

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

د/محمد يس يس محمد أحمد

أستاذ مساعد-كلية السياحة والفنادق - جامعة الزعيم الأزهرى-

د/ لؤي عبدالرحمن عبدالقادر عبد الرحيم

مدير عام مركز بنادر للتدريب-الخرطوم-السودان-

المستخلص:

السياحة ليست مجرد ظاهرة احتفالية وعروض ترفيهية وغيرها من المجالات، والسياحة هي إحدى 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 المحلي والاقتصاد السوداني.

قد نبعت أهمية هذا البحث من حيث تزايد أهمية الإعلام بإشكاله المتعددة في 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 إفريقيا، وذلك رغم التقلبات السياسية الخطيرة التي تعرض لها خلال العقود الماضية.

مشكلة البحث :

1. غياب الإعلام بأشكاله المختلفة في الترويج للسياحة والمواقع السياحية في السودان .
2. عدم اهتمام الإعلام بنشر البرامج السياحية وإبراز الجواذب السياحية .
3. قلة الكوادر البشرية المؤهلة في الإعلام السياحي .
4. عدم اهتمام أجهزة الإعلام الحكومية بالسياحة .

أهمية البحث:

1. الاهتمام بالإعلام السياحي في تنمية السياحة ونشر التوعية السياحية .
2. الاستفادة من الإعلام الحكومي في نشر ثقافة السياحة والاهتمام بالبرامج السياحية والمواقع السياحية .
3. التوعية السياحية لدى الجمهور بأهمية السياحة بدعمها للاقتصاد القومي .
4. نشر ثقافة السياحة بين الجمهور المحلي .
5. نشر المعرفة والبحوث العلمية في السياحة والإعلام وأهميتهما .

أهداف البحث :

1. معرفة دور وتأثير الإعلام على تنمية السياحة في السودان .
2. دراسة المشاكل والصعوبات التي تواجه الإعلام والسياحة في السودان .
3. عكس الجواذب والمواقع السياحية في السودان .
4. توجيه الاهتمام على السياحة والإعلام من قبل الدولة للأجهزة الحكومية الرسمية .

منهجية البحث :

اتبع الباحثان في هذه الدراسة المناهج الآتية :

1. المنهج الوصفي التحليلي .
2. المنهج التاريخي .
3. تحليل الاستبيان .

فرضيات البحث :

1. دور الإعلام في تنمية السياحة ونشر ثقافتها كان ضعيفا .
2. دور وسائل الإعلام في تنمية السياحة وزيادة إعداد السياح .
3. توجد علاقة بين النواحي المادية وتطوير السياحة والإعلام .
4. هل للإعلام دور في تنشيط وتنمية السياحة في السودان .
5. هل للإعلام دور في الترويج للسياحة والمواقع السياحية في السودان .

الفصل الأول: الإطار النظري للبحث

1: مفهوم الإعلام

الإعلام في اللغة : هو العلم بالشيء ويقال استعلمني خبر فلان واعلمنيه واستعلمني الخبر فأعلمته14 .

فالإعلام مشتق من (اعلم) يقال علم إعلاما بمعنى اخبر إخبارا والإعلام مشتق من مادة علم ، يقال علم الشيء أى شعر به وما علمت بخبر قدومه وانصرافه أى ما شعرت به و (اعلم) معناها اخبر ، واستعمله الخبر أى أستخبره إياه ، والإعلام مصدر مشتق من الفعل (اعلم) ومعناها وضع علامة على كل شيء أو عبارة مع أظهار هذا المعنى وإبرازه وتأكيدَه وإشهاره أمام عامة الناس إبلاغاً ، أى وصلتهم الشيء المطلوب والإعلام بمفهومه الحديث يعنى الأخبار2.

الإعلام اصطلاحاً : هو هو الإخبار بالإحداث ونشر المعلومات وانتقاؤها والتدقيق في صحتها بناء على وجهة النظر في الحياة وعلى سياسة الدولة ، وحسب منهج تربوي معين (أى حسب كيفية معينة لإيصال المعلومة بحيث تضمن هذه الكيفية وصول المعلومة بالشكل المراد3.

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 وإلى أى مدى تكون هذه المعلومات معبرة بشكل صادق وموضوعي. 4

يعرف الإعلام بأنه (الطريقة التي بواسطتها يقوم الفرد القائم بها بنقل منبهات لكي يعدل سلوك الأفراد في المجتمع وينوي تحقيق هدف معين بشكل عمدي . تعرف جيهان الإعلام بأنه (عملية اتصالية تتوافر فيها مشكلة عدد من الأفراد في أمر معين) أن الإعلام هو محاولة جذب الآخرين لتأييد وجهة نظر المتحدث ، وإن الاعلام هو عملية اجتماعية طالما كانت المعاني والأفكار التي تنتقل بواسطة مؤثرة بطريقة لا مفر منها في جميع العمليات الاجتماعية. 5

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. 6

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

٢: مفهوم التنمية

التنمية، لغويًا، معناها النماء أي الازدياد التدريجي، ويقال نمى المال ونما الزرع نموًا 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 وبتطور وتقدم، وهي الطموح إلى وضع وإلى غد أفضل على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. 7

وعُرفت التنمية أيضاً على أنها الجهود المنظمة التي تُبذل 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 الإجتماعية في نواحيها المختلفة للوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الإجتماعية. 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 والفردية فيه. 8

٣: 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 للتفاهم والتقدير لبناء عالم أفضل للجميع، إن السفر العالمي أيضاً يستلزم تبادل المعرفة والأفكار، وهذا يمثل غرضاً آخر للسياحة جديراً بالاعتبار، والسفر يرفع مستويات الخبرة الإنسانية والإدراك والإنجازات في مجالات عدة للتعلم والبحث وفي الأنشطة ذات الطابع الفني. 9

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، وتتكون هذه المنتجات من عناصر مختلفة كالنقل والسكن والمؤسسات السياحية والميسرين ومنظمي الرحلات السياحية ووكلاء السفر ومراكز المعلومات. 10

وتعرف السياحة أيضاً على أنها «مجموعة من الظواهر والأنشطة التي تسهم في تدفق حركة السياح من مناطق سكنهم إلى مناطق الجذب السياحي لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تصل إلى الإقامة الدائمة، ولمختلف الدوافع البشرية الهادفة للترويح عن النفس وإشباع الحاجات والرغبات المختلفة عدا دافع الكسب المادي.

كما عرفتها المنظمة الدولية المسئولة 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. 11

الفصل الثاني: جغرافية وطبوغرافية السودان

٢:١ جغرافية السودان

يقع السودان في الجزء الشمالي الشرقي من قارة إفريقيا، وبفضل موقعه الجغرافي ظل السودان معبرا تجاريا وثقافيا بين شمال إفريقيا وجنوبها وكذلك بين الجزيرة العربية وإفريقيا، خريطة رقم (1)

الاحداثيات الجغرافية

خط طول 21, 49 ق ----- 34 , 38 ق

خط عرض 8 , 23 ش ----- 45 , 8 ش

المساحة

تبلغ مساحة السودان 1.881.000 كلم² و 700.000 ميل²

مقارنة بدول العالم : 16 عالميا ، 2 افريقيا ، 3 عربيا

المناخ

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



خريطة رقم (1)

خريطة ولايات السودان والدول المجاورة

المصدر: (وزارة الحكم المحلي 2020-)

الاقاليم الجغرافية

يشكل حوض نهر النيل 67.4% 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 الصحراء مساحة مقدرة من السودان ، وهي تكون اجزاء واسعة من ولايات (الشمالية ، شمال دارفور ، شمال كردفان) مع وجود عدة أودية وخيران تخترقها وصولا إلى نهر النيل . 12

جيولوجية السودان

تمتد في السودان صخور القاعدة على أوسع مدى أسفل التكوينات الاحداث عمرا. تتكون صخور القاعدة من الصخور النارية والمتحولة حبيث 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 أدت تسوية صخور القاعدة الصلبة ونشاط عوامل النحت إلى تعديل وتغيير في أشكال هذه الصخور. 13

السكان

يبلغ عدد سكان السودان حوالي 33.419.625 نسمة على حسب تقديرات إحصاء 2008 م ، بمعدل نمو سنوي 2,8% ، أما الكثافة السكانية العامة تقدر بحوالي 16 نسمة لكل كيلومتر مربع ، ويتمركز السكان على طول شريط النيل وراوفده ومناطق السافانا الغنية.14

الثروة المعدنية

رغم غنى السودان بثرواته المعدنية ، الا ان دورها في الاقتصاد ما زال محددًا للغاية وهى البترول و انتاج الذهب وبالإضافة الى انتاج الغاز الطبيعي ، وبعض من المعادن الأخرى مثل الحديد والكروم والنحاس والمايكا والجبس ، وقد بدأ استغلال بعضها تجارياً .15

الثروة الحيوانية

الابل ، الضان ، الماعز ، الطيور ، الحيوانات البرية .

الموانئ البحرية

بورتسودان ، سواكن ، اوسيف ، بشائر .

الموانئ الجوية

مطار الخرطوم الدولي ، بورتسودان ، مروى ، دنقلا، الأبيض والفاشر وعطبرة ، وبعض من

المهابط الداخلية في بعض ولايات السودان . 16

التقسيم الإداري

تتكون جمهورية السودان من 18 ولاية وهذا التقسيم جاء حديثاً نتيجة لاتفاقية السلام الشامل بين شمال السودان وجنوبه عام 2005م ، ثم بعد انفصال الجنوب سنة 2011م .

المناطق الأثرية في السودان

مر السودان بجميع مراحل الحضارة من العصور الحجرية ، والمجموعات الحضارية ، وحضارة كرمة ونبنة ومروى ، والعصر المسيحي والاسلامى . وكل هذه الفترات التاريخية السابقة ذكرها توجد اثارها متمثلة في المدافن والقلاع والاديرة والقباب والمعابد والاهرامات.

2:2 السياحة في السودان

أول ما بدأ النشاط السياحي في السودان عن طريق القطاع الخاص على النقيض من الدول تقل مقوماتها السياحية عن المقومات السياحية الموجودة في السودان ، بدء بعض الافراد بإنشاء بعض الشركات والوكالات الخاصة لتعمل في مجال السياحة مثل وكالة كونت ميخاليوس ووكالة الشرق الاوسط وغيرها ، وقد بدأت هذه الوكالة بالتسويق للسياحة خارج السودان وبه شهد السودان نشاطاً محدوداً في سياحة المخيمات وتفويج الرحلات الجماعية لهذه المخيمات ، اما الدولة فقد تنبعت لدور السياحة في التنمية كمورد مهم من الموارد التي تغذي الاقتصاد القومي بالعملة الاجنبية فصدر القرار القاضي باسناد امر السياحة

لوزارة الاستعلامات والعمل ليكون قسما من اقسامها عام 1959م ، وظل هذا القسم يقوم بدوره بصورة جيدة رغم شح الامكانيات في العام التالي صار السودان عضوا في الاتحاد العربي للسياحة والاتحاد الدولي للمنظمات السياحية .

ظل السودان على ما هو عليه حتى عام 1966م ،حيث انشأت الدولة اول مصلحة للسياحة وضمت اليها مصلحة الفنادق والمطربات بعد فصلها من السكة حديد ، اما عام 1969م ففقد شهد افتتاح اول مكتب أقليمي للسياحة في غرب السودان وذلك لتطوير مناطقها ، كما تم في نفس العام افتتاح مكتب مطار الخرطوم لتقديم المعلومات عن السياحة ظن وفي عام 1972م اصبحت للسياحة مؤسسة بموجب قانون مؤسسات القطاع العام واوكل اليها امر الاشراف على النشاط الفندقية . تم انتخاب السودان رئيسا للاتحاد العربي للسياحة دورة 1972م -1973م في العاصمة الاردنية عمان وصار السودان عضوا في لجنة السياحة الافريقية ومنظمة السياحة العالمية . 17

واصدر الرئيس السابق للسودان جعفر النميري عليه الرحمة من الله لتنشيط حركة السياحة في السودان، بموجب هذا القانون صدر القرار القاضي بانشاء هيئة السياحة والفنادق ، في 1983م صدر القرار القاضي بانشاء اول وزارة متخصصة، في 1985م اصبحت السياحة ادارة مرة اخرى ضمت لوزارة الطيران ثم لرئاسة مجلس الوزراء ، في عام 1988م صدر القرار السيادة القاضي بانشاء اول وزارة مستقلة للمرة الثانية في 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 1989م ، في عام 1995م صدر القرار السيادة رقم (49) القاضي بانشاء وزارة السياحة والبيئة وضمت اليها ادارات الحياة البرية ، الغابات والهيئة القومية للاثار ، ثم صارت معا في وزارة واحدة وسميت بوزارة السياحة والتقانة ، ثم فصلت عن التقانة وضمت الى التراث واخيرا انشئت وزارة السياحة والحياة البرية الحالية . 17

٢:٣ الاعلام في السودان

كانت ضربة البداية بالصحف اليومية السيارة وبعدها دخول الاذاعة السودانية 1940 ثم التلفزيون 1962، تكونت وزارة الاعلام السودانية 2005م بعد ان كان مسماها وزارة الثقافة والاعلام وانشاء المركز السوداني للخدمات الصحفية وكالة السودان للانباء وتعرف اختصار اسمها (سونا) وهى الوكالة الرسمية لنقل ونشر الاخبار ويصدر في السودان عدد من كبير من الصحف اليومية بواسطة المجلس القومي للصحافة والمطبوعات ونجد ان بعض الصحف متخصص مثلا كالرياضة. 16

التلفزيون :

الهيئة العامة للتلغزيون القومي التابع لوزارة الاعلام والاتصالات اطلق اول بث عام 1963م من امدرمان ويصل ارساله الى كل السودان واخيرا الى العالم عبر الاقمار الصناعية ، وشهد في اواخر القرن الماضي 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 في ابريل 1940م اثنا الحرب العالمية الثانية من اموال الدعاية الحربية للحلفا ضد دول المحور ، وكانت البداية في غرفة صغيرة في ام درمان بمباني البوتة وكان التعامل بمكبرات الصوت آنذاك وكان ارسالها لا يتجاوز النصف ساعة وبعد توقف الحرب اوقفت الميزانية المخصصة للاذاعة وكادت ان تتوقف عن العمل لولا تدخل الحاكم البريطاني العسكري للسودان واصبحت تخصصه ميزانيتها من الدولة حتى تكون منبر لحكومة الاستعمار (النشرة السابقة،ص2).

بدأت الإذاعة البث المباشر دون تسجيل حتى 1949م ثم ادخل التسجيل على اسطوانات ثم التسجيل على الاشرطة الممغنطة عام 1952م حتى ادخلت التقنية الرقمية عام 2000م .

الاتصالات :

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

الانترنت :

عرف السودان الانترنت 1998م وذلك عبر خطوط الهاتف في البداية ثم باستخدام تقنية اللاسلكي للنطاق العريض ، حيث قدمت شركات الهاتف الجوال خدمة الانترنت عبر تقنيات الجيل الوسيط 2.5 قبل ان تتحول عام 2007م الى خدمات الجيل الثالث . 16

الفصل الثالث: دور قناة النيل للازرق في تهيئة السياحة في السودان

3:1 قناة النيل الازرق الفضائية

النشأة

نشأة قناة النيل الأزرق كشراكة بين الهيئة السودانية للإذاعة والتلفزيون ورايو وتلفزيون العرب في 2003/8/15م ، حيث كانت تبث إرسالها ساعتين في اليوم فقط في إطار باقة قنوات رايو وتلفزيون العرب (الأوائل) وبنظام التشفير ، في يناير 2015 آلت حصة رايو وتلفزيون العرب لشركة سونا للإعلام .

التطور

بدأت القناة بثها بساعتين ثم (4 ساعات) لتصل في 2005م الى (6 ساعات) بعد ذلك تمت زيادة ساعات البث الى (9 ساعات) في العام 2006م ، لتزفع في العام 2007م الى (13 ساعة) حيث تم رفع التشفير عن القناة في العام 2009م ومع ذلك زدت ساعات البث الى (18 ساعة) في اليوم ، وفي عام 2010 أصبحت القناة تبث بنظام الدورة الكاملة على مدار اليوم . وظلت القناة تعتمد على مواردها الخاص من خلال التسويق والإعلان والراعيات لبرامجها المختلفة لمواجهة الكلفة العالية لمدخلات العمل الانتاجي والتلفزيوني ، حيث يتم ذلك وفق رؤية متوازنة بين المحتوى والتسويق. 17

الرؤية

في عالم سريع التغيير متشعب بأفاهه 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 طرحة جديدة ساعية من خلال ذلك لوضع الثقافة السودانية في سباق الحداثة والحضارة والريادة .

بهذه الرؤية الواضحة نشأت قناة النيل الأزرق بشراكة بغرض بث برامج ثقافية تعطى ملامح للثقافة السودانية ولتشكل رويدا رويدا ملامح مؤسسة متفردة في أهدافها الثقافية والاجتماعية من خلال إبراز قيم وثقافة المجتمع السوداني الغني بأشكاله ومورثاته وأصالته ، لتبني 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 الإبداع والمبادرة والاقدام طامحين الى رسم صورة مشرفة تزين هامة العمل الاعلامي الهادف .

رسالة القناة

تعمل القناة على التأصيل لعمل اعلامي راق وهادف ومتميز في شكله ومضمونه على حد سواء مع الاهتمام بجانب الترفيه الذي تحرص فيه القناة على مراعاة عادات وقيم المجتمع الى نعيش فيه ، مع التركيز على الجوانب التي تشير الى اهتمام الشباب والأسرة ، ضمن رؤية إستراتيجية واضحة ، قوامها محاولة تغيير بعض المفاهيم التي تشكل حواجز تعيق المجتمع عن التنمية والتطور ولتحقيق التوازن المطلوب للبشرية . 17

اهداف القناة

- 1/ رفع مستوى الوعي السلوكي للمجتمع .
- 2/ ترسيخ مبادئ الوحدة الوطنية .
- 3/ الاهتمام بالقضايا الحية وطرحتها للنقاش البناء بأسلوب جذاب .

- 4/ التوازن بين المعرفة والتوثيق والترفيه من خلال قوالب برمجية مرنة .
- 5/ رصد الأحداث والتطورات اليومية ومتابعتها في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية .
- 6/ محاربة العادات الضارة والظواهر السالبة.
- 7/ المساهمة الفاعلة في قضايا التنمية السياحية الاجتماعية والاقتصادية .(نفس النشرة السابقة،ص3)

استراتيجية القناة

تقوم القناة بدور فعال وبارز في بنا وتنمية المجتمع من خلال اطر متوازنة ورؤية واضحة قوامها مخاطبة الوجدان السوداني وعكس ثقافته وابراز عاداته وقيمه الاصيلة مع تنوعها والذي يصب في خانة اثرا المثمر الذي يكسب الحياة والوجدان ابعاد متعددة ، وتؤدي لخلق بيئات مختلفة تسهم بقدر واسع في النهوض والتنمية الاجتماعية والاقتصادية ، وبشكل متوازن وحيادي وذلك من خلال قوالب برمجية تم تصميمها لان تصبح الراصد الدقيق والمتابع الامين لظواهر المجتمع وقضاياها ، ولتجذب اكبر عدد ممكن من المشاهدين المهتمين والمتفاعلين مع المواضيع الاجتماعية المهمة والحيوية ، دون اغفال للترفيه الذي اصبح محورا اساسيا في ظل ضغوطات الحياة المعاصرة .

استطاعت قناة النيل الازرق ان تشكل حضورا فاعلا في خارطة المشاهدة داخليا وخارجيا لتصبح القناة الاكثر مشاهدة بين مثيلاتها في السودان ، حسسب الرصد الدوري الذي يجري لقياس المشاهد وتعتبر القناة صورة متميزة للعمل الاعلامي المتوازن وذلك للمرونة التي تنتجها في مواعينها البرمجية والمهنية العالية التي 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 في الصورة والصوت عبر النظام الرقمى وتبث برامجها من خلال عدة اقمار اصطناعية لزيادة الرقعة وتحقيق الانتشار الافقى. تبث القناة برامجها عبر محطة اف ام على الموجة (91) للقناة موقع الكتروني على العنوان التالي <http://bnile.tv> .

نجد ان قناة النيل الازرق القناة الرائدة و الاولى للمشاهدة في السودان كوسيلة اعلامية انها قامت بعرض برنامجها الذي يدور ويتناقش حول اثار النوبة في السودان وكيفية نقلها وترحيلها الى المتحف القومى في الخرطوم وبحيث يشتمل هذا البرنامج على اربعة حلقات متتالية تم عرضها في استيذوهات القناة وهنا تبرز اهمية واثر الاعلام السياحي في تنشيط

وتطوير حركة السياحة في السودان من خلال عرض هذه الحلقات التي تعرف وتوضح الاثار القديمة لممالك النوبة من الاهرامات والمعابد والتماثيل والاحجار وبعض الادوات الخشبية والنحاسية والخارية 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 يؤدي الى ترويج السياحة الى الودان والاستفادة منها كدخل قومى للبلاد والمساهمة لرفع ميزانية الدولة وهنا يتحقق مفهوم الاعلام السياحي ويمكن مشاهدة حلقات هذا البرنامج في صفحة اليوتيوب (طاهر التوم) ويعتبر هذا هو الرابط اليسى لمشاهدة هذا البرنامج .

2:3 دور الاعلام في تنمية السياحة في السودان

الإعلام أصبح له تأثير كبير في كل مناحى الحياة وفرض وجوده رغم تسارع الاكتشافات التكنولوجية ليصبح جزء من المنظومة المتربعة على عرش الاكتشافات المستمرة والمتتطورة ويسمى الإعلام بالسلطة الرابعة وبه أصبح العالم قرية صغيرة يمكنك من كل مكان اكتشاف والقيام بكل ما تريد . اذن نتفق على أهميته بمختلف أنواعه ومستوياته المرئى والمسموع والمقروء وبذلك يكون قد أصبح مكون قوى لا يمكن تجاوزه وخاصة بعد الطفرة الكبيرة في عالم الانترنت والاجهزة الذكية وعدم مقدرة احد التخلي 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 في تطوير واستحداث القطاع السياحي واسهامه بطريقة مباشرة وغير مباشرة، وتنمية السياحة وتطورها لايد من توفر معينات تساعد هذا القطاع في 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 في المناطق السياحية يتوافق مع حوجة السياح وكل هذا لا يأتي الا عن طريق الاعلام وتسليط الضؤ على المناطق والمناخ وما هى المحفزات للسياح عندما يأتوا الى المنطقة ، والاهم من هذا الاعراف السائدة في المنطقة حتى نتجنب الصدام ، ولقد راينا دور الاعلام في التأثير على شعوب العالم بنقل الشعارات والثقافات التي صاحبت الاحتجاجات في العالم العربي وكيفية التفاعل معها واصبحت تعرف اقليميا وعالميا وبأذهار قطاع السياحة في 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 فبتالي نخرج من الفهم الضيق للسياحة باعتماد السياحة فقط على المواقع الاثرية والمناخ الجميل للافكار الحديثة في هذا القطاع وهذا لا يتأتى الا لما ما تمتعت به الدول من العائد الكبير المجزى من السياحة والخدمات المرودة منه.17

3:3 الدراسة الميدانية وتحليل الاستبيان

1 / الإطار الهيداني للدراسة

يكثر استخدام الاستبيانات في البحوث التي تتبع المنهج الوصفي، ويعد الإستبيان أداة لفظية تهدف الى التعرف على رأى عينة البحث حول موضوع دور الإعلام في تنمية السياحة في السودان، وفيه مجموعة من الأسئلة توجه الى أفراد العينة، وهم أفراد العينة التي 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 12 أسئلة موزعة على 50 استمارة.

2 / صدق وثبات الاستبيان

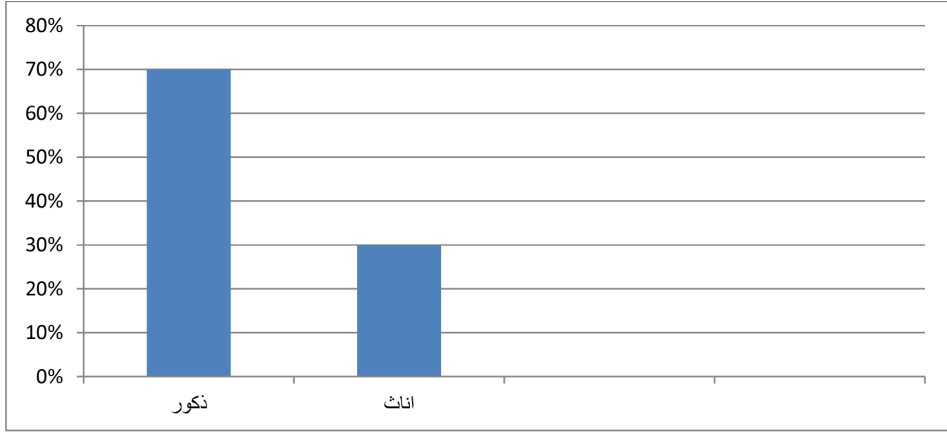
تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على خمسة محكمين من أساتذة جامعة الزعيم الازهري متخصصين في السياحة ومناهج البحث والإعلام والإحصاء، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول فقرات الاستبيان، ومدى تناسب الفقرات مع أهداف الدراسة، وفي ضوء ذلك تم استبعاد بعض الفقرات وتعديل بعضها الآخر ليصبح عدد فقرات الاستبيان (12) فقرة.

جدول رقم(1)

النوع لافراد العينة

النوع	العدد	النسبة
ذكر	35	70%
انثى	15	30%
المجموع	50	100%

شكل رقم (1)



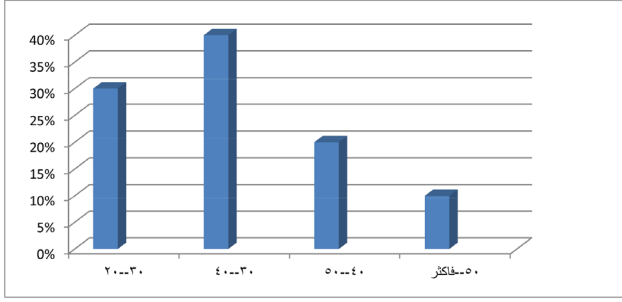
المصدر : الباحثان من الدراسة الميدانية برنامج Excel

من خلال الجدول رقم (1) والشكل رقم (1) ، إن نوع أفراد عينة البحث كان عدد الذكور 35 ذكر بنسبة 70%، وعدد الإناث 15 أنثي بنسبة 30%.

جدول رقم (2)

الفئة العمرية لأفراد 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



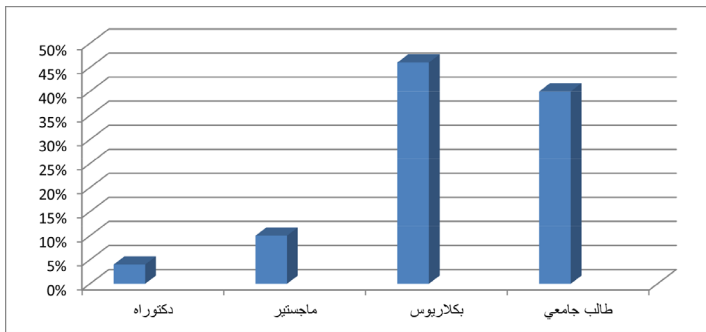
شكل رقم (2)
المصدر : الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) والشكل رقم (2) ان النسبة الفئوية العمرية للإفراد عينة البحث كانت على النحو التالي: 40% لفئة 30 - 40 سنة ، و30% لفئة 20 - 30 سنة و20% لفئة 40 - 50 سنة و10% لفئة 50 سنة فأكثر.

جدول رقم (3)

المؤهل الأكاديمي لأفراد العينة

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



شكل رقم (3)
المصدر:الباحثان

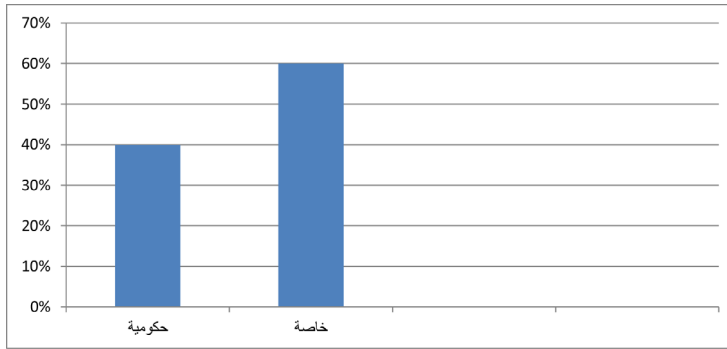
شكل رقم (٣)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) والشكل رقم (3) إن المؤهل الأكاديمي لإفراد العينة كانت كالتالي: 4% لفئة الدكتوراه و10% لفئة الماجستير و46% لفئة البكالوريوس و40% لفئة طالب جامعي..

جدول رقم (4)

نوع المنشأة

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



شكل رقم (4)
المصدر: الباحثان

شكل رقم (٤)

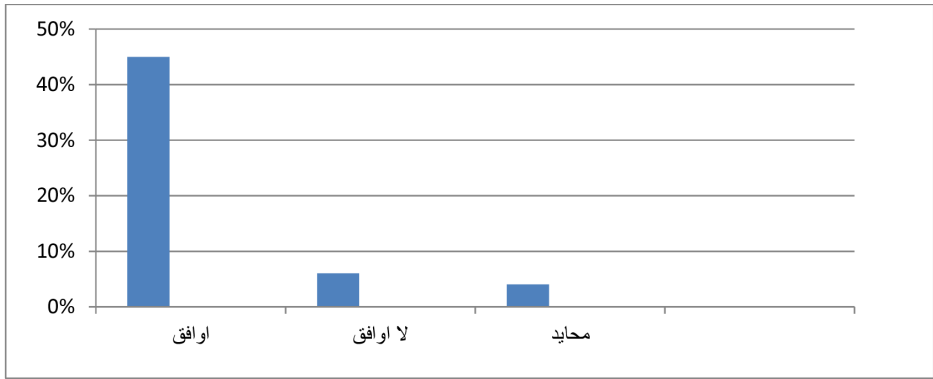
يتضح من خلال الجدول رقم (4) والشكل رقم (4) أن نوع المنشأة من خلال عينة البحث الأفراد الذين يعملون في القطاع الحكومي 20 شخص بنسبة 40% ، والأفراد الذين يعملون في القطاع الخاص 30 شخص بنسبة 60%.

جدول رقم (5)

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

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

شكل رقم (5)
المصدر: الباحثان

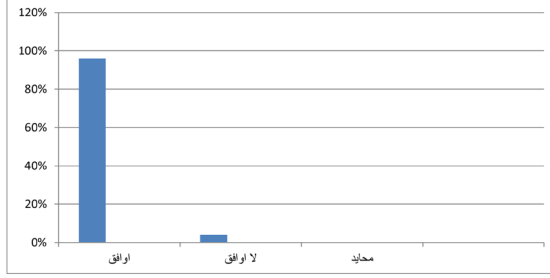


نلاحظ من خلال الجدول رقم (5) والشكل رقم (5) أن عدد أوافق 45 شخص بنسبة 90% ولا أوافق عدد 3 أشخاص بنسبة 6% ومحايد عدد شخصان بنسبة 4%..
جدول رقم (6)

ضعف الميزانية المخصصة للإعلام المرئي لها اثر في قلة البرامج السياحية

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

الشكل رقم (6)
المصدر: الباحثان

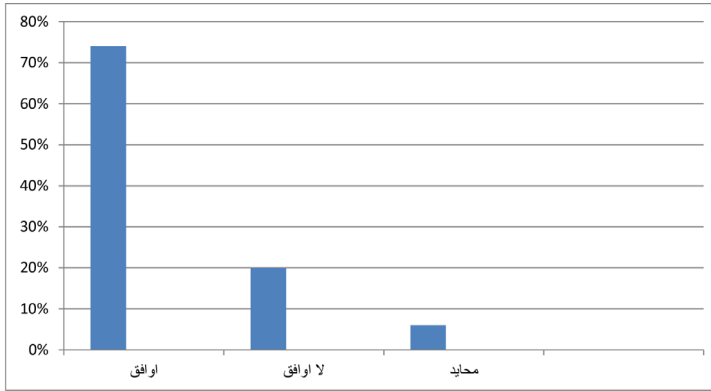


نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) والشكل رقم (6) أن الأشخاص الموافقين هم 48 شخص بنسبة 96%، والأشخاص الذين لا يوافقون شخصان بنسبة 4% والمحايدون صفر .

جدول رقم (7)

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

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	37	74%
لا أوافق	10	20%
محايد	3	6%
المجموع	50	100%



شكل رقم (7)
المصدر: الباحثان

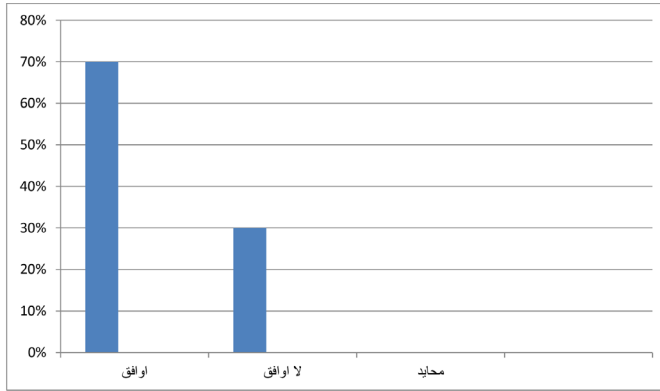
شكل رقم (٧)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (7) والشكل (7) إن عدد الأشخاص الموافقين هم 37 شخص بنسبة 74 % والأشخاص الغير موافقين عددهم 10 أشخاص بنسبة 20 % والمحايدون 3 أشخاص بنسبة 6 % ..

جدول رقم(8)

السياحة تلعب دور في الدخل القومي للدولة

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



شكل رقم(8)
المصدر: الباحثان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) والشكل رقم (8) إن الأشخاص الموافقين عددهم 35 بنسبة 70 % والغير موافقين 15 بنسبة 30 % والمحايدون صفر .

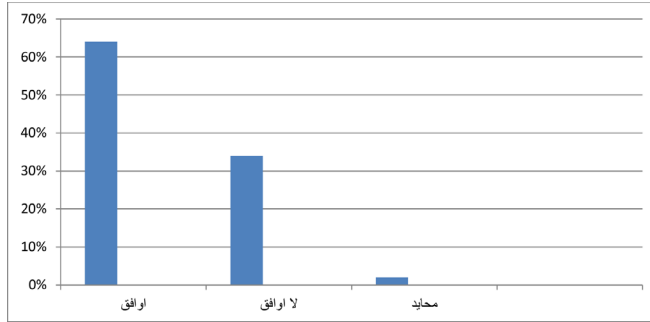
جدول رقم(9)

أن الوسائل الإعلامية المرئية هي الأكثر ترويجا للسياحة في السودان

البيانات	العدد	النسبة
أوافق	٣٢	٦٤%
لا أوافق	١٧	٣٤%

محايد	١	٢
المجموع	٥٠	%١٠٠

شكل رقم (9)
المصدر: الباحثان

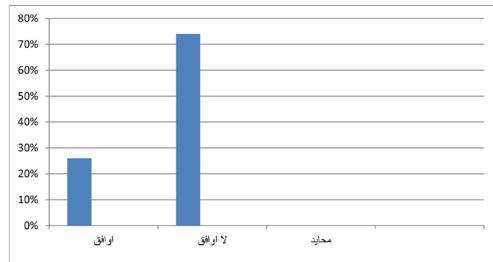


نلاحظ من خلال الجدول رقم (9) والشكل رقم (9) ان الأشخاص الموافقين عددهم 32 بنسبة 64 % والغير موافقين 17 بنسبة 34 % والمحايدون 1 بنسبة 2%.

جدول رقم (10) المصدر الباحثان

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

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



شكل رقم (10)
المصدر: الباحثان

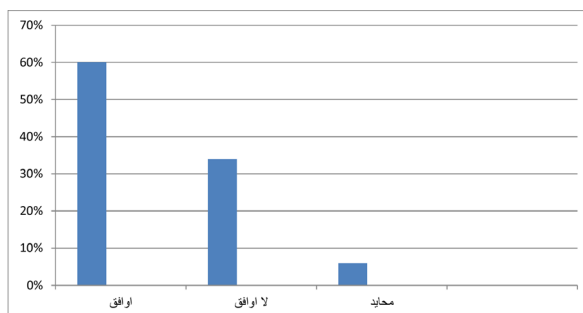
شكل رقم (١٠)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) إن الأشخاص الموافقين عددهم 13 بنسبة 26 % والغير موافقين 37 بنسبة 74 % والمحايدون صفر .

جدول رقم(11)

الاعلام المرئي يساعد على زيادة الوعي السياحي للجمهور في السودان

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



شكل رقم (11)
المصدر الباحثان

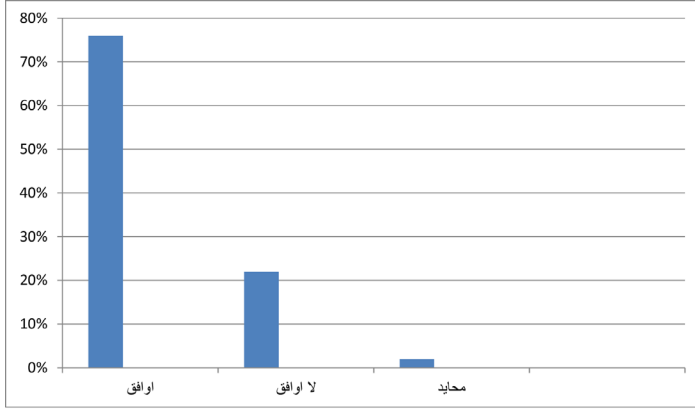
نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) إن الأشخاص الموافقين عددهم 30 بنسبة 60 % والغير موافقين 17 بنسبة 34% والمحايدون عددهم 3 بنسبة 6 % .

جدول رقم(12)

قناة النيل الأزرق عموما في نشاطها الاعلامي تستهدف السياحة بشكل كبير

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

شكل رقم (12)
المصدر الباحثان



شكل رقم (١٢)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) إن الأشخاص الموافقين عددهم 38 بنسبة 76 % والغير موافقين 11 بنسبة 22 % والمحايدون 1 بنسبة 2%.

الخاتمة

السياحة قاطرة التنمية الاقتصادية التي تحقق صادرات غير منظورة وهى التي ترفد الاقتصاد الوطنى 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 ابتداءً 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

1. هناك ضعف في الميزانية المخصصة للاعلام بصورة عامة والمرئي بصورة خاصة، بناء على تحليل المعلومات من الاستبيان.
2. من خلال الاستبيان نجد الجوانب المادية لها تأثير ايجابي في تطوير الاعلام في السودان والترويج للسياحة ايضا.
3. توجد قلة كوادر مؤهلة ومتخصصة في الاعلام السياحي .
4. نلاحظ من خلال نتائج الاستبيان ان السياحة في السودان تلعب دورا اساسيا في زيادة

- الدخل الشخصي والقومي.
5. من خلال تحليل الاستبيان نجد الوسائل الاعلامية بانواعها المختلفة لها دور اساسي في الترويج للسياحة في السودان، وبالخاص الاعلام المرئي.
6. من خلال نتائج الاستبيان نلاحظ ان زيادة الوعي السياحي لدى الجمهور في السودان كان بسبب الاعلام .

التوصيات

1. الإنتاج الاعلامي للمواد التسجيلية بين إدارات الإعلام بأنواعها المختلفة ووزارة السياحة على شكل أفلام تلفزيونية وأقراص مضغوطة ونشرات صحفية ومطبقات للتعريف والترويج بالمقومات والمواقع السياحية في السودان.
2. إنشاء قناة خاصة بالسياحة في السودان من اجل نشر المعلومات المتعلقة بالسياحة والثقافة السياحية والتعريف بموارد السودان وثرواته السياحية .
3. تهيئة المناخ المناسب من قبل وزارة السياحة للقنوات الفضائية للترويج للسياحة في السودان وعرض هذه المواد الإعلامية للسفارات السودانية بالخارج والقنوات الأجنبية حتى يرى العالم الخارجي مقوماتنا وإمكاناتنا السياحية.
4. تطوير التعليم الجامعي الخاص بالسياحة والإعلام ورفع الوعي بالفرص والتحديات التي ينطوي عليها قطاع السياحة والإعلام وينبغي أنش يصاحب ذلك استغلال فعال لوسائل الإعلام في الترويج للسياحة .
5. تشجيع الدراسات والأبحاث المتعلقة بالسياحة والإعلام. مع التركيز على إعداد وتجهيز المصادر الإحصائية القومية والإقليمية المتعلقة بأنشطة السياحة والإعلام السياحي، التي تمثل حجر الأساس للأبحاث الجادة والسياسات الموضوعية وكلاهما ركيزتان مؤثرتان في مجال تعزيز التنمية السياحية في السودان.
6. تنظيم وإدارة كافة العناصر التي تتألف منها صناعة السياحة بأسلوب علمي يكفل في النهاية ازدهار أنشطتها وتوسيع مجال المستفيدين بها، أي تشجيع وسائل الإعلام المختلفة بالاهتمام بالسياحة والمقومات السياحية ونشر ثقافة السياحة بين المجتمع.
7. توفير ودعم البرامج التدريبية الخاصة بالسياحة والإعلام، مع توفير الدعم المالي والفني للمؤسسات الإعلامية الوطنية حتى تلعب دورا أساسيا في تنمية السياحة في السياحة.

قائمة المراجع

1. بن منظور، محمد، د.ت، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، ط1، جزء12، بيروت.
2. زلطة، عبدالله، 2001م، الإعلام الدولي في العصر الحديث، دار النشر الجامعي، القاهرة.
3. الريشاوي، يحيى، 2007م، الهيمنة الإعلامية في ظل العولمة، مؤسسة الرسالة للطباعة

- والنشر، بيروت.
4. بظاظو، ابراهيم خليل، 2010م، الجغرافيا السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن
 5. جاسم، منذر صالح، 2013م، دور وسائل الإعلام في صنع القرار، بحث منشور، دار الحامد للطباعة والنشر، الاردن.
 6. جيهان رشتى احمد، 1978م، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة.
 7. عارف، مجيد حميد، 2015م، أنثروبولوجيا الاتصال، جامعة بغداد للطباعة والنشر، العراق.
 8. غنيم، 2010م، التنمية المستدامة، فلسفتها، وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن
 9. ماكنتوش ، روبرت ماكنتوش ، 2002م، بانوراما الحياة السياحية ، المجلس الأعلى للثقافة، ترجمة عطية محمد شحاتة ، ط 1 ، ج 7 ، القاهرة .
 10. طالب، هادي طالب، 2015م، مقومات التنمية السياحية ومؤشرات تطورها في محافظة بابل، الجامعة المستنصرية ،بغداد.
 11. وزارة الإعلام، 2011م، السودان ارض الفرص حقائق وارقام، الخرطوم
 12. حسن، سمير على، 2010م، تضاريس السودان، جامعة الخرطوم للطباعة والنشر، السودان.
 13. 12/ نشرة عن مكتب الإحصاء والسكان، 2020م، السودان، الخرطوم
 14. نشرة عن وزارة النفط، 2020م، السودان ،الخرطوم
 15. وزارة السياحة والآثار والحياة البرية، 2019م، دليل السودان السياحي، الخرطوم
 16. سعيد، محمد حسن، 2013م، السياحة في السودان، شركة مطابع السودان للعملة للطباعة ،الخرطوم
 17. نشرة عن زارة الاعلام، السودان، 2020، الخرطوم
 18. نشرة عن قناة النيل الأزرق الفضائية، السودان، 2020م، الخرطوم