

دور الإعلام في تنمية السياحة في السودان - بالتطبيق على قناة النيل الأزرق الفضائية

اعداد

د. محمد يس محمد احمد

استاذ مساعد-كلية السياحة والفنادق - جامعة الزعيم الازهرى- الخرطوم-السودان-

د. لؤي عبدالرحمن عبدالقادر عبدالرحيم

مدير عام مركز بنادر للتدريب-الخرطوم-السودان

Doi: 10.12816/jacc.2020.73404

القبول : ٢٠٢٠/ ٢ / ١٢

الاستلام : ٢٠٢٠/ ١ / ٢٠

المستخلص:

السياحة ليست مجرد ظاهرة احتفالية وعروض ترفيهية وغيرها من المجالات، والسياحة هي احدي الركائز المهمة في زيادة الدخل القومي لكثير من البلدان من حيث توفر استثماراتها واستغلال الموارد السياحية المتعددة. كان لظهور الإعلام وتكنولوجياته وتطورها تأثيرات هائلة لكافة المجالات وبصفة خاصة في مجال السياحة، وكان للإعلام الأثر في نشر المعرفة والثقافة السياحية بين الجمهور والسائح من خلال نشر المعلومات السياحية عن المعالم السياحية والمواقع الأثرية والخدمات والبرامج السياحية المختلفة، بالإضافة إلى عوامل الجذب والاستثمارات. للإعلام دور كبير في تنمية وتطور وتنشيط السياحة في السودان من خلال عدة أنشطة منها توضيح المفهوم الحقيقي للسياحة ورفع الوعي السياحي لدى المجتمعات المحلية بأهمية السياحة ودورها المتعاظم في تنمية المجتمع المحلى والاقتصاد السودانى. قد نبعت أهمية هذا البحث من حيث تزايد أهمية الإعلام بإشكاله المتعددة فى مجالات التوعية والتثقيف السياحي للمجتمع ولزيادة إدراك جميع أفراد المجتمع وفهمهم لواقع السياحة وأهميتها والترويج لها.

Abstract:

Tourism is not just a festive phenomenon and entertainment shows and other fields, and tourism is one of the important pillars in increasing the national income of many countries in terms of providing their investments and exploiting multiple tourism resources. The emergence of the media, its technologies and its development had

enormous effects for all fields, especially in the field of tourism, and the media had the effect of disseminating tourism knowledge and culture among the public and the tourist by disseminating tourist information on tourist attractions, archaeological sites, services and various tourism programs, in addition to attractions and investments. The media has a major role in the development, development and revitalization of tourism in Sudan through several activities, including clarifying the true concept of tourism and raising tourist awareness among local communities of the importance of tourism and its growing role in developing the local community and the Sudanese economy. The importance of this research stems from the increasing importance of the media in its various forms in the areas of awareness and tourism education for society and to increase the awareness of all members of society and their understanding of the reality of tourism and its importance and promotion

المقدمة:

السياحة ظاهرة حضرية حديثة تطورت ونمت مع تطور المجتمعات وأصبحت علماً وصناعة كباقي العلوم والصناعات الأخرى لها أصولها وأساليبها ومقوماتها. وعليه فقد أصبحت للسياحة أهمية كبيرة وخاصة في المجالات العلمية والدراسية وتفرعت منها علوم متعددة وتداخلت مع علوم أخرى، وانصب هذا الاهتمام على فكرة تنمية و تطوير السياحة باعتبارها قطاعاً ثالثاً في التنمية القومية.

ويعتبر السودان من البلدان النامية ذات التاريخ العريق، فصناعة السياحة تميز السودان بأهميته السياحية نظراً لموقعه الجغرافي المتميز ومكانته في وسط أفريقيا، وذلك رغم التقلبات السياسية الخطيرة التي تعرض لها خلال العقود الماضية.

مشكلة البحث:

- ١/ غياب الإعلام بأشكاله المختلفة في الترويج للسياحة والمواقع السياحية في السودان .
- ٢/ عدم اهتمام الإعلام بنشر البرامج السياحية وإبراز الجاذب السياحية .
- ٣/ قلة الكوادر البشرية المؤهلة في الإعلام السياحي .
- ٤/ عدم اهتمام أجهزة الإعلام الحكومية بالسياحة .

أهمية البحث:

- ١/ الاهتمام بالإعلام السياحي في تنمية السياحة ونشر التوعية السياحية.
- ٢/ الاستفادة من الإعلام الحكومي في نشر ثقافة السياحة والاهتمام بالبرامج السياحية والمواقع السياحية.
- ٣/ التوعية السياحية لدى الجمهور بأهمية السياحة بدعمها للاقتصاد القومي.

- ٤/ نشر ثقافة السياحة بين الجمهور المحلى.
٥/ نشر المعرفة والبحوث العلمية فى السياحة والإعلام وأهميتهم.

أهداف البحث :

- ١/ معرفة دور وتأثير الإعلام على تنمية السياحة فى السودان.
٢/ دراسة المشاكل والصعوبات التى تواجه الإعلام والسياحة فى السودان.
٣/ عكس الجوانب والمواقع السياحية فى السودان .
٤/ توجيه الاهتمام على السياحة والإعلام من قبل الدولة للأجهزة الحكومية الرسمية.

منهجية البحث :

اتبع الباحثان فى هذه الدراسة المناهج الآتية:

١/ المنهج الوصفى التحليلى.

٢/ المنهج التاريخى.

٣/ تحليل الاستبيان.

فرضيات البحث :

- ١/ دور الإعلام فى تنمية السياحة ونشر ثقافتها كان ضعيف.
٢/ دور وسائل الإعلام فى تنمية السياحة وزيادة إعداد السياح.
٣/ توجد علاقة بين النواحي المادية وتطوير السياحة والإعلام.
٤/ هل للإعلام دور فى تنشيط وتنمية السياحة فى السودان.
٥/ هل للإعلام دور فى الترويج للسياحة والمواقع السياحية فى السودان.

الفصل الأول: الإطار النظرى للبحث

١:١ مفهوم الإعلام

الإعلام فى اللغة : هو العلم بالشئ ويقال استعلمنى خبر فلان واعلمنيه واستعلمنى الخبر فأعلمته. (بن منظور، ص٤١٥)

فالإعلام مشتق من (اعلم) يقال علم إعلاما بمعنى اخبر إخبارا والإعلام مشتق من مادة علم ، يقال علم الشئ اى شعر به وما علمت بخبر قدومه وانصرافه اى ما شعرت به و (اعلم) معناها اخبر ، واستعمله الخبر اى أستخيره إياه ، والإعلام مصدر مشتق من الفعل (اعلم) ومعناها وضع علامة على كل شئ أو عبارة مع أظهار هذا المعنى وإبرازه وتأكيديه وإشهاره أمام عامة الناس إبلاغا ، اى وصلتهم الشئ المطلوب والإعلام بمفهومه الحديث يعنى الأخبار . (زلطة، ٢٠٠١، ص١٥)

الإعلام اصطلاحا : هو هو الإخبار بالإحداث ونشر المعلومات وانتقاؤها والتدقيق فى صحتها بناء على وجهة النظر فى الحياة وعلى سياسة الدولة ، وحسب منهج تربوى معين (اى حسب كيفية معينة لإيصال المعلومة بحيث تضمن هذه الكيفية وصول المعلومة بالشكل المراد). (الريشاوى، ٢٠٠٧م، ص١٩)

ويشير مفهوم الإعلام الى عمليتين تكملان بعضهما البعض فهو من جهة عملية استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها ، ومن جهة أخرى تعنى الكيفية التي تصاغ بها هذه المعلومات وتبث للجمهور المستهدف والى اى مدى تكون هذه المعلومات معبرة بشكل صادق وموضوعي. (جاسم ، ٢٠١٣م، ص٢٨)

يعرف الإعلام بأنه (الطريقة التي بواسطتها يقوم الفرد القائم بها بنقل منبهات لكي يعدل سلوك الأفراد فى المجتمع وينوى تحقيق هدف معين بشكل عمدي .
تعرف جيهان الإعلام بأنه "عملية اتصالية تتوافر فيها مشكلة عدد من الأفراد فى أمر معين" أن الإعلام هو محاولة جذب الآخرين لتأييد وجهة نظر المتحدث ، وان الاعلام هو عملية اجتماعية طالما كانت المعانى والأفكار التي تنتقل بواسطة مؤثرة بطريقة لا مفر منها فى جميع العمليات الاجتماعية. (جيهان رشتى ، ١٩٧٨، ص٥٠)

الإعلام هو عملية نفسية اجتماعية قائمة على تبادل الرموز بين طرفين بهدف تحقيق إثارة محددة ، والإعلام كلمة عامة شاملة تعبر عن التفاعل الاجتماعي المباشر عن طريق الاتصال الطبيعي الشخصي والجمعي وعن طريق الاتصال الصناعي غير المباشر والذي تستخدم فيه الوسائل التكنولوجية العصرية كوسائل للاتصال. (عارف ، ١٩٩٠، ص١٣)

ولكى يتم إيصال الرسالة الإعلامية الى الجمهور يتطلب الأمر اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة مثل التلفزيون ، الصحف والإذاعة والمجلات والانترنت ، وفى هذا المبحث سوف نختار الوسيلة الإعلامية المناسبة وهى التلفزيون أو الإعلام المرئي والمسموع ، لأنه يبيث الصورة السياحية مستخدماً الصورة والصوت بالإضافة لأنه أكثر الوسائل الإعلامية قبولا ومشاهدة.

٢:١ مفهوم التنمية

التنمية، لغوياً، معناها النماء أي الازدياد التدريجي، ويقال نمت المال ونما الزرع نمواً أي تراكم وكثر، ويستخدم اصطلاح التنمية عادةً بمعنى الزيادة في المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياحية وغيرها. ويُقصد بالتنمية على المستوى اللغوي أيضاً الازدهار، والتكاثر، والزيادة، والرفاهية ، ما يوحي بتغيير إيجابي ويتطور وتقدم، وهي الطموح إلى وضع وإلى غد أفضل على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. (عبد الله ، ٢٠١٥، ص: ٦٩)

وعُرفت التنمية أيضاً على أنها الجهود المنظمة التي تُبدل وفق تخطيط مرسوم للتنسيق بين الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة في وسط إجتماعي معين من أجل تحقيق مستويات أعلى للدخل القومي والدخول الفردية ومستويات أعلى للمعيشة والحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة للوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الاجتماعية.

ويرى سيرز (Seers) أن التنمية في دولة ما هي مكافحة مشكلات الفقر والبطالة واللامساواة في التوزيع ، وإذا ما تفاقمت حدة واحدة أو أكثر من هذه المشكلات أو جميعها فإنه لا يمكن القول بوجود تنمية في تلك الدولة حتى لو تضاعف الدخل القومي والفردي فيه . (الهيبي ، ٢٠٠٩ ، ص ، ١١)

٣:١ مفهوم السياحة

السياحة في اللغة آتية من ساح يسيح، أي جال وإنطلق . وإصطلاحاً تشير إلى جميع الرحلات التي تتم بواسطة مقيمين في بلد ، سواء أكان داخل البلد أم خارجه ، لأغراض غير الهجرة .

وإن الغرض الأسمى للسياحة هو التعرف بصورة أفضل على البشر ، في الأماكن والدول الأخرى ، تعميقاً للثقافهم والتقدير لبناء عالم أفضل للجميع ، إن السفر العالمي أيضاً يستلزم تبادل المعرفة والأفكار ، وهذا يمثل غرضاً آخر للسياحة جيداً بالاعتبار ، والسفر يرفع مستويات الخبرة الإنسانية والإدراك والإنجازات في مجالات عدة للتعلم والبحث وفي الأنشطة ذات الطابع الفني. (غنيم ، ٢٠١٠ ، ص ، ٢٠)

كما عرفت السياحة على أنها " صناعة محلية وطنية ودولية ، ترمي إلى وضع ميزات أفضل للبلد ، وتنطوي السياحة على الأفراد والمنظمات التي تعمل معاً لجلب الزوار إلى المنطقة أو الدولة وتقديم المنتجات التي قد تكون تعليمية أو ترفيهية ، و تتكون هذه المنتجات من عناصر مختلفة كالنقل والسكن والمؤسسات السياحية والميسرين ومنظمي الرحلات السياحية ووكلاء السفر ومراكز المعلومات . (ماكنتوش ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٤٩)

وتعرف السياحة أيضاً على أنها " مجموعة من الظواهر والأنشطة التي تسهم في تدفق حركة السياح من مناطق سكناهم إلى مناطق الجذب السياحي لفترة لا تقل عن ٢٤ ساعة ولا تصل إلى الإقامة الدائمة ، ولمختلف الدوافع البشرية الهادفة للترويج عن النفس وإشباع الحاجات والرغبات المختلفة عدا دافع الكسب المادي .

كما عرفت المنظمة الدولية المسؤولة عن السياحة ومنظمة السياحة العالمية (UN-WTO) بأنها : " تمثل الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص المسافرون في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لمدة عام واحد للترفيه وغيرها من الأغراض التي ليس لها علاقة بممارسة نشاط مقابل أجر . (طالب ، ٢٠١٥ ، ص : ١٦٥)

الفصل الثاني: جغرافية وطبوغرافية السودان

١:٢ جغرافية السودان

يقع السودان في الجزء الشمالي الشرقي من قارة إفريقيا ، وبفضل موقعه الجغرافي ظل السودان معبراً تجارياً وثقافياً بين شمال إفريقيا وجنوبها وكذلك بين الجزيرة العربية وإفريقيا ، خريطة رقم (١)

الاحداثيات الجغرافية

خط طول ٤٩ ، ٢١ ق ----- ٣٤ ، ٣٨ ق

خط عرض ٨ ، ٢٣ ش ----- ٤٥ ، ٨ ش

المساحة

تبلغ مساحة السودان ١.٨٨١.٠٠٠ كلم^٢ و ٧٠٠.٠٠٠ ميل^٢
مقارنة بدول العالم : ١٦ عالميا ، ٢ افريقيا ، ٣ عربيا

المناخ

صحراوي وشبه صحراوي جاف في اقصى الشمال ((الولاية الشمالية وشمال كردفان وشمال دارفور)) شبه صحراوي الى ماطر ف الاواسط والجنوب ، ومناخ البحر الابيض المتوسط في المناطق الشرقية.



خريطة رقم (١)

خريطة ولايات السودان والدول المجاورة

المصدر: (وزارة الحكم المحلى - ٢٠٢٠)

الاقاليم الجغرافية

يشكل حوض نهر النيل ٦٧.٤ % من مساحة السودان. وفي الوسط نجد حزام السافانا الفقيرة وفي الجنوب السافانا الغنية وفيها الحيوانات البرية والغابات التي يتركز فيها انتاج السودان من الصمغ العربي الذي يتصدر السودان الدول المنتجة له. تغطي الصحرا مساحة مقدره من السودان ، وهي تكون اجزاء واسعة من ولايات (الشمالية ،

شمال دارفور ، شمال كردفان) مع وجود عدة أودية وخيران تخرقها وصولا الى نهر النيل (وزارة الاعلام ، ٢٠١١، ص ١١)

جيولوجية السودان

تمتد في السودان صخور القاعدة على اوسع مدى اسفل التكوينات الاحداث عمرا. تتكون صخور القاعدة من الصخور النارية والمتحولة حيث تتألف من الجرانيت والنيس والشست ، وتظهر على السطح في مناطق كثيرة في جبال البحر الاحمر ولسان العتمور شمالا الى كتلة السبلوقة وجبال النوبة في الوسط ، ولقد ادت تسوية صخور القاعدة الصلبة ونشاط عوامل النحت الى تعديل وتغيير في اشكال هذه الصخور. (حسن ، ٢٠١٠م، ص ٨٣)

السكان

يبلغ عدد سكان السودان حوالى ٣٣.٤١٩.٦٢٥ نسمة على حسب تقديرات إحصاء ٢٠٠٨ م ، بمعدل نمو سنوى ٢,٨% ، أما الكثافة السكانية العامة تقدر بحوالى ١٦ نسمة لكل كيلومتر مربع ، ويتمركز السكان على طول شريط النيل ورافده ومناطق السافنا الغنية. (مكتب الاحصاء والسكان ، ٢٠٢٠م، ص ٢)

الثروة المعدنية

رغم غنى السودان بثرواته المعدنية ، الا ان دورها في الاقتصاد ما زال محددا للغاية وهى البترول ونتاج الذهب وبالإضافة الى انتاج الغاز الطبيعى ، وبعض من المعادن الأخرى مثل الحديد والكروم والنحاس والمايكا والجبس ، وقد بدا استغلال بعضها تجاريا . (وزارة النفط، ٢٠٢٠، ص ٣)

الثروة الحيوانية

الابل ، الضان ، الماعز ، الطيور ، الحيوانات البرية.

الموانئ البحرية

بورتسودان ، سواكن ، اوسيف ، بشائر.

الموانئ الجوية

مطار الخرطوم الدولى ، بورتسودان ، مروى ، دنقلا، الابيض والفاشر وعطبرة ، وبعض من المهابط الداخلية فى بعض ولايات السودان (وزارة السياحة والآثار، ٢٠١٩، ص ١٣)

التقسيم الإدارى

تتكون جمهورية السودان من ١٨ ولاية وهذا التقسيم جاء حديثا نتيجة لاتفاقية السلام الشامل بين شمال السودان وجنوبه عام ٢٠٠٥م ، ثم بعد انفصال الجنوب سنة ٢٠١١م .

المناطق الأثرية فى السودان

مر السودان بجميع مراحل الحضارة من العصور الحجرية ، والمجموعات الحضارية ، وحضارة كرمة ونبتة ومروى ، والعصر المسيحي والاسلامى . وكل هذه الفترات التاريخية السابقة ذكرها توجد اثارها متمثلة فى المدافن والقلاع والاديرة والقباب والمعابد والاهرامات.(نفس المرجع السابق،ص١٤)

٢:٢ السياحة فى السودان

اول ما بدأ النشاط السياحى فى السودان عن طريق القطاع الخاص على النقيض من الدول تقل مقوماتها السياحية عن المقومات السياحية الموجودة فى السودان ، بدء بعض الافراد بانشاء بعض الشركات والوكالات الخاصة لتعمل فى مجال السياحة مثل وكالة كونت ميخاليوس ووكالة الشرق الاوسط وغيرها ، وقد بدأت هذه الوكالة بالتسويق للسياحة خارج السودان وبه شهد السودان نشاطا محدودا فى سياحة المخيمات وتقويج الرحلات الجماعية لهذه المخيمات ، اما الدولة فقد تنهت لدور السياحة فى التنمية كمورد هام من الموارد التى تغذى الاقتصاد القومى بالعملات الاجنبية فاصدر القرار القاضى باسناد امر السياحة لوزارة الاستعلامات والعمل ليكون قسما من اقسامها عام ١٩٥٩م ، وظل هذا القسم يقوم بدوره بصورة جيدة رغم شح الامكانيات فى العام التالى صار السودان عضوا فى الاتحاد العربى للسياحة والاتحاد الدولى للمنظمات السياحية . ظل السودان على ما هو عليه حتى عام ١٩٦٦م ، حيث انشأت الدولة اول مصلحة للسياحة وضمت اليها مصلحة الفنادق والمرطبات بعد فصلها من السكة حديد ، اما عام ١٩٦٩م ففقد شهد أفتتاح اول مكتب أقليمي للسياحة فى غرب السودان وذلك لتطوير مناطقها ، كما تم فى نفس العام افتتاح مكتب مطار الخرطوم لتقديم المعلومات عن السياحة ظن وفى عام ١٩٧٢م اصبحت للسياحة مؤسسة بموجب قانون مؤسسات القطاع العام واوكل اليها امر الاشراف على النشاط الفندقى . تم انتخاب السودان رئيسا للاتحاد العربى للسياحة دورة ١٩٧٢م - ١٩٧٣م فى العاصمة الاردنية عمان وصار السودان عضوا فى لجنة السياحة الافريقية ومنظمة السياحة العالمية . (سعيد، ٢٠١٣، ص٤٩)

واصدر الرئيس السابق للسودان جعفر النميرى عليه الرحمة من الله لتنشيط حركة السياحة فى السودان، بموجب هذا القانون صدر القرار القاضى بانشاء هيئة السياحة والفنادق ، فى ١٩٨٣م صدر القرار القاضى بانشاء اول وزارة متخصصة، فى ١٩٨٥م اصبحت السياحة ادارة مرة اخرى ضمت لوزارة الطيران ثم لرئاسة مجلس الوزراء ، فى عام ١٩٨٨م صدر القرار السىادى القاضى بانشاء اول وزارة مستقلة للمرة الثانية فى السودان الا ان هذه الوزارة لم يكتب لها الاستمرارية ، حيث ان السياحة سرعان ما عادت الى عهدا القديم ادارة ضمت لوزارة النقل والمواصلات ثم فصلت عنها وضمت لوزارة الاتصالات عام ١٩٨٩م ، فى عام ١٩٩٥م صدر القرار السىادى رقم (٤٩) القاضى بانشاء وزارة السياحة والبيئة وضمت اليها ادارات الحياة البرية ،

الغابات والهيئة القومية للآثار ، ثم صارت معا فى وزارة واحدة وسميت بوزارة السياحة والتقانة ، ثم فصلت عن التقانة وضمت الى التراث واخيرا انشئت وزارة السياحة والحياة البرية الحالية (نفس المرجع السابق، ص٥٠)

٢:٣ الاعلام فى السودان

كانت ضربة البداية بالصحف اليومية السيارة وبعدها دخول الاذاعة السودانية ١٩٤٠ ثم التلفزيون ١٩٦٢، تكونت وزارة الاعلام السودانية ٢٠٠٥م بعد ان كان مسماها وزارة الثقافة والاعلام وانشاء المركز السودانى للخدمات الصحفية وكالة السودان للانبأ وتعرف اختصار اسمها (سونا) وهى الوكالة الرسمية لنقل ونشر الاخبار ويصدر فى السودان عدد من كبير من الصحف اليومية بواسطة المجلس القومى للصحافة والمطبوعات ونجد ان بعض الصحف متخصص مثلا كالرياضة .
(نشرة عن وزارة الاعلام، ٢٠٢٠، ص٢)

التلفزيون:

الهيئة العامة العامة للتلفزيون القومى التابع لوزارة الاعلام والاتصالات اطلق اول بث عام ١٩٦٣م من امدرمان ويصل ارساله الى كل السودان واخيرا الى العالم عبر الاقمار الصناعية ، وشهد فى اواخر القرن الماضى تطور كبير من الناحية التكنولوجية وغيره حيث انشأت قنوات اضافية مثل النيل الازرق وشبكة الشروق وايضا يلاحظ ظهور عدد من الفضائيات الولائية.

الاذاعة:

تم انشائها فى ابريل ١٩٤٠م اثنا الحرب العالمية الثانية من اموال الدعاية الحربية للحلفاء ضد دول المحور ، وكانت البداية فى غرفة صغيرة فى ام درمان بمبانى البوثة وكان التعامل بمكبرات الصوت انذاك وكان ارسالها لا يتجاوز النصف ساعة وبعد توقف الحرب اوقفت الميزانية المخصصة للاذاعة وكادت ان تتوقف عن العمل لولا تتدخل الحاكم البريطانى العسكرى للسودان واصبحت تخصصه ميزانيتها من الدولة حتى تكون منبر لحكومة الاستعمار .(النشرة السابقة، ص٢)

بدأت الإذاعة البث المباشر دون تسجيل حتى ١٩٤٩م ثم ادخل التسجيل على اسطوانات ثم التسجيل على الاشرطة الممغنطة عام ١٩٥٢م حتى ادخلت التقنية الرقمية عام ٢٠٠٠م.

الاتصالات:

اول مستخدم لشبكات الجيل الثالث فى افريقيا وهناك شركتان للهاتف الثابت وثلاثة شركات للمحمول.

الانترنت:

عرف السودان الانترنت ١٩٩٨م وذلك عبر خطوط الهاتف فى البداية ثم باستخدام تقنية اللاسلكى للنطاق العريض ، حيث قدمت شركات الهاتف الجوال خدمة

الانترنت عبر تقنيات الجيل الوسيط ٢.٥ قبل ان تتحول عام ٢٠٠٧ م الى خدمات الجيل الثالث . (النشرة السابقة، ص٤)
الفصل الثالث: دور قناة النيل لازرق في تنمية السياحة في السودان
٣:١ قناة النيل الازرق الفضائية
النشأة

نشأة قناة النيل الأزرق كشراكة بين الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون وراديو وتلفزيون العرب في ١٥/٨/٢٠٠٣ م ، حيث كانت تبث إرسالها ساعتين في اليوم فقط في إطار باقة قنوات راديو وتلفزيون العرب (الأوائل) وبنظام التشفير ، في يناير ٢٠١٥ آلت حصة راديو وتلفزيون العرب لشركة سونا للإعلام.

التطور

بدأت القناة بثها بساعتين ثم (٤ ساعات) لتصل في ٢٠٠٥ م الى (٦ ساعات) بعد ذلك تمت زيادة ساعات البث الى (٩ ساعات) في العام ٢٠٠٦ م ، لترفع في العام ٢٠٠٧ م الى (١٣ ساعة) حيث تم رفع التشفير عن القناة في العام ٢٠٠٩ م ومع ذلك زدت ساعات البث الى (١٨ ساعة) في اليوم ، وفي عام ٢٠١٠ أصبحت القناة تبث بنظام الدورة الكاملة على مدار اليوم.

وظلت القناة تعتمد على مواردها الخاص من خلال التسويق والإعلان والرعايات لبرامجها المختلفة لمواجهة الكلفة العالية لمدخلات العمل الانتاجي والتلفزيوني ، حيث يتم ذلك وفق رؤية متوازنة بين المحتوى والتسويق. (نشرة عن قناة النيل الأزرق الفضائية ، ٢٠٢٠، ص٢)

الرؤية

في عالم سريع التغيير متشعب بأفائه وتحدياته تتزايد فيه دوائر النشاط الانساني في كل اتجاه ،جاءت قناة النيل الأزرق كمؤسسة إعلامية وليدة تحاول إبراز الهوية والثقافة السودانية عبر قوالب إبداعية وتقدم لهم طرحا جديدا ساعية من خلال ذلك لوضع الثقافة السودانية في سباق الحداثة والحضارة والريادة.

بهذه الرؤية الواضحة نشأت قناة النيل الأزرق بشراكة بغرض بث برامج ثقافية تعطي ملامح للثقافة السودانية ولتشكل رويدا رويدا ملامح مؤسسة متفردة في أهدافها الثقافية والاجتماعية من خلال إبراز قيم وثقافة المجتمع السوداني الغني بأشكاله ومورثاته وأصالته، لتتبنى القناة معايير جديدة للتميز قوامها الكفاءة في العمل الاعلامي القائم على التوازن بين الشكل والمضمون .

وتضم القناة مجموعة متميزة من الكوادر المهنية المخلصة والتي تتحلى باحساس وافر بالواجب مع التفاني في العمل ، وهم بذلك يمضون في عملهم بجد مثابر

وبقدر من الابداع والمبادرة والاقدام طامحين الى رسم صورة مشرفة تزين هامة العمل الاعلامى الهادف.

رسالة القناة

تعمل القناة على التأصيل لعمل اعلامى راق وهادف ومتميز فى شكله ومضمونه على حد سواء مع الاهتمام بجانب الترفيه الذى تحرص فيه القناة على مراعاة عادات وقيم المجتمع الى نعيش فيه ، مع التركيز على الجوانب التى تشير الى اهتمام الشباب والأسرة ، ضمن رؤية إستراتيجية واضحة ، قوامها محاولة تغيير بعض المفاهيم التى تشكل حواجز تعيق المجتمع عن التنمية والتطور ولتحقيق التوازن المطلوب للبشرية.

اهداف القناة

- ١/ رفع مستوى الوعى السلوكى للمجتمع.
- ٢/ ترسيخ مبادئ الوحدة الوطنية.
- ٣/ الاهتمام بالقضايا الحية وطرحها للنقاش البناء بأسلوب جذاب.
- ٤/ التوازن بين المعرفة والتوثيق والترفيه من خلال قوالب برامجية مرنة.
- ٥/ رصد الأحداث والتطورات اليومية ومتابعتها فى كافة المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية.
- ٦/ محاربة العادات الضارة والظواهر السالبة.
- ٧/ المساهمة الفاعلة فى قضايا التنمية السياحية الاجتماعية والاقتصادية. (نفس النشرة السابقة، ص٣)

إستراتيجية القناة

تقوم القناة بدور فعال وبارز فى بنا وتنمية المجتمع من خلال اطر متوازنة ورؤية واضحة قوامها مخاطبة الوجدان السودانى وعكس ثقافته وابرار عاداته وقيمه الاصلية مع تنوعها والذى يصب فى خانة اثرا المثمر الذى يكسب الحياة والوجدان ابعاد متعددة ، وتؤدى لخلق بيئات مختلفة تسهم بقدر واسع فى النهوض والتنمية الاجتماعية والاقتصادية ، وبشكل متوازن وحيادى وذلك من خلال قوالب برامجية تم تصميمها لان تصبح الراصد الدقيق والمتابع الامين لظواهر المجتمع وقضاياها ، ولتجذب اكبر عدد ممكن من المشاهدين المهمين والمتفاعلين مع المواضيع الاجتماعية المهمة والحيوية ، دون اغفال للترفيه الذى اصبح محورا اساسيا فى ظل ضغوطات الحياة المعاصرة.

استطاعت قناة النيل الازرق ان تشكل حضورا فاعلا فى خارطة المشاهدة داخليا وخارجيا لتصبح القناة الاكثر مشاهدة بين مثيلاتها فى السودان ، حسب الرصد الدورى الذى يجرى لقياس المشاهد وتعتبر القناة صورة متميزة للعمل الاعلامى المتوازن وذلك للمرونة التى تنتجها فى مواعينها البرمجية والمهنية العالية التى تنفذ بها البرامج.

نظر لطبيعة ما تقدمه القناة من برامج فقد اعتمدت على التسويق والرعاية بشكل رئيسي مما أتاح لهل فرصة الموازنة بين ما تقدمه كمحتوى مع الشكل بما يرضى رغبات المعلنين والراعين ، حتى تتكامل الرسالة الإعلامية وتقوم بدورها بصورة مرضية وتحقق الاستمرار.

تعتمد القناة الى آخر ما وصلت اليه تقنيات العمل الهندسى لتقدم شكلا متميزا فى الصورة والصوت عبر النظام الرقوى وتبث برامجها من خلال عدة اقمار اصطناعية لزيادة الرقعة وتحقيق الانتشار الاقوى. تبث القناة برامجها عبر محطة اف ام على الموجة (91) للقناة موقع الكتروني على العنوان التالي <http://bnile.tv> .
(نفس النشرة السابقة،ص٤)

نجد ان قناة النيل الازرق القناة الرائدة و الاولى للمشاهدة فى السودان كوسيلة اعلامية انها قامت بعرض برنامجها الذى يدور ويتناقش حول اثار النوبة فى السودان وكيفية نقلها وترحيلها الى المتحف القومى فى الخرطوم وبحيث يشتمل هذا البرنامج على اربعة حلقات متتالية تم عرضها فى استديوهات القناة وهنا تبرز اهمية واثار الاعلام السياحى فى تنشيط وتطوير حركة السياحة فى السودان من خلال عرض هذه الحلقات التى تعرف وتوضح الاثار القديمة لممالك النوبة من الاهرامات والمعابد والتماثيل والاحجار وبعض الادوات الخشبية والنحاسية والخرارية والفضية والذهبية.

ايضا يدور البرنامج حول طريقة تنفيذ عملية نقل الاثار الذى بدوره يقوم بحمايتها وحفظها الذى ياعد على استقطاب السياح وجذبهم الى السودان والتعرف عليها عن قرب وبذلك يودى الى ترويج السياحة الى الودان والاستفادة منها كدخل قومى للبلاد والمساهمة لرفع ميزانية الدولة وهنا يتحقق مفهوم الاعلام السياحى ويمكن مشاهدة حلقات هذا البرنامج فى صفحة اليوتيوب (طاهر التوم) ويعتبر هذا هو الرابط اليسى لمشاهدة هذا البرنامج.
(نفس النشرة السابقة،ص٥)

٣:٢ دور الاعلام فى تنمية السياحة فى السودان

الإعلام أصبح له تأثير كبير فى كل مناحى الحياة وفرض وجوده رغم تسارع الاكتشافات التكنولوجية ليصبح جزء من المنظومة المتربعة على عرش الاكتشافات المستمرة والمتطورة ويسمى الإعلام بالسلطة الرابعة وبه أصبح العالم قرية صغيرة يمكنك من كل مكان اكتشاف والقيام بكل ما تريد . اذن نتفق على اهميته بمختلف أنواعه ومستوياته المرئى والمسموع والمقروء وبذلك يكون قد أصبح مكون قوى لا يمكن تجاوزه وخاصة بعد الطفرة الكبيرة فى عالم الانترنت والاجهزة الذكية وعدم مقدرة احد التخلى عنها بل واصبح الجميع يسارع للاستفادة من الممنتجات الجديدة منها ، واصبحت القنوات الاخبارية تشجع الافراد للتفاعل مع الاخبار مما ادى الى صناعة المذيع الشخصى من اى مكان عند وقوع الحدث ، كل هذا يمكن الاستفادة منه فى تطوير

واستحداث القطاع السياحي واسهامه بطريقة مباشرة وغير مباشرة، وتنمية السياحة وتطورها لابد من توفر معينات تساعد هذا القطاع فى جلب السياح وهى المعلومات المتوفرة والصورة الذهنية وهى تصنع بالاعلام ، هنا يجب علينا ان نوفر البنية التحتية اولا ثم نسوق لها عبر الاعلام من توفير للخدمات بكل اشكالها بل وسهولة الوصول اليها وباسعارها المناسبة وشهرة المنطق السياحية بالامن والاستقرار وان ما يتوفر فى المناطق السياحية يتوافق مع حوجة السياح وكل هذا لا يأتى الا عن طريق الاعلام وتسلط الضوء على المناطق والمناخ وما هى المحفزات للسياح عندما يأتوا الى المنطقة ، والاهم من هذا الاعراف السائدة فى المنطقة حتى نتجنب الصدام ، ولقد راينا دور الاعلام فى التأثير على شعوب العالم بنقل الشعارات والثقافات التى صاحبت الاحتجاجات فى العالم العربى وكيفية التفاعل معها واصبحت تعرف اقليميا وعالميا وبإذهار قطاع السياحة فى السودان ينمو الاقتصاد بصورة مؤثرة على مفاصل الدولة من توفير العملات الصعبة وخلق فرص جديدة من الوظائف لتشغيل أبناء المنطقة بالأخص والخدمات المصاحبة بكل اشكالها وتوفير فرص للعمالة.

أصبحت السياحة الآن تصنع بمفاهيم حديث حتى شملت السياحة العلاجية فيتالي نخرج من الفهم الضيق للسياحة باعتماد السياحة فقط على المواقع الاثرية والمناخ الجميل للأفكار الحديثة فى هذا القطاع وهذا لا يتأتى الا لما ما تمتعت به الدول من العائد الكبير المجزى من السياحة والخدمات المرودة منه.

٣:٣ الدراسة الميدانية وتحليل الاستبيان

١/ الإطار الميدانى للدراسة

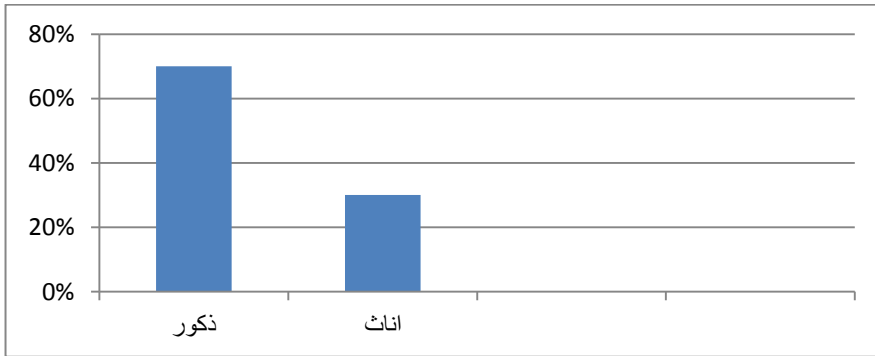
يكثر إستخدام الإستبيانات فى البحوث التى تتبع المنهج الوصفى، ويعد الإستبيان أداة لفظية تهدف الى التعرف على رأى عينة البحث حول موضوع دور الإعلام فى تنمية السياحة فى السودان، وفيه مجموعة من الأسئلة توجه الى أفراد العينة، وهم أفراد العينة التى أستخرجها الباحث بغرض التحقق من فرضيات البحث وينتظر من هؤلاء الأفراد أن تكون إجاباتهم واضحة مرتبطة بأهداف البحث حيث تم توجيه جملة من الأسئلة وقد تضمنت ١٢ أسئلة موزعة على ٥٠ استمارة.

٢/ صدق وثبات الإستبيان

تم عرض الاستبيان فى صورته الأولية على خمسة محكمين من أساتذة جامعة الزعيم الازهرى متخصصين فى السياحة ومناهج البحث والإعلام والإحصاء، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول فقرات الاستبيان، ومدى تناسب الفقرات مع أهداف الدراسة، وفى ضوء ذلك تم استبعاد بعض الفقرات وتعديل بعضها الآخر ليصبح عدد فقرات الاستبيان (١٢) فقرة.

جدول رقم (١)
النوع لافراد العينة

النوع	العدد	النسبة
ذكر	٣٥	٧٠%
انثى	١٥	٣٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%

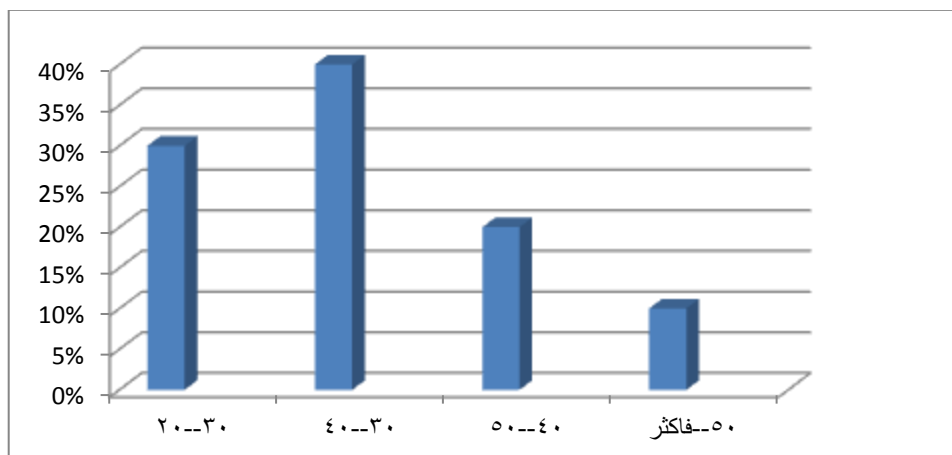


شكل رقم (١)

المصدر : الباحثان من الدراسة الميدانية برنامج Excel من خلال الجدول رقم (١) والشكل رقم (١) ، إن نوع أفراد عينة البحث كان عدد الذكور ٣٥ ذكر بنسبة ٧٠%، وعدد الإناث ١٥ أنثى بنسبة ٣٠%.

جدول رقم (٢)
الفئة العمرية لافراد العينة

العمر	العدد	النسبة
٢٠-٣٠ سنة	١٥	٣٠%
٣٠-٤٠ سنة	٢٠	٤٠%
٤٠-٥٠ سنة	١٠	٢٠%
٥٠ سنة فأكثر	٥	١٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%



شكل رقم (٢)

المصدر : الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٢) والشكل رقم (٢) ان النسبة الفئوية العمرية للإفراد عينة البحث كانت على النحو التالي : ٤٠% لفئة ٣٠ - ٤٠ سنة ، و ٣٠% لفئة ٢٠ - ٣٠ سنة و ٢٠% لفئة ٤٠ - ٥٠ سنة و ١٠% لفئة ٥٠ سنة فأكثر.

جدول رقم (٣)

المؤهل الأكاديمي لأفراد العينة

النسبة	العدد	المؤهل الأكاديمي
٤%	٢	دكتوراه
١٠%	٥	ماجستير
٤٦%	٢٣	بكالوريوس
٤٠%	٢٠	طالب جامعي
١٠٠%	٥٠	المجموع



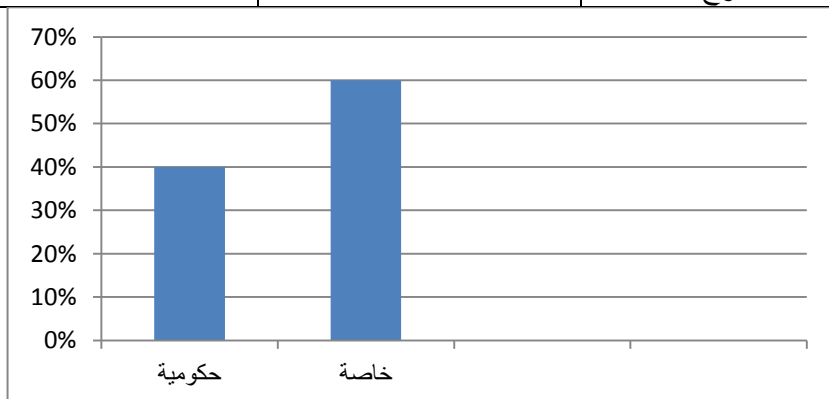
شكل رقم (٣)

المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٣) والشكل رقم (٣) إن المؤهل الاكاديمي لإفراد العينة كانت كالتالي : ٤% لفئة الدكتوراه و ١٠% لفئة الماجستير و ٤٦% لفئة البكالوريوس و ٤٠% لفئة طالب جامعي..

جدول رقم (٤)
نوع المنشأة

النسبة	العدد	نوع المنشأة
٤٠%	٢٠	حكومية
٦٠%	٣٠	خاصة
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (٤)

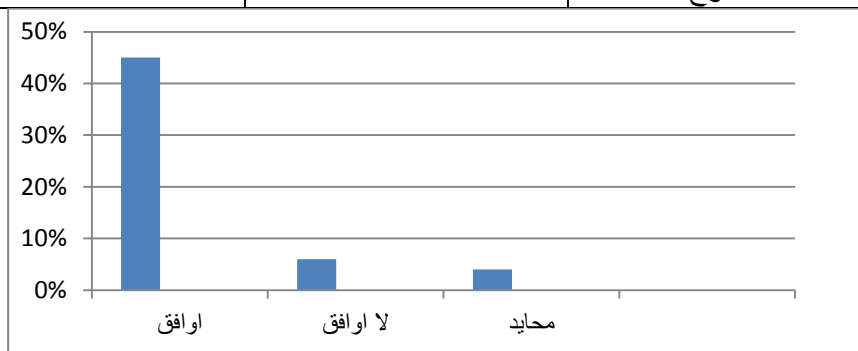
المصدر: الباحثان

يتضح من خلال الجدول رقم (٤) والشكل رقم (٤) أن نوع المنشأة من خلال عينة البحث الأفراد الذين يعملون في القطاع الحكومي ٢٠ شخص بنسبة ٤٠% ، والأفراد الذين يعملون في القطاع الخاص ٣٠ شخص بنسبة ٦٠%.

جدول رقم (٥)

توجد علاقة ذات تأثير ايجابي بين الجوانب المالية وتطوير الإعلام والسياحة في السودان

النسبة	العدد	البيانات
٩٠%	٤٥	أوافق
٦%	٣	لا أوافق
٤%	٢	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (٥)

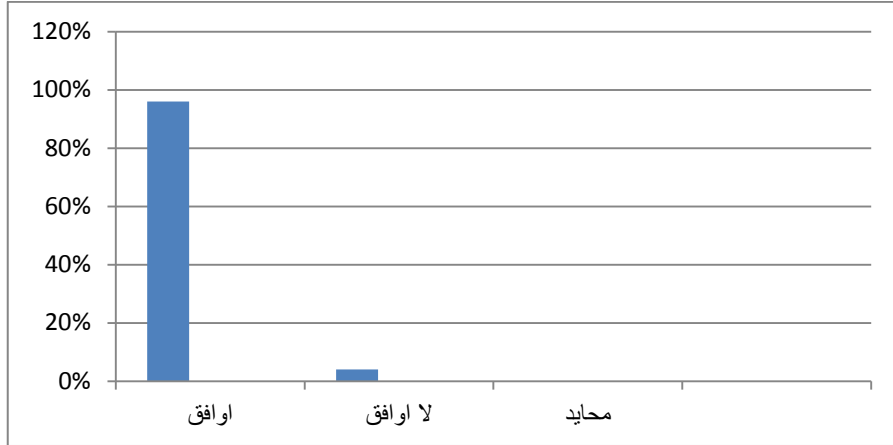
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٥) والشكل رقم (٥) أن عدد أوافق ٤٥ شخص بنسبة ٩٠% ولا أوافق عدد ٣ أشخاص بنسبة ٦% ومحايد عدد شخصان بنسبة ٤%.

جدول رقم (٦)

ضعف الميزانية المخصصة للإعلام المرئي لها اثر في قلة البرامج السياحية

النسبة	العدد	البيانات
٩٦%	٤٨	أوافق
٤%	٢	لا أوافق
0	0	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



الشكل رقم (٦)

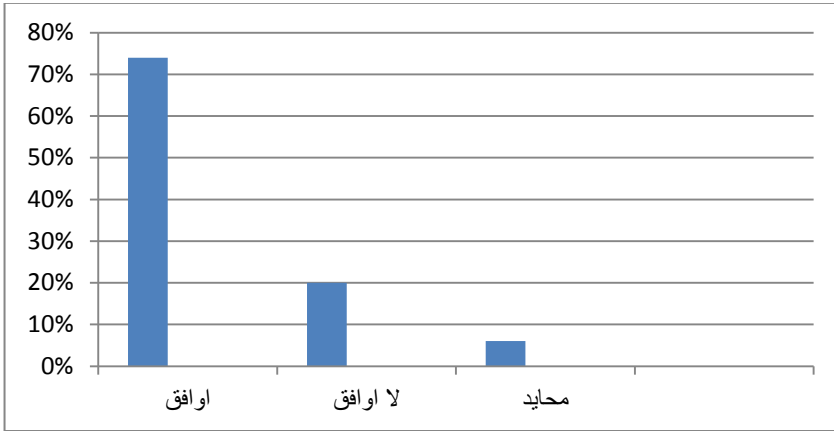
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٦) والشكل رقم (٦) أن الأشخاص الموافقين هم ٤٨ شخص بنسبة ٩٦% ، والأشخاص الذين لا يوافقون شخصان بنسبة ٤% والمحايدون صفر.

جدول رقم (٧)

قلة الكوادر المتخصصة في المجال السياحي لها دور في ضعف الترويج والإعلام عن السياحة في السودان

النسبة	العدد	البيانات
٧٤%	٣٧	أوافق
٢٠%	١٠	لا أوافق
٦%	٣	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (٧)

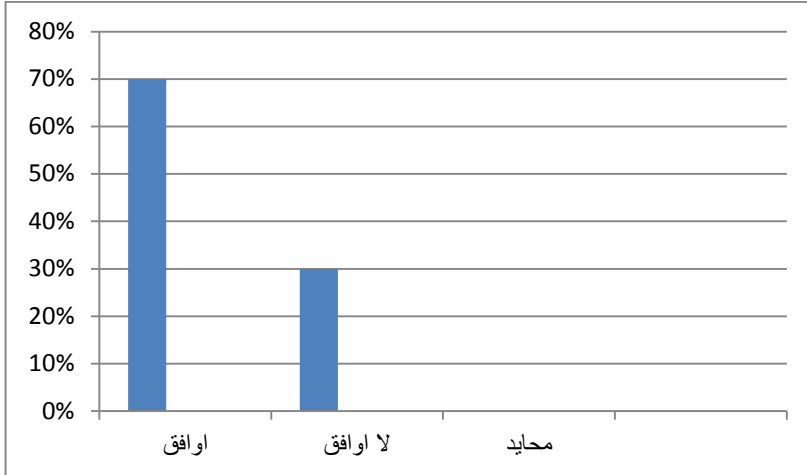
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٧) والشكل (٧) إن عدد الأشخاص الموافقين هم ٣٧ شخص بنسبة ٧٤% والأشخاص الغير موافقين عددهم ١٠ أشخاص بنسبة ٢٠% والمحايدون ٣ أشخاص بنسبة ٦%.

جدول رقم (٨)

السياحة تلعب دور في الدخل القومي للدولة

النسبة	العدد	البيانات
٧٠%	٣٥	أوافق
٣٠%	١٥	لا أوافق
صفر	صفر	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (٨)

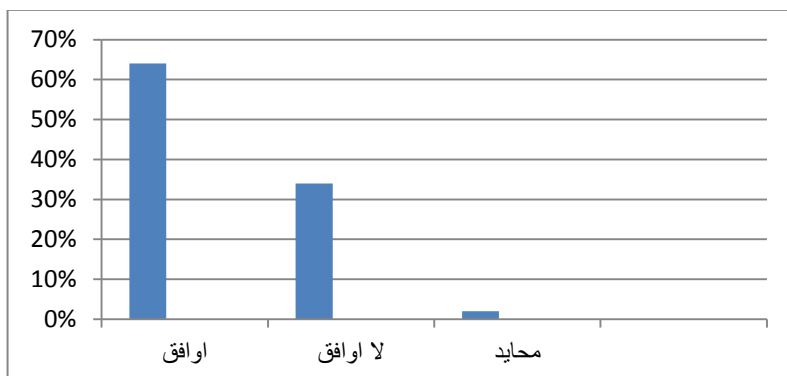
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٨) والشكل رقم (٨) إن الأشخاص الموافقين عددهم ٣٥ بنسبة ٧٠% والغير موافقين ١٥ بنسبة ٣٠% والمحايدون صفر.

جدول رقم (٩)

أن الوسائل الإعلامية المرئية هي الأكثر ترويجاً للسياحة في السودان

النسبة	العدد	البيانات
٦٤%	٣٢	أوافق
٣٤%	١٧	لا أوافق
٢	١	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (٩)

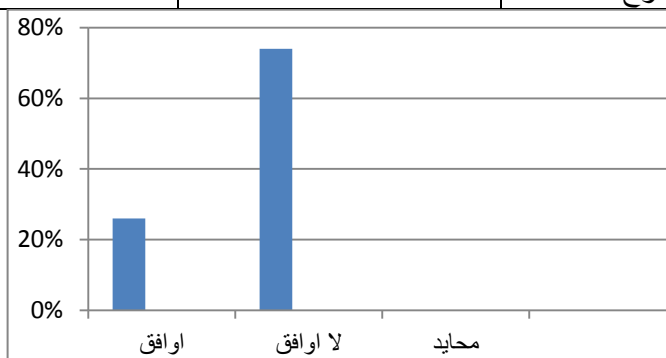
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٩) والشكل رقم (٩) ان الأشخاص الموافقين عددهم ٣٢ بنسبة ٦٤% والغير موافقين ١٧ بنسبة ٣٤% والمحايدون ١ بنسبة ٢%.

جدول رقم (١٠) المصدر الباحثان

إن قناة النيل الأزرق تستخدم وسائل إعلامية حديثة للترويج للسياحة في السودان

النسبة	العدد	البيانات
٢٦%	١٣	أوافق
٧٤%	٣٧	لا أوافق
صفر	صفر	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (١٠)

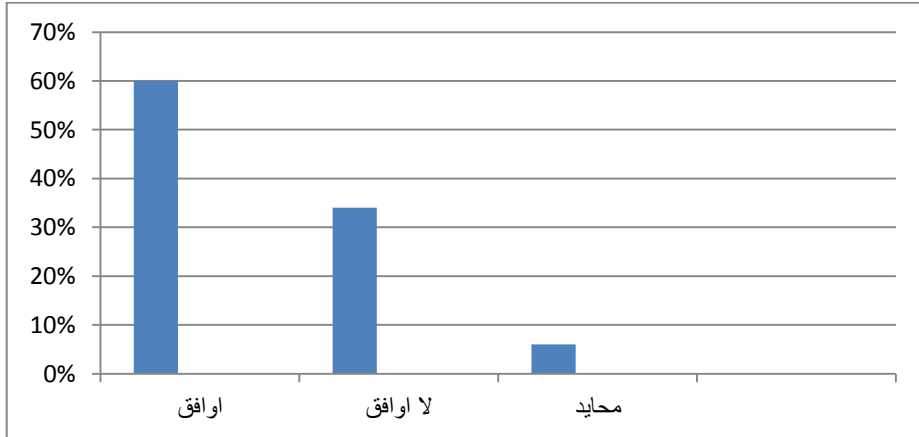
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (١٠) والشكل رقم (١٠) إن الأشخاص الموافقين عددهم ١٣ بنسبة ٢٦% والغير موافقين ٣٧ بنسبة ٧٤% والمحايدون صفر.

جدول رقم (١١)

الاعلام المرئى يساعد على زيادة الوعى السياحى للجمهور فى السودان

النسبة	العدد	البيانات
٦٠%	٣٠	اوافق
٣٤%	١٧	لا اوافق
٦%	٣	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (١١)

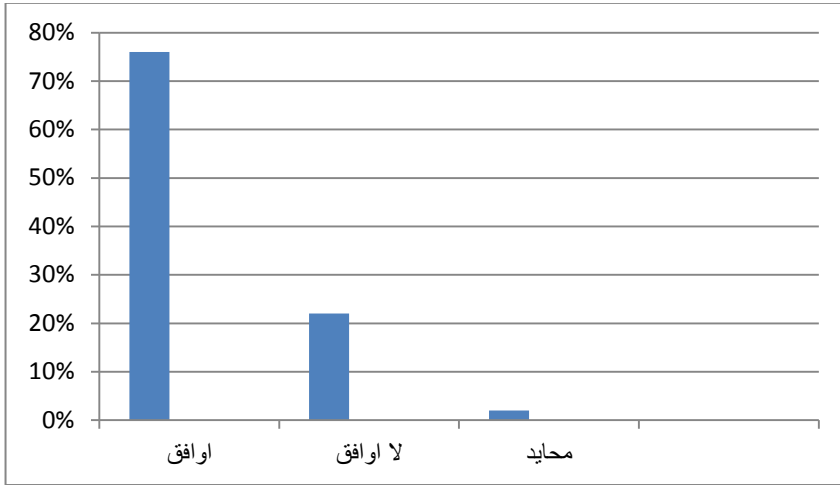
المصدر الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (١١) والشكل رقم (١١) إن الأشخاص الموافقين عددهم ٣٠ بنسبة ٦٠% والغير موافقين ١٧ بنسبة ٣٤% والمحايدون عددهم ٣ بنسبة ٦%.

جدول رقم (١٢)

قناة النيل الأزرق عموما فى نشاطها الاعلامى تستهدف السياحة بشكل كبير

النسبة	العدد	البيانات
٧٦%	٣٨	أوافق
٢٢%	١١	لا أوافق
٢%	١	محايد
١٠٠%	٥٠	المجموع



شكل رقم (١٢)

المصدر الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (١٢) والشكل رقم (١٢) إن الأشخاص الموافقين عددهم ٣٨ بنسبة ٧٦% والغير موافقين ١١ بنسبة ٢٢% والمحايدون ١ بنسبة ٢%.

الخاتمة

السياحة قاطرة التنمية الاقتصادية التي تحقق صادرات غير منظورة وهي التي ترفد الاقتصاد الوطني بالعملات الصعبة وزيادة دخل الفرد وتنمية المجتمعات المحلية. إن للإعلام دور فعال في تنمية السياحة بنشر الوعي السياحي في المجتمع ونشر التوعية السياحية من عمل البرامج والنشرات السياحية وتنشيط السياحة الداخلية بعكس المعالم والمقومات السياحية بالإضافة الى المساعدة بالمحافظة على المواقع السياحية من التدهور.

يزخر السودان بمقومات سياحية هائلة ابتداء بالموقع الجغرافي والمناخ المتنوع والحضارات والمواقع الأثرية المتعددة الحقب التاريخية، التي إذا أحسن استغلالها واستثمارها على أسس علمية مدروسة أن تساعد في إقالة السودان من دائرة الفقر وعثرة التنمية.

النتائج

١/ هناك ضعف في الميزانية المخصصة للإعلام بصورة عامة والمرئي بصورة خاصة، بناء على تحليل المعلومات من الاستبيان.

٢/ من خلال الاستبيان نجد الجوانب المادية لها تأثير ايجابي في تطوير الاعلام في السودان والترويج للسياحة ايضا.

- ٣/ توجد قلة كوادرمؤهلة ومتمخصصة فى الاعلام السىاحى .
- ٤/ نلاحظ من خلال نتائج الاستبيان ان السىاحة فى السودان تلعب دورا اساسيا فى زيادة الدخل الشخصى والقومى.
- ٥/ من خلال تحليل الاستبيان نجد الوسائل الاعلامية بانواعها المختلفة لها دور اساسى فى الترويج للسىاحة فى السودان، وبالاخص الاعلام المرئى.
- ٦/ من خلال نتائج الاستبيان نلاحظ ان زيادة الوعى السىاحى لدى الجمهور فى السودان كان بسبب الاعلام .

التوصيات

- ١/ الإنتاج الاعلامى للمواد التسجيلية بين إدارات الإعلام بأنواعها المختلفة ووزارة السىاحة على شكل أفلام تلفزيونية وأقراص مضغوطة ونشرات صحفية ومطبقات للتعريف والترويج بالمقومات والمواقع السىاحية فى السودان.
- ٢/ إنشاء قناة خاصة بالسىاحة فى السودان من أجل نشر المعلومات المتعلقة بالسىاحة والثقافة السىاحية والتعريف بموارد السودان وثوراته السىاحية .
- ٣/ تهيئة المناخ المناسب من قبل وزارة السىاحة للقنوات الفضائية للترويج للسىاحة فى السودان وعرض هذه المواد الاعلامية للسفارات السودانية بالخارج والقنوات الأجنبية حتى يرى العالم الخارجى مقوماتنا وإمكانياتنا السىاحية.
- ٤/ تطوير التعليم الجامعى الخاص بالسىاحة والإعلام ورفع الوعى بالفرص والتحديات التى ينطوي عليها قطاع السىاحة والإعلام وينبغى أنش يصاحب ذلك استغلال فعال لوسائل الإعلام فى الترويج للسىاحة .
- ٥/ تشجيع الدراسات والأبحاث المتعلقة بالسىاحة والإعلام مع التركيز على إعداد وتجهيز المصادر الإحصائية القومية والإقليمية المتعلقة بأنشطة السىاحة والإعلام السىاحى، التى تمثل حجر الأساس للأبحاث الجادة للسياسات الموضوعية وكلاهما ركيزتان مؤثرتان فى مجال تعزيز التنمية السىاحية فى السودان.
- ٦/ تنظيم وإدارة كافة العناصر التى تتألف منها صناعة السىاحة بأسلوب علمى يكفل فى النهاية ازدهار أنشطتها وتوسيع مجال المستفيدين بها، أى تشجيع وسائل الإعلام المختلفة بالاهتمام بالسىاحة والمقومات السىاحية ونشر ثقافة السىاحة بين المجتمع.
- ٧/ توفير ودعم البرامج التدريبية الخاصة بالسىاحة والإعلام، مع توفير الدعم المالى والفنى للمؤسسات الإعلامية الوطنية حتى تلعب دورا أساسيا فى تنمية السىاحة فى السىاحة.

قائمة المراجع

- ١/ الريشواوى، يحيى، ٢٠٠٧م، الهيمنة الإعلامية فى ظل العولمة، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر، بيروت.
- ٢/ بن منظور، محمد، دبت، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، ط١، جزء ١٢، بيروت.
- ٣/ بظاظو، ابراهيم خليل، ٢٠١٠م، الجغرافيا السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن.
- ٤/ جاسم، منذر صالح، ٢٠١٣م، دور وسائل الإعلام فى صنع القرار، بحث منشور، دار الحامد للطباعة والنشر، الاردن.
- ٥/ جيهان رشتى احمد، ١٩٧٨م، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة.
- ٦/ حسن، سمير على، ٢٠١٠م، تضاريس السودان، جامعة الخرطوم للطباعة والنشر، السودان.
- ٧/ زلطة، عبدالله، ٢٠٠١م، الإعلام الدولى فى العصر الحديث، دار النشر الجامعي، القاهرة.
- ٨/ سعيد، محمد حسن، ٢٠١٣م، السياحة فى السودان، شركة مطابع السودان للعملة للطباعة، الخرطوم.
- ٩/ طالب، هادي طالب، ٢٠١٥م، مقومات التنمية السياحية ومؤشرات تطورها فى محافظة بابل، الجامعة المستنصرية، بغداد.
- ١٠/ عارف، مجيد حميد، ٢٠١٥م، أنثروبولوجيا الاتصال، جامعة بغداد للطباعة والنشر، العراق.
- ١١/ غنيم، ٢٠١٠م، التنمية المستدامة، فلسفتها، وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن.
- ١٢/ ماكنتوش، روبرت ماكنتوش، ٢٠٠٢م، بانوراما الحياة السياحية، المجلس الأعلى للثقافة، ترجمة عطية محمد شحاتة، ط١، ج٧، القاهرة.

النشرات والدوريات

- ١/ نشرة عن مكتب الإحصاء والسكان، ٢٠٢٠م، السودان، الخرطوم.
- ٢/ نشرة عن وزارة النفط، ٢٠٢٠م، السودان، الخرطوم.
- ٣/ نشرة عن قناة النيل الأزرق الفضائية، السودان، ٢٠٢٠م، الخرطوم.
- ٤/ وزارة السياحة والآثار والحياة البرية، ٢٠١٩م، دليل السودان السياحي، الخرطوم.
- ٥/ وزارة الإعلام، ٢٠١١م، السودان ارض الفرص حقائق وارقام، الخرطوم.
- ٦/ نشرة عن وزارة الاعلام، السودان، ٢٠٢٠م، الخرطوم.

