الرفاعي، 1998، 29).

اسهامات المستشرقين بدأت تظهر جلية في القرن الثامن عشر الميلادي بازدهار دراسة اللغات الشرقية في الجامعات الأوروبية ودعم بعثات الطلاب في كل من بريطانيا واسبانيا وإيطاليا، وقد أنشأت فرنسا المدرسة الوطنية للغات الشرقية الحية في باريس عام 1795م للسفراء والقناصل وكبار التجار ذوي العلاقات مع الشرق، وفي ذات الوقت كان اتقان اللغة العربية من مؤهلات ترقى الموظفين في إسبانيا على عهد الملك كارلوس الثالث (Paul, 2003, 72).

عصر النهضة عادت فيه الحرية إلى العلماء، المفكرين والفلاسفة ليعبروا بحرية عن أفكارهم وآرائهم التي ظلت حبيسة فترة عصر الظلام، كما عادت من الشرق إلى أوروبا مجدداً المعارف والعلوم والأبحاث بعد الإضافات والتنقيح بفضل حركة وانتقال المستشرقين شرقاً وغرباً وبالتالي يمكن أن نطلق على هذا الانتقال سياحة بهدف البحث واستكشاف المعارف والعلوم، ثم تحولت حركة وانتقال المستشرقين بين الشرق والغرب إلى عمل مؤسس ومدرّس عبر مجلس الكنائس، وبالتالي تمت سرقة المخطوطات ونقلها إلى أوروبا من البلاد الإسلامية والعربية وترجمتها إلى لغاتهم ليسهل قراءتها وفهمها وبالتالي يتم تطبيق محتواها، هذا الانتقال الممنهج يراه الدارس سياحة علمية ومعرفية معروفة الأهداف ومحددة الأغراض، وقد أصبح الاستشراق علم وعمل منظم في خدمة مصالح الدول الأوروبية خصوصاً ابتعث البعض كمدرسين في المدارس العليا والعديد من الخبراء في المجالات المختلفة، والجدير بالذكر ما أشارت إليه بعض الدراسات أن المستشرقين استطاعوا الوصول إلى المصادر الأصلية ولم يعودوا يعانون صعوبة التواصل مع العرب والمسلمين عندما عادوا إلى الشرق مجدداً مع جيوش الاحتلال، فكان لابد من بناء حضارتهم من جديد.

بناء الحضارات يعتمد في الأساس على إحياء التراث والأصالة والمعاصرة، فالتراث هو ذلكم التراكم الحضاري والثقافي الذي ينتقل عبر الأجيال والقرون عن طريق اللغة والمحاكاة والتقليد والعناصر المعنوية من أفكار

ومعتقدات وسلوك، والعناصر المادية أيضاً كالصناعات والحرف والآثار، ويرتبط التراث ارتباطاً وثيقاً بالتاريخ والمعاصرة في بُعده التطوري موصولاً بالحاضر ومتداخلاً معه ومتشابكاً به، ويعتبر إحياء التراث إحياء لكل عناصر الأصالة التي تمنح ثقافات الشعوب والأمم التواصل مع الماضي والقدرة على المعاصرة والتطور في المستقبل، والتراث بدوره يمنح الإنسان أسلوب الحياة وأنماط السلوك والقيم والعادات والتقاليد، بمعنى أن حياة الأجداد ومن قبلهم ومن أتى بعدهم هي مجموعة أنماط من القيم والمفاهيم والسلوكيات التي تتوارثها الأجيال، مثال لذلك: النزاهة والشجاعة والوفاء بالوعود والعهود والشهامة والكرم ومساعدة المحتاج والصبر على الشدائد. العديد من الأمم والشعوب تهتم ببناء حضاراتها من خلال إذكاء ثقافة إحياء التراث رغبة في الحفاظ على كياناتها ومصائرنا فإذا ما تهاونت أمم في حماية ومورثاتها الثقافية فمصيرها الاندثار والذوبان في ثقافات أخرى، وهنا يأتي دور منابر العلم والمفكرين والمتقنين في إحياء التراث والأصالة والمعاصرة، عبر تأصيل الهوية الثقافية والتراث الوطني.

يرى الدارس أن بناء حضارات الشعوب يعتمد بشكل كلي على إحياء التراث وإذكاء روح الأصالة التي تعني القضاء على معوقات التقدم في الحاضر، والقضاء عليها من الأساس، وذلك باستئصال الجذور التاريخية للتخلف المتراكمة من الماضي في وجدان الشعوب حتى يمكن أن تتحقق المعاصرة بسهولة ويسر في زمن أقل وبرسوخ أكثر، وبرؤية تاريخية واعية، وبتدبير وتدبر بعيداً عن التخبط والعشوائية، وكذلك المعاصرة التي تعني معايشة الحاضر بالوجدان والسلوك والإفادة من كل منجزاته العلميّة والفكريّة وتسخيرها لخدمة الإنسان ورقية، وذلك يكون من خلال تطوير وترقية مجال التصوير الضوئي الإبداعي بشقيه الثابت والمتحرك الذي يتجاوز كل الحدود ليعكس دور ثقافات الأمم كافة عبر الفنون الأدائية بكل أشكالها وأنواعها المتمثلة في فن الغناء والرقص الشعبي بمصاحبة الموسيقى الشعبية إضافة إلى الصناعات اليدوية للبيئات المحلية في المناطق المستهدفة سياحياً.

3-2-8/ العصر الحديث (The Modern Era):

أهم ظواهره الثورة الفرنسية، التي كانت نتاج لاضطرابات اقتصادية واجتماعية وسياسية مرت بها فرنسا وعلى عدة مراحل كان لها تأثيرات عميقة أدت إلى تغييرات في أوروبا والغرب عموماً، وقد كان حصيلة تلك التغييرات اندلاع الثورة الفرنسية وقيام الثورة الصناعية.

3-2-8-1/ الثورة الفرنسية (1789 - 1799):

الثورة الفرنسية اتخذت مبادئها من أفكار الفلاسفة جان جاك روسو، فولتير ومونتسكيه، كما اتخذت عبارة "الحرية، الإخاء والمساواة" شعار لها وظلت ترده كل الثورات التي أعقبت الثورة الفرنسية إلى اليوم (الطماوي، 1989، 73).

عالمياً، أسهمت الثورة الفرنسية في تأسيس الجمهوريات الديمقراطية مما جعلها نقطة محورية في تطوير معظم السياسات الحديثة التي أفرزت وثائق مركزية أهمها إعلان حقوق الإنسان الذي توسعت بنوده ليشمل المرأة والعبيد وبالتالي أدى إلى قيام معظم حركات التحرير عالمياً (أباطة، 1995، 26).

مجالات الحياة الفرنسية المختلفة شهدت اضطرابات عديدة وخصوصاً في المجالات الاقتصادية وبالتالي أدت إلى اندلاع الثورة الفرنسية التي يصفها المفكر الإيطالي "سيرجو بوسكيرو" بأنها عبارة عن حركة معادية للشعب قامت بأكبر مجزرة في حق الشعب الفرنسي، وأن قتل نحو (300 ألف) شخص يعتبر ميلاد لظاهرة الارهاب، هذا من ناحية.

أما من ناحية ثانية يرى الدارس أنه وأثناء الثورة الفرنسية تفتى الخوف والفرع وانتشرت الفوضى في أماكن عديدة ومختلفة سبب زيادة في حركة الانتقال والسفر، لذا نجد أن أعداداً كبيرة من الفرنسيين ينتقلون من مكان إلى آخر بحثاً عن الأمن والاستقرار والحياة الكريمة بعيداً عن القتل والتشريد والتتكيل وكذلك انعدام رغبة المشاركة في الثورة، وبالتالي من غير الممكن أن نطلق على هذا النوع من الانتقال الاجباري والقسري الذي تفرضه مثل هذه الظروف سياحة بمعناها المعاصر لعدم توفر أهداف ومقومات السياحة المتعارف عليها.

3-2-8-2/ الثورة الصناعية (1750 - 1850م Industrial Revolution):

الثورة الصناعية مصطلح يُطلق على الفترة التي حدثت فيها العديد من الاختراعات والاكتشافات المهمة والتي احدثت تغييراً كبيراً في اوروبا والعالم وكان لها تأثير عميق في المجالات الثقافية، التجارية، والاجتماعية والاقتصادية ومن أهمها اختراع آلات الطباعة التي أسهمت بفاعلية في الترويج والإعلان بهدف تسويق وتوزيع المنتجات التجارية المختلفة التي نتجت من الزيادة الكبيرة في الانتاجية مما أدى إلى وفرتها وغزارتها اضافة إلى زيادة أعداد السكان وانفتاح الأسواق مما مهد لتطور الترويج ووسائل الإعلان لاحقاً (عيساوي، 1420هـ ، 19).

فترة الثورة الصناعية شهدت تطورات كبيرة في مجال الزراعة، التصنيع، التعدين وكذلك تقدم كبير في وسائل النقل والمواصلات خصوصاً بعد اختراع وانتشار آلات البخار ثم آلات الاحتراق الداخلي وظهور القاطرة، الباخرة، السيارة ثم مؤخراً الطائرة مما أسهم في زيادة الاقبال على الحركة والانتقال واتساع نطاقهما الجغرافي ومجالتهما المختلفة (وفاء زكي، 2006، 66، 67).

وسائل النقل والمواصلات بأنواعها المتعددة واشكالها المختلفة أسهمت في ازدياد رغبة السفر والانتقال بغرض استكشاف الأماكن والمناطق الجديدة لزيادة المعارف والاطلاع على ثقافات الشعوب الأخرى، اضافة إلى توفر وقت الفراغ الذي يؤدي إلى الاهتمام بالترويج والاستجمام للمحافظة على الصحة ورفعاً للقدرة الإنتاجية (هالة الرفاعي، 1998، 29).

بالرغم من تطور وسائل النقل المختلفة وتعددتها إلا أنه لم يكن يُقدم على السفر بغرض السياحة آنذاك إلا الملوك والامراء من الطبقات الحاكمة ورجال المال والاقطاعيين نسبة لتوفر المال ووقت الفراغ، ومن وجهة نظر الدارس أن دوافعهم للسفر والسياحة كانت أقوى بما يكفي لتنفيذ وتحقيق الرغبة الشديدة في الاستكشاف وزيادة المعارف علماً بأن السياحة آنذاك تميزت بطول المدة وكثرة الانفاق المالي هذا من ناحية، أما من ناحية أخرى توفر وسائل النقل وتطورها أدى إلى سهولة حركة السفر وانتقال سكان الريف إلى المدن بهدف العمل

في المصانع وانشاء المباني الجديدة داخل المدن الكبيرة، والعودة مرة أخرى إلى الأرياف خصوصاً بعد تطور المعدات والآلات الزراعية، فقد تحول الانتقال تلقائياً إلى أنشطة تجارية، اقتصادية، اجتماعية وثقافية، ويمكن أن نسمي هذا الانتقال سياحة، من أهم دوافعها الرغبة الشديدة في الاستكشاف والتعرف إلى كل جديد، حيث غدت السياحة ظاهرة عالمية بفضل ثورة النقل والمواصلات التي قربت المسافات وربطت بين انحاء العالم.

3-2-9/ المستكشفين الرحالة عالمياً (International Explorers And Travelers):

قامت السفن الأوروبية بالسفر والتجوال حول العالم من بداية القرن الرابع عشر وحتى بداية القرن السابع عشر الميلادي بحثاً عن طرق تجارية جديدة وشركاء تجاريين جدد بهدف زيادة العائدات الاقتصادية الأوروبية، وقد أثمر تجوالهم بحثاً عن الجديد تم العثور على أراض كانت مجهولة، ومن أشهر الرحالة المستكشفين هم:

3-2-9-1/ ماركو بولو (Marco Polo 1245 –1324):

ماركو بولو، تاجر ومستكشف من البندقية "إيطاليا" كان هو وابوه نيكولو وعمه مافيو من أوائل الغربيين الذين سلكوا الطريق إلى الصين، اطلق عليها اسم "كاتاي" كانت له علاقات دبلوماسية مع "قوبلاي خان" أحد أشهر ملوك إمبراطورية المغول وحفيد جنكيز خان، وقد دون رحلاته في كتابه "رحلات ماركو بولو".

3-2-9-2/ جون كابوت (John Capot 1450-1498):

استعان به التجار البريطانيون لمساعدتهم في البحث عن طريق غربي إلى آسيا، ومن خلال تنقلاته ورحلاته اكتشف كابوت الساحل الشمال الشرقي لأمريكا مما جعل بريطانيا العظمى ترعى رحلاته في استكشافه المحيط الأطلسي (<http://www.lovelysmile.com>2.6.2018).

3-2-9-3/ كريستوفر كولومبوس (Christopher Cloumbus 1506 -1451):

كولومبوس القادم من جنوا هو من اكتشف وسط وجنوب أمريكا وجزر "غرب الإنديز"، "جزر الهند الشرقية" مصادفة عندما كان يقصد استكشاف الأراضي الجديدة "أمريكا الشمالية"، وقد عمل كولومبوس واجتهد كثيراً في توطيد العلاقات والصلات بين الأمريكيين الأصليين والأوروبيين (المرجع السابق).

3-2-9-4/ فاسكو دي غاما (1524-1460 Vasco Da Gama):

الرحالة البرتغالي فاسكو دي غاما يُعد من أعظم الرحالة في عهد الاستكشاف الأوربي، طاف حول رأس الرجاء الصالح وأعلى الساحل الشرقي لأفريقيا، مكتشفاً الطريق التجاري إلى الهند، وأصبح زعيماً للهند البرتغالية في العام 1524م بعد حصوله على درجة الماجستير في الرياضيات والملاحة (المرجع السابق).

3-2-9-5/ فرديناند ماجلان (1521-148 Fredinand Magellan):

فرديناند ماجلان مستكشف برتغالي حاصل على الجنسية الإسبانية هو أول من قام برحلة حول العالم، مكتشفاً مضيق ماجلان بالقرب من أمريكا الجنوبية (http://www.lovelysmile.com2.6.2018).

3-2-9-6/ هابيل تازمان (1653-1603 Abel Tasman):

هابيل تازمان رحالة هولندي محب للجمال اكتسب مكانة مرموقة بسبب استكشافه استراليا ونيوزلاندا وأرض فان ديمنس "سميت لاحقاً تازمانيا"، قاد تازمان بواسطة سفينتيه "هيمسكيرك" و"زيهاين" بعثة استكشاف المحيط الهادي الشمالي بهدف التعرف إلى جميع الشواطئ غير المستكشفة في العالم (المرجع السابق).

3-2-9-7/ هنري هندسن (1611-1550 Henry Hudson):

هنري هندسن ملاح ورحالة انجليزي استكشف الطريق المؤدي إلى شمال أمريكا، كما اكتشف خليج هندسن، اوكلت إليه مهمة استكشاف مدينة نيويورك الحديثة والطريق إلى آسيا من جهة الغرب (المرجع السابق).

3-2-9-8/ جيمس كوك (1779-1728 James Cook):

كوك قبطان ورحالة بريطاني قاد عدداً كبيراً من البعثات المهمة، استكشف سواحل استراليا ونيوزلاندا وشمال أمريكا، قُتل كوك على يد أناس من هاواي خلال ملاحظته الاستطلاعية الثالثة (http://www.lovelysmile.com2.6.2018).

3-2-9-9/ ديفيد ليفنغستون (1873-1813 David Livingstone):

ديفيد ليفنغستون رحالة ومبشر اسكتلندي، مكتشف بحيرة وشلالات فيكتوريا "منابع النيل" وسماها نسبة إلى الملكة فيكتوريا، منذ صغره كان مناصراً للإمبراطورية التجارية (المرجع السابق).

3-2-9-10/ السير ريتشارد بيرتون (Sir Richard Burton 1821-1890):

السير ريتشارد بيرتون ابن أحد ضباط الجيش البريطاني، استكشف بلاد العرب وبحيرة "تانغانিকা" في أفريقيا، عمل في الهند لمدة سبع سنوات كقائد في الجيش رافضاً السياسة الاستعمارية، بجانب عمله العسكري كان شاعراً واسندت إليه مهمة ترجمة رواية "ألف ليلة وليلة" ونشر رواية "الكاما سوترا" باللغة الانجليزية (http://www.lovelysmile.com2.6.2018).

3-2-10/ عصر الاستعمار الاوربي لأفريقيا (European Imperialism for Africa):

التطورات التي أفرزتها الثورة الصناعية في أوروبا خصوصاً بعد اختراع الآلات وتقدم وسائل النقل والاتصال أسهم في ظهور وتنامي الاطماع الاوروبية الاستعمارية على القارة الإفريقية وقد أسفر مؤتمر في برلين في العام (1883م) عن ما سُمي بـ(الهروع إلى أفريقيا Scramble for Africa) بحجة الإعمار وإلحاق القارة وانسانها بركب الحضارة الأوروبية، علماً بأن الهدف الأساسي من الهروع الى افريقيا هو استعمارها ونهب وسرقة مواردها الاقتصادية والبشرية، قد كانت القارة الافريقية قبيل الاستعمار الاوربي مجموعة من الممالك والسلطنات المتفرقة معظمها إقطاعيات قبلية صغيرة وصل بعضها بالمفهوم التقليدي إلى مرتبة دول لها علاقات فيما بينها ذات طابع سلمى وتعاوني تتخلله بعض النزاعات البسيطة (إلهامي، 2015، 13).

بريطانيا العظمى قررت نقل أسطولها إلى مياه البحر الأبيض المتوسط وتوجيه جيوشها نحو أفريقيا بعد أن خسرت (13) مستعمرة في أمريكا الشمالية، لهذا الغرض قامت بتأسيس "الجمعية الإفريقية" في العام 1788م برعاية الملكة فكتوريا لبسط السيادة على إفريقيا وفتح أسواق جديدة أمام السلع والبضائع البريطانية (هالة الرفاعي، 1998، 29).

خطت الدول الاوروبية الاستعمارية في بداية القرن (19) على اقتسام مناطق شمال ووسط إفريقيا، بريطانيا وفرنسا اتخذتا ولاية طرابلس الغرب بوابة للعبور إلى وسط القارة باعتبارها أهم الطرق التجارية بين طرابلس وسلطنتي بورنو وسوكوتو ما سهل طريق "الجمعية الإفريقية" فأرسلت بعثات جغرافية لاستكشاف نهر النيجر

لاسيما بعد أن أسست بريطانيا أول مستعمراتها في غرب إفريقيا (المرجع السابق، 32).

اقتصادياً، قامت بريطانيا بتوريد نماذج من البضائع التجارية والاستهلاكية المختلفة إلى التجار الأفارقة المحليين مقابل الذهب والماس الإفريقي، وقد عادت البعثات الاستكشافية وأعدت تقاريرها للحكومة البريطانية عن الأوضاع السياسية والتجارية لوسط إفريقيا تحت عنوان: "وصف رحلات وكشوفات في إفريقيا الشمالية والوسطى الفترة (1822-1824م) (إلهام علي، 2009، 85).

فرنسا قررت في العام 1830م توجيه أسطولها إلى طرابلس وأجبرت حاكمها العثماني على توقيع معاهدة سُميت "الصداقة الأوروبية الإفريقية" تنص على تجريد ولاية طرابلس من أسطولها الحربي وتمنح بريطانيا وفرنسا حق الإشراف على الموانئ التجارية، وقد اعتبر المؤرخون هذه المعاهدة بداية الاستعمار الأوربي لإفريقيا عبر طرابلس الغرب (الحريري، 2018، 216، 220).

الرحالة المستكشفون والمغامرون الأوربيون سخرُوا خبراتهم وامكانياتهم الفكرية والمادية في رحلاتهم السياحية إلى قارة أفريقيا التي كانت إلى وقت قريب شبه مجهولة، دونوا التقارير والمذكرات وألفوا الكتب عن أفريقيا وقد تضمنت بعض كتاباتهم الحقائق بمصادقية واصفة الواقع الإفريقي بدقة متناهية مما كان له الدور الكبير في تسهيل غزو المستعمر الأوربي للقارة هذا من ناحية، أما من ناحية ثانية فقد كتابات أخرى تحوي المبالغات الشديدة والقصص الخيالية، وبالتالي أصبحت من أهم عناصر جذب السياحة بالنسبة للأوروبيين، ومن منحنى آخر يرى الدارس أن أهداف الرحالة المستكشفون المعلنة "حسب زعمهم" هي: السياحة والاستكشاف والتعرف إلى مجاهل أفريقيا وإنسانها البدائي البسيط ونقله من ظلام الجهل والمرض والتخلف إلى نور أوربا وعلمها ورفاهيتها، لكن الأهداف الخفية كانت استكشاف ودراسة المكان والإنسان معاً تمهيداً للغزو ونهب خيرات القارة واستعباد إنسانها وسلب كرامته، وبالتالي كانت سياحة الرحالة والمستكشفين تحمل أهدافاً مزدوجة معلنة وخفية وبالفعل تحققت جميعها، وبذلك يمكن أن نطلق عليها إن جاز التعبير "سياحة استعمارية"

3. السياحة البيئية عالمياً:

تمهيد: عالمياً، تُعد السياحة البيئية من السمات المميزة لهذا العصر وتحديداً منذ النصف الثاني من القرن العشرين وذلك لتطورها المستمر، ويعتبرها الخبراء مصدراً مهماً لزيادة العائدات الاقتصادية باعتبارها من أكبر وأسرع القطاعات نمواً، والأكثر استيعاباً للأيدي العاملة وبالتالي تُعد هدفاً استراتيجياً لتحقيق تنمية وتطوير البيئات المحلية ومناطقها المجاورة، وتمثل أيضاً رسالة محبة وسلام بين الأمم والشعوب وجسراً لتواصل الثقافات والحضارات الانسانية المختلفة.

تتناول الدراسة في هذا الجانب التعريف بمفهوم السياحة البيئية وأدوارها المهمة في قارات العالم: أوروبا، الأمريكيتين الشمالية والجنوبية، آسيا وأفريقيا، إضافة إلى منطقة الشرق الأوسط.

3-1/ **تعريف البيئة:** يعتبر مصطلح البيئة من المصطلحات المتداولة كثيراً في العصر الحاضر، ونظراً لما تبتغيه الدراسة من دقة يجب تحديد مفهوم البيئة لغة واصطلاحاً.

3-1-1/ **لغويًا:** الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية يعود إلى الفعل (بوأ) و(تبوأ) أي نزل وأقام. والتبوء: التمكن والاستقرار، والبيئة: المنزل، والبيئة بمعناها اللغوي الواسع تعني الموضع الذي يرجع إليه الإنسان فيتخذ فيه منزله ومعاشه (ابن منظور، 2003، 41).

هناك مصطلحان في اللغة الإنجليزية يستخدمان للتعبير عن البيئة مع اختلاف المقصود بكل منهما: مصطلح (Ecology)، وأول من صاغه هو العالم (هنري ثورو Henry Thoreau) في العام 1858م ويقصد به الجوانب الفيزيائية والبيولوجية من أرض وماء ونبات وحيوان وما يحدث بينها من تداخلات وتفاعلات وتشابكات وتعقيدات (عبدالله، 2013، 28).

أما مصطلح (Environment) يعبر عن مفهوم أشمل من (Ecology) حيث يجمع بين العناصر البيولوجية والفيزيائية للبيئة بجانب العناصر الاقتصادية والثقافية لها وكذلك العلاقات الإنسانية الاجتماعية في إطار تفاعلاتها المتبادلة والمتداخلة (المرجع السابق، 28).

3-1-2/ اصطلاحاً: معظم التعريفات تفيد أن مصطلح البيئة يعني: الإطار الذي يعيش فيه الإنسان ويحصل منه على مقومات حياته، وسبل رزقه، ويمارس فيه علاقته الطبيعية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، كما أن للبيئة مفهومين يُكمل بعضهما الآخر: "أولهما البيئة الحيوية: وهي كل ما يختص بحياة الإنسان وعلاقته بالمخلوقات الحية، الحيوانية والنباتية التي تعيش معه، وثانيهما هي البيئة الطبيعية، وتشمل موارد المياه، وتربة الأرض، المساكن، الجو ونقاؤه أو تلوثه والطقس، أما البيئة بمفهومها الواسع فهي تشمل عدة تعريفات نذكر منها التالي:

3-1-2-1/ تعريف مؤتمر استوكهولم للبيئة(1972م) : أجمع المؤتمر على أن البيئة هي مجموعة النظم الطبيعية، الثقافية والاجتماعية التي يعيش فيها الإنسان والكائنات الأخرى ويستمدون منها زادهم ويؤدون فيها أنشطتهم المختلفة (مروان، 1999، 98).

3-1-2-2/ تعريف الصندوق العالمي للبيئة: عرف الصندوق العالمي للبيئة بأنها: المناطق الطبيعية غير الملوثة التي لم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بأجوائها ومناظرها، نباتاتها، حيواناتها وموروث سكانها الثقافي، الحضاري والاجتماعي (بظاظو، 2010، 140).

3-1-2-2-1/ تعريف آخر للبيئة: مصطلح البيئة أخذ في الاتساع تدريجياً ليشمل كل ما يتعلق بالموارد الطبيعية والمائية المختلفة التي تلبي حاجات الانسان المتعددة، خصوصاً وأن العلاقة القوية بين السياحة والبيئة تخدم المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية وتسهم في تنمية وتطوير البيئات المحلية علماً بأن المجموعات البشرية تعيش ثلاث منظومات رئيسية هي:

3-1-2-2-1-1/ البيئة الطبيعية: وهي الموارد والمقومات الطبيعية التي تمثل الاطار الذي يعيش فيه الإنسان ويتفاعل معه ويحصل منه على معينات حياته.

3-1-2-2-2-1/ البيئة الاجتماعية: تشمل السكان والأنشطة الثقافية والأدبية والفنية.

3-1-2-2-3/ البيئة الاصطناعية: تحوي البنى التحتية ومرافق الخدمات (Geneviève, 2004, 205).

2-3/ تعريف آخر للسياحة البيئية: مصطلح "السياحة البيئية" ظهر مطلع ثمانينيات القرن الماضي نتيجة لتطور حركة السياحة العالمية كنوع جديد من أنواع السياحة يهدف إلى المحافظة على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئات التي يعيش فيها الانسان، ولها تعريفات أخرى منها:

1-2-3/ مجموعة الخطط والاستراتيجيات التي تهدف إلى المحافظة على الموارد الطبيعية في البيئات السياحية وعلى التنوع الحيوي فيها وإيجاد مشاريع اقتصادية توفر فرص عمل للسكان المحليين وكذلك المحافظة على الموروث الثقافي، الحضاري، الأثري والديني (بظاظو، 2010، 56).

2-2-3/ انتقال السياح إلى المواقع الغنية بالموارد الطبيعية والمعالم الثقافية من أجل الاستمتاع والمحافظة على البيئة الطبيعية والاعتناء بها وعدم الاضرار بها قدر الإمكان أو بالبنى التحتية فيها، إضافة إلى صناعة سياحة تسهم في تطوير مجتمع البيئات المحلية (دبور، 2004، 16).

يرى الدارس أن من أهم تعريفات البيئة يجب أن يهدف إلى محو الأمية الحضارية: التي تعد من أخطر أنواع الأمية في أي مجتمع، لأنها تعني ضياع الهوية الأدبية والتراثية والثقافية للأمم والشعوب، وتسهم في غياب أهم الأدوار التي يؤديها أفراد هذا المجتمع أو ذلك والاهتمام بالبحوث الجادة والتفاعلية والدراسات التي تهتم بدراسة ومعالجة قضايا التراث الحضاري وواقع الأمية بأنواعها المختلفة خصوصاً الأمية الحضارية وذلك من خلال تفعيل دور أفراد المجتمع وتحديد المرأة، "لأنها تربي الجميع" باعتبارها هي أساس المجتمع وعماده، هي المربي الأول للأجيال ومن خلالها يتعرف الطفل على كافة معطيات الحياة وأسسها، والمرأة هي محط اهتمام الجميع وشغلهم الشاغل، نجد علماء النفس والاجتماع دوماً يجتهدون في تحليل شخصية المرأة ومحور تفكيرها، الأهم عند المرأة هو بناء أسرتها والحفاظ عليها فهي دوماً تعمل جاهدة لتحمي بيتها كالعنكبوت وتنسج خيوط دفاعية حوله لتمنع من خرابه، وبالتالي يجب وضع برامج إعلامية مطورة وهادفة لتمكن المثقفين وذوي الكفاءات والاختصاص من تقديم الحوافز المادية والمعنوية لمواجهة الأمية الحضارية.

3-3/ تعريف السائح البيئي:

3-3-1/ السائح البيئي: هو الشخص المتنقل من أجل الاستمتاع بالطبيعة أو المغامرة والتعرف إلى عادات وتقاليد وثقافات الشعوب والأمم الأخرى والاهتمام بالمحافظة على البيئة السياحية (رواشدة، 2009، 73).

3-3-2/ تعريف آخر للسائح البيئي: هو شخص يتصف بالسعي الدائم إلى الحصول على خبرة حقيقية عبر ممارسة الأنشطة الثقافية، الرياضية والفنية ويتحمل المشاق والصعوبات ويقبل التحدي وخوض المغامرات للوصول لهدفه (المرجع السابق).

يتضح من التعريفات أعلاه أنه لا يوجد تعريف واحد محدد ومتفق عليه لمصطلح السياحة البيئية لأسباب وعليه فإن هذه التعريفات لا تفي أغراض الدراسة، لذا صك الدارس التعريف التالي:

السياحة البيئية: هي العلاقة القوية التي تربط بين مناطق ومقومات الموارد الطبيعية والاصطناعية وبين السياح وفيها يحققون رغباتهم ويتفاعلون مع السكان المحليين ويمارسون فيها أنشطتهم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

3-4/ مقومات السياحة البيئية:

يحتاج تطور وازدهار السياحة البيئية عالمياً، إلى مقومات تمنحها التميز والقدرة على تحقيق رغبات السياح وجذبهم وارضاء أذواقهم وتطلعاتهم، من أبرز مقومات الجذب: المناخ، الموقع البيئات السياحية الجغرافي، المسطحات المائية والجزر والشواطئ، الغابات، الجبال، الأنهار والوديان، الصحاري، الحياة البرية وكائناتها الحية، اضافة إلى الإرث الثقافي للسكان المحليين ومنتجات الصناعات التقليدية، ومن أهم مقومات السياحة البيئية هو التالي:

3-4-1/ المناخ: يُعد أحد أبرز مقومات وعوامل الجذب المهمة في السياحة البيئية، وقد أخذ بعداً أكثر أهمية تبعاً للتغيرات المتسارعة في منظومة البيئة العالمية، ويتفاوت تأثيره وتكويناته المختلفة في بلد السائح ووجهته المقصودة مما يسهل ممارسة الأنشطة المناسبة في البيئات المحلية السياحية (نهي الخطيب، 2000، 37).

3-4-2/ **المسطحات المائية:** عالمياً، المسطحات المائية عموماً تُعد من أهم مقومات الجذب لسياحة البيئات وتزخر سواحل المحيطات، البحار، الجزر، البحيرات، الأنهار والشلالات بوفود أعداد كبيرة من السياح الذين يتطلعون إلى ممارسة أنواع الألعاب والرياضات المائية المختلفة، ودراسة الكائنات البحرية، وعلاج كثير من الأمراض اعتماداً على خصائص المكونات المعدنية لهذه المياه (المرجع السابق، 38).

3-4-3/ **المناطق الجبلية والمرتفعات:** البيئات الجبلية والمرتفعات تُعد مورداً اقتصادياً مهماً للعديد من الدول السياحية خصوصاً مع ارتفاع نسبة مساهمتها الاقتصادية بين (15-20%) من إجمالي عائدات السياحة البيئية العالمية تبعاً لتنامي حركة السياحة عالمياً، أما المناطق الجبلية والمرتفعات في الدول النامية تعتبر من أكثر المناطق وسكانها المحليين عرضة للتهميش وذلك لصعوبة الوصول إليها وقلة أو انعدام الخدمات الملائمة للسياح (David, 2001, 55).

3-4-4/ **البيئات الصحراوية:** البيئات الصحراوية بكل مكوناتها الكثبان الرملية، الوديان والهضاب والواحات بدأت مؤخراً جذب ولفت انتباه السياح الأجانب الباحثين عن المغامرات وممارسة الأنشطة الرياضية وحضور الفعاليات الثقافية والاجتماعية لسكان البيئات الصحراوية، فقد ظهرت وتطورت أنشطة متعددة تتفاوت من دولة إلى أخرى، على الصعيد الاقليمي نجد أن الوطن العربي يزخر بالعديد من الوجهات المميزة خصوصاً وأن الصحراء الكبرى تغطي مساحة شاسعة شمال أفريقيا تتيح لبعض دول المغرب العربي الاستثمار في هذا النوع الواعد من السياحة (غرابيية، 2008، 110).

3-4-5/ **الحياة البرية:** عالمياً، الحياة البرية تُعد من المقومات الأساسية للسياحة البيئية وتعتبر المكون الرئيس في منظومة التنوع البيئي، الاهتمام بالحياة البرية أخذ في الارتفاع من قبل السياح من جهة ومن جهة ثانية العلماء والباحثين المهتمين بدراسة الأجناس البرية، خصوصاً مع تزايد الأخطار المحدقة بها، بالرغم من التنوع الكبير في الحياة البرية إلا أن الأنشطة البشرية غير المسؤولة كثيراً ما تتسبب في تهديد بقاء العديد من الأنواع الحيوانية والنباتية (بيار، 2008، 18).

التمدد العمراني والتوسع المكاني أدى إلي تضاؤل أعداد كبيرة من الحيوانات والنباتات علي السواء جراء التلوث والفساد البيئي الذي طرأ على الأرض، مما أجبر أنواع عديدة من الحيوانات تتجمع في أماكن بعينها، ما شجع العديد من الدول والمنظمات العالمية أن تسعى لحماية هذه الحيوانات بإنشاء محميات طبيعية في مساحات شاسعة لتوفر لها مواطن آمنة (وفاء ابراهيم، 2006، 221).

الدراسة تتناول في هذا الجانب التعرف إلى أكبر المحميات البرية في العالم وهي:

3-4-5-1/ **محمية زامبيزي كافانجو (Kavango - Zambezi):** أسفر اجتماع لخمس دول أفريقية هي: (نامبيا، زامبيا زيمبابوي، بتسوانا وأنغولا) في العام 2006م عن مذكرة تفاهم تنشأ بمقتضاها محمية زامبيزي التي تبلغ مساحتها حوالي (287 ألف) كلم²، تضم العديد من المحميات الطبيعية الصغيرة بهدف تنشيط السياحة وذلك بتشجيع الحيوانات على الهجرة عبر حدود "البلدان الخمس" ، وتعد المحمية البرية الطبيعية الأكبر في عالمياً (https://www.almrsl.com 29.3.2018).

3-4-5-2/ **محمية ليمبوبو الطبيعية (Limpopo):** المحمية تحتل المرتبة الثالثة عالمياً، تبلغ مساحتها حوالي (99 ألف كلم²) تمتد عبر ثلاث دول إفريقية هي: (موزمبيق، جنوب إفريقيا وزيمبابوي) تضم المحمية عشرات المحميات الطبيعية الصغيرة التي يتوفر فيها المأوى الأكثر أماناً للعديد من أنواع الحيوانات مثل كالأفيال، الزرافات والغزلان بأنواعها (وفاء ابراهيم، 2006، 55).

3-4-5-3/ **محمية أيار وتنيري (Air and Tenere):** محمية أيار وتنيري تحتل المرتبة الرابعة عالمياً من حيث المساحة التي تبلغ حوالي (77 ألف و400 كلم²) المحمية تقع ضمن حدود دولة النيجر وقد تم اعتمادها منطقة تابعة للتراث العالمي من قبل "منظمة اليونسكو التابعة للأمم المتحدة" (المرجع السابق).

3-4-5-4/ **محمية رانجل - إلياس (Wrangell – St. Elias):** خامس أكبر محمية طبيعية عالمياً، تقع في ولاية ألاسكا بالولايات المتحدة الأمريكية تبلغ مساحتها (53 ألف كلم²) (وفاء ابراهيم، 2006، 57).

3-4/ السياحة البيئية في القارة الأوروبية:

القارة الأوروبية تضم الدول الأكثر جذباً للسياحة عموماً والسياحة البيئية خصوصاً وتتناثر بـ(50%) من إجمالي المناطق السياحية عالمياً ونسبة (40.9%) من عائدات السياحة الاقتصادية عالمياً، وما تبقى موزع على دول العالم الأخرى (موسى، 2016، 62).

تتطرق الدراسة في هذا الجانب الي التعريف بالسياحة البيئية في أهم دول القارة السياحية وهي فرنسا، إسبانيا، ألمانيا، إيطاليا، المملكة المتحدة، اليونان، سويسرا، تركيا وجورجيا:

3-4-1/ فرنسا (France): فرنسا تحتل المرتبة الأولى في قائمة الدول لأكثر جذباً للسياحة عموماً والبيئية خصوصاً في أوروبا والعالم، وفد إلى فرنسا في العام 2018م، نحو (82.6) مليون سائح معظمهم من الدول المجاورة وهي: ألمانيا، بلجيكا وإيطاليا، ومن أبرز معالم السياحة البيئية في فرنسا نذكر التالي:

3-4-1-1/ جبال الألب الفرنسية (The French Alps): سلسلة جبال الألب الفرنسية بطول يبلغ (4,810 متراً) تحوي منطقتي شامونيه وميجيف كأبرز مراكز الجذب في موسم التزلج والألعاب الأولمبية، وموطناً للعديد من فصائل الحيوانات البرية إضافة إلى وجود مُنتزَحات تتيح للسياح بممارسة الأنشطة الرياضية مثل تسلق الجبال، ركوب الدراجات الجبلية (ريهام سمير، 2014، 16).

3-4-1-2/ جزيرة كورسيكا (Island Corsica) : تقع شمال جزيرة سردينيا وتبعد حوالي (160 كم) جنوب شرق مدينة نيس، من أهم مواقع الجذب السياحي تتميز الجزيرة بمناخ معتدل ومناظر طبيعية متنوعة وجاذبة تتيح للسياح ممارسة كل أنواع أنشطة الرياضات المائية (المرجع السابق).

3-4-1-3/ أنيسي (Annecy): أنيسي بحيرة تُوصف بأنها الأنقى في القارة، تُحيط بالبحيرة الجبال بارترع (447 متراً)، تجري مياه البحيرة النقية في قنوات تحت المدينة القديمة ويُطلق عليها "بندقية جبال الألب".

3-4-2/ إسبانيا (Spain): إسبانيا هي ثاني أكثر الدول جذباً للسياحة في أوروبا والعالم بعد فرنسا، بلغ عدد السياح في العام (2017م) نحو (79.6) مليون سائح وعائدات الاقتصادية بلغت (87) مليار يورو بنسبة

ارتفاع بلغت (9%) "بحسب احصائيات وزارة السياحة الاسبانية" (ريهام سمير، 2014، 42). إسبانيا تطل على البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي، موقعها الجغرافي المميز جعلها تحظى بعدد كبير من الجزر والشواطئ التي يعتبرها السياح الأفضل علي الاطلاق في أوروبا والعالم من أهمها التالي (صالح، 13.3.2018): (<https://www.ar-traveler.com>)

4-3-2-1/ منطقة سان سيباستيان (San Sepiectian): هذه المنطقة تتميز بالشواطئ التي يعتبرها السياح الأفضل في أوروبا، تحوي عدد كبير من مطاعم الأسماك والمحلات التجارية والفنادق الفخمة. 4-3-2-2/ جزيرة مايوركا: هذه الجزيرة محاطة بالمياه النقية من كل الجهات، تتيح للسياح فرصة البحث عن الاسترخاء والهدوء، مراقبة الطيور وممارسة الرياضات المائية.

4-3-2-3/ جزيرة فورمونتيرا: تتصف هذه الجزيرة وشواطئها بهدوء كبير ومن أهم أنشطة السياحة فيها ممارسة الرياضات والمغامرات المائية: السباحة، الغوص، ركوب الأمواج وسباق القوارب، تقع جنوب شرق البلاد (صالح، 13.3.2018). (<https://www.ar-traveler.com>)

4-3-2-4/ جزيرة لانزاروت: تحوي على مساحات خضراء واسعة تتيح للسياح الإقامة في المنتجعات ومشاهدة المناظر الطبيعية وممارسة ركوب الأمواج ورياضة التزلج على الماء.

4-3-2-5/ جزيرة إبيزا: تقع على مسافة قريبة من مدينة فالنسيا وهي من ضمن جزر الأرخيبيل المعروف باسم البليار ومن أكثر الجزر جذبًا للسياح خصوصاً في فصل الصيف (المرجع السابق).

4-3-2-6/ شاطئ هوليفا (Holygha Beach): شاطئ هوليفا يقع في بلدة "يانيس" وسط مجموعة من التلال يعتبر من أفضل شواطئ المنطقة (21.12.2018). (<https://mawdoo3.com>)

4-3-2-7/ إقليم الأرجوان: إقليم الأرجوان يضم عدداً كبيراً من الأنهار الجليدية، تتوفر فيها المراعي والأراضي السهلة الخلابة في موسم الذوبان.

4-3-2-8/ جبل تيد (Teed Mountain): هو أعلى قمة جبلية في إسبانيا، يقع في منطقة جزر الكناري

ويفضل ارتياده عدد كبير من السياح الأجانب لممارسة رياضة التسلق (المرجع السابق).

9-4-2-3/ نهر ريو تينتو (Rio Tinto): يقع جنوب غرب إسبانيا، ويعتبر من أبرز مواقع الجذب السياحي يشتهر بمياهه الملونة بسبب التعدين، يطلق عليه لقب "النهر الأحمر"، وذلك بسبب تشابه خصائصه بكوكب المريخ، إن ازدهار خطوط السكك الحديدية الإسبانية جعل من القطار وسيلة النقل الرئيسية إلى مناطق الجذب السياحي (موسى، 2016، 62).

4-3-3/ إيطاليا (Italy) : إيطاليا تحتل المرتبة الثالثة في قائمة الدول الأوروبية الأكثر جذباً للسياحة البيئية، وقد زارها في العام 2016م زهاء (62.4) مليون سائح، وتحظى بمواقع سياحية فريدة تتنوع بين التلال والوديان العميقة والهضاب إضافة للشواطئ المميزة بالهدوء والوجبات ذات الشهرة العالمية. من أبرز معالم السياحة البيئية في إيطاليا ما يلي:

4-3-3-1/ جزيرة صقلية: الجزيرة الأكبر في البحر المتوسط، تحوي العديد من الجزر الصغيرة منحها شواطئ تلبي كافة أذواق ورغبات السياح المختلفة، وتتميز للجزيرة بخاصية جيولوجية أكثر إثارة في جبل (إتنا) صاحب أطول بركان نشط في أوروبا (https://www.holidayme.com6.4.2018).

4-3-3-2/ سينك تير: وتعنى الأراضي الخمس تقع في منطقة ليغوريا الساحلية شمال غرب إيطاليا وتضم كل من: ريوماججيور، مانارولا، فيرنازا، مونتيروسو وكورنيغليا، يربطها طريق معبد يسمى "الطريق الأزرق".

4-3-3-3/ ساحل أمالفي: هذا الساحل يقع في منطقة كامبانيا جنوب غرب إيطاليا، يمتد بطول (30 ميلاً) جنوب شبه جزيرة سورينتو، يتميز بمناظر طبيعية تجعله أحد أهم الوجهات السياحية في إيطاليا، يتميز الساحل بهواء معطر بروائح أشجار البرتقال والليمون والزيتون (سارة خليل، 2014، 54).

4-3-3-4/ مدينة البندقية: مدينة البندقية إحدى أهم مواقع السياحة البيئية في إيطاليا والعالم، تضم عدد (118) جزيرة يحيط بها البحر الأدرياتيكي شمال شرق إيطاليا تتصل الجزر مع بعضها البعض بمئات الجسور والقنوات المائية الجميلة (المرجع السابق).

4-3-4 / المملكة المتحدة (United Kingdom): المملكة المتحدة تحتل المرتبة الرابعة في قائمة أكثر الدول جذباً للسياح في أوروبا والعالم، يفد إليها أعداداً كبيرة من السياح الراغبين في التعرف إلى عناصر الثقافة الانجليزية والاستمتاع بهدوء وطبيعة الريف الجاذبة، مناطق السياحة البيئية في المملكة المتحدة متعددة ومتنوعة، أما الأشهر فهي التالي:

4-3-4-1 / سكوتش هايلاند (Scottish Highlands): هذا الموقع يضم عدداً من السلاسل الجبلية العالية وبه أعلى قمة جبلية في بريطانيا، وبه أكثر مواقع جذب السياحة البيئية مثل: قمة جبل "بين نيفيتس"، وبحيرة "لوشنيس" (حسن، 2015).

4-3-4-2 / يورك (York): منطقة يورك تقع عند التقاء نهر الفوس مع نهر الأوس وموقعها الجغرافي المميز يضعها في قائمة أهم مناطق الجذب للسياحة البيئية في المملكة المتحدة، إذ تحظى بالعديد من المعالم الطبيعية والثقافية ومن أشهرها "يورك منستر" (York Mister) أكبر وأطول مناطق المشاة في أوروبا الغنية بالأعمال واللوحات الفنية (ريهام سمير، 2014، 16).

4-3-4-5 / ألمانيا (Germany): ألمانيا تصنف خامس أكثر الدول جذباً للسياحة في أوروبا والعالم، في العام 2016م وفد إليها نحو (45.6) مليون سائح وفدوا إليها برغبة التعرف إلى ثقافة الشعب الألماني وتاريخها القديم والحديث، ألمانيا تُعد وجهة جاذبة للسياحة البيئية وتتمتع بتنوع ثقافي وحضاري كبيرين. من أهم مواقع السياحة البيئية في ألمانيا التالي:

4-3-4-5-1 / جزيرة روجن: هي أكبر جزيرة في ألمانيا، تقع في بحر البلطيق وجسر روجن يربطها بالبر الرئيس، تحظى بعناصر جذب سياحية بيئية عديدة أهمها المنتجعات الساحلية الممتدة بطول شواطئها الهادئة، إضافة إلى حديقة "جسموند الوطنية" (دبور، 2004، 41).

4-3-4-5-2 / حديقة حيوانات كولون: اكتمل بناء هذه الحديقة في العام 1860م وتضم يقارب (9000) حيوان من أنواع متعددة وفصائل مختلفة تم تقسيمها إلى عدة أقسام متجاورة، فمنها الأسود، الفيلة، النمور، الفهود،

الافاعي والتماسيح وأقسام أخرى خصصت للطيور (المرجع السابق، 43).

3-5-3-4/ مدينة بادن: هذه المدينة تعتبر من أبرز مواقع السياحة البيئية في ألمانيا تقع شمال غرب سلسلة جبال بلاك فورست بولاية بادن فورتمبيرغ، و"بادن" معناه "الاستحمام"، وُسِّمَت بهذا الاسم لكثرة الينابيع الساخنة والمنتجات الصحية العالمية التي تقدم مجموعة متكاملة من العلاج، ويقصدها السياح من جميع أنحاء المعمورة الأمر الذي رفع من مكانتها لتغدو المدينة الأشهر عالمياً (سمير، 2014، 16).

3-5-3-4/ قمة جبل "قارمش": منطقة قارمش يطلق عليها أغلب السياح "عروس الجنوب" فهي تتربع على قمة جبال الألب المكسوة بالثلوج في فصل الشتاء وتعتبر من أفضل بيئات ألمانيا جذبا للسياح لممارسة التسلق والرياضات الجبلية (المرجع السابق، 18).

4-3-6/ تركيا (Turkey): تركيا دولة ذات حضارة عريقة وثقافات مختلفة، وقد تربعت على عرش دولة الخلافة الإسلامية أكثر من (400 عام)، تركيا حازت على المركز الرابع في قائمة الدول الأكثر جذبا للسياحة البيئية في أوروبا والعالم في العام 2014م، غير أنها تراجعت بعد عامين إلى المرتبة السادسة، يفد معظم السياح إليها من ألمانيا، روسيا والمملكة المتحدة وبقية بلدان العالم خصوصاً من الدول العربية للوقوف على معالم السياحة البيئية فيها والمتمثلة في التالي:

4-3-5-1/ شلالات مانافجات: هذه الشلالات توجد في نهر مانافجات ذو المياه الغنية بالمعادن، بالقرب من سد أومبير بارتفاع مترين وبطول (40 متر) وتُعد موطناً للأسماك والطيور الملونة، من الوجهات الجاذبة للسياح الأجانب والمحليين لممارسة الألعاب المائية المختلفة (توفيق، 2009، 63).

4-3-5-2/ شواطئ كاش: تقع منطقة كاش في إقليم أنطاليا جنوبي تركيا المطل على البحر الأبيض المتوسط، تضم أفضل الشواطئ ذات المياه الدافئة، ويُعد شاطئ "كابوتاش" الأكثر جذبا للسياحة يحوي عدد كبير من المقاهي ومراكز الترفيه والخدمات التجارية (المرجع السابق).

4-3-5-3/ جبل تاهاتالي: يعتبر من اجمل معالم ساحل البحر الابيض المتوسط، يقع في منطقة أنطاليا

ويبلغ ارتفاعه (2366 متر)، يتيح للسياح ممارسة رياضة تسلق الجبال والتزلق علي الجليد في فصل الشتاء (شحاته، 2002، 42).

4-3-4/ قلعة باموكالي: باموكالي تعني باللغة التركية "قلعة القطن" تبدو هذه القلعة كتلال بيضاء من الثلوج ومياه زرقاء عبارة عن برك للمياه الدافئة الغنية بالخواص المعدنية صيفاً وشتاءً تكونت بفعل الأنشطة البركانية في المنطقة يفد إليها السياح من أجل العلاج والتعافي (المرجع السابق، 44).

4-3-7/ اليونان (Greece): تحظى اليونان بالعديد من البيئات الطبيعية ذات الجذب السياحي المتنوعة بين الغابات، الشواطئ، الموروث الثقافي المميز، يفد إلى اليونان نحو (19.5) مليون سائح سنوياً من مختلف أنحاء العالم (توفيق، 2009، 63). ومن أفضل مواقع الجذب للسياحة البيئية في اليونان الآتي:

4-3-7-1/ جزيرة سانتوريني (Santorin): هذه الجزيرة تقع في بحر إيجه جنوب شرق اليونان، تتميز بمساحات خضراء واسعة ومناخ معتدل طول العام مما يتيح للسياح الاستمتاع بالهدوء والراحة المنشودة

4-3-7-2/ منحدرات ميتيورا (Metora): تعني ميتيورا في اللغة اليونانية القديمة معناها: "معلقة في الهواء"، وهي وصف لمنحدرات تقع في شمال ووسط اليونان يصل ارتفاعها إلى (366 متر) وتطل على العديد من القرى ذات الجذب السياحي لمحبي سياحة المغامرات أهمها "كالامبكا" و"كاستراكي" (شحاته، 2002، 46).

4-3-7-3/ كريت (Crete): جزيرة كريت أكبر الجزر اليونانية وأكثرها كثافة سكانية، فضلا عن كونها خامس أكبر جزيرة في البحر المتوسط، تمتلك الجزيرة ساحل طوله نحو (1000 كلم) يحوي العديد من المرافق، والخلجان المطلة على مناظر الطبيعة الجبلية والمدن السياحية بمطاعمها ذات الأطعمة الشهية.

4-3-8/ سويسرا (Switzerland) : سويسرا من الدول الأوروبية صاحبة الإرث الكبير في قطاع السياحة البيئية وتُصنف من أوائل الدول في الجذب السياحي وذلك لاستقرارها الاقتصادي، سويسرا تضم أكثر من (1500) بحيرة زاخرة بالمناظر الطبيعية الجاذبة، عالمياً تشتهر بصناعة الساعات إلي جانب إنتاج الحليب ومشتقاته (غرابيية، 2008، 44). ومن أهم مواقع السياحة البيئية نذكر التالي:

4-3-8-1/ **جنيف** (Geneva): هي العاصمة وتقع على ساحل بحيرة جنيف، تحيط بها جبال الالب وجبال جورا، وتعد جنيف واحدة من أكثر المدن السويسرية واوروبا خضرةً إذ تحوي العديد من المنتزهات والحدائق ومواقع الجذب السياحي مما جعلها من اهم المدن الاوروبية في السياحة البيئية، كما تشتهر المدينة بكثرة المعارض الفنية والمعالم الثقافية (العلوان وآخرون، 2014، 55).

4-3-8-2/ **نترلاكن**: من المدن السياحية المهمة في سويسرا، تقع بين بحيرتي برينز وثنون في منطقة بوديلي ويعبرها نهر الآر الذي يصل بين تلك البحيرتين، تعتبر انترلاكن واحدة من أهم وجهات السياحة البيئية والأكثر جذباً وشعبية في سويسرا، تضم البحيرات والأنهار الى جانب المنتزهات والاسواق والمطاعم والمقاهي العريقة (شحاته، 1998، 46).

4-3-8-3/ **جبال ماترهورن**: تمتد هذه الجبال على الحدود الواقعة بين سويسرا وإيطاليا ويبلغ ارتفاعها (45) كلم تقريباً وتعتبر من أكثر قمم الجبال خطورة في العالم (المرجع السابق).

4-3-9/ **جورجيا** (Georgia): جورجيا دولة تتميز بتعدد موارد البيئات الطبيعية ومناطق الجذب السياحي المختلفة التي الجاذبة للسياح والمحفة لزيارتها. من أهم معالمها ومواقع السياحة البيئية التالي:

4-3-9-1/ **بحيرة ريتسا**: هذه البحيرة من المحميات الطبيعية الواقعة في مدينة ابخازيا شمال البلاد وتُعد الأعمق بنحو (117 متر) تحيط بها الجبال والمياه المشبعة باللونين الأخضر والأزرق، فصل الصيف هو افضل الأوقات للسياح لممارسة الرياضات المائية المختلفة (العلوان وآخرون، 2014، 57).

4-3-9-2/ **ناريكالا**: حاز موقع ناريكالا على المركز الثاني لأعلى نسبة جذب سياحي محلياً، وهي قلعة تقع على تل عالٍ يطل على نهر متكافري، من اهم وابرز معالم السياحة الجورجية (شحاته، 2002، 49).

4-3-9-3/ **باتومي**: تعد ضمن اهم مناطق السياحة في جورجيا، تطل على ساحل البحر الأسود وتشتهر باعتدال مناخها فضلاً عن احتوائها على عدد كبير من الحدائق أهمها حديقة بولفارد التي تمتد بطول شاطئ البحر، يفد إليها السياح لممارسة رياضة المشي وركوب الدراجات (المرجع السابق، 52).

عالمياً، تتصدر دول القارة الأوروبية قائمة الدول الأكثر جذباً للسياحة البيئية وذلك يعود للدور الأوربي الكبير

الفاعل والمؤثر في أهم الأحداث التاريخية العالمية، وإلى التطور الكبير الذي نتج عن حركة النهضة في الفترة التي عاشتها القارة ما بين القرنين الرابع عشر والسابع عشر، إضافة إلى التقدم الذي صاحب فترة الثورة الصناعية، هذه العوامل أدت إلى التطور في العديد من المجالات أهمها الاقتصادية والتي تعتمد عليها مجالات الحياة الأخرى مثل: التجارية، الصناعية، الاجتماعية والثقافية يتضح للدارس أن هذه النهضة الكبيرة أسهمت بفاعلية في تقدم مجالي الفنون والعلوم التي بدورها ساعدت في تطوير عملية الترويج للسياحة عموماً والبيئية خصوصاً عبر الإعلان المرئي وتحديداً من خلال التصوير الإبداعي، باعتباره أبرز وسائل الإعلان المرئي "لمميزاته المذكورة آنفاً" مما جعل معظم دول القارة الأوروبية تتصدر قائمة الجذب السياحي عالمياً.

4-4/ السياحة البيئية في قارة أمريكا الشمالية:

قارة أمريكا الشمالية غنية بالموارد الطبيعية والتنوع البيئي والجغرافي ما بين سلاسل جبلية طويلة وصحاري شاسعة وغابات كثيفة وشطآن ممتدة، فضلاً عن التراث الثقافي للسكان الأصليين، الدراسة في هذا الجانب تتناول التعريف بالسياحة البيئية في دول هذه القارة وهي الولايات المتحدة الأمريكية، كندا والمكسيك.

4-4-1/ الولايات المتحدة الأمريكية (USA): الولايات المتحدة الأمريكية هي أهم الدول في العالم لدورها الرئيس والأبرز على الصعد السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، صناعة سياحة بيئية في الولايات المتحدة تمثل أحد أبرز اهتمامات الدولة، وقد بلغت عائداتها الاقتصادية في العام 2013م نحو (181) مليار دولار ما يمثل ربع إجمالي صادرات الخدمات الأمريكية، ومن المتوقع أن يصل عدد السياح إلى (100) مليون سائح بحلول العام 2021م (فريد وآخرون، 2015، 55).

أمريكا تزخر بعدد كبير من أبرز معالم ومواقع السياحة البيئية والتي تعتبر وجهات جذب رئيسة للسياح من جميع أرجاء العالم. من أبرزها:

4-4-1-1/ الأخدود العظيم (The Grand Canyon): تشكل قبل (20 مليون عام) ويقع في ولاية أريزونا،

أحد أهم أماكن الجذب السياحي في أمريكا والتخييم من أهم أنشطة السياح في هذا المنتزه الذي يزود السياح

والباحثين بدروسٍ مفيدة عن التاريخ والأنثروبولوجيا (المرجع السابق).

4-4-1-2 / **المنتزه الوطني يلوستون (Yellowstone National Park):** هذا المنتزه يقع في ولاية مونتانا (Montana) وتعني "الجبل" في اللغة الإسبانية تشتهر الولاية بطبيعتها الجبلية ويُعد المنتزه الوطني من أشهر المواقع السياحية فيها ويضم عدد كبير من الحيوانات البرية مثل الجاموس والذئب والأسد الجبلي (www.worldatlas.com 13.7.2018).

4-4-1-3 / **شاطئ فينيسيا:** هو أحد أشهر أماكن الجذب السياحي، يفد إليه السياح من مختلف بقاع العالم ويضم العديد من متاجر الهدايا والملاهي المتميزة (المرجع السابق).

4-4-1-4 / **السكان الأصليين في الولايات المتحدة (Native Americans):** يؤكد المؤرخون أن الإنسان قد استوطن في مناطق شمال البلاد أولاً، ومنذ (40 ألف سنة) ثم اتجه نحو الوسط والجنوب لاحقاً، تلى ذلك هجرات متعاقبة لجماعات متعددة من مناطق آسيا لأجناس وأعراق بشرية مختلفة شكلت النواة الأولى للسكان الأصليين في القارة (https://www.alquds.co.uk 17.7.2019).

الهنود الحمر كانوا ينتشرون في مناطق شاسعة من الشطر الشمالي من القارة الأمريكية قبل وصول الأوروبيين إليها، أما في وسط القارة وجنوبها كانت تنتشر العديد من الشعوب مثل المايا والإنكا والأزتيك والموشيك وقد خلفت حضارات قديمة (https://www.dlilturkey.com 15.4.2019).

4-4-2 / **كندا (Canada):** السياحة البيئية في كندا إحدى أهم الصناعات الداعمة للاقتصاد، عالمياً، تم الاعتراف بها رسمياً في العام 2014م كأفضل بلد في العالم لزيارتها والعيش فيها والتواصل مع السكان والتفاعل مع ثقافتهم، السياحة البيئية تمثل (19%) من إجمالي العائدات الاقتصادية مما يسهم في توفير نحو (1.6) مليون وظيفة للمواطنين (فاروق، 2016، 42).

4-4-2-1 / **شلالات نياجرا:** هي الشلالات الأطول في العالم والواقعة في منطقة أونتااريو الأكثر جذباً لملايين السياح كل عام، يقدر المؤرخون عمر هذه الشلالات بعشرة آلاف عام، حديثاً تم إنشاء منتجعات تحوي العديد

من المطاعم الفخمة والمحلات التجارية الكبيرة الفاخرة في أهم منطقتين سياحيتين عند مصب شلالات هورس شو هما: "فولزفيو" و"كليفتون هيل" (Dawdy, 2018, 1,3).

4-4-2/ تورتو، مونتريال، أوتاوا وفانكوفر: هذه المناطق تتميز بالتنوع الثقافي والتباين الاجتماعي فضلاً عن وجود العديد من المتنزهات القومية مثل: متنزه جبال روكي، جروس مورن الوطني إضافة إلى متنزهات جبال روكي الكندية وحديقة الديناصورات الإقليمية (Omondi, 2017, 6).

4-4-3/ المكسيك (Mexico): السياحة البيئية في المكسيك تحظى بأولوية قصوى في خطط التنمية الوطنية باعتبارها من أهم القطاعات الداعمة للاقتصاد، في العام 2015م بلغت عائداتها الاقتصادية نحو (15.5) مليار دولار وبلغ عدد السياح في نفس العام حوالي (32.1) مليون سائح، المكسيك تتمتع بالعديد من البيئات السياحية المتنوعة ما بين الصحاري، الأنهار، الجبال والبيئات البحرية التي تمتد لأكثر من (5) آلاف ميل من السواحل الرملية تنتشر فيها المنتجعات المطلة على المحيط الهادئ إضافة لوجود واحدة من أطول أنظمة الكهوف تحت الماء في العالم، و(41) محمية بحرية (المرجع السابق، 11).

موقعي الأزتيك وميان القديمة يعتبران من أغنى مناطق التراث الثقافي المكسيكي خصوصاً في تقديم أطباق الأطعمة الشهية مثل طبق "التاكو" الشهير والتورتا والبويلانو، علماً بأن كل بيئة سياحية تفخر بمنتجاتها المحلية الخاصة بها (https://www.hiamag.com 12.12.2017).

تورد الدراسة أفضل مناطق الجذب السياحية في المكسيك فيما يلي:

4-4-3-1/ منطقة تشيتشن إيتزا: تقع هذه المنطقة في شبه جزيرة يوكاتان، وتعد من أكبر المدن السياحية والأكثر جذباً للسياح، من أهم المعالم فيها "معبد هرم كاستيو" ذو الأهمية الثقافية "فلكياً" والذي تصل اجزائه وتصنيفاته إلى (365) جزء وهو عدد أيام السنة (الروبي، 2010، 65).

4-4-3-2/ هجرة الفراشات السنوية: ملايين الفراشات الملونة تهاجر من شرق كندا إلي غابات وسط المكسيك، في رحلة تصل إلي (300) ميل، هذه الهجرة من أهم عناصر الجذب لأعداد كبيرة من السياح حول العالم

المحبون للمناظر الطبيعية والباحثون في علم الكائنات الحية (المرجع السابق).

السياحة البيئية في قارة أمريكا الشمالية دوماً تجد اهتماماً متعاضماً من الجهات الحكومية والقطاعات الخاصة وبالتالي انعكس هذا الاهتمام على العائدات الاقتصادية الكبيرة التي تحققت لها دول هذه القارة، وبالتحديد الولايات المتحدة الأمريكية وكندا مما أدى إلى جعل السفر إليها حلم يُراود ملايين البشر حول العالم بهدف الحصول على حياة أفضل والاستمتاع بمعالم السياحة بمختلف أنواعها.

ثقافياً، المكسيك تعتبر الأغنى بين نظيراتها في القارة لتمييزها بعراقة موروثةا الثقافي والعرقى والذي ينعكس في مهرجانات الموسيقى الموسمية وفنونها الأدائية والتشكيلية وأطعمتها الشعبية الشهية، يتبين للدارس أن: الموارد الطبيعية المختلفة والمتعددة لدول قارة أمريكا الشمالية بالإضافة إلى الإمكانيات المادية والبشرية الكبيرة وجدت الاهتمام اللازم والانفاق غير المحدود للنهوض بمجال السياحة البيئية من خلال تطوير مجال الترويج والتسويق للبيئات السياحية المحلية، وتحديدأ من خلال الإعلان القائم علي التصوير الضوئي الإبداعي، الأمر الذي يفصح عن مدى ادراك هذه الدول لأهمية الجذب والتأثير الأعمق في السياح الأجانب وما تحققه السياحة البيئية من عائدات اقتصادية كبيرة ومكاسب ثقافية واجتماعية.

4-5/ السياحة البيئية في قارة آسيا:

تشهد السياحة البيئية في القارة الآسيوية طفرة كبيرة خلال العقود القليلة الماضية وتحولت أغلب دول شرق آسيا تستقبل ملايين السياح سنوياً من مختلف دول العالم، فهي غنية بالموارد الطبيعية، والبشرية، تعاقب حضاراتها نتج عنه ازدهار السياحة البيئية ورفع معدلات جذب السياح فأسهم في نمو واستقرار اقتصادها فدخلت منافساً قوياً للدول المتقدمة في هذا المجال عالمياً، تتناول الدراسة التعريف بالسياحة البيئية في أهم دول لقارة:

4-5-1/ الصين (China): السياحة البيئية في الصين تُعد واحدة من الصناعات الأساسية بعد أن أولتها الصين اهتماماً متزايداً واطلقت عليه "سياحة الغابات والحفاظ على البيئة والحيوانات"، من خلال انشاء نحو (1757) محمية طبيعية و(1476) حديقة غابية (http://www.chinatoday.com3.2.2018).

الصين تهدف إلى مضاعفة الإنفاق على هذا القطاع بحلول العام 2020م، ما جعل شانغهاي "أكبر مدن الصين" تسعى إلى التطوير الذاتي متخذة شعار "الحماية أولاً" وذلك تأكيداً على حماية البيئات المحلية ونشر وتطبيق سياسة العمل على مناهج علوم السياحة البيئية باتخاذ خطوات جادة وسريعة علي توعية وتنقيف السكان المحليين والسياح معاً (المرجع السابق).

4-5-1-1 / منطقة منغوليا الداخلية: منطقة منغوليا هي مقصد سياحي مشهور في شمال الصين، تتفرد المنطقة بلامحها الطوبوغرافية المتنوعة والمروج الواسعة في وسطها والصحارى الشاسعة في غربها والغابات في شرقها وتضم أعلى القمم "جبال شينغآن" (https://www.alarabiya.net22.1.2018).

4-5-1-2 / منطقة شيانغشاوان: هي احدى أهم مواقع السياحة البيئية في الصين تضم جزء من صحراء منغوليا الداخلية، بها منحدرات من الرمال الجافة خالية من الغطاء النباتي، فيه يتزلق السائحون على الرمال التي تصدر صوتاً كهدير محركات السيارات (الروبي، 2010، 42).

4-5-2 / تايلاند (Thailand): السياحة البيئية تُعد أحد ركائز الاقتصاد الرئيسة في مملكة تايلاند وتُسهم بنحو (6.7%) من الناتج المحلي الإجمالي، تنقسم تايلاند إدارياً إلى (75) محافظة بانكوك هي العاصمة ويقدر سكان تايلاند بنحو (66) مليون نسمة يضعها في المرتبة (20) عالمياً حسب عدد السكان، تايلاند توجد ضمن قائمة الدول العشر الأولى السياحية عالمياً، وتسعي جاهدة للحفاظ على موقعها من خلال اتباع خطط لتطوير مناهج التعليم تحت الصغار على احترام السياح الأجانب والفخر بوطنهم والقيام بأدوارهم كاملة في تعزيز سمعة البلاد (http://www.france24.com 03.06.2017).

ومن أهم الجهات السياحية في تايلاند التالي:

4-5-2-1 / بوكيت: هي أكبر جزيرة في تايلاند تعتبر منطقة استراتيجية تلتقي عندها خطوط التجارة البحرية بين الهند والصين، في بيئة استوائية تحوي الجزيرة عدد كبير من المحميات الطبيعية للنمور الآسيوية، كما تحظى بوكيت بشواطئ رملية وخلجان هادئة تتيح للسياح ممارسة رياضة السباحة، الإبحار، وصيد الأسماك

ودورات تدريبية لرياضة اليوغا (https://www.yasmina.com.2016).

4-5-2-2/ السوق العائم: ويقع غرب العاصمة بانكوك في قرية "دامتون سادواك" من أشهر الأسواق العائمة في العالم ويشهد اقبالاً كبيراً من قبل السياح، ويتوفر في السوق المنتجات المحلية من الخضروات والفواكه والمأكولات الشعبية والأزياء الشعبية والهدايا الخاصة بمعالم البلاد الأثرية والثقافية، تنظم شركة المواصلات العامة رحلات يومية للسياح (الروبي، 2010، 46)

4-5-2-3/ منطقة باتايا: منطقة تطل على خليج بانكوك مناخها دافئ طول العام تحوي العديد من حدائق الحيوانات وقرى الأفيال، تشتهر برياضة الغولف، يفد إليها السياح للاستمتاع بالرحلات البحرية عبر الغواصات واستكشاف الشعب المرجانية في مياه الخليج وممارسة الرياضات المائية (المرجع السابق).

4-5-3/ ماليزيا (Malaysia): ماليزيا تتمتع بشهرة عالمية في مجال السياحة البيئية وهي إحدى أهم الدول المتقدمة اقتصادياً وتنموياً في منطقة جنوب شرق آسيا والعالم الإسلامي، ماليزيا بتاريخ حضاراتها العريق تمثل محطة لالتقاء الثقافات والأعراق المختلفة، ماليزيا تعمل حالياً على ترسيخ موقعها الرائد ضمن الدول السياحية الكبرى، وقد أطلق عليها "آسيا الحقيقية" نظراً إلى موقعها المميز وتنوعها البيئي وتركيبها السكانية الغنية بتعدد نسيجها الثقافي والاجتماعي (http://www.woody.my.com12.1.2017).

تُصنف ماليزيا ضمن أغنى (12) دولة من حيث التنوع البيولوجي والبيئات الطبيعية، تضم (14500) نوعاً من النباتات المزهرة، (3000) نوعاً من الأشجار، (300) نوعاً من النخيل، (60) نوعاً من نبات البامبو، (210) نوعاً من الثدييات، (600) نوعاً من الطيور، إضافة إلى الكائنات البحرية والشعب المرجانية (المرجع السابق). ومن أبرز مواقع السياحة البيئية في ماليزيا التالي:

4-5-3-1/ محمية الفيلة (كوالا جانداه): هذه المحمية تقع في منطقة "كوالا جانداه"، تتيح للسياح فرصة مشاهدة الفيلة الماليزية عن قرب والتي تقدر أعدادها بنحو (1200) فيلاً وتعتبر هذه المحمية المركز الوحيد لحماية وإعادة توطين الفيلة المشردة (https://aswaqpress.com.13.6.2018).

4-5-3-2/ حديقة باكو الوطنية: هي من أكثر الحدائق شعبية في ولاية سرواك، تضم شبكة شاملة من الممرات الخضراء للمشبي والتنزه بين الأدغال طوال النهار ونصب الخيام في لياليها، تزخر بأنواع متعددة من النباتات المختلفة مما جعلها واحدة من أكثر الحدائق جذباً للسياح (المرجع السابق).

4-5-3-3/ مرتفعات كامبيرون: تقع في وسط البلاد مما يسهل الوصول إليها من مختلف مناطق ماليزيا، أبرر ما يميز هذه المرتفعات برودة الأجواء واعتدالها نسبياً أثناء التجول في الأدغال وبين الحقول، تحوي المرتفعات مجموعة من المنتجات ووجهات سياحية جاذبة مثل: حدائق الفراشات وحقول الفراولة والشاي ومزارع النحل (https://www.globalservicesmalaysia.com 16.12.2017).

4-6-3-3/ جزيرة ببهنتيان: تعتبر من الوجهات الجاذبة بشواطئها ذات الرمال البيضاء ومياهها العذبة، تشتهر الجزيرة بممارسة السياح لأنشطة رياضية متنوعة مثل: الغوص، الصيد، ركوب الأمواج والتجديف، إضافةً إلى الجولات بالقوارب الصغيرة للمناطق القريبة بين الجزر الاستوائية (المرجع السابق).

4-5-4/ الهند (India): الهند هي واحدة من البلدان السياحية الأكثر أهمية في قارة آسيا والعالم، وهي سابع أكبر بلدان العالم من حيث المساحة وتبلغ نحو (3287590 كلم²)، اقتصادياً، هو رابع أكبر اقتصاد في العالم بعد الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي والصين، يسود معظم أرجاء الهند المناخ شبه استوائي والاستوائي وتتميز بتنوع تضاريسها بدءاً من سلاسل جبلية (الهمالايا) في الشمال، الأدغال والغابات الكثيفة وسهول البنجاب وتلال آسام في شمال شرقي البلاد، والصحراء في الجزء الشمالي الغربي، والسواحل الشاطئية في الجنوب الغربي، وتتمتع الهند بتعدد الثقافات والتقاليد الشهيرة التي تجعلها ضمن أفضل الوجهات السياحية وأكثرها شعبية. ومن أهم مواقع السياحة البيئية في الهند التالي:

4-5-4-1/ منتزه بريار الوطني: وهو من أجمل منتزهات الشعبية للحياة البرية في جنوب الهند، يحوي عدد كبير من الأفيال الهندية، الخنازير البرية، الثعالب، النمر البنغالية والطيور بأنواعها المختلفة وكذلك الأسماك والأفاعي وأنواع الفراشات المتنوعة، إضافة رياضة ركوب القوارب الصغيرة في البحيرة لاستكشاف مزارع الشاي والقهوة والتوابل التي تجاور المنتزه. الروبي، 2010، 48)

4-4-5-2/ محمية موهانغا البرية: تحوي هذه المحمية عدد كبير من الغابات المطيرة وتضم أعداد كبيرة من الطيور والفراشات والحشرات المتنوعة وهي أيضا موطن لعدد قليل من النمر وقد تم إعلانها كموقع لرعاية الأفيال (المرجع السابق).

4-4-5-3/ بحيرة كوندالا: تحظى بمياه صافية وتُعد من المواقع السياحية المفضلة في الهند لمُحبي الجولات بالقوارب وممارسة الصيد.

4-4-5-4/ كوروا دويب: وتعني جزيرة كوروا، وتشغل مساحة تبلغ (950 فدائاً) تمتد فيها الغابات الخضراء على روافد نهر كابيني وهي جزيرة غير مأهولة تحوي أنواع نادرة من الطيور والأوركيد والأعشاب(https://aswaqpress.com.13.6.2018).

4-4-5-5/ جزر أندامان: تُسمى أيضاً "جنة الشاطئ" من أفضل مواقع السياحة الشاطئية والرياضات المائية المثيرة مثل: ركوب الأمواج، الغوص مشاهدة الشعب المرجانية والأسماك الملونة والمخلوقات البحرية المختلفة، 4-4-5-6/ تل مونار: من أهم معالم منطقة كيرلا السياحية يشتهر بمزارع الشاي والتوابل على المنحدرات الجبلية المثيرة لجولات السفاري على الأقدام (المرجع السابق).

4-4-5-7/ سياحة الطعام في الهند: يُعد المطبخ الهندي من أكثر المطابخ العالمية الغنية بالتوابل والبهارات المختلفة التي تعطي طعماً خاصاً ونكهات متنوعة للأطعمة باعتبارها فن من فنون أهل شبه الجزيرة الهندية، وأن تقاليد الطهي الهندية روائح الأطباق الممتعة تجذب اهتمام متزايد من السياح الأجانب.

ومن أشهر أنواع الأطعمة في الهند التالي: البرياني الهندي، الدال الهندي، الروغان جوش، الجالبي، وصفة الكشمير ديمو ألو، الباني بوري ودجاج ماسالا(https://aswaqpress.com.13.6.2018).

عالمياً، قارة آسيا تُعد الأكبر مساحة والأكثر سكاناً (60 %) من سكان العالم وتحتل حوالي ثلث مساحة الكرة الأرضية، تزخر القارة ببيئات جذب سياحية متعددة ومتنوعة تحوي مسطحات مائية كبيرة غنية بالجزر والخلجان والشواطئ وسلاسل جبلية طويلة وإضافة إلى الأنهار والوديان والسهول والغابات، والسياحة في هذه القارة تتمتع ما بين مواقع البيئات الطبيعية وبين تباين ثقافات السكان المحليين وتعددها تبعاً لتعدد الأعراق،

ويبدو ذلك جلياً في الاحتفالات الشعبية ومهرجانات القبائل الثقافية بطقوسها المختلفة ، ويرى الدارس أنه وبالرغم من توفر كافة مقومات السياحة البيئية في القارة باستثناء القليل من الدول المتقدمة في منطقة جنوب شرقها، ما يزال قطاع السياحة يحتاج إلى الكثير من الاهتمام والتنمية والتطوير في بقية الدول، ويعزى ذلك لضعف مستوى الترويج والإعلان إضافة إلى تدني مستوى البنى التحتية مقارنة بدول أوروبا وأمريكا الشمالية.

4-6/ السياحة البيئية في قارة أمريكا الجنوبية:

عالمياً، تتمتع هذه القارة بموارد طبيعية متنوعة ومتعددة، مثال لذلك: شلالات أنجل في فنزويلا هي الأعلى عالمياً، ونهر الامازون العابر لعدد من دول القارة هو الأكبر حجماً، والأكثر عمقاً، وسلسلة جبال الانديز هي الأطول بامتدادها عبر سبعة دول: الأرجنتين، الاكوادور، بوليفيا، البيرو، شيلي وفنزويلا، أما صحراء أتاماكا في شيلي هي المكان الأكثر جفافاً على كوكب الأرض، وأعلى عاصمة، وأعلى وبحيرة على وجه الأرض هما لاباز عاصمة بوليفيا، وبحيرة تيتيكاكا الطبيعية في البيرو، وأن دول القارة تضم أكبر موطن للغابات المطيرة (https://ar.tripadvisor.com5.5.2018).

تتطرق الدراسة في هذا الجانب الي التعريف بالسياحة البيئية في أهم دول القارة وهي البرازيل، كولمبيا وبيرو:

4-6-1/ البرازيل (Brazil): السياحة البيئية هي الداعم الأكبر للاقتصاد البرازيلي، وبلغ عدد السياح في 2016م نحو (10 مليون سائح) بعائدات بلغت (8.6 مليار دولار)، تُعد البرازيل من الدول الغنية بالموارد الطبيعية ومقومات السياحة البيئية بدءاً من غابات الامازون المطيرة والمصنفة أكثر المناطق جذباً للسياح وانتهاءً بالمسطحات المائية بطول (7491 كلم) (منصور، 2017 http://www.mawdoo3.com).

من أفضل مواقع الجذب السياحي في البرازيل التالي:

4-6-1-1/ إيغواسو فولز: هذه الشلالات تعدّ واحدة من عجائب الطبيعة الكبرى في العالم، تحوي العديد من الشلالات وكلّ واحد منها يأتي على شكل الحرف (U)، وتقع على الحدود بين البرازيل والأرجنتين.

4-6-1-2/ الحديقة النباتية: الحديقة النباتية تقع في ريو دي جانيرو، تم بناؤها في العام 1808م وتحوي العديد من أنواع الأعشاب الطبية، التوابل، الصبار والنخيل، تضم الحديقة بعض أنواع الحيوانات والطيور.

4-6-1-3/ جبل كوركوفادو: هو الجبل الأكثر شعبية في البرازيل وأحد أهم مناطق الجذب للسياحة الدينية في العالم، وعلى هذا الجبل تم بناء التمثال الشهير "كريستو ريدينتور" في الفترة بين (1922-1931م) الذي يصل ارتفاعه نحو (40 متر) إذ يُعتبر رمزاً مهماً لمعتنقي الديانة المسيحية.

4-6-1-4/ فرناندو دي نورونا: هي مجموعة من الشواطئ ذات الطبيعة الهادئة والمياه الدافئة ، يرتادها السياح من بقاع العالم المختلفة تقع في الساحل الشمالي الشرقي للبرازيل (Luis,2009, 54).

4-6-1-5/ حديقة الرمال البيضاء الوطنية: حديقة الرمال البيضاء عبارة عن أرض منخفضة ومسطحة تغطيها الكثبان الكبيرة من الرمال البيضاء التي تحيط بها البحيرات الزرقاء الجميلة وتقع في ولاية "مارانهاو" بالقرب من حوض الأمازون (المرجع السابق).

4-6-1-6/ موكيكا: وتعني "يخنة السمك" هي واحدة من أشهى المأكولات البحرية والمكونة على مكعبات الطماطم، البصل، الكزبرة، زيت النخيل، الفلفل وحليب جوز الهند.

4-6-1-7/ أكرزجه: عبارة عن فطيرة مقلية ومحشوه بالبازليا، البصل المهروس، زيت النخيل مع الروبيان المجفف أو الجمبري (Luis,2009, 54).

4-6-2/ كولومبيا (Colombia): كولومبيا تحتل المرتبة الثالثة بين دول أمريكا الجنوبية الأكثر جذباً للسياحة، وعالمياً، تحتل المرتبة الثانية من حيث التنوع البيولوجي، والمرتبة الثالثة من حيث كثرة أنواع النباتات النادرة وأشجار النخيل، والرابعة في الترتيب العالمي من حيث تعدد وتنوع الثدييات، إذ تضم بيئاتها الطبيعية المتعددة أنواع كثيرة من أسماك المياه العذبة، البرمائيات الطيور والفرشاشات إضافة إلى بساتين الفاكهة المختلفة، الأمر الذي يتيح لعلماء البيئة والباحثون في المجال اجراء الدراسات والبحوث، رغم هذا التميز والتفرد، لا تزال مناطق الأمازون الشاسعة معزولة ويصعب الوصول إليها (Carlos, 2008, 29).

ثقافياً، يقطن كولومبيا سكان خليط من الأمريكيين الأصليين والأوروبيين خصوصاً الإسبان، بالإضافة إلى الأفارقة وبعض المهاجرين العرب، هذا التباين العرقي يعزز الدور الذي يبرزه الموروث الثقافي وتفاعل النسيج

الاجتماعي المحلي مع السياح الأجانب. ومن أهم مناطق الجذب السياحي في كولمبيا التالي:

4-6-2-1/ وادي كوكورا: من أفضل مناطق الجذب السياحي، يعد الموطن الأصلي لأطول أشجار النخيل في العالم (Luis,2009, 56).

4-6-2-2/ ليتيسيا: هي عاصمة حوض الأمازون الشاسع، تشتهر برحلات السفاري والتنزه في الحياة البرية والتعرف إلى ثقافات وعادات وتراث القبائل الأصلية (https://ar.tripadvisor.com5.5.2018).

4-6-2-3/ محمية تايرونا: تعتبر المحمية الطبيعية الوطنية الأكثر أهمية وشهرة تتميز بالخلجان المظلمة بالنخيل والبحيرات الشاطئية (Luis,2009, 54).

4-6-3/ بيرو (Peru): بيرو احدى دول غرب أمريكا الجنوبية المطلة على المحيط الهادئ، وتعتبر السياحة البيئية فيها من الركائز الأساسية للدخل القومي، تتميز البيرو بشواطئ تكسوها الرمال البيضاء الناعمة بطول (2414 كلم)، وكذلك الهضاب والتلال، والغابات الكثيفة إضافة إلى سلسلة جبال الانديز، سكانها خليط من الهنود الأمريكيين، الأوروبيين، الأفارقة والآسيويين، هذا التنوع العرقي الكبير أدى التعدد الثقافي والذي بدوره أدى إلى التفوق في الفنون الأدائية، الأدب، الموسيقى، فنون الطبخ ومنتجات الصناعات التقليدية المحلية (http://livingperu.org14.2.2018).

السياحة البيئية وباعتبارها من أسرع القطاعات نمواً، غدت مصدراً مهماً من مصادر الدخل بالنسبة للعديد من دول أمريكا الجنوبية ذات المقومات السياحية الطبيعية المتعددة، مجموعة الأطعمة الشهية المتنوعة، الأنشطة الثقافية والرياضية المحلية والمهرجانات في المدن الحيوية والملونة، وقد شهدت دول أمريكا الجنوبية خلال العقود القليلة الماضية نمواً اقتصادياً ملحوظاً سيما صناعة ونتاج هذا النوع من السياحة هي الجاذبة لملايين السياح من مختلف أنحاء العالم.

اقتصادياً، يتطلب صناعة هذا النوع من السياحة تضافر الجهود والتنسيق بين القطاعين العام والخاص واعتماد استراتيجيات وخطط وتنفيذ برامج عمل مستقبلية تهدف إلى زيادة الوعي الرسمي والشعبي للارتقاء بمجال الترويج لسياحة البيئات المحلية عبر الإعلان المرئي وبالتحديد من خلال انتاج الصورة الضوئية

الابداعية إلى بدء من زيادة العائدات الاقتصادية، تنمية وترقية البنى التحتية، واطاحة فرص الاستثمار وبالتالي تحقيق التنمية المنشودة للمجتمعات المحلية ورفع مستوى السياحة وصولاً إلى مصاف نظيراتها المتقدمة.

4-7/ السياحة البيئية في أفريقيا:

إفريقيا إحدى أقدم بقاع الأرض وثاني أكبر القارات في العالم من حيث المساحة وعدد السكان، عالمياً، تُعد قارة أفريقيا الوجهة المفضلة لإجراء الدراسات والبحوث في مجالات العلوم المختلفة خصوصاً استكشاف أسرار الطبيعة، فهي موطن الغابات، الحيوانات بأنواعها المختلفة، والموارد الطبيعية المتعددة كالأنهار، البحار، البحيرات، الجبال، الصحارى، السهول والوديان (www.prb.org, 2015).

تشير احصائيات منظمة السياحة العالمية إلى تصاعد العائدات الاقتصادية للسياحة البيئية في إفريقيا من (7.2 مليار دولار) في العام 1980م، إلى (26.5 مليار دولار) في العام 2000م، ثم إلى (50.3 مليار دولار) في العام 2010م، متوقع بلوغه (90 مليار دولار) بحلول 2020م (UNWTO.17.12. 2015). وتشير احصائيات البنك الدولي أن هذه العائدات تسهم في توفير فرص عمل للسكان المحليين تقدر بحوالي (مليون نسمة 7.7) (World Bank. 15.3. 2015).

أفريقيا وجهة السياح من جميع أنحاء العالم، القادمون من الولايات المتحدة الأمريكية يمثلون ما نسبته (21%)، تليها المملكة المتحدة (19%)، ثم فرنسا (17%)، وما تبقى يفدون من بلدان وقارات العالم المختلفة (Africa. T.A. 26.12.2017).

الدراسة تتناول التعريف بسياحة البيئات المحلية في أهم دول القارة وهي:

4-7-1/ مصر (Egypt): تعتبر مصر هي الدولة الرائدة للسياحة عموماً في القارة الأفريقية والشرق الأوسط، وتولي مصر تولى السياحة البيئية الاهتمام اللازم كونها أحد أهم مصادر دخلها القومي، حيث تحظى بمقومات سياحية عديدة ومتنوعة تميزها عما سواها من بلدان القارة والعالم علاوة على موقعها الجغرافي الاستراتيجي المتميز وقربها من قارتي أوروبا وآسيا وهما المصدر الرئيس للسياح القادمين إليها (الطاهري، 2018، 8).

تمثل عائدات السياحة البيئية الاقتصادية في مصر (20%) من إجمالي الدخل القومي، معلوم أن مصر تتمتع

بسمعة سياحية جيدة وقوة جذب كبيرة تبدأ من المواقع والمنتجعات في سواحل البحر الأبيض المتوسط شمالاً والبحر الأحمر شرقاً وشواطئ نهر النيل وسطاً، وصولاً إلى البيئات الطبيعية المتنوعة ما بين الصحارى، الواحات، الجبال، السهول والوديان، تحظى مصر ببيئات طبيعية سياحية متعددة منها (24) محمية طبيعية تُعطي مساحة (100 ألف كلم²) أي ما يوازي (10%) من مساحة مصر الكلية ومن أهمها:

4-7-1-1/ **محمية وادي الريان**: تقع هذه المحمية في محافظة الفيوم، وهي منطقة صحراوية يوجد بها بحيرتين سفلى وأخرى عليا تضم بعض الشلالات، يوجد بها العديد من أنواع الحيوانات البرية والطيور وبعض أنواع النباتات النادرة، بالإضافة إلى عيون الريان الكبريتية التي تسهم في انعاش السياحة العلاجية في مصر (الاستراتيجية الوطنية 1998 – 2017).

4-7-1-2/ **بحيرة قارون**: تقع بالقرب من محمية وادي الريان في محافظة الفيوم، وتعتبر من أقدم البحيرات الطبيعية في العالم، يوجد بها عدد كبير من الأسماك المتنوعة، الزواحف والبرمائيات، ويهاجر إليها العديد من الطيور شتاءً (دعبس، 2003، 16).

4-7-1-3/ **محمية سانت كاترين**: هذه المحمية من أهم مواقع السياحة البيئية في مصر تقع في جنوب سيناء، تتميز بوجود العديد من القمم الجبلية وتعتبر أعلى في مصر، يمارس عليها السياح هواية التسلق، كما يوجد بها عدة حيوانات برية ونباتات نادرة (الاستراتيجية الوطنية 1998 – 2017).

4-7-1-4/ **محمية العميد**: تقع هذه المحمية غرب مدينة الاسكندرية، وتحتوي عدد من الحيوانات والطيور المفترسة، وأنواع من الحشرات والزواحف، أرض محمية العميد خصبة ينمو فيها انواع كثيرة من النباتات النادرة، والتي يستخدم بعضها في أغراض طبية (زين الدين، 2016).

4-7-1-5/ **محمية طابا البحرية**: تقع محمية طابا على الحدود المصرية الفلسطينية، تحوي المحمية على العديد من الحيوانات النادرة المهدة بالانقراض والشعاب المرجانية المختلفة (دعبس، 2003، 16).

4-7-1-6/ **محمية نبق البحرية**: تقع محمية نبق شمال مدينة شرم الشيخ، يمكنك ممارسة الغوص والسباحة

فيها، تحتوي على العديد من الشعاب المرجانية المختلفة، وأنواع كثيرة من الأسماك الملونة وانواع عديدة من النباتات النادرة، ومن أشهرها نبات المانجروف (زين الدين، 2016)، ومن أهم أنشطة السياحة البيئية التالي:

4-7-1-1-1/رياضة الغوص: يتوفر في مصر عدة مواقع ملائمة للغوص، يقصدها العديد من السياح ومن ابرز وافضل هذه الاماكن: محمية نبق، محمية رأس محمد، جزيرة الجفتون، رأس أبو جالوم.

4-7-1-1-2/رحلات السفاري: من أبرز الأنشطة هي سياحة السفاري، تحوي مصر العديد من الاماكن التي تمثل مصدر جذب للسياح لممارسة هذه الرياضة ومن أهم الاماكن هي: صحراء سيناء، سواحل البحر الاحمر، واحة سيوه ومنطقة الجلف الكبير (زين الدين، 2016).

4-7-1-1-3/الرحلات النيلية: تعتبر الرحلات النيلية مصدر جذب للسياح، حيث يفضلها العديد من السياح ولهذا النشاط المهم يتوفر العديد من البواخر المميزة والفاخرة (الاستراتيجية الوطنية 1998 – 2017).

الاهتمام بالترويج الأمثل والإعلان للسياحة البيئية وتحديدًا عبر التصوير الضوئي الإبداعي يمثل أفضل السبل لجذب السياح الذي بدوره يسهم في انعاش الاقتصاد الوطني وزيادة فرص الاستثمار في هذا القطاع من اجل استقرار ورفاهية السكان المحليين، كما يتميز هذا النوع من الإعلان بتوعية السياح والسكان المحليين معاً بالمحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية وتطوير الموروثات الشعبية وترقية الأنشطة الثقافية والرياضية اضافة إلى المنتجات والصناعات التقليدية.

4-7-2/تونس(Tunisia): الجمهورية التونسية احدى الدول المتقدمة سياحياً في المنطقتين العربية والأفريقية، وتحظى بمقومات طبيعية وبيئية تتنوع ما بين الساحلية، الجبلية، الصحراوية، الواحات، وينعكس هذا التنوع على الحياة النباتية التي استوطنت في البلاد لذا يطلق عليها "تونس الخضراء، صيفاً وشتاء"، وفي السياق ذاته نجد أن المناخ في تونس معتدل على طول سواحلها في الشمال والشمال الشرقي وشبه جاف داخل البلاد، الشمس مشرقة في تونس معظم السنة مع سقوط الأمطار ما يجعل معدل درجات الحرارة لا يتعدى (12 درجة مئوية) شتاءً، أما الصيف يبلغ معدل درجات الحرارة (29) وبالتالي يتيح اعتدال المناخ للسياح ممارسة كافة أنشطة السياحة البيئية المختلفة(نعيم، الياس، 2016، 141).

اقتصادياً، تحظى السياحة البيئية في تونس باهتمام كبير على المستويين الرسمي والشعبي مما يشجع السياح الأجانب الذين يفدون إلى تونس من بقاع العالم المختلفة (سعدون، 2005، 74). من أهم مواقع الجذب للسياحة البيئية في تونس التالي:

4-7-2-1/ **المحمية الوطنية** ب(إشكل): المحمية الوطنية إحدى أهم المحميات الطبيعية، وقد تأسست في العام 1980م، تقع في ولاية بنزرت على بعد (70 كلم) شمال شرق تونس العاصمة و(25 كلم) جنوب غرب بنزرت في مساحة تقدر (12600 هكتار)، تضم هذه المحمية (600 ألف) نوع من النباتات، (300) نوع من الطيور المائية، هذه المحمية مسجلة ضمن قائمة التراث الدولي الطبيعي والثقافي لليونسكو منذ العام 1991م (المرجع السابق).

4-7-2-2/ **المحمية الوطنية** ب(سيدي الطوي): أنشأت هذه المحمية في العام 1999م على مشارف الصحراء بجبل الطوي على بعد (54 كلم) جنوب شرق تونس، بمساحة (6315 هكتار)، تحتوي على ثروات نباتية كبيرة وحيوانية أهمها أنواع متعددة من الغزال والظباء (هارون، 2000، 128).

4-7-2-3/ **المحمية الوطنية** ب(النايجة): المحمية الوطنية تقع قرب الحدود الجزائرية، أنشأت في عام (1990م)، بمساحة تبلغ (2623 هكتار) وتضم (25) نوع من الثدييات (زيد، 2008، 239، 240).

4-7-2-4/ **جزيرة جربة**: وتسمى "الجزيرة الأسطورة" تقع على مسافة (400) كلم جنوب شرق تونس العاصمة وهي عبارة عن جزيرة تطل على رمال الصحراء تضم العديد من الفنادق والمطاعم الفاخرة يمارس السياح في جربة العديد من الأنشطة الترفيهية والرياضات المائي المختلفة (هارون، 2000، 128).

4-7-3/ **أثيوبيا (Ethiopia)**: لأثيوبيا أهمية سياحية كبيرة في أفريقيا وذلك لإمكانياتها الطبيعية المتنوعة، اعتدال مناخها، من أبرز عناصر جذبها السياحي وقوعها على ارتفاع (2400 متر) فوق سطح البحر، جعلها تزيد عدد السياح لأكثر من (6.2 مليون) سائح بحلول 2020م بعائدات تقدر بـ(3.2 مليار دولار)، اقتصادياً، أثيوبيا نجحت مؤخراً في جذب الاستثمارات الخارجية لتطوير مجال السياحة وذلك بتقديم تسهيلات كبيرة للمستثمرين تشمل إعفاءات جمركية وضريبية إضافة إلى أن عدد سكان أثيوبيا البالغ (100 مليون) نسمة،

يشكل سوقًا داخليًا جيّدًا ويوفر عمالة رخيصة التكاليف فضلاً عن توفر فرص تسويق منتجاتها التجارية إلى (23) بلدًا إفريقيًا (https://www.albayan.15.2.2018). وتحظى إثيوبيا بمقومات جذب طبيعية أهمها:

4-7-3-1/ بحيرة تانا (Lake Tana): هي منبع نهر النيل الأزرق وأكبر المسطحات المائية وأشهر مواقع الجذب السياحي في اثيوبيا، وتشهد إقبالا كبيرا من السياح من الخارج والداخل، تقع هذه البحيرة على ارتفاع (1788 متر) وتبلغ مساحتها (3000 كم2) ، وطول (84 كلم) ، وعرض (66 كلم) ، وعمق (15 متر)

4-7-3-2/ كهوف (صوف عمر): هذه الكهوف واحدة من أهم المواقع الجذب السياحي في اثيوبيا، تتميز بأنها الأطول في أفريقيا بطول (15 كلم) وبها العديد من الأعمدة ذات الأشكال الهندسية المتقنة والأسقف المميزة التي تظهر على هيئة كتل جليدية (المرجع السابق).

4-7-3-3/ أديس ميركاتو: أديس ميركاتو هو أكبر الأسواق في إثيوبيا وأفريقيا، يتميز بوجوده في الهواء الطلق وتتنوع منتجاته التقليدية وما يحتاجه السياح من الهدايا (https://www.albayan.15.2.2018).

4-7-4/ كينيا (Kenya): تقع شرق أفريقيا وتطل على المحيط الهندي وعاصمتها نيروبي، تتمتع كينيا بتنوع كبير في بيئات الحياة البرية وتحوي (60) حديقة وطنية تمثل أهم عناصر الجذب للسياحة، الدارسين والباحثين في عالم الحيوان، وممارسة عدد كبير من الأنشطة الرياضية مثل: تسلق الصخور في وادي الصدع العظيم، استكشاف الجزر الاستوائية التاريخية في وسط البلاد، على الساحل الشرقي، ممارسة صيد الأسماك، الغوص ومشاهدة الشعب المرجانية، أما منطقة شمال كينيا فهي تعتبر الرائدة في السياحة الثقافية (Map of Kenya, mapsofworld.25.7.2017). ومن أهم مواقع الجذب في كينيا التالي:

4-7-4-1/ حديقة أمبوسيلي الوطنية: الحديقة واحدة من أكثر الأماكن شعبية في كينيا، تُطل على جبل "كليمنجارو" أعلى قمة في أفريقيا وتضم محمية الفيل وتتيح للسياح مجموعة متنوعة من الأنشطة الرياضية.

4-7-4-2/ محمية ماساي مارا الوطنية: هذه المحمية تقع على الحدود مع تنزانيا وتضم أكبر احتياطي للحياة البرية في العالم، من يوليو إلى أكتوبر كل عام تشهد "الهجرة العظمى" لآلاف الحيوانات البرية من "الحمار

الوحشي، غزال طومسون" إلى سيرينجيتي ونهر مارا حيث تعيش حشود كبيرة من فرس النهر والتماسيح، وتوفر هذه المحمية مشاهد دموية في صراع البقاء للأقوى بين فصائل الأسود والفهود والنمور خصوصاً خلال أشهر الجفاف من ديسمبر حتى فبراير (زيد، 2008، 239، 240).

4-7-4-3/ حديقة تسافو الوطنية: تقع بين مدينتي نيروبي ومومباسا، تشكل (4%) من مساحة كينيا وتحتوي عدد من الأنهار والشلالات والتلال والحمم البركانية والصخرية، تتنوع فيها الحياة البرية وتضم أعداد كبيرة من قطعان الفيلة الكبيرة حول نهر غالانا المتقلب وهضبة "يطا" التي تُعد أطول الحمم البركانية المتدفقة عالمياً.

4-7-4-4/ حديقة بحيرة ناكورو الوطنية: هذه الحديقة تقع وسط كينيا، تتنوع الحياة البرية فيها بين الأراضي العشبية والمنحدرات الصخرية والغابات، تحوي أكثر من (450 نوعاً) من الطيور إضافة إلى أعداد كبيرة من الأسود، النمور، الثعابين ووحيد القرن الأبيض (Kenya, Britannica 23.05.2018).

4-7-4-5/ جزيرة لامو: هذه الجزيرة الصغيرة تقع شمال شرق مدينة ومومباسا وأقدم مستوطنة مأهولة في كينيا تعود إلى القرن الـ(12)، معظم سكانها من المسلمين، من أهم معالم المدينة حصن لامو ومتحفها الذي يعرض الموروث الثقافي السواحلي والتاريخ البحري في المنطقة (المرجع السابق).

4-7-4-6/ متنزه بوابة الجحيم الوطني: متنزه بوابة الجحيم أحد أبرز مواقع السياحة البيئية في كينيا يتيح للسياح التخييم والاستكشاف ويُعد نقطة جذب لمتسلي المرتفعات يحوي الموقع كهوف "أوبسيديان" وبرج "فيشر" وينابيع ساخنة وبخار طبيعي، يضم المتنزه مجموعات متنوعة من الحياة البرية منها الفهود والطيور والنعام والغزلان والنسور (Kenya, Britannica 23.05.2018).

4-7-4-7/ الشعب المرجانية: ساحل المحيط الهندي الذي تطلّ عليه كينيا تعتبر مياهه واحدة من بين أغنى المياه بالشعب المرجانية ما يجعلها واحدة من أفضل وجهات الغوص المفضلة في العالم قاطبة.

4-7-4-8/ تسلق الجبال: جبل كينيا يأتي في المرتبة الثانية من حيث الارتفاع على مستوى قمم الجبال الأفريقية، حيث يصل ارتفاعه نحو (5199 متر) ، وهو من الجبال البركانية القليلة في القارة يتميز بجاذبية

خصوصاً عشاق سياحة المغامرات وتسلق الجبال الخطرة (المرجع السابق).

عالمياً، سياحة البيئات المحلية أصبحت حالياً من أسرع أنماط السياحة في التطور والنمو الاقتصادي، وصناعة جديدة تعتمد عليها العديد من البلدان التي تعمل على استغلال مواردها الطبيعية ومقومات بيئاتها المحلية، بتطوير مجال الترويج لها وجذب السياح بهدف زيادة العائدات الاقتصادية كدول أوربا مثلاً، وتشجيع الاستثمار عبر القطاع الحكومي والخاص بكل مؤسساته وهيئاته، إضافة إلى ترقية الخدمات وتطوير البنى التحتية للبيئات المحلية، وبما أن معظم مقومات الجذب السياحي الطبيعية متوفرة في البيئات المحلية في السودان، فمن الأولويات أن يستأثر هذا النوع من السياحة بالاهتمام والرعاية من كافة الجهات ذات الصلة الرسمية والشعبية لأداء دوره المهم في تطوير حياة سكان البيئات المحلية والمناطق المجاورة، وبالتالي يسهم في حماية الحياة البرية والبحرية وكافة مقومات السياحة الطبيعية بالاستفادة من خبرات وتجارب بعض الدول النهوض بهذا المجال.

يري الدارس من الضروري أن تحظى هذه البيئات السياحية بالإعلان والترويج الأمثل عبر وسائل الاتصال المرئي وخصوصاً الإعلانات القائمة على التصوير الضوئي الإبداعي الذي يسهم بفاعلية في تنمية وتطوير المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، خصوصاً وقد بات هذا النوع من الإعلان الوسيط الأبرز ووسيلة الاتصال المرئي المهمة للجذب السياحي والتي عبرها يمكن تحقيق التالي:

- تدعيم العلاقات بين الشعوب من خلال اطلاع السياح على بيئات سياحية جديدة غير التي ألفوها.
- التبصير بالعادات والتقاليد، والارتقاء بالفنون والمورثات الشعبية والثقافية.
- الترويج والإعلان لتسويق منتجات الحرف اليدوية والصناعات التقليدية لسكان البيئات المحلية.

4-8/ السياحة البيئية في منطقة الشرق الأوسط:

تتناول الدراسة في هذا الموضوع التعريف بسياحة البيئات الطبيعية في منطقة الشرق الأوسط، والأنشطة التي يمارسها السياح في بيئات مثل: الشواطئ البحرية، الوديان والأنهار، المحميات بأنواعها، الجبال، الصحارى

والأغوار ومشاهدة ودراسة الكائنات الحية "طيور، حيوانات، اسماك ونباتات" وذلك في كل من: الاردن، لبنان، فلسطين، المملكة العربية السعودية، الامارات المتحدة بالإضافة إلى سلطنة عُمان،

4-8-1/ الاردن (Jordan): الأردن تُعد من أهم الدول التي تحظى بالجذب السياحي في منطقة الشرق الأوسط لتعدد أنواع السياحة البيئية فيها وخصوصاً السياحة العلاجية وأن موقعها الجغرافي المميز أكسبها أهمية كبيرة كملتقى للقارات الثلاث أفريقيا، آسيا وأوروبا (الخولي، 1999).

من أهم أنواع السياحة في الاردن التالي:

4-8-1-1/ السياحة العلاجية: الأردن تحتل المركز الأول عربياً والخامس عالمياً في مجال السياحة العلاجية، وذلك بفضل ما تحويه الأردن من مواقع عديدة تتمتع بخواص علاجية واستشفائية من حمامات المياه المعدنية والشلالات الحارة الغنية بالمعادن والوحل البركاني (يعقوب، 1997).

أهم مواقع السياحة العلاجية في الأردن هي:

البحر الميت، حمامات ماعين، الحمامات الساخنة في مادبا، حمامات عفرا وحمامات البربیطة في الطفيلة، ينابيع الحمّة وحمامات الشونة الشمالية في إربد (المرجع السابق).

4-8-1-2/ سياحة بيئات الحياة البرية: سياحة الحياة البرية ازدهرت مؤخراً في الأردن، وذلك لما تحويه أراضيها من مقومات لإنشاء المحميات الطبيعية في العديد من المناطق، من أهم المحميات: في محمية ضانا، وادي الهيدان "الصيد البري"، محمية الموجب، محمية الأزرق المائية، محمية الشومري ومحمية عجلون (صلاح الدين وآخرون، 1997).

4-8-1-3/ سياحة المغامرات: سياحة المغامرات توسعت بشكل كبير في الأردن وأصبحت أكثر جذباً وتشويقاً وذلك بفضل طبيعة الأراضي المختلفة، وتعدد البيئات الجغرافية وتنوع تضاريسها، ومن أهم أنواع المغامرات التي يمارسها السياح: التجديف، ركوب الأمواج، سباق القوارب، الغطس وصيد الأسماك في مياه خليج العقبة، وتسلق الجبال ما بين المرتفعات والأودية التالية: وادي الموجب، وادي عربة، وادي المنشية الكرك، ودرب الأردن (قاسم، 2007، 16).

4-1-8-4/ **السياحة الدينية:** السياحة الدينية في الأردن ومنذ القدم تُعد من أنواع السياحة ذات الجذب الكبير، وذلك نظراً لموقعها المتميز بين مدينتي مكة المكرمة والقدس الشريف، المدينة المقدسة لدى الديانات السماوية الثلاث، وقد ورد ذكر عدد من الأنبياء الذين ارتبط تاريخهم بالأردن، مما جعل المواقع الدينية تحظى بالجذب السياحي (بريان، 1994، 17).

من أهم المواقع الدينية: المسجد الأموي في مدينة حلب، شجرة البقعاوية التي استظل تحتها النبي سيدنا محمد "صلى الله عليه وسلم" أثناء رحلته إلى الشام للتجارة، إضافة إلى مقامات وأضرحة بعض من الأنبياء والصحابة مثل ضريح النبي أيوب ومقام النبي شعيب عليهما السلام، إضافة إلى موقع "اهل الكهف" الواقع جنوب شرق العاصمة الحالية عمان (صلاح الدين وآخرون، 1997).

4-2-8-4/ **لبنان (Lebanon):** يُصنف لبنان ضمن الدول الأكثر جذباً للسياحة البيئية في منطقة الشرق الأوسط وتمثل السياحة أهم دعائم الاقتصاد اللبناني، يجذب هذا القطاع نحو (90 ألف) سائح سنوياً، نحو (35%) منهم من السكان المحليين، بينما (65%) من السياح الأجانب وذلك يعود الى رغبتهم في التعرف إلى ثقافات وعادات سكان شرق البحر المتوسط، لبنان كغيره من الدول الساعية إلى تطوير قطاع السياحة البيئية لما يحظى به من موارد طبيعية ومقومات سياحية جاذبة وشعبه يتمتع بخبرات جيدة في فنون الاستقبال والضيافة، من أهم أنواع السياحة في لبنان ما يلي (صهيب، 2016، 14):

4-2-8-4/1 **سياحة البيئات الطبيعية:** تقوم السياحة البيئية على المحميات الطبيعية (مائية وبرية) وأهمها:

4-2-8-4/1-1 **محمية أرز الشوف:** أكبر المحميات الطبيعية في لبنان وأكثرها غنى بالحياة البرية، تعتبر محمية نموذجية وتصنف مع مستنقع عميق على أنها محمية حيوية مهمة في الشرق الأوسط، إذ أنها تستقطب أعداداً كبيرة من الطيور المهاجرة المألوفة والنادرة، تقع في الشوف وتشمل جبل الباروك.

4-2-8-4/2-1 **محمية حرش إهدن:** ثاني أكبر محمية في لبنان، تقع في الشمال بالقرب من بلدة إهدن، تعتبر أيضاً محمية نموذجية، وهي أكثر محميات لبنان غنى بالتنوع النباتي، تحوي أنواع عديدة من الأشجار، الزهور

والنباتات النادرة المستوطنة في شرق البحر المتوسط.

4-8-2-1-3/ محمية جزر النخيل: ثالث محمية مائية نموذجية في لبنان، وهي تتألف من مجموعة جزر

صغيرة قبالة شاطئ طرابلس، تعتبر أكثر المحميات غنى بالتنوع السمكي والطيور البحرية.

4-8-2-1-4/ محمية شاطئ صور: يعتبر شاطئ صور الرملي محمية طبيعية مهمة بالنسبة للبنان، وهو

يُقسم إلى منطقة مخصصة للاستجمام وممارسة الرياضات المائية، وأخرى مخصصة فقط للحفاظ على الحياة

البرية، وبشكل خاص السلاحف البحرية (اللجآت) والأسماك.

4-8-2-1-5/ محمية مستنقع عميق: تقع في البقاع الغربي.

4-8-2-1-6/ محمية تنورين الطبيعية: تقع في جبل لبنان وتضم نبع تنورين المستغل لتعبئة مياه الشرب.

4-8-2-2/ سياحة المغامرات والرياضات الشتوية: هذا النوع من السياحة في لبنان يستهوي السياح الأجانب

خصوصاً في شهري ديسمبر ويناير، وتشمل الرياضات الشتوية مغامرات التزلج على المنحدرات الجليدية،

الجري الطويل، بالإضافة إلى الهبوط بالمظلات، قيادة زلاقات الجليد الآلية، واستكشاف الغابات والجبال، ومن

أهم تلك المناطق هي:

4-8-2-1-1/ الأرز: يبلغ ارتفاعها ما بين (1850 و 3087 متر) عن سطح البحر.

4-8-2-1-2/ فاريا، عيون السيمان: يبلغ ارتفاعها بين (1850 و 2500 متر)، عن سطح البحر.

4-8-2-1-3/ اللقوق: يصل ارتفاعها لما بين (1750 و 2200 متر) عن سطح البحر.

4-8-2-1-4/ فقرا: يصل ارتفاعها لما بين (1800 و 2400 متر) عن سطح البحر.

4-8-2-1-5/ قناة باكيش: ترتفع (1900 متر) عن سطح البحر (كمال، الحمامي، 1997، 45)..

4-8-2-3/ سياحة الموضة: لبنان بلداً رائداً عالمياً في فنون تصميم الازياء والمجوهرات، وقد برزت اسماء

المصممين اللبنانيين وحازت على شهرة واسعة في كبرى العواصم العالمية المختلفة، من ما يجعل لبنان وجهة

السياح الباحثين عن الذوق والأناقة.

4-2-8-4/ **سياحة الأطعمة في لبنان**: عالمياً، يتميز المطبخ اللبناني بتنوع روافده نتيجة الحضارات المتعددة التي مرت بأراضيه، تأثيرات الثقافات المختلفة من التجار والرحالة من مختلف بقاع الأرض حاملين معهم التوابل والفواكه المجففة، المطبخ اللبناني يعتمد بشكل أساسي في إنتاج الأطعمة على مكونات صحية مثل الخضراوات الطازجة وزيت الزيتون والتوابل والأعشاب مثل النعناع والبقدونس والزعتر والثوم وجوزة الطيب والقرفة، ومن أهم الوجبات التي اشتهر بها لبنان هي: بركة العنتلي، الحلاب، القاومة بالبيض، اللحم بعجين، المانتي، التبولة، الشاورما، الكفتة، الفتوش، بابا غنوج، ورق العنب، برغل ببندورة والكبة المحشية وكذلك الحلويات، علماً بأن هذا النوع من السياحة هي عنصر جذب للسياح الأجانب (وزارة السياحة اللبنانية 2017. 22.8.2017. www.destinationlebanon.gov).

4-8-3/ **فلسطين (Palestine)**: تحوي فلسطين العديد من موارد سياحة البيئات متمثلة في وجود السفوح الجبلية الشرقية والغربية "جبال القدس"، وفرة النباتات الطبيعية المختلفة في السهول دائمة الخضرة خصوصاً في فصل الربيع، ومنابع المياه المعدنية، ويمثل اعتدال المناخ و سطوع الشمس في معظم أوقات العام أهم عناصر الجذب السياحي خصوصاً لممارسي هواية مراقبة ودراسة الطيور (اسماعيل، 1992، 25). فلسطين هي مهد الديانات السماوية الثلاث التي تركت آثار جاذبة للسياحة خصوصاً الداخلية، أما الخارجية متعثرة لسيطرة الاحتلال على أجزاء واسعة من الدولة وتحديداً القدس، سور وقلعة القدس، متحف الآثار الفلسطيني، الأنفاق الأرضية، مغارة سليمان وقنوات المياه (مطر، 1985، 19). من أهم مناطق السياحة البيئية في فلسطين التالي:

4-8-3-1/ **نهر الاردن والأغوار**: "وادي الاردن، حفرة الانهدام" هذه المنطقة تُعد احد مصادر الجذب السياحي وهي محطة هامة للطيور المهاجرة التي تعبر أجواء فلسطين خلال هجرتها الخريفية والربيعية، ملايين السياح من هواة دراسة ومراقبة وتحجيل الطيور في عدد من المحطات منها أريحا وبيت جالا (شوملي، 1999، 18). 4-8-3-2/ **البحر الميت**: يمثل الينابيع والمجاري المائية في المنطقة وما تحويه من أملاح معدنية نادرة تستخدم في العلاج الطبيعي لكثير من الأمراض كذلك المناخ المعتدل في المنطقة الذي يتيح للمتعاين فترة

نقاها طيبة تسهم في انعاش سياحة المنتجات العلاجية (حسني، 1994، 22).

4-3-3-8/ الحرف والصناعات التقليدية: الصناعات التقليدية تحتل مكانة خاصة بين فروع الصناعة في

فلسطين نظراً للبعدين التراثي والاقتصادي، فهي تعبر عن تاريخ وثقافة وأصالة شعب من خلال حضارات متصلة، هذه الصناعات تشكل مصدراً لتنمية الدخل الوطني، منها على سبيل المثال: صناعة الخزف، الزجاج الخليبي اليدوي التقليدي، الصدف، التطريز ومنسوجات السجاد والأزياء المزركشة، إضافة إلى منتجات خشب الزيتون، الخيزران، والتحف (المرجع السابق، 21).

4-8-4/ المملكة العربية السعودية (Saudi Arabia):

المملكة العربية السعودية بدأت التخطيط لتنمية وتطوير السياحة منذ العام (1970م) بهدف تنويع مصادر الدخل وتقليل الاعتماد على البترول، وأن النمو الاقتصادي الكبير الذي تشهده المملكة أدى إلى تطورات اجتماعية بدورها أدت إلى زيادة رغبة السكان المحليين في السفر والسياحة، داخلياً وخارجياً، مما مهد للدولة تنفيذ خطط تطوير السياحة وتقديم الدعم الكبير بهدف تطوير مجال الترويج والإعلان، إضافة إلى الاستثمار في سياحة البيئات المحلية (كعكي، 1419هـ).

عالمياً، تحظى السياحة الدينية باهتمام كبير في المملكة من خلال وجود "الحرمين الشريفين" بغرض أداء فريضة الحج والعمرة في مكة المكرمة، وزيارة مسجد المصطفى سيدنا محمد "عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم" في المدينة المنورة وعدد كبير من المواقع الإسلامية التاريخية (إسماعيل، 1420هـ). ومن أهم أنواع سياحة البيئات في السعودية التالي:

4-8-4-1/ سياحة البيئات الصحراوية: الربع الخالي يُعد أحد أهم المناطق الصحراوية في العالم نظراً لامتداد

كثبانها الرملية وتنوع أشكالها وتعدد الحياة البرية فيها ومن أهم الأنشطة الرياضية التي يمارسها السياح كرحلات السفاري الصحراوي وسباق السيارات وركوب الهجن والخيول، التزلق الرملي، الصيد بالصقور.

4-8-4-2/ سياحة البيئات البحرية: تنتشر في المملكة عدد كبير من البيئات البحرية الممتدة بطول سواحلها

في الشرق والغرب، وتحوي فصائل متعددة من الأسماك المستوطنة والبرمائيات والاحياء المائية المختلفة، وأن منطقة الأحساء تزخر بالينابيع والمسطحات المائية وقنوات المياه (السياحة في دول الخليج، 1.5.2020).
(www.anaheimoc.org).

3-4-8-4 / **سياحة الحياة البرية:** منطقة الاحساء التي تبعد حوالي (350 كم) عن مدينة الرياض تحوي أكثر من خمسة ملايين نخلة، أما منطقة عسير وتحديداً في منطقتي "السودة والقرعاء" تنتشر فيهما العديد من أنواع من أشجار الصنوبر "العرعر والطرفاء"، إضافة لوجود بيئات حيوانية تضم ملايين الطيور المهاجرة أثناء رحلتها السنوية، إضافة إلى استكشاف الكهوف وتسلق الجبال (كعكي، 1419هـ).

3-4-8-4 / **السياحة الثقافية:** تنظم السعودية عدد كبير من المهرجانات الثقافية التاريخية والفعاليات الشعبية التي تعود نشأتها إلى عهود قديمة، أهمها المهرجان الوطني للتراث والثقافة "الجنادرية" الذي يقام في فصل الربيع برعاية وزارة الثقافة، يضم المهرجان قرى متكاملة للتراث تزخر بالحلي القديمة والادوات المنزلية القديمة، والصناعات التقليدية، إضافة إلى معارض الفنون التشكيلية (الخولي، 1999).

4-8-5 / **دولة الامارات العربية المتحدة (United Arab Emirates):**

تطورت السياحة عموماً في دولة الامارات بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة وبفضلها تبوأَت الدولة مركز متقدم في منطقة الشرق الأوسط، ونجحت الإمارات في جذب (20.5) مليون سائح في العام (2018م) وجود أنماط متعددة من سياحة البيئات الطبيعية أسهم في تلبية العديد من اهتمامات ورغبات السياح المختلفة (الخضير، 1419هـ). ومن أهم أنواع السياحة في الامارات التالي:

4-8-5-1 / **سياحة البيئات البحرية:** الامارات تحظى بالعديد من الشواطئ، والخلجان، الينابيع الطبيعية والافلاج، خصوصاً امارة الفجيرة، وتحديداً "بحر الفجيرة، العقة" الزاخر بالشعب المرجانية والكائنات المائية المختلفة، أما حديقة عين مضب الكبريتية تُعد من أهم مواقع السياحة العلاجية (الخولي، 1999).

4-8-5-2 / **سياحة الحياة البرية:** دولة الامارات أنشأت عدداً كبيراً من المحميات الطبيعية مثل: محمية وادي الوريعة، محمية جزيرة الطيور، محمية العقة، محمية البدية، إلا أن محمية الزوراء هي الأكثر أهمية بين

نظيراتها لأنها توجد وسط بيئة طبيعية في شبه جزيرة تبلغ مساحتها (3000 هكتار) ، تختلط فيها الحياة البرية والبحرية، وتحظى بوفرة الأصداف والشعب المرجانية التي تُعد موطنًا لفصائل عديدة من الحيوانات والنباتات المائية النادرة (فقيه، 1419هـ).

4-8-5-3/ **السياحة الصحراوية:** يشتهر بهذا النوع من السياحة منتجع "المها" الذي يقع وسط محمية دبي الصحراوية، السياح في هذا المنتجع يمارسون العديد من الأنشطة الرياضية والمغامرات أهمها: ركوب الخيل، الجمال، رحلات السفاري والقيادة في البرية، رياضة الصيد بالصقور والرماية، بالإضافة إلى تسلق جبال الحجر "على سلسلة جبال في المنطقة الشرقية وشبه الجزيرة العربية" وممارسة استكشاف الكهوف في عدد من الأودية مثل: حام، زكت، نبع الوريعة، الطويين، سيجي والحيل (الخصيري، 1419هـ).

4-8-5-3/ **السياحة الثقافية:** أهم ما يميز هذا النوع من السياحة في دولة الامارات، مهرجان أبوظبي للموسيقى الكلاسيكية ومصارعة الثيران الشعبية التي تشتهر بها امارة الفجيرة وتُعد من الرياضات ذات الجذب السياحي (الخولي، 1999).

4-8-6/ **سلطنة عُمان (Sultanate of Oman):**

سلطنة عمان من البلدان التي تتمتع بالعديد من الموارد الطبيعية المختلفة والمقومات التي تسهم في صناعة سياحة مميزة وتجعل منه وجهة جاذبة للسياح، في ظل تعدد المناخ: الصحراوي، الجبلي والساحلي حيث تمتد السلطنة على واجهة بحرية واسعة تطل على بحر العرب، خليج عمان والخليج العربي ويبلغ طول سواحلها (3165 كم)، تحظى العاصمة مسقط بأهمية كبيرة من خلال اقامة العديد من مهرجانات التراث، والفنون الشعبية والاحتفالات الوطنية (وزارة الاقتصاد الوطني، عُمان، 2018).

من أهم أنواع السياحة البيئية في السلطنة التالي:

4-8-6-1/ **سياحة البيئات البحرية:** تحظى السلطنة بسواحل طويلة متعرجة مليئة بالرؤوس والخلجان، الجزر وأشباهاها مثل: جزر الحلائيات في محافظة ظفار، وجزر مصيره، وفيزوخا، وسعودة، وجزر موال، وجزر

الديمانيات في خليج عمان، وجزر سلامة وأم الغنم في مضيق هرمز، ويضم شاطئ صور في المنطقة الشرقية والشهير بشاطئ السلاحف أهم المحميات البحرية "محمية السلاحف"، هذه البيئات المتنوعة تتيح للسياح ممارسة عدد كبير من الأنشطة وممارسة الرياضات المائية (الربداوي، 2007، 135).

4-8-6-2/ **سياحة المرتفعات:** المناطق الجبلية في السلطنة تضم العديد من السلاسل الجبلية مثل جبال القرا في محافظة ظفار، جبال الحجر الشرقية والغربية، وأهمها الجبل الأخضر بارتفاع (3075 متر)، ويقع على قمة سلسلة جبال شمس (قاسم، 2014، 12).

4-8-6-3/ **السياحة الصحراوية:** المناطق الصحراوية تغطي (82 %) من مساحة السلطنة تحديداً في المنطقة الشرقية، الأكثر جذباً للسياح لممارسة الرياضات والمغامرات على الكثبان الرملية (الربداوي، 2008).

4-8-6-4/ **سياحة الحياة البرية:** تتمتع سلطنة عمان بتنوع حيواني منتشر في عدد من المحميات الطبيعية مثل: محمية جدة الحراسيس التي تضم "المها العربية" المعرفة باسم "الريم"، فضلاً عن أنواع متعددة من الغزلان، الضباع في المناطق الوعرة، النمر الموجودة في محافظتي مسندم شمالاً، وظفار جنوباً، الذئاب، القطط البرية والطيور بأنواعها وكذلك النعام (موسى، 1995، 42).

4-8-6-5/ **السياحة الثقافية:** تقام مهرجانات سنوية لسباقات الهجن في معظم ولايات السلطنة، وتقام الأسواق الشعبية أسبوعياً في المدن والولايات المختلفة وتُعد من أهم عناصر الجذب وتستنقط أعداد كبيرة من السياح الأجانب والمحليين (وزارة الإعلام العمانية، 2017).

تشهد السياحة البيئية في الشرق الأوسط، تطوراً ملحوظاً في أغلب دول المنطقة وذلك بفضل الاستغلال الأمثل لتنوع ووفرة الموارد الطبيعية الجاذبة للسياحة، الذي بدوره يسهم في تعدد وتنوع الأنشطة السياحية.

اقتصادياً، يرى الدارس أنها تمتلك معظم دول المنطقة مقومات متكاملة داعمة لصناعة سياحة رائدة، تتمثل في جلب الاستثمارات والتمويل اللازم لتطوير مجال الترويج والإعلان من خلال التصوير الإبداعي باستخدام أحدث التقنيات من أجل صناعة وإنتاج سياحة بيئية جاذبة، رفيعة المستوى، متطورة، بمقدورها زيادة العائدات

الاقتصادية علماً بأن وفرة مقومات هذا النوع من السياحة يعتبر وعاء تنصهر فيه جميع الأنشطة التفاعلية المتبادلة بين السياح من جهة وبين سكان البيئات المحلية من جهة ثانية، السياحة عموماً والبيئية خصوصاً هي صناعة متعددة الأوجه، منتشرة، ومتداخلة بين عدد من الجهات الرسمية والخاصة والمجموعات والأفراد، بل وكل مؤسسات المجتمع وأفراده يشاركون في هذه الصناعة، وينطبق ذلك على السياحة في بلدان منطقة الشرق الأوسط، هذه المميزات تفتقدها سياحة البيئات في السودان رغم وفرة الموارد الطبيعية والبيئات الثقافية والاجتماعية المختلفة.

الباب الثاني

الفصل الثالث

السياحة في السودان (Tourism in Sudan)

يتناول هذا الفصل التعريف بالسياحة عموماً، متتبّعاً نشأتها وتطورها عبر العصور المختلفة، وأهم نتائج التنقيب والكشف عن الآثار للبعثات العلمية الأجنبية العاملة في مناطق السودان المختلفة قبل وبعد الاستقلال، إضافة إلى كتابات بعض الرحالة الغربيين ويتناول هذا الفصل بالتعريف أيضاً أهم مواقع الآثار التاريخية، مناطق السياحة البيئية والسياحة الثقافية في السودان.

3. نشأة وتطور السياحة في السودان:

شهد السودان وخلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر الميلاديين قدوم عدد كبير من المستكشفين والرحالة الغربيين بهدف رصد وحصر، وصف وتوثيق مشاهداتهم في مناطق السودان المختلفة وحياتة انسانها ونقلها للعالم الخارجي، قام البعض منهم بتسجيل الحقائق كاملة، والبعض الآخر نقل روايات صاحبها المبالغات والأكاذيب فأصبحت فيما بعد من أهم عناصر الجذب والتشويق والاثارة.

3-1/ البعثات الأثرية في السودان (Monuments Missions In Sudan):

البحث الأثري في السودان كان في مرحلته الأولى مربوطاً بحركة الرحالة الأجانب للسودان بدءاً بنهاية القرن السابع عشر، ولكن الرحالة الأوائل لم يهتموا كثيراً بالآثار السودانية القديمة، ولعل من أوائل الرحالة الذين اهتموا بوصف الآثار في السودان هم الرحالة بوركهاردت، وادنجتون وهانيري في أوائل القرن التاسع عشر الميلادي، ومن ثم ظهرت أعمال الكشف والتوثيق للآثار في مناطق النوبة في وصف الرحالتين الفرنسيين فريدريك كايو ولينان دوبلفون، ويُعد كايو هو أول من زار ووصف أطلال مروحي الجراوية، النقعة والمصورات الصفراء وحدد مواقع عدد من المعابد، وقام بنشر (4) مجلدات صدر المجلد الأول منها عام (1823م)

وصدرت الثلاثة الأخرى في الفترة (1826-1827م) وتحتوي عدد كبير من اللوحات عن آثار النوبة المختلفة (إدريس، 2012. <https://ar.wikipedia.org>).

3-1-1/ البعثة الألمانية للآثار (1842-1845م):

بداية التعاون السوداني الألماني في مجال الآثار كان في الفترة (1842-1845م) حين أرسل الملك "فريدريش وليام الرابع" بعثة أثرية لوادي النيل بقيادة "ريتشارد لبسوس" الذي تمكن من تخطيط ورسم معظم المواقع الأثرية بالسودان، ثم تبعها جهود د. "فريدريش هينكل" الذي أسهم كثيرا في حملة إنقاذ الآثار النوبية وترميم الأهرامات في العام (1958م)، وامتد عمله الى شرق السودان في ترميم المناطق الأثرية في مدينة سواكن، ثم تواصلت جهوده ضمن عمله في بعثة اليونسكو التي أسهمت في ترحيل المعابد النوبية الى الخرطوم، واستمر في عمله حتى تصميم وتشيد متحف السودان القومي الحالي (المرجع السابق).

3-1-2/ بعثة جامعة هارفارد، بوسطن (1905م):

بدأت هذه البعثة تنفيذ عمليات التنقيب عن الآثار في مناطق النوبة الشمالية تحت رعاية بعثة جامعة هارفارد، بوسطن، بقيادة د. جورج رايزنر في عام 1905م واستمرت عمليات الكشف والتنقيب حتى وفاته في عام 1942م وقد نُشرت النتائج عن طريق متحف بوسطن للفنون الجميلة بإشراف (دوز دنهام Dows Dunham) في الفترة (1950 – 1982م) (بشير، 2018. <https://middle-east-online.com>).

3-1-3/ بعثة العلماء الألمان في مناطق النوبة الشمالية (1910 – 1912م):

بدأ العلماء الألمان أبحاثهم في مناطق النوبة الشمالية بقيادة "ج. شتايندورف" في منطقة "عنية" جنوب "توشكي"، ونتيجة لاندلاع الحرب العالمية الأولى توقفت أعمال التنقيب والكشف لتباشر عملها مجدداً في موسم (1930 - 1931م) وقد تم نشر التقرير التفصيلي في الأعوام (1935 - 1937م) (المرجع السابق).

3-1-4/ بعثة جامعة أوكسفورد (1910 – 1913م):

باشرت هذه البعثة أعمالها في منطقتي "نبته وفرس" وقد أسفرت أعمال الحفر إلى اكتشاف مدافن خاصة بالمجموعة الثالثة للعصر المسيحي وتحصينات يرجع تاريخها للمملكة الوسطى (المرجع السابق).

3-1-5/ حملة إنقاذ آثار مناطق النوبة الشمالية (1955م):

بدأت هذه الحملة مرحلة جديدة للتنقيب والكشف عن الآثار في مناطق النوبة الشمالية واستمرت زهاء عشر سنوات استباقاً لمشروع (السد العالي) الذي سيؤدي بناءه إلى اغراق منطقة تمتد (500 كلم) من الشلال الأول حتى كوش، بينما قدر "فيرتكويه" مدير مصلحة الآثار السودانية آنذاك بـ(300) موقعاً يحتاج إلى الدراسة والإنقاذ (إدريس، 2012، <https://ar.wikipedia.org>).

أسفرت نتائج الكشف والتنقيب للبعثات الأثرية التي زارت السودان في الحقب المختلفة عن اكتشاف مدافن خاصة بالمجموعة الثالثة للعصر المسيحي، إنقاذ عدد كبير من الآثار النوبية، ترميم الأهرامات، ترحيل المعابد النوبية إلى الخرطوم (متحف السودان القومي)، ويرى الدارس أن هذه البعثات تعتبر من ضمن السياحة للأغراض العلمية وأن نتائجها التي تنشر للعالم الخارجي بوسائل الاتصال المختلفة تُعد بمثابة إعلان للسياحة في تلك البيئات التاريخية، ويستمر وفود البعثات الأثرية والاستكشافية للأغراض العلمية إلى السودان حتى وقتنا الحالي.

3-2/ كتابات الرحالة الغربيين عن السودان:

تُعد كتابات الرحالة والمغامرين والمستكشفين من المصادر المهمة في تاريخ السودان الحديث وخصوصاً الفترة التي شهدت نشأة وتطور السلطنات والممالك الوطنية في أقاليم السودان المختلفة، وإن معظم الرحالة الذين وفدوا إلى السودان كان بتكليف من حكومات أو جمعيات أو منظمات غربية، كانت الأهداف الظاهرة تتمثل في الاستكشافات الجغرافية، الأنثروبولوجيا والاجتماعية (يوسف، 1996، 76).

كتابات هؤلاء الرحالة أسهمت في تقديم وصفاً دقيقاً لحياة القبائل السودانية المتنوعة في المناطق المختلفة التي زاروها، وقاموا بتدوين حكايات غربية عن قارة أفريقيا عموماً والسودان خصوصاً وتم نشر تلك الملاحظات واليوميات في كتب وتقارير استهدفت قراء الصحف الأوروبية، وفي تقديري أرى أنها أصبحت آنذاك من أهم وسائل الترويج والإعلان للسياحة في السودان.

تتناول الدراسة فيما يلي جانب من مؤلفات وكتابات الرحالة والمستكشفين التي صدر معظمها باللغات الأجنبية

وُترجم قليل منها إلى اللغة العربية ومنها التالي:

3-2-1/ السير صموئيل بيكر (1821 - 1893م) (Samuel Backer):

زار السودان كصائد ومستكشف خلال (1860-1870م) انضم لموظفي وإداريي الحكومة ابان العهد التركي، صدر له كتابه (اسماعيلية) في مجلدين عام (1867م) وطبع في لندن مستعرضاً فيه مغامراته في مناطق جنوب السودان، وصادر كتابه الثاني "ما كميلان" عام (1874م 600 ص) يصف فيه مغامراته في مناطق نهر عطبرة والنيل الأزرق وحياة قبائل شرق السودان "الهدندوة والحمران" (نسيم مقار، 1995).

3-2-2/ الاستكتندي جيمس بروس (1730-1794م) (James Broos):

وضع الرحالة الاستكتندي جيمس بروس موسوعة في سبعة مجلدات تغطي رحلاته خلال الفترة (1768 - 1773م) طبعت وصدرت في أدنبره (Edinburgh) عام (1804م) كأحد أهم المصادر المعتمدة في تاريخ السودان وأثيوبيا خصوصاً أواخر أيام الدولة السنارية، يتناول الكتاب تاريخ المنطقة، القبائل، حياة السكان وأهم الشخصيات، يُعد بروس أحد أهم الرحالة والمستكشفين الذين زاروا السودان وتحديداً منطقة السافل (شمال السودان)، وعن فصل الصيف وارتفاع درجة حرارته قال:

إنني أقول أن الجو حار عندما يتقصد الانسان عرقاً وهو مخلد للراحة، أما إذا تحرك حركة معتدلة فهو يتسبب عرقاً، وأقول أن الجو شديد الحرارة عندما يعرق الانسان بغزارة وهو مرتد أخف الثياب وأقلها، مع أنه مخلد للراحة أقول أن الجو متطرف الحرارة عندما أرى الانسان وهو مرتد قميصه ومخلد للراحة يعرق عرقاً غزيراً وتكون حركة يأتي بها مؤلمة ويشعر بتخلخل وتخاذل في ركبتيه كأنه في أعقاب اصابة بالحمى. أقول أن الجو في منتهى الحرارة عندما تهبط قوة الانسان وينتابه ميل للإغماء ويشند الضغط على صدغيه وحولهما كأنما أحكم رباط حبل حول رأسه ويتخاذل صوته وتجف بشرته ويبدو له رأس أكبر حجماً من المعتاد وأخف وزناً وهذه العلامات في نري نذير باقتراب المنية (عثمان، 2002، 55).

الرحالة بروس واصفاً فصل الصيف في السودان بارتفاع درجات الحرارة، فمن ناحية هذه حقيقة لا جدال فيها، أما من ناحية أخرى يتبين للدارس أن المناخ المعتدل وكما هو معلوم يُعد أحد أبرز مقومات السياحة عموماً والسياحة البيئية خصوصاً، وقد أخذ المناخ بعداً مهماً مع ازدياد التغييرات في المنظومة البيئية عالمياً، إذ يتفاوت تأثيره بحسب التكوينات المناخية في بلد السائح ووجهته المقصودة وبالتالي يصبح المناخ المعتدل من العوامل المهمة التي تسهم في الجذب لسياحة البيئات المحلية.

3-2-3/ جون لويس بوركهاردت (1784-1817م John Lewis Burckhardt):

الرحالة جون لويس بوركهاردت سويسري الجنسية، مستكشف، جغرافي، مستشرق ومؤلف درس بوركهاردت بجامعة لايبزيغ (Leipzig) وجوتنجن (Gottingen)، انتقل إلى إنجلترا عام (1806م)، انضم عام (1809م) إلى "الجمعية الملكية البريطانية للكشوفات الجغرافية في إفريقيا"، قام بتدريب نفسه وترويضها على حياة الشظف والخشونة والشدّة فأخذ يجوب الريف الإنجليزي سيراً على قدميه وقت الحر الشديد مكتفياً بتناول الخضروات وشرب الماء فقط إلى جانب النوم على الأرض من غير فراش، ثم سافر إلى الشام لتعلم اللغة العربية حتى تسهل سياحته في مجاهل وأدغال إفريقيا متخفياً في هيئة رجل مسلم يتكلم شيئاً من العربية (قاسم، 12.12.2009 www.sudares.com).

الرحالة بوركهاردت كان يمتلك من المواهب ما يضعه ضمن قائمة الطراز الأول من المستكشفين، وما زاد قيمة مواهبه يقظة العقل التي جعلته يكرس حياته لخدمة العلم في ميادين الكشوف الجغرافية، وقد زار بوركهاردت بعض مدن شمال السودان منها: بربر والدامر، وشندي التي قال عنها:

كانت شندي مركزاً تجارياً مهماً وملتقى طرق تربط العالم الخارجي والداخلي بها شمالاً وجنوباً وشرقاً، وقد تمثلت التجارة الخارجية والمتداولة في ذلك الوقت البضائع الهندية من خشب الصندل والتوابل والكحل والسيوف والشفرات الألمانية والمصنوعات الجلدية وورق الكتابة والخرز من جنوه والبندقية والقماش والخزف والصابون والسلال بأنواعها وهي من واردات مصر والصحاف الحبشية والتي اشتهرت آنذاك وخبول دنقلا والجمال والدواب الأخرى (عثمان، 2002، 53).

3-2-4/ هاري جونسون (1923-1977م Harry Gordon Johnson):

الرحالة هاري جونسون هو مستكشف وعالم اقتصاد كندي، ألف كتابه "مسألة النيل تدوين للاكتشافات في حوض النيل" من إصدارات لندن في عام (1903م) يتناول الكتاب رصد تاريخي للاكتشافات والرحلات التي تصف مجرى النيل كما يحوي على مجموعة مهمة من الخرائط الباكورة وقائمة ببيوغرافية، يعتبر من أوائل الكتب والمؤلفات باللغة الانجليزية التي وثقت لنهر النيل وروافده بهذه الدقة والشمول(المرجع السابق).

3-2-5/ جوستاف نختال (1834 - 1885م Joustaf Nakhtikal):

جوستاف هو رحالة ألماني ألف كتاب بعنوان: "وداي ودارفور" والمقصود بـ"وداي" دولة تشاد الحالية، ترجمه

"الآن فيشر همفري" إلى اللغة الانجليزية وترجم مؤخراً إلى اللغة العربية، طُبع وصدر في لندن عام (1971م)، يتناول الكتاب وصف لرحلة المؤلف إلى "وداي" إلى دارفور وتاريخ حكام وسلطين دارفور والتاريخ الاجتماعي لسكان مدينة الفاشر، اعتمد المؤلف على مصادر موثوق فيها بالقصور الملكية، ويعتبر هذا الكتاب من المؤلفات والمراجع الأساسية المعتمدة عن تاريخ دارفور عموماً ومملكة الفور خصوصاً (المرجع السابق).

3-2-6/فيردنارد روني (Ferdinard Rooney) خلال فترة عمله بالسودان (1830-1840م):

الألماني فيردنارد روني ألف كتابه "عجائب أفريقيا والاكتشافات من سنار إلى مناطق جبال التاكا وقبائل البني عامر" في شرق السودان وقد صدر الكتاب باللغة الانجليزية في لندن عام 1852م من أوائل المطبوعات التي وصفت شرق السودان وقبائل البجة، حيث عمل روني موظفاً آنذاك في الادارة التركية المصرية في السودان بإقليم التاكا في الشرق (قاسم، 12.12.2009، www.sudares.com).

3-2-7/ كتابات القساوسة والرهبان (1842-1881م):

وقد العديد من القساوسة والرهبان رفقة بعثات الكنائس التبشيرية التي قدمت إلى السودان بواكير العهد التركي، وقد صدر كتاب لأعضاء الكنيسة الكاثوليكية لشرق أفريقيا في لندن عام (1974م) يتناول موضوع جغرافيا وعلم الأجناس في السودان خلال (1842-1881م) ويُعتبر من المؤلفات والمراجع المهمة التي قدمت وصفاً دقيقاً لمدينة الخرطوم في أربع فترات متباعدة أعوام (1843، 1853، 1858، 1881م)، اشتمل الوصف على التطور المعماري، البشري، الحكومي والاجتماعي، والذي أفضى إلى تطور مدينة الخرطوم من قرية مهجورة لصائدي الأسماك تقع بالضفة الغربية للنيل الأزرق إلى مدينة حديثة شُيد فيها قصر الحكومة بالطوب الأحمر ودواوينها بالحجر والطوب، وأن السير والانتقال في الشوارع المتربة صيفاً والموحلة خريفاً والمظلمة ليلاً تحول إلى شوارع مسفلتة مضاءة بفوانيس الغاز، وأن روائح الزهور والورود والرياحان تفوح من منازل كبار الحكام والاداريين الاتراك والاوروبيين وقناصل الدول وبذا تكون تلك القرية المتواضعة انتقلت إلى مصاف المدن الاوربية الحديثة (أحلام سليمان، 2006).

ما تم تسجيله في كتب هذه المجموعة من الرحالة، والرحلات التي قادها أولئك المكتشفون والمغامرون من أوروبا

الذين زاروا افريقيا عموماً والسودان خصوصاً تتنوع وتختلف وتتباين حسب أهدافهم ومراميمهم، إلا أنهم سجلوا الكثير من الأحداث والملاحظات عن الأرض و حياة الناس في معظم انحاء البلاد المختلفة آنذاك، اختلفت طرق وأساليب تسجيلهم تبعاً لاختلاف خلفياتهم التاريخية وثقافتهم وأهدافهم، يرى الدارس أن هذه الموسوعات تعتبر أحد أهم المصادر التي وثقت لمجتمعات ومدنيات سودانية سادت ثم بادت، لم تكن كتاباتهم كلها حقائق، ومن الممكن أن نصف بعضها بالأكاذيب ففي مجملها جاءت خليطاً من الوصف العلمي والحقائق والمعارف، وشيئاً من الاثارة والمتعة والاختفاء والمبالغات التي تعتبر بداية الترويج الحقيقي للسياحة في السودان.

3-3/ عصر الاستقلال (Independence Age):

منتصف القرن العشرين شهد استقلال عدد كبير من دول القارة الافريقية من الاستعمار الاوربي منها السودان، الجزائر، تونس، المغرب، مصر والكونغو، وقد قام المستعمر قبيل خروجه من تلك الدول برسم حدود جغرافية بين الدول لتصبح فيما بعد مناطق توتر ونزاعات بين الدول تنشب من حين الى آخر نسبة إلى التداخلات الاثنية والثقافية (albayan,ae,2013, 7, 10).

السياحة في السودان شهدت تطوراً ملحوظاً خصوصاً خلال النصف الثاني من القرن الماضي وذلك بسبب التطورات التي حدثت في وسائل النقل والمواصلات والاتصالات ورغبة السياح الشديدة في السفر والانتقال إلى السودان الذي يمتلك بيئات سياحية متعددة ومقومات طبيعية مختلفة تستطيع الوفاء بتحقيق تنمية شاملة ومتميزة لها القدرة علي رفع مستوى السياحة، وبالرغم من الامكانيات الكبيرة، إلا أن السياحة في السودان لم تحظ بالرعاية والاهتمام اللازمين وأن عائداتها الاقتصادية لا تزال دون المستوي المطلوب والمأمول مقارنة ببعض الدول من حوله، السبب الذي يشجع المسؤولين في الدولة إلى تطوير مجال السياحة وعقد شراكات للأغراض العلمية والكشف والتنقيب في مناطق الآثار السودانية المتعددة والمختلفة.

تورد الدراسة بعض البعثات العلمية التي وفدت إلى البلاد بعد الاستقلال وهي كالتالي:

3-3-1/ بعثات آثرية من دول مختلفة (1961-1962م): عملت بعثة آثار بولندية في الفترة (1961-1962م

في منطقة "فرس" والمناطق المجاورة لها، وقد أسفرت نتائج التنقيب والكشف عن وجود آثار العصر المسيحي

مثل: "الكنايس، اللوحات الجدارية ومدافن الأساقفة وبعض آثار من عصر مملكتي نبتة ومروي في ذات المنطقة، في الوقت ذاته كانت تقوم بالتنقيب بعثة مشتركة من علماء آثار فرنسيين وأرجنتيين في مناطق عكشة، سره وأرقين جنوباً، وقد تزامن ذلك أيضاً مع عمل بعثة آثار إسبانية كانت تنقب في أرقين، دبروسا، جزيرة ميلي، جزيرة ماتوكا، بوهين، سمنة وصاي، وقد كشفت عن العثور على العديد من المنازل والمعابد والقلاع والجبانات، أما في موسم (63-1964م) قامت بعثة إيطالية بالتنقيب في معبد امنحتب الثالث وعثرت على جبانة مروية ضخمة (صديق، 2019).

3-3-2/ بعثة جامعة غانا الأثرية (1957-1960م):

أجرت بعثة جامعة غانا ومصلحة الآثار السودانية بقيادة مديرتها آنذاك "فيركوتيه" حفريات مهمة في جزيرة "أجريت وود بانقا" ومن أهم نتائجها العثور على مبنى ضخم يحمل اسم "أسبالتا"، شُيد في العصر المسيحي على بعد (10 كلم) شمال شرق الخرطوم (يونس، 2015، 11).

3-3-3/ البعثة الإسبانية للآثار "مشروع النيل الأزرق" (1989-2001م):

قامت البعثة الإسبانية الموفدة من جامعة "كومبلوتنسه ومعهد ديل باتريمونيو" الإسبانيين بعمليات تنقيب واستكشاف في مناطق النيل الأزرق "جنوب شرقي السودان" وقد أسفر النتائج عن اكتشاف (48) موقعاً أثرياً جديداً، كما تمت إعادة دراسة لعدد (5) مواقع أكتشفت في خمسينيات القرن العشرين مودعة حالياً في متحف السودان القومي (عواطف محجوب، 2017. <https://www.skynewsarabia.com>).

3-3-4/ بعثة جامعة هامبورج للآثار (1960-1971م):

باشرت هذه البعثة عملها في التنقيب والكشف الأثري في منطقة المصورات الصفراء ومازالت تعمل حتى الآن في مجال كشف وترميم الآثار بعد تمديد مدة التعاقد معها، كما تم منح بعثة متحف برلين تفويضاً بالتنقيب في منطقة "النقعة" في الفترة ما بين نهاية العهد الفرعوني حتى نهاية القرن الثالث الميلادي، وامتداداً لمسيرة التعاون الألماني السوداني في هذا المجال تم تكوين بعثة مشتركة في العام (2004-2005م) ضمت جامعة شندي والهيئة القومية للآثار من جهة والمعهد الألماني للآثار في برلين من جهة أخرى للتنقيب والدراسة

والترميم في موقع "الحماداب"، وموقع "المدينة الملكية"، وقد أثمر هذا التعاون عن تسجيل عدد من المواقع الأثرية المهمة في لائحة التراث العالمي "منظمة اليونسكو" وكان آخرها موقع في جزيرة مروى في العام (2018م) (بلقيس فقيري، 2020).

3-3-5/ المشروع القطري السوداني للآثار (2008م):

تعود بداية هذا المشروع إلى عام (2008م) نتيجة للقاءات جمعت مسؤولين من الدولتين وتم تخصيص مبلغ (135) مليون دولار لإعادة ترميم الآثار في السودان، ينقسم هذا المشروع إلى قسمين أحدهما معنيّ بدعم البعثات الأثرية العاملة في السودان وذلك لمحدودية تمويلها، والقسم الآخر مخصص لترميم الأهرامات في مناطق ولايتي الشمالية ونهر النيل، وقد بدأ العمل بالفعل بمشاركة (28) بعثة آتارية ووصل إلى (40) بعثة تمثل (25) مؤسسة علمية وجامعة متخصصة من (11) دولة، وأهم نتائج موسم (2018-2019م) هو: إنشاء قريتين سياحيتين في منطقتي البجراوية وجبل البركل، إضافة إلى تشييد مظلة فوق مباني الحمامات الملكية في موقع مروى بهدف حمايتها وعرضها بشكل أفضل للسياح، وبعد الانتهاء من هذا المشروع سيمتلك السودان (40) موقعاً أثرياً متكاملاً يمكن استغلالها في جذب السياح (صديق، 2019).

3-3-6/ البعثة الروسية للآثار (2017م):

تجري البعثة الروسية للآثار والأنثروبولوجي التابعة لجامعة موسكو الحكومية حفريات في موقع "درايب" الأثري شمال شرقي السودان وللموسم الثالث تالياً، وأوكلت إلى البعثة مهمة دراسة سكان بلاد النوبة في العصور القديمة والعصر الإسلامي (بلاد كوش قديماً)، فضلاً عن دراسة طرق المواصلات التي كانت تربط المدن الواقعة بين وادي النيل والبحر الأحمر، ومن المتوقع أن يقوم العلماء الروس في عام (2020م) بعمل المسح الطبوغرافي لهذا الموقع الأثري والذي بموجبه يمكنهم من إعداد نماذج بالكمبيوتر "ثلاثية الأبعاد" (بلقيس فقيري، 2020).

التطور الذي أحدثه التقدم التقني الحالي في وسائل النقل والمواصلات والاتصالات أدى إلى الانتشار الواسع لمؤلفات الرحالة وكتابات المستكشفين التي تحوي وصفهم الدقيق لتفاصيل الحياة الاجتماعية، الاقتصادية

والثقافية في السودان، بالإضافة إلى الكشوفات الأثرية الجديدة التي تُظهرها نتائج بعثات العلمية للآثار الأجنبية العاملة في مناطق متفرقة من السودان حتى أصبح بمثابة الإعلان والترويج للسياحة في البلاد، وبما أن التطور التقني أحدث نقلة كبيرة في تطور وسائل الإعلان المرئي، يتبين للدارس أن هذا النوع من الإعلان وخصوصاً القائم على الصورة الضوئية الإبداعية هو الوسيط الأبرز الأساس في الترويج والجذب لرفع مستوى السياحة عموماً في البلاد.

3-4/ مواقع آثار الحضارات التاريخية في السودان:

تتناول الدراسة في هذا الجانب التعريف بأهم وأبرز مواقع ومناطق آثار الحضارات التاريخية في السودان وتوردها الدراسة وفق أسبقية وجودها تاريخياً:

3-4-1/ الشلالات "جنادل" النيل:

الشلالات والجنادل مفردها شلال وجندل، موجودة في مجرى نهر النيل وهي عبارة عن صخور كبيرة وجزر صخرية صغيرة تعترض مجرى النيل وتنحدر المياه من أعلاها بقوة وبصوت عالي، منتشرة في المنطقة الواقعة بين اسوان في مصر والخرطوم في السودان وعلى مسافات مختلفة من بعضها أهمها:

3-4-1-1/ شلال أسوان.

3-4-1-2/ شلال وادي حلفا: ويسمى أيضاً "شلال عيكة".

3-4-1-3/ شلال حنك: كان يسمى قديماً "Tombos" ويوجد علي نهر النيل بالولاية الشمالية منطقة ثرت

بالقرب من منطقة "دلغو" ويتفرع من أمامه فرع من نهر النيل.

3-4-1-4/ شلال وادي الادريبة: ويسمى شلال الكسنجر، يقع بين خزان مروى وصحراء المناصير.

3-4-1-5/ شلال وادي الحمار: ويسمى شلال جزيرة العشير "لوجوده بجوار الجزيرة"،

3-4-1-6/ شلال السبلوقة: يقع شمال مدينة الخرطوم ويبعد (200 كلم)، ويُعد أبرز المناطق السياحية في

السودان وهو أول شلال بعد اقتران النيلين الأزرق والأبيض، أما في أعالي النيل يوجد العديد من الشلالات

أهمها شلال الروصيرص في النيل الأزرق، وشلال الفولة في النيل الأبيض (يوسف، 1996، 102).

3-4-2/ جزيرة مقرات: تقع هذه الجزيرة في المنطقة الواقعة على منحني نهر النيل بالقرب من مدينة أبو حمد وتُعد أكبر جزر نهر النيل وتضم العديد من مواقع العصر الحجري تعود إلى أكثر من (100,000 عام) ومقابر تعود إلى العصر البرونزي، تضم حضارات قديمة تعود إلى عهد الممالك النوبية قبل أكثر من (5000 عام) في جزيرة مقرات إبان العصر الحجري الحديث متزامنة مع حضارة كوش التي نشأت في كرمة (2400-1500 ق.م)، في التاريخ المعاصر تشتهر جزيرة مقرات بانتشار خلاوي تحفيظ القرآن الكريم وعلومه وبها العديد من "النُسخ" وهم الخطاطين الذين ينسخون "يكتبون" المصحف الشريف بخط اليد، جزيرة مقرات حافظت على مواقع آثارها على مر العصور خلاف مناطق الآثار الأخرى التي تعرضت للنهب والسرقة وذلك نسبة للحصانة الأمنية الطبيعية للجزيرة وهو أن الطريق الوحيد للدخول إلى الجزيرة والخروج منها واحد وعبر البنطون فقط "العبرة" (https://mawdoo3.com13.12.2018).

3-4-2/ المصورات الصفراء: المصورات تقع على بعد (180 كلم) شمال شرق الخرطوم وحوالي (25 كلم) شرق النيل على بعد عشرة أميال شمال موقع النقعة، المصورات تحوي مركب رائع من الهندسة المعمارية يعود بناءه إلى (القرن الثالث ق.م)، المنطقة تضم بقايا بعض الآثار وعدد من المعابد أهمها: معبد الأسد، والحفائر، "الحفير الكبير والصغير" (http://www.common.sd22.8.2018).

3-4-3/ موقع النقعة: يوجد هذا موقع في وادي العواتيب بمنطقة البطانة على بعد (150 كلم) شمال الخرطوم ويحوي: مدينة سكنية، معبد آمون، معبد الأسد، الكشك الروماني ومعبد الملكة "شندختيتو".

3-4-4/ جبل البركل: أحد أشهر المواقع الأثرية والتاريخية في السودان يقع عند مدينة كريمة ويعتبر مقر للإله (أمون) يعود تاريخه إلى فترة مملكة نبتة ويُعتقد أنه كان العاصمة الدينية، يضم عدد من المعابد بُنيت على الطراز الفرعوني أشهرها معبد الإله آمون والإله (مون) بالإضافة لأهرامات ملوك مروي الأوائل، ولهذا الموقع شهرة عظيمة غطت أرجاء العالم وذلك لأهميته الكبيرة أبان الحقبة الكوشية (المرجع السابق).

3-4-5/ الكرو: يقع على الضفة الشرقية للنيل على بعد (15 كلم) من مدينة كريمة ويضم الموقع مقابر لملوك مملكة نبتة (713 - 332 ق.م)، تعتبر مقبرة للملك "تانوت آمني" أشهر المقابر وذلك لجمال مبانيها

وهي نفس التصميم لمقابر الفراعنة في وادي الملوك بمصر.

3-4-5/ صنم أبو دوم: يقع عند مدينة مروى الحديثة على الضفة المواجهة لمدينة كريمة ويشمل الموقع على

معبد للإله "آمون" والملك "تهارقا" أحد ملوك مملكة نبتة (713—332 ق. م) (المرجع السابق).

3-4-6/ مواقع العهد المسيحي (543 – 1504م):

المواقع الأثرية لحضارة العهد المسيحي متنوعة ومتفرقة في أماكن عديدة في شمال ووسط السودان غير أن أهمها وأبرزها ما يلي:

3-4-6-1/ فرس: تقع فرس في أقصى شمال السودان بالولاية الشمالية على بعد (38 كلم) شمال مدينة وادي

حلفا على الضفة الغربية لنهر النيل وهي أول قرية سودانية من اتجاه الشمال وقد ورد اسمها عند الفراعنة

بـ"أبشك" و"باخوراس" في العهد المسيحي، "برس" كانت عاصمة مملكة نوباتيا، يحوي الموقع آثار تعود إلي

(3100 ق. م) "معابد وكنائس"، كما وُجدت بالموقع لوحات حائطية وبعض أعمدة المعابد تم نقل بعضها إلي

متحف السودان القومي "الخرطوم" والبعض الآخر إلى متحف وارسو العاصمة البولندية، يضم الموقع أيضاً

كاتدرائية ضخمة تضم عدة كنائس (المصطفى، 1997، 120).

3-4-6-2/ دنقلا العجوز: من المواقع الأثرية المهمة في شمال السودان وعاصمة مملكة المقرة المسيحية

(504 ق. م – 1317م) وبها عدد من الكنائس، في التاريخ السودان الإسلامي تحظى مدينة دنقلا بأهمية كبيرة

يطلق عليها بعض العلماء المسلمين "عروس القرآن" والدليل مسجدتها الذي أسسه الصحابي الجليل عبد الله بن

أبي السرح يُعد أحد أقدم المساجد في أفريقيا (يوسف، 2018، <https://ar.wikipedia.org>).

3-4-6-3/ سيسبي: منطقة سيسبي تقع على الضفة الغربية للنيل في مواجهة مدينة دلغو وعلى بعد (180

ميل) جنوبي وادي حلفا ويحوي الموقع آثار تعود لعهد الدولة المصرية الحديثة (المرجع السابق).

3-4-6-4/ صادنقا: تقع صادنقا على بعد (205 كلم) من مدينة وادي حلفا على الضفة الغربية للنيل، تحوي

آثار الدولة المصرية الحديثة مثل: معبد بناه الملك "أمنحتب الثالث" تخليداً لزوجته "الملكة تي" (1560-

1070 ق. م) ويضم مقابر تعود لحضارة مملكة نبتة وحضارة مملكة مروى (332 – 350 ق م)

3-4-6-5/ **صلب**: تقع على الضفة الغربية للنيل جنوب صادنقا على بعد (221 كلم) جنوبي مدينة وادي حلفا، يحتوي الموقع على مقابر تعود إلى فترات زمنية متفاوتة إضافة إلى معبد يعود إلى عصر الدولة المصرية الحديثة (http://www.common.sd22.8.2018).

3-4-6-6/ **كوة**: تقع على الضفة الشرقية لنهر النيل في مواجهة مدينة دنقلا الحديثة، يحوي الموقع معبد يعود تاريخه إلى عصر الدولة المصرية الحديثة، أدخل عليه "تهارقا" أحد ملوك مملكة نبتة بعض الإضافات.

3-4-6-7/ **جزيرة صاي**: تقع على بعد (205 كلم) جنوبي وادي حلفا، تحوي بقايا وآثار إنسان العصر الحجري ومباني تعود لفترة الدولة المصرية الحديثة (1560 - 1070 ق. م) أهمها بعض المعابد والقصور (صلاح، 2004، 547).

3-4-6-8/ **نوري**: تقع على ضفة نهر النيل مقابلة لمدينة كريمة ومن مواقع الآثار التاريخية المهمة، تحوي نوري نحو (32) هرمًا لملوك وملكات مملكة نبتة أكبرها هرم الملك "تهارقا".

3-4-7/ **المواقع الأثرية في العهد الإسلامي (1504-1821م):**

تنتشر المواقع الأثرية في العهد الإسلامي في العديد من أنحاء السودان وقد تم بناءها من المواد المحلية المتوفرة في تلك المناطق، تميزت هذه المواقع بأهم مميزات المدينة الإسلامية فنجد أن الجامع هو العنصر المعماري المشترك بينها، ومن أبرز تلك المواقع الأثرية في العهد الإسلامي التالي:

3-4-7-1/ **جامع دنقلا العجوز**: تقع مدينة دنقلا العجوز على الضفة الشرقية للنيل على بعد (10 كلم) جنوب مدينة دنقلا العرضي وكانت دنقلا عاصمة مملكة المقرة المسيحية التي سقطت في أيدي المسلمين في عام 1317م، تضم العديد من القباب الإسلامية والمباني وجامع دنقلا العجوز الشهير والذي حوله المسلمون من مقر للحاكم المسيحي إلى جامع بإشراف مصلحة الآثار السودانية تقوم البعثة البولندية بالتنقيب في هذا الموقع إلا أنها تهتم فقط بالآثار المسيحية (صلاح، 2004، 541).

3-4-7-2/ **مدينة سنار "عاصمة مملكة الفونج الإسلامية"**: مدينة سنار من أهم المواقع الإسلامية في السودان تقع على بعد (300 كلم) جنوب شرق العاصمة الخرطوم، عرفت سنار بمبانيها العالية وبمساجد

وقصور سلاطينها وسوقها ودور الدولة واشتهرت بعمارة القباب المطلية باللون الأبيض وذلك علي حسب وصف الرحالة الأوائل الذين زاروها وأولهم اليهودي "ديفيد روبيني" الذي قدم من اليمن في طريقه إلي أوروبا في عام (1522م) وجيمس بروس في عام (1722م) وتعود ويعزى عدم وجود آثار قائمة إلي الآن للظروف والنكبات العديدة التي مرت بها سنار (المرجع السابق، 543).

3-7-4-3/ مدينة سواكن: هذه المدينة من المواقع الآثار التاريخية الإسلامية في شرق السودان، تقع علي بعد (50 كلم) جنوب بورتسودان، تتكون سواكن من ثلاث مناطق أو أجزاء متكاملة، الجزء الأول منها يقع علي الساحل والجزء الثاني والرئيس يقع داخل الجزيرة التي يحيط بها سور له خمس بوابات وبها ثمانية أبراج أثرية للمراقبة، أما الجزء الثالث فهو عبارة عن جزيرة تعرف باسم الكوندنسر (Condenser Island) أو جزيرة "الكنداسة" وكانت تعرف سابقاً باسم جزيرة "عبدالله الجبرتي" وهو ولي له ضريح داخلها، تتميز مباني سواكن بأسلوب العمارة الإسلامية التي بُنيت في الفترة (1250-1909م) خصوصاً الجامع الحنفي والجامع الشافعي الذي تقول الروايات ان الملكة شجرة الدر هي من أمرت ببنائه عام (1250م)، يعتبر من أهم موانئ الحج إلي الأراضي المقدسة منذ القرن الثالث عشر الميلادي وحتى الآن (Green, 1975).

3-7-4-4/ جزيرة باضع: تقع هذه الجزيرة في الطرف الجنوبي لجزيرة "الريح" علي ارخيل "عقيق" عند الحدود السودانية الإرتيرية، آثارها تقف شاهداً علي العلاقة الوثيقة التي كانت تربط الجزيرة العربية والسودان قبل وبعد ظهور الإسلام، تقدر مساحة الموقع بحوالي (200 × 60 متر) تنتشر فيها بقايا أطلال لمباني من حجارة والمرجان (Goral) المحلية، أحد هذه المباني كبيرة الحجم يبدو كان مسجداً شبيهاً بالطراز الحجازي زمن الخلفاء الراشدين شبيه بالمسجد المجيدي الموجود بجزيرة سواكن المشيد عام (1853م) (الشامي، 15، 18).

3-7-4-5/ ميناء عيذاب: يقع هذا الميناء علي الجزء الشمالي من ساحل البحر الأحمر علي بعد (33 كلم) من ميناء بورتسودان، كان يمثل نقطة انطلاق الدعوة الإسلامية منذ خلافة سيدنا ابي بكر الصديق وعمر بن الخطاب "رضي الله عنهما"، ظل أهم ميناء لنقل الحجاج إلي مكة من القرن العاشر إلي القرن الرابع عشر الميلادي تربطه طرق مواصلات برية مباشرة بوسط وشرق السودان، وطرق بحرية بموانئ اليمن والهند والبحر

المتوسط، توجد بميناء عيذاب مقابر كبيرة لا تتناسب وحجم المدينة وهذا يشير إلى زيادة قدوم الحجاج الموسمين إليها، كما اشتهر الميناء بمباني كبيرة توجد بها خزانات حفرت في الأرض وغطيت جدرانها بالجبص لحفظ المياه وهذا يؤكد الطبيعة التجارية للميناء اضافة إلى وجود كميات كبيرة من قطع الخزف الفاطمي المملوكي الشهير والذي يشبه انتاج الفسطاط والزجاج والفخار وكلها من الأنواع الرفيعة الغالية الثمن (Yajima, 1989, 157).

3-4-7-6/ مدينة خور نبت: تقع وسط جبال البحر الأحمر علي بعد (125 كلم) جنوب غرب سنكات وهي مستوطنة عربية ترجع إلى القرن الأول الهجري، المدينة محاطة بسور من الحجارة وتتكون من مباني سكنية وجامع في الطرف الغربي، أهم أثارها المقابر المتكونة علي عدد من الأشكال الدائرية والمستطيلة وشواهد المقابر الإسلامية التي صنعت من الرخام المحلي تتضمن أسماء عربية لعوائل مما يدل علي عمق الاستقرار بالمنطقة (Giovanni, 1998).

3-4-7-7/ مدينة العلاقي "درهيب بانة": وتعرف المدينة عند قبائل البجة باسم "درهيب بانة" أي المباني العالية، تقع في شرق السودان وسط جبال البني عامر في الجزء الشمالي الشرقي للحدود السودانية المصرية غرب مدينة حلايب، تُعد من مدن تعدين الذهب التي أقامها العرب، المدينة عبارة عن قلعة ضخمة لها أبراج تتكون من عدة طوابق بنيت من الحجر ذو القطع غير المنتظمة، عثرت بعثة الاستكشاف الإيطالية العاملة في موقع المدينة العديد من القطع الذهبية المشكلة (بشير، 1979، 74).

3-4-7-8/ قباب اسارما درهيب (المباني السبعة): وتعني بلهجة الهدندوة "المباني السبعة"، تقع في وسط جبال البني عامر في الجزء الجنوبي المواجه لساحل البحر الأحمر، يتألف الموقع من سبعة قباب يعود بنائها إلى الفترة (1100 – 1500م)، كما يوجد بالموقع العديد من انواع المقابر بنيت قبابها بالحجارة غير منتظمة القطع وهذا الأسلوب المعماري في بناء القباب يشابه موقع قباب "مامان" الإسلامية شمال شرق مدينة كسلا (المصطفى، 1997، 126).

3-4-7-9/ مدينة طرة: تقع هذه المدينة في دارفور تحميها الجبال من ثلاث اتجاهات كانت عاصمة دارفور،

أُتخذت مقراً لدفن سلاطين الفور ويوجد بها مقابر لتسعة سلاطين علي رأسهم "سليمان سولونق" مؤسس سلطنة الفور كما يوجد بها قصور سلاطين الفور، بالقرب من طرة وعند جبل شرفية يوجد قصر السلطان شادودور رشيد المعروف "بيونق كيلو"، وآثار قصر السلطان كنهو (1445 - 1640م)، وآثار قصر السلطان "ووجي"، وبالقرب وقصر السلطان "دالي" (صغبيرون، 1996، 127).

3-4-7-10/ قباب الأتراك: تقع القباب وسط الخرطوم وتعود إلي عهد الخلافة العثمانية (1821-1885م) وقد دفن فيها حكام ومسؤولي الحكم التركي مثل أحمد باشا أبو ودان "أول حكامدار علي السودان" (1839-1844) المتوفي (25.10.1884) وقد بُنيت القباب علي الطراز العثماني كنوع جديد من العمارة لم يعرفها السودان من قبل، وأتبع بعد ذلك هذا الطراز في بناء القباب لذلك فهي تعتبر ظاهرة معمارية فريدة (Merkezi، 2006).

3-4-7-11/ مدينة عين فرح: تقع في غرب السودان وسط جبال (فونج Funng) شمال دارفور التي تبعد حوالي (40 كلم) شمال غرب مدينة (كتم) علي بعد (120 كلم) شمال غرب الفاشر، وهي تُعد مدينة عين فرح عاصمة لبعض ملوك قبيلة "التنجور" في الفترة من القرن الثالث عشر وحتى القرن السادس عشر الميلادي، تحوي جامعان وقصر وعدد من المباني يُعتقد أنها كانت سكن القادة والاداريين ومقابر يعود تاريخ بعضها إلي ما قبل الإسلام (المرجع السابق).

الثورة الصناعية التي حدثت في أوروبا وما تبعها من تغيرات عديدة أدت إلى تطورات مهمة في أنماط السفر، فأصبح بمقدور الطبقة الوسطى وطبقة العاملين الانتقال بكل سهولة بفضل السكك الحديدية والسفن البخارية بعد أن كان السفر حكراً على طبقة الحكام والنبلاء فقط، يرى الدارس أن هذه التطورات أدت إلى انشاء المنتجعات السياحية الجماعية في أوروبا مثل: ساوثند، مارجريرت وبيلاكبول في المملكة المتحدة.

عالمياً، تشهد السياحة الآن نمواً كبيراً ومتسارعاً من حيث عدد السياح والعائدات الاقتصادية، وبالتالي واكبت أسواق السياحة التغيرات المهمة التي نتج عنها تطورات اقتصادية واجتماعية وثقافية واسعة النطاق لتشمل معظم دول العالم، ومعلوم أن فوائد السياحة الاقتصادية تعود بالنفع على الدول المستضيفة للسياح وتسهم في زيادة الدخل القومي وتطوير البنى التحتية وتوفير فرص عمل تحسن دخل الفرد والمجتمع.

السياحة تُعد قطاعاً على جانب كبير من الأهمية وتتميز باتساع رقعتها الجغرافية وتنوع الوجهات والمقاصد الجاذبة بأنشطتها المتعددة وبالتالي تؤدي دوراً مهماً في تنمية شاملة لمجالات مختلفة في العديد من دول العالم، إلا أن الجزء الأكبر من تلك الأنشطة ما يزال متمركزاً في الدول المتقدمة سياحياً "أوروبا والأمريكيتين".

الزيادة المتصاعدة في عائدات السياحة الاقتصادية عالمياً، أدت إلى اهتمام كل من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء بهذا المجال، كما أن تنامي حركة السياحة عالمياً أيضاً هو الآخر أدى إلى ارتفاع حدة التنافس بين تلك الدول لاجتذاب السياح من ناحية، ومن ناحية ثانية زاد عدد الدول النامية الساعية لتطوير قطاع السياحة لدورها المؤثر والفاعل في نمو ورفاهية الأمم والشعوب، وبالتالي ارتفعت أسهم الاهتمام بتطويرها عالمياً باعتبارها أحد القطاعات الأكبر والأسرع في النمو مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، وبالتالي تحولت السياحة إلى صناعة عالمية تخصصية تهدف إلى ترقية أنشطة السياح المختلفة في مواقع الجذب و أماكن أخرى لم تكن مطروقة أصلاً من قبل وتطوير مجال الترويج والإعلان لها.

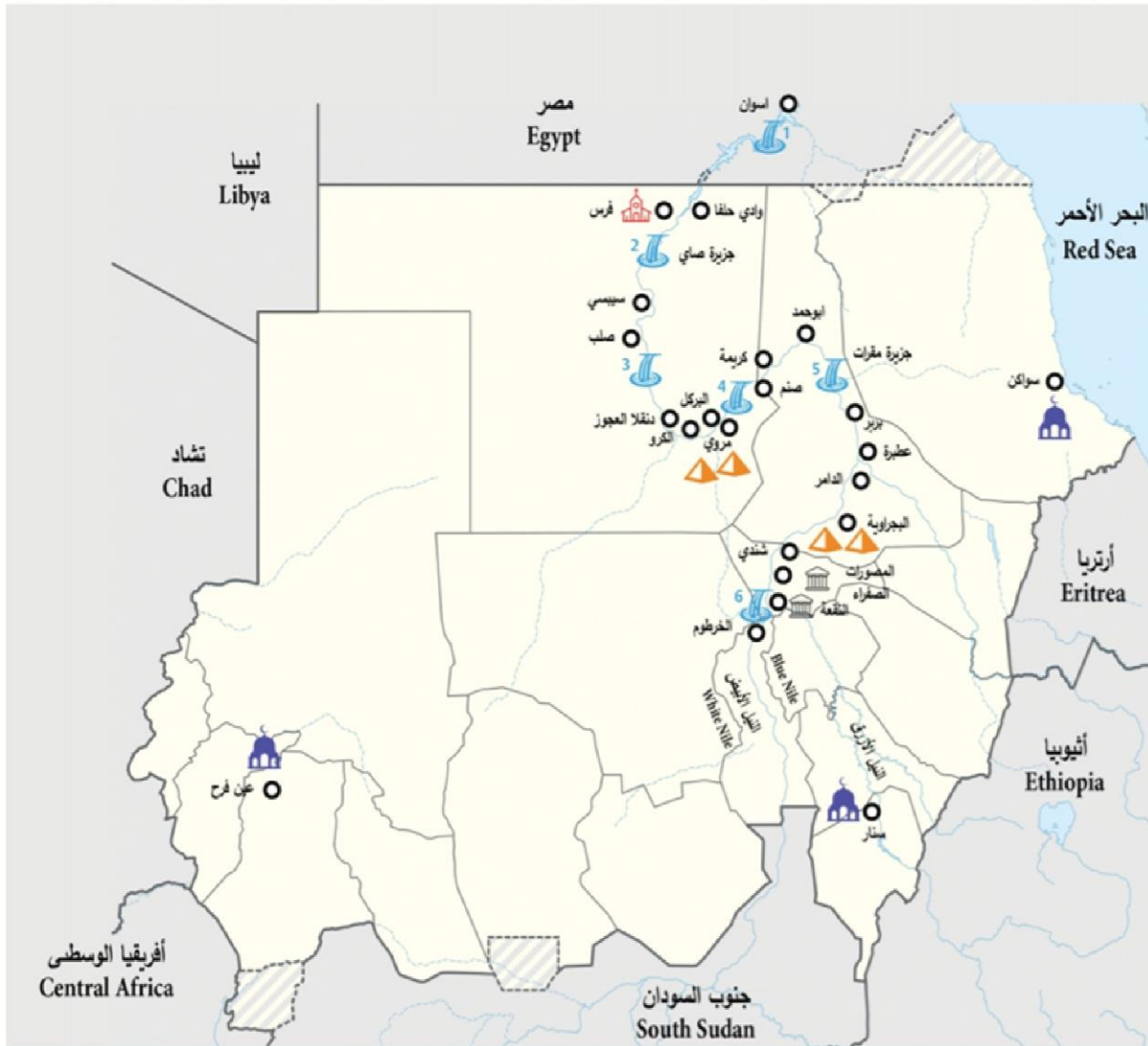
شهد السودان القديم إحدى أهم وأقدم الحضارات في أفريقيا بل وفي العالم أجمع (حضارة الخرطوم الباكرا) كان ذلك ابان (العصر الحجري القديم "الآشولي" 300.000 ق.م)، تلك الحضارة الباكرا كان لها الفضل الكبير في نشر الوعي الحضاري والثقافي في مناطق وادي النيل وأجزاء واسعة من القارة الأفريقية، وتعود جذور السياحة فيه إلى العصور الحجرية الأولى، منذ أن كان الانسان الأول يتنقل ويتحرك من مكان إلى آخر يجمع غذاءه من الأشجار ومتجولاً مستكشفاً العالم من حوله، يصنع من الحجر أدوات صيد الحيوانات قبل استئناسها، تم بالفعل العثور في تلك المنطقة على العديد من الأدوات الحجرية وتحديداً في موقع "خور أبو عنجه"، تشمل هذه الأدوات فؤوس يدوية وتُعد أبرز الموجودات فضلاً عن نُوى، مفارم، سكاكين ومكاشط صنعت من حجر الصوان والحجر النوبي الرملي، استخدمت في الصيد وإعداد الطعام وقطع الأشجار والقتال، وقورنت هذه الأدوات الحجرية بمثلاتها في شمال السودان خاصة في منطقة وادي حلفا، وجدير بالذكر أن حضارة الخرطوم الباكرا أعقبها تاريخياً وابان حقبة (العصر الحجري الحديث 4500 - 3000 ق.م) "حضارة منطقة الشهياناب 50 كلم شمال أم درمان" التي ثبت بالفعل أن انسانها هو أول من استئناس الحيوان (الماعز)

على ظهر الأرض، السودان يحظى بمقومات سياحية متعددة على مختلف أنواعها تبعاً لتنوع بيئاته الطبيعية والجغرافية، التاريخية والثقافية، ويتميز بعدد وافر من مناطق آثار الحضارات القديمة المنتشرة في أرجاء السودان إضافة إلى المتاحف التي تضم آثار الممالك والسلطنات التي تعاقبت وسادت ثم بادت، وقد شكلت كتابات وتقارير الرحالة والمستكشفين الغربيين ومشاهدات المستعمر دافعاً قوياً للسياح الاوروبيين للسفر إلى السودان.

بالرغم من توفر موارد ومقومات جذب السياحة المتعددة التي يحظى بها السودان، إلا أن نصيبه من عائدات السياحة الاقتصادية لايزال دون المأمول وأن هذا القطاع المهم يحتاج إلى المزيد من الاهتمام من القطاعين العام والخاص والانفاق عليه وتطوير مجال الترويج والإعلان المرئي وتنمية البنى وترقية القطاعات الخدمية والنقل والاتصالات.

الترويج الجيد يعتمد على الانفاق بسخاء إذ يُعد من أهم العوامل التي تسهم في نجاح قطاع السياحة وخصوصاً على الإعلان القائم على الصورة الضوئية الإبداعية التي يتحول فحواها تلقائياً إلى ثقافة بصرية راسخة لدى السياح، وبالتالي يسهم في لفت الانتباه ورفع معدل الجذب السياحي ما يترتب عليه زيادة العائدات الاقتصادية وبالتالي الارتقاء بالمجالات الثقافية والاجتماعية ويرفع مستوى السياحة في السودان.

خريطة رقم (1) توضح: أهم مواقع وآثار الحضارات التاريخية في السودان



شلالات (1-6)



معابد



أهرامات



مواقع العهد المسيحي



مواقع العهد الإسلامي

(إعداد الدارس)

عالمياً، المتاحف عموماً لم تعد تؤدي وظائف جمع الآثار، عرضها، التوثيق لها واعداد الدراسات فحسب، وإنما تعددت مهامها وتشعبت لتلبية رغبات وحاجات قطاع السياحة والسياح الباحثين عن المعرفة، لذا انتهجت العديد من الدول في العالم تطوير مجال الترويج والإعلان للسياحة عموماً، وخصوصاً الثقافية المعرفية، إضافة إلى الأنشطة التفاعلية بين السياح والسكان المحليين في أو حول مواقع الآثار والمتاحف.

المتاحف بأنواعها المختلفة ووظائفها المتعددة تؤدي دوراً مهماً في جذب السياح باعتبارها هدفاً رئيساً للسياح والباحثين عن المعرفة، وأن السودان في نظر الدارس يُعد متحفاً كبيراً نسبة إلى حضاراته الضاربة في القدم وتعدد مناطق ومواقع آثارها، إضافة إلى ثقافات السكان المختلفة والتقاليد والعادات المتباينة.

الدراسة في هذا الجانب تتناول التعريف إلى أهم المتاحف في السودان فيما يلي:

3-4-8-1/ متحف السودان القومي: يقع المتحف في الخرطوم "شارع النيل" تم افتتاح مبناه الحالي في العام (1971م)، يحوي مقتنيات أثرية من مختلف أنحاء السودان يمتد تاريخها من عصور ما قبل التاريخ حتى فترة الممالك النوبية والفونج والممالك الإسلامية، تضم صالاته الداخلية عدد كبير من المقتنيات الحجرية، الحديدية، والخشبية البرونزية والجلدية في شكل منحوتات وأنية، وأدوات زينة وصور، حائطية وأسلحة، أما فناء المتحف يشمل العديد من المعابد والمدافن والنصب التذكارية، وتماثيل بأحجام مختلفة تم إنقاذها وإعادة تركيبها قبل أن تغرها مياه السد العالي أهمها: معبد "سمنه شرق"، "سمنه غرب"، معبد "بوهين"، مقبرة "الأمير حجو توحتب" وأعمدة كاتدرائية فرس (https://ar.wikipedia.org 14.6,2018).

متحف السودان القومي تم تصميم وتوزيع مساحات قاعاته بحسب الحقب التاريخية المختلفة، وقد تم افتتاح القسم الخاص بحضارة كرمة في العام (2008م) ليضم الآثار التي تم اكتشافها في منطقة كرمة مثل: تماثيل الفراعنة السود التي عُثر عليها محطمة في منطقة "دوكي قيل" وتم ترميمها من قبل الخبير الألماني "ماركوس بلود"، ويضم المتحف أيضاً قطع من ألواح معابد أخناتون وصور تماثيل الإله آتون، وبه عينات من أهم أنواع

خزف كرمة الذي تطور خلال (2500 – 2050 ق. م

3-4-8-2/ **متحف التاريخ الطبيعي:** يُعد هذا المتحف من أقدم المتاحف السودانية، يقع في الخرطوم "شارع الجامعة" تم افتتاحه في العام (1929م) يحوى العديد من الحيوانات النادرة المحنطة والحية من زواحف وطيور ومواشي وحشرات وله العديد من الأهداف العلمية والسياحية (المرجع السابق).

3-4-8-3/ **متحف الأثنوغرافيا:** المتحف القومي للإثنوغرافيا تم افتتاحه في العام (1959م) وأعيد ترتيبه مرات عديدة بفلسفة وطرق عرض متجددة، يستقبل السياح والزائرين بصفة دائمة خصوصاً بعد أن خضع في عام (2003م) إلى إعادة ترتيب وتم تقسيمه إلى مناطق ثقافية (وزارة الإعلام السودانية 2016.6.22).

3-4-8-4/ **متحف شيكان:** يوجد في مدينة الأبيض عاصمة ولاية شمال كردفان، أنشئ في العام (1960م) وتم افتتاحه رسمياً في العام (1965م)، يضم مقتنيات نادرة يعود تاريخها إلى حقبة دولة المهديّة وأعمال عريقة في تراث مناطق كردفان، إضافة إلى صور توثيقية لشخصيات أثرت الحياة في منطقة كردفان بمجالاتها المختلفة الاجتماعية، الثقافية، السياسية، الرياضية والأدبية (المرجع السابق).

3-4-8-5/ **متحف قصر السلطان علي دينار:** يوجد هذا المتحف في مدينة الفاشر عاصمة ولاية شمال دارفور، يفد إليه السياح والباحثون من شتى بقاع العالم، يحوي مقتنيات السلطان علي دينار الخاصة، الهدايا، الغنائم وتراث المنطقة، ومن أهم المعروضات الأثرية: طبلين من النحاس "الدار عامرة" و"عطا المولى" كانتا تُقرعان لإعلان الحرب أو الأفراح، وسيوف فضية، بنادق عتيقة وعملات فضية وأوانٍ مطلية بالذهب ومخطوطات إسلامية (http://www.bbc.com 2016.3.12).

3-4-8-6/ **متحف القصر الجمهوري:** المتحف يقع ضمن مباني القصر الجمهوري في الخرطوم "شارع الجامعة" داخل مبنى كان في الأصل كنيسة مشيدة على الطراز المعماري البيزنطي تم افتتاحه في العام (1999م)، يهتم المتحف بتوثيق وحفظ المقتنيات الرئاسية في الحقب المختلفة من تاريخ السودان الحديث، يضم معرضاً للسيارات الرئاسية القديمة منذ الحكم الثنائي، كما توجد به مكتبة عامة (المرجع السابق).

3-4-8-7/ متحف بيت الخليفة: أحد أقدم المتاحف في السودان يقع في مدينة أم درمان، كان مقراً لسكن الخليفة عبدالله خليفة الامام المهدي، شُيد في عام (1887م) وتحول إلي متحف عام (1928م) يضم مقتنيات حقبة دولة المهديّة مثل: أسلحة متنوّعة، أثاث، أزياء ومركبات
(.http://www.common.sd 22.8.2018).

3-4-8-8/ المتحف الحربي: يقع في الخرطوم داخل مباني القيادة العامة للقوات المسلحة، مفتوح للجمهور بهدف التعرف إلى أنواع الأسلحة المختلفة والمقتنيات العسكرية وصور قدامى القادة العسكريين ومذكرات قدامى المحاربين خلال الفترات التاريخية المتعاقبة (المرجع السابق).

3-4-8-9/ متحف محمد نور هدا ب: متحف هدا ب يبعد (64 كلم) جنوب مدينة بورتسودان عاصمة ولاية البحر الأحمر، أُفتتح في العام 1989م، من أكبر المتاحف الخاصة، يؤرخ لمقتنيات تراثية، أدوات، أسلحة وملابس مرتبطة بحضارات شرق السودان ومجموعاته السكانية، يحوي المتحف بعض مقتنيات الأمير عثمان دقنة "أحد قادة الثورة المهديّة" (هناى https://www.arabic.china.org. 2018.02.13).

3-5/ السياحة البيئية في السودان:

يسعى السودان جاهداً للحاق بركب الدول المتطورة في مجال السياحة البيئية، لما يتميز به من تنوع كبير في الموارد الطبيعية والبيئات السياحية المتعددة بدءاً من بيئات الحياة البرية الغنية بأنواع الحيوانات والنباتات المختلفة، المسطحات المائية المتمثلة في الأنهار، البحار، البحيرات، الشلالات والجنادل مروراً بالمناخ المتعدد، والتضاريس الطبيعية المتنوعة ما بين الصحارى، الغابات، الجبال، السهول والوديان، وانتهاءً بالموقع الجغرافي المميز الذي يُعد بوابة إلى قلب القارة الأفريقية.

تتناول الدراسة فيما يلي التعريف بأهم مواقع واماكن سياحة البيئات الطبيعية في السودان، وهي كالتالي:

3-5-1/ مواقع السياحة النهرية والبحرية:

3-5-1-1/ شلال السبلوقة: ويُسمى أيضاً الشلال السادس وهو احد المواقع السياحية المهمة يقع على بعد (80 كلم) شمال العاصمة الخرطوم، تتميز منطقة السبلوقة بطبيعة جبلية كثيرة الصخور ومناخ شبه صحراوي،

التدفق المائي في الشلال الناتج من ضيق مجرى نهر النيل يتيح للسياح ممارسة الرياضات المائية مثل السباحة والرحلات النيلية الترفيهية، تحوي المنطقة أعداد كبيرة من الطيور مثل: القماري والقطا (Hashim, 1995, 8, 10).

3-5-1-2/ ملتقى النيلين: هو الظاهرة البيئية الطبيعية الفريدة والمعلم الأبرز للعاصمة الخرطوم والأكثر جذباً للسياح، يقع عند منطقة "المقرن" حيث يلتقي النيل الأزرق الذي ينحدر من الهضاب الإثيوبية مع النيل الأبيض القادم من بحيرة فيكتوريا الواقعة على حدود كل من أوغندا، تنزانيا وكينيا، والتقاءهما يُشكل نهر النيل أحد أطول أنهار العالم (أحلام سليمان، 2016م).

3-5-1-2/ جزيرة سنجنيب: تبعد هذه الجزيرة عن ميناء بورتسودان حوالي (25 كلم) شرقاً، بطول (6 كلم وعرض 2 كلم) هي جزيرة مرجانية بها فناء لإرشاد السفن وتحوي نحو (250) نوعاً من الأسماك والكائنات البحرية المختلفة، أبرزها الاخطبوط والدولفين، فضلاً عن أكثر من (120) نوعاً من الشعب المرجانية جعلتها من أهم المقاصد السياحية ومن أفضل مناطق الغوص عالمياً (المرجع السابق).

3-5-1-3/ الباخرة امبريا: هذه الباخرة أغرقت في العام (1937م) قبالة ساحل البحر الاحمر، وبمرور الزمن تكونت حولها الشعب المرجانية فصارت من أفضل وأشهر مناطق الغوص والتصوير تحت الماء.

3-5-2/ مواقع السياحة البيئية في جنوب كردفان:

3-5-2-1/ مناطق جبال النوبة: جبال النوبة ويبلغ عددها نحو (100 جبلاً) في شكل سلاسل جبلية خضراء تقع في ولاية جنوب كردفان وتتوسط منطقة حزام السافانا الغنية، تُعد من أهم مواقع السياحة البيئية في السودان، تحظى هذه المناطق بحصيلة كبيرة من الحياة البرية الحيوانية والنباتية المتنوعة، توفر مياه الأمطار في فصل الصيف يجعل من السهولة المحافظة على بيئتها الطبيعية ويتميز سكان هذه المناطق بموروث ثقافي كبير (سعيد، بدون، 54).

3-5-2-2/ منطقة رشاد: رشاد من أفضل مواقع السياحة البيئية في مناطق جبال النوبة تقع على ارتفاع (885 قدم) فوق سطح البحر مما يجعل مناخها معتدل طول العام، رشاد تتميز بتنوع اثني فريد تظهر آثاره

في مخلفات المواقع الأثرية بالمنطقة، من أبرز عناصر الجذب السياحي بالمنطقة، بحيرة "كيلك" وبساتين الفواكه المختلفة والطيور بأنواعها المختلفة (http://www.common.sd.2.7.2017).

3-5-3/ مواقع السياحة البيئية في شرق السودان:

3-5-3-1/ منطقة أركويت "المصيف الأول": تقع أركويت على هضبة مرتفعة تتخللها الجبال والسهول الخضراء ومغطاه بالأشجار على ارتفاع (3800 قدم) فوق سطح البحر وتبعد (205 كلم) غرب مدينة بورتسودان تحظى بطقس معتدل طوال العام وأمطارها تهطل صيفاً وشتاءً، تتميز بالهدوء والميادين الفسيحة مما تتيح للسياح فرصة السير على الأقدام، تضم هذه المنطقة قبر القائد "عثمان دقنة" أمير الشرق في عهد دولة المهديّة (سعيد، ب ت، 56).

3-5-3-4/ مواقع السياحة البيئية غرب السودان:

3-5-3-4-1/ جبل مرّة (Marrah Mountain): جبل مرة منطقة جذب سياحي من الدرجة الأولى، ثاني أعلى قمة في السودان يقع في إقليم دارفور ويتكون من سلسلة من المرتفعات بطول (240 كلم) وعرض (80 كلم) وارتفاع (10 ألف قدم) فوق سطح البحر ويحوي مجموعه كبيرة من الشلالات والبراكين يسود فيه مناخ البحر الأبيض المتوسط والمناخ المعتدل وشبه الصحراوي، يوجد به أكبر مركز البحوث الزراعية ومشاتل للفواكه التي اشتهرت بها المنطقة وهي العنب، التين، الخوخ، الكمثري، البرتقال والتفاح إضافة لأنواع نادرة من الزهور (حنان، 2003، 86).

من أبرز المناطق السياحية في جبل مرة ما يلي:

3-5-3-4-2/ مرتجلو وقلول: المنطقتان جاذبتان للسياح وتحويان غابات كثيفة وشلالات دائمة التدفق، وتكثر فيهما العديد من أنواع الطيور المهاجرة والحيوانات البرية منها القروود.

3-5-3-4-3/ منطقة سوني: سوني بها شلال دائم التدفق من أكثر المناطق الجاذبة للسياحة وبها استراحة عريضة وملائمة لاستقبال السياح.

3-5-3-4-4/ منطقة ضريبة: تتميز بوجود فوهة بركانية أعلى الجبل، بها بحيرتان ومحمية طبيعية تعتبر إحدى

أكبر تجمعات تكاثر الطيور المستوطنة بالسودان والمهاجرة إليه، وتحديدًا الأوز، البط، الحبارى واللقاق (المرجع السابق).

رفع مستوى سياحة البيئات المحلية في منطقة جبل مرة والمناطق المجاورة لها تظل أحد أهداف هذه الدراسة، ويرى الدارس أن من الممكن تحقيق ذلك الهدف من خلال الاهتمام بترقية مجال الترويج والتسويق وذلك بالاعتماد علي الإعلان المرئي وتحديدًا القائم على التصوير الضوئي الإبداعي، لما له من سمات وعناصر جذب وتشويق لا تتوفر في غيره من وسائل الاتصال المرئي، إضافة إلى الاهتمام بتطوير مشاريع البنى التحتية وتشجيع القطاع الخاص للاستثمار بكل مؤسساته وهيئاته العاملة في هذا المجال، وبالتحديد تأهيل وتحديث المنشآت السياحية في كل القرى المجاورة بإقامة معسكرات سياحة دائمة ملائمة لطبيعة وبيئة المنطقة، وإنشاء مجمعات رياضية تتيح للسياح الفرصة لممارسة سياحة المغامرات ورياضة تسلق الجبال وإقامة مركز لدارسي ومتابعي حركة الطيور المهاجرة.

3-5-5/ المحميات الطبيعية في السودان:

السودان يتمتع بمساحات شاسعة غنية بالموارد الطبيعية والبيئات الصالحة لتكاثر وبقاء أنواع متعددة من الحيوانات البرية والبحرية ما يجعله عالمياً من الدول القلائل التي تضم أكبر تنوع للتديات الكبيرة المنتشرة في المناطق الجغرافية المختلفة، ووفقاً لذلك أصدرت الحكومة السودانية مرسوماً في العام (1939م) يقضي بإقامة محميات طبيعية وحظائر وحدائق عامة في كل أجزاء البلاد، من أشهرها التالي:

3-5-5-1/ محمية الدندر للحياة البرية: تقع هذه المحمية جنوب شرق العاصمة الخرطوم بنحو (560 كلم) على الحدود مع دولة أثيوبيا، مساحتها نحو(10290 كلم2)، بالقرب منها يمر نهر الدندر والرهد، أنشأت داخلها (40) بركة كبيرة لتأمين مياه الشرب للحيوانات أثناء فصل الجفاف، اما الفترة من يناير حتى ابريل هي افضل الفترات للسياح لزيارة المحمية التي تضم مجموعة كبيرة من الأسود والفهود والشيتا "الفهد الصياد" والجواميس والضباع والخنازير البرية والفيلة، كما تحوي (27 نوعاً) من الحيوانات اللبونة و(200 نوعاً) من الطيور والأسماك والأفاعي، الرياح، السعدان الأفريقي الآسيوي الضخم، أما الأرناب البرية والسناجب فتعيش

في أطراف المحمية (المصطفى، 1997، 125).

3-5-5-2/ محمية الردوم القومية: توجد في ولاية جنوب دافور، بها بحيرة "كندي" أحد أكبر تجمعات وتكاثر الطيور المائية المهاجرة والمتوطنة بالسودان وبشكل كثيف مثل: الإوز، البط، الحبارى والعديد من أنواع اللقالق، أما أبرز الحيوانات الموجودة بالحظيرة: البقا الأكبر، أبو عرف، التيتل، الكتمبور، الحمرية، المور، البشمات، غزال سنجة، الأسد، النمر، كلب السمع والحلوف أبو نباح، إلا إن الحركة السياحية لم تطرقها بصورة مكثفة بسبب ضعف الترويج والإعلان وبعدها عن المركز (المرجع السابق، 127).

3-5-5-3/ محمية وادي هور: هذه المحمية تضم أنواع متعددة من الحيوانات البرية وتتوفر فيها مياه كيريتية تستخدم في علاج العديد من الأمراض، تشتهر مناطق وادي هور ووادي آزوم بالطبيعة الوعرة مما يتيح للسياح فرصة ممارسة رياضة المغامرات (<http://www.common.sd22.8.2018>).

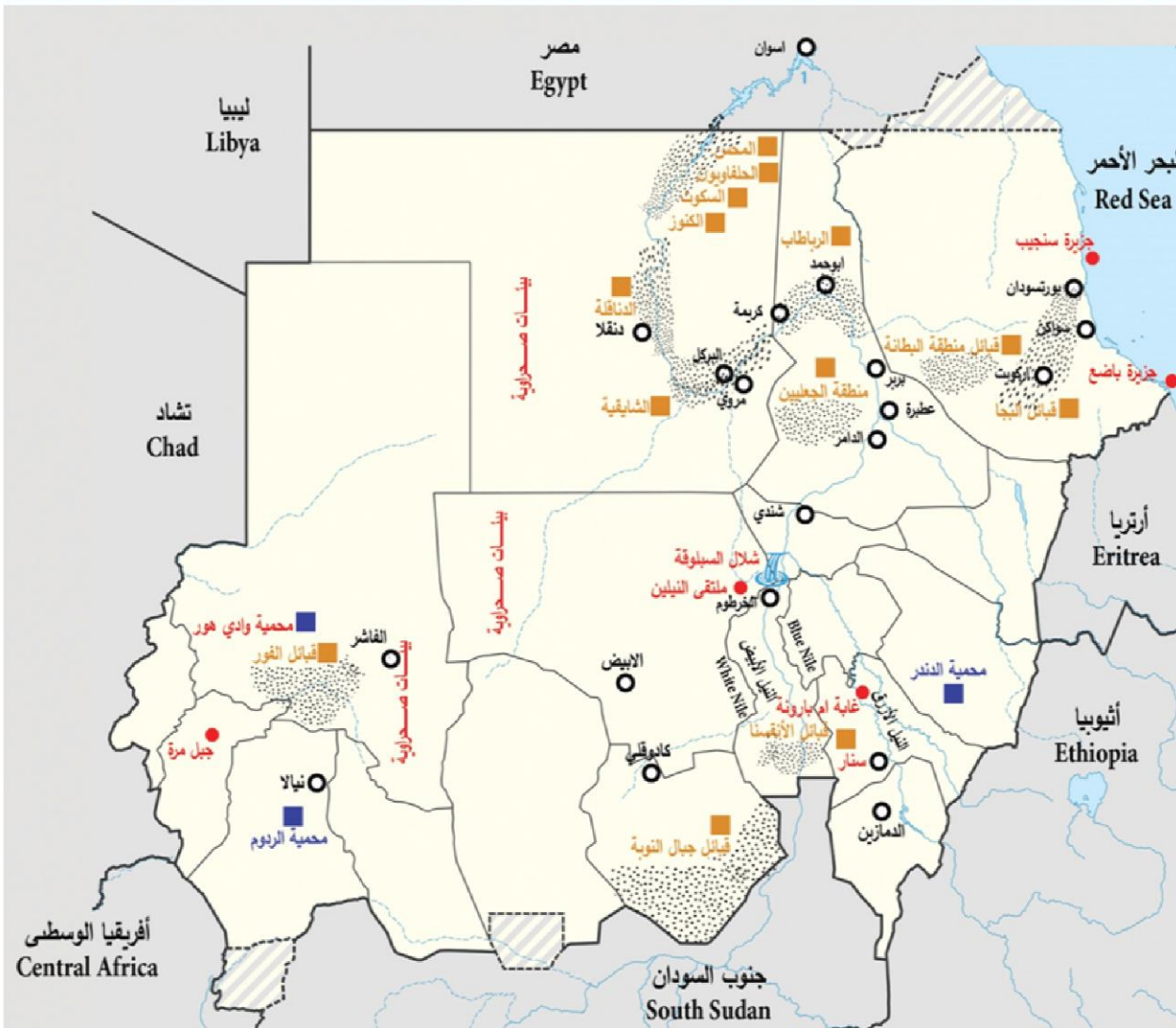
3-5-5-4/ محمية أم بارونة: وتسمى غابة أم بارونة تقع على ضفة النيل الأزرق بالقرب من مدينة ود مدني وسط البلاد، تحوي أنواعاً عديدة من الحيوانات البرية، وتعتبر موطناً لأنواع كثيرة من الطيور النادرة وبالتالي هي المنطقة الأشهر لصيد الطيور في السودان، ومن ناحية أخرى نجد أن شدة انحدار نهر النيل الأزرق من الهضبة الأثيوبية في تلك المنطقة تتيح للسياح فرصة ممارسة أنواع من الرياضات المائية المختلفة.

بالرغم من توفر مقومات سياحة البيئات المحلية في السودان وقدرتها على تقديم خدمات وأنشطة فاعلة للسياح بهدف رفع مستوى السياحة وعائداتها الاقتصادية، إلا أن هذه الامكانيات لم تستثمر بالطرق المثلى خصوصاً ما يلي مجال الترويج للسياحة البيئية ولم يرق إلى المستوى المنشود، وقد تبين للدارس ضرورة تطوير مجال الترويج والإعلان لهذا النوع المهم من السياحة وتحديداً من خلال التصوير الضوئي الإبداعي بشقيه الثابت والمتحرك الذي من شأنه تعميق العلاقات بين السياح والسكان المحليين في المجالات الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية، ومن ثم تنتقل هذه المفاهيم عبر السياح أنفسهم إلى شعوب أخرى وتجد حظها من الانتشار في مناطق متفرقة من العالم، وتنتشر تبعاً لذلك اللغات والفنون الشعبية والتقاليد والعادات على اوسع نطاق خارج حدود القطر، والذي بدوره يثري عمليات الترويج للسياحة.

إن فرص نجاح القطاعين الحكومي والخاص كبيرة في الاستثمار تطويراً لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية ومن الممكن تحقيق قدر كبير من العائدات الاقتصادية ورفع مستوى السياحة من خلال التالي:

1. الاهتمام بتطوير وترقية الترويج للبيئات الطبيعية وتحديدًا القائم على الصورة الضوئية الإبداعية لما تتميز به عما سواها من وسائل الاتصال المرئي (المذكورة آنفاً في بداية هذا الفصل).
2. إنشاء مجمعات سكنية تتيح للسياح فرص إقامة معسكرات للصيد البري وممارسة كافة الأنشطة الملائمة لطبيعة مناطق البيئات السياحية علماً بأن عائداتها الاقتصادية أكبر بكثير من تكاليف إنشائها.

خريطة رقم (2) توضح: أهم مواقع سياحة البيئات الطبيعية في السودان



شلالات



محميات طبيعية



قبائل سودانية



مدن سودانية

(إعداد الدارس)

تعريف الثقافة من قبل (أريكسون ومالينوسكي، Malinowski & Erixon): فإنها تتضمن المعدات، المنتجات، السلوك، القيم القياسية، والأفكار التي ابتكرها الانسان وطورها واستعملها كوسائل مصطنعة من اجل أن توفر له احتياجاته المادية والنفسية (عثمان، مقابلة في مكتبه، 26.8.2019).

أما تعريف (تايلور، Tylor) للثقافة: هي ذلك الكل المركب الذي يحوي المعرفة، المعتقد، اللغة، الفن، الأخلاق، القانون، الأعراف (التقاليد)، وأي مفردات وعادات اكتسبها الانسان (المرجع السابق).

بناءً على التعريفين السابقين لمفهوم الثقافة عموماً، يمكن للدارس تعريف السياحة الثقافية بأنها:

هي كافة التأثيرات التي تنشأ وتتطور من العلاقات التفاعلية بين السياح السكان المحليين وفق ما يقتضي المكان والزمان والمشاركة في كل أو بعض الأنشطة المرتبطة بالعادات والتقاليد أو أي مظاهر اجتماعية مادية أو غير مادية لها علاقة بأنماط وطبيعة حياة المجتمع المحلي.

توجه العديد من الدول اهتمامها نحو تطوير الترويج والإعلان للسياحة الثقافية من خلال التصوير الضوئي الإبداعي خصوصاً في ظل التطور التقني الكبير في وسائل الاتصالات المرئية وذلك لتأثيره الأعمق في السياح، وللسياحة الثقافية فوائد متعددة تعود بالنفع على السكان المحليين والسياح معاً، من أهمها التالي:

- يحصل السياح على تجارب جديدة وجيدة من خلال التعرف إلى بيئات وثقافات متنوعة، عادات وتقاليد أمم وشعوب مختلفة وبالتالي تعزيز فرص التقارب والتآلف.

- التطوير المستمر في أداء المهرجانات الثقافية الشعبية يسهم في المحافظة على التقاليد الاجتماعية والموروثات الأصلية.

- أن تدويل اللغات المختلفة وانتشارها عبر السياح يمكن من استمرار العلاقات التجارية والثقافية بين الدول. السودان ومنذ القدم ونتيجة للتمازج بين القبائل العربية والأفريقية فيه نشأت حضارة ذات خصوصية جعلت من النسيج السكاني مجموعات متعددة الأعراق ومختلفة الثقافات، وبالتحديد في مجال الفنون الأدائية المستوحاة من العادات والتقاليد للمجموعات القبلية المتباينة، الأمر الذي جعل مهرجانات الفنون الأدائية التقليدية من أهم العناصر الأساسية المعول عليها في الترويج والإعلان للسياحة الثقافية في السودان، وخصوصاً الرقص

الشعبي باعتباره وسيلة اتصال تعبيرية مباشر بين المؤدين والجمهور، والأعمق أثراً والأكثر جذباً للسياح الأجنبي (https://ar.wikipedia.org.23.8.2017).

تتناول الدراسة في هذا الجانب رصد وحصر وتعريف أهم أنواع الرقص الشعبي في السودان:

3-6-1/ الرقص الشعبي في السودان:

3-6-1-1/ اصطلاحاً: يتكون المصطلح من كلمتين: "رقص، شعبي"، رقص المقصود به هو حركة الإنسان التي تستخدم كشكل من أشكال التعبير، وهو أداء الشخص أو المجموعة لعدد من الحركات باستخدام أطراف الجسم بطرق معينة، متناغمة تمثل مظهر من مظاهر الاحتفال والفرح أو الحزن، أما شعبي، منسوب إلى شعب والمقصود به الناس عموماً، والقبائل السودانية خصوصاً (عبدالحي، 2016).

يتميز السودان باتساع أراضيه وتنوع البيئات واختلاف الأعراق وبالتالي تباين العادات والتقاليد ما دفع بالتركيبية القبلية في السودان إلى التنافس الشديد في الحفاظ على تراثها وتطويره ليكون أحد أهم عناصر جذب السياحة والباحثين في هذا المجال (سراج، 2017، 13).

الرقص الشعبي "سلالي، عرقي"، يرتبط بطقوس ومجالات أبرزها المجال الثقافي، الاجتماعي والاقتصادي المتمثل في الحصاد، ويعتبر من أبرز العادات والتقاليد في السودان المتوارثة من جيل إلى جيل ومختلف من قبيلة إلى أخرى، فالتعبير الحركي الإيقاعي والإشارات تتخذ كل واحدة منها أكثر من معنى تعبيراً عن الفرح والاحتفال (فاطمة، 1990).

التعريفات أعلاه للرقص الشعبي لا تفي أغراض الدراسة، لذا صك الدارس التعريف التالي:

الرقص الشعبي: فن احتفالي مستمد من الموروثات الثقافية، العادات،

التقاليد والمعتقدات، من خلاله يستطيع الفرد أو الجماعة التعبير عن

المشاعر الناتجة عن الواقع الاجتماعي، التاريخي والاقتصادي.

السودان تختص كل قبيلة فيه بفنون رقص معينة دون غيرها، وفي هذا الجانب تتناول الدراسة التعريف بأهم وأشهر أنواع الرقص الشعبي المنتشر في أرجاء السودان المختلفة ومنها التالي (مدير الاعلام والترويج بوزارة السياحة، مقابلة، في مكتبه، 2018):

3-6-1-2/ الرقص الشعبي في شمال السودان:

يُمارس الرقص الشعبي في شمال السودان في معظم الاحتفالات القومية والمناسبات مثل: الميلاد، الختان، الزواج والوفاة، والمناسبات الدينية والأحداث السياسية المهمة، الشباب يمارسون الرقص الشعبي في مواسم الحصاد وفي الليالي المقمرة بشكل عفوي وبأساليب متنوعة كنوع من أنواع التعبير الجسدي ينقل إحساساً بالفرح (عبدالحي، 2016م).

3-6-1-2-1/ رقصة الرتوتو: من أهم الرقصات عند قبيلة الشايقية، تُؤدى على إيقاع " الدليب " تارة خفيف وتارة ثقيل بمصاحبة آلة الربابة الموسيقية أو "الطمبور" وهو آلة شعبية وتريّة مُنتشرة في كافة أرجاء السودان وخاصةً في الشمال، تُؤدى معظم الرقصات من قبل امرأة واحدة ومجموعة من الرجال، يصطف الرجال صفان يتحركون مع الإيقاع ومع الراقصة كرا وفرا، ومن دلالاتها الاجتماعية اظهار قوة الرجال ومهارات المرأة، تستمد العديد من قبائل شمال السودان رقصها الشعبي محاكاة تمايل أوراق النخيل وتُسمى "طمبور وطار"، ولقبائل الشايقية اسلوبهم الخاص في الرقص والغناء وبمسميات مثل "الفردة" وترقص بنوعين من الغناء «الخفيف والثقيل» ونوع الإيقاع يحدد زمن الحركة وشكلها (حربي، 2009).

3-6-1-2-2/ الرقص الشعبي النوبي: اهتم النوبيون القدماء بالرقص وكان يُؤدى في احتفالات طقوس الزواج، الحصاد، أثناء إقامة الولائم، واحتفالات الصيد، فيضان النيل، الميلاد، واحتفالات الختان البلوغ، ومن أهم أنواع الرقص الشعبي عند النوبيين ما يلي:

3-6-1-2-2-1/ رقصة الوسطانية "الشيلة": تؤدى بعد وصول موكب الشيلة أو سد المال إلى منزل أهل العروس ويرقصها النساء مع ضرب الدفوف والغناء والاصطفاف في نصف دائرة وتتشابك أيديهن ويتحركن إلى الأمام والخلف ببطء، مع حركة الوسط والتقدم في انحناء خفيف مع رفع الأيدي متشابكة ثم إنزالها، وتدخل إحدى الفتيات لتؤدي الرقص أسرع وسط دائرة من النساء (عبدالحي، 2016).

3-6-1-2-2-2/ استعراض الأراجيد: أداء الأراجيد يتم بمصاحبة الغناء والإيقاع الصوتي وضرب الدفوف وتتميز التشكيلات بخطوة منتظمة، تبدأ من يوم تخضيب الحناء وفي ليلة الزفاف، يتقدم المغنون إلى

المنتصف ويضرب الرجال الدفوف، وتصطف النساء أمامهم ويتشكلن على هيئة مربع أو دائرة والحركة تتميز بالتمايل يميناً ويساراً، والرقص في خطوة موحدة منتظمة إلى اليمين ثم سحب الجسم عليها وجذب القدم اليسرى مع هز الجسم إلى الأمام ثم إعادة القدم اليسرى وعليها الجسم مع جذب القدم اليمنى، وتكون الأيدي متشابكة من عند الذراع أو الساعدين، ويقوم بعض أصدقاء العريس بالرقص بالتناوب داخل الدائرة.

3-6-1-2-2-3/ رقصة فري: ويطلق عليها أيضاً رقصة طائر السمان وتؤدي ضمن احتفالات مراسم الزواج في الحنة والزفاف، يؤديها مجموعة من الشباب يتحلقون في نصف دائرة مع مجموعة من الفتيات في نصف الدائرة الآخر، وترقص فتاتان في منتصف الدائرة بخطوات سريعة جداً، وتخرجا ويدخل غيرهما، وتصاحب الرقصة أغنية تحمل نفس الاسم (https://ar.wikipedia.org. 26.8.2018).

3-6-1-2-2-4/ رقصة بلاجة: تسمى أيضاً رقصة الدلوعة، وتشبه رقصة الفري ولكنها أبداً وترمز إلى العروسة، وتصاحبها أغنية بلاجة تمدح العروس (المرجع السابق).

3-6-1-2-2-5/ رقصة الكف "الهولي هولي": لرقصة الكف عند "قبائل الكنوز" أكثر من طريقة ومن اسم، منها الهولي هولي، وفيها يصطف الشباب والرجال على شكل مربع يؤديون خطوات موحدة، وبينهم المنشدون الذين يؤديون الأغاني ويضربون على الدف، ويشد ضرب الكف، ويقف ثلاثة من ضاربي الدفوف واثنان من ضاربي الدف الكبير لأداء الأغاني مع الضرب على الدفوف بوسطهما حامل الجريدي، وفي الجانب يجلس ضارب النقارة، ويتحلق الرجال حولهم والنساء في طرف الحلقة، ويتقدم أربعة من الكفافة يقفزون ويصفقون على إيقاعات النقارة والدفوف (عبدالحى، 2016).

3-6-1-2-2-6/ رقصة الكف "التربالة، الكرو": رقصة الكف تتشكل فيها دائرة من الرجال يصفقون وتتحول الدائرة إلى مستطيل ويجلس عند أحد أركانها ضارب النقارة وإلى جواره سيف وحرية ودرقة، وينسحب ضاربو الدفوف، ولا يصاحب هذه الرقصة أية أغنية، وتجلس النساء خلف حلقة الرجال ولا يشاركن في هذه الرقصة، يبدأ والد العريس المؤدي الرقصة برفع سيفه وهزه في الهواء ويردد كلمات تشيد بالحسب والنسب، وترغد النساء خلف الحلقة، ويصدر الرجال همهمات تعبيراً عن الفرحة والفخر، ثم يتناول الدرقة ويبدأ استعراض

الرقص واثبًا حتى نهاية المستطيل ويعود إلى حيث بدأ، ويضع الدرق والسيف مكانهما ويناولهما غيره، وكلما خرج مؤد بعد أدائه للرقص (https://ar.wikipedia.org. 26.8.2018).

3-6-1-2-2-7/ رقصة الدرشو "الحوم بي": رقصة الدرشو تُؤديها قبائل الشايقية في احتفالات الحناء والزفاف، انتشرت وعمت معظم السودان باسم الحوم بي، وهي مأخوذة من رقصات القبائل النوبية تشبه إلى حد ما رقصة الكف الهولي هولي (أبوسيب، 2016، 4،1).

3-6-1-2-2-8/ رقصة أولي: تُقام ضمن احتفالات الزفاف في بعض مناطق حلفا وبطن الحجر والسكوت تشبه الهولي هولي، مع اختلاف بعض التشكيلات، والأعداد والإيقاع مع القفز في الهواء.

3-6-1-2-2-9/ رقصة كزي: هذه الرقصة تعتمد على مزاجية إيقاعية بين الصفقة والصوت، وتؤدي بمصاحبة آلة الطنبور ومعنى كزي زئير الأسد وأطلق مسمى الطنبارة على الكري لارتباطها بآلة الطنبور وتشبه أداء رقصتي فري وبلاجة مع اختلاف التشكيلات وسرعة الإيقاع.

3-6-1-2-2-10/ رقصة جابودي: تشتهر بها قبيلتي الكنوز والدناقلة فقط وتؤدي بنفس إيقاع أولي، وتؤدي الرقصة ضمن احتفالات الأعراس شبيهة برقصة الهولي هولي مع اختلاف التشكيلات والأعداد والإيقاع، بنفس الحركات وضرب الكف، وتستخدم الوثب في الهواء وخطوات سريعة (سعيد، 2013).

3-6-1-2-2-11/ رقصة السبوع: تؤدي احتفالاً بمرور الأسبوع الأول على ميلاد الطفل الذي يؤخذ في جولة نيلية عند الغروب في زفة، ويُغمر الطفل في مياه النيل صيفاً وغسل كفيه وجبهته شتاءً، وتُنشد له الأودية بطول العمر، ويضرب على الصحن النحاسي بالمكحل حتى يصدر رنيناً وتمر الأم من فوق البخور سبع مرات، وتدور النساء والأطفال حول المولود مع ترديد الأغاني، لكن عادة التبرك بماء النيل لم تعد تمارس بعد الهجرة إلى منطقة حلفا الجديدة (عبدالحي، 2016).

3-6-1-2-3/ الرقص الشعبي عند قبائل الجعليين: يرتبط الرقص الشعبي في مناطق قبائل الجعليين بالجلد أو الضرب بالسوط أو ما يعرف بـ "البطان" خصوصاً في احتفالات الزواج، هو عادة قديمة عند قبائل الجعليين والقبائل ذات الأصول العربية بصفة خاصة، شب عليها الكبار ونشأ فيها الصغار، يقوم فيها العريس بجلد

اشقائه وشباب عائلته في جو احتفالي خاص يحضره الجميع نساء ورجال وحتى الأطفال والمقصد هو اثبات الفروسية والاحتمال لأبناء أسرة العريس والذي يجلد أيضا في نفس الاحتفال، ومن أهم أنواع الرقصات الشعبية نذكر التالي:

3-6-1-2-3-1/ رقصة النقرة: رقصة النقرة هي عبارة عن قفزات عالية للشباب مع ايقاع النحاس أو ما يعرف بالدلوكة.

3-6-1-2-3-2/ رقصة الصقرية: تتسم رقصة الصقرية بأدائها الدرامي الذي يحكي صراع البقاء بين الصقر والفريسة، تؤدي واثنين احدهم بفرد "ملفته" متشبهًا بجناحي الصقر ويستلقي الآخر على الارض كما الضحية ويحوم حوله فاردًا جناحيه كالصقر الكاسر المنقض على فريسته (أبوسيب، 2016، 41).

يختلف الرقص الشعبي في شمال السودان باختلاف القبلية والمنطقة ويتفرد بعدم تشابهه مع أي نوع من أنواع الرقص الشعبي في العالم، ويعتبر من أهم أنشطة الموروث الثقافي والفني ويلجأ إليها السكان المحليين كأحد وسائل التعبير عن المشاعر الناتجة عن الواقع الاجتماعي، التاريخي والاقتصادي، سياحياً، يرى الدارس أن هذا النوع من الرقص الشعبي لم يحظى بالاهتمام والترويج والإعلان حتى يحقق الجذب اللازم.

3-6-1-2-4/ الرقص الشعبي في مناطق كردفان: تحظى معظم القبائل في المنطقة بطابع خاص غني بالموروثات الأدبية والشعبية المميزة، والمتمثلة في الحكم والامثال التي يتوارثها الأبناء عن الأجداد يتجلى ذلك في أدائهم للرقصات الشعبية لمناطق كردفان المختلفة ومن أهمها التالي:

3-6-1-2-4-1/ رقصة النقارة: رقصات النقارة تُعد جزء أصيل في الثقافة والتراث السوداني منذ القدم، وتشكل حضوراً في مختلف المناسبات الاجتماعية والأعياد الرسمية والشعبية بل وحتى في الحروب، يختلف شكل النقارة من قبيلة إلى أخرى وتسمى النقارة أو النحاس أو الطبلية ويطلق لفظ نقارة أيضاً على الآلات الايقاعية التي يُنقر عليها أو يُضرب عليها عند اقامة الاحتفالية، والنقارة منتشرة في غرب البلاد عموماً وبصورة كبيرة، والجدير بالذكر دوماً يتم اعطاء بعض الهدايا النقدية " للنقار " او الراقصة (حربي، 2009).

النقارة تتفاوت أهميتها من قبيلة لأخرى والحصول على النقارة يمثل مظهراً للهيبة، لذا من يأخذها عنوة له

الأحقية بزعامة القبيلة ومن العادات الموروثة لدى قبائل شرق السودان نشر اللبن على النقارة في حالة الحرب، حيث يُعد اللين رمزاً للنصر (يوسف، 1996).

3-6-1-2-4-2/ رقصة الكمبلا: الكمبلا من أهم وأشهر الرقصات الشعبية في مناطق جبال النوبة بجنوب كردفان، وتُعد الكمبلا مهرجاناً للأزياء المزركشة وتقليد اجتماعي للتعبير عن احتفالات متواصلة طوال فصل الخريف وموسم الحصاد والمناسبات السعيدة كالزواج مثلاً، تحمل الكمبلا دلالات القوة والشجاعة ويتشبه راقصوها بالثيران القوية، وترتبط الكمبلا بنسج الفتيان وبمقولة شهيرة في موسم الحصاد عندما ينادي الفرسان على بعضهم: "لا تستطيع أن تأكل الذي حصده إذا لم ترقص الكمبلا" وتسمى رقصة الكمبلا شعبياً في مناطق جبال النوبة بـ "سبر أدت" باللغة المحلية و"الحصاد" باللغة العربية وذلك لأنها رقصة تُؤدى في موسم حصاد الزراعة احتفاءً باستقبال الموسم الجديد (نهى حسن، 2018).

3-6-1-2-4-3/ رقصة الكرنق: الكرنق "بكسر الكاف وفتح الراء" من الرقصات التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالغناء للفروسية والشهامة والأخلاق والكثير من الخصال التي تتميز بها قبائل مناطق جبال النوبة الغنية بالموروث الثقافي، لكل قبيلة تاريخها، عاداتها وتقاليدها الخاصة، هذه الرقصة الشعبية تمتزج فيها الإيقاعات القوية مع حركة الجسد في تناسق تام، وتُعد من عناصر الالفه والترابط بين أبناء القبيلة وتمارس في تنصيب زعماء القبائل والعشائر إلى جانب احتفالات الأفراح وأيام الحصاد (المرجع السابق).

3-6-1-2-4-4/ رقصات "شوشنقا والتونجي": تُؤدى هاتين الرقصتين باتخاذ النساء شكلاً دائرياً وسطهن الضارب على النقارة رجلاً كان ام امرأة، يبدأ الرقص في شكل هرولة بمصاحبة قفزات خفيفة فيها تتناغم إيقاعات النقارة مع حركة الراقصين السريعة واللعب بالاضفائر بالنسبة للنساء يميناً ويساراً على حسب حركة الرأس، ومن اجدياتها أن يُفتتح الرقص بالنساء أولاً، يهرولن في شكل دائري حول ناقر النقارة وهنا يتنافس الرجال للدخول لرفع روح الحماس في ساحة الرقص (الأسباط، 2013).

3-6-1-2-5/ الرقص الشعبي في مناطق النيل الأزرق: يأتي الرقص الشعبي في الأساس تعبيراً عن القوة واستعراضاً للمهارات، ودلالة على عراقية تلك القبائل القاطنة المناطق الواقعة جنوب شرق السودان في الحدود

مع إثيوبيا، ومن أهم أنواع الرقص الشعبي التالي:

3-6-2-1-6-3/رقصة الـ **الـوازا**: الـوازا، هي آلة نفخ شعبية تنتشر بشكل خاص في مناطق النيل الأزرق، تتكوّن من عدة أبواق مصنوعة من الخشب قمعية الشكل مُلتصقة بعضها البعض طولياً، تتفاوت في الطول والحجم وكل بوق يصدر صوتاً واحداً، ومن الرقصات الشعبية الأخرى الأشهر في تلك المناطق: رقصة الكلس، التمبك، الباتتم والباتنج، وتُؤدى جميعها احتفالاً بموسم الحصاد والمناسبات السعيدة بمصاحبة آلة الـوازا (حربي، 2009).

3-6-2-1-6-3/الرقص الشعبي في شرق السودان: الرقص الشعبي عند أهل الشرق عموماً يتميز بمصاحبة السيف مع الايقاعات والغناء الشعبي مع حركات تعبيرية أهمها القفز تشتهر بها قبائل البجه مثل الهدندوة والبنبي عامر وتمارس في جميع المناسبات خصوصاً الزواج ويمارسها الرجال والنساء معاً، ومن أهم أنواع الرقص الشعبي في شرق السودان التالي:

3-6-2-1-6-3/رقصة السيف: تعرف هذه الرقصة السيف بـ"التكوي"، مرتبطة بقبيلة الهدندوة وتُؤدى في مناسبات الزواج فيها يقف الرجال والنساء في صفين متقابلين يحمل الرجال السيوف رمزاً للشجاعة والفروسية والبطولة ويتقابل الفرسان والمهزوم يقع ويخنفي من المجموعة ويصبح الفائز هو القائد الذي يبين مهارته ويلعب بالسيف ثم يرفعه بحماس ويضع السيف في صدره ثم في الرقبة والصدر معاً ويحرك رقبته كزحف ثعبان وهو يحافظ على توازن السيف بمهارة ويبدأ بهدوء في تحريك رقبته إلى الأسفل حتي يرى الأرض من خلفه (المرجع السابق).

3-6-2-1-6-3/رقصة السيسعيد: تنتشر هذه الرقصة في شرق السودان وعند معظم قبائل البني عامر، وتعني موج البحر، تُظهر جمال شعر المرأة، وإيقاعها يشبه إيقاع السيرة، وكذلك رقصتي السيف والواندوب تصاحبهما ضربات معينة على الرابطة "الباسنكوب" (حربي، 2009).

3-6-2-1-6-3/رقصة السماكة: رقصة السماكة يُؤديها صيادو السمك على شواطئ البحر الأحمر، وهم يرددون أهازيج تتعلق بالصيد ومغامراتهم في البحر (المرجع السابق).

بالنظر إلى رقصة السماكة، يرى الدارس إن الرقص الشعبي لا يقتصر فقط على القبائل والمجموعات العرقية، فهناك الرقصات المرتبطة بحرفة معينة مثل رقصات عمال الدريسة الذين يعملون بالسكة حديد.

3-6-1-2-7/ الرقص الشعبي في مناطق دارفور: تُعد الرقصات الشعبية في دارفور من الأنماط الفنية الموغلة في القدم والتي تشكل جزءاً كبيراً من ثقافة الناس وحياتهم البسيطة، تتباين أنواع الرقصات الشعبية في دارفور حسب المناسبة أو الاحتفالية وهذا التباين يعود إلى اختلاف المناطق التي وفدت منها أو إليها هذه القبائل وفي هذا الجانب تتناول الدراسة أهم أنواع الرقص الشعبي في مناطق دار فور ومنها التالي:

3-6-1-2-7-1/ رقصة الجراري: الجراري من الرقصات الشعبية الأشهر في دارفور وتختلف طرق أدائها باختلاف مناطق انتشارها، أشهرها صيغة "الكرير والحسيس"، الكرير في الجراري يعني إصدار الفتيان بشكل جماعي لصوت جهور يصدر من الجوف أشبه بخوار الثور، وصيغة الحسيس تشبه إلى حد ما الصيغة الأولى من ناحية اصدار الصوت لكنهما يختلفان في سرعة الإيقاع، فإيقاع الحسيس سريع جداً يشبه إلى حد كبير نحيق حمر الوحش (شريف، 2014).

3-6-1-2-7-2/ رقصة الرشات: هذه الرقصة وبحسب العادات والتقاليد المتوارثة يؤديها عدد كبير من الناس، يقوم الراقصون بالغناء معتمدين على الإيقاع من خلال التصفيق والضرب بأقدامهم على الأرض، تُؤدى عند استقبال السلاطين والملوك، إلا أن بعض الرقصات تُؤدى في المناسبات السعيدة وبأقل عدد من الناس مثل رقصة الهجوري (الفاضل، 2013، 24).

3-6-1-2-7-3/ رقصة الجوجو: يؤديها الرجال خارج المنازل مثل سائر أنواع الرقص الشعبي في دارفور، تتوافق فيها الأزياء مع حركات كل رقصة، ويتضمن الرقص الشعبي اشارات وحركات ترمز الى الوحدة والإخاء وسط هذه الجماعات، مما يمكن لهذا الفن المتأصل في المجتمعات الدار فورية من الاسهام في تعزيز السلام والمصالحة وسط قبائل الاقليم (المرجع السابق، 26).

3-6-1-2-7-8/ رقصات "حلقات الذكر": يرتبط رقصات حلقات الذكر أو الحضرة أداؤها بالطرق الصوفية وهي نوعان "السماع" مرتبط بالصوت، و"الذكر" وهو الكلام والحركة معاً، والحركة الإيقاعية عن طريق حركة الجسم

بالميل يميناً ويساراً مع حركة الرأس واليدين، المادحون يقومون بالإنشاد، ويقوم البعض بدور أداء أول المدحة "المطلع" ويُطلق عليهم اسم "الشيالين" أو الرُمال، يرددون مطلع المدحة عقب كل بيت من أبيات المدحة مع حركات هز الرأس والتصفيق والميل بالجسم (عبدالحى، 2016).

يحظى السودان بتنوع عرقي كبير يقترن بتنوع المكان والزمان من جهة وفنون الرقص الشعبي من جهة أخرى، وقد ارتبط الرقص الشعبي وعبر التاريخ بالعقائد البدائية والمعتقدات والطقوس الدينية والتعبير عن الأفراح والأفراح وكذا الأفكار والآراء وتبادل المعارف مع مختلف الثقافات الأخرى، فهو ثقافة شعبية وفن عريق يعبر عن حالة انسجام تام بين المشاعر والجسد وليس وليداً عصرياً بل وجد بوجود الإنسان الأول وتطور تبعاً لتطور الحضارات، ويختلف باختلاف مهامه وأدائه حسب اختلاف أنماط الحياة وأساليبها ومتطلباتها، أو التعبير عن حاجات حياتية وإنسانية، مثلاً بعض القبائل في أفريقيا لايزال تؤدي رقصات لجلب المطر أو طلب المساعدة في الحفاظ على المنطقة أو القبيلة من شر يحرق بها، ومن أهم تلك الرقصات الشعبية: "رقصات الحرب" التي تهدف إلى بث الرعب في قلوب الأعداء بإطلاق أصوات وأهازيج تشبه إلى حد كبير زئير الأسود أو هدير الجمال أو عواء الذئاب، يرى الدارس أن الرقص الشعبي للقبائل والمجموعات العرقية المختلفة في السودان ينتقل أداؤه من جيل إلى جيل، وأن الأوان ليجد حظه من الترويج والإعلان من خلال التصوير الضوئي الإبداعي الذي يُعد الوسيط الأعمق تأثيراً والأكثر جذباً للسياح.

3-6-2/ المصارعة التقليدية في السودان:

عالمياً، شهدت أنشطة السياحة البيئية وعلى مدى العقود القليلة الماضية نمواً كبيراً سريعاً ومتواصلاً سواء من حيث زيادة أعداد السياح الأجانب أو العائدات الاقتصادية، ما نتج عنه آثار بيئية اجتماعية وثقافية واسعة النطاق، وبما أن السودان بلد معروف بتعدد أعراقه ومورثاته الثقافية المختلفة التي أفرزت العديد من مظاهر التنافس الرياضي خصوصاً المصارعة الشعبية في مناطق جبال النوبة بولاية جنوب كردفان، وتحظى المصارعة الشعبية برواج واهتمام كبيرين وتعرف محلياً بـ "الصراع" وهي من أهم وأشهر الرياضات الشعبية التي تمثل نشاطاً اجتماعياً رياضياً أصيلاً تستعرض من خلالها المجموعات والقبائل ثراء تراثها الشعبي

ومهارات أبطالها في فنون القتال.

3-6-2-1/ المصارعة التقليدية ثقافة شعبية: يتقن المصارع فنون المصارعة على يد خبير يسمى بـ"السَّباري"، وهو من يتولى تنظيم المباريات التنافسية التي تقام عادة في فصلي الخريف و"الدَّرت" أي "وقت الحصاد"، تُقام هذه المباريات عسراً في أجواء حماسية بين القبائل أو المناطق أو القرى وبحضور الرجال والنساء، حلبة المصارعة تسمى "نقعة"، لإذكاء روح التنافس ينشدن الفتيات الأغاني الحماسية وذلك بتمجيد مصارع معين بذكر أمجاد عشيرته وأجداده الأقوياء، يُحمل الفائز على الأكتاف ويطوفون به المكان المخصَّص لجمهور المهزوم ابتهاجاً وسروراً بالنصر، يصقِّق له الجميع في روح رياضية سامية تنمي احساس الشعور بالوحدة والهوية الوطنية كما نرى في الألعاب الأولمبية أو مباريات كأس العالم لكرة القدم (فيصل، 2016، 15).

3-6-2-2/ المصارعة رياضة شعبية جاذبة: يستعرض الفتيان من خلال هذه الرياضة الشعبية مهاراتهم في فنون القتال والدفاع عن النفس بوجود الفتيات حول حلبة الصراع يقمن بأداء الأغاني الحماسية يمجدن قوة هذا المصارع أو ذاك، هذا النوع من الرياضة وجد مؤخراً قبول بين السياح الأجانب خصوصاً بعد انتشارها في عدد من ميادين أحياء العاصمة الخرطوم (شريف، 2014).

3-6-2/ سباق الهجن في السودان:

سباق الهجن من الرياضات الشعبية الأصيلة التي تمارسها الشعوب العربية منذ الجاهلية وبعد الاسلام، يصفه الكثيرون بأنها رياضة الأجداد التي تثير الحماس والتنافس بين الشباب في العصر الحديث بصفتها متوارثة عبر الأجيال على مر الأزمان، الهجن هو نوع من الإبل يستخدم لممارسة هذا النوع من الرياضة الشعبية الأكثر شهرة في منطقة الشرق الأوسط، السودان، مصر والاردن وخصوصاً في دول منطقة شبه الجزيرة العربية: المملكة العربية السعودية، قطر، سلطنة عمان ودولة الامارات، تحرص هذه الدول على اقامة مهرجانات سباق الهجن في الاحتفالات الشعبية والرسمية وبصفة دورية (خالد، 2007، 7، 27).

3-6-2-1/ ميادين سباق الهجن: تتباين ميادين السباق من ناحية الشكل من بلد إلى آخر، منها على شكل مضمار مستقيم أو ميدان بيضي الشكل أو دائري ودوماً تكون مجهزة بمنصة رئيسة للمشاهدين تمكنهم من

متابعة السباق في كل مراحله اضافة إلى وجود أجهزة تصوير متطورة ودقيقة مثبتة عند خط النهاية (المرجع السابق، 29).

3-6-2-2/ صفات ومميزات الهجن: الابل الأصيلة التي تشارك في سباق الهجن تتصف بسنام واحد ورقبة طويلة ويصل وزن الواحدة منها إلى (500 – 600 كجم)، تتميز بالنعافة وخفة الحركة والسرعة التي قد تصل نحو (64 كم/س) لها القدرة على التحمل والاستجابة للتدريبات، رياضة سباق الهجن شبيهة إلى حد كبير برياضة سباق الخيل، إلا أن الاختلاف بينهما هو "الركبي الآلي" الذي يوضع على ظهر الجمل أو الهجن الذي يصل وزنه نحو (2، 3) كجم فقط، بينما في الخيول قد يخسر الفارس كثيراً من وزنه مقابل الحفاظ على لياقته ليتحملة الحصان (عثمان، 2003).

3-6-2-2/ سباق الهجن سياحة ثقافية: تكثف المجتمعات البدوية التي تعيش في أطراف الخرطوم من تنظيم مهرجانات سباقات الهجن التي أضحت مصدراً للثراء، نظراً لدخول رؤوس الأموال الأجنبية والاستثمار في هذا النشاط السياحي، اقتصادياً، أدى ارتفاع أسعار الإبل التي تفوز في السباقات إلى لفت الانتباه والجدب، والذي أدى بدوره إلى تنظيمها بصورة راتبة، وبالتالي أحدثت هذه الرياضة تغييراً اجتماعياً كبيراً حتى أصبحت بعض مراسم الزواج لا تتم إلا بتنظيم وإقامة هذه الرياضة التقليدية (المرجع السابق).

عالمياً، تحظى العديد من الرياضات الشعبية وسباق الهجن أحداها بأقبال جماهيري كبير خصوصاً من السياح الأجانب من أجل متابعتها والاستمتاع بالأجواء التنافسية الكبيرة وباعتبارها تظاهرة اجتماعية تنصهر فيها الثقافات المختلفة، ويشكل السياح مورداً اقتصادياً مهماً للبلد المضيف، لذا يرى الدارس أن رياضة سباق الهجن السودانية من الضروري أن تصل إلى العالم الخارجي عبر تطوير مجال الترويج والإعلان المرئي وبالتحديد من خلال الإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي.

3-6-3/ الصناعات التقليدية في السودان:

تحظى العديد من الصناعات التقليدية في السودان بأهمية كبيرة لأنها تشكل مصدر دخل رئيس لعدد كبير من السكان المحليين العاملين في مجالاتها المختلفة، معلوم أن السودان يتميز بمساحات شاسعة وتنوع كبير في

الموارد الطبيعية وتعدد في الأعراق والقبائل أدى تمازج الثقافات والتقاليد والعادات مما أدى بدوره أيضاً إلى تعدد الصناعات التقليدية التي تعتبر نشاط اقتصادي وفني منذ القدم لكونها تعمل على اشباع حاجات الانسان المادية والمعنوية وتحمل مميزات البيئات المحلية، إن الرقعة الجغرافية لهذه المصنوعات التقليدية قد اتسعت وانتشرت لتسهم في التواصل الانساني بين الأمم والشعوب المختلفة، علماً بأن كل منطقة في السودان تختص بصناعات ومنتجات تقليدية شديدة الارتباط بالبيئة المحلية، وفيما يلي تورد الدراسة أهمها:

3-6-3-1/ صناعة السعف: لغوياً: هو جريد النخل وورقه، السعف جمعه سعوف يُستخرج من ورق شجر النخيل أو نبات الدوم الذي تمتلئ به وديان وصحارى بلاد النيلين بمناخه شبه الصحراوي وشبه الاستوائي، وتعود معرفة البشرية للسعف إلى حضارة بلاد الرافدين، وقد ظهر النخيل في رسومات المعابد القديمة في حضارات وادي النيل وفي حضارات ممالك النوبة القديمة، مروى، نبتة والمصورات، ويستخدم سعف النخيل في العديد من المجالات منها البناء وصناعة بعض الأثاثات والمعدات والأدوات المنزلية، في السودان تُعد صناعة السعف من الصناعات العريقة والمرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالعادات والتقاليد وموروثات الثقافة الشعبية المحلية، فلا يكاد بيت سوداني واحد يخلو من المنتجات السعفية التي يتقن صانعوها في إبرازها بأشكال دقيقة وبألوان جاذبة، وتنتشر هذه الصناعة بكثافة في مناطق شمال وغرب البلاد، حيث وفرة أشجار النخيل والدوم باعتبارها المصدر الرئيس للسعف (سراج الدين، 2017).

صناعة السعف ارتبطت بمعظم تقاليد ومورثات الإنسان السوداني، فالمنازل تُزين بجريد وسعف النخيل ويوضع في مكان جلوس العريس وعروسته كناية على طلب العيش الرغد مستقبلاً، ويجب علي العريس في الثقافات والتقاليد القديمة الذهاب قبل حفل الزواج إلى النيل وقطع بعض جرائد النخيل تبركاً منها ومن النيل الذي يغذي البلاد طولاً وعرضاً حيث تغني الفتيات في الأغاني الشعبية (عريسنا ورد البحر وقطع جرائد النخل)، ولا يعتبر الزواج مكتملاً إلا بهذه العادة التي تعود إلى ممالك النوبة القديمة التي لا يزال معظم السودانييين مؤمنين بكثير من عاداتها وتقاليدها (المرجع السابق).

تدخل في صناعة المشغولات السعفية في السودان في العديد من الأدوات والأواني المنزلية مثل التالي:

3-6-3-1-1/ السباتة، البرش: هي مفارش من السعف يُجلس عليها في المناسبات عند تناول الوجبات كعادة أهل السودان في الجلوس أرضاً عند الأكل "سابقاً"، وترتبط السباتة أيضاً بالأفراح والمناسبات حيث تُقرش "السباتات" في ساحة الرقص في حفلات الزواج، تتنوع البروش المصنوعة من السعف في استخدامها مثلاً: برش الصلاة، برش الجرتق وبرش الجنازة.

3-6-3-1-2/ الريكة والمندولة: وهما وعاءان من أدوات المطبخ توضع فيها الأطعمة.

3-6-3-1-3/ القُفة: سلة من السعف تُستخدم للتسوق وحفظ الأغراض.

3-6-3-1-4/ الهبابة: عبارة عن أداة يدوية تُصنع من السعف تستخدم لتحريك الهواء في الصيف.

3-6-3-1-5/ المشلعيب: من أدوات حفظ الأطعمة (https://www. aljazeera.net 21.9.2015).

3-6-3-1-6/ الطبق: وهو مشغول من السعف يستخدم غطاء للأكل.

تظهر منتجات السعف اليوم في "سوق أم درمان" ومحلات الأناثيك التراثية في "ساحة أتنى" بالخرطوم، كصناعة جمالية مريحة تجد قبولاً وإقبالاً كبيرين، من السياح الأجانب والعرب والسودانيين وتسجل نسبة شراء لا بأس بها مما يستوجب المزيد من الاهتمام وتطوير مجال الترويج والإعلان لها خصوصاً من خلال الإعلان المرئي وبالتحديد القائم على التصوير الضوئي الإبداعي.

3-6-3-2/ صناعة الجلود في السودان:

عُرفت المنتجات الجلدية في السودان منذ القدم، وقد أسفرت الحفريات والنقوش في بعض المواقع الأثرية في المصورات والبحراوية عن العثور على حذاء جلدي تقليدي قبل (5000 عام) في مملكة مروى، ما يشير إلى أن دباغة ومنتجات الجلود هي جزء أصيل من الحضارة السودانية في عهدها القديم والحديث.

3-6-3-1/ مقومات إنتاج الجلود:

ينتج السودان من الجلود الطبيعية ما يصل نسبته إلى (50%) من الإنتاج العالمي، وتشير الإحصاءات إلى أن مخلفات الذبيح تقدر نحو (8 ألف) قطعة يومياً من (11 مسلخاً) بالخرطوم فضلاً عن المدابغ الموجودة في السودان والتي تقدر بـ(28 مدبغة) منتشرة في ولايات البلاد المختلفة والتي يقدر إنتاجها بـ(25 مليون) قطعة

من الجلود الخفيفة كجلود الضأن والماعز، مما يجعل أمر تطوير هذا القطاع ضرورة قصوى تتمثل في تأهيل المسالخ لاستقبال الجلود ومتابعتها حتى الإعداد النهائي لتصديرها، ما يعتبره خبراء المجال مورداً اقتصادياً مهماً وذلك للأسباب التالية:

3-6-3-1-1-2-3 / الطلب العالمي المستمر والمتزايد للجلود.

3-6-3-2-1-2-3 / توفر الخبرات السودانية الكبيرة المتراكمة في مجال الجلود وتجاريتها منذ العام (1947م).

3-6-3-3-1-2-3 / الحاجة المتزايدة لاستهلاك اللحوم داخلياً وخارجياً.

3-6-3-4-1-2-3 / توفر عدد مقدر من مخازن للجلود منتشرة في معظم مدن وقرى السودان.

3-6-3-5-1-2-3 / تم انشاء بعض مسالخ الحديثة مؤخراً (بشير، 2015).

3-6-3-21-2-3 / منتجات الصناعات الجلدية:

الصناعات الجلدية في السودان ومنتجاتها متعددة الاستخدامات، إلا أن صناعة الأحذية تمثل المستهلك الأكبر وذلك لتخلف وضمور غيرها من الصناعات الأخرى، في ستينيات القرن الماضي أنشأت شركة "باتا" العالمية مصنعاً كبيراً للأحذية في مدينة الخرطوم بحري وكان نموذجاً في أفريقيا والشرق الأوسط وتبعه قيام مصانع متوسطة وورش مختلفة الأحجام تقدر بنحو (600 ورشة)، إلا أن مناطق دارفور لها باع طويل في الصناعات الجلدية عموماً وصناعة الاحذية خصوصاً وبالتحديد انتاج "المركوب الفاشري والجنينة" (المرجع السابق).

الصناعات الجلدية التقليدية بكل أنواعها تعتبر هدماً مهماً للسائح الأجانب والعرب القادمين إلى السودان ويُعد سوق ام درمان أشهر أماكن انتاج وتسويق المنتجات والمشغولات الجلدية اضافة إلى منطقة وسط الخرطوم "السوق الأفرنجي، سوق الأناتيك"، ومن اهم المنتجات الجلدية هي: الأحذية، الحقائب النسائية بأنواعها وأحجامها وأشكالها المختلفة، منتجات جلود الزينة والفلكور، وبعض الآلات الموسيقية التقليدية والأثاثات المنزلية (بشير، 2015).

منتجات الصناعات الجلدية في السودان وخلال العقود الأخيرة ظلت تعاني من إغراق الأسواق المحلية بالعديد من المنتجات المستوردة من الخارج نتيجة لسياسات التحرير الاقتصادي، مما أدى إلى توقف بعض المصانع

عن الإنتاج جزئياً أو كلياً، الشيء الذي أكسب المنتجات الجلدية التقليدية عدم القدرة على التنافس، لذا يرى الدارس أنه لا بد من الاهتمام بالترويج الأمثل للصناعات الجلدية المحلية عبر الإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي إضافة إلى استجلاب مدربين من منظمة (اليونيدو) لعقد دورات تدريبية بهدف رفع قدرات الكوادر الفنية العاملة في المدايع وإنشاء مدن صناعية لتطوير المنتجات الجلدية التقليدية بكل أنواعها باعتبارها من أهم عناصر الجذب السياحي.

3-3-6-3/ صناعة المنحوتات الخشبية التقليدية:

تعود صناعة المنحوتات الخشبية في السودان عموماً إلى ما قبل العهد التركي عندما كانت الحياة بسيطة في كل شيء، تعتمد هذه الصناعة على نحت الأخشاب المستجلبه من مناطق الغابات في غرب، وجنوب شرق البلاد التي تتوفر فيها أنواع الأشجار الاستوائية النادرة ومن أبرزها الأبنوس، المهوقني، التوك، الساج وخشب الورد، يعتمد معظم النحاتون على الوسائل والأدوات التقليدية في تنفيذ أعمالهم مثل: الإزميل، المبرد والمناشير المختلفة حجماً وشكلاً (<https://m.arabi21.com.22.12.2016>).

تعد صناعة المنحوتات الخشبية أحد أوجه الموروث الثقافي المتنوع والمنتشر في بيئات السودان ومن أهم عناصر جذب السياح الأجانب، ونحظى برواج كبير من الناحية التجارية في الأسواق المتخصصة في صناعة وعرض وتسويق الأنايك، مثال لذلك:

3-3-6-3/ سوق الغابة: يقع هذا السوق بالقرب من غابة السنط الممتدة على ضفاف النيل الأبيض بمنطقة المقرن في الخرطوم، هذا السوق لا تحده أسوار ويُعد معرضاً مفتوحاً في الهواء الطلق تُعرض فيه أعمال وإبداعات النحاتين السودانيين أو ما تُسمى بـ"الاناتيك" أمام السياح الأجانب والمارة من السكان المحليين الذين يحرسون على زيارته واقتناء المنحوتات من أخشاب الأبنوس، المهوقني والتوك، ومثال للمنحوتات التقليدية: العصي، السبح، الحلي النسائية والأقواس والسهام، وأشكال للحيوانات المختلفة والفنادق وهي: "جمع فندك ويستعمل لسحن بعض التوابل والمأكولات الجافة" إضافة إلى صناعة بعض المنحوتات من العاج "سن الفيل" (سهام، 2018).

الجدير بالذكر أن سوق الغابة أخذ يتلاشى شيئاً فشيئاً منذ العام (2011م) وهو العام الذي تم الإعلان فيه عن قيام دولة جنوب السودان، الأمر الذي عجل برحيل معظم النحاتين الجنوبيين إلى دولتهم الوليدة.

3-6-3-3-2/ **ساحة أتنيه:** وتوجد هذه الساحة في السوق الأفرنجي بالخرطوم تنتشر فيها محلات عرض وتسويق منتجات المنحوتات الخشبية التقليدية "الأناطيك" والتي بدورها تشهد إقبالاً كبيراً من السياح الأجانب والسودانيين العاملين بالخارج والدبلوماسيين المعتمدين لدى السودان، بغرض اقتناء التحف والتماثيل والمنحوتات الخشبية، الخزفية، الجلدية أو منحوتات من العاج "سن الفيل" المصنوعة في شكل إكسسوارات مثل: العقود والخواتم والأساور المحلاة بأسلاك من الفضة أو الذهب، الحلقات وقطع الشطرنج البيضاء والسوداء من خشب الأبنوس، فضلاً عن أشكال الحيوانات المختلفة، إضافة إلى منحوتات بيض النعام الذي يتميز بكبر حجمه وصلابة قشرته التي تشبه الرخام، حيث يتم تفرغ البيضة من محتواها ثم يتم تصميم العمل الفني ومن ثم يتم تنفيذ النحت على سطحها مثل: ، الآيات القرآنية أو الأقوال المأثورة (حسن، 2017).

3-6-3-3-3/ **صناعة المراكب:** تعتبر صناعة المراكب يدوياً جزءاً أصيلاً من التراث السوداني الذي يستلزم الاعتناء به، وهي من المهن الشاقة التي تحتاج إلى مهارة عالية التي ورثها الآباء عن الأجداد، تعتمد هذه الصناعة اعتماداً كلياً على جلب أخشاب أشجار السنط المنتشرة في منطقة المقرن بالخرطوم، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بالصيادين وسكان ضفاف وجزر نهر النيل والأنهار الأخرى، اشتهرت بها في مدينة ام درمان منطقتي "أبو روف والموردة"، دخلت في العقود القليلة الأخيرة المراكب الحديثة المصنوعة من الحديد كمنافس يهدد وجود صناعة المراكب التقليدية التي تعتبر إحدى موروثات الشعوب (المرجع السابق).

3-6-3-3-4/ **صناعة "نجر" العناقير:** ظهرت صناعة العناقير في البيوت السودانية منذ قديم الزمان، باستخدام أدوات بدائية أهمها "القدم"، وللعنقير عدة أنواع ومسميات قديمة منها: عنقير "الغد" الذي ينسج ويربط بالجلود، الهبابي والمنجرة، هذه الصناعة كادت أن تندثر لولا دخول المخارط الحديثة التي طورت صناعته، حالياً اقتصر ظهور العنقير على مناسبتين إحداهما سعيدة والأخرى حزينة، في الأولى يجلس فيه العريس يوم الحنة، وفي الثانية يُحمل عليه جثمان الميت، تم اقتباس شكل العنقير في تصميم وصناعة ما

يعرف بـ "الحُق" وهو إناء خشبي توضع فيه عطور سودانية محلية (أميرة، 2018).

3-6-3/4 صناعة الفخار في السودان:

الفخار من أقدم الحرف والصناعات التي عرفها الإنسان في العصور القديمة، وظهور أول الأشكال الفخارية يعود إلى نهاية العصر الحجري الأول وبداية العصر الحجري الوسيط (10.000 ق.م)، احدثت هذه الصناعة تغيرات مهمة في مجالات الحياة المختلفة ومهدت لغيرها من الصناعات الأخرى حيث مكنت الإنسان من التحكم في درجة الحرارة واستخدامها لاحقاً في صهر المعادن كالنحاس والحديد مما جعل بعض الدارسين يطلقون على قدامى الفخاريين لقب (المهندسين الكيميائيين الأوائل).

السودان من أوائل البلدان الأفريقية التي عرفت صناعة الفخار والتحكم في درجة الحرارة (7500 ق.م)، وأن منطقة الشهبان (23 كم) شمال مدينة أم درمان هي الأقدم في أفريقيا والشرق الأدنى القديم التي عرفت صناعة الفخار وثاني أقدم موقع أثري في العالم القديم، وقد كشفت الحفريات في هذا الموقع عن بقايا قطع فخارية وكميات كبيرة من الأدوات الحجرية والبقايا العظيمة والرخويات، وتم نشر هذا الكشف العلمي ونتائجه في مجلتي (نيامي اكوما، N.A)، (الأنثروبولوجيا الحاضرة، Current Anthropology) بكندا والولايات المتحدة توالياً (1987-85م) (<https://sudaneseonline.com>، 3.3.2020).

تطورت صناعة الفخار في السودان تطوراً كبيراً وبلغت شأناً عظيماً من حيث الصناعة والحرق والتشكيل والزخرفة في عهدي مملكة كرمة (2500 - 1500 ق.م) ومملكة مروى (900 ق.م - 350 م)، أنتجت مروى القديمة فخاريات من أجود أنواع الصناعات في العالم القديم وتميزت منتجاتها بالزخارف والألوان المستلهمة من البيئات المحلية، وظلت هذه الصناعة محافظة على مستواها التقني الرفيع بفضل انتشار الاستخدام الواسع لعجلة الخزاف وبالتالي برزت أنماط جديدة من الزخارف والأواني خلال عهد الممالك المسيحية (543 - 1504م) (المرجع السابق).

حالياً، في السودان تشتهر صناعة الفخار في منطقتي " القماير وأبو روف" بمدينة أم درمان وتنتشر فيهما العديد من المواقع المخصصة لتصنيع الأواني الفخارية المختلفة يدوياً وعن طريق الآلات اليدوية التقليدية،

تحظى هذه الصناعة بتعاون بين صنّاع الفخار التقليديين والأكاديميين من خريجي قسم الخزف في كلية الفنون الجميلة، الخريجون يمتلكون خبرة عملية وعلمية لديهم القدرة على الإضافة لتطوير المجال مثل: المعالجات الكيميائية وتصميم زخارف ترفع من مستوى الذوق والوعي الجمالي، خريج قسم الخزف يتمتع برؤى فكرية وجمالية تنبع من معرفته الكبيرة للنسب والتناسب ولديه القدرة على التجديد والابتكار الذي يزيد من الإقبال على صناعة الفخار الذي ما يزال الناس في السودان يستعملون منتجاته في حياتهم اليومية كجزء من الحاجة الحقيقية والتقاليد الأصلية، ومن أهم منتجات الفخار: أصيص الزهور، الأزيار، المباخر (حسب الله، 2011).

3-6-3-1/ صناعة الفخار في غرب السودان: تسهم منتجات صناعة الفخار في سد الحاجة المجتمعات القاطنة في معظم مناطق دار فور "غرب السودان"، وذلك لأهمية استخدام الأدوات والأواني الفخارية في أغلب الشؤون المنزلية، وتشتهر بإنتاجها نساء قبيلة الفور، ومن أهم الأواني والأدوات الفخارية التالي:

3-6-3-1-1/ البُرْمَة: (جمعها بُرام) وهو كل وعاء فخاري دائري الشكل متوسط الحجم كالجرة يتخذ لأغراض كثيرة منها تخمير العجين وطبخه وإعداد وجبة العصيدة ويمكن القول أن البرمة تشمل العديد من الأنواع مثل الزير والجرة، الكنتوش والكلول (يحيى، 2007، 205).

3-6-3-1-2/ الزير: هو إناء فخاري متوسط الحجم مخصص لحفظ الماء وتبريده، يسمى "الدوانة" في بعض مناطق غرب السودان ويكون أكبر حجماً، وقد ظل الزير محافظاً نسبياً على شكله ووظائفه منذ عهود مملكة مروي.

3-6-3-1-3/ القُلة: إناء يصنع من الفخار بأشكال وأحجام مختلفة لحفظ الماء وتبريده، والقلة شديدة الشبه بالزير لكنها أصغر حجماً وبالتالي أسرع منه في التبريد، وتوجد قلة صغيرة جداً ولكن بريقة أطول، توضع تحت الزير لتلقي الماء الذي يتسرب منه والذي يعرف بـ"النقّاع" (ضيف الله، 1974، 56).

3-6-3-1-4/ الجَر: هي الجَرّة بالفصحى، تستخدمها النساء في نقل الماء من البئر أو النهر إلى المنزل، وتستطيع الجر أن تحتوي على ما مقداره أربعة لترات ونصف تقريباً، وبعضها أصغر من ذلك.

3-6-3-1-5/ الكنتوش أو الكنتوش: إناء من الفخار صغير أو متوسط الحجم "كالبرمة" وإن اختلف عنها في

الشكل" يطهى فيه الطعام ويسمى في مناطق شمال السودان "بالدورايه".

6-3-6-3-4-1-6 / **القولاب**: هو صحن كبير توضع داخله العصيدة "أكلة شعبية" في نواحي دارفور.

6-3-6-3-4-1-7 / **الدحلوب**: إناء فخاري شبيه "بالطشت" يستخدم في الغسيل وفي شرب وحفظ المياه وتخمين

العجين، ويستخدمه البعض لتسخين اللبن حيث يترك فيه نكهة مميزة "قنانه"، ومن أشهر مناطق صنع

الدحلوب هي مناطق جبال النوبة الشرقية (أبو سليم، 1982، 49).

6-3-6-3-4-1-8 / **السويبة أو القسيبة**: "مأخوذة من النوبية قسي" تصنع من الطين المخلوط بروث البهائم

مخروطية الشكل "لكنها لا تحرق مثل بقية منتجات الفخار"، تتميز بعزل الحرارة ومنع الفئران من الوصول إلى

المحاصيل والحبوب المختلفة والبلح الناشف، توجد بها فتحتان: فتحة واسعة في أعلاها لصب المنتج المراد

تخزينه وفتحة أخرى صغيرة في الأسفل للتفريغ، وتعرف بـ "الدبقا"، في مناطق غرب السودان، تصنع من

نوع خاص من الطين مخلوط ببعض الحشائش توضع داخل المنزل لحفظ الحبوب مثل الدخن وحب البطيخ

(شاع الدين، بدون، 60).

6-3-6-3-4-1-9 / **البوليته**: إناء فخاري ضخم يُحفظ فيه العيش في مناطق شمال السودان

6-3-6-3-4-1-10 / **الجببته**: إناء فخاري لصنع القهوة وتقديمها، وهو كروي الشكل وذو عنق ومقبض كالإبريق،

وقد انتشرت بذات الشكل في كل بقاع السودان، وصار اسمها بديلاً عن القهوة، النساء يحرصن على تزيينها

بالسكسك والخرز الملون حتى صارت من مكملات زينة المنزل.

6-3-6-3-4-1-11 / **الإبريق**: عبارة عن إناء مصنوع من الفخار له عروة وفم لصب الماء يستخدم للوضوء

ودخول المراض (المرجع السابق).

6-3-6-3-4-1-12 / **التاجون أو الطاجون**: إناء من الفخار يصنع فيه الطعام ويحفظ فيه الماء.

6-3-6-3-4-1-13 / **الماجور**: هو ضرب من أدوات طبخ الطعام، وسمي ماجوراً لصناعته من الأجر وقد

يكون فرناً أو صفحة للطبخ، ويستعمل لعملية عجن الأبري الأحمر "الكوجان" (فرح، 1977، 348).

الباب الثالث

(إجراءات الدراسة)

الباب الثالث

إجراءات الدراسة

يتناول هذا الباب إجراءات الدراسة وفق المنهج الوصفي التحليلي لإثبات أو نفي فرضياتها وذلك من خلال رصد وحصص وتصنيف البيانات والمعلومات المتحصل عليها ومن ثم تحليلها لاستخلاص نتائج الدراسة، ويشمل ذلك التالي:

• وصف عينة الدراسة وكيفية اختيارها.

• إعداد ووصف وإجراءات تحكيم الاستبانة "أداة الدراسة".

• تحليل البيانات والمعلومات احصائياً.

• نتائج التحليل الاحصائي.

1. وصف عينة الدراسة وكيفية اختيارها:

عينة الدراسة التي تم اختيارها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمجال وموضوع الدراسة، وأن العلاقة المباشرة بينهما من الممكن أن تسهم بنسبة كبيرة في التعرف إلى أي مدى تسهم فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية ذات السمات العالمية في رفع مستوى سياحة البيئات المحلية في السودان، وبالتحديد عند مقارنتها بنظيرتها التقليدية، والنمطية المستخدمة حالياً ومنذ عقود في الترويج لسياحة البيئات المحلية.

الشريحتين اللتين تم اختيارهما بغرض جمع البيانات والمعلومات من خلال استطلاع آراءهما هما شريحة تضم الخبراء والمتخصصين في مجال وموضوع الدراسة والأخرى تحوي السياح الأجانب القادمين إلى السودان.

1-1/ شريحة الخبراء والمتخصصين:

الخبراء والمتخصصين بلغ عددهم خمسين شخصاً تم اختيارهم اختيار انتقائي من ذوي الخبرات العلمية والعملية الكبيرة والأكثر ماماً ومعرفة بمجال الدراسة وموضوعها، وقد شملت هذه الشريحة الجهات التالية:

1-1-1 / وزارة السياحة والآثار والحياة البرية:

وزارة السياحة تعتبر الجهة الرسمية المسؤولة عن إدارة قطاع السياحة في السودان، فهي تضم عدداً مقدراً من الإدارات ذات صلة مباشرة وغير مباشرة بمجال وموضوع الدراسة، وبناءً عليه فقد تم استطلاع آراء كبار المسؤولين ومديري الإدارات ورؤساء الأقسام خصوصاً المعنية بشأن الإعلام والترويج والتسويق وإدارة السياحة، والجهات التي تم استطلاع آراءها هي كالتالي:

1-1-1-1 / الوزير: تم استطلاع رأي الوزير بصفته المسؤول الأول عن سياسات الوزارة التخطيطية والتنفيذية، ويُمثل السلطة المنوط بها تطوير مجال الترويج السياحي بهدف رفع مستوى السياحة وعائداتها الاقتصادية.

1-1-1-2 / الوكيل: تم اختيار الوكيل لاستطلاع رأيه باعتباره كبير المدراء، ومن مهامه الأساسية الإشراف المباشر والتنسيق بين أنشطة ومهام الإدارات المختلفة.

1-1-1-3 / الإدارة العامة للإعلام والترويج: هي الإدارة الأكثر أهمية، لذا تم اختيار مديرها وموظفيها ومسؤول وحدة التصوير والتصميم فيها لاستطلاع آراءهم، إذ تُعد هذه الإدارة المصدر الرسمي للمعلومات، والتعرف إلى أنشطة الوزارة في التخطيط وتنفيذ سياسات تطوير الترويج للسياحة، وتحديدًا في الإشراف على تصميم وتنفيذ إعلانات الترويج للبيئات والوجهات والمقاصد السياحية عبر الوسائل المرئية والمقروءة والمسموعة والتفاعلية.

1-1-1-4 / قسم المعارض: قسم المعارض يختص بإقامة وتنظيم المعارض الداخلية والخارجية للترويج والاعلان لبيئات السياحة المحلية، عليه تم اختيار رئيس القسم والعاملين به لاستطلاع آراءهم.

1-1-1-5 / الإدارة العامة للسياحة: الإدارة العامة للسياحة تُعنى بتنفيذ سياسات وخطط النهوض بصناعة السياحة في البلاد، عليه تم اختيار مديرها والعاملين بها لاستطلاع آراءهم، الجدير بالذكر أن معظم العاملين بهذه الإدارة من المتخصصين في مجال السياحة والآثار، الفنادق، الترويج والتسويق.

1-1-1-6 / الإدارة العامة للآثار والمتاحف: تعتبر إحدى الإدارات المهمة في الوزارة، تم استطلاع آراء مدراء أقسامها المختلفة، وذلك لمن واقع إشرافهم المباشر وإدارتهم مواقع الحضارات القديمة والأماكن الأثرية والتاريخية ذات الجذب السياحي.

1-1-1-7/ الإدارة العامة للحياة البرية: هذه الإدارة تُعنى بإدارة وحماية الحظائر والمحميات الطبيعية البرية والبحرية، والمسؤولة عن التصديق والإشراف على تنظيم رحلات السياح القادمين (جماعات وأفراد) وخصوصاً هواة الصيد البري، وقد تم استطلاع آراء مدير الإدارة وذوي الاختصاص بمجال الدراسة.

1-1-1-8/ الإدارة العامة للتخطيط والإحصاء: تُعد من الإدارات المهمة في الوزارة، وقد تم اختيار جميع العاملين بها لاستطلاع آراءهم وذلك نسبة للعلاقة المباشرة بين موضوع الدراسة ومجالها وبين مهام واختصاصات هذه الإدارة المتمثلة في وضع الخطط المستقبلية لتطوير قطاع السياحة وإعداد التقارير الدورية الإحصائية الخاصة بالسياح الأجانب.

1-1-1-9/ مكتبة الوزارة: تم اختيار مدير المكتبة لاستطلاع رأيه حول موضوع الدراسة، حيث تتيح طبيعة عمله في الإشراف على محتويات المكتبة الورقية والإلكترونية اطلاعه على الدراسات والبحوث والرسائل الجامعية والكتب والمجلات والمنشورات ذات الصلة بطبيعة عمل الوزارة، كما تتيح طبيعة عمل المدير التعرف إلى التطورات التي تطرأ وباستمرار في مجالات الترويج والتسويق السياحي محلياً، إقليمياً وعالمياً.

1-1-2/ عمداء كليات السياحة والفنادق والاساتذة المتخصصين:

الانتقاء بهدف استطلاع الآراء شمل بعض الأساتذة في كلية الفنون الجميلة والتطبيقية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وبعض اساتذة في كليات السياحة في بعض من الجامعات السودانية وذلك لعلاقتهم المباشرة والمهام بمجال وموضوع الدراسة، بالإضافة إلى بعض عمداء كليات السياحة الآتية:

1-1-2-1/ عميد كلية السياحة وإدارة الفنادق بجامعة السودان العالمية.

1-1-2-2/ عميد كلية السياحة والفنادق بجامعة الزعيم الأزهرى.

1-1-2-3/ مدير قسم السياحة بكلية الإمام الهادي الجامعية.

1-1-3/ وكالات السفر والسياحة والفنادق:

المعلومات والبيانات المتحصل عليها من وكالات السفر والفنادق كانت نتيجة لاستطلاع آراء مدراء واصحاب أهم وكالات السفر والفنادق المعتمدين من قبل وزارة السياحة، والتي تتمتع إداراتها بالخبرات العملية والعملية

الكبيرة في تفويج السياح والترويج والإعلان لمناطق وبيئات الجذب السياحي، الوكالات والفنادق هي التالية:

1-3-1-1/ وكالة احمد ريدان للسفر والسياحة/ الخرطوم.

1-3-1-2/ الوكالة الايطالية "كارا" للسفر والسياحة/ الخرطوم.

1-3-1-3/ وكالة ميشن شارتي للسفر والسياحة/ الخرطوم.

1-3-1-4/ فندق السلام روتانا/ الخرطوم.

1-3-1-5/ فندق الأكربول/ الخرطوم.

1-3-1-6/ فندق كورنثيا/ الخرطوم (برج الفاتح سابقاً).

1-3-1-7/ فندق كورال/ الخرطوم (الهيلتون سابقاً).

1-3-1-8/ فندق كانون/ الخرطوم.

2-1/ شريحة السياح الأجانب:

السياح الأجانب القادمين إلى السودان شريحة تم اختيارها اختياريًا عشوائياً بلغ عددهم (100) سائح من

جنسيات مختلفة وتم استطلاع آراءهم من خلال وجودهم في الأماكن والبيئات السياحية المتعددة التالية:

1-2-1/ مواقع الآثار التاريخية والحضارات: هي مناطق الآثار التاريخية ومواقع الحضارات القديمة المعروفة

والمنتشرة في شمال السودان وتحديداً في ولايتي نهر النيل والشمالية.

1-2-2/ مناطق البيئات الطبيعية: هي المحميات البرية والبحرية والمواقع الطبيعية السياحية، مثال لذلك وليس

الحصر، محمية الدندر البرية وسنجيب البحرية وملتقى النيلين الأزرق والأبيض في الخرطوم.

1-2-3/ الفعاليات الثقافية في البيئات المحلية: هي المواقع التي تُقام فيها المهرجانات الثقافية والرياضية

والفعاليات الدينية للطرق الصوفية من أجل الاستمتاع بالمشاهدة أو المشاركات التفاعلية مع السكان المحليين.

1-2-4/ أماكن تواجد وإقامة السياح الأجانب: هي الأماكن التي يتواجد فيها السياح الأجانب والمتمثلة في

الفنادق والنزل المنتشرة في العاصمة الخرطوم وبقية المدن السودانية، كذلك أماكن تواجدهم المؤقت في

المطارات، الموانئ، المنافذ البرية، بالإضافة إلى وكالات السفر العاملة في تفويج السياح من وإلى البيئات

المحلية والوجهات السياحية.

2. إعداد ووصف وإجراءات تحكيم الاستبانة "أداة الدراسة":

الدراسة اعتمدت الاستبانة كأداة تستخدم في جمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة (الشريحتين المذكورتين آنفاً)، لهذا الغرض تم إعداد وتصميم الاستبانة وللتأكد من صلاحية عباراتها وتحكيم وضبط أسئلتها ومحتواها تم عرضها على عدد (6) محكمين من مختلف المواقع الوظيفية تم تحديدهم وفق تخصصاتهم العلمية وخبراتهم العملية في مجال وموضوع الدراسة.

قائمة بأسماء محكمي الاستبانة "أداة الدراسة"

الرقم	الاسم	الوظيفة
1	بروفيسور / عبدالرحمن عبدالله الخانجي	عميد كلية كمبوني / الخرطوم
2	ا. مشارك / محمد محمد ادريس	كلية الفنون الجميلة / جامعة السودان
3	د/ عبدالباسط عبدالله الخاتم "رحمه الله"	كلية الفنون والتصميم / جامعة المستقبل
4	د/ جراهام عبدالقادر	وكيل وزارة السياحة والآثار والحياة البرية
5	د/ ميمونة أحمد محمد الشفيق	مدير ادارة الإعلام والترويج بوزارة السياحة
6	د/ الصادق عجبنا الهادي	معهد الدراسات البيئية / جامعة الخرطوم

1-2/ وصف الاستبانة:

التعديلات اللازمة أجريت علي الاستبانة عقب استعادتها من أعضاء لجنة التحكيم، وأُرفق طيها خطاب للمبحوث تم فيه تنويره بموضوع الدراسة وأهدافها، والغرض من استطلاع رأيه، والجدير بالذكر أنه تمت ترجمة الاستبانة الخاصة بشريحة السياح الأجانب إلى اللغتين الإنجليزية والفرنسية بهدف تسهيل مهمة الاطلاع عليها وفهم فحواها. "انظر الملحق رقم (3، 4، 5)".

علماً بأن الاستبانة تحوي قسمين رئيسيين يضمن عدد (5) محاور. "انظر الملحق رقم (2،1)".

1-1-2/ القسم الأول: وهو المحور الذي يحوي البيانات الأولية ومعلومات عن أفراد عينة الدراسة.

2-1-2/ القسم الثاني: يحوي هذا القسم عدد (4) محاور تتضمن (20) عبارة تطلب من أفراد عينة الدراسة تحديد استجاباتهم عن فحوى كل عبارة وفق "مقياس ليكرت" الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمس مستويات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، وقد تم توزيع هذه العبارات على فرضيات الدراسة البالغة (4) فرضيات بواقع (5) عبارات لكل فرضية، وتتناول المحاور العبارات التالية:

2-1-1/ المحور الأول: اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً يفتر لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق المعايير العالمية.

2-1-1/ المحور الثاني: التصوير الابداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان.

2-1-1/ المحور الثالث: ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

2-1-1/ المحور الرابع: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية.

3. تحليل البيانات والمعلومات.

بعد اجراء التعديلات اللازمة على الاستبانة التي أوصت بها لجنة التحكيم والتأكد من صدقها وثباتها، قام الباحث و"معاونوه" بتوزيعها على "المبحوثين" البالغ عددهم (150) فرداً، ومن ثم تم جمعها مجدداً بعد التأكد من تعبئتها بالبيانات والمعلومات المطلوبة من عينة الدراسة.

للحصول على نتائج أكثر دقة قدر الإمكان تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات والذي يُعرف بـ "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences"، كما تم استخدام برنامج (Excel) وذلك لإعداد وتنفيذ الأساليب الإحصائية التالية:

3-1/ تحويل المتغيرات الاسمية (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) إلى متغيرات كمية (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب.

3-2/ التوزيع التكراري للإجابات.

3-3/ النسب المئوية.

3-4/ الأشكال البيانية.

4. نتائج التحليل الإحصائي: فيما يلي تورد الدراسة نتائج التحليل الإحصائي لاستبانتي شريحة الخبراء

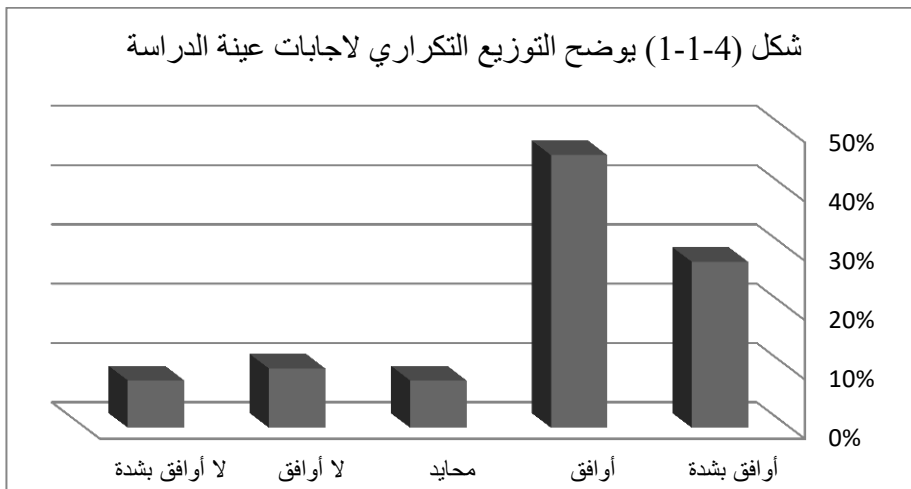
والمختصين وشريحة السياح الأجانب من خلال العبارات والجداول التكرارية والأشكال البيانية أدناه:

1-4 / استبانة شريحة الخبراء والمتخصصين:

1-1-4 / عبارات الفرضية الأولى:

- العبارة الأولى: الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر نكاء وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان.

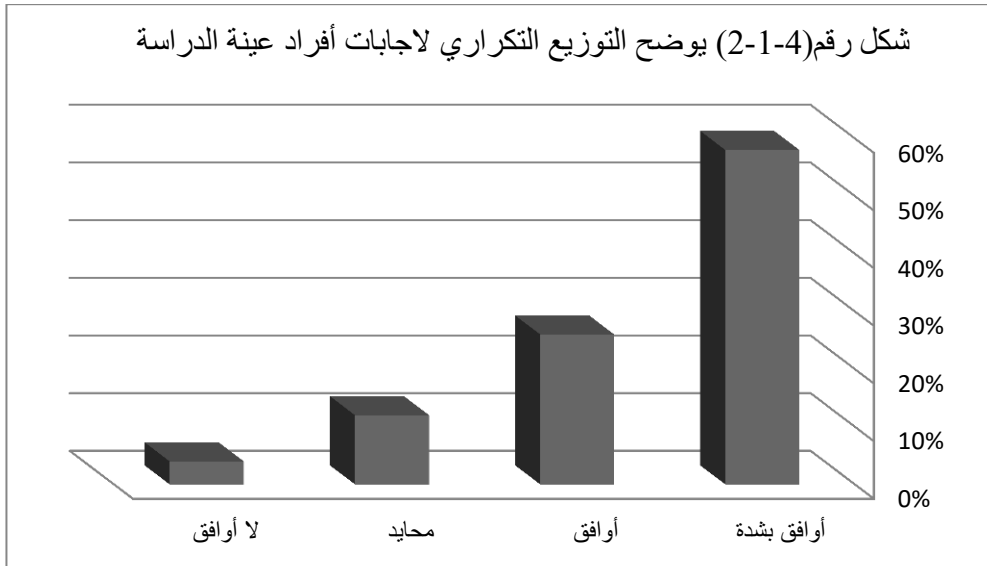
جدول رقم (1-1-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
28.0%	14	أوافق بشدة
46.0%	23	أوافق
8.0%	4	محايد
10.0%	5	لا أوافق
8.0%	4	لا أوافق بشدة
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (1-1-4) يبينان أن: (14) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (28%) موافقون بشدة على أن: الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر نكاء وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان، ووافق (23) فرداً أي ما نسبته (46%)، وعدد أفراد (5) محايدين أي بنسبة (10%) ، ولم يوافق (4) أفراد وبنسبة (8%)، بينما لم يوافق بشدة (4) أفراد على العبارة المذكورة أعلاه، أي بنسبة (8%).

• العبارة الثانية: الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفتقر إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة.

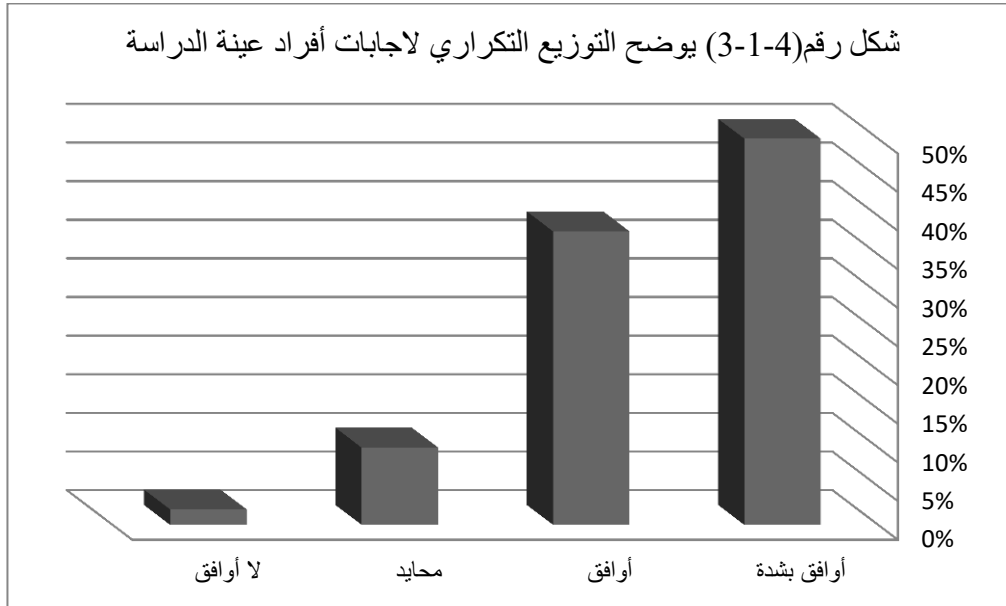
جدول رقم (2-1-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
58,0%	29	أوافق بشدة
26,0%	13	أوافق
12,0%	6	محايد
4,0%	2	لا أوافق
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (2-1-4) يبينان أن: (29) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (58%) موافقون بشدة على أن: الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفتقر إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة، وقد وافق (13) فرداً أي بنسبة (26%)، وعدد (6) أفراد محايدين بما نسبته (12%)، بينما لم يوافق فردين على العبارة المذكورة آنفاً أي ما نسبته (4%).

• العبارة الثالثة: الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح.

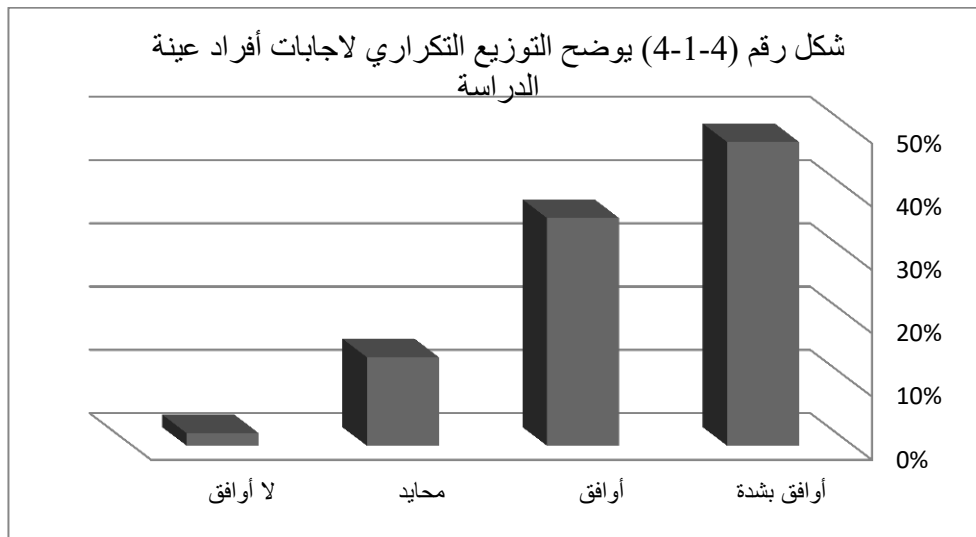
جدول رقم (3-1-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	25	50,0%
أوافق	19	38,0%
محايد	5	10,0%
لا أوافق	1	2,0%
المجموع	50	100%



الجدول والشكل بالرقم (3-1-4) يبينان أن: (25) فرداً في عينة الدراسة بنسبة (50%) موافقون بشدة على أن: الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح، ووافق (19) فرداً وبنسبة (38%)، وعدد (5) أفراد محايد بنسبة (10%) ، بينما لم يوافق فرداً واحداً على العبارة أعلاه أي ما نسبته (2%).

- العبارة الرابعة: القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز المستثمرين بتقديم المساعدات النوعية.

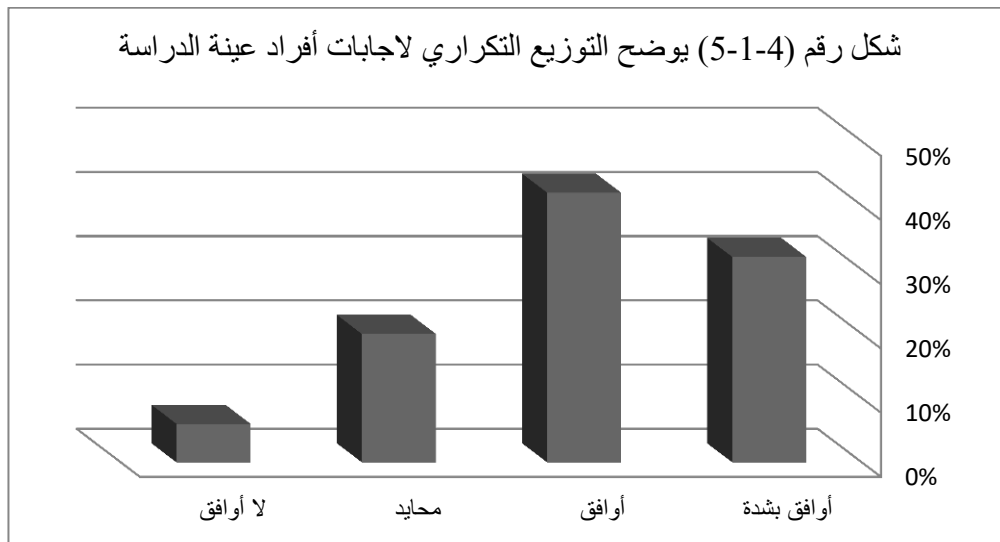
جدول رقم (4-1-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	24	48.0%
أوافق	18	36.0%
محايد	7	14.0%
لا أوافق	1	2.0%
المجموع	50	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-1-4) يبينان أن: (24) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (48%) موافقون بشدة على أن: القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات السودانية، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز المستثمرين بتقديم المساعدات النوعية، ووافق (18) فرداً وبنسبة (36%) ، وكان (7) أفراد محايدين بنسبة (14%) ، بينما لم يوافق فرداً واحداً على العبارة المذكورة أعلاه وبنسبة (2%).

- العبارة الخامسة: ارتفاع تكلفة صناعة وانتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان.

جدول رقم (4-1-5) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	16	32,0%
أوافق	21	42,0%
محايد	10	20,0%
لا أوافق	3	6,0%
المجموع	50	100%

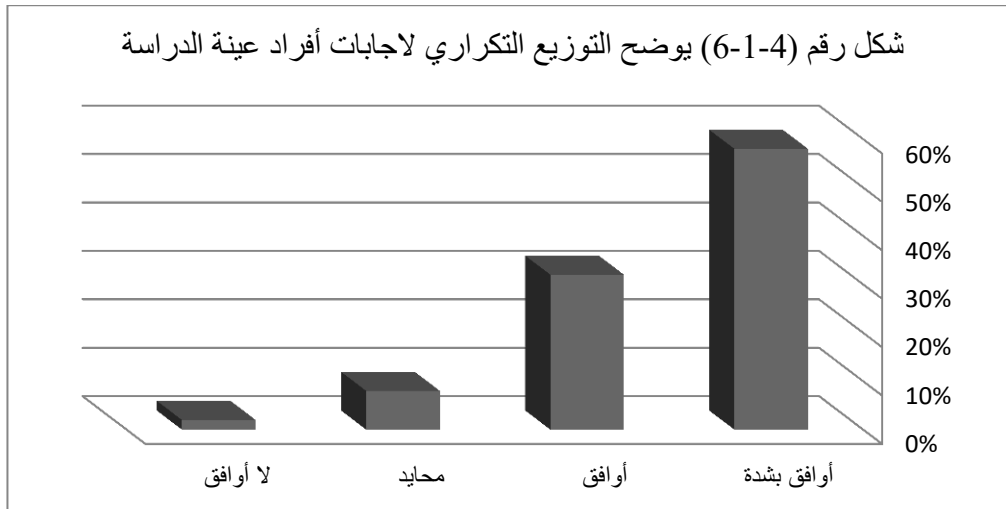


الجدول والشكل بالرقم (4-1-5) يوضحان أن: (16) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (32%) موافقون بشدة على أن: ارتفاع تكلفة صناعة وانتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان، ووافق (21) فرداً بنسبة (42%)، وكان هناك عدد (10) أفراد محايدين بنسبة بلغت (20%) ، بينما لم يوافق (3) أفراد على العبارة أعلاه وبنسبة (6%).

2-1-4 عبارات الفرضية الثانية:

- العبارة الأولى: التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً لسياحة البيئات المحلية في السودان، وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات السياحة كافة.

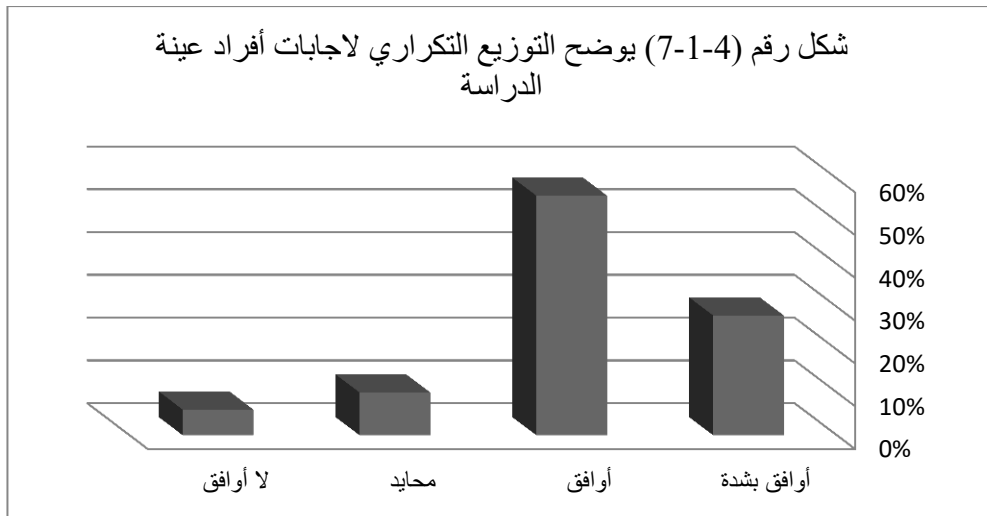
جدول رقم (6-1-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
38,0%	19	أوافق بشدة
52,0%	26	أوافق
8,0%	4	محايد
2,0%	1	لا أوافق
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (6-1-4) يوضحان أن: (19) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (38%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً للبيئات السياحية وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات السياحة كافة، كما وافق (26) فرداً وبنسبة (52%)، وكان عدد (4) أفراد محايدين أي ما نسبته (8%)، بينما لم يوافق فرداً واحداً على العبارة المذكورة أعلاه وبنسبة (2%).

• العبارة الثانية: التصوير الضوئي الإبداعي ينقل إلى العالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد ولإمكانيات الكبيرة للسياحة في السودان.

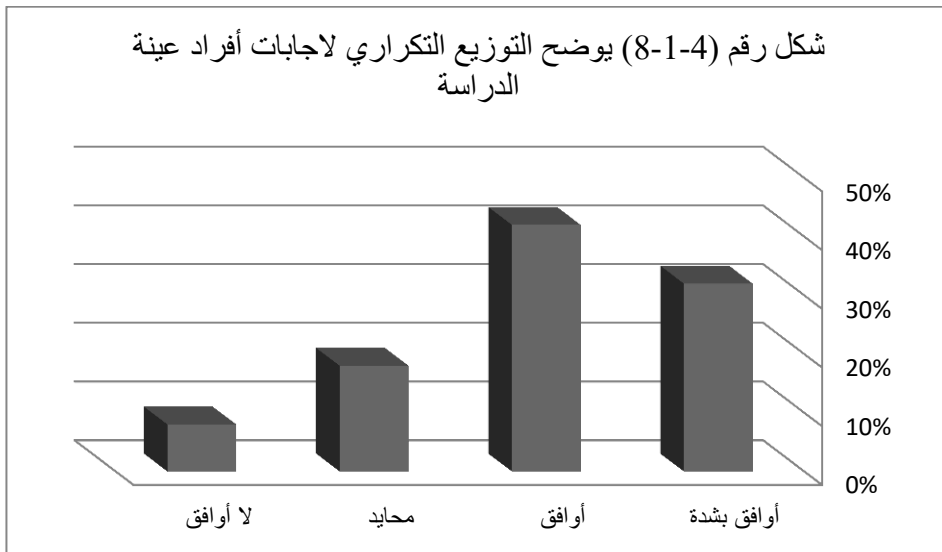
جدول رقم (4-1-7) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
28,0%	14	أوافق بشدة
56,0%	28	أوافق
10,0%	5	محايد
6,0%	3	لا أوافق
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-1-7) يوضحان أن: (14) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (28%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي ينقل إلى العالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد ولإمكانيات الكبيرة للسياحة في السودان، ووافق (28) فرداً وبنسبة (56%) على ذلك، وهناك (5) أفراد محايدين بنسبة (10%)، بينما لم يوافق (3) أفراد على العبارة المذكورة أعلاه وبنسبة بلغت (6%).

• العبارة الثالثة: التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين بحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي.

جدول رقم (4-1-8) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	16	32,0%
أوافق	21	42,0%
محايد	9	18,0%
لا أوافق	4	8,0%
المجموع	50	100%

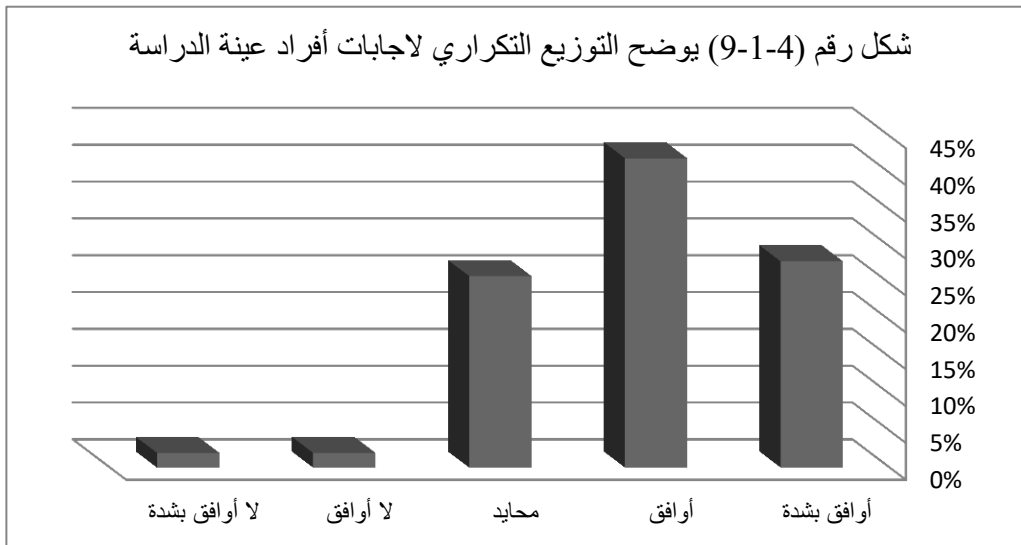


الجدول والشكل بالرقم (4-1-8) يبينان أن: (16) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (32%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين بحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي، ووافق (21) فرداً بنسبة (42%)، وعدد (9) أفراد محايدين وبنسبة (18%)، بينما أفراد لم يوافق (4) على العبارة المذكورة أعلاه وبنسبة بلغت (8%).

• العبارة الرابعة: الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية

ومواقع الجذب ويزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة.

جدول رقم (9-1-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
28,0%	14	أوافق بشدة
42,0%	21	أوافق
26,0%	13	محايد
2,0%	1	لا أوافق
2,0%	1	لا أوافق بشدة
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (9-1-4) يوضحان أن: (14) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (28%) موافقون بشدة

على أن: الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومواقع

الجذب ويزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة، وقد وافق (21) فرداً وبنسبة بلغت (42%)،

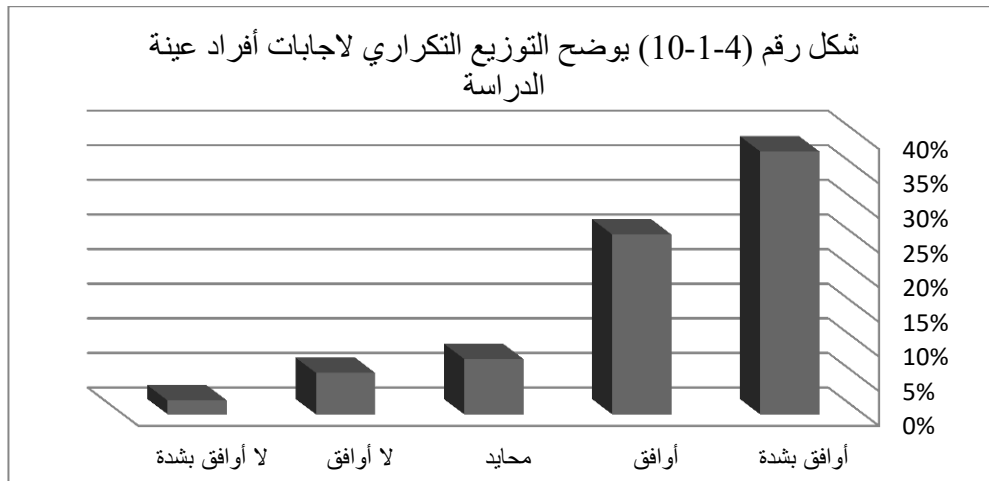
في حين أن (13) فرداً محايدين وبنسبة (26%)، ولم يوافق فرداً واحداً وبنسبة (2,0%)، بينما فرداً واحداً لم

يوافق بشدة على العبارة أعلاه أي ما نسبته (2%).

• العبارة الخامسة: التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية الثقافية،

الرياضية والاقتصادية.

جدول رقم (4-1-10) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
38,0%	19	أوافق بشدة
26,0%	23	أوافق
8,0%	4	محايد
6,0%	3	لا أوافق
2,0%	1	لا أوافق بشدة
100%	50	المجموع

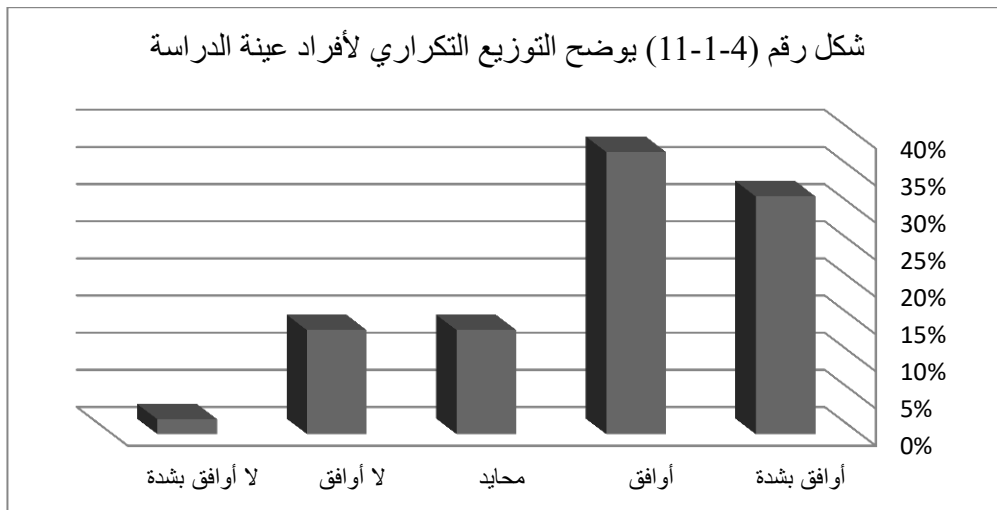


الجدول والشكل بالرقم (4-1-10) يوضحان أن: (19) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (38%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية الثقافية والرياضية والاقتصادية، وقد وافق (23) فرداً وبنسبة (46%)، وكان هناك عدد (4) أفراد محايدين أي ما نسبته (8%)، بينما لم يوافق (3) أفراد بما نسبته (6%)، بينما فرداً واحداً لم يوافق (4) أفراد بشدة على العبارة المذكورة أعلاه، أي ما نسبته (2%).

3-1-4 عبارات الفرضية الثالثة:

• العبارة الأولى: النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية.

جدول رقم (4-1-11) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	16	32,0%
أوافق	19	38,0%
محايد	7	14,0%
لا أوافق	7	14,0%
لا أوافق بشدة	1	2,0%
المجموع	50	100%

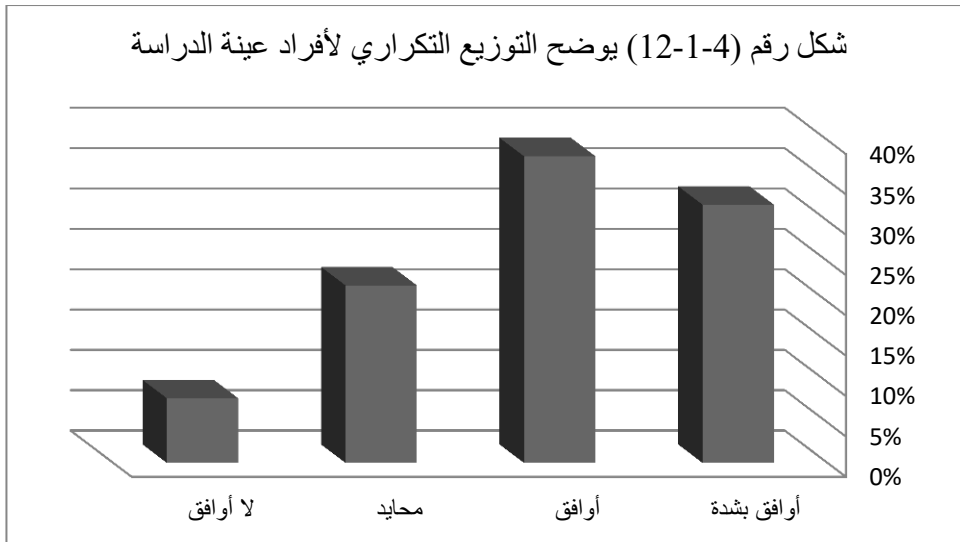


الجدول والشكل بالرقم (4-1-11) يوضحان أن: (16) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (32%) موافقون بشدة على أن: النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير وترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية، وقد وافق (19) فرداً أي ما نسبته (38%)، وكان عدد (7) أفراد محايدين أي بنسبة (14%)، ولم يوافق (7) فرد بنسبة (14%) على العبارة المذكورة أعلاه، بينما لم يوافق بشدة فرداً واحداً أي بنسبة (2%).

• **العبرة الثانية:** الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة

في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي.

جدول رقم (4-1-12) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	16	32,0%
أوافق	19	38,0%
محايد	11	22,0%
لا أوافق	4	8,0%
المجموع	50	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-1-12) يوضحان أن: (16) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (32%) موافقون

بشدة على أن: الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة

في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي، ووافق (19)

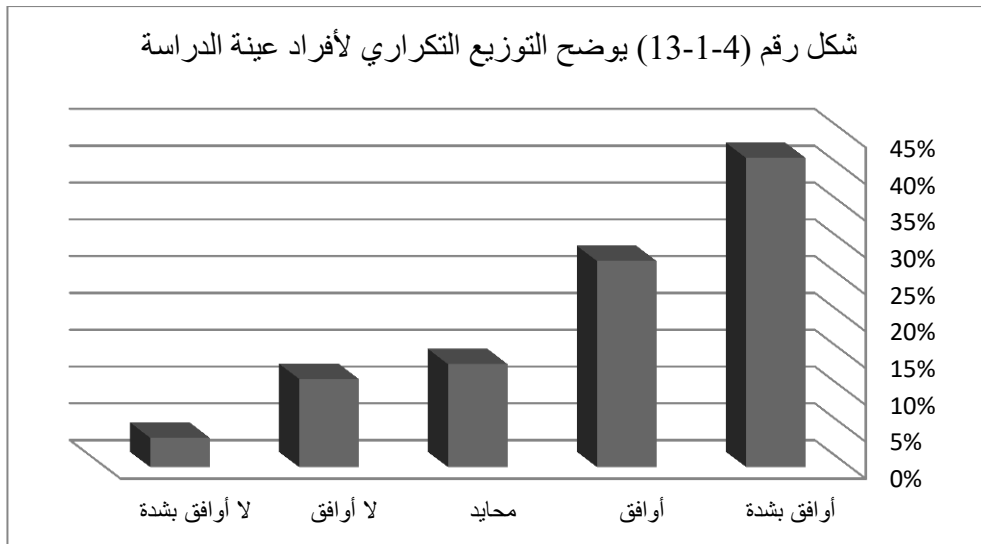
فرداً وبنسبة (38%)، وكان عدد (11) فرداً محايداً أي بنسبة (22%)، بينما لم يوافق (4) على العبارة

المذكورة أعلاه، أفراد أي بنسبة (8%).

• **العبرة الثالثة:** النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين

والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً.

جدول رقم (4-1-13) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
42,0%	21	أوافق بشدة
28,0%	14	أوافق
14,0%	7	محايد
12,0%	6	لا أوافق
4,0%	2	لا أوافق بشدة
100%	50	المجموع

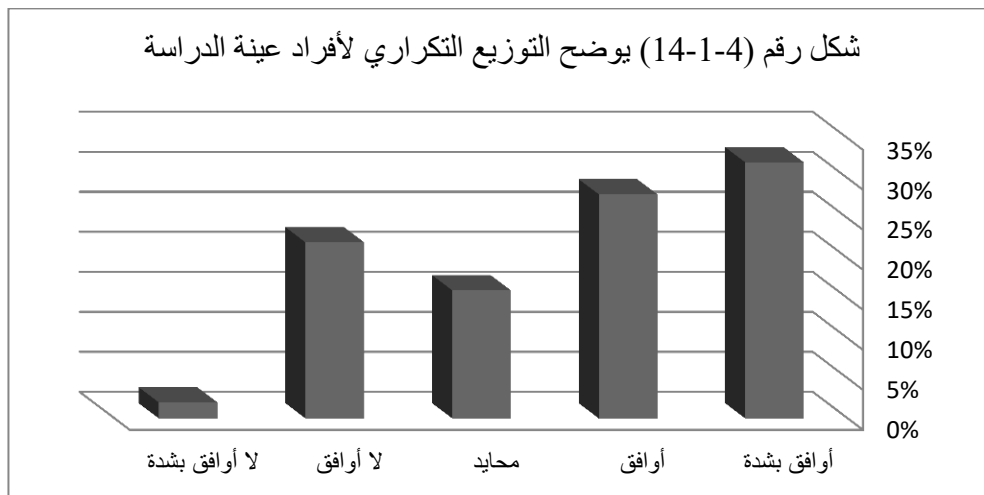


الجدول والشكل بالرقم (4-1-13) يوضحان أن: (21) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (42%) موافقون بشدة على أن: النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً، وقد وافق (14) فرداً أي بنسبة (28%)، وكان عدد (7) أفراد محايداً بنسبة (14%)، ولم يوافق (6) أفراد وبنسبة (12%)، وكما لم يوافق بشدة فردين على العبارة المذكورة أعلاه، أي ما نسبته (4%).

• العبارة الرابعة: العديد من الدول تبذل جهوداً كبيرة في الارتقاء بالسياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات

المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية وزيادة الاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجاتهم اليدوية.

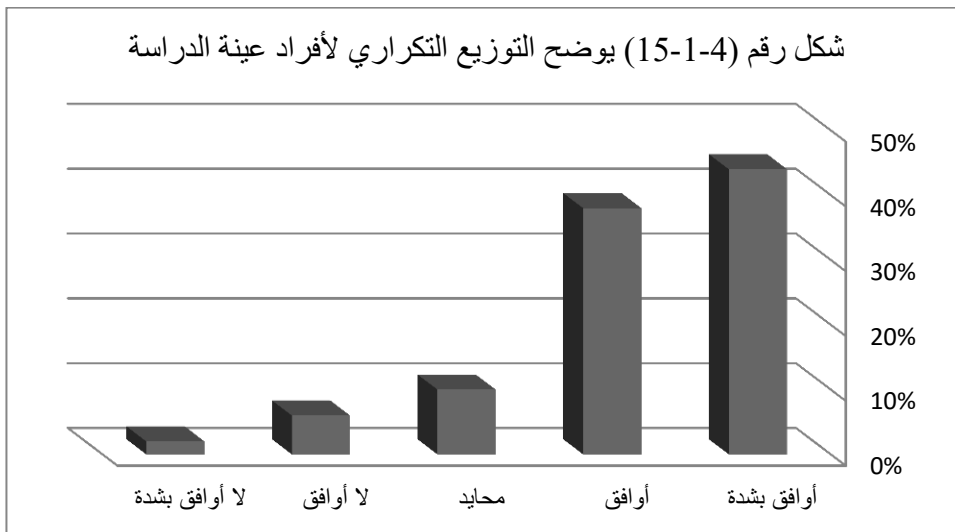
جدول رقم (4-1-14) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
32,0%	16	أوافق بشدة
28,0%	14	أوافق
16,0%	8	محايد
22,0%	11	لا أوافق
2,0%	1	لا أوافق بشدة
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-1-14) يوضحان أن: (16) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (32%) موافقون بشدة على أن: العديد من الدول تبذل جهوداً كبيرة في الارتقاء بالسياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية وزيادة الاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجاتهم التقليدية، ووافق (14) فرداً وبنسبة (28%)، وعدد (8) أفراد محايدين بما نسبته (16%) ، ولم يوافق (11) فرداً بنسبة (22%)، ولم يوافق بشدة فرداً واحداً على العبارة المذكورة أعلاه أي ما نسبته (2%).

• العبارة الخامسة: التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الإلكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان.

جدول رقم (4-1-15) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	22	44,0%
أوافق	19	38,0%
محايد	5	10,0%
لا أوافق	3	6,0%
لا أوافق بشدة	1	2,0%
المجموع	50	100%

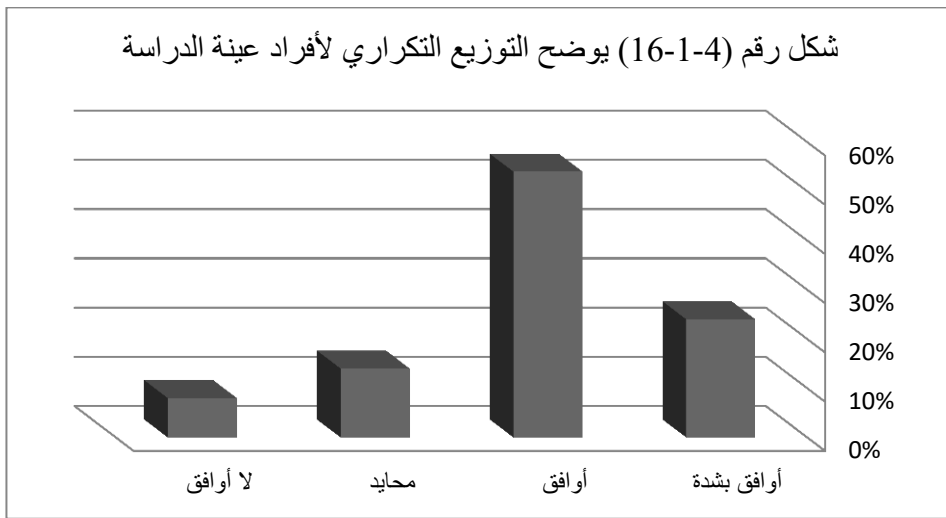


الجدول والشكل بالرقم (4-1-15) يبينان أن: (22) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (44%) موافقون بشدة على أن: التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الإلكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان، وقد وافق (19) فرداً بنسبة (38%)، وعدد (5) أفراد محايدين أي بنسبة (10%)، بينما لم يوافق (3) أفراد وبنسبة بلغت (3%) ، ولم يوافق بشدة فرداً واحداً على العبارة أعلاه وما نسبته (2%).

4-1-4/ عبارات الفرضية الرابعة:

- العبارة الأولى: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنويع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية سيما وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية معاصرة آخذة في التطور والنمو السريع.

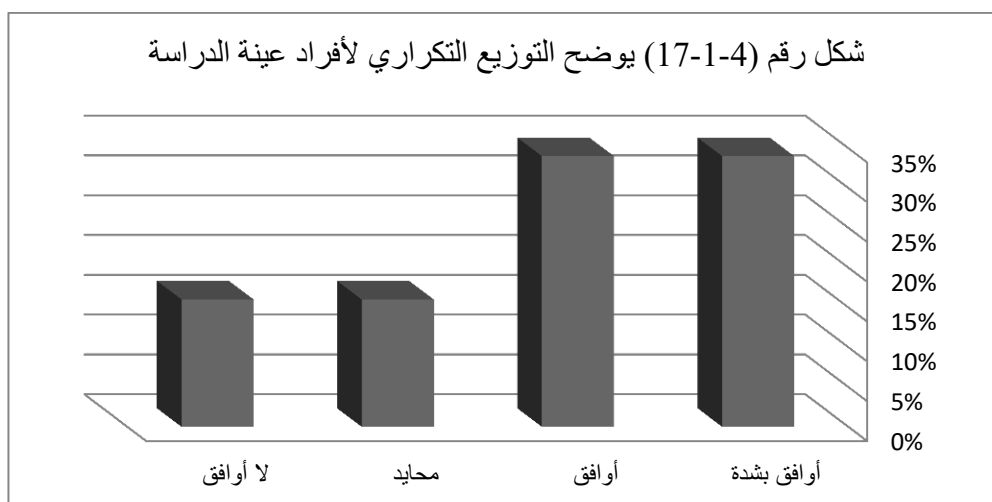
جدول رقم (4-1-16) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	12	24,0%
أوافق	27	54,0%
محايد	7	14,0%
لا أوافق	4	8,0%
المجموع	50	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-1-16) يبينان أن: (12) فرداً في عينة الدراسة وبما نسبته (24%) موافقون بشدة على أن: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنويع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية سيما وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية معاصرة آخذة في التطور والنمو السريع، ووافق (27) فرداً بنسبة (54%)، وكان عدد (7) أفراد محايدين أي بنسبة (14%)، بينما لم يوافق (4) أفراد على العبارة المذكورة أعلاه وبنسبة (8%).

• العبارة الثانية: النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً.

جدول رقم (4-1-17) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	17	34,0%
أوافق	17	34,0%
محايد	8	16,0%
لا أوافق	8	16,0%
المجموع	50	100%

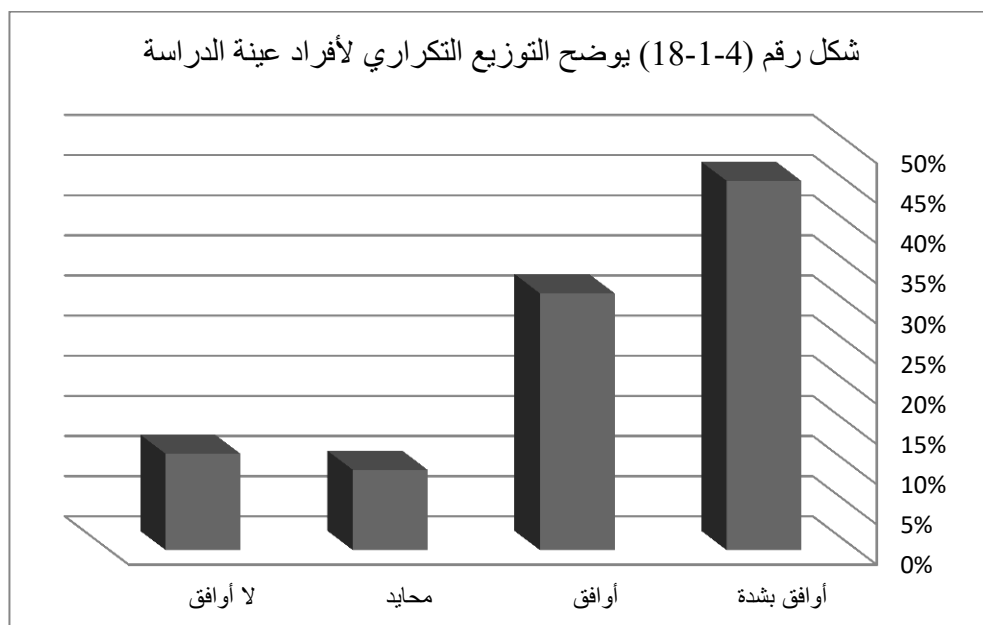


الجدول والشكل بالرقم (4-1-17) يبينان أن: (17) فرداً في عينة الدراسة وبما نسبته (34%) يوافقون بشدة على أن: النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً، ووافق (17) فرداً بنسبة (34%)، وهناك عدد (8) أفراد محايدين وبنسبة (16%) ، بينما لم يوافق (8) أفراد على العبارة المذكورة أعلاه وبنسبة (16%).

• العبارة الثالثة: الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح

وبالتالي يؤدي إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة.

جدول رقم (4-1-18) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	23	46,0%
أوافق	16	32,0%
محايد	5	10,0%
لا أوافق	6	12,0%
المجموع	50	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-1-18) يبينان أن: (23) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (46%) موافقون بشدة

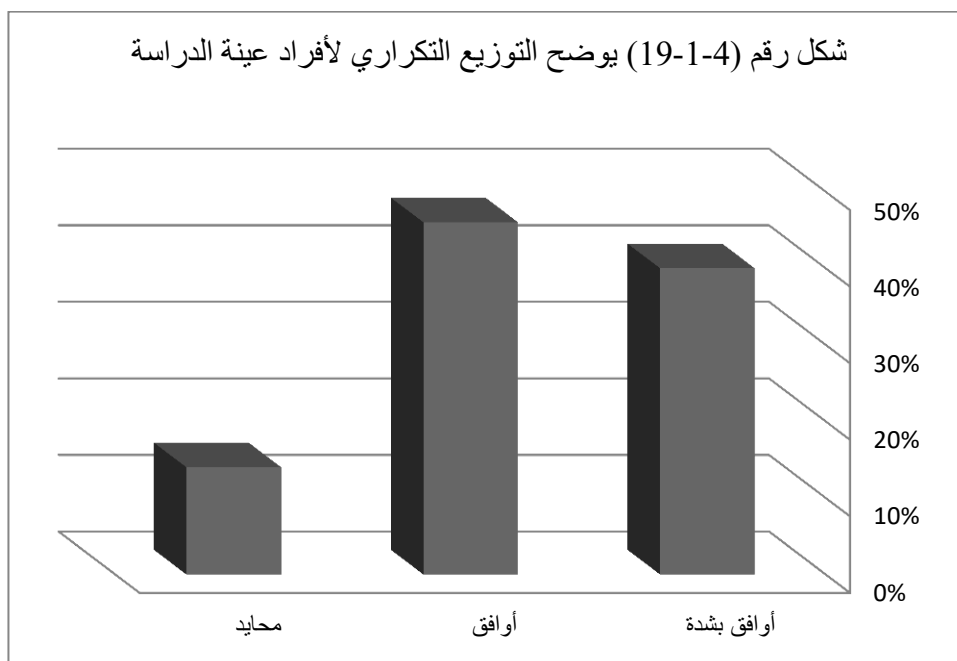
على أن: الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح وبالتالي

يؤدي إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة، وقد وافق (16) فرداً بنسبة (32%)، وعدد (5) أفراد

محايدين أي بنسبة (10%) ، بينما لم يوافق (6) أفراد على العبارة المذكورة أعلاه بنسبة (12%).

- العبارة الرابعة: النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين.

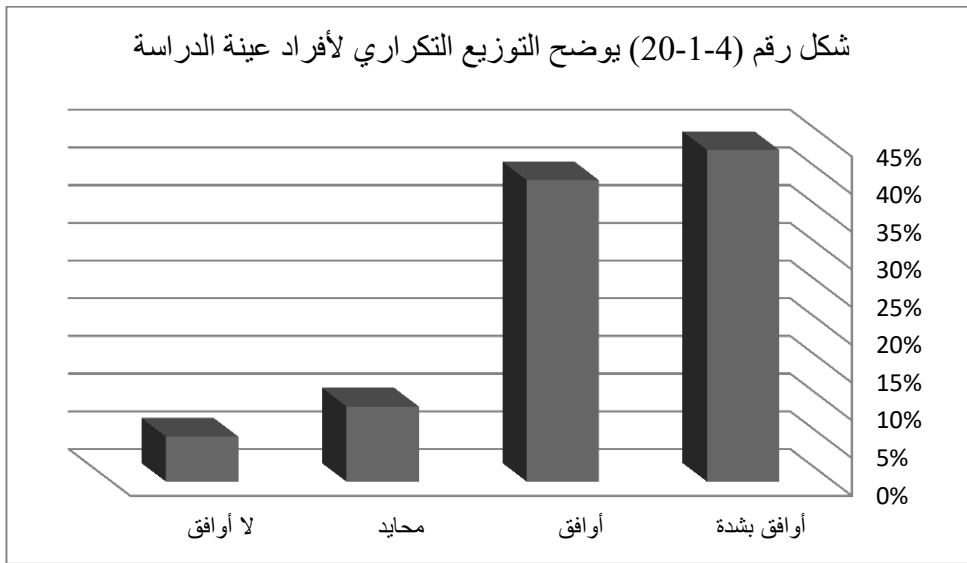
جدول رقم (4-1-19) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
40,0%	20	أوافق بشدة
46,0%	23	أوافق
14,0%	7	محايد
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-1-19) يوضحان أن: (20) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (40%) يوافقون بشدة على أن: النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع حاجاتهم وتحويل السياح المحتملين إلى فعليين، وقد وافق (23) فرداً أي ما نسبته (46%)، بينما (7) أفراد وبنسبة (14%) محايدون في موضوع العبارة المذكورة أعلاه.

- العبارة الخامسة: الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطور الخدمات السياحية المختلفة في البيئات المحلية في السودان مما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية.

جدول رقم (4-1-20) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
44,0%	22	أوافق بشدة
40,0%	20	أوافق
10,0%	5	محايد
6,0%	3	لا أوافق
100%	50	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-1-20) يوضحان أن: (22) فرداً في عينة الدراسة أي ما نسبته (44%) موافقون بشدة على أن: الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطور الخدمات السياحية المختلفة في البيئات المحلية في السودان مما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية، كما وافق (16) فرداً بنسبة (32%)، وكان عدد (5) أفراد أي بنسبة (10%) محايدين، بينما لم يوافق (6) أفراد بما نسبته (12,0%) على العبارة المذكورة أعلاه.

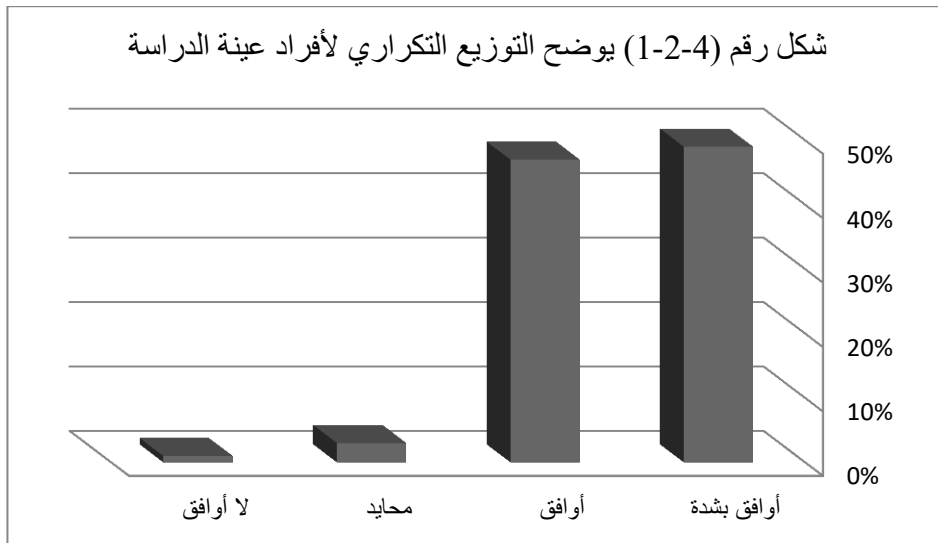
2-4/ نتائج التحليل الإحصائي لاستبانة شريحة السياح الأجانب:

1-2-4/ عبارات الفرضية الأولى:

• العبارة الأولى: الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر

ذكاء وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان.

جدول رقم (1-2-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
49.0%	49	أوافق بشدة
47.0%	47	أوافق
3.0%	3	محايد
1.0%	1	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (1-2-4) يبينان أن: (49) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (49%) موافقون بشدة على

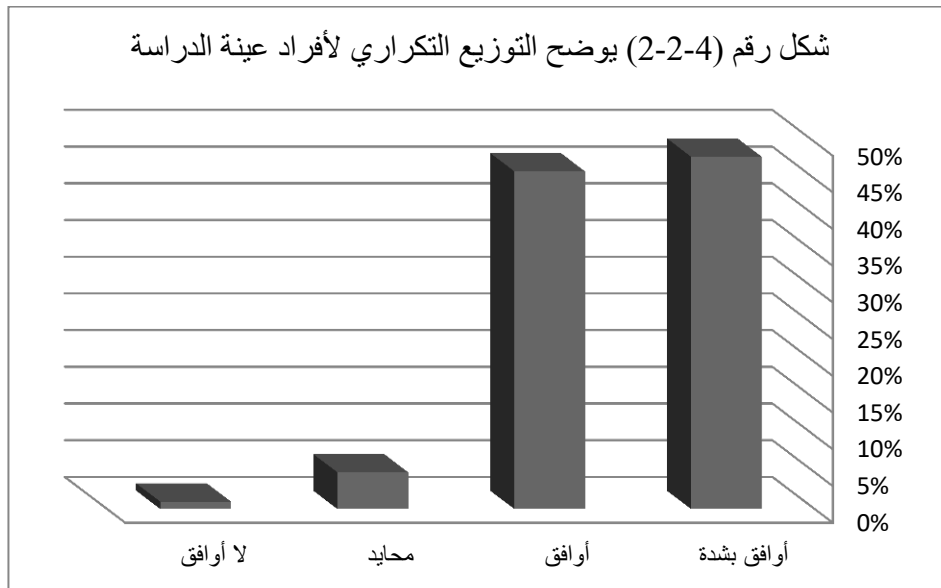
أن: الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر ذكاء وجذباً من

الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان، ووافق (47) فرداً وبنسبة (47%)، في حين كان (3) أفراد ما

بنسبته (3%) محايدين، ولم يوافق فرداً واحداً وبنسبة (1%) على العبارة المذكورة أعلاه.

- العبارة الثانية: الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفتقر إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة.

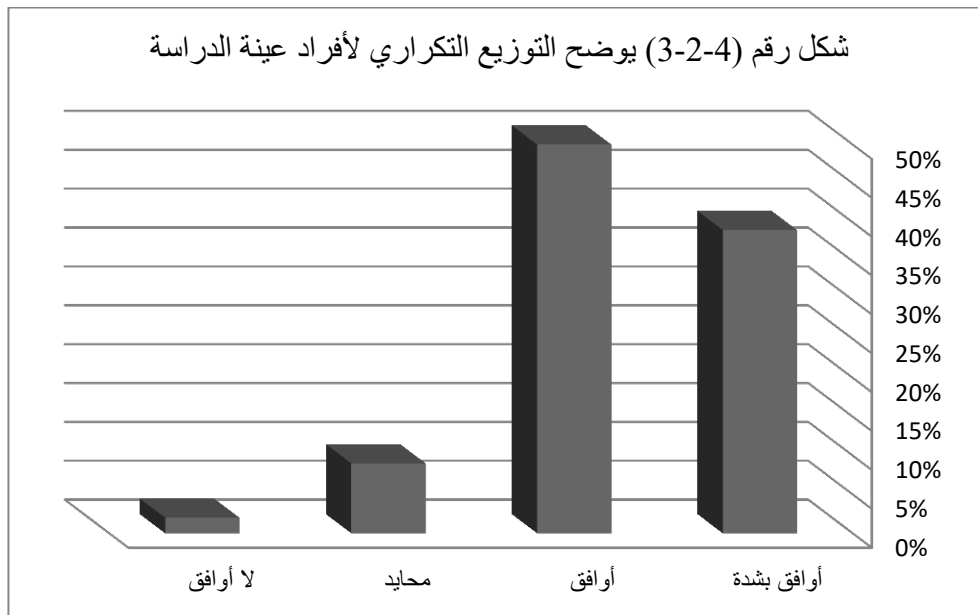
جدول رقم (2-2-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
48.0%	48	أوافق بشدة
46.0%	46	أوافق
5.0%	5	محايد
1.0%	1	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (2-2-4) يبينان أن: (48) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (48%) موافقون بشدة على أن: الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفتقر إلى الأسس والمعايير والمات العالمية المعاصرة، ووافق (46) فرداً وبنسبة (46%) على ذلك، في حين كان (5) أفراد وبنسبة (5%) محايدين، بينما لم يوافق فرداً واحداً وبنسبة (1%) على العبارة المذكورة عاليه.

- العبارة الثالثة: الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح.

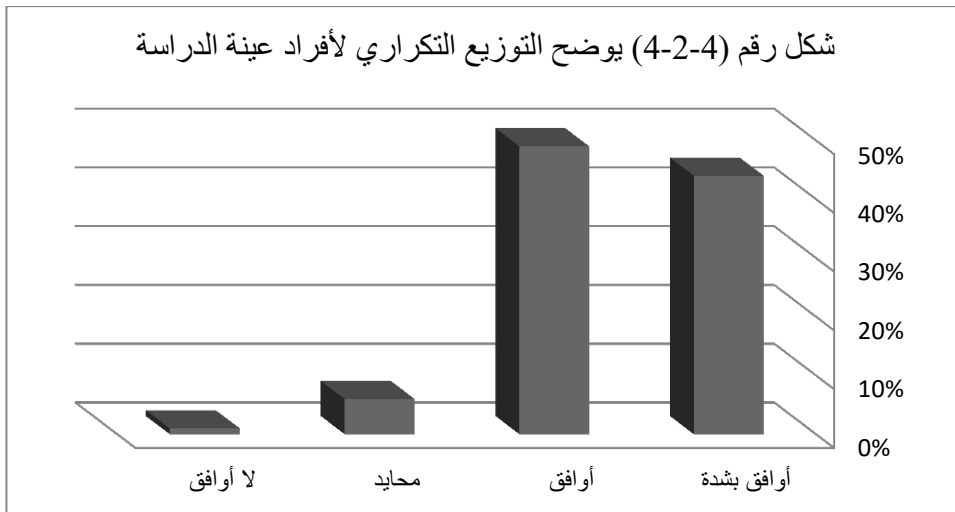
جدول رقم (3-2-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
39.0%	39	أوافق بشدة
50.0%	50	أوافق
9.0%	9	محايد
2.0%	2	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (3-2-4) يبينان أن: (39) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (39%) موافقون بشدة على أن: الارتقاء بمجال الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح، ووافق (50) فرداً أي ما بنسبته (50%)، في حين كان (9) أفراد وبنسبة (9%) محايدين، بينما لم يوافق فردين وبنسبة (1%) على العبارة المذكوره أعلاه.

- العبارة الرابعة: القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز للمستثمرين بتقديم المساعدات النوعية.

جدول رقم (4-2-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
44.0%	44	أوافق بشدة
49.0%	49	أوافق
6.0%	6	محايد
1.0%	1	لا أوافق
100%	100	المجموع

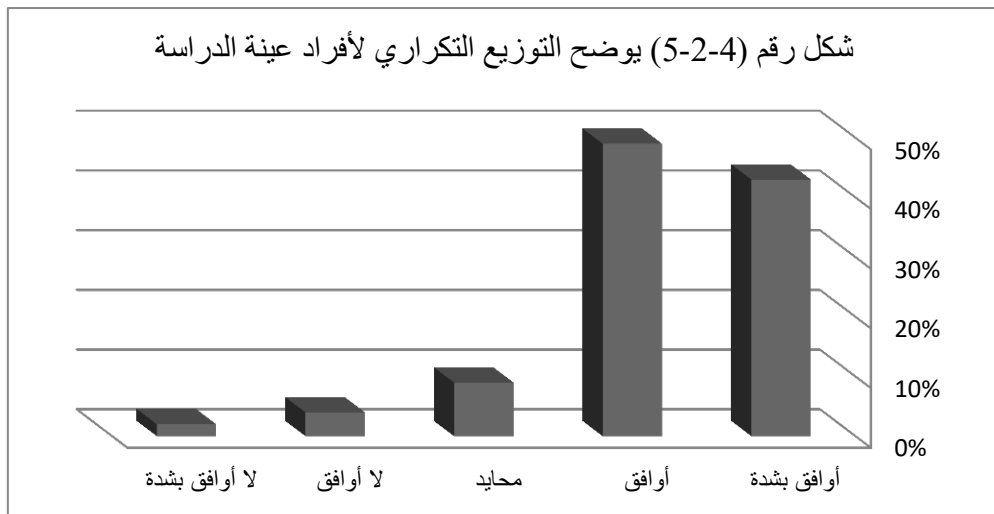


الجدول والشكل بالرقم (4-2-4) يبينان أن: (44) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (44%) موافقون بشدة على أن: القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز للمستثمرين بتقديم المساعدات النوعية، ووافق (49) فرداً وبنسبة (49%) على ذلك، في حين (6) أفراد وبنسبة (6%) محايدين، بينما لم يوافق فرداً واحداً بما نسبته (1%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• العبارة الخامسة: ارتفاع تكلفة صناعة وانتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في

الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان.

جدول رقم (4-2-5) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
43.0%	43	أوافق بشدة
49.0%	49	أوافق
9.0%	9	محايد
4.0%	4	لا أوافق
2.0%	2	لا أوافق بشدة
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-5) يوضحان أن: (43) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (43%) موافقون بشدة

على أن: ارتفاع تكلفة صناعة وانتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة

البيئات المحلية في السودان، ووافق (49) فرداً وبنسبة (49%)، وكان هناك عدد (9) أفراد وبنسبة (9%)

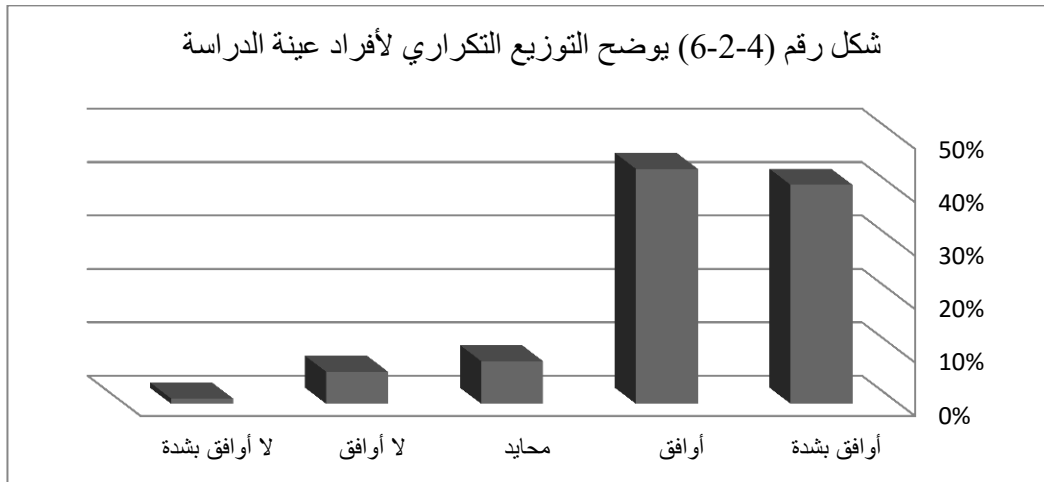
محايدين، ولم يوافق (4) أفراد وبنسبة (4%)، بينما لم يوافق بشدة فردين بنسبة (2%) على العبارة المذكورة

أعلاه.

4-2-2/ عبارات الفرضية الثانية:

- العبارة الأولى: التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً لسياحة البيئات المحلية في السودان، وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات وخدمات السياحة كافة.

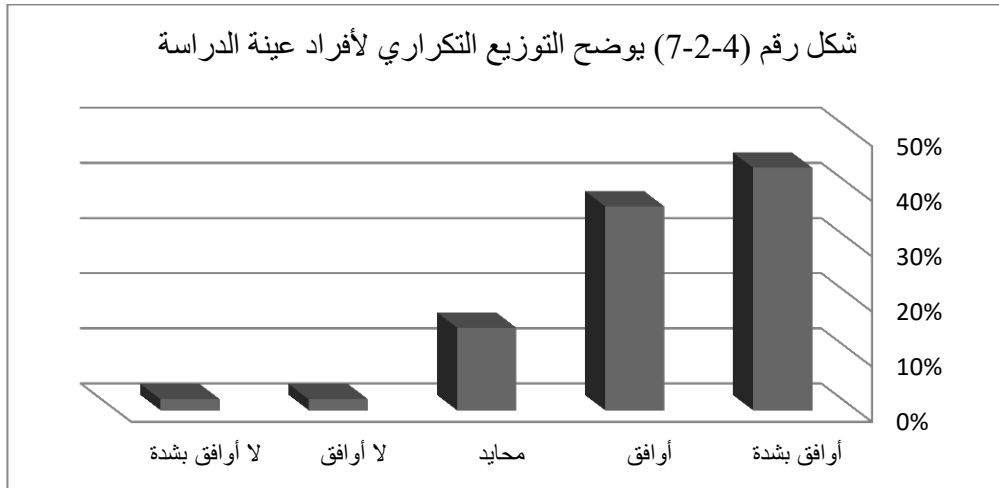
جدول رقم (4-2-6) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
41.0%	41	أوافق بشدة
44.0%	44	أوافق
8.0%	8	محايد
6.0%	6	لا أوافق
1.0%	1	لا أوافق بشدة
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-6) يوضحان أن: (41) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (41%) موافقون بشدة على أن: ارتفاع تكلفة صناعة وإنتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان، ووافق (44) فرداً وبنسبة (44%)، وكان هناك عدد (8) أفراد وبنسبة (8%) محايدين، ولم يوافق (6) أفراد وبنسبة (6%)، بينما لم يوافق بشدة فرد بنسبة (1%) على العبارة المذكورة أعلاه.

- العبارة الثانية: التصوير الضوئي الإبداعي يعكس للعالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد وإمكانات السودان السياحية الكبيرة.

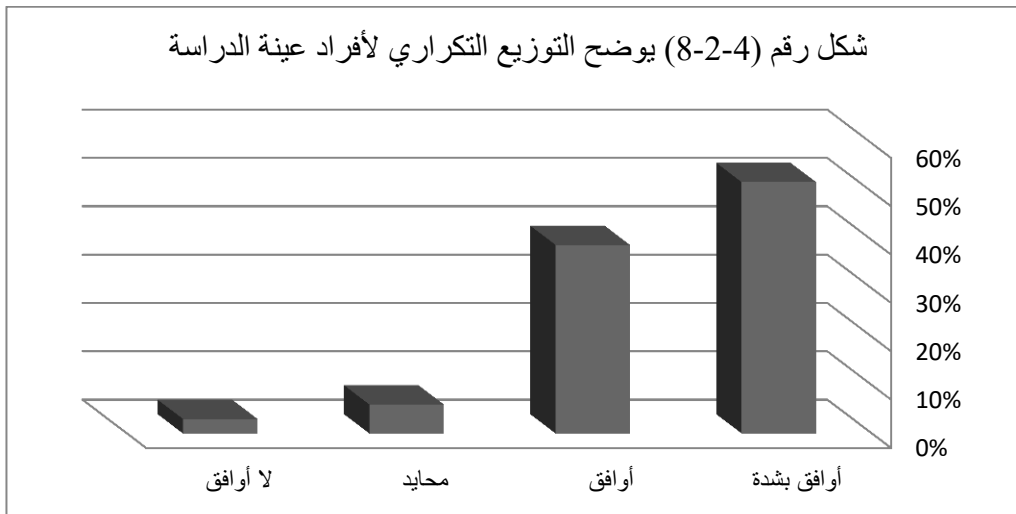
جدول رقم (7-2-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
44.0%	44	أوافق بشدة
37.0%	37	أوافق
15.0%	15	محايد
2.0%	2	لا أوافق
2.0%	2	لا أوافق بشدة
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (7-2-4) يوضحان أن: (44) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (44%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي يعكس للعالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد وإمكانات السودان السياحية الكبيرة، ووافق (37) فرداً وبنسبة (37%)، وكان عدد (15) فرداً بنسبة (15%) محايدين، ولم يوافق فردين وبنسبة (2%)، بينما لم يوافق بشدة فردين أي ما بنسبته (2%) على العبارة المذكورة أعلاه.

- العبارة الثالثة: التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين وحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي.

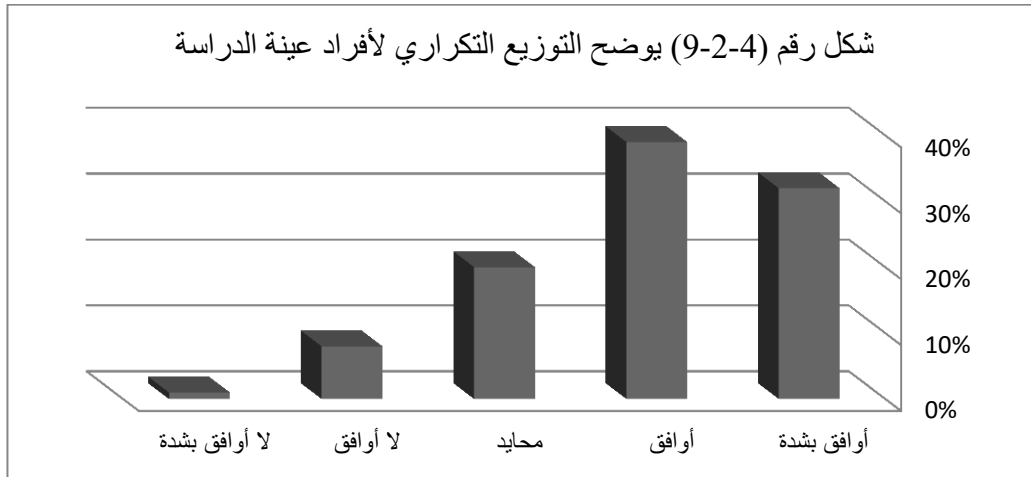
جدول رقم (4-2-8) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
52.0%	52	أوافق بشدة
39.0%	39	أوافق
6.0%	6	محايد
3.0%	3	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-8) يوضحان أن: (52) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (52%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين وحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي، ووافق (39) فرداً بنسبة (39%)، في حين كان (6) أفراد وبنسبة (6%) محايدين، بينما لم يوافق (3) أفراد ما نسبته (2%) على العبارة المذكورة.

- العبارة الرابعة: الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف وتنقيف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومناطق الجذب السياحي، مما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة.

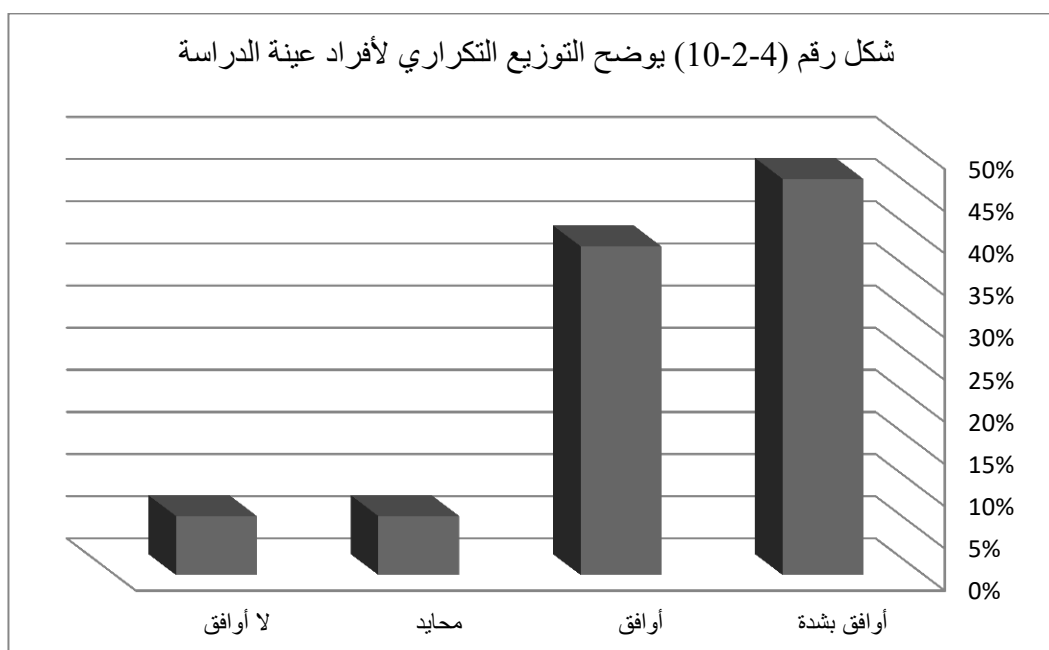
جدول رقم (9-2-4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
32.0%	32	أوافق بشدة
39.0%	39	أوافق
20.0%	20	محايد
8.0%	8	لا أوافق
1.0%	1	لا أوافق بشدة
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (9-2-4) يوضحان أن: (32) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (32%) موافقون بشدة على أن: الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومناطق الجذب السياحي، مما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة، ووافق (39) فرداً وبنسبة (39%)، وكان عدد (20) فرداً وبنسبة (20%) محايدين، ولم يوافق (8) أفراد وبنسبة (8.0%)، بينما لم يوافق بشدة فرداً واحداً وبنسبة (1%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• **العبارة الخامسة:** التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية المحلية الثقافية، الرياضية والاقتصادية.

جدول رقم (4-2-10) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
47.0%	47	أوافق بشدة
39.0%	39	أوافق
7.0%	7	محايد
7.0%	7	لا أوافق
100%	100	المجموع



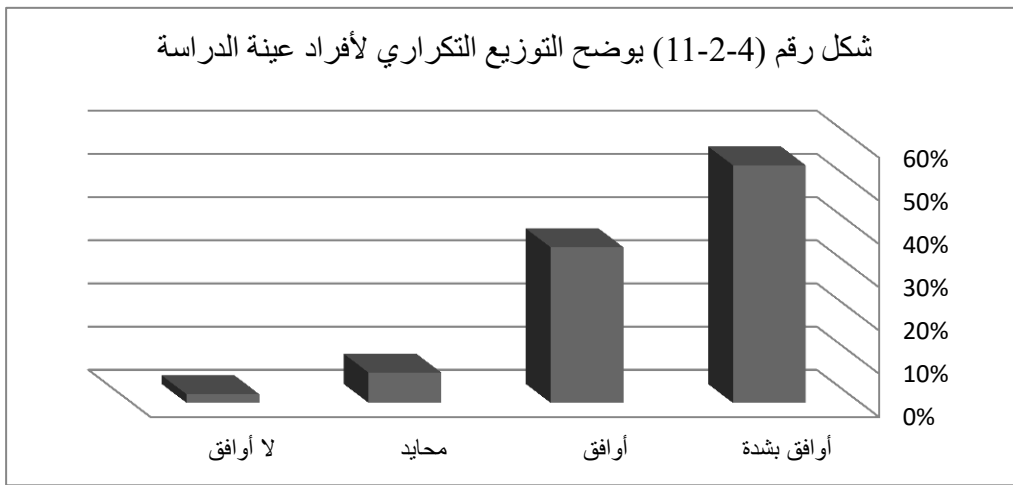
الجدول والشكل بالرقم (4-2-10) يوضحان أن: (47) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (47%) موافقون بشدة على أن: التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية المحلية الثقافية، الرياضية والاقتصادية، ووافق (39) فرداً وبنسبة (39%)، في حين عدد (7) أفراد محايدين ما نسبته (7%)، بينما لم يوافق (7) أفراد وبنسبة (7%) على العبارة المذكورة أعلاه.

4-2-3/ عبارات الفرضية الثالثة:

• العبارة الأولى: النهوض بسياحة البيئات المحلية السودانية يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال

تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية.

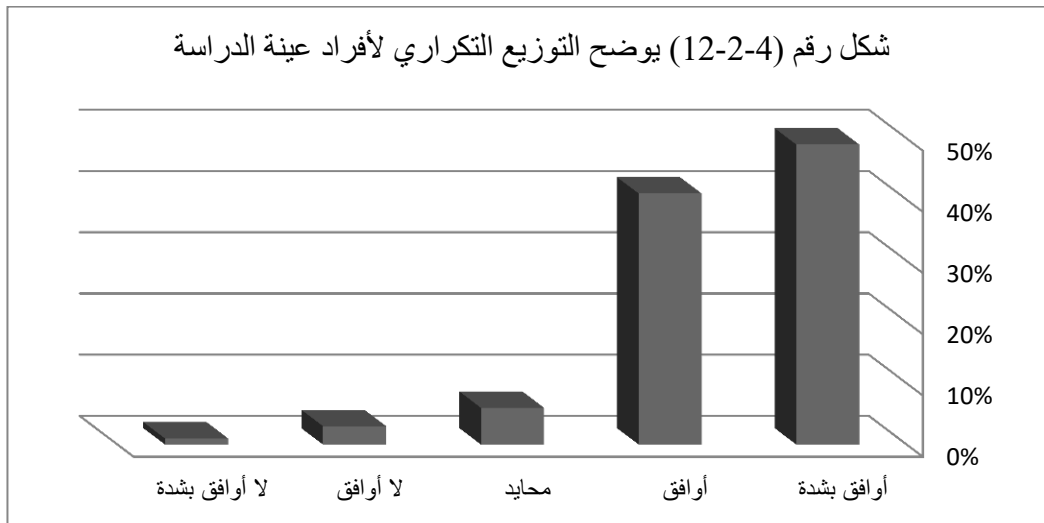
جدول رقم (4-2-11) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
55.0%	55	أوافق بشدة
36.0%	36	أوافق
7.0%	7	محايد
2.0%	2	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-11) يبينان أن: (55) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (55%) موافقون بشدة على أن: النهوض بسياحة البيئات المحلية السودانية يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية، كما وافق (36) فرداً وبنسبة (36%)، وكان هناك (7) أفراد وبنسبة (7%) محايدين، وبينما لم يوافق فردين وبنسبة (2%) على مضمون العبارة المذكورة عليه.

- العبارة الثانية: الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي.

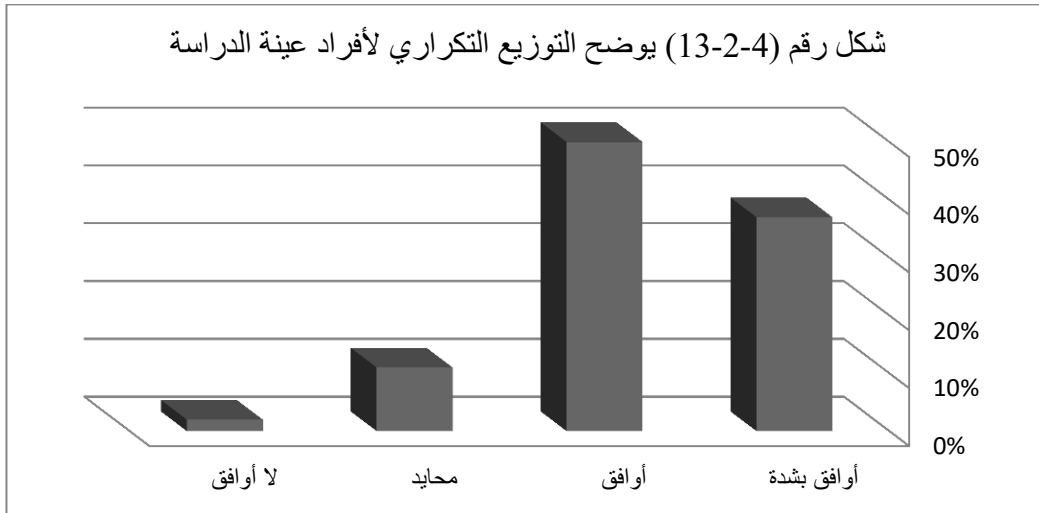
جدول رقم (4-2-12) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	49	49.0%
أوافق	41	41.0%
محايد	6	6.0%
لا أوافق	3	3.0%
لا أوافق بشدة	1	1.0%
المجموع	100	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-2-12) يبينان أن: (49) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (49%) موافقون بشدة على أن: الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي، ووافق (41) فرداً وبنسبة (41%)، وكان هناك (6) أفراد وبنسبة (6%) محايدين، ولم يوافق (3) أفراد وبنسبة (3%)، وكذلك لم يوافق بشدة فرداً واحداً وبنسبة (1%) على العبارة المذكورة عاليه.

• العبارة الثالثة: النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً.

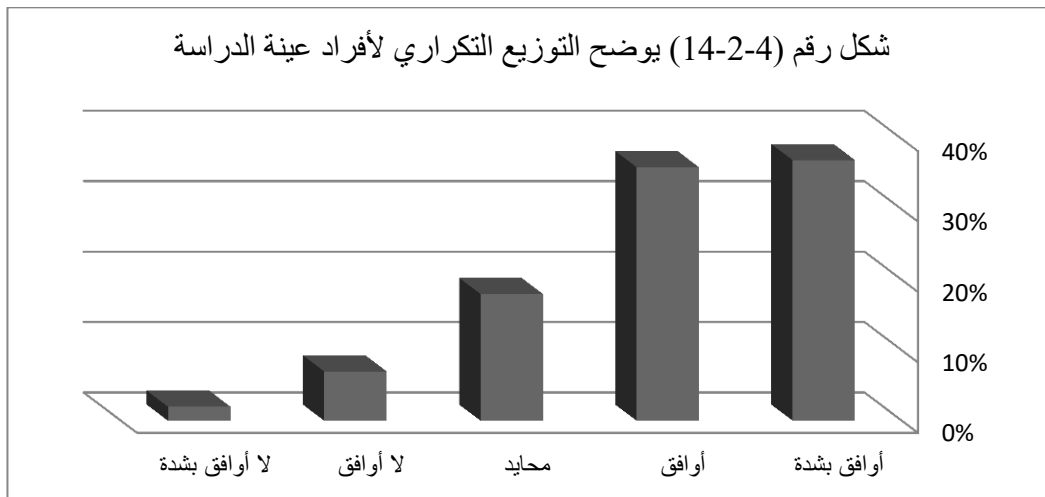
جدول رقم (4-2-13) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	37	37.0%
أوافق	50	50.0%
محايد	11	11.0%
لا أوافق	2	2.0%
المجموع	100	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-2-13) يبينان أن (37) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (37%) موافقون بشدة على أن: النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً، ووافق (50) فرداً وبنسبة (50%)، وكان هناك (11) فرداً وبنسبة (11%) محايدين، بينما لم يوافق فردين وبنسبة (2%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• العبارة الرابعة: العديد من الدول تبذل جهوداً مقدرة في الارتقاء بقطاع السياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية والاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجات صناعاتهم التقليدية.

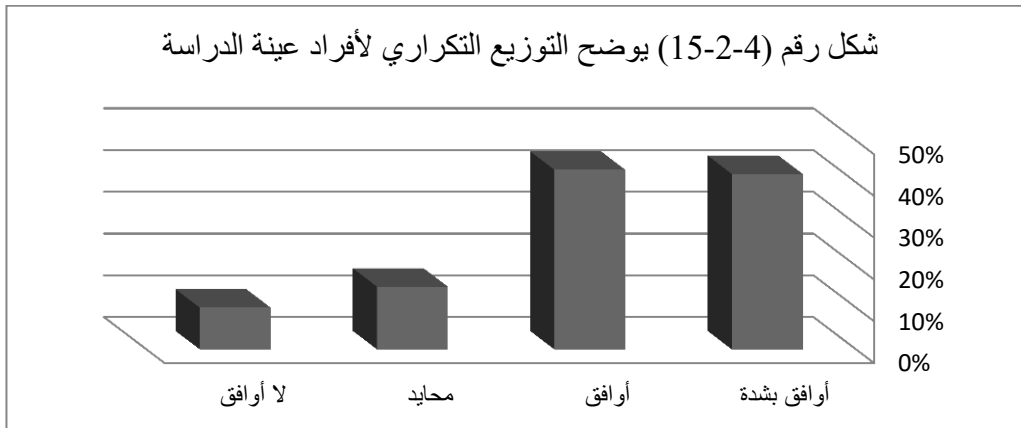
جدول رقم (4-2-14) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
الإجابة	العدد	النسبة المئوية
أوافق بشدة	37	37.0%
أوافق	36	36.0%
محايد	18	18.0%
لا أوافق	7	7.0%
لا أوافق بشدة	2	2.0%
المجموع	100	100%



الجدول والشكل بالرقم (4-2-14) يبينان أن: (37) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (37%) موافقون بشدة على أن: العديد من الدول تبذل جهوداً مقدرة في الارتقاء بقطاع السياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية والاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجات صناعاتهم التقليدية، ووافق (36) فرداً وبنسبة (36%)، وعدد (18) فرداً وبنسبة (18%) محايدين، ولم يوافق (7) أفراد وبنسبة (7%)، بينما لم يوافق بشدة فردين وبنسبة (2%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• العبارة الخامسة: التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الإلكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان.

جدول رقم (4-2-15) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
42.0%	42	أوافق بشدة
43.0%	43	أوافق
15.0%	15	محايد
10.0%	10	لا أوافق
100%	100	المجموع

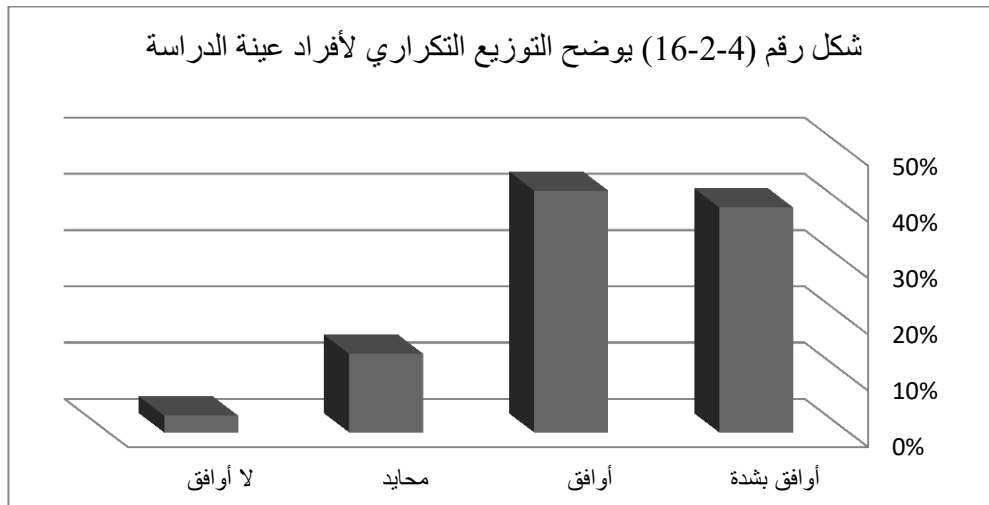


الجدول والشكل بالرقم (4-2-15) يبينان أن: (32) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (32%) موافقون بشدة على أن: التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الإلكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان، ووافق (43) فرداً وبنسبة (43%)، وعدد (15) فرداً وبنسبة (15%) محايدين، بينما لم يوافق (10) أفراد وبنسبة (10%) على العبارة المذكورة أعلاه.

4-2-4/ عبارات الفرضية الرابعة:

- العبارة الأولى: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنويع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية خصوصاً وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية آخذة في التطور والنمو السريع.

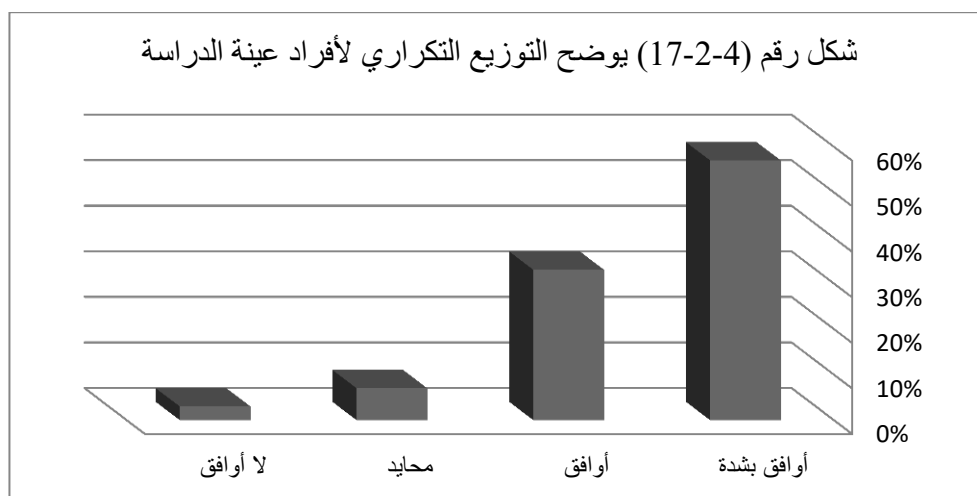
جدول رقم (4-2-16) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
40.0%	40	أوافق بشدة
43.0%	43	أوافق
14.0%	14	محايد
3.0%	3	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-16) يبينان أن: (40) فرداً في عينة الدراسة أي بنسبة (40%) موافقون بشدة على أن: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنويع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية خصوصاً وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية آخذة في التطور والنمو السريع، ووافق (43) فرداً وبنسبة (43%)، وهناك عدد (14) فرداً وبنسبة (14%) محايدين، بينما لم يوافق (3) أفراد يمثلون بنسبة (3%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• العبارة الثانية: النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً.

جدول رقم (4-2-17) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
57.0%	57	أوافق بشدة
33.0%	33	أوافق
7.0%	7	محايد
3.0%	3	لا أوافق
100%	100	المجموع

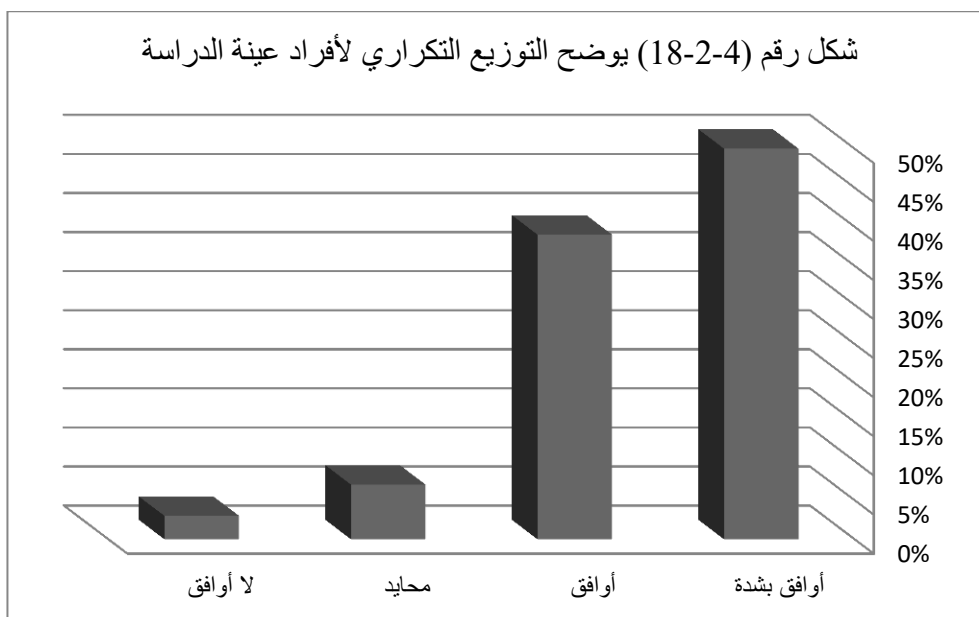


الجدول والشكل بالرقم (4-2-17) يبينان أن: (57) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (57%) موافقون بشدة على أن: النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً، ووافق (33) فرداً أي بنسبة (33%)، وكان عدد (7) أفراد بنسبة (7%) محايدين، بينما لم يوافق (3) أفراد وما نسبته (3%) على العبارة المذكورة عاليه.

• العبارة الثالثة: الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح

ويؤدي إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة.

جدول رقم (4-2-18) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
50.0%	50	أوافق بشدة
39.0%	39	أوافق
7.0%	7	محايد
4.0%	4	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-18) يبينان أن: (50) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (50%) موافقون بشدة

على أن: الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح ويؤدي

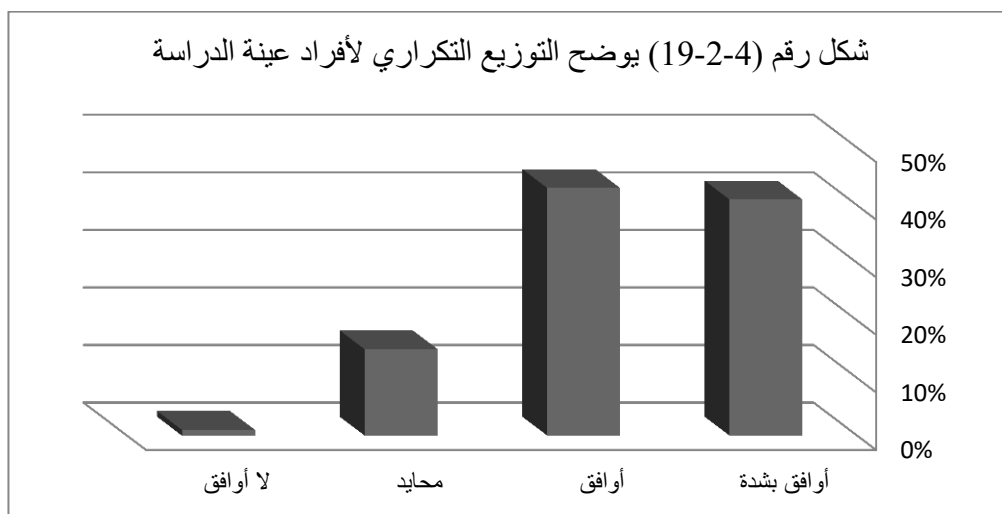
إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة، ووافق (39) فرداً وبنسبة (39%)، وكان عدد (7) أفراد أي

بنسبة (7%) محايدين ، بينما لم يوافق (4) أفراد وبنسبة (4%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• العبارة الرابعة: النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح

وإشباع حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين.

جدول رقم (4-2-19) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
41.0%	41	أوافق بشدة
43.0%	43	أوافق
15.0%	15	محايد
1.0%	1	لا أوافق
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-19) يوضحان أن: (41) فرداً في عينة الدراسة وما نسبته (41%) موافقون بشدة

على أن: النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع

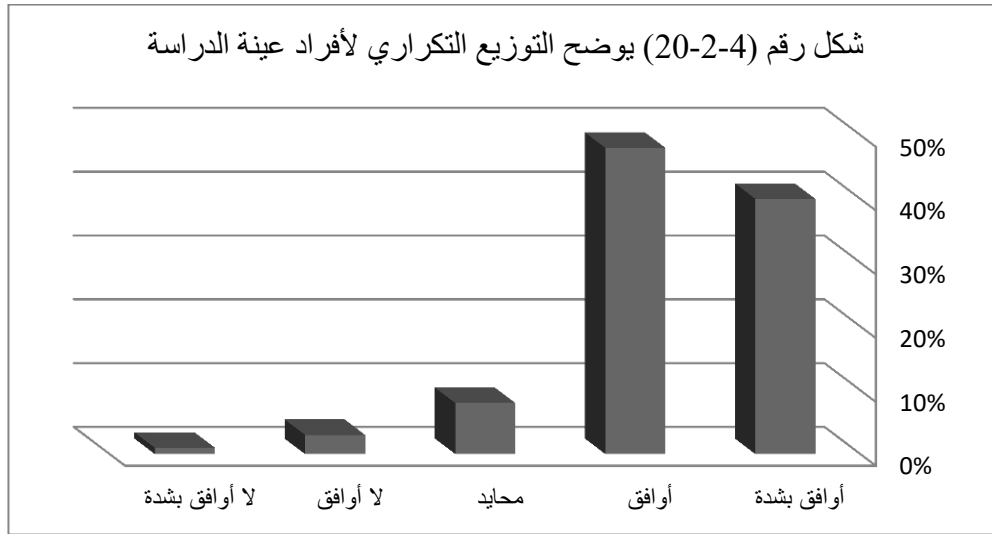
حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين، ووافق (43) فرداً وبنسبة (43%)، وكان عدد (15) فرداً

وبنسبة (15%) محايدين، بينما لم يوافق فرداً واحداً أي بنسبة (1%) على العبارة المذكورة أعلاه.

• العبارة الخامسة: الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطوير الخدمات السياحية

المتعددة في البيئات المحلية في السودان ما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية.

جدول رقم (4-2-20) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة		
النسبة المئوية	العدد	الإجابة
40.0%	40	أوافق بشدة
48.0%	48	أوافق
8.0%	8	محايد
3.0%	3	لا أوافق
1.0%	1	لا أوافق بشدة
100%	100	المجموع



الجدول والشكل بالرقم (4-2-20) يبينان أن: (40) فرداً في عينة الدراسة أي بنسبة (40%) موافقون بشدة

على أن: الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطوير الخدمات السياحية المتعددة في

البيئات المحلية في السودان ما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية، ووافق (48) فرداً وبنسبة (48%)، وكان

عدد (8) أفراد وبنسبة (8%) محايدين، ولم يوافق (3) أفراد بنسبة (3%)، بينما لم يوافق بشدة فرداً واحداً

على العبارة المذكورة أعلاه، أي ما بنسبته (1%).

السياح القادمون إلى السودان:

يتناول هذا الجانب من إجراءات هذه الدراسة التعريف بإحصائيات وزارة السياحة والآثار والحياة البرية التي تشير إلى أن الأوربيين هم أكثر السياح الذين يزورون السودان قادمين من فرنسا، بريطانيا وإيطاليا إضافة إلى أعداد قليلة من بقية الدول الأوروبية الأخرى ومن الولايات المتحدة الأمريكية، يليهم السياح القادمون من روسيا، الصين والهند إضافة إلى عدد مقدر من السياح القادمين من الدول العربية مثل: دولة الامارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية ودولة الكويت ومصر واعداد قليلة جداً من بعض من الدول الأفريقية. تتناول إجراءات الدراسة أيضاً التعريف بالعلاقة التي تربط بين السياح الأجانب والبيئات السياحية في السودان، وذلك من خلال التقارير والمعلومات والبيانات التي تحصل عليها الباحث من وزارة السياحة والآثار والحياة البرية هي كالتالي:

1. السياح القادمون من فرنسا:

السودان يحتل المرتبة الثالثة في القائمة التجارية لشركاء فرنسا في منطقة شرق أفريقيا، بعد كينيا وإثيوبيا وذلك بسبب المنشآت الفرنسية في قطاع زراعة ونتاج الصمغ العربي والأدوية، التعاون القائم بين البلدين يتطور يوماً بعد يوم وذلك بفضل تفعيل البرامج العلمية بين معاهد البحوث والجامعات السودانية ونظيراتها الفرنسية مما أدى إلى فكرة إنشاء الوحدة الفرنسية التابعة لمصلحة الآثار السودانية في العام 1967م، وكان "جان فير كوتير" هو أول مدير للآثار بعد فترة الحكم الثنائي، حالياً "الادارة العامة للآثار والمتاحف" تطورت العلاقات بين البلدين واستمر التعاون إلى أن أصبح تعليم اللغة الفرنسية إلزامي في القسم الأدبي في المرحلة الثانوية في المدارس السودانية لاحقاً، حيث تسهم هذه العوامل مجتمعة في تشجيع وتحفيز الفرنسيين إلى زيارة السودان والوقوف على سبل تطوير هذا التعاون ومشاهدة آثار الحضارات التاريخية واستكشاف بيئات سياحية جديدة مما يعود ايجاباً على عائدات السياحة الاقتصادية عموماً في السودان.

2. السياح القادمون من بريطانيا:

العلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية بين السودان وبريطانيا تمتد جذورها إلى مطلع القرن العشرين، وتُعد بريطانيا من أوائل الدول التي أقام السودان معها علاقات دبلوماسية وكان ذلك عقب الاستقلال مباشرة، وظلت العلاقات منذ ذلك التاريخ راسخة وقوية، وتظل بريطانيا تهتم بكل ما يجرى في السودان باعتباره دولة ذات أهمية كبرى بالنسبة لها بالإضافة إلى البعد الاستعماري القديم، ورغبة البريطانيين الشديدة في السفر بغرض التعرف إلى السودان الذي كان جزءاً مهماً من الامبراطورية العظمى وللوقوف على المشاهد التاريخية والآثار التي خلفها المستعمرون إضافة إلى ارتباط عدد كبير من السودانيين ببريطانيا يؤدون أدواراً بارزة في المجالات الثقافية والتجارية والعلمية.

3. السياح القادمون من ايطاليا:

العلاقات بين السودان وايطاليا تعود إلى الصلات القديمة بين مملكة كوش والامبراطورية الرومانية حينها تم تبادل ارسال المبعوثين والسفراء اضافة الي التبادل التجاري بينهما ويثبت ذلك وجود بعض المباني والمعابد في منطقتي مروى والمصورات الصفراء تحمل اسماء رومانية، ايطاليا لديها حالياً العديد من الأنشطة الثقافية والأكاديمية المتبادلة بين جامعتي فينس وتورين في ايطاليا وجامعتي الخرطوم والمستقبل في السودان، من أهم تلك الأنشطة إتاحة الفرصة للجميع لتعلم اللغة الايطالية.

أما في مجال السياحة يزور السودان ولمدة ثلاث أشهر من كل عام خبراء آثار من جامعة نابولي، فينيس وميلان بغرض تنشيط التعاون في مجال السياحة بين البلدين وذلك من خلال عقد سمنارات والقيام بزيارات عملية وعلمية إلى مناطق الآثار التاريخية في كل من مروى البجراوية والبركل بهدف ورفع مستوي السياحة في السودان.

4. السياح القادمون من ألمانيا:

معظم السياح الألمان القادمون إلى السودان يشكلون البعثات العاملة في مجال ترميم الآثار في ولايتي نهر النيل والشمالية.

5. السياح القادمون من دول اوربية أخرى:

سياح من دول اوربية أخرى يزورون السودان أهمها روسيا مثلاً ويبدو اهتمامهم واضحاً برياضة الغطس ومشاهدة مناظر الشعب المرجانية وتحديداً في محمية سنجيب البحرية، أما السياح القادمين من أمريكا الشمالية والجنوبية نسبتهم ضئيلة جداً مقارنة بالسياح القادمين من بقية دول العالم.

6. السياح القادمون من آسيا:

الشراكة التجارية بين السودان والصين من جهة وبين السودان وعدد من دول شرق آسيا من جهة أخرى في مجال البترول والعديد من المجالات الأخرى أفرزت علاقات قوية أدت إلى جعل السودان نقطة تجارية مهمة للسياح من دول شرق آسيا بهدف الاستكشاف والاستثمار في المجالات التجارية والصناعية والاقتصادية.

7. السياح القادمون من الدول العربية:

السياح القادمون إلى السودان من الدول العربية معظمهم من دول المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة ودولة الكويت وبعض دول المغرب العربي ومصر وليبيا وتتركز جل اهتماماتهم السياحية في الصيد البري والتعرف إلى المناطق الطبيعية والمحميات البرية في السودان.

الباب الرابع

1. اختبار الفرضيات
2. مناقشة النتائج
3. النتائج
4. التوصيات
5. الخاتمة
6. قائمة المراجع
7. قائمة الملاحق

الباب الرابع

يتناول هذا الباب الموضوعات المتعلقة بتحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها تحليلاً احصائياً، اختبار فرضيات الدراسة، مناقشة النتائج والاستنتاج ثم التوصيات وخاتمة الدراسة.

1. تحليل البيانات والمعلومات:

تحليل البيانات والمعلومات إحصائياً يحوي الإجراءات التالية:

1-1/ تحويل المتغيرات الاسمية إلى متغيرات كمية وذلك بإعطاء الدرجة (5) كوزن لكل إجابة " أوافق بشدة"، الدرجة (4) كوزن لكل إجابة " أوافق"، الدرجة (3) كوزن لكل إجابة " محايد"، الدرجة (2) كوزن لكل إجابة " لا أوافق"، الدرجة (1) كوزن لكل إجابة " لا أوافق بشدة".

1-2/ استخدام اختبار "مربع كاي" لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات الخمس المنبثقة من كل فرضية من فرضيات الدراسة الأربع.

1-3/ حساب الوسيط لكل عبارة من العبارات المضمنة في الاستبانة "أداة الدراسة" والتي يتبين من خلالها آراء عيني الدراسة بخصوص موضوع الدراسة: فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في رفع مستوى سياحة البيئات المحلية في السودان.

2. اختبار فرضيات الدراسة:

اختبار فرضيات الدراسة والتحقق من إثباتها أو نفيها يتطلب معرفة نتائج آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات الخمس المتفرعة من كل فرضية، إضافة إلى معرفة حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة عن كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، علماً بأن الوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية ويستخدم لوصف موضوع الدراسة إذ يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيبها تصاعدياً أو تنازلياً.

1-2/ الفرضية الأولى: (اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً يفترق لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق المعايير العالمية).
جدول رقم (1-2) يوضح: قيمة الوسيط لإجابات عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى.

ت	عبارات الفرضية الأولى	الوسيط	التفسير
1	الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر ذكاءً وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان.	4	أوافق
2	الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفترق إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة.	4	أوافق
3	الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح.	5	أوافق بشدة
4	القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز المستثمرين بتقديم المساعدات النوعية.	4	أوافق
5	ارتفاع تكلفة صناعة ونتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان.	4	أوافق
	جميع العبارات	4	أوافق

يتبين من الجدول رقم (1-2) ما يلي:

1-2-1/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على مضمون العبارة الأولى.

2-1-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة عليها.

3-1-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على هذه العبارة.

4-1-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن

غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة المذكورة أعلاه.

2-1-5/ قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على مضمون العبارة.

2-1-6/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقين على ما جاء بعبارات الفرضية الأولى.

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك، حيث أنه وكما ورد في الجداول من رقم (4-1-1) إلى رقم (4-1-5)، ومن رقم (4-2-1) إلى رقم (4-2-5) أن هناك أفراداً محايدين أو غير موافقين على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين ومحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي.

جدول رقم (2-2) يوضح اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الأولى.

ت	عبارات الفرضية الأولى	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر نكاه وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان.	4	153.80
2	الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفتقر إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة.	4	127.00
3	الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً وبسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح.	4	145.67
4	القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز المستثمرين بتقديم المساعدات النوعية.	4	89.93
5	ارتفاع تكلفة صناعة ونتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان.	4	135.07

الجدول أعلاه بالرقم (2-2) يمكن تفسير نتائجه كالآتي:

1-2-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الأولى بلغت (153.80) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (1-1-4) ورقم (1-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (5%) بين إجابات أفراد العينة لصالح الموافقين على مضمون العبارة الأولى.

2-2-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين على ما جاء بالعبارة الثانية بلغت (127.00) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (2-1-4) ورقم (2-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على مضمون العبارة الثانية.

2-2-3/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثالثة بلغت (145.67) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

بناءً على ما ورد في الجدولين رقم (3-1-4) ورقم (3-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على مضمون العبارة الثالثة.

2-2-4/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الرابعة بلغت (89.93) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-4) ورقم (4-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة

إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على العبارة المذكورة أعلاه. 11-1-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الخامسة (135.07) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

بناءً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-5) ورقم (4-2-5) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على مضمون العبارة الخامسة المذكورة أعلاه، ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي تنص على: اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً يفتقر لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق المعايير العالمية، قد أثبتت.

2-2/ الفرضية الثانية: التصوير الابداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان.

جدول رقم (2-3) يوضح: قيمة الوسيط لإجابات عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية.

ت	عبارات الفرضية الثانية	الوسيط	التفسير
1	التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً لسياحة البيئات المحلية في السودان، وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات السياحة كافة.	5	أوافق بشدة
2	التصوير الضوئي الإبداعي يعكس للعالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد وإمكانيات السودان السياحية الكبيرة	5	أوافق بشدة
3	التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين وحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي.	5	أوافق بشدة
4	الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومناطق الجذب السياحي، مما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة.	5	أوافق بشدة
5	التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية المحلية الثقافية، الرياضية والاقتصادية	5	أوافق بشدة
	جميع العبارات	5	أوافق بشدة

الجدول أعلاه بالرقم (3-2) يبين التالي:

1-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة الأولى.

2-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة الثانية.

3-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على مضمون العبارة الثالثة.

4-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة الرابعة.

5-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على مضمون العبارة الخامسة.

6-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثانية بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على ما تضمنته عبارات الفرضية الثانية.

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك، حيث أنه وكما ورد في الجداول من رقم

(6-1-4) إلى رقم (4-1-10) ومن رقم (4-2-6) إلى رقم (4-2-10) أن هناك أفراداً محايدين أو غير موافقين

على ذلك، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين ومحايدين وغير الموافقين للنتائج

أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الثانية.

جدول رقم (2-4) يلخص نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثانية.

ت	عبارات الفرضية الثانية	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً لسياحة البيئات المحلية في السودان، وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات السياحة كافة.	4	146.73
2	التصوير الضوئي الإبداعي يعكس للعالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد وإمكانات السودان السياحية الكبيرة	4	139.80
3	التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين وحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي.	4	161.47
4	الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومناطق الجذب السياحي، مما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة.	4	126.00
5	التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية المحلية الثقافية، الرياضية والاقتصادية	4	127.20

الجدول أعلاه بالرقم (4-2) تفسر نتائجه كما يلي:

4-2-1/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الأولى بلغت (146.73) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-6) ورقم (4-2-6)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة لصالح الموافقين بشدة على العبارة الأولى في فرضية الدراسة الثانية.

4-2-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين على ما جاء بالعبارة الثانية بلغت (139.80) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

استناداً على ما ورد في الجدولين رقم (7-1-4) ورقم (7-2-4)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على العبارة الثانية.

3-4-2/ قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثالثة (161.47) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (8-1-4) ورقم (8-2-4)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على العبارة المذكورة أعلاه.

4-4-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الرابعة (126.00) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

استناداً على ما ورد في الجدولين رقم (9-1-4) ورقم (9-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على مضمون العبارة أعلاه.

5-4-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الخامسة بلغت (127.20) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (10-1-4) ورقم (10-2-4)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على العبارة الخامسة في غرضية الدراسة الثانية، مما سبق أعلاه يتبين أن فرضية الدراسة الثانية التي تنص على أن: التصوير الضوئي الابداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان، قد أثبتت.

3. الفرضية الثالثة: ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

جدول رقم (1-3) يوضح قيمة الوسيط لإجابات عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة.

ت	عبارات الفرضية الثالثة	الوسيط	التفسير
1	النهوض بسياحة البيئات المحلية السودانية يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية.	5	أوافق بشدة
2	الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي.	4	أوافق
3	النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً.	5	أوافق بشدة
4	العديد من الدول تبذل جهوداً مقدرة في الارتقاء بالسياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية وزيادة الاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجاتهم اليدوية.	5	أوافق بشدة
5	التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الالكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان.	5	أوافق بشدة
	جميع العبارات	5	أوافق بشدة

يتبين من الجدول أعلاه رقم (1-3) ما يلي:

1-3-1/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على مضمون العبارة الأولى.

1-3-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على العبارة الثانية.

1-3-3/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن

غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على ما جاء في العبارة الثالثة.

3-1-4/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن

غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة الرابعة.

3-1-5/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن

غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على مضمون العبارة الخامسة.

3-1-6/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثالثة (5)، وتعني هذه

القيمة أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على ما جاء بعبارات الفرضية الثالثة.

إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك، حيث أنه وكما ورد في الجداول من

رقم (11-1-4) إلى (15-1-4) ومن (11-2-4) إلى (15-2-4) أن هناك أفراداً محايدين أو غير موافقين على

ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين ومحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم

استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الثالثة.

جدول رقم (2-3) يوضح: نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثالثة.

ت	عبارات الفرضية الثالثة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	النهوض بسياحة البيئات المحلية السودانية يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية.	4	158.53
2	الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي.	4	137.33
3	النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً.	4	137.33
4	العديد من الدول تبذل جهوداً مقدرة في الارتقاء بالسياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية وزيادة الاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجاتهم اليدوية.	4	139.73
5	التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الالكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان.	4	130.33

الجدول أعلاه بالرقم (2-3) من الممكن تفسير نتائجه كالتالي:

1-2-3/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير

الموافقين على ما جاء بالعبارة الأولى بلغت (158.53) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند

درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

استناداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-11) ورقم (4-2-11) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة

إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على العبارة الأولى

لفرضية الدراسة الثالثة.

3-2-2/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثانية بلغت (137.33) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-12) ورقم (4-2-12) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على العبارة المذكورة أعلاه.

3-2-3/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثالثة بلغت (137.33) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

استناداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-13) ورقم (4-2-13) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على مضمون العبارة الثالثة.

3-2-4/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين حول ما جاء بالعبارة الرابعة (139.37) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

بناءً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-14) ورقم (4-2-14)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على مضمون العبارة المذكورة أعلاه.

3-2-5/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الخامسة بلغت (130.33) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-15) ورقم (4-2-15) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على ما جاء في مضمون العبارة الخامسة لفرضية الدراسة الثالثة.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي تنص على أن: ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً، قد أثبتت.

4. الفرضية الرابعة: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية.

جدول رقم (4-1) يوضح قيمة الوسيط لإجابات عينة الدراسة على عبارات الفرضية الرابعة.

ت	عبارات فرضية الدراسة الرابعة	الوسيط	التفسير
1	الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية خصوصاً وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية آخذة في التطور والنمو السريع.	5	أوافق بشدة
2	النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً.	4	أوافق
3	الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح وبالتالي يؤدي إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة.	4	أوافق
4	النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين.	5	أوافق بشدة
5	الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطور الخدمات السياحية المختلفة في البيئات المحلية في السودان مما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية.	5	أوافق بشدة
	جميع العبارات	5	أوافق بشدة

يتبين من الجدول أعلاه بالرقم (1-4) ما يلي:

1-4-1/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على مضمون العبارة المذكورة أعلاه.

1-4-2/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على ما جاء في العبارة الثانية لفرضية الدراسة الرابعة.

1-4-3/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على مضمون العبارة المذكورة أعلاه.

1-4-4/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على ما جاء في مضمون العبارة الرابعة.

1-4-5/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة أعلاه.

1-4-6/ أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الرابعة (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقين بشدة على كل ما جاء بعبارات الفرضية الرابعة.

إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك، حيث أنه وكما ورد في الجداول رقم (16-1-4) إلى رقم (20-1-4) ومن (16-2-4) إلى رقم (20-2-4) أن هناك أفراداً محايداً أو غير موافقين على ذلك، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين ومحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الرابعة.

جدول رقم (1-4) يوضح نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الرابعة.

ت	عبارات فرضية الدراسة الرابعة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنويع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية خصوصاً وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية آخذة في التطور والنمو السريع.	4	143.73
2	النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً.	4	122.20
3	الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح وبالتالي يؤدي إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة.	4	159.87
4	النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين.	4	124.33
5	الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطور الخدمات السياحية المختلفة في البيئات المحلية في السودان مما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية.	4	114.87

الجدول أعلاه بالرقم (1-4) يمكن تفسير نتائجه كما يلي:

1-4/1 أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الأولى بلغت (143.73) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدولين رقم (16-1-4) ورقم (16-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على العبارة الأولى المذكورة أعلاه.

1-4/2 أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير

الموافقين على ما جاء بالعبارة الثانية بلغت (122.20) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.24).

استناداً على ما ورد في الجدولين رقم (4-1-17) ورقم (4-2-17) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على مضمون العبارة الثانية في فرضية الدراسة الرابعة.

4-1-3/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثالثة بلغت (159.87) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

اعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (4-1-18) والجدول رقم (4-2-18) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على العبارة الواردة أعلاه. 4-1-4/ أن قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الرابعة بلغت (124.33) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

استناداً على ما ورد في الجدول رقم (4-1-19) والجدول رقم (4-2-19) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على مضمون العبارة المذكورة أعلاه.

4-1-5/ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين حول ما جاء بالعبارة الخامسة بلغت (114.87) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

استناداً على ما ورد في الجدول رقم (20-1-4) والجدول رقم (20-2-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على العبارة الخامسة في فرضية الدراسة الرابعة.

مما تقدم يتضح أن فرضية الدراسة الرابعة والتي تنص على أن: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية، قد تم إثباتها.

مناقشة النتائج:

يتناول هذا الجانب من هذا الباب تفسير ومناقشة النتائج المتحصل عليها من خلال تحليل البيانات والمعلومات الواردة في إجابات أفراد عينة الدراسة عن طريق أداة الدراسة "الاستبانة" وذلك استناداً على فرضيات الدراسة الأربع التالية:

1. الفرضية الأولى: (اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة

الضوئية الإبداعية خصوصاً يفتقر لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق المعايير العالمية).

السياحة عموماً، أصبحت من القطاعات الاقتصادية الأسرع نمواً في العالم وذلك بفضل الاهتمام الكبير الذي توليه الجهات الرسمية والخاصة لتطوير مجال الترويج، تحديداً الدول الأوروبية الكبرى إضافة إلى بعض الدول المتطورة سياحياً مثل تركيا، البرازيل، مصر وماليزيا، علماً بأن الإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للسياحة عموماً ولسياحة البيئات المحلية خصوصاً هو الأكثر ذكاءً وجذباً.

السودان لا يزال يعتمد في الترويج للسياحة على الصورة الضوئية التقليدية التي تقتصر للأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة، في حين قطاع السياحة في الدول من حوله يشهد تنافساً كبيراً في النهوض بهدف جذب أكبر عدد من السياح، وذلك بالترويج لمواقع الحضارات وابرار الجوانب الثقافية من خلال المهرجانات الشعبية وكرنفالات الفنون الأدائية التقليدية الأمر الذي بدوره يسهم في سرعة وسهولة انتشار العادات والتقاليد واللغات عبر السياح أنفسهم وعلى أوسع نطاق للعالم الخارجي.

أما تدني مجال الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان يعود إلى عدة عوامل أهمها ارتفاع تكاليف صناعته ونتاجه التي تقلل من الاعتماد عليه، إلا أن مقارنة بسيطة بين القطاعين العام والخاص، تفيد أن الأخير أكثر مرونة في الإنفاق على الترويج والاستثمار في المجال.

2. الفرضية الثانية: (التصوير الضوئي الإبداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان).

التصوير الضوئي الإبداعي يُعد من أهم الوسائل المرئية التي تسهم في نقل واقع السياحة للعالم الخارجي بكل أنواع الأنشطة والخدمات في المناطق والمواقع والبيئات ذات الجذب الكبير الأمر الذي جعل الدول المتقدمة

سياحياً تبدي اهتماماً كبيراً لتطوير هذا المجال الحيوي لدوره الكبير في التعريف بالموروث الثقافي في تلك المناطق.

السودان يتمتع بموارد طبيعية وبيئية كبيرة أسهمت في تصنيفه عالمياً ضمن أفضل عشرة دول تحظى ببيئات طبيعية جاذبة للسياحة، ونجده من الدول التي تسعى جاهدة إلى الحاق بركب الدول المتطورة سياحياً وذلك بتسخير الامكانيات المتاحة كافة لتطوير مجال الترويج لسياحة البيئات المحلية، من اجل ابراز المشاركات التفاعلية المتمثلة في المهرجانات الثقافية والأنشطة الرياضية الشعبية، وكذا الترويج لمنتجات الصناعات التقليدية التي من شأنها أن توفر فرص عمل للسكان المحليين ما يترتب عليه زيادة دخل الفرد والمجتمع والذي بدوره يسهم في الارتقاء بالبيئات المحلية في العديد من المجالات، ما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ويدعم بناء الأمة.

3. الفرضية الثالثة: (ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً)

عالمياً، السياحة عموماً، لم تعد تلك الأنشطة التقليدية والنمطية التي تعتمد على تبادل المعلومات ونقل الأخبار فقط بقدر ما أصبحت صناعة تواكب التقنيات الحديثة وتطوراتها المتلاحقة التي تؤثر بصورة مباشرة في حياة الأمم والشعوب بالعديد من الطرق والمجالات المتنوعة.

السياحة تحولت إلى صناعة عالمية وفق أسس ومعايير تهدف إلى تحقيق فوائد كبيرة ومتعددة في المجالات الاقتصادية، التجارية، الثقافية والاجتماعية، والارتقاء بمستواها يتطلب جلب استثمارات كبيرة واستقطاب رؤوس أموال محلية وأجنبية وتوظيفها تحديداً في مجال الترويج الجيد الذي يعمل على إبراز الجانب المشرف للبيئات المحلية ونقله إلى العالم الخارجي.

النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يتطلب تحريك مقومات الجذب كافة، و تطوير كل وسائل الاتصال الحديثة خصوصاً مجال أنظمة الحجز الالكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في ترقية مناطق

السياحة البيئية والمناطق المجاورة لها، وأيضاً من خلال حض السكان المحليين على ترقية فنونهم الشعبية

والمحافظة على تقاليدهم وعاداتهم النبيلة والارتقاء بالصناعات التقليدية والمنتجات الحرفية.

4. الفرضية الرابعة: (الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر

العائدات الاقتصادية).

النمو الاقتصادي في معظم الدول المتطورة سياحياً يرتبط بشكل كبير بتطور قطاعي السياحة والخدمات خصوصاً أنها أصبحت صناعة عالمية سريعة النمو.

الترويج والإعلان الجيد لصناعة سياحة البيئات المحلية في السودان يمثل أحد أهم عناصر الجذب اضافة إلى الاهتمام الكبير بالبنى التحتية والخدمات الأساسية التي يمكنها تطوير المواقع والمناطق السياحية وإجراء التحسينات لتكون ملائمة للسياح مثل رصف وتعبيد الطرق وتشديد مرافق الخدمات وترقية وسائل النقل والإتصالات والايواء.

القطاع الخاص يؤدي دوراً مهماً في الترويج لسياحة البيئات المحلية عبر العديد من المجالات أهمها الاستثمار في المشروعات الانتاجية متوسطة الحجم والصغيرة والتي تستخدم فيها المواد الخام المحلية المتاحة، بهدف انعاش الجانب الاقتصادي وذلك بتمويل الصناعات التقليدية وتشجيع منتجات الأشغال والحرف اليدوية وكل ما ينم عن مظاهر ثقافة البيئات المحلية، علماً بأن السياح دوماً يرغبون في شراء القطع التذكارية والمنحوتات الفنية من المناطق والوجهات السياحية وتقديمها كهدايا مما يتيح للحرفيين الفرصة لتجويد منتجاتهم لتكون أكثر ملائمة لأذوق السياح مما يسهم في الحفاظ على التقاليد والموروثات الثقافية المحلية.

النتائج

علي ضوء مناقشة نتائج هذه الدراسة يمكن أن نستنتج التالي:

1. تفيد نتائج الدراسة تدني مستوى الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً في السودان عند مقارنتها بنظيرتها العالمية وفق الأسس والمعايير العالمية، وبهذه النتيجة تكون فرضية الدراسة الأولى قد أُثبتت.

2. أفادت نتائج هذه الدراسة أن التصوير الضوئي الإبداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان وذلك لإسهامه بفاعلية في التأثير المطلوب لإقناع المتلقي، وبهذه النتيجة تكون فرضية الدراسة الثانية قد أُثبتت.

3. تفيد نتائج هذه الدراسة أن الارتقاء بمستوى سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم بدوره في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً، وبهذه النتيجة تكون فرضية الدراسة الثالثة قد أُثبتت.

4. أسفرت نتائج هذه الدراسة عن إن ارتفاع تكلفة العمل الإعلاني تحتاج إلى الانفاق اللا محدود من قبل الجهات ذات الاختصاص وبالتالي إن الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في زيادة وتنويع مصادر العائدات الاقتصادية للفرد والمجتمع، وبهذه النتيجة تكون فرضية الدراسة الرابعة قد أُثبتت.

التوصيات

بناءً على ما تم اثباته من الفرضيات توصي الدراسة بالتالي:

1. ضرورة الاهتمام بالترويج لسياحة البيئات المحلية من خلال الإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي باعتباره الأعمق أثراً الأكثر انتشاراً، الأسرع وصولاً للسياح.
2. الاهتمام بالإعلان المرئي عموماً والقائم على التصوير الضوئي الإبداعي خصوصاً وتحمل تكلفته العالية والاستعانة بالخبراء في تأهيل وتدريب الكوادر العاملة في مجال سياحة البيئات المحلية وتطوير قدراتهم للنهوض بهذا المجال في السودان.
3. حث الجهات المسؤولة عن سياحة البيئات المحلية بالتحديد بضرورة إجراء قياس دوري لمعرفة فاعلية الترويج والإعلان القائم على الصورة الضوئية الإبداعية بهدف التقييم والتقييم.
4. حتمية إصدار الجهات المعنية اللوائح والقوانين التي من شأنها تنظيم وتطوير الترويج والإعلان القائم على التصوير الضوئي الإبداعي وتدريب الكوادر العاملة في هذا المجال.
5. العمل على تذليل العقبات كافة التي تواجه المستثمرين الأجانب والمحليين في مجال السياحة في السودان.

الختامة

الترويج أحد أهم الأنشطة الاقتصادية الداعمة للمجالات التجارية، الصناعية، الثقافية إضافة إلى المجالات الخدمية المتمثلة في السياحة عموماً وسياحة البيئات المحلية خصوصاً، التي تُعد حالياً أحد القطاعات الأسرع نمواً في العالم، الذي بدوره يجعل الترويج عبر الإعلان المرئي وبالتحديد من خلال التصوير الضوئي الإبداعي هو النموذج الأمثل والأوسع انتشاراً والوسيلة الأعمق أثراً والأسرع وصولاً إلى السياح.

في ضوء ما تناولته هذه الدراسة يمكن القول أن دراسة فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في رفع مستوى سياحة البيئات المحلية في السودان مقارنة بمستوى نظيرتها العالمية والاقليمية، ينتج عنه آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية واسعة النطاق تعود بالنفع على البيئات المحلية السياحية وسكانها ومناطقها المجاورة، علماً بأن السائح أصبح المحور الأساسي لكل عمليات الترويج والتسويق بهدف جذبته ولفت انتباهه، لذا فمن الضروري الأخذ بعين الاعتبار العمل على تلبية حاجاته ومتطلباته الأساسية من خلال انتاج صورة ضوئية ابداعية تحمل فكرة ذكية ورسالة ذات مضمون مبتكر يتوافق مع رغباته.

للارتقاء بمجال الترويج والتسويق لسياحة البيئات المحلية في السودان وتطوير مناطقها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً وزيادة عائدتها الاقتصادية، يتطلب المزيد من الاهتمام بتطوير مجال الترويج وصناعة وانتاج التصوير الضوئي الإبداعي، وتحمل نفقات انتاجه العالية والاستعانة بالخبراء والمتخصصين لتدريب وتطوير قدرات الكوادر العاملة سعياً للنهوض بهذا المجال في السودان.

الملاحق



ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا



المحترم /

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع: استبانة جمع معلومات

يقوم الباحث المذكور أدناه بإجراء بحث لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الفنون "تصميم إيضاحي" بعنوان:

(فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في رفع مستوى سياحة البيئات المحلية في السودان)

Effectiveness of Creative Photography in Raising Local Environmental
Tourism Standards in Sudan.

وقد تم اختياركم بوصفكم أحد الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسة.

تهدف هذه الاستبانة إلى معرفة رأيكم حول فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية عموماً وللبيئات المحلية السياحية خصوصاً، وتحديداً في الترويج للسياحة في السودان وذلك عند مقارنة الصورة المعنية بنظيرتها النمطية المتداولة حالياً ومنذ عقود آخذين في الاعتبار أن المقصود بالصورة الضوئية الإبداعية: أنها صورة ضوئية مبتكرة تتسم بذكاء الفكرة والإبداع ومستمدة من البيئات المحلية السودانية تختلف في فحواها عن الصورة المذكورة أعلاه وبالتالي ما يجعلها قادرة على جذب الانتباه والإقناع.

تحتوي الاستبانة علي اربعة محاور .

لذا نرجو التكرم بالتأشير والإجابة عن جميع أسئلة الاستبانة المرفقة بما يتناسب ورأيكم، علماً بأن المعلومات المتحصل عليها ستكون سرية تماماً ولن تستخدم إلا لأغراض هذه الدراسة فقط.

ولكم من بعد الله الشكر الجزيل والتقدير والاحترام علي حسن تعاونكم.

الباحث/ مبارك محمد محجوب

استبانة شريحة الخبراء والمتخصصين

وضع في المكان المتوافق مع رأيكم.



الرجاء

المعلومات العامة:

1. الاسم: _____ الدرجة الوظيفية _____

2. النوع: ذكر أنثى

3. المؤهل العلمي: ثانوي جامعي فوق الجامعي أخرى

4. التخصص: تصميم إيضاحي تصوير ترويج سياحي آثار حياة برية أخرى

المحور الأول: اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية

الإبداعية خصوصاً يفترق لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق المعايير العالمية.

م	العبارة	درجة الموافقة				
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر ذكاء وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان.					
2	الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفترق إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة.					
3	الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح.					
4	القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز للمستثمرين بتقديم المساعدات النوعية.					
5	ارتفاع تكلفة صناعة ونتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان.					

المحور الثاني:

التصوير الضوئي الابداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً لسياحة البيئات المحلية في السودان، وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات السياحة كافة.				
2	التصوير الضوئي الإبداعي يعكس للعالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد وإمكانيات السودان السياحية الكبيرة.				
3	التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين وحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي.				
4	الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومناطق الجذب السياحي، مما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة.				
5	التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية المحلية الثقافية، الرياضية والاقتصادية.				

المحور الثالث:

ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	النهوض بسياحة البيئات المحلية السودانية يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية.				
2	الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي.				
3	النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً.				
4	العديد من الدول تبذل جهوداً مقدرة في الارتقاء بالسياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية وزيادة الاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجاتهم اليدوية.				
5	التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الالكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان.				

المحور الرابع: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية خصوصاً وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية آخذة في التطور والنمو السريع.				
2	النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً.				
3	الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح وبالتالي يؤدي إلى تطوير البني التحتية ورفع مستوى السياحة.				
4	النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين.				
5	الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطور الخدمات السياحية المختلفة في البيئات المحلية في السودان مما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية.				

ملحق رقم (2)



بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا



المحترم /

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع: استبانة جمع معلومات

يقوم الباحث المذكور أدناه بإجراء بحث لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الفنون "تصميم إيضاحي" بعنوان:

(فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية في رفع مستوى سياحة البيئات المحلية في السودان)

Effectiveness of Creative Photography in Raising Local Environmental
Tourism Standards in Sudan.

وقد تم اختياركم بوصفكم أحد السياح القادمين إلى السودان.

تهدف هذه الاستبانة إلى معرفة رأيكم حول فاعلية الصورة الضوئية الإبداعية عموماً وللبيئات المحلية السياحية خصوصاً، وتحديداً في الترويج للسياحة في السودان وذلك عند مقارنة الصورة المعنية بنظيرتها النمطية المتداولة حالياً ومنذ عقود آخذين في الاعتبار أن المقصود بالصورة الضوئية الإبداعية: أنها صورة ضوئية مبتكرة تتسم بذكاء الفكرة والإبداع ومستمدة من البيئات المحلية السودانية تختلف في فحواها عن الصورة المذكورة أعلاه وبالتالي ما يجعلها قادرة على جذب الانتباه والإقناع.

تحتوي الاستبانة علي أربعة محاور.

لذا نرجو التكرم بالتأشير والإجابة عن جميع أسئلة الاستبانة المرفقة بما يتناسب ورأيكم، علماً بأن المعلومات المتحصل عليها ستكون سرية تماماً ولن تستخدم إلا لأغراض هذه الدراسة فقط.

ولكم من بعد الله الشكر الجزيل والتقدير والاحترام علي حسن تعاونكم.

الباحث/ مبارك محمد محجوب

ملحق استبانة رقم (2)

استبانة شريحة السياح باللغة العربية

الرجاء وضع في المكان المتوافق مع رأيكم.

القسم الأول: المعلومات العامة:

1. الاسم: _____ (اختياري)

2. النوع: ذكر أنثى

3. الفئة العمرية: 30-20 40-30 50-40 60-50 60 فما فوق

4. الجنسية: _____

5. المؤهل العلمي: ثانوي جامعي فوق الجامعي

6. طبيعة العمل ومجال

التخصص: _____

القسم الثاني: المحور الأول: اعتماد السودان في الترويج للسياحة عن طريق الاتصالات المرئية عموماً والصورة الضوئية الإبداعية خصوصاً يفنقر لسمات الصورة الضوئية الإعلانية وفق المعايير العالمية.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	الإعلان عبر التصوير الضوئي الإبداعي في الترويج للبيئات السياحية العالمية هو الأكثر ذكاء وجذباً من الاعلان لسياحة البيئات المحلية في السودان.				
2	الترويج للسياحة في السودان عبر التصوير الضوئي يفنقر إلى الأسس والمعايير والسمات العالمية المعاصرة.				
3	الارتقاء بالترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي عموماً ولسياحة البيئات المحلية في السودان خصوصاً يسهم بفاعلية في جذب السياح.				
4	القطاع الخاص أكثر مرونة في الإنفاق على مجالي الترويج والاستثمار في سياحة البيئات المحلية في السودان، وأن الجهات الرسمية تعمل على تحفيز للمستثمرين بتقديم المساعدات النوعية.				
5	ارتفاع تكلفة صناعة ونتاج التصوير الضوئي الإبداعي تقلل من الاعتماد عليه في الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان.				

المحور الثاني:

التصوير الضوئي الابداعي أكثر فاعلية وقدرة للارتقاء بالبيئات المحلية في السودان.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	التصوير الضوئي الإبداعي حتمي في الترويج عموماً لسياحة البيئات المحلية في السودان، وخصوصاً في ظل التنافس القوي بين مجالات السياحة كافة.				
2	التصوير الضوئي الإبداعي يعكس للعالم الخارجي واقعاً متميزاً لسياحة البيئات المحلية ويروج لها بشكل جيد وإمكانيات السودان السياحية الكبيرة.				
3	التصوير الضوئي الإبداعي يؤدي دور فاعل في توعية السياح والسكان المحليين وحثهم علي الحفاظ والاهتمام بالموارد الطبيعية باعتبارها من أهم مقومات الجذب السياحي.				
4	الترويج عبر التصوير الضوئي الإبداعي يسهم في تعريف المواطنين بسياحة البيئات المحلية ومناطق الجذب السياحي، مما يزيد الوعي الذي يحقق الانتماء الوطني ودعم بناء الأمة.				
5	التصوير الضوئي الإبداعي يسهم بفاعلية في الترويج عالمياً للأنشطة الشعبية المحلية الثقافية، الرياضية والاقتصادية.				

المحور الثالث:

ارتفاع مستوى السياحة في البيئات المحلية السودانية يسهم في تنمية وترقية تلك المناطق والمناطق المجاورة لها اقتصادياً، اجتماعياً وثقافياً.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	النهوض بسياحة البيئات المحلية السودانية يرمي إلى تحريك مقومات الجذب من خلال تطوير ترقية الموارد البشرية وقطاع الخدمات في المناطق والمواقع السياحية.				
2	الارتقاء بسياحة البيئات المحلية يسهم في إحداث التطوير المنشود بتوفيره فرص عمل جديدة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تساعد في تنمية مناطق ومواقع الجذب السياحي.				
3	النهوض بسياحة البيئات المحلية في السودان يثير اهتمام العلماء والخبراء المتخصصين والباحثين في المجال ليشمل تنمية الموارد البشرية ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً.				
4	العديد من الدول تبذل جهوداً مقدرة في الارتقاء بالسياحة وذلك من خلال توعية سكان البيئات المحلية وتشجيعهم علي تطوير فنونهم الشعبية وزيادة الاهتمام بموروثاتهم الثقافية ومنتجاتهم اليدوية.				
5	التكنولوجيا الحديثة وتطورها المتسارع يؤدي إلى تغيير في أنماط السياحة التقليدية خصوصاً تطور أنظمة الحجز الالكتروني بهدف الإقامة والسفر مما يسهم في النهوض بمناطق البيئات السياحية في السودان.				

المحور الرابع: الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية.

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	الترويج الأمثل لسياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في تنوع وزيادة مصادر العائدات الاقتصادية خصوصاً وأن السياحة أصبحت صناعة عالمية آخذة في التطور والنمو السريع.				
2	النهوض بمستوى الترويج لسياحة البيئات المحلية في السودان ومناطقها المجاورة يتيح الفرصة للقطاع الخاص الاستثمار في المشروعات الخدمية متوسطة الحجم والصغيرة وبالتالي انتعاش السياحة اقتصادياً.				
3	الترويج الجيد والأمثل لمقومات سياحة البيئات المحلية في السودان يسهم في جذب السياح وبالتالي يؤدي إلى تطوير البنية التحتية ورفع مستوى السياحة.				
4	النهوض بالترويج لسياحة البيئات المحلية الغنية بالموارد الطبيعية يهدف إلى جذب السياح وإشباع حاجاتهم وتحويل المحتملين إلى سياح فعليين.				
5	الترويج الجيد يؤدي دوراً فاعلاً في التعريف بمراحل نمو وتطور الخدمات السياحية المختلفة في البيئات المحلية في السودان مما يسهم في زيادة العائدات الاقتصادية.				

1. كيفية الوصول إلي دولة السودان: بجرأً برأً جوأً
2. عن طريق: وكالة سفر(فوج) بطريقة شخصية أخرى
3. قادماً من: _____
4. مدة الإقامة المحددة في السودان: _____
5. هل تخطط ضمن زيارتك هذه إلى معرفة بيئات محلية سياحية جديدة؟

6. هل هذه المرة الأولى التي تزور فيها السودان؟

(إذا كانت الإجابة بـ لا) كم عدد الزيارات؟ ومتي كانت آخر زيارة؟

7. ما أهم دوافع اختيارك السودان وجهةً سياحيةً دون غيرها؟

ما المواقع والأماكن والبيئات السياحية التي قمت بزيارتها من قبل؟

ملحق رقم (3)

استبانة السياح باللغة الانجليزية



Sudan University for Science and Technology



College of Graduate Studies

Mr./ Mis. / Miss. _____

Dear sir.

Topic: questionnaire

The undersigned for PhD. Degree candidate in a Graphic Design titled;

"Effectiveness of Creative Photography in Raising of Local Environmental Tourism Standards in Sudan."

You have been selected as tourist to Sudan to participate in the above mention study by filling the attached questionnaire. This questionnaire aims to fine out your view as tourist about the effectiveness of creative photography in general and specially of local environments in tourism promotion in Sudan, compared to the dominant to the dominated currently circulated.

Stereotype photography about tourism sites of Sudan aiming at attracting on tourist attention.

The questionnaire consist of four categories.

So, please answer the attached questions by filling the questions boxes and open questions as you think is appraise.

Considering that all information you provide will remain strictly confidential and shall not be used in any other form accept for this study.

Thanks for you.

Candidate: Mubarak M. Mahjoub

Category 1

The tourism promotion in Sudan in general through the visual communication in special lack the elements, basic and standard of modern tourism creative photography that are mobilized and fixed the promotion.

No.	The Phrase	The degree of expectance				
		Strong Agree	Agree	Neutral	Disagree	Strong Disagree
1	The creative photography promotion for global environments tourism is more smart and attractive than the local one.					
2	Promotion in Sudan for tourism through advertising photography lack the global modern standard.					
3	Promotion Processing through creative photography in general and the Sudanese local environments tourism in special participate effectively in tourist attraction.					
4	Private sector is more flex able is spending for environments and promotion in Sudanese tourism environments.					
5	The highest coast for making and producing creative photography reducing its promoting the Sudanese local tourism environments.					

Category 2

Promotion through creative photography of Sudanese local environments is more effective to attract tourism.

No.	The Phrase	The degree of expectance				
		Strong Agree	Agree	Neutral	Disagree	Strong Disagree
1	Generally the creative photography is necessary in tourism environments promotion, especially in strong competition among tourism fields.					
2	The creative photography reflexes to the world the distinguish reality of local environments and promoting of Sudanese huge tourism facilitate.					
3	Creative photography has a significant role to tutelage the tourists and local population to interested in natural resources					
4	Sudanese local environments creative photography participates in interdicting citizens to local attractive tourism which aware less achier the national belonging.					
5	The creative photography participate effectively in local cultural, sports and economic activities.					

Category 3

The promoting and introducing of local tourism environments in Sudan participate in developing its areas, economically, socially and culturally.

No.	The Phrase	The degree of expectance				
		Strong Agree	Agree	Neutral	Disagree	Strong Disagree
1	The raising of Sudanese local environments tourism aims to attract tourists through developing services and human resource in tourism areas..					
2	Promoting of local environments tourism participate finding new operating for work that helps in developing attraction areas in social and economic fields.					
3	The local environments tourism in Sudan raising arouses the intact of scholars in the tourism fields which in clouds the developing of human resource, culturally, socially and economically					
4	Many countries exert good offers to progressing tourism through the awareness of local residents and stimulate them to have interest about their own culture.					
5	The modern technology leads to change traditional tourism puffers, especially in developing of electronic booking system for the propose of accommodation and travel which participate in raising the local environment tourism in Sudan.					

Category 4

The ideal promotion for Sudanese environments components gives refreshment and developing to tourism services, internal, regional and global which increase the income economical tourism.

No.	The Phrase	The degree of expectance				
		Strong Agree	Agree	Neutral	Disagree	Strong Disagree
1	The ideal promotion for local environments in Sudan particulate the increasing income of economical tourism, knowing that the tourism becomes global producing and fastest developing.					
2	Raising of Sudanese local environments for tourism promotion and neighboring area gives the private sectors envies in middle and small tourism projects.					
3	The ideal promotion of local environments component lead to attract tourists which leads to improve the basic foundation and raising tourism level in Sudan.					
4	promotion for local environments tourism that rich with natural resources attract tourists, and increase the income of economic tourism.					
5	The good promotion lead to effective vole in introducing the growing and developing services tourism stages in local Sudanese environments which raises the tourism level and economic income					

General information

1. Name : _____

2. Sex: Male

3. female

4. Age group :

20-30	30-40	40-50	50-60	More than 60
-------	-------	-------	-------	-----------------

5. Nationally: _____

6. Qualification: _____

7. Specialisation; _____

8. field: _____

9. The way of arriving Sudan throw : Agency Personally Other

10. Coming from

11. The length of time staying of Sudan: _____

12. Do you plane to know or visit new local environments tourism. _____

13. Is it the first time to visit Sudan? _____ (If the answer no)

14. How many time did you visit Sudan ?

15. what the last one ? _____

16. What are you motivation to choose Sudan as tourism country ? _____

17. What are the location and environments tourism that you visited before? _____

ملحق رقم (4)

استبانة السياح باللغة الفرنسية



Université du Soudan pour les Sciences et la Technologie
Faculté des études supérieures



Cher / _____

Objet: Questionnaire pour recueillir des informations

Le chercheur énuméré ci-dessous effectue des recherches pour obtenir le diplôme de docteur en philosophie en arts (Design Illustration) intitulé:

L'efficacité de la photographie créative aux environnements locaux pour augmenter le niveau du tourisme au Soudan

Vous avez été sélectionné comme touriste venant au Soudan.

Le questionnaire vise à interroger votre opinion sur l'efficacité de la photographie créative en général et aux environnements touristiques locaux en particulier, surtout dans la promotion du tourisme au Soudan, en comparant ce dernier avec son image, en tenant compte du fait qu'il s'agit de l'image créative.

La photographie créative: est le processus de fabrication et de production d'un photographique innovant tiré de l'environnement soudanais local qui diffère du stéréotype dominant: elle a une idée brillante, se caractérise par l'âme de l'esprit et l'excitation, porter dans leur contenu toutes les informations et données requises par les touristes, donc avoir la capacité d'attirer l'attention, l'attraction et la persuasion)

Par conséquent, nous vous demandons de bien vouloir répondre à toutes les questions du questionnaire en fonction de votre opinion. Les informations collectées sont strictement confidentielles et ne seront utilisées qu'aux fins de cette étude.

Merci beaucoup pour votre coopération.

Le Chercheur / Mubarak Mohammed Mahjoub

Le premier axe: la promotion du tourisme au Soudan et à travers la communication visuelle manque des éléments, des fondements et des critères de la photographie créative touristique contemporaine, constant et mobile.

No.	La phrase	Tout à fait d'accord	D'accord	D'accord	Neutre	Absolument pas d'accord
1.	La publicité par la photographie créative dans la promotion des environnements touristiques du monde est la publicité la plus intelligente est la plus attrayante pour les environnements touristiques locaux au Soudan.					
2.	La promotion du tourisme au Soudan par la photographie manque des normes mondiales contemporaines.					
3.	la promotion de la photographie créative en général et des environnements touristiques locaux au Soudan en particulier contribue efficacement à attirer les touristes.					
4.	Le secteur privé est le plus dépensé en promotion et en investissement dans les environnements touristiques soudanais ; il motive également les organes officiels des investisseurs et leur fournit toute l'aide nécessaire.					
5.	Le coût élevé de la fabrication et de la production de photographies créatives réduit le recours à la promotion des environnements touristiques soudanais.					

Le deuxième axe: La photographie créative dans la publicité pour les environnements locaux soudanais est la plus efficace et capable d'attirer les touristes.

No.	La phrase	Tout à fait d'accord	D'accord	D'accord	Neutre	Absolument pas d'accord
1.	La photographie créative dans la conception globale du matériel touristique.					
2.	La photographie créative reflète une réalité distincte vers le monde extérieur des environnements locaux et les promeut bien ainsi que le potentiel du grand tourisme au Soudan					
3.	. La photographie créative joue un rôle actif dans la sensibilisation des touristes et des populations locales et les a exhortés à maintenir et à s'intéresser aux ressources naturelles comme l'une des attractions les plus importantes du tourisme.					
4.	Promouvoir à travers la photographie créative des environnements locaux soudanais contribue à sensibiliser les citoyens aux environnements et attractions touristiques locaux, cela augmente la sensibilisation qui renforce le sentiment d'appartenance nationale et soutient l'édification de la nation.					
5.	La photographie créative contribue efficacement à la promotion mondiale d'activités locales culturelles, sportives et économiques.					

Le troisième axe: La définition et la promotion du tourisme des environnements locaux soudanais contribuent au développement économique et social de leurs régions.

No.	La phrase	Tout à fait d'accord	D'accord	D'accord	Neutre	Absolument pas d'accord
1.	La promotion du tourisme dans les environnements locaux soudanais vise à stimuler les attractions par le développement de services dans les zones touristiques et la promotion des ressources humaines.					
2.	La promotion du tourisme dans les environnements locaux contribue au développement souhaité en fournissant de nouveaux emplois qui contribueront au développement de domaines d'intérêt économiques et sociaux.					
3.	La promotion du tourisme dans les environnements locaux au Soudan suscite l'intérêt des scientifiques, des experts et des chercheurs dans le domaine pour inclure le développement des ressources humaines sur les plans culturel, social et économique.					
4.	De nombreux pays s'efforcent d'améliorer le tourisme en éduquant les populations dans les environnements locaux et en les encourageant à prendre soin de leur patrimoine culturel et à développer leurs arts et artisanats populaires.					
5.	Le développement de la technologie moderne entraîne une modification des structures touristiques traditionnelles, en particulier la mise au point de systèmes de réservation électroniques à des fins d'hébergement et de voyage, ce qui contribue à l'avancement de l'environnement touristique soudanais.					

Le quatrième axe: la promotion optimale des éléments des environnements domestiques soudanais permet aux domaines du développement du tourisme et des services et de la croissance et de la reprise à l'intérieur, à l'échelon régional et mondial, d'obtenir des revenus économiques élevés.

No.	La phrase	Tout à fait d'accord	D'accord	D'accord	Neutre	Absolument pas d'accord
1.	La promotion optimale des environnements locaux au Soudan contribue à diversifier et à accroître les sources de revenus du tourisme.					
2.	La promotion de la promotion du tourisme dans l'environnement local soudanais et dans les zones voisines offre au secteur privé l'occasion d'investir dans des projets touristiques de petite et moyenne taille et, partant, dans la relance économique du tourisme.					
3.	Promouvoir des éléments environnementaux locaux de qualité et optimaux qui attirent les touristes et conduisent ainsi au développement d'infrastructures de base et au niveau du tourisme au Soudan.					
4.	Promouvoir la promotion du tourisme dans des environnements locaux riches en ressources naturelles visant à attirer les touristes, à satisfaire leurs besoins et leurs désirs, et à transformer les perspectives d'avenir en touristes actifs afin d'accroître la rentabilité économique du tourisme.					
5.	Une bonne promotion joue un rôle actif dans l'introduction des stades de croissance et de développement des services dans l'environnement local soudanais, contribuant ainsi à élever le niveau du tourisme et ses retombées économiques.					

1. Nom: _____

2. Sexe: Homme Femme

3. L'âge:

4. Nationalité: _____

5. Qualifications académiques: Secondaire universitaire supérieur

6. Nature du travail et la et domaine de spécialisation: _____

7. Comment arriver au Soudan: par voie aérienne maritime Terrestre

8. Via: Agence de Voyage (Groupe de touristes) Autre

Personnelle

9. Venant de: _____

10. Durée de résidence spécifiée au Soudan: _____

11. Prévoyez-vous de connaître de nouveaux environnements touristiques locaux lors de cette visite?

12. Est-ce la première fois que vous visitez le Soudan?

(Si Non) Combien de visites? Quand était la dernière visite?

13. Quels sont les motifs les plus importants pour choisir le Soudan comme destination touristique sans autre?

14. Quels lieux, lieux et environnements touristiques avez-vous déjà visités?_____

قائمة المراجع والمعاجم

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، الوراق للنشر، ط (1) ، عمان، الاردن، 2010م.
2. ابن منظور، لسان العرب (2)
3. أحلام سليمان، السودان وإفريقيا في مدونات رحالة من الشرق والغرب، دار السويدي للنشر، أبوظبي، دولة الامارات، 2006م.
4. أحلام سليمان، السودان وإفريقيا في مدونات رحالة من الشرق والغرب، دار السويدي للنشر أبوظبي، دولة الامارات، 2006م
5. إسماعيل إبراهيم سجينى، دور القطاع السياحي في توفير فرص العمل، ورقة مقدمة في ندوة تبوك للسياحة الداخلية بالمملكة العربية السعودية، 1420هـ
6. أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية- الأسس والمرتكزات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009م.
7. إلهام محمد علي ذهني، بحوث ودراسات وثائقية في تاريخ افريقيا الحديث، ط (1) ، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 2009م
8. انتصار صغيرون، المواقع الأثرية في السودان، في الطيب أحمد المصطفى حياتي، السياحة في السودان، جامعة الخرطوم، مطبعة جامعة الخرطوم، 1996م.
9. بريان محمد، السياحة والثقافة والتنمية، العقد العالمي للتنمية والثقافة، منظمة اليونسكو، الرباط، المغرب، 1994م.
10. بشير عباس العلق، ربايعة محمد علي، الترويج والإعلان التجاري، أسس نظريات تطبيقات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2002م.
11. حسن أحمد شحاته، التلوث البيئي ومخاطر الطاقة واعاقة السياحة، مكتبة الدار العربية، القاهرة، مصر، 2002
12. حسن عماد المكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002م.
13. حسين كفاقي، رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول العربية، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987م.

14. حمزة العلوان وآخرون ، السياحة البيئية، ط (1)، بيروت، لبنان، 2014م.
15. حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، ط (2)، الأردن، 2006م.
16. خالد كواش، السياحة، مفهوماً، أركانها وأنواعها ، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، دار التنوير للنشر والتوزيع، ب ط، الجزائر، 2007م.
17. خالد كواش، السياحة، مفهوماً، أركانها وأنواعها ، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، دار التنوير للنشر والتوزيع، ب ط، الجزائر، 2007م.
18. خليل محمد الراتب، التصوير الصحفي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2011م
19. الروبي نبيل، التخطيط السياحي، أسس ومقومات السياحة البيئية، مؤسسة الثقافة الجامعية، المكتبة الأردنية، عمان، 2010م
20. زيد سلمان عبودي، السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحة العربية، دار الرياء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008م.
21. سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001م
22. سليمان يحيى محمد وآخرون، توظيف الفولكلور في تنمية السياحة في السودان، الأمانة العامة لمشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، ط (1)، سلسلة كتاب سنار (94)، السودان، 2017م.
23. سليمان يحيى محمد، الفولكلور وتنمية المرأة الريفية، الأمثال الشعبية، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2007م.
24. سليمان يعقوب، قطاع السياحة في الأراضي الفلسطينية المحتلة في الفترة (1967-1987م)، منظمة التحرير الفلسطينية، المركز الفلسطيني للدراسات الإقليمية، البيرة، 1997م.
25. سيد فتحي الخولي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، ب ن، 1999
26. شاكر عبد الحميد، التفضيل الجمالي، دراسة سيكولوجية في التذوق الفني، عالم المعرفة، مطابع الوطن، الكويت، 2001م.
27. صلاح الدين الشامي. السودان دراسة جغرافية. منشأة المعارف، الإسكندرية، 2000م.
28. صلاح الدين، عايد أحمد عايد، السياحة في مدينة القدس، مركز القدس للأبحاث، القدس، فلسطين، 1997م.
29. صلاح عمر الصادق، الطرق القديمة في السودان من مصادر التمازج العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الوحدة الحضارية للوطن العربي من خلال المكتشفات الأثرية، دمشق، 2004م.
30. طاهر محسن الغالبي، أحمد شاكر العسكري، الإعلان، مدخل تطبيقي، دار وائل، الأردن، 2007م.

31. الطيب أحمد المصطفى، السياحة في السودان، مطبعة جامعة الخرطوم، الخرطوم، السودان، 1997م.
32. عادل محمد حسن حربي، فنون الاداء التمثيلية في السودان، بدون نشر، الخرطوم، السودان، 2009م
33. عبد الاله أبو عياش، حميد عبدالنبي الطائي، جمال الخزامي، مدخل إلى السياحة في الاردن، بين النظرية والتطبيق، ط (1)، الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007م.
34. عبدالرحمن العزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003م.
35. عثمان محمود غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط (2)، ب م، 2003م.
36. عز الدين حسني، اقترح قانون تنظيمي لحماية التراث الفلسطيني، منظمة اليونسكو، باريس، فرنسا، 1994م.
37. علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2000م.
38. علي موسى، جنوح الطقس والمناخ، مطبعة الاتحاد، دار الأنوار، دمشق، سوريا، 1995م.
39. عمر الطاهري، سوق السياحة والضيافة في مصر، بي أم آي، وكوليرز انترناشيونال، مارس 2018م.
40. عمر محمد الحسن شاع الدين، كتابات فولكلورية: الابل والبئر في كردفان، مركز محمد عمر بشير للدراسات السودانية، دار عزة للنشر والتوزيع. ب ت.
41. عيساوي أحمد، الإعلان من منظور إسلامي، ط (2)، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الدوحة، قطر، 1999م
42. الغاني عبد الجبار منديل، الإعلان بين النظرية والتطبيق، ط (3) ، دار البازوري العلمية، عمان، الأردن، 1998م.
43. غرابية خليف مصطفى، السياحة البيئية، دار يافا العلمية للنشر، ب ط، عمان، الاردن، 2008م.
44. فاروق عثمان أباطة، تاريخ اوروبا الحديث والمعاصر، دار المعرفة الجامعية، ب ط، الاسكندرية، 1995م
45. فاطمة العذب، التعبير الحركي الحديث بين النظرية والتطبيق، بورسعيد للطباعة، ب ط، الاسكندرية، مصر، 1990م
46. فرح عيسى محمد، التراث الشعبي لقبيلة القريات، سلسلة دراسات في التراث السوداني (24)، جامعة الخرطوم، 1977م.
47. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، دمشق، بيروت، 2002م.

48. قاسم الربداوي، السكان والموارد الاقتصادية في سلطنة عمان، ط 1، الناشر مكتبة نخل، عُمان، 2008 م.
49. قسطندي شوملي، السياحة الثقافية في الضفة الغربية وقطاع غزة، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، 1999م.
50. كمال درويش ومحمد الحمامي، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1997م.
51. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، الأردن، 2009م.
52. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001م.
53. محسن أحمد الخضيري، التسويق السياحي مدخل، اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، ب م، 2002م.
54. محمد أسامة صقر واحمد هلال طلبه، التصوير الضوئي بين الاساسيات والتقنية الرقمية، ب ن، القاهرة، مصر، 2007م.
55. محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، ط (1)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007م.
56. محمد النور بن ضيف الله، كتاب الطبقات، تحقيق يوسف فضل حسن، دار جامعة الخرطوم للتأليف والترجمة والنشر، 1974م،
57. محمد حسن سعيد، السياحة في السودان، شركة مطابع السودان للعملة، دار جامعة الخرطوم للنشر، الخرطوم، السودان 2013م.
58. محمد عبد الفتاح العشماوي، المحاسبة السياحية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009م.
59. محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، 2005م.
60. محمد عطية محمد، مبادئ صناعة الضيافة، ط (1)، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، 2007م.
61. محمد فريد عبدالله وآخرون، استراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015م.
62. محمد مرتضى الزبيدي، معجم تاج العريس من جواهر القاموس، 1188هـ.
63. محمد مرسي الحريري، تطور السياحة في العصر الحديث، فترة الثورة الصناعية، جغرافية السياحة، ب ن، القاهرة، 2018م.
64. محمود علم الدين، الصورة الفوتوغرافية في مجالات الاعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1988م.
65. محمود علم الدين، الصورة الفوتوغرافية في مجالات الاعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر 1998م.

66. محي عبدالحى، الرقص الشعبي في النوبة، دراسة أنثروبولوجيا في فن الأداء الحركي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2016م.
67. محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، ب ت.
68. مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجداوي للنشر، ط (1)، الاردن، 1999م.
69. موسى فتحي عتلم: جغرافية السياحة: كتاب التعليم المفتوح، مطابع جامعة المنوفية، مصر، 2016م.
70. نخال محمد مطر، حقائق وأرقام السياحة الفلسطينية والإسرائيلية في القدس، جمعية الدراسات العربية، القدس، فلسطين، 1985م.
71. نسيم مقار، الرحالة الأجانب في السودان (1730-1851)، مركز الدراسات السودانية، الخرطوم، السودان، 1995م
72. نعيم الطاهر وسراب الياس، دور السياحة في التنمية، ط (1)، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، مصر، 2010م.
73. نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، ط (2)، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2007م.
74. نور الدين احمد النادي، وآخرون، التصوير الفوتوغرافي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009م
75. هالة عبدالرحمن الرفاعي، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة، المتلقي المصري للإبداع والتنمية، مصر، 1998م.
76. وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية السياحية، دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، مصر، 2006م.
77. يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، ب ط، الإسكندرية، مصر، 2003م.

ثانياً: الكتب المترجمة:

1. مارتين جولي، مدخل الى تحليل الصورة، ترجمة: علي أسعد، دار الينابيع، ط 1، دمشق، سوريا، 2011م
2. غي غوتيي، الصورة المكونات والتأويل، ترجمة: سعيد بن كراد، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، 2012م

ثالثاً: الرسائل الجامعية والبحوث غير المنشورة:

1. حنان فضل يوسف، مقومات السياحة في جبل مرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النيلين، السودان، 2003م

رابعاً: الرسائل الجامعية والبحوث المنشورة:

1. أيمن الطيب سيد أحمد، المتاحف السودانية ودورها في السياحة، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب، قسم الآثار، جامعة الخرطوم، السودان، 2009م.
2. تلي محمد إسلام، دور السياحة في التنمية المحلية "ولاية غرداية دراسة حالة"، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، تسويق وخدمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014م.
3. حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012م.
4. عايد راضي خنفر، إياد عبد الاله خنفر، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، كلية العلوم، قسم علوم الحياة، جامعة الملك خالد، أبها المملكة العربية السعودية، 2006م.
5. عبدالله أحمد عبدالله إبراهيم، إدارة موارد السياحة البيئية كوسيلة لتنمية السياحة المستدامة في مصر، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الفيوم، مصر، 2012م.
6. علي محمد عثمان محبوب، أثر المعتقد على التصميم الشعبي في منطقة السافل بالسودان، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الخرطوم، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية، شعبة الفلكلور، الخرطوم، السودان، فبراير، 2002م.
7. نادية شيقر، سيميوپيقيا الصورة البصرية الثابتة، دراسة في الإعلان السياحي، جريدة السياحي نموذجاً، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015م.
8. يمينة مفتاح، تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة، (اقليم الأهقار دراسة حالة)، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2012م.

خامساً: الصحف، المجالات، الدوريات، الكتيبات والمقالات:

1. اسماعيل باجس، البنية الأساسية للسياحة الفلسطينية واقعها وآفاق تطورها، مجلة شؤون تنمية، الملتقى الفكري العربي، المجلد 2، العدد 2، 1992م.
2. احمد حسين الطماوي، الثورة الفرنسية في كتابات عربية، مجلة القاهرة الصادرة عن وزارة الثقافة المصرية، سبتمبر 1989م.
3. بشير إبراهيم بشير، عذاب حياتها الدينية والأدبية، مجلة الدراسات السودانية، جامعة الخرطوم، العدد (2)، المجلد (5)، يونيو 1979م.

4. بشير خلف، الفن إبداع إنساني، مجلة ديوان العرب الالكترونية، 2012م
5. بليغ حسب الله، صناعة الفخار تقاوم رياح التغيير، مجلة الرياض الإلكترونية، الخرطوم، العدد (15890)، 26.12.2011
6. بيار نادان، مجلة البيئة والطاقة، العدد (36)، بيروت، لبنان، 2008م.
7. جلال السيد، الثورة الفرنسية والفكر العربي، مجلة الهلال المصرية، عدد سبتمبر، 1989م
8. حسن أحمد أبوسبيب، الرقص في السودان . الهوية المنسية، مجلة التغيير الالكترونية، الأحد، 12 نوفمبر، 2017م
9. حميد الحمداني، مدخل لدراسة الاشهار، مجلة علامات، العدد (18)، 2002م
10. خالد سراج الدين، الطبق والسباتة، مدخل للفنون الصناعية السودانية، دار المجلة العربية للنشر والترجمة، مجلة الكترونية شهرية، العدد (521)، السودان، 18.10.2017
11. سعدون بوكبوس، الاقتصاديات المغاربية في سياق التحول الاقتصادي، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد(12)، جامعة الجزائر، 2005م.
12. صهيب أيوب، مجلة الشرق الأوسط الالكترونية، العدد (5136)، 27.11.2016
13. عبدالله بن إبراهيم بن علي الطريقي، حول مفهوم أعمق وأشمل للسياحة، مجلة الجزيرة، العدد (10100)، 1432هـ.
14. عثمان الأسباط، مقتنيات نادرة وتاريخ جديد (متحف شيكان)، صحيفة الأهرام اليوم، 20.5.2011
15. الفاضل خاطر، الرقص في دارفور، مجلة أصداء، بعثة الاتحاد الأفريقي والأمم المتحدة بدارفور (يوناميد)، العدد (6)، نوفمبر، 2013م
16. فؤاد الخطيب، القاهرة البخارية والثورة الصناعية، صحيفة الاتحاد، أطلع عليه "بتصرف" بتاريخ 19.12.2016
17. قاسم الربداوي، مجلة جامعة دمشق، المجلد3، العدد1، 2، 2014
18. محمد إبراهيم أبوسليم، خمور النوبة، مجلة الدراسات السودانية، العدد (1)، المجلد السابع، ديسمبر، يصدرها معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية، جامعة الخرطوم، 1982م.
19. نبيل دبور، مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي، السياحة البيئية، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، 2004م.
20. هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد(9)، بدون تاريخ.

سادساً: الأوراق العلمية، المقالات، الندوات والمؤتمرات:

1. جلال خشاب، قراءة سيميائية في صورة إشهارية ثابتة لدواء الأوكسيسيلين، (ثقافة الصورة)، الصورة في الإعلام والفنون، مؤتمر فيلادلفيا، الدورة الثانية، 10/30 - 2007/11/1م.
 2. زرزار العياشي، مداحي محمد، السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2017م.
 3. صالح حسين كعكي، السياحة في المملكة العربية السعودية أهميتها الاقتصادية وسبل تمويلها، ورقة مقدمة في ندوة تنمية السياحة في منطقة مكة المكرمة خلال الفترة، 26، 1419/11/25هـ.
 4. صلاح زين الدين، فرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث: القانون والسياحة 27/26 أبريل، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 2016م.
 5. عبد الرحمن فقيه، مقومات ومعوقات التنمية السياحية بمنطقة مكة المكرمة، ورقة عمل مقدمة في ندوة تنمية السياحة في منطقة مكة المكرمة خلال الفترة 26، 1419/11/25هـ.
 6. عبد العزيز بن عبد الله الخضير، السياحة الداخلية والتنمية الإقليمية، ورقة مقدمة في ندوة تنمية السياحة في منطقة مكة المكرمة خلال الفترة، 26، 1419/11/25هـ.
 7. علي محمد عثمان محبوب، الصورة الضوئية الصحفية في الصحافة السودانية، مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والتربوية، أكاديمية السودان للعلوم، العدد الثاني، 2009م.
 8. فرح عيسى محمد، دراسات في الفولكلور الشعبي السوداني، مقال، الدار العالمية للنشر، 2002م.
 9. يوسف حسن مدني، المتحف الفولكلوري والسياحة في السودان، في الطيب احمد المصطفى حياتي، السياحة في السودان، مؤتمر أركويت الثاني عشر، 17 ديسمبر 1996م.
- سابعاً: التقارير والخطط الصادرة من الوزارات والمنظمات والهيئات العالمية:**
1. وزارة الإعلام، عمان في التاريخ، أعمال ندوة لمجموعة من الباحثين، سلطنة عمان، دار أميل للنشر المحدودة، لندن، 2017 م.
 2. وزارة الاقتصاد الوطني، الأودية والجبال المأهولة في سلطنة عمان، المجلد الرابع، إحصائيات 2018
 3. Africa. T.A. 26.12.2017.
 4. البنك الدولي، 15.3. 2015, World Bank
 5. منظمة السياحة العالمية، SICTA، (Tourism Highlights) طبعة 2017م.
 6. هيئة الأمم المتحدة، منظمة السياحة العالمية (UNWTO) 17.12. 2015

ثامناً: المقابلات:

1. علي محمد عثمان محبوب، مقابلة في مكتبه، 11.7.2019
2. علي محمد عثمان محبوب، مقابلة في مكتبه، 28.8.2019

3. علي محمد عثمان محجوب، مقابلة في مكتبه، 26.8.2019
4. علي محمد عثمان محجوب، مقابلة في مكتبه، 19.8.2018
5. ميمونة أحمد محمد الشفيق، مقابلة في مكتبها، 22.7.2018
(مدير إدارة الترويج والإعلان بوزارة السياحة والآثار والحياة البرية)

تاسعاً: المراجع باللغات الأجنبية:

1. Burckhardt, Jacob (1878), *The Civilization of the Renaissance in Italy*, trans S.G.C Middlemore, republished in 1990.
2. Carlos Restrepo Piedrahita, Elnombre Colombia, *El único país que lleva el nombre del Descubrimiento*, Revista Credencial, 2008 (باللغة الإسبانية)
3. Cronin, Vincent (1967), *The Florentine Renaissance, ISBN (1969), The Flowering of the Renaissance*, The Renaissance, 1992.
4. Geneviève Feroune et autres, *développement durable*, Edition d'organisation, paris, 2004.
5. Giovanni Oman. *The Book of Khor Nubt* . Parts 1, 2 . Istituto Universitario Orientale . Napoli , 1998.
6. Graham Dann, *The Sociology of Tourism: European Origins and Development*, Tourism Social (10) Science Series, London: Emerald Group Publishing Limited, 2009.
7. Green Law . J.p . *The Goral Building of Suakin*. London . Oriel press 1975.
8. Hakon Larson, *Will You Take my Picture? Some Reflection on the Relationship Between Photography and Tourism*, Department of Sociology and Human Geography University of Oslo, Norway, 2005.
9. Hashim, I.M. *Abundance and distribution of threatened species in the deserteco-system of northern Sudan*. 1995.
10. Hospitality and Tourism Faculty of Business, University of New Brunswick – Saint John, Canada, 2008.
11. Janos csapo, *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*, University of Pecs, Institute of Geography Hungary, 2012.

12. Jean Pierre et Michel Balfet, *Management du tourisme* , 2ème Edition, Pearson Education.
13. Jessica Dawdy, *The 10 Most Beautiful Towns In Canada*, 2018..
14. Keith Dewar, Wen Mei Li, Charles H. Davis, *Photographic Images Culture And Perception in Tourism Advertising: A Q Methodology Study of Canadian And Chinese University Students*,
15. Luis Fernando Potes, Bioetica, *World Fact Book, Colombia*, CIA. 2009.
16. Michael Freeman, *The Photographer's Mind Creative Thinking for Better Digital Photos*, Linacre House, Jordan Hill, The Ilex Press Ltd, Oxford, UK. 2011.
17. Newsome, D, Moore, S, A, Douling, R, L, *Natural Area Tourism: Ecology Impacts And Management*, British Library Cataloging In Publication Data, 2002.
18. Sharon Omondi, *12 Beautiful Cities In Canada And USA*. 2017.
19. Statment of David A. At the conference on Ecotourism in Mountain Areas, A challenge to sustainable development,(Austria, sept 2001).
20. Strathern, Paul, *The Medici: Godfathers of the Renaissance*, 2003.
21. Yajima HiKoich, "*On the Date of Decline of Aidhab . An International port of trade on the Red Sea*", in Journal of East- West Maritime Relations. 1989.
22. Yapi Merkezi, *Restoration of the Turkish tombs and conceptual project of Ottoman* – Turkish Museum, Istanbul, June, 2006.

عاشراً: الرسائل الجامعية والبحوث:

1. Abulkareem yaseen awad, *The Impact of Strategic Thinking and Organizational Creativity On Tourism Attractions in the Province of Diyalla*, PhD. Thesis of Hotel and Tourism Administration St. Clements University, Diyalla, Iraq, 2013.
2. Sara Dominici, *The Democratization of Photography and the Problem of Tourism: the Polytechnic Touring Association(1888-1939)*, PhD. Thesis, University of Westminster, UK, 2014.
3. Zehra Bozbay, *The Assessment of Greece's Image as Tourism Destination*, PhD. Thesis, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Istanbul University, 2008.

4. Raluca Tudor, *The Image of Tourist Destinations Represented in Travel Blog Photography, Romania's Image Reflected in French Bloggers Photos(Case Study)*, PhD. Thesis, National School of Political and Administrative Studies, Doctoral School of Communication Studies, Bucharest, Romania, 2010.
5. Gelareh Fszli, *Evaluation of Destination Image Among Foreign Visitors in Tehran*, Master Degree of Science in Tourism Management, Eastern Mediterranean University, 2012.
6. Catarina Morais de Castro, *New Technology and Creative Tourism, case Study for the City of Porto*, for Master Degree, Estudo de Caso da Cidade do Porto, 2012.

حادى عشر: المدونات فى محركات البحث والمواقع الالكترونية:

1. أبو الحسن علي بن الحسين بن علي المسعودي، معادن الجواهر فى تحف الأشراف،
https://ar.wikipedia.org 2017
2. احمد علي هبنای، 2018، 13.2. https://www. arabic.china.org.cn.
3. أميرة حسن عثمان، خرطوم سنار، 22.6.2018، https://www.alitthad.ae/article
4. ثائرة محمد، لا تقع فى فخ الإعلان، 2009، 5.11.2015، http://www.alqabas.com.
5. حسن شعيب، 2015 10.10 https://news.travelerpedia.net
6. حسن محمد أحمد، ساحة مقهى "أنتيه" الحاضر والماضي، 26.6.2017 http://arabic.people.com
7. ريهام سمير، السياحة فى بريطانيا، 25.04.2014، https://www.almrsl.com
8. سهام صالح، سوق الغابة، جريدة الشرق الاوسط الالكترونية، العدد (11743) 3.2.2018
، https://archive.aawsat.com
9. صالح، 2018 13.3. https://www.ar-traveler.com
10. فيصل الدابي، المصارعة النوبية السودانية، 16.8.2016، http://samurajitsu.com
11. قاسم عثمان نور، السودان الإسلامى، 14.12.2009، https://www.sudaress.com
12. محمد النجمي، 2018 15.2. https://www.albayan.ae/ tourism.
13. كمال أبو عاصي، 28.12.2019، https://www.baldati.com
14. محمد إلهامى، رحلة الاستشراق، النضوج، 28.3.2015، www.noonpost.com
15. محمد شريف، ملتقى علماء وطلاب الآثار العربية، 2016، https://www. Nubianknightsteam
16. السياحة فى دول الخليج، 1.5.2020، www.anaheimoc.org.
17. نهى حسن خلف الله، 24.3.2018، https://ar.wikipedia.org.

18. وزارة السياحة اللبنانية 2017.8.22. <https://www.destinationlebanon.gov.lb>
19. يونس بلفلاح، تكنولوجيا ترسم معالم مستقبل السياحة، 2015.3. <https://www.alaraby.co.uk>
20. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>. 18.8.2018
21. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>. 14.6.2018
22. الموسوعة الحرة [ps//ar.m.wikipedia.org](https://ar.m.wikipedia.org). 17.8.2019
23. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>. 6.25.2019
24. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>. 26.8.2018
25. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>. 23.8.2017
26. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>. 16.3.2014
27. <https://sudaneseonline.com>. 3.3.2020
28. <http://www.alhayat.com>. 16.11.2019
29. <https://www.alquds.co.uk>. 17.7.2019
30. <https://www.dlilturkey.com>. 15.4.2019
31. <https://mawdoo3.com>. 21.12.2018
32. <https://mawdoo3.com>. 13.12.2018
33. <http://www.common.sd>. 17.8.2018
34. <http://www.chinatoday.com>. 14.6. 2018
35. <http://www.common.sd>. 22.8.2018
36. <https://www.worldatlas.com>. 13.7.2018
37. <https://aswaqpress.com>. 13.6.2018
38. <https://www.holidayme.com>. 6.4.2018
39. <https://ar.tripadvisor.com>. 5.5.2018
40. <https://www.ar.tripadvisor.com>. 5.5.2018
41. <https://www.almrsal.com>. 29.3.2018
42. <https://www.albayan>. 15.2.2018
43. <http://www.livingperu.org>. 14.2.2018
44. <https://mawdoo3.com>. 24.6.2018
45. <http://www.lovelysmile.com>. 2.6.2018
46. <https://www.alarabiya.net>. 22.1.2018
47. <https://www.globalservicesmalaysia.com>. 16.12.2017