تونس تُتوّج عاصمة للسياحة العربية لسنة 2027

مجلّة
الإعلام السياحي

مجـلـة شـهـرية إلكترونية تعـنـى بالإعلام السـياحي في تونس والوطن العربي | السـنة الأولى - العـــدد 1 - أيار/ ماي 2026



عشر سنوات من الإعلام السياحي المغاربي..
من تونس كانت الانطلاقة

لؤلؤة الجبل الأخضر «رأس الهلال»
حيث يعانق الشجرُ البحر

المهدية..
سيمفونية التاريخ والجمال برؤية معمارية

جبل برقو..
وجهة سياحية تجمع بين جمال الطبيعة وعراقة التاريخ وثراء التراث

المغرب..
سحر الشرق الذي لا ينام

رحلة عبر الإرث المغاربي..
مدنٌ تاريخيةٌ تسرد حكايات العصور

الرقم المعياري الدولي «ISSN»: 9286 - 3125

كلمة العدد



بقلم: د. إيمان بنحامد
نائب المدير العام
ورئيسة مركز تونس للإعلام السياحي

تونس التاريخ والجمال..
منطلق الإبداع وعاصمة السياحة العربية

مع إشراقة هذا العدد الجديد من مجلة «الإعلام السياحي»، نلتقي بكم وفي جعبتنا حدثان استثنائيان يمثلان علامة فارقة في مسيرتنا الإعلامية والسياحية، ويرسمان معاً أفقاً جديداً من التألق والريادة.

إنها لحظة يمتزج فيها عرق العطاء بعبق التاريخ، لتتوج «تونس الخضراء عاصمةً للسياحة العربية لعام 2027».

هذا التتويج المستحق لم يكن وليد الصدفة، بل هو اعتراف عربي بمكانة تونس التي لطالما كانت ولا تزال جسراً للتواصل الثقافي، ووجهةً تحتضن التاريخ، الفن، والجمال بين شواطئها الممتدة وآثارها الشاهدة على حضارات متعاقبة.

عشر سنوات من العطاء: من تونس كانت الانطلاقة.

وما يضاعف بهجتنا في هذا العدد، هو تزامن هذا العرس السياحي العربي مع «الذكرى العاشرة لتأسيس الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي» هنا في تونس (2016 - 2026).

عشر سنوات مضت منذ أن طُرحت الفكرة كحلم طموح من زقاق مدينة «دقة» التاريخية، ليتشكل كيان إقليمي راسخ يجمع شتات الرؤى ويصنع هوية سياحية مغاربية متميزة.

لقد قطعنا طيلة العقد الماضي أشواطاً طويلة، انتقل فيها الإعلام السياحي من الفضاء المحلي إلى الفضاء المغاربي والعربي الأرحب، صانعاً محتوى مهنياً يمزج بين دقة التحقيق وعمق الصورة، بهدف الترويج لـ «سحر الشرق الذي لا ينام» و«لؤلؤة الجبل الأخضر» وكل شبر من أرضنا العربية الجميلة.

تطلعات المستقبل: نحو عقد جديد من التميز

في هذا العدد، نأخذكم في رحلة بصرية ومعرفية خاصة، نسلط الضوء فيها على المحطات الكبرى للاتحاد المغاربي، ونستشرف معكم الاستعدادات الكبرى لتونس وهي ترتدي ثوب عاصمة السياحة العربية.

إن خطواتنا التي بدأت من تونس، تجدد اليوم العهد بأن تظل هذه المجلة المنصة الأولى التي تنقل نبض السياحة العربية إلى العالم. نفتح صفحاتنا وعيوننا على آفاق أرحب، مؤمنين بأن الرؤية الصادقة والعمل الدؤوب كفيلان بوضع سياحتنا العربية في المكانة الدولية التي تستحقها.

أهلاً بكم في هذا العدد الاستثنائي..
وإلى الأمام نحو عقد جديد من الإبداع والتميز.



مجلّة الإعلام السياحي

مجلة شهرية إلكترونية
تعنى بالإعلام السياحي في تونس والوطن العربي

الإدارة والتحرير:

المدير العام ورئيس التحرير:
محمد صالح بنحامد

نائب المدير العام:
د. إيمان بنحامد

التنسيق العام:
أ. ابتهاج شامخ

المدير الفني
عمار الشيخ علي
+963 944 057 217

أقسام المجلة:

قسم الشؤون الثقافية: د. امال بوحرب
قسم الشؤون الوطنية: ابتهاج الشامخ
قسم الشؤون العربية: مصطفى عبد المنعم
قسم الحضارة والتراث: د. جمال بوعجاجة
القسم الفرنسي: د. نجيبة الرقيق
القسم الانجليزي: وجدان بنحامد
قسم التحقيقات: م. حسان الجوهري
العلاقات العامة: محسن بريك

tunis.today2020@gmail.com
+216 98 28 24 04
+216 53 35 15 50



في هـــــذا العـــــدد

تونس عاصمةً للسياحة العربية لسنة 2027

وزارة السياحة: لنجعل من تونس قصة نجاح تُروى إلى كل العواصم العربية والعالم

6



الإعلان عن نتائج المسابقة الوطنية لتصميم الشعار والهوية البصرية لبرنامج «تونس عاصمة السياحة العربية 2027 7

كلمة العدد 3
جولة في غدامس القديمة.. لؤلؤة الصحراء 9
صالون السفر في دورته الأولى تحت شعار «السياحة الداخلية و سياحة الجوار» 11
المهدية.. سيمفونية التاريخ والجمال برؤية معمارية 13
برج القسطيل بجربة.. معلم أثري هام مهدد بالاندثار! 15

عشر سنوات من الإشعاع.. الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي.. من «تطاوين» إلى ريادة المشهد العربي 28
الإعلام السياحي.. جسر إستراتيجي بين المنتج المحلي والاقتصاد الوطني ... 31

سوريا
صحفي سوري يوثّق في رحلته الاستكشافية إلى تونس..عبق التاريخ وجمال الطبيعة 32

لبنان..
هل يصنع التاريخ سياحته أم تصنع السياحة تاريخه 35
جبل نيبو في الأردن.. حين تتكلم الأرض باسم التاريخ 41

المغرب..
سحر الشرق الذي لا ينام رحلة بين قمم الأطلس وعراقة التاريخ 43
جبل برقو.. وجهة سياحية تجمع بين جمال الطبيعة وعراقة التاريخ وثراء التراث .. 47

ليبيا
لؤلؤة الجبل الأخضر «رأس الهلال» حيث يعانق الشجرُ البحر 51

مصر
النادي اليوناني بدهب.. تجربة ثقافية تعزز السياحة وتربط مصر باليونان 54

بلاد الرافدين..
رحلة في ذاكرة البشرية الأولى 57

الســـــودان..
أرض الحضارات والجسور بين إفريقيا والعالم العربي 61
رحلة عبر الإرث المغاربي..
مدنٌ تاريخيةٌ تسرد حكايات العصور 63
السياحة في عصر الذكاء الاصطناعي 66
السياحة البينية العربية.. الحلم المؤجل أم الفرصة المهدرة؟ 68

ملف العـدد

عشر سنوات من الإعلام السياحي المغاربي.. من تونس كانت الانطلاقة «2016-2026»



عَقدٌ من البناء.. البعد المغاربي في ميزان الإعلام السياحي 17
تونس..
مهد العمل الجمعياتي والإعلامي السياحي 20
أهمية الاتحاد والنتائج المحققة 21
تونس..
مهد العمل الجمعياتي والإعلامي السياحي 22
كيف يساهم المركز في تشجيع الشباب على العمل السياحي؟ 24
الإعلام السياحي المغاربي.. رافعة أساسية لتثمين موروثنا الثقافي المشترك 26



المكاتب الخارجية:

- مكتب القاهرة: نورهان البيلي
- مكتب لبنان: ضحى عبد الرؤوف اللمّل
- مكتب الامارات: عائشة المشوي السويدي
- مكتب الكويت: عامر صافي
- مكتب قطر: جيهان قوسم
- مكتب البحرين : عائشة الصديقي
- مكتب السودان: حنان الطيب
- مكتب العراق: محمد الخالدي
- مكتب سوريا: أيمن الحمد
- مكتب الأردن: د. زياد الشخابنة
- مكتب ليبيا: محمود كريدغ
- مكتب الجزائر: وردية عابد
- مكتب المغرب: خلدون محمد مختار
- مكتب موريتانيا: أمير موسى
- مكتب فلسطين: كوثر الزين

وزارة السياحة : لنجعل من تونس قصة نجاح تُروى إلى كل العواصم العربية والعالم



على إثر تتويج تونس عاصمةً للسياحة العربية لسنة 2027، وانطلاقًا من قناعة راسخة بأن هذا التتويج يُمثّل مشروعًا وطنيًا جامعًا، تُعلن وزارة السياحة عن فتح باب المشاركة في إعداد وصياغة برنامج «تونس عاصمة السياحة العربية 2027»، وذلك في إطار مقاربة تشاركية واسعة تهدف إلى ابراز صورة تونس الحديثة، المتنوّعة، والمنفتحة، مع المحافظة على عمقها الحضاري والثقافي.

ويهدف هذا البرنامج إلى تقديم العاصمة تونس كوجهة عربية متكاملة، نابضة بالحياة، تلتقي فيها السياحة بالثقافة، والفنون بالرياضة، والتراث بالابتكار، بما يبرز ثراء المقومات السياحية، والتاريخية، والمعمارية، والبيئية، ويعزّز إشعاع تونس عربيًا ودوليًا.

* وإيمانًا بأن إنجاح هذا المشروع يتطلب انخراطًا جماعيًا، توجّه وزارة السياحة دعوة مفتوحة إلى: المؤسسات العمومية والخاصة، المهنيين والفاعلين في القطاع السياحي، الجامعات ومراكز البحث، الإعلاميين والصحفيين، الشباب والطلبة والجمعيات، الحرفيين والفنانين والرياضيين، المبدعين والمصممين، الخبراء في التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، صانعي المحتوى والمؤثرين، وكل من يحمل فكرة أو مبادرة أو رؤية،

* للمساهمة باقتراح أفكار، مشاريع، تظاهرات، وأنشطة تُثري البرنامج وتُبرز: عمق العاصمة الحضاري والمعماري، وثراءها الثقافي والسياحي، وطاقات شبابها، والصورة العصرية والمتطورة للوجهة التونسية.

وسيتم تمكين الراغبين في المشاركة من استبيان إلكتروني مخصّص لهذا الغرض، يُمثّل آلية شفافة ومفتوحة لجمع المقترحات وضمان تكافؤ الفرص وحسن النفاذ إلى المعلومة، على أن تُستكمل هذه المرحلة لاحقًا بورشات عمل تطبيقية لتحويل المقترحات إلى برنامج عملي قابل للتنفيذ.

ومعًا نجعل من «تونس عاصمة السياحة العربية 2027» تجربة حيّة، وقصة نجاح تُروى من تونس إلى كل العواصم العربية والعالم.

وزارة السياحة و الصناعات التقليدية
الجمهورية التونسية

الإعلان عن نتائج المسابقة الوطنية لتصميم الشعار والهوية البصرية لبرنامج «تونس عاصمة السياحة العربية 2027







تحت اشراف وزارة السياحة تم في نزل Royal ASBU Hotel تونس العاصمة إحياء فعاليات الإعلان عن نتائج المسابقة الوطنية لتصميم الشعار والهوية البصرية لبرنامج "تونس عاصمة السياحة العربية 2027" بحضور وزير السياحة التونسي السيد سفيان تقية ومحمد المهدي الحلوي مدير عام الديوان الوطني التونسي للسياحة (ONT) التابع لوزارة السياحة وكذلك جمع من إطارات وزارة السياحة والتعليم العالي.. فعاليات مهمة جدا تخدم السياحة التونسية وتساهم في تطويرها واشعاعها وتهم مدينة الحمامات خاصة وانها المدينة السياحية الاولى بالجمهورية التونسية...



جولة في غدامس القديمة..

لـــؤلؤة الصحـــراء

في عمق الجنوب الغربي الليبي، حيث تلتقي الرمال الذهبية بعبق التاريخ، تتربع غدامس كواحدة من أعرق المدن الصحراوية وأجملها، حتى استحقت لقب "لؤلؤة الصحراء". ليست مجرد مدينة، بل تحفة معمارية حيّة تنبض بروح الماضي وتروي قصة إنسانٍ تكيّف مع قسوة الطبيعة فحوّلها إلى فضاء للعيش والإبداع.



كتب / ا. محمود كريدغ

مدينة منسوجة من الطين والنور

ما إن تطأ قدماك أزقة غدامس القديمة حتى تجد نفسك داخل عالم مختلف؛ شوارع ضيقة مسقوفة تحمي من حرارة الشمس، وجدران طينية بيضاء تعكس الضوء وتُلطّف الجو، في تصميم هندسي ذكي يراعي البيئة الصحراوية. البيوت متلاصقة، تُبنى فوق بعضها البعض في تناغم فريد، حيث تتحول الأسطح إلى ممرات مخصصة للنساء، بينما تظل الأزقة السفلية مخصصة للرجال، في نظام اجتماعي يعكس خصوصية المجتمع الغدامسي.

تراث إنساني عالمي

لقد حظيت المدينة القديمة في غدامس بمكانة عالمية، إذ أدرجتها اليونسكو ضمن قائمة التراث العالمي، تقديرًا لقيمتها المعمارية والثقافية الفريدة. فهي تمثل نموذجًا متكاملًا لمدن الصحراء التي استطاعت التكيّف مع المناخ القاسي عبر حلول مبتكرة ما زالت تبهر الباحثين والمهتمين حتى اليوم.

روح الحياة في تفاصيل المكان

لا تقتصر جاذبية غدامس على عمرانها فقط، بل تمتد إلى



في كل زاوية حكاية، وفي كل جدار سرّ، يجعل من غدامس لؤلؤة لا تزال تتلألأ في قلب الصحراء الليبية.







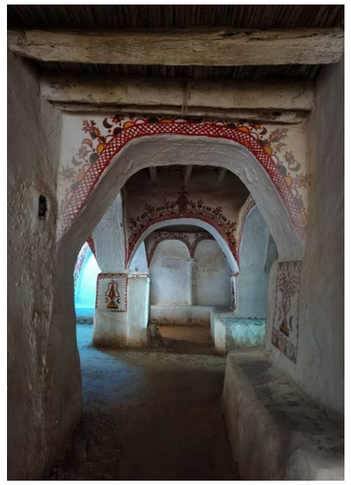
تفاصيل الحياة اليومية التي كانت تدب في أزقتها؛ من الأسواق القديمة التي كانت تعجّ بالحركة، إلى المجالس التي كانت تجمع الأهالي في أجواء من الألفة. حتى الأبواب الخشبية المزخرفة والنقوش الجدارية تحمل بصمات فنية تعبّر عن ذوق رفيع وحس جمالي متوارث.

مهرجانات تعيد الحياة للماضي

تستعيد غدامس بريقها كل عام من خلال مهرجان غدامس السياحي، حيث تعود







الأزقة لتنبض بالحياة عبر عروض الفنون الشعبية، والأسواق التقليدية، واللباس التراثي الذي يعكس هوية المدينة. هذا المهرجان لا يُعد مجرد احتفال، بل هو جسر يربط الماضي بالحاضر، ويعيد تقديم غدامس للعالم كوجهة سياحية وثقافية متميزة.

بين الحفظ والتجديد

رغم ما تواجهه المدينة من تحديات، تظل الجهود قائمة للحفاظ على هذا الإرث الفريد وصيانته. إن غدامس القديمة ليست مجرد موقع أثري، بل ذاكرة حية تحتاج إلى رعاية مستمرة، لضمان بقائها شاهدة على عبقرية الإنسان الصحراوي.

خاتمة

جولة في غدامس القديمة هي أكثر من زيارة سياحية؛ إنها تجربة إنسانية عميقة، تلامس التاريخ وتُشعر الزائر بعراقة المكان وروح أهله. في كل زاوية حكاية، وفي كل جدار سرّ، يجعل من غدامس لؤلؤة لا تزال تتلألأ في قلب الصحراء الليبية.



متابعة : ابتهاج الشامخ

صالون السفر في دورته الأولى
تحت شعار «السياحة الداخلية و سياحة الجوار»

في اطار اختيار تونس عاصمة للسياحة العربية نظمت وزارة السياحة والجامعة التونسية لوكالات الأسفار الدورة الأولى لصالون السفر والذي انطلق 7 ماي بمدينة الثقافة تحت شعار «السياحة الداخلية وسياحة الجوار «...ومن الأهداف الأساسية للصالون تقريب المنتوج السياحي من المواطن التونسي وترسيخ ثقافة الحجز المبكر من جهة وتعزيز سياحة الجوار مع القطرين الليبي والجزائري من جهة أخرى . كما مثل صالون السفر في دورته الأولى فضاءا مفتوحا للتواصل بين وكالات الأسفار والمواطن باعتبار تنوع المنتوج السياحي التونسي الذي يزخر بمقومات السياحة الشاطئية والثقافية والبيئية والصحراوية والإستشفائية...

كما مثل صالون السفر فرصة لتقديم خدمات سياحية تتماشى مع قدرة المواطن الشرائية من خلال عرض تسهيلات للحجز بأسعار مدروسة ..ويأتي هذا الصاون ايضا في اطار دعم السياحة عامة والداخلية خاصة واستعدادا للموسم السياحي 2026 وهو أيضا ضمن توجهات وأهداف وزارة السياحة وكل المهنيين في قطاع السياحة .

وفي هذا الاطار وسعيا لإنفتاح الصالون ف دوراته القادمة ومن أجل دعم تنمية السياحة وتشجيع الحركة السياحية في تونس لا بد من التأكيد على تعزيز التعاون المهني المشترك والإستثمار والترويج السياحي باعتبار دور السياحة في الحراك الإقتصادي .

تنظيم تظاهرة ثقافية تحتفي بالذاكرة الأندلسية والفن والإنتماء بمدينة زغوان يوم 16 ماي 2026 من خلال برنامج يجمع بين الفنون والورشات والعروض

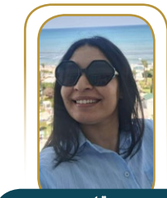


افتتاح الملتقى الوطني حول السياحة الساحلية المستدامة في الفضاء المتوسطي 12 ماي 2026 من أجل دعم التوجهات الوطنية الرامية الى تعزيز الاقتصاد الدائري وحماية الشريط الساحلي



المهدية..

سيمفونية التاريخ والجمال برؤية معمارية



بقلم:
المهندسة غفران بنحامد

لا يمكن لزائر «المهدية» أن يمر بها دون أن تأخره تفاصيلها المعمارية وسحر طبيعتها. هذه المدينة التي اختارها الفاطميون عاصمة لهم في القرن العاشر، لم تكن مجرد حصن منيع، بل كانت ولا تزال تحفة فنية تطفو فوق شبه جزيرة يحيط بها البحر من ثلاث جهات، وكأنها مركب رسا على شواطئ الساحل التونسي ليحكي قصص الحضارات.





التخطيط الذي هندسه التاريخ من منظور هندسي، تتميز المهدية

بتخطيطها الفريد الذي يراعي طوبوغرافيا الأرض المحاطة بالبحر. «السقيفة الكحلة» (باب الزويلة) ليست مجرد مدخل للمدينة العتيقة، بل هي ممر زمني ينقلنا من صخب الحياة الحديثة إلى هدوء الأزقة المرصوفة بالحجارة، حيث يمتزج عبق الياسمين برائحة اليود. هذا الممر المحصن بطول 50 متراً يجسد قوة العمارة العسكرية الفاطمية التي صمدت أمام تحديات الزمن.

تناغم الألوان: الفيروزي والأبيض

ما يلفت النظر في الصور الملتقطة لشواطئ المهدية هو ذلك التدرج اللوني المذهل. فالفنادق والمنتجعات هنا (كما يظهر في الصور) صُممت لتكون امتداداً للطبيعة؛ حيث توفر إطلالات بانورامية تربط السائح بالبحر مباشرة. حمامات السباحة الشاسعة التي تعكس زرقة السماء، والمساحات الخضراء التي تكسو المنتجعات، تخلق توازناً بصرياً يمنح النفس راحة لا توصف.

سحر «القراعية» والميناء القديم

بالتجول في المدينة، تبرز «مقبرة القراعية» المطلة على البحر كواحدة من أجمل الأمكنة وأكثرها شاعرية، حيث تلتقي الصخور بالبحر في مشهد مهيب. أما الميناء القديم، فهو قلب المدينة النابض، حيث ترسو قوارب الصيد التقليدية بألوانها الزاهية، لتذكرنا بأن المهدية مدينة تعيش من البحر وبالبحر.

دعوة للاكتشاف

إن المهدية اليوم ليست مجرد وجهة للسياحة الشاطئية، بل هي متحف مفتوح. إنها تدعو المهندسين، والمؤرخين، وعشاق الجمال لاستكشاف تفاصيل «الجامع الكبير» بعمارته الفريدة التي خلت من المآذن في بداياتها، والتمتع بصناعة الحرير التقليدية التي أبدعت فيها أنامل نساء المدينة.

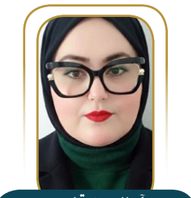
المهدية هي تلك المدينة التي تبتسم لك في كل زاوية، وتعدك بأن العودة إليها ليست مجرد خيار، بل هي حنين لا ينطفئ.



المهدية اليوم ليست مجرد وجهة للسياحة الشاطئية، بل هي متحف مفتوح. إنها تدعو المهندسين، والمؤرخين، وعشاق الجمال لاستكشاف تفاصيل «الجامع الكبير» بعمارته الفريدة التي خلت من المآذن في بداياتها، والتمتع بصناعة الحرير التقليدية التي أبدعت فيها أنامل نساء المدينة

برج القسطيل بجربة..

معلم أثري هام مهدد بالاندثار!



أمال بن قايد -
من جزيرة جربة «تونس»

رحلة البحث عن تاريخ الجزيرة بين البر والبحر قادتنا إلى حصن أو بالأحرى إلى برج عسكري دفاعي موجود على الأطراف الجنوبية للجزيرة.

على ساحل البحر غير بعيد عن اليابسة يوجد شاهد على التاريخ ظل صامدا أمام العوامل الطبيعية إلى أن تعبت جدرانه و تداعت للسقوط بعد صراع مع الزمن.. أجمل الأماكن بالجزيرة تاريخا وشاهدا على الزمن..

مكان نالت منه السنون ما نالت فغدا صامدا رغم عوامل الطبيعة.. مكان لم تلوثه أيادي العمران.. تحس وأنت بجواره كأنك في محمية أو في طبيعة بكر بعيدة عن التلوث..



لمن لا يعرف برج القسطيل هو عبارة عن حصن عسكري قديم كان يحمي الجزيرة من العدوان الخارجي يقع في منطقة رأس القسطيل في جزيرة جربة التونسية.

وللتذكير فان برج القسطيل أو «القشتيل» بالعامية و هي كلمة محرفة من الاسبانية Castello.. يقع في الجهة الجنوبية الشرقية للجزيرة وبالتحديد شرقي القنطرة حيث يمكن رؤيته منها.. أي انه موجود على يسار القنطرة في اتجاه مدينة جرجيس..

يعود تاريخ بناء هذا المعلم إلى فترة سيطرة مملكة صقلية على الجزيرة في القرن الثالث عشر الميلادي. تم ترميم هذا الحصن سابقا في القرن السادس عشر الميلادي بأمر من أمير البحر العثماني درغوث رئيس.

و في العام 2023 تم إدراج الموقع في قائمة اليونسكو للتراث العالمي كجزء من جزيرة جربة كشاهد على نمط إعمار في مجال ترابي جزيري.

أما عن تاريخ البرج فان المصادر تكاد تكون شحيحة حوله لكن وجد له أثرا في كتاب «تاريخ جربة وعلمائها» للشيخ سالم بن يعقوب. حيث يذكر في الصفحة 29 أن برج القسطيل موجود فوق حاجز رملي يفصل بين البحر والسبخة حيث تحيط به من الغرب والشمال سبخة بها أودية وتنبت فيها الحماضة.

وقد شيده الأميرال الاسباني «روجي دي لوريا» سنة 668 هجري الموافق ل1269ميلادي و لا يوجد اي طريق تؤدي إليه عبر البر سوى السبخة .

وهو حصن مربع الشكل ومتين البناء يصل عرض أساساته إلى المترين وطول ضلع أسواره يصل إلى 40 مترالحصن به بيوت صغيرة وفسقية و يقع بابه الرئيسي في الجهة الجنوبية و يفتح مباشرة على البحر..

أسواره بدأت تتهدم خاصة من الجهة الشرقية والجنوبية.. البرج

البرج لا يزال يصارع الزمن والتاريخ و الإنسان وربما سيكون الإنسان هو المسؤول عن اندثار هذا الحصن نتيجة لإهماله له كمعلم اثري قديم

لا يزال يصارع الزمن والتاريخ و الإنسان وربما سيكون الإنسان هو المسؤول عن اندثار هذا الحصن نتيجة لإهماله له كمعلم اثري قديم..

إذ لم يجد لليوم من يحميه من الزمن رغم العديد من صيحات الفزع والدعوات العاجلة التي أطلقت للتدخل لإنقاذ ما يمكن إنقاذه من تاريخ جربة المنسي أو المتناسي.

دعوة عاجلة للجهات المختصة للتدخل العاجل برج القسطيل أو البرج المنسي بمنطقة بين الوديان تاريخ يندثر في صمت رغم النداءات فهل من مجيب؟



هو عبارة عن حصن عسكري قديم كان يحمي الجزيرة من العدوان الخارجي يقع في منطقة رأس القسطيل في جزيرة جربة التونسية.

برج القسطيل أو «القشتيل» بالعامية و هي كلمة محرفة من الاسبانية Castello.. يقع في الجهة الجنوبية الشرقية للجزيرة وبالتحديد شرقي القنطرة حيث يمكن رؤيته منها.. أي انه موجود على يسار القنطرة في اتجاه مدينة جرجيس..



عشر سنوات من الإعلام السياحي المغاربي..

من تونس كانت الانطلاقة

(2016-2026)

عَقدٌ من البناء..

البعد المغاربي في ميزان الإعلام السياحي



محمد صالح بنحامد
رئيس الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي



بمناسبة الذكرى العاشرة لتأسيس الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي «2016-2026»، نخصص ملف هذا العدد لاستقراء البعد المغاربي في أنشطة الإعلام السياحي. فمنذ اللحظة التي انطلقت فيها هذه المبادرة من مدينة تطاوين التونسية، بجهود مخلصة من مركز تونس للإعلام السياحي بالتنسيق والتشاور مع عدد من الهياكل المغاربية «الجمعية الجزائرية للإعلام السياحي والثقافي، مؤسسة ليبيا للإعلام السياحي والتراث، المنتدى المغربي للإعلام السياحي...»، ونحن نضع نصب أعيننا خلق كيان إقليمي يجسد التكامل والوحدة في الخطاب الإعلامي السياحي.

ورغم عديد التحديات التي اعترضت ولادة هذا الهيكل المغاربي الفتي «من اضطراب أمني، عدم استقرار سياسي...»، فقد استطاع الاتحاد خلال عقد من الزمن أن يثبت أقدامه كمنصة تجمع الخبرات والكوادر، محولاً الرؤية المغاربية إلى واقع ملموس عابر للحدود. إن احتفاءنا اليوم بهذه العشرية هو وقفة لتقييم المنجز واستشراف المستقبل، مؤكدين التزامنا بأن يظل البعد المغاربي هو النواة الصلبة التي ننطلق منها نحو تعزيز السياحة العربية البينية، وتقديم صورة تليق بعراقة وتاريخ منطقتنا أمام العالم.



إعداد:
د. إيمـــان بنحـــامد «تونس»
د. إشراق قاسم خليل «العراق»
الإعلامية وردية عابد «الجزائر»



بمناسبة الذكرى العاشرة لتأسيس الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي، الذي انطلقت نواته الأولى من تونس في مارس 2016، نعد هذا التحقيق الصحفي الذي يسلط الضوء على هذه المسيرة، مستندين إلى الوثائق التأسيسية لمركز تونس للإعلام السياحي والأهداف الكبرى التي رسمها منذ انطلاقه.

عشر سنوات من الإعلام السياحي المغاربي : من تونس كانت الانطلاقة (2016-2026)













تونس.. مهد العمل الجمعياتي والإعلامي السياحي





تعتبر تجربة *مركز تونس للإعلام السياحي* حجر الزاوية في بناء هذا الصرح المغاربي. فالمركز هو هيكل مستقل ينشط ضمن مكونات المجتمع المدني في تونس، وقد تأسس قانونياً في عام 2012، حيث صدر قرار تأسيسه في «الرائد الرسمي للجمهورية التونسية» بتاريخ 27 ديسمبر 2012 .

ومنذ ذلك الحين، وضع المركز نصب عينيه أهدافاً استراتيجية لم تقتصر على النطاق المحلي، بل امتدت لتشمل البعد العربي والمغاربي.

أهداف مركز تونس للإعلام السياحي: رؤية شاملة

تستند أهمية المركز والاتحاد الذي انبثق عنه إلى مجموعة من الأهداف التي تم استقاؤها من وثائقه الرسمية، ومن أبرزها:

* تعزيز الدور التوعوي والتثقيفي للإعلام السياحي وإبراز الوجه الحضاري المتميز لتونس عبر العصور .
* المساندة الإعلامية للأجهزة الحكومية والقطاع الخاص العامل في المجال السياحي للقيام بواجباتهم على أكمل وجه .
* تحفيز دوافع الإقبال على السياحة المحلية والبيئية والثقافية*، مع دعم التوجه الإيجابي في التعامل مع السياح من مختلف الجنسيات .
* التعريف بالفرص الاستثمارية والوظيفية المتاحة في صناعة السياحة التونسية، وتشجيع الشباب على الاستفادة منها.
* تنمية الوعي العام بأساليب التعامل الأمثل مع عناصر البيئة الطبيعية.
* دعم قنوات الاتصال الثقافي بين التونسيين ومواطني الدول العربية والوافدين من خارج تونس.
* نقل وتبادل الخبرات والتجارب والتوأمة بين المدن في الدول العربية والدولية تراثياً وحضارياً وسياحياً وثقافياً .



من تونس إلى الوحدة المغاربية: ميلاد الاتحاد

تجسدت الطموحات المغاربية خلال فعاليات الملتقى المغاربي الأول للإعلام السياحي الذي احتضنته تونس من 15 إلى 20 مارس 2016، وقد شهد هذا الملتقى الإعلان عن لجنة تحضيرية للاتحاد المغاربي للإعلام السياحي، بهدف توحيد جهود الجمعيات الإعلامية والسياحية في دول المغرب العربي (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب، وموريتانيا).



أهمية الاتحاد والنتائج المحققة

تكمن أهمية هذا الاتحاد في قدرته على:

1. خلق رؤية سياحية مغاربية متكاملة: من خلال استثمار التنوع الجغرافي والمواقع التاريخية في المنطقة لتقديم منتج سياحي مغاربي موحد.
2. تفعيل دور المجتمع المدني: حيث أكدت الوثائق على ضرورة مشاركة المكونات الأهلية في وضع الاستراتيجيات السياحية والمساهمة في التنمية الشاملة.
3. التوصيات العملية: ركز الملتقى الأول على ضرورة اعتماد اللغة العربية في الإشهار والتعريف بالمناطق السياحية، وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي للترويج للكنوز التراثية التي تزخر بها المنطقة المغاربية.

لقد أثبتت السنوات العشر الماضية (2016-2026) أن العمل المشترك تحت مظلة «الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي»، وبدفع من الخبرات التونسية المؤسسة، قد ساهم في تعزيز السياحة الثقافية والبيئية وفتح آفاق جديدة للتواصل بين الشعوب المغاربية، مؤكداً أن الإعلام السياحي ليس مجرد ترويج، بل هو أداة للتنمية والوحدة الحضارية.





تونس.. مهد العمل الجمعياتي والإعلامي السياحي



نتج عن الملتقى المغاربي الأول للإعلام السياحي، الذي انتظم في تونس في مارس 2016، مجموعة من المخرجات الاستراتيجية والتوصيات العملية الرامية إلى توحيد الجهود الإعلامية لتنشيط السياحة في منطقة المغرب العربي، وتتمثل أهم هذه المخرجات في:

* تأسيس "الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي":

تم الإعلان عن ميلاد هذا الهيكل كمنظمة مغاربية غير حكومية تعنى بالإعلام السياحي، وتضم الجمعيات الناشطة في مجالات السياحة والثقافة والإعلام والتنمية في الدول المغاربية الخمس (تونس، ليبيا، الجزائر، المغرب، وموريتانيا).

* تكوين لجنة تحضيرية:

تم تشكيل لجنة للعمل على إرساء هذا الاتحاد وتحديد قوانينه المنظمة، برئاسة التونسي محمد صالح بنحامد وعضوية ممثلين من دول المغرب العربي، مع تكليف خبيرة في العلاقات الدولية ومستشار قانوني للمساعدة في صياغة الجوانب القانونية للاتحاد .

* اعتماد اللغة العربية في الترويج:

شددت توصيات الملتقى على ضرورة اعتماد اللغة العربية في الإشهار والتعريف بالمنتج السياحي المغاربي، خاصة عند التوجه للجمهور في العالم العربي والإسلامي .

* التوجه نحو الإعلام الرقمي:

أوصى الملتقى بضرورة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية العالمية للتعريف بالكنوز التراثية والمعالم السياحية التي تزخر بها المنطقة المغاربية.

* تفعيل السياحة الثقافية والبيئية:

ركزت نقاشات الملتقى على أهمية دور الإعلام في تنشيط السياحة الثقافية، مع عرض نماذج لمسالك سياحية متخصصة في الجنوب التونسي مثل "مسلك ذاكرة الأرض" (متحف الديناصورات) و"مسلك القصور التاريخية".

* إقرار دورية الملتقى:

تم الاتفاق على استمرارية هذه اللقاءات، مع الإعلان عن احتضان الجزائر للدورة الثانية للملتقى لمتابعة تنفيذ النتائج.

تنبثق هذه المخرجات من الرؤية الأوسع التي وضعها مركز تونس للإعلام السياحي منذ تأسيسه في أواخر عام 2012 كجمعية مستقلة، حيث يهدف المركز إلى تعزيز الدور التثقيفي للإعلام السياحي ودعم قنوات الاتصال الثقافي بين التونسيين ومواطني الدول العربية.





كيف ساهم مركز تونس في دعم الاستثمار والتوظيف السياحي؟

ساهم مركز تونس للإعلام السياحي بشكل مباشر وفعال في دعم قطاعي الاستثمار والتوظيف السياحي من خلال مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي وضعها ضمن ميثاقه التأسيسي، وتتمثل هذه المساهمات في النقاط التالية:

التعريف بالفرص الاستثمارية:

عمل المركز على تسليط الضوء على الفرص الاستثمارية المتاحة في مختلف مجالات صناعة السياحة التونسية، مع التركيز على تحفيز المستثمرين نحو التنمية في هذا المجال.

تشجيع التوظيف الشبابي:

وضع المركز ضمن أولوياته التعريف بالفرص الوظيفية المتوفرة في القطاع السياحي، ووجه جهوداً خاصة لتشجيع الشباب التونسي على الانخراط في هذه المهن والاستفادة منها لتطوير مساراتهم المهنية.

إسناد القطاعين العام والخاص:

التزم المركز بتقديم المساندة الإعلامية للأجهزة الحكومية والقطاع الخاص العامل في المجال السياحي، مما يساعد هذه الجهات على القيام بمهامها في تطوير المشاريع السياحية على أكمل وجه.

خلق مجالات استثمارية جديدة:

من خلال الترويج لأنماط سياحية بديلة مثل السياحة البيئية والثقافية (مثل مسلك الديناصورات ومسلك القصور التاريخية)، ساهم المركز في فتح آفاق جديدة للاستثمار في المناطق الداخلية والجنوب التونسي، مما يخلق فرص عمل وتنمية شاملة في تلك المناطق.

تعزيز الشراكة:

سعى المركز إلى تكريس مبدأ الشراكة بين الهيئات السياحية ومختلف قطاعات المجتمع المدني ذات العلاقة بصناعة السياحة، مما يوفر بيئة تعاونية تدعم نمو الاستثمارات واستقرار الوظائف.

باختصار، عمل المركز كحلقة وصل إعلامية وتوعوية تهدف إلى ربط الكفاءات الشبابية بالوظائف المتاحة، وتوجيه رؤوس الأموال نحو المشاريع السياحية الواعدة في تونس.

كيف يساهم المركز في تشجيع الشباب على العمل السياحي؟



يساهم مركز تونس للإعلام السياحي في تشجيع الشباب على الانخراط في القطاع السياحي من خلال عدة آليات استراتيجية حددها في ميثاقه التأسيسي وأهدافه المعلنة، وهي كالآتي:

التعريف بالفرص الوظيفية:

يضع المركز ضمن أهدافه الرئيسية *التعريف بالفرص الوظيفية المتاحة في صناعة السياحة التونسية، ويعمل بشكل مباشر على تحفيز وتشجيع الشباب التونسي للإفادة من هذه الفرص والعمل في هذا القطاع الحيوي.

إبراز الفرص الاستثمارية:

لا يكتفي المركز بالجانب التوظيفي فقط، بل يعمل على التعريف بالفرص الاستثمارية المتاحة في مجالات صناعة السياحة المختلفة، مما يفتح آفاقاً أمام الشباب الراغب في ريادة الأعمال السياحية.





التوعية والتثقيف الإعلامي:

يسعى المركز إلى تغيير النظرة التقليدية للعمل السياحي من خلال تعزيز الدور التوعوي والتثقيفي للإعلام السياحي، وإبراز الوجه الحضاري المتميز لتونس، مما يجعل القطاع بيئة جاذبة للكفاءات الشابة.

فتح آفاق السياحة البديلة:

من خلال الترويج لأنماط جديدة مثل السياحة البيئية والثقافية ومسالك سياحية مبتكرة كمسلك "ذاكرة الأرض" (الديناصورات) والقصور التاريخية، يساهم المركز في خلق فرص عمل جديدة وغير تقليدية للشباب في المناطق الداخلية والجنوب .

التدريب والاندماج في الفضاء المغاربي:

عبر تأسيس الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي، يساهم المركز في توفير بيئة لتبادل الخبرات والتجارب بين الشباب في دول المغرب العربي، مما يرفع من كفاءتهم المهنية ويوسع آفاق عملهم لتشمل المستوى الإقليمي.

توظيف التكنولوجيا الحديثة:

يدعو المركز إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية في الترويج السياحي، وهو مجال يبرع فيه الشباب، مما يتيح لهم فرصاً للعمل في الإعلام السياحي الرقمي والتسويق الحديث للمنتجات التراثية.














الإعلام السياحي المغاربي..
رافعة أساسية لتثمين موروثنا الثقافي المشترك



تطاوين – التقرير الصحفي

في إطار فعاليات الملتقى المغاربي الأول للإعلام السياحي، احتضنت ولاية تطاوين التونسية (الحدودية مع الجزائر غربا، ومع ليبيا شرقا) ندوة سياحية فكرية بارزة شكّلت النواة الصلبة لأشغال الملتقى، وجاءت تحت عنوان استراتيجي: "أي دور للإعلام السياحي المغاربي في النهوض بالسياحة الثقافية؟".

جمعت الندوة نخبة من الأكاديميين، الخبراء، والإعلاميين من مختلف دول المغرب العربي، والذين التقوا لتشخيص واقع القطاع وبحث آليات تحويل الموروث الثقافي والتاريخي الضخم للمنطقة إلى منتج سياحي جاذب عبر عدسة الإعلام المتخصص.

الهوية الثقافية كميزة تنافسية للسياحة المغاربية

افتُتحت الندوة بطرح إشكالي حول ضرورة تنويع المنتج السياحي المغاربي، والقطع مع حصر الترويج في السياحة الشاطئية الموسمية. وأجمع المتدخلون على أن ولاية تطاوين، بما تحمله من مخزون تراثي فريد متمثل في القصور الصحراوية، والقرى الجبلية، والعادات والتقاليد العريقة، تمثل النموذج الحي لما يجب أن تكون عليه "السياحة الثقافية البديلة" في المنطقة المغاربية.

وقد تم التأكيد خلال المداخلات على أن المنطقة المغاربية تمتلك عمقاً تاريخياً وحضارياً مشتركاً يمنحها ميزة تنافسية عالمية، إلا أن هذا المخزون يظل في حاجة ماسة إلى "صناعة إعلامية ذكية" تخرجه من النطاق المحلي إلى العالمية.

محاور النقاش: من التوصيف إلى صناعة المحتوى

شهدت الندوة نقاشات معمقة توزعت على عدة محاور أساسية، أبرزها:

* صناعة الصورة الذهنية: كيف يمكن لوسائل الإعلام المغاربية إعادة صياغة الرواية السياحية للمنطقة والتركيز على المخزون اللامادي (الموسيقى، الصناعات التقليدية، المطبخ المغاربي، والمهرجانات).
* التكامل الاقتصادي السياحي: بحث سبل خلق مسالك سياحية ثقافية مغاربية موحدة (على سبيل المثال: مسار القصور والواحات العابر للحدود)، والترويج لها كحزمة واحدة.
* التحدي الرقمي: دعا المشاركون إلى ضرورة مواكبة الإعلام السياحي للثورة الرقمية، والانتقال من المقالات الكلاسيكية إلى صناعة المحتوى البصري والتفاعلي الجاذب للشباب والمستكشفين.

الإعلام السياحي.. من ناقل للخبر إلى شريك في التنمية

في تعقيبهم على الإشكالية المركزية للندوة، أكد الخبراء أن دور الصحفي السياحي لم يعد مقتصرًا على نقل الأخبار أو تغطية المواسم، بل أصبح شريكاً استراتيجياً في التنمية المستدامة. فالإعلام السياحي الواعي هو الذي يسلط الضوء على السياحة التضامنية والبيئية والثقافية، مما يسهم في خلق فرص عمل لمتساكني المناطق الداخلية (مثل تطاوين) ويحافظ على هويتهم التراثية من الاندثار.

مخرجات الندوة: لبنة نحو أفق 2026

لم تقف الندوة عند حدود التشخيص، بل توجت بصياغة مقترحات عملية تبنتها اللجنة التحضيرية للاتحاد المغاربي للإعلام السياحي المنبثقة عن الملتقى، ومن أبرزها:

* تأسيس شبكة تبادل إعلامي سياحي مغاربي لتبادل المواد الصحفية والوثائقية بين الدول الأعضاء.
* إطلاق برامج تدريبية متخصصة للإعلاميين الشباب في مجال "صحافة السياحة الثقافية والأثرية".
* تشجيع إنتاج تحقيقات وريبورتاجات مشتركة تبرز وحدة التاريخ والجغرافيا والموروث في الفضاء المغاربي.

خلاصـــة:

رسمت ندوة تطاوين خارطة طريق واضحة لمعالم العشرية القادمة من العمل المشترك (2016-2026)، مكرسةً قناعة راسخة: لا نهوض حقيقي بالسياحة الثقافية المغاربية دون إعلام متخصص، محترف، ومؤمن بوحدة المصير الثقافي والاقتصادي للمنطقة.







عشر سنوات من الإشعاع

الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي..

من «تطـــــاوين» إلى ريـــــادة المشـــــهد العـربي



تحقيق: د. إشراق قاسم خليل *
خبيرة في العلاقات الدولية





يحتفل الإعلام السياحي في المنطقة المغاربية هذا العام (2026) بالذكرى العاشرة لولادة كيان استراتيجي نجح في مد جسور التواصل بين ضفتي السياحة والإعلام. إنه «الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي»، الذي لم يكن مجرد فكرة عابرة، بل نتاج رؤية تبلورت في قلب الصحراء التونسية لتمتد إلى كامل جغرافيا المغرب العربي.

البداية.. من عبق التاريخ في تطاوين

تعود جذور الحكاية إلى مارس من عام 2016، وتحديداً على هامش الدورة الـ37 للمهرجان الدولي للقصور الصحراوية بتطاوين. هناك، وفي أجواء مفعمة بالأصالة، اجتمع خبراء وإعلاميون من تونس، المغرب، الجزائر، ليبيا، وموريتانيا، ليعلنوا عن بعث لجنة تحضيرية تهدف إلى تأسيس أول اتحاد إقليمي يعنى بالإعلام السياحي.

«لقد ولدت الفكرة في تونس، لكن طموحها كان مغاربياً خالصاً، يهدف إلى تثمين الموروث الحضاري والبيئي لدولنا.»

أهداف استراتيجية وتطلعات وحدوية

لم يكن الهدف من تأسيس الاتحاد بروتوكولياً، بل تركزت رؤيته حول عدة نقاط جوهرية:

تعزيز الدور التوعوي:
الرفع من ثقافة السائح والتعريف بالوجهات المنسية.

*** المساندة الإعلامية:**
دعم الأجهزة الحكومية والقطاع الخاص في ترويج الصناعة السياحية.

*** تنشيط السياحة البينية:**
خلق مسارات سياحية مشتركة، مثل «قافلة الإعلام السياحي بالجنوب».

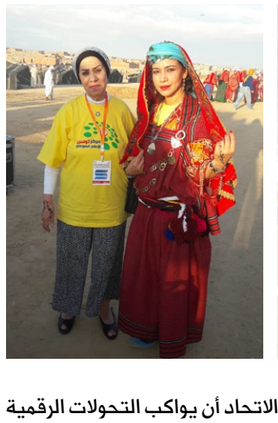
*** عشرية من العطاء (2016 - 2026)**
خلال العقد الماضي، نجح الاتحاد في تحويل التوصيات الأولى إلى واقع ملموس. فمنذ اعتماد «اللغة العربية» لغة أساسية للإشهار والتعريف بالمنتج السياحي المغاربي، وصولاً إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق الحديث، استطاع الاتحاد أن يواكب التحولات الرقمية العالمية.

التوثيق القانوني والاعتراف الدولي

استند هذا الكيان في نشأته إلى مرجعيات قانونية صلبة، حيث ارتبطت بداياته بنشاط «مركز تونس للإعلام السياحي» المسجل رسمياً في الرائد الرسمي للجمهورية التونسية منذ عام 2012. هذا الغطاء القانوني سمح للاتحاد بالتحرك بمرونة وعقد شراكات دولية وتوأمة بين المدن السياحية المغاربية ونظيراتها في العالم.















مديرة مكتب الامين العام للجامعة العربية الأسبق.
مستشارة الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي.



نحو آفاق جديدة

اليوم، وفي ذكراه العاشرة، يقف الاتحاد المغاربي للإعلام السياحي كشاهد على نجاح العمل المشترك. إن المسيرة التي بدأت بلقاءات تشاورية في تطاوين وتحت إشراف شخصيات إعلامية وحقوقية بارزة، أصبحت اليوم صرحاً يشار إليه بالبنان في المحافل السياحية الكبرى.



الإعلام السياحي..
جسر إستراتيجي بين المنتج المحلي والاقتصاد الوطني

• اعداد: فريق التحرير



في عصر أصبح فيه المحتوى الرقمي هو محور الإدراك وصناعة القرار، لم يعد دور الإعلام السياحي مجرد نافذة تطل على المعالم والأسواق، بل تحول إلى محرك حقيقي للتنمية ومكون أساسي في بناء اقتصاد وطني قوي. فالسياحة اليوم هي صناعة الصورة قبل أن تكون صناعة الخدمات (إبراهيم، 2017)، وهنا يأتي الدور المحوري للإعلام في تشكيل تلك الصورة وتوجيه رأس المال البشري والمادي نحو الوجهات الواعدة.

الأدوار الرئيسية للإعلام السياحي:

1. صناعة الوجهة وبناء السمعة: الإعلام السياحي المتخصص (المواقع، المدونات، القنوات الوثائقية، المؤثرون) هو «صانع المعجزات» للوجهات السياحية. فمن خلال السرد القصصي البصري الجذاب، يمكن تحويل قرية نائية إلى وجهة عالمية، مما يساهم بشكل مباشر في توزيع الثروة جغرافياً وتخفيف الضغط على المدن الكبرى (السلطني، 2021، ص 78).

2. تحفيز الطلب ورفع معدلات الإنفاق: لا يقتصر دور الإعلام على تعريف السائح بالمكان، بل يتعداه إلى تهيئته نفسياً لاستهلاك تجارب أعمق. فالتغطية الإعلامية للفعاليات الثقافية والمهرجانات والمطاعم المحلية تشجع السائح على إطالة مدة إقامته وزيادة إنفاقه اليومي، وهو ما ينعكس إيجاباً على الناتج المحلي الإجمالي (رضا، 2017، ص 228).

3. دعم ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة: من خلال تسليط الضوء على الحرف اليدوية، المنتجات المحلية، وبيوت الضيافة الصغيرة، يمنح الإعلام السياحي فرصة للاقتصاد الموازي للنمو. قصص النجاح التي يرويها الإعلام تلهم المستثمرين المحليين وتجذب رؤوس الأموال الصغيرة لإنشاء مشاريع سياحية مبتكرة (خضير وخضير، 2025، ص 336).

4. إدارة الأزمات واستعادة الثقة: أثبتت جائحة كورونا والكوارث الطبيعية أن الإعلام السياحي الشفاف والمسؤول هو شريك أساسي في إعادة الإعمار المعنوي للقطاع. فالإعلام الناجح لا يخفي المشاكل بل يديرها، ويعيد بناء الثقة عبر تقديم إجراءات السلامة وتحديث صورة الوجهة بعد الأزمات (عيساوة، 2019، ص 8).

5. الذكاء التسويقي وجمع البيانات: المواقع والمجلات الرقمية المتخصصة تزود صانعي القرار ببيانات حقيقية حول اهتمامات السياح وسلوكهم، مما يساعد على توجيه الاستثمارات نحو ما هو مطلوب فعلًا، بدلاً من التخمين، وبالتالي تقليل الهدر الاقتصادي (تريكي، 2022، ص 2).

الإعلام السياحي المتخصص هو «صانع المعجزات» للوجهات السياحية. فمن خلال السرد القصصي البصري الجذاب، يمكن تحويل قرية نائية إلى وجهة عالمية

الخلاصة:

إن بناء اقتصاد وطني قوي عبر السياحة لم يعد ممكناً دون استراتيجية إعلام سياحي متكاملة. تدعو المنظمات الدولية، مثل منظمة السياحة العالمية، إلى إدراك أن للإعلام دوراً حيوياً في الترويج للسياحة من أجل التنمية الاقتصادية (UNWTO, 2007). كما أظهرت تقارير حديثة أن التقارب الثقافي بين المحتوى المرئي والوجهات السياحية يمكن أن يحدث طفرة في الطلب (UNWTO & Netflix, 2021). لذا، ندعو الحكومات والهيئات السياحية إلى الاستثمار في الإعلام كمشروع قومي، حيث يتحول السائح من مجرد زائر إلى سفير للإعلام السياحي نفسه.

قائمة المراجع المعتمدة:

إبراهيم، إسماعيل. (2017). الإعلام السياحي: الأسس والمبادئ. Majmūʿat al-Nīl al-ʿArabīyah.

السلطني، ناصر محمد سليمان سعد. (2021). الإعلام السياحي ودوره في دعم الاقتصاد الوطني: السياحة الطبيعية والأثرية – أنموذج الفعل السياحي. مجلة التراث والتصميم، المجلد 1، العدد 1، الصفحات 76-99.

رضا، أماني. (2017). الإعلام والسياحة (228 صفحة). Kezana LLC.

خضير، عقبة؛ وخضير، ليلى. (2025). الإعلام السياحي ودوره في التنمية الاقتصادية. مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 9، العدد 2، الصفحات 335-349.

تريكي، العربي. (2022). دور الإعلام السياحي في دعم التنمية السياحية المستدامة. مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 7، العدد 2. جامعة الوادي.

عيساوة، نبيلة. (2019). دور الإعلام السياحي في تحقيق التنمية السياحية بالجزائر. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 11، العدد 1، الصفحات 8-10.



بناء اقتصاد وطني قوي عبر السياحة لم يعد ممكناً دون استراتيجية إعلام سياحي متكاملة. تدعو المنظمات الدولية، مثل منظمة السياحة العالمية، إلى إدراك أن للإعلام دوراً حيوياً في الترويج للسياحة من أجل التنمية الاقتصادية

صحفي سوري يوثّق في رحلته الاستكشافية إلى تونس..عبق التاريخ وجمال الطبيعة



الإعلام السياحي- خاص:

وثّق الصحافي السوري صالح الحيلاوي رحلته الاستكشافية إلى تونس مؤخرا مع كروب سوري مؤلف من 15شخصاوثّق بالصور رحتله إلى تونس،بدءا من منطقة ياسمين الحمامات ،درة السياحة الساحلية ،التي تتميز بشوارعها النظيفة وشواطئها الرملية الذهبية،حيث تتميز مدينة ياسمين الحمامات ،التي بناها المهندس عبدالوهاب بن عياد عام 1990 بطراز معماري مستوحى من عدة حضارات إسلامية وأوروبية..

كما زار الصحفي السوري أسواق مدينة تونس القديمة،والتي تضم اكثر من 30 سوقا تاريخيا قديما مترابطا تحيط بجامع الزيتونة وصولا إلى مدينة سوسة (الحسن)، وختامها كانت رحلة سفينة القراصنة، والتي انطلقت من ميناء الحمامات، وهي من أشهر الأنشطة الترفيهية العائلية في تونس ،حيث تنطلق الرحلة عغمتن سفينة خشبية مصممة على طراز سفن القراصنة القديمة.. وخلال رحلته السياحية ، التي استمرت أسبوعا كاملاً، قدمت السيدة سونيا بن خليفة مكتب دبلوماسي دولي كل الدعم لنجاح رحلة الصحفي السوري والوفد المرافق له.


من مدينة سوسة









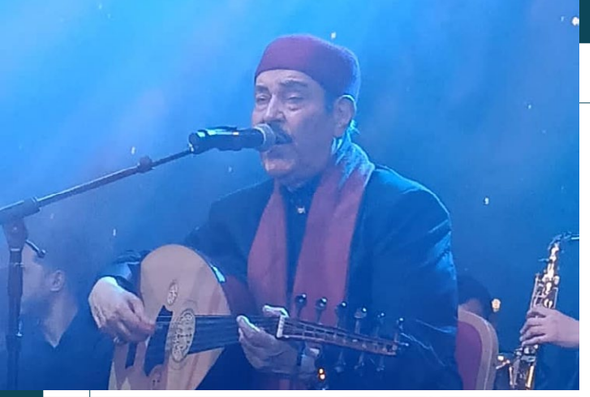




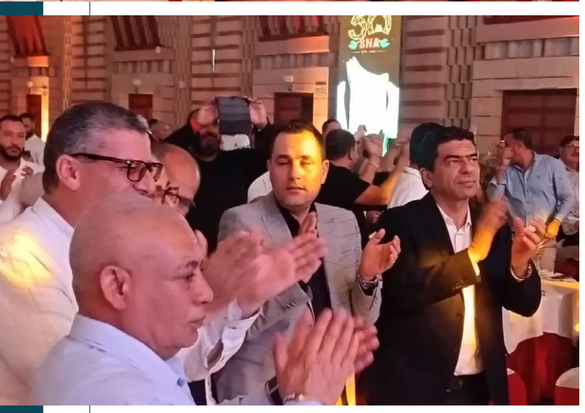




مؤسس مدينة ياسمين منطقة الحمامات عبد الذهاب بن عياد











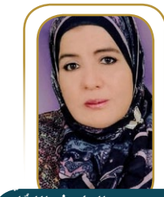
حفل فني للمطرب لطفي بوشناق

لبنـــــان..

هل يصنع التاريخ سياحته أم تصنع السياحة تاريخه؟

لا يمكن قراءة السياحة في لبنان كقصة خطية من الصعود إلى السقوط، بل كحركة دائرية بين الإمكان والواقع





ضحى عبد الرؤوف اللمّل
مكتب لبنان - من طرابلس

لبنان هو بحرٌ وجبلٌ وتاريخٌ وموسيقى وسهرٌ ومناطق تتجاور في مساحة تكاد تُقاس بالنظر لا بالخرائط. غير أن هذه الكثافة نفسها ليست مجرد ميزة، بل هي أيضاً عبء خفي. إذ يتحوّل لبنان من وجهة إلى تجربة مضغوطة، ومن مساحة إلى عرض. فهل السياحة في لبنان تعبير عن غنى حقيقي، أم عن محاولة مستمرة لتعويض ما هو أعمق؟

حين ننظر إلى البنية السياحية التاريخية، يتضح أن لبنان لم يكن يعتمد على عامل واحد، بل على تراكب عناصر متعددة من الزائر الغربي الباحث عن الشمس والآثار، والزائر العربي الباحث عن الإقامة والراحة، والزائر الإقليمي الذي يأتي بوصفه امتداداً اجتماعياً لا سائحاً.

هذا التعدد لم يكن يوماً مجرد تنوع في الأسواق، بل كان تشكّلًا لثلاثة أنماط زمنية مختلفة داخل البلد وهم زمن الزيارة السريعة، زمن الإقامة الطويلة، وزمن العبور اليومي. وبهذا المعنى، لم يكن لبنان يستقبل سياحاً فقط، بل يستقبل مختلف الأشكال والأجناس من الحيوات إن صح لي قول ذلك.

لكن هذه الإيقاعات لم تكن موزعة بالتساوي على الجغرافيا. فقد تركزت القوة السياحية في بيروت، لا لأنها الأجمل، بل لأنها الأكثر قدرة على تمثيل الجميع. كانت بيروت تختصر البحر والليل والتجارة والثقافة، فتتحول إلى مركز جذب يمتص الحركة من الأطراف. وهكذا، لم تتشكل سياحة وطنية متوازنة، بل سياحة مركزية، حيث تصبح المناطق الأخرى محطات عابرة تُزار في يوم وتُغادر في المساء.

إن هذا النموذج، على الرغم من فعاليته الاقتصادية، يحمل في داخله بذرة التفاوت، إذ يحوّل البلد إلى مدينة كبيرة بدل أن يكون شبكة أماكن مترابطة بالتساوي.

وإذا كان الساحل، نظرياً، أحد أهم موارد لبنان، فإن الواقع يكشف مفارقة قاسية لأن البحر حاضر جغرافياً، لكنه غائب سياحياً. لم يُستثمر كما ينبغي، ولم يتحول إلى تجربة طويلة الأمد كما في نماذج المتوسط الأخرى. والسبب ليس فقط تقنياً أو بيئياً، بل



اقتصادي أيضاً، إذ تم تفضيل السياحة ذات العائد السريع المرتبط بالنخبة، على حساب السياحة الجماهيرية التي تتطلب استثمارات أوسع ورؤية أطول. وهذا يُظهر لبنان كمن يختار الربح السريع على حساب الاستقرار البنيوي.

في المقابل، لعب الجبل دوراً معاكساً تماماً. لم يكن مجرد موقع طبيعي، بل أصبح بديلًا مناخياً لدول المنطقة. فالسائح العربي، القادم من بيئات حارة، لم يأتِ ليشاهد الجبل، بل ليعيش فيه. ومن هنا نشأت سياحة الإقامة الطويلة، حيث تتحول الشقق إلى بيوت مؤقتة، والمصايف إلى مجتمعات موسمية.وبهذا يتجاوز لبنان كونه وجهة، ليصبح امتداداً مؤقتاً لبلدان أخرى، وكأن الجغرافيا تعيد توزيع نفسها عبر المناخ.

ورغم ذلك هذا يحمل تناقضاً عميقاً، فهو يعتمد على فئة محدودة، ذات قدرة إنفاق عالية، لكنه يظل ضعيفاً أمام التغيرات. فالسائح الثري لا يرتبط بالمكان بقدر ما يرتبط بالخيار، وإذا ظهر بديل أرخص أو أكثر استقراراً، فإنه يتحول بسهولة.

وهكذا، يتحول التفوق إلى عبء، لأن الحفاظ عليه يتطلب شروطاً لا يملكها البلد دائماً، خصوصاً في بيئة إقليمية متقلبة.

ولعل أكثر ما يكشف هذا التناقض هو العلاقة بين السياحة والسياسة. في لبنان، لا تعمل السياحة كقطاع مستقل، بل كمرآة للوضع السياسي.

فكل حرب، كل توتر، كل إغلاق حدود، ينعكس مباشرة على الأرقام. وهذا يعني أن السياحة ليست مجرد نشاط اقتصادي، بل هي مؤشر حساس للاستقرار. بل يمكن القول إن السياحة في لبنان لا تنهار بسبب ضعفها، بل بسبب ارتباطها المفرط بما هو خارجها.

ومع ذلك، لا يمكن اختزال التجربة اللبنانية. فهناك بعد آخر أكثر تعقيداً وهو القدرة على الابتكار.

وحين تراجعت السياحة، لم يتوقف الاقتصاد، بل أعاد تشكيل نفسه. ظهر نموذج تصدير المفاهيم، حيث لم يعد لبنان ينتظر الزائر، بل صار يذهب إليه. المطاعم، المقاهي، أنماط السهر، وحتى الخدمات، تحولت إلى منتجات ثقافية تُصدَّر إلى الخارج. وبهذا ننتقل من سياحة المكان إلى سياحة الفكرة.

هذا التحول يكشف جانباً فريداً من لبنان الذي لا يملك فقط موارد طبيعية، بل يملك رأس مال ثقافي قابل للتكرار. فالمطبخ، والضيافة، والذوق، وأسلوب الحياة، كلها تتحول إلى علامات تجارية. وبهذا يصبح لبنان بلداً يُستهلك داخل حدوده وخارجها في آن واحد.

غير أن هذا النجاح الخارجي يطرح سؤالًا داخلياً مقلقاً، وهو لماذا ينجح النموذج اللبناني خارج لبنان أكثر مما ينجح داخله؟

حين ننظر إلى البنية السياحية التاريخية، يتضح أن لبنان لم يكن يعتمد على عامل واحد، بل على تراكب عناصر متعددة من الزائر الغربي الباحث عن الشمس والآثار، والزائر العربي الباحث عن الإقامة والراحة، والزائر الإقليمي الذي يأتي بوصفه امتداداً اجتماعياً لا سائحاً

فهل المشكلة في البيئة المحلية، أم في طبيعة النموذج نفسه؟

ربما يكمن الجواب في أن الاقتصاد اللبناني لم يُبنَ على الاستقرار، بل على الحركة. هو اقتصاد يتكيف، يهاجر، يعيد إنتاج نفسه في أماكن أخرى، لكنه يجد صعوبة في الترسخ داخل حدوده.

وفي قلب هذا كله، يبقى دور القطاع الخاص محورياً. فالسياحة في لبنان لم تكن مشروع دولة بقدر ما كانت مبادرة أفراد. هذا أعطاها مرونة وسرعة، لكنه حرمها من التخطيط الشامل.

وهكذا، نشأت بنية قوية في بعض النقاط، وضعيفة في نقاط أخرى، كأن البلد يتنفس برئة واحدة. إن غياب الرؤية الموحدة لا يمنع النجاح، لكنه يمنع الاستدامة. وإذا تأملنا التجربة اللبنانية ككل، نجد أنها ليست قصة نجاح أو فشل، بل قصة توتر دائم بين الإمكان والواقع.

إنّ لبنان قادر على أن يكون أكثر، لكنه لا يصل دائماً إلى هذا الأكثر. هو بلد يعيش في حالة قرب دائم من تحقيق ذاته، دون أن يبلغها بالكامل. وهذه الحالة، رغم ما تحمله من قلق، هي أيضاً مصدر حيويته.

ولا يمكن فهم السياحة في لبنان دون فهم طبيعته الأعمق، فهو بلد يعيش على الحافة، بين الاستقرار والاضطراب، بين الداخل والخارج، بين الجغرافيا والفكرة. وهذه الحافة، رغم خطورتها، هي التي تمنحه جاذبيته. فالسائح لا يأتي فقط ليرى لبنان، بل ليختبر هذا التوتر، هذا التداخل، هذه الكثافة.

لكن السؤال الذي يبقى مفتوحاً، وربما لا إجابة نهائية له، وهو هل يمكن للبنان أن يحوّل هذا التوتر إلى نموذج مستدام، أم أن سحره نفسه قائم على كونه غير قابل للاستقرار؟

وهل لبنان يصنع التاريخ سياحته... أم تصنع السياحة تاريخه؟

لم يكن لبنان يوماً مجرد وجهة سياحية، بل كان دائماً طريقاً قبل أن يكون مكاناً. منذ أن تشكّل كمعبر بين الشرق والغرب، صار يحمل في داخله ذاكرة العبور أكثر مما يحمل استقرار الإقامة. هذه الصفة، التي تبدو جغرافية في ظاهرها، تحولت مع الزمن إلى بنية سياحية كاملة وهو بلد لا يُزار فقط لأنه جميل، بل لأنه يقع في قلب حركة العالم. إذ لا يمكن فهم لماذا لم تبدأ السياحة في لبنان كصناعة، بل كامتداد طبيعي لوظيفته التاريخية كجسر حضاري.

في أواخر القرن الثامن عشر، حين بدأت النخب العثمانية تبحث عن ملاذات صيفية، لم تكن تختار الجبال اللبنانية صدفة. كانت تلك الجبال تمثل أول تحوّل في وظيفة المكان من فضاء سياسي–إداري إلى فضاء مناخي–اجتماعي.

لم يعد الجبل مجرد تضاريس، بل صار بديلًا مناخياً وامتداداً موسمياً للحياة ولهذا نشأت أول بذور السياحة ليس بوصفها استهلاكاً للمكان، بل بوصفها انتقالًا مؤقتاً لنمط العيش.

مع دخول الانتداب الفرنسي، لم تتغير البنية فقط، بل تغيرت لغة السياحة نفسها. لم يعد لبنان يخاطب محيطه العربي فحسب، بل بدأ يتوجه أيضاً إلى الغرب، مستفيداً من ازدواجية ثقافية نادرة. هذه الازدواجية — العربية في الجذور، والفرنكوفونية والأنغلوساكسونية في التعبير — لم تكن مجرد ميزة ثقافية، بل كانت أداة سياحية. فقد سمحت للزائر الغربي أن يشعر بالألفة داخل الغرابة، وللزائر العربي أن يجد نفسه في مكان مختلف دون أن يفقد لغته أو عاداته. وهكذا، تحوّل لبنان إلى فضاء وسيط، لا هو غريب بالكامل ولا هو مألوف بالكامل.

ومع تطور البنية التحتية في النصف الأول من القرن العشرين، بدأ لبنان ينعم بنماذج سياحية مثل الحمامات البحرية، الفنادق الحديثة، شبكات الطرق. لم تكن هذه النِعم ضعفاً، بل كان نوعاً من الترجمة السياحية، حيث تُنقل النماذج العالمية وتُعاد صياغتها محليًا. لكن هذا التبني حمل في داخله تناقضاً فقد أُنشئت البنية على أساس خارجي، بينما ظل الطلب مرتبطاً بخصوصيات إقليمية. وهنا بدأ التوتر بين النموذج المستورد والسوق الفعلي.

في خمسينيات وستينيات القرن العشرين، بلغ هذا التوتر ذروته في شكل ازدهار. لم يعد لبنان مجرد محطة، بل أصبح وجهة بحد ذاته. الفنادق الفاخرة، المهرجانات الدولية، البنية الترفيهية، كلها اجتمعت لتخلق صورة بلد حديث ومفتوح. في تلك اللحظة، لم يكن لبنان ينافس جيرانه فقط، بل كان يتفوق عليهم.

لم يكن ذلك نتيجة وفرة الموارد، بل نتيجة قدرة على تجميع عناصر متفرقة في تجربة واحدة اي سياحة تجمع بين البحر والجبل، بين الثقافة والترفيه، بين الشرق والغرب.

غير أن هذا الازدهار المكثف لم يكن متوازناً. فقد بقيت بيروت









مع تطور البنية التحتية في النصف الأول من القرن العشرين، بدأ لبنان ينعم بنماذج سياحية مثل الحمامات البحرية، الفنادق الحديثة، شبكات الطرق

مركز الثقل، بينما تحولت باقي المناطق إلى امتدادات. هذا التمركز لم يكن خطأ عرضياً، بل نتيجة طبيعية لنمو سريع لم يُخطط له بشكل شامل. ومع ذلك، استمر النمو، لأن الطلب كان قوياً، ولأن المنطقة المحيطة لم تكن تقدم بدائل مماثلة. وهكذا، بدا النمو وكأنه مستقر، بينما كان في الواقع يعتمد على شروط خارجية قابلة للتغير.

جاءت الحرب الأهلية لتكشف هذا التناقض بوضوح. لم تدمّر فقط البنية التحتية، بل أعادت تشكيل الجغرافيا السياحية بالكامل. تفكك المركز، وتحوّلت المساحات إلى مناطق مغلقة، وانقطعت حركة العبور التي كانت أساس السياحة. ومع ذلك، لم تختفِ السياحة تماماً، بل تغيّرت طبيعتها أي من سياحة دولية إلى حركة داخلية، من فنادق فاخرة إلى ملاذات مؤقتة، من تجربة مفتوحة إلى تجربة محاصرة. حتى في الحرب، ظل لبنان يتحرك، لكن داخل حدوده.

بعد عام 1990، لم يكن التحدي هو إعادة البناء فقط، بل إعادة تعريف السياحة نفسها. هل يعود لبنان إلى نموذج الستينيات، أم يبتكر نموذجاً جديداً؟ الواقع أظهر أن إعادة الإعمار كانت أسرع من إعادة التفكير. عادت الفنادق، وعادت المطاعم، وعادت الحملات الترويجية، لكن البنية العميقة لم تتغير كثيراً.

ظل القطاع الخاص يقود، وظلت الدولة تلحق، وظل التوزيع الجغرافي غير متوازن.

ومع ذلك، ظهرت تحولات جديدة. لم يعد لبنان يعتمد فقط على السياحة التقليدية، بل بدأ يتجه نحو أشكال أخرى مثل السياحة البيئية، السياحة الثقافية، السياحة الدينية. هذه المحاولات لم تكن مجرد تنويع، بل محاولة لإعادة توزيع النشاط خارج بيروت. لكنها بقيت محدودة التأثير، لأن المشكلة لم تكن في غياب الأفكار، بل في غياب الإطار الذي يجمعها.

في الوقت نفسه، بدأ نموذج آخر بالظهور وهو تصدير التجربة اللبنانية إلى الخارج. لم يعد لبنان ينتظر السياح، بل صار يصدّر مطاعمه، وأساليبه، وثقافته. هذا التحول لم يكن بديلاً عن السياحة، بل امتداداً لها في شكل جديد. فالسائح الذي لم يعد يأتي إلى لبنان، يمكن أن يختبر لبنان في بلده. وبهذا تتحول السياحة من حركة أشخاص إلى حركة أفكار.

لكن هذا النجاح الخارجي يعيد طرح السؤال الداخلي وهو لماذا يصبح لبنان أكثر استقراراً حين يغادر حدوده؟ هل المشكلة في البيئة المحلية، أم في طبيعة النموذج نفسه؟ ربما يكمن الجواب في أن لبنان لم يُبنَ يوماً على الثبات، بل على الحركة. هو بلد يتكيف، ينتشر، يعيد إنتاج نفسه، لكنه يجد صعوبة في الاستقرار ضمن نظام واحد.

لم يعد لبنان ينتظر السياح، بل صار يصدّر مطاعمه، وأساليبه، وثقافته. هذا التحول لم يكن بديلاً عن السياحة، بل امتداداً لها في شكل جديد. فالسائح الذي لم يعد يأتي إلى لبنان، يمكن أن يختبر لبنان في بلده. وبهذا تتحول السياحة من حركة أشخاص إلى حركة أفكار

لكن لا يمكن قراءة السياحة في لبنان كقصة خطية من الصعود إلى السقوط، بل كحركة دائرية بين الإمكان والواقع. كل ازدهار يحمل في داخله بذور تراجعه، وكل أزمة تفتح باباً لتحول جديد. وهذا ما يجعل لبنان حالة فريدة فهو بلد لا يتوقف عن إعادة اختراع نفسه، حتى في لحظات ضعفه. لكن إذا كان لبنان قد نجح عبر تاريخه في أن يكون دائماً أكثر من مكان — فكرة، تجربة، أسلوب حياة — فهل يمكنه يوماً أن يتحول إلى نظام مستقر يحمي هذه الفكرة، أم أن قوته نفسها تكمن في بقائه خارج كل استقرار؟

جبل نيبو في الأردن..

حين تتكلم الأرض باسم التاريخ



أدرجت الفاتيكان جبل نيبو ضمن أهم مواقع الحج المسيحي في الأردن، ليصبح مقصدًا عالميًا للحجاج، لا باعتباره موقعًا أثريًا فقط، بل بوصفه نقطة تماس بين الإيمان والتاريخ، بين الذاكرة والبحث عن المعنى





أحمد طالب الشوابكة

في الجهة الغربية الشمالية من مدينة مادبا وسط الأردن، حيث تنكسر الأرض نحو حفرة الانهدام الكبرى، لا يبدو جبل نيبو مجرد ارتفاع جغرافي، بل يبدو كأنه حارس قديم للزمن، يقف بثباته المهيب على تخوم التاريخ، كأنما خُلق ليشهد لا ليزول.

على ارتفاع يتجاوز الألف متر فوق سطح البحر، تنفتح من قمته واحدة من أوسع مسارح الرؤية في الشرق: نهر الأردن ينساب كجرحٍ أخضر في جسد الأرض، والأغوار تمتد كذاكرة خصبة لا تنتهي، والبحر الميت يلمع كصمتٍ كثيفٍ يخبئ أسرار القرون، فيما تنبسط في البعيد ملامح أرض فلسطين كأنها امتدادٌ مفتوح لذاكرة الأرض ونداء التاريخ.

هنا، لا تكون الرؤية فعلًا بصريًا فقط، بل اختبارًا للوعي.

فكل ما تراه العين يتحول إلى طبقة من الذاكرة، وكل ما يمر أمامك يبدو كأنه مرّ من قبل، أو سيعود مرة أخرى في شكل آخر.

جبل نيبو ليس صخرة في الجغرافيا، بل عقدة في السرد الإنساني القديم.

هنا، وفق الموروث الديني والتقليد التاريخي، وقف النبي موسى عليه السلام، يطل على أرض فلسطين بعد رحلة طويلة من التيه، ليصل إلى لحظة الاكتمال دون عبور. تلك اللحظة لم تكن نهاية رجل، بل بداية رمز. ومنذ ذلك اليوم، لم يعد الجبل مجرد مكان، بل صار فكرة تتناقلها الأديان والذاكرة والكتب.

عبر القرون، لم يكن نيبو صامتًا كما يبدو، بل كان يتراكم فوقه التاريخ طبقة بعد طبقة.

مرّت عليه حضارات كأنها ظلال عابرة: المؤابيون، الأنباط، البيزنطيون، ثم العصور الإسلامية، وكل حضارة تركت أثرًا خفيفًا أو نقشًا أو حجراً أو حكاية، حتى أصبح الجبل أشبه بكتاب لا تُغلق صفحاته.

وفي العصر البيزنطي، ارتفع صوته الديني بوضوح أكبر؛ شُيّدت الكنائس، ونُقشت الفسيفساء على أرضه كأنها صلاة حجرية، ما زالت شظاياها تلمع حتى اليوم تحت الضوء، كأنها ترفض أن تُنسى.

ثم جاء الزمن الحديث، ليعيد اكتشاف ما لم يغب أصلًا.

فأدرجت الفاتيكان جبل نيبو ضمن أهم مواقع الحج المسيحي في الأردن، ليصبح مقصدًا عالميًا للحجاج، لا باعتباره موقعًا أثريًا فقط، بل بوصفه نقطة تماس بين الإيمان والتاريخ، بين الذاكرة والبحث عن المعنى.

لكن قوة نيبو لا تأتي من قدسيته وحدها، بل من قدرته على الجمع بين المتناقضات:

هو صامت لكنه يتكلم، ثابت لكنه يحرّك الداخل، قديم لكنه لا يبدو من الماضي، بل كأنه خارج الزمن.

وحين تقف على قمته، لا يعود المشهد مجرد منظر طبيعي.

بل يتحول إلى حالة إدراك كاملة:

الأرض أمامك ليست أرضًا فقط، بل طبقات من الحكايات، والريح ليست ريحًا، بل مرور قرون، والضوء ليس ضوءًا، بل بقايا زمن يمر من خلالك.

في تلك اللحظة، يتقلص الإنسان أمام اتساع المكان، لا ضعفًا، بل وعيًا بحجمه الحقيقي أمام ذاكرة الجبال.

وهكذا يبقى جبل نيبو ليس موقعًا يُزار، بل حقيقة تُدرك؛

ليس معلمًا يُرى، بل أثرًا يُشعر به؛

وليس نقطة على الخريطة، بل جملة مفتوحة في كتاب التاريخ، لا تزال تكتب نفسها بصمتٍ لا ينتهي.



وفق الموروث الديني والتقليد التاريخي، وقف النبي موسى عليه السلام، يطل على أرض فلسطين بعد رحلة طويلة من التيه، ليصل إلى لحظة الاكتمال دون عبور. تلك اللحظة لم تكن نهاية رجل، بل بداية رمز. ومنذ ذلك اليوم، لم يعد الجبل مجرد مكان، بل صار فكرة تتناقلها الأديان والذاكرة والكتب

المغرب.. سحر الشرق الذي لا ينام

رحـلة بين قمم الأطلس وعـراقة التـــاريخ



ما يميز السياحة في المغرب هو تلك «الروح» التي يشعر بها الزائر؛ روح التسامح، كرم الضيافة، والاعتزاز بالهوية



خلدون محمد مختار
مكتب المغرب، من الدار البيضاء

من أزقة «فاس» التي تفوح بعبق التاريخ، إلى صخب «الدار البيضاء» الحديثة، ومن رمال «مرزوكة» الذهبية إلى شواطئ «أكادير» الفيروزية؛ ينسج المغرب لوحة فنية قلّ نظيرها في العالم. ليس مجرد وجهة سياحية عابرة، بل هو ملتقى الحضارات وحارس بوابة أفريقيا نحو أوروبا. في هذا التقرير، نأخذكم في جولة استكشافية لأرض «المملكة الشريفة»، لنكشف سر تربعها على عرش السياحة العربية والأفريقية، وكيف نجحت في مزج أصالة «القفطان» و«الزليج» بحداثة المطارات والملاعب العالمية.

أولاً:

المغرب.. فسيفساء الطبيعة والجغرافيا:

يستمد المغرب قوته السياحية من موقع استراتيجي فريد؛ فهو الجسر الواصل بين القارات، يطل برأسه على المتوسط ويحتضن الأطلسي بذراعيه. هذا الموقع خلق تنوعاً بيئياً مذهلاً يتيح للسائح الاستمتاع بثلج جبال الأطلس والريف صباحاً، والاسترخاء على رمال الصحراء أو الشواطئ الدافئة مساءً.

ثانياً:

المدن المغربية.. حكايات ترويها الجدران:

* **مراكش (المدينة الحمراء):**
قلب المغرب النابض، حيث «جامع الفنا» الذي يحكي قصصاً لا تنتهي، وقصر «البديع» الذي يشهد على عظمة السعديين .

* **فاس ومكناس:**
ذاكرة الإسلام العريقة، حيث أقدم الجامعات (القرويين) وأضخم الأبواب التاريخية.



* **شفشاون:**
الجوهرة الزرقاء القابعة في أحضان الريف، ملاذ عشاق الهدوء والجمال البصري.



*** الرباط والدار البيضاء:**
ثنائية الإدارة والاقتصاد؛ حيث تلتقي صومعة حسان العريقة بواجهة «موروكومول» العصرية ومسجد الحسن الثاني، التحفة المعمارية العائمة فوق الماء.

ثالثاً:
تجربة الحواس.. مذاق وفن:

لا تكتمل الرحلة دون تذوق «الكسكس» و«الطاجين» المغربي، اللذين تصدرا قوائم الطبخ العالمي.

وتكتمل التجربة بإيقاعات مهرجانات عالمية مثل «موازين» و«كناوة»، التي تجعل من المغرب منصة للحوار الثقافي الكوني.

رابعاً:
قاطرة الاقتصاد ورؤية المستقبل:

تمثل السياحة العمود الفقري للاقتصاد المغربي، فهي المصدر الرئيس للعملة الصعبة وموفر لفرص الشغل. واليوم، تضع المملكة رهانها على تطوير البنية التحتية، من خلال مطارات دولية كبرى (محمد الخامس، مراكش، وطنجة) وشبكة طرق سيارة متطورة، استعداداً لاستقبال ملايين السياح في أفق التحديات الرياضية والسياحية الكبرى.

خامساً:
نحو سياحة مستدامة:

رغم المنافسة الشرسة والتحديات البيئية، تواصل الدولة المغربية جهودها الجبارة لحماية التراث وتشجيع الاستثمار السياحي، مع التركيز على «السياحة الرقمية» و«الخضراء» لضمان مستقبل واعد يجعل من المغرب الوجهة الأولى عالمياً.

ختامًا، فإن ما يميز السياحة في المغرب هو تلك «الروح» التي يشعر بها الزائر؛ روح التسامح، كرم الضيافة، والاعتزاز بالهوية. إن الحفاظ على هذا الإرث وتطويره ليس مجرد خطة اقتصادية، بل هو رسالة حب يقدمها المغرب للعالم، مؤكداً أنه سيظل دائماً «أجمل بلد في العالم» في عيون عشاقه.



يستمد المغرب قوته السياحية من موقع استراتيجي فريد؛ فهو الجسر الواصل بين القارات، يطل برأسه على المتوسط ويحتضن الأطلسي بذراعيه

تواصل الدولة المغربية جهودها الجبارة لحماية التراث وتشجيع الاستثمار السياحي، مع التركيز على «السياحة الرقمية» و«الخضراء» لضمان مستقبلٍ واعد يجعل من المغرب الوجهة الأولى عالمياً.

جبل برقو..

وجهة سياحية تجمع بين جمال الطبيعة وعراقة التاريخ وثراء التراث



بقلم: د. معز البرقاوي
باحث في التنمية المستدامة والتراث الثقافي





مركز الاصطياف والتخييم
بعين بوسعدية

في قلب الشمال الغربي يقع جبل برقو التابع لمعتمدية برقو وولاية سليانة على بُعدِ 125 كلم عن تونس العاصمة، ويمثل وجهة سياحية داخلية تجمع بين سحر الطبيعة الجبلية وعبق التاريخ وثراء التراث، حيث تمتزج المواقع الاثرية بالغابات والينابيع والقرى التقليدية لِتُقدم تجربة سياحية ثرية ومتكاملة.

تزدهر السياحة في جبل برقو خلال فصول الربيع والصيف والخريف للاستمتاع بالطبيعة بينما يشهد فصل الشتاء إقبالا من عشاق السياحة الفلاحية الجبلية والثلوج.

ويحتوي جبل برقو على مخزون طبيعي وتراثي ثقافي يجمع بين المواقع الاثرية والغطاء النباتي والتضاريس الجبلية والمشاهد الطبيعية وعيون الماء والقرى الجبلية والعادات والتقاليد والتظاهرات والمنتوجات الفلاحية والحرف التقليدية، مما يجعل منه وجهة مفضلة للسياح التونسيين والأجانب لممارسة عديد الأنشطة السياحية والبيئية والثقافية على مدار السنة، وفيما يلي نستعرض

المنتوجات السياحية بجبل برقو:

1-السياحة البيئية والجبلية:

يتمتع جبل برقو البالغ ارتفاعه حوالي 1263م بجمال طبيعي استثنائي، حيث يحتوي على مشاهد ومناظر طبيعية تجمع بين الغطاء الغابي دائم الاخضرار بفضل تواجد حقول الحبوب وأشجار الصنوبر والخروب والبلوط والاكليل والتضاريس والمناظر البانورامية الخلابة التي تشكلها حقول الزيتون والتفاح والكرز والخوخ والتين، مما يجعله وجهة مفضلة لمحبي الطبيعة والمشي في الهواء الطلق وممارسة رياضات التسلق والتخييم والاستغوار مع الإقامة هناك بين مركز عمومي وفي الاقامات الريفية.

*** مركز الاصطياف والتخييم بعين بوسعدية:**

هو فضاء عمومي تابع لوزارة الشباب والرياضة تبلغ مساحته حوالي 500م2، يوجد بعمادة عين بوسعدية على بُعْدِ 125كلم من تونس العاصمة على الطريق الوطنية رقم 4، الرابطة بين تونس وسليانة، ويوفر خدمات الإقامة وتنظيم التظاهرات وممارسة كافة أنواع الأنشطة السياحية البيئية والجبلية بطاقة إستيعاب تبلغ 32 سريرا و100 شخص تحت الخيام ويوفر وجبات الاكل ليوم كامل في جو يجمع بين الهدوء والاستراحة بين أحضان الطبيعة.

*** الاقامات الريفية والاستضافات العائلية:**

مثلت الاقامات الريفية والاستضافات العائلية بديلا للإيواء السياحي في جبل برقو خلال العشرية الأخيرة، حيث تم بعث أربعة إقامات ريفية جديدة من قبل باعثين شبان أصيلي المنطقة لاستيعاب فائض السياح التونسيين والأجانب الوافدين على المنطقة خاصة في فصل الربيع، بطاقة إستيعاب



يتمتع جبل برقو البالغ ارتفاعه حوالي 1263م بجمال طبيعي استثنائي، حيث يحتوي على مشاهد ومناظر طبيعية تجمع بين الغطاء الغابي دائم الاخضرار بفضل تواجد حقول الحبوب وأشجار الصنوبر والخروب والبلوط والاكليل والتضاريس والمناظر البانورامية الخلابة التي تشكلها حقول الزيتون والتفاح والكرز والخوخ والتين، مما يجعله وجهة مفضلة لمحبي الطبيعة والمشي في الهواء الطلق وممارسة رياضات التسلق والتخييم والاستغوار

بعشرة أشخاص لكل إقامة. ونجد إقامة دار زروق بالمنطقة الاثرية هنشير باز بعمادة أولاد فرج، وإقامة منتجع برقو Bargou Resort لمنصور البرقاوي بقرية القليعة، وإقامة دار البرقاوي بقرية دمان الخروب عمادة عين بوسعدية، وإقامة المانسي بدشرة بوتيس عمادة الدريجة، وإقامة ومقهى مايا بقرية بعين بوسعدية. وتقدم هذه الاقامات التراث الغذائي والريفي لكافة قرى ومداشر جبل برقو في حُلَةٍ أنيقةٍ من أكلات محلية ومنتوجات الحرف التقليدية من الطين والحلفاء والصوف وتقنيات عصر الزيتون بالقُرنَةِ وتقطير زيت الكليل والري التقليدي بالساقية وتقنية تحضير المرمز أو شربة الشعير وأنواع الخبز التقليدي البرقاوي والمانسي في تجربة اكتشاف فريدة للسائح التونسي والاجنبي.

2-السياحة الثقافية:

أطلقت وزارة السياحة التونسية مند جويلية 2024 مبادرة «تونس ليك» لدفع السياحة الداخلية وتشجيع التونسيين على إعادة اكتشاف البلاد وتاريخها وحضارتها وثقافتها وجمالها.

وفي هذا السياق تعتبر السياحة الثقافية في جبل برقو تجربة استثنائية تجمع بين زيارة المواقع الاثرية وبين اكتشاف هندسة ومعمار القرى والمداشر التقليدية وتذوق الاكلات والتعرف على العادات والتقاليد والطقوس المحلية للسكان.

* المواقع الاثرية وعيون الماء:

تزخر معتمدية برقو بمواقع أثرية



عين بوسعدية



مناظر طبيعية خلابة



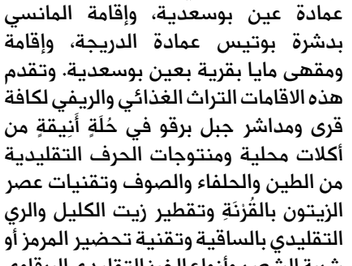


مناظر طبيعية خلابة

شهيرة تعود إلى الفترة الرومانية على غرار الموقع الاثري بسيدي سعيد والحمام والمسرح الروماني بعين فرنة وصهاريج المياه والسواقي بعين مزاتة وهنشير باز وهي مواقع أثرية تشهد على عراقة تاريخ المنطقة التي إستقر بها الرومان لفترات طويلة بسبب خصوبة أرضها ووفرة وعذوبة مياهها. بالإضافة إلى تواجد عديد عيون المياه المعدنية مثل عين مزاتة وعين النشم وعين فرنة وأشهرهن عين بوسعدية التي نقل المستعمر الفرنسي ماءها منذ سنة 1901إلى قصر باردو وقصر قرطاج عبر قناة لا تزال مستغلة إلى اليوم. ويمكن للزائر الاطلاع على وحدتي تعليب المياه المعدنية «ماء برقو وملينا» المتواجدتين بكل من البحيرين ودمان الخروب.

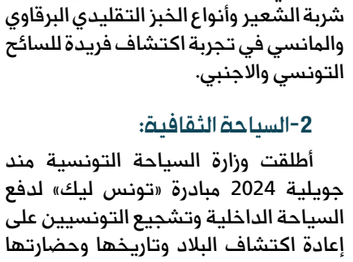
* النصب التذكاري لشهداء معركة برقو:

عند حلول السائح بمنطقة عين بوسعدية أين يوجد مركز الاصطياف والتخييم لا يفوته أن يزور النصب التذكاري لشهداء معركة برقو 13نوفمبر 1954 ويطلع على المعرض الوثائقي للمراحل التاريخية لمعركة جبل برقو أو معركة الربع ساعة الأخير التي ترجمت إنخراط كافة أهالي قرى









صور لفضاء مركز الاصطياف بعين بوسعدية والإقامات الريفية منتجع برقو بالقليعة ودار البرقاوي بدمان الخروب برقو



النصب التذكاري للشهداء



التراث وفن العمارة بقرى جبل برقو



الموقع الاثري عين فرنة



الموقع الاثري هنشير باز

ومداشر جبل برقو في معركة الكفاح الوطني من أجل الاستقلال.

* فن العمارة بالقرى والمداشر التقليدية:

تمثل القرى والمداشر التقليدية بجبل برقو أبرز الشواهد الحية على عراقة العمارة التقليدية الريفية والعمق التاريخي، حيث تظهر جيدا قدرة الانسان في استغلال



البقر الجبلي ببرقو

الموارد الطبيعية كالحجارة والطين والخشب وقدرته على تطويع المجال الجبلي في تشكيل نمط معماري خاص بالجهة. ويحتوي جبل برقو على خمس مداشر هي بوتيس والغار ومديولة وبلوطة والبحيرين، وتمثل كل واحدة منها تحفة معمارية وموروثا اجتماعيا من خلال احتضانها لعديد الزوايا والمهرجانات الشعبية ولتربية البقر والماعز الجبلي التي تجسد الهوية المحلية في أبهي صورها وتفتح المجال أمام تفاعل ديناميكي بين الماضي والحاضر.

* الثقافة الغذائية التقليدية:

يزخر مطبخ سكان جبل برقو بعديد الاكلات المحلية المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالأعياد أو بالمواسم الفلاحية أو بتقاليد خزن وطبخ المواد الغذائية على مدار السنة. وتُعتبر الاكلات والحلويات المحلية تجسيدًا للتراث اللامادي الثقافي الغني لسكان جبل برقو، حيث تجمع بين البساطة واللذة في آن واحد. تحضير هذه الاطباق التقليدية لا يقتصر فقط على الاستمتاع بمذاقها الرائع، بل يُعد أيضًا فرصة للتواصل مع الجذور الثقافية والتقاليد العريقة مثل (المُقْلِي بالفلفل والطماطم والبطاطا والعظم العربي، المشكشك، شكشوكة الخضر، كسكسي بالخرشف أو بالرغيدة أو بالقديد، الملثوث بلحم رأس الخروف، شربة المرمز، المحمصة، البرغل، الخبيزة، المُرَقّد والمُسلِي من لحم خروف عيد الاضحى، عصيدة عربي بزيت الزيتون أو الزبدة والعسل أو بالشكشوكة. أما الحلويات فنجد مثلا «المقروض» و«المسمنة» و«السفنج» و«الغرايف» والرفيسة و«الغريبة» و«الكعك أو اليويو» و«البسكوي» والعصيدة العربي وعصيدة الزقوقو. يُعَد ُ الخبز التقليدي أو «خبز الطابونة» الذي يتم أعداده في الغرفة الطينية الطابونة والحطب مثالا للاحتفاظ بعبق التاريخ والمذاق الأصيل.

هكذا أصبح التراث اللامادي للمناطق الداخلية اليوم أحد أهم رهانات السياحة البيئية والثقافية في تونس. فالسائح المعاصر لم يعد يكتفي بزيارة المواقع الأثرية، بل يبحث عن التجربة: أن يشارك في مهرجان محلي، أن يتذوق أكلة شعبية في سياقها الاجتماعي، أن يتعرّف على حرفة في فضائها الأصلي. بهذا المعنى، يصبح التراث الثقافي اللامادي جسرًا بين الزائر والمجتمع، يعيد الاعتبار للمناطق المهمشة، ويبرز رسالة أساسية يمكن لتونس أن توجّهها إلى العالم، لنفتح حوارًا إنسانيًا من خلال تراثنا اللامادي، لا بوصفه خصوصية منغلقة، بل باعتباره تجربة بشرية قابلة للتقاسم.

















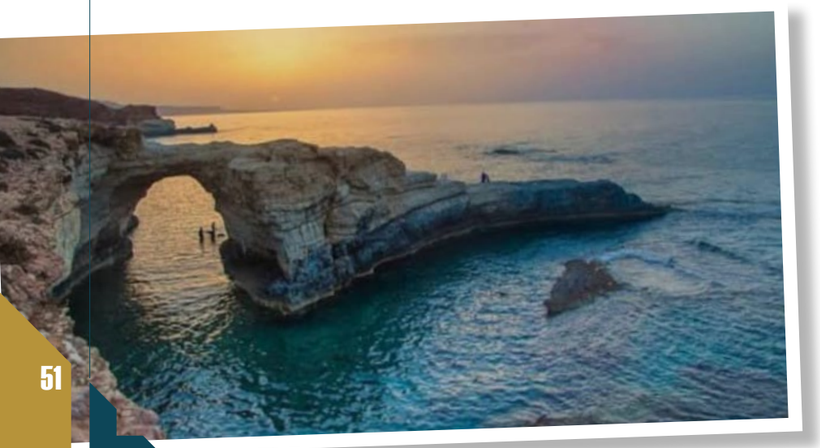


لؤلؤة الجبل الأخضر «رأس الهلال» حيث يعانق الشجرُ البحر

في عددنا الأول من مجلة «الإعلام السياحي» «ماي 2026»، نأخذكم في رحلة استكشافية إلى واحد من أجمل الملاذات الطبيعية في الوطن العربي؛ حيث تخلع الطبيعة رداءها التقليدي لتمزج بين زرقة المتوسط وخضرة الجبال في لوحة فنية نادرة. إنها *«رأس الهلال»، بالجبل الأخضر في الشرق الليبي.



منصورة عمر محمد
«مراسلتنا من بنغازي»



الهلال الذي يحتضن المتوسط

تقع قرية رأس الهلال على بعد حوالي *40 كم شرق مدينة درنة.

وقد استمدت هذه المنطقة اسمها الساحر من شكل رأسها البحري الذي يرتسم في الأفق على هيئة *هلال* دقيق عند تأمله من قمم الجبال المحيطة. هي نقطة الالتقاء النادرة التي تجتمع فيها ثلاثة عناصر: *البحر، الغابات، والجبال*.

أيقونات رأس الهلال السياحية

تنفرد المنطقة بخصوصية سياحية

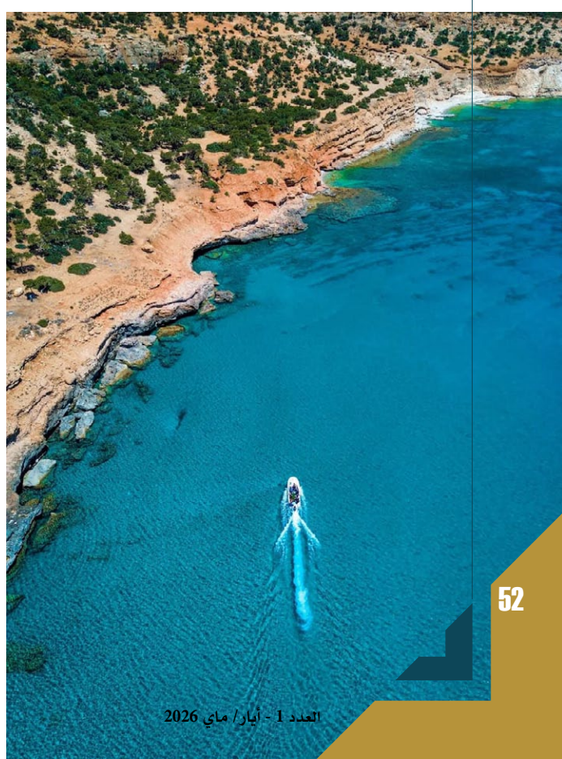












تجعلها وجهة مفضلة للمصطافين والباحثين عن الاستجمام، وتشتهر بمعلمين أساسيين:

1. الشاطئ الأخضر:

على امتداد الساحل الليبي الشاسع (1900 كم)، تبرز رأس الهلال كاستثناء فريد. هنا، لا تفصل الرمال بين الشجر والموج، بل تنحدر الغابات الكثيفة لتلامس مياه البحر مباشرة، مما يوفر ظلالاً طبيعية وهواءً نقياً لا يتوفر في أي مكان آخر.

2. شلال الجبل:

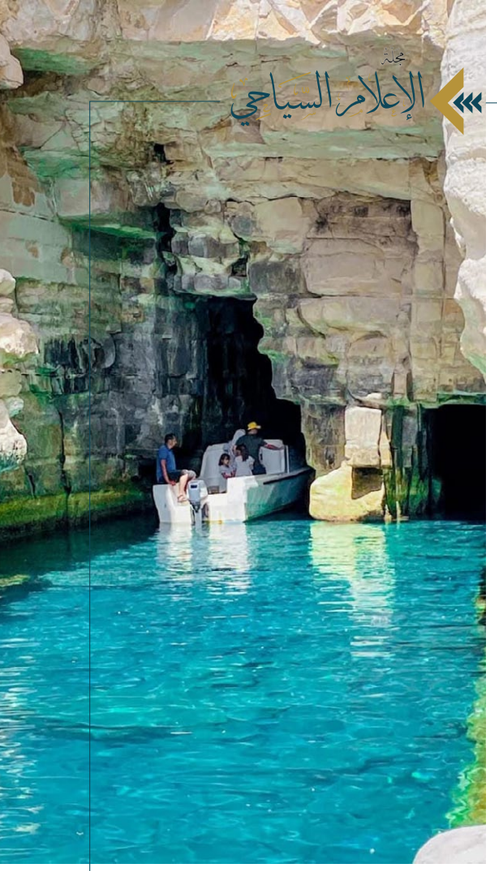
على بعد 3.5 كم من الطريق الساحلي، ينساب شلال رأس الهلال من أعالي الجبل ليشكل واحداً من أروع المناظر الطبيعية في ليبيا. هذا التدفق المائي وسط الصخور المكسوة بالخضرة يمثل وجهة مثالية لهواة التصوير والطبيعة.

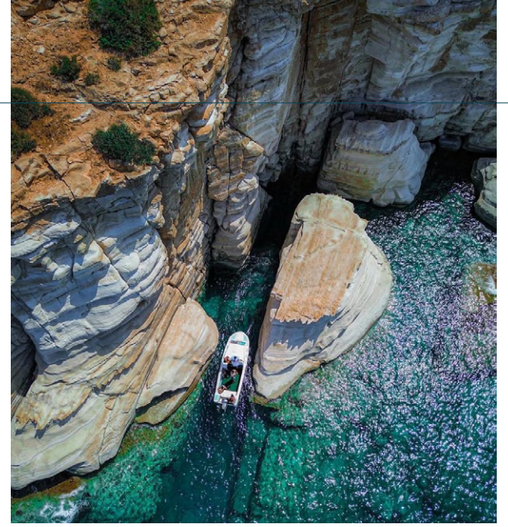
مغامرة في أعماق الجبل: الكهوف المائية

لمحبي الاستكشاف والغموض، تخبئ سلسلة جبال رأس الهلال كنوزاً مائية داخل كهوفها الصخرية التي تتميز بنقاء مياهها الفيروزي.

كهف الحمام (كهف النيسي):

يقع في باطن الجبل بين مدينتي درنة وسوسة. يُعد من أجمل المزارات السياحية، وسُمي بهذا







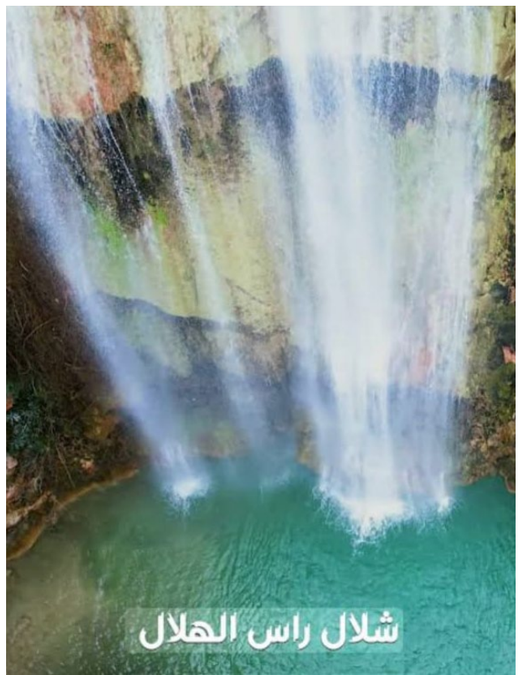






الاسم نسبةً لـ «حمام النيسي» (الحمام البري) الذي يتخذه سكناً له.

كهف النورس: وجهة أخرى تتجلى فيها عظمة الخالق بجمال ألوان المياه ونقائها الذي يشبه الكريستال.



«رأس الهلال ليست مجرد وجهة سياحية، بل هي **تجربة حسية** تعيد تعريف علاقة الإنسان بالبيئة. إنها **دعوة لكل عشاق السياحة العربية لزيارة هذا الملاذ** الذي يثبت أن كنوزنا العربية لا تزال تخبئ الكثير من السحر»

النادي اليوناني بدهب..

تجربة ثقافية تعزز السياحة وتربط مصر باليونان

تحقيق: نورهان البيلي
من مدينة دهب، مصر



وسط الطبيعة الساحرة التي تتميز بها مدينة دهب، وعلى مقربة من دير سانت كاترين، نجح النادي اليوناني في أن يصنع خلال عامه الأول حالة خاصة تجمع بين الثقافة والسياحة والتقارب الإنساني، ليصبح واحدًا من أبرز المبادرات التي تدعم الحركة السياحية والثقافية في جنوب سيناء.

فمدينة دهب، التي تحولت خلال السنوات الأخيرة إلى واحدة من أهم الوجهات السياحية في المنطقة، لم تعد مجرد مدينة للغوص والشواطئ فقط، بل أصبحت مقصدًا عالميًا لعشاق الطبيعة والسياحة الروحية والثقافية والمغامرات، لما تمتلكه من تنوع فريد يجمع بين البحر والجبل والتاريخ.

وتتميز دهب بمياهها الصافية وشعابها المرجانية الخلابة، ما جعلها من أشهر مواقع الغوص عالميًا، خاصة في مناطق مثل "البلو هول" و"اللايت هاوس"، كما تشتهر بأجوائها الهادئة التي تجذب الباحثين عن الاسترخاء والهروب من صخب المدن الكبرى.

ولا تتوقف جاذبية دهب عند السياحة الشاطئية فقط، بل تمتد إلى السياحة البيئية والروحية، حيث تمثل بوابة مهمة إلى دير سانت كاترين، أحد أقدم الأديرة التاريخية في العالم، والذي يحظى بمكانة دينية وروحية كبيرة ويستقبل زوارًا من مختلف الجنسيات والثقافات.

فكرة انطلقت من حب حقيقي لمصر

ومن هذا الموقع المميز جاءت فكرة إنشاء النادي اليوناني بدهب، بقيادة توني كازمياس، الذي يؤكد دائمًا أن علاقته بمصر تتجاوز حدود الاستثمار والعمل.

وقال في تصريحات خاصة لمجلة الإعلام السياحي التونسي:

"أنا من أم مصرية وأب يوناني قبرصي، ومصر بالنسبة لي وطن وهوية. جنوب سيناء تحديدًا تمتلك طاقة خاصة وسحرًا لا يشبه أي مكان آخر، ولذلك كانت معظم استثماراتي واهتماماتي هناك."

وأضاف: "فكرة النادي جاءت لتكون مساحة للتقارب الثقافي بين الشعبين المصري واليوناني، خاصة مع قرب دهب من دير سانت كاترين ذي الإدارة اليونانية، وهو ما يمنح المكان خصوصية كبيرة تربط بين التاريخ والدين والثقافة والسياحة."

وأكد أن النادي منذ افتتاحه حرص على تنظيم لقاءات وأنشطة ثقافية واجتماعية تدعم الترويج لدهب وسانت كاترين، وتسهم في جذب مزيد من السائحين اليونانيين والأوروبيين إلى جنوب سيناء.

دعم السياحة اليونانية إلى مصر

ومن جانبها، أعربت Vasso Caralambous عن فخرها بالنجاح الذي حققه النادي خلال عامه الأول.

وقالت:

"نشعر بالسعادة لأن النادي أصبح جزءًا من حركة الترويج السياحي والثقافي لمصر داخل المجتمع اليوناني، خاصة أن دهب تمتلك مقومات سياحية مبهرة تجمع بين البحر والطبيعة والثقافة."

وأضافت:

"الفكرة كانت رؤية خاصة من الأستاذ توني كازمياس، ونجاحها جاء نتيجة الإيمان الحقيقي بأهمية التقارب الثقافي ودور السياحة في بناء جسور بين الشعوب."

وأكدت أن النادي يعمل على تعريف الزوار اليونانيين بالمقاصد السياحية المصرية المتنوعة، وليس فقط الوجهات التقليدية، مشيرة إلى أن دهب أصبحت من أكثر المدن جذبًا للسائح الباحث عن تجربة مختلفة وهادئة وآمنة.

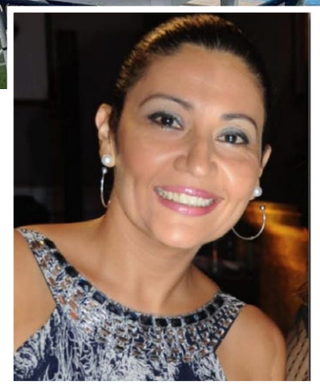
تعاون وتوسع في الأنشطة

أما Angelos Athanasoulis فأكد أن النادي ركز منذ تأسيسه على بناء شراكات وعلاقات إيجابية مع المجتمع المحلي والقطاع السياحي في جنوب سيناء.

وأوضح أن العام الأول شهد تنظيم فعاليات وأنشطة ثقافية واجتماعية ساعدت في الترويج لمدينة دهب باعتبارها وجهة سياحية عالمية، مشيرًا إلى أن المرحلة المقبلة ستشهد مزيدًا من الفعاليات التي تجمع بين الثقافة والفنون والسياحة.

وأضاف أن نجاح التجربة يعكس مكانة دهب كمدينة قادرة على استقبال مختلف الثقافات والجنسيات، خاصة مع ما تتمتع به من طبيعة فريدة وأجواء إنسانية بسيطة جعلتها واحدة من أكثر المدن المحببة للسائحين الأجانب.







دهب.. مدينة تتحدث كل لغات العالم

رغم بساطة المدينة وهدوئها، فإن دهب استطاعت أن تفرض اسمها على خريطة السياحة العالمية، ليس فقط كمقصد للترفيه، بل كنموذج لمدينة تحتضن التنوع الثقافي والتعايش بين الجنسيات المختلفة.

ففي شوارعها الصغيرة المطلة على البحر، يمكن للزائر أن يلتقي بثقافات متعددة من أنحاء العالم، بينما تحتفظ المدينة في الوقت نفسه بروحها البدوية المصرية الأصيلة، وهو ما يمنحها طابعًا خاصًا يميزها عن كثير من المدن السياحية الأخرى.

ومع مرور عام على تأسيس النادي اليوناني بدهب، تبدو التجربة وكأنها امتداد طبيعي لهذه الروح المنفتحة التي تميز المدينة، ورسالة جديدة تؤكد أن السياحة ليست مجرد سفر، بل وسيلة للتقارب الإنساني والثقافي.

بلاد الرافدين..
رحلة في ذاكرة البشرية الأولى



بقلم: الأستاذ الدكتور محمود أحمد الأدن
دكتور في التاريخ الحديث والمعاصر
والعلاقات الدولية/لبنان

تُعدّ بلاد الرافدين، أو ما عُرف تاريخياً باسم «ميزوبوتاميا»، واحدة من أعظم البقاع التي شهدتها البشرية عبر التاريخ. ففي السهول الخصبة الممتدة بين نهري دجلة والفرات، لم تولد حضارة محلية فحسب، بل وُلدت فكرة الحضارة الإنسانية نفسها. هنا بدأ الإنسان لأول مرة بتنظيم المدن، وتدوين أفكاره، وسنّ القوانين، وتأمل حركة النجوم والكواكب. ومن هذه الأرض انطلقت اللبنات الأولى التي قامت عليها المجتمعات الحديثة في مختلف أنحاء العالم.

لقد استطاع سكان الرافدين الأوائل تحويل الطبيعة القاسية أحياناً إلى مصدر ازدهار وإبداع؛ فابتكروا أنظمة الري، وشيدوا المعابد والزقورات، وأسسوا مدناً أصبحت لاحقاً مراكز سياسية وثقافية كبرى. ولم يكن تأثيرهم مقتصراً على محيطهم الجغرافي، بل امتد ليصل إلى الحضارات اللاحقة في الشرق والغرب على حد سواء.

واليوم، يقف العراق بوصفه متحفاً حضارياً مفتوحاً، يحتضن آثار آلاف السنين من الإبداع البشري. فكل مدينة فيه تحمل طبقات من التاريخ؛ من السومريين والأكديين، إلى البابليين والآشوريين، ثم العصور الإسلامية الزاهرة. إن زيارة هذه الأرض ليست مجرد رحلة سياحية، بل هي عودة إلى الجذور الأولى للإنسانية واكتشاف لأسرار تشكل الحضارة.

سومر: مهد الحرف والزقورات

في جنوب العراق، حيث تتشابك الأسطورة مع الواقع، قامت حضارة السومرية التي تُعد أقدم حضارة مدينية معروفة في التاريخ. هنا ظهرت مدن عظيمة مثل أور وأريدو ولكش وأوروك، التي كانت مراكز دينية وتجارية وعلمية متقدمة بالنسبة لعصرها.

وقدّم السومريون للبشرية واحدة من أعظم الاختراعات على الإطلاق: الكتابة المسمارية. فمن خلال ألواح الطين الصغيرة، استطاع الإنسان لأول مرة تسجيل القوانين والأساطير والمعاملات التجارية والعلوم، لتبدأ بذلك مرحلة الانتقال من عصور ما قبل التاريخ إلى التاريخ المكتوب.

وكان السومريون أيضاً رواداً في مجالات الهندسة والعمارة، حيث شيدوا الزقورات الضخمة التي ارتفعت فوق المدن كرمز ديني وهيبة سياسية.

وكانت هذه الأبنية تمثل مركز الحياة الروحية والاجتماعية، وتكشف عن فهم متقدم لفنون البناء والتخطيط الحضري.

المعلم الأبرز: زقورة أور العظيمة

تُعد زقورة أور واحدة من أشهر المعالم الأثرية في العراق والعالم. بُنيت خلال الألفية الثالثة قبل الميلاد، وامتازت بتدرجها المعماري الضخم الذي منحها هيبة استثنائية وسط الصحراء الجنوبية.



1: لقطة بانورامية لزقورة أور وقت الغروب، تظهر تدرج طبقاتها الشامخة تحت السماء الأرجوانية



استطاع سكان الرافدين الأوائل تحويل الطبيعة القاسية أحياناً إلى مصدر ازدهار وإبداع؛ فابتكروا أنظمة الري، وشيدوا المعابد والزقورات، وأسسوا مدناً أصبحت لاحقاً مراكز سياسية وثقافية كبرى

القيمة التراثية

تمثل الزقورة دليلاً حياً على التطور الهندسي والديني لدى السومريين، كما ترتبط في الذاكرة الدينية والتاريخية بعصر النبي إبراهيم عليه السلام، ما يمنحها بعداً روحياً إضافياً إلى جانب قيمتها الحضارية.

2. بابل: أسطورة الجنائن والشرائع

حين تُذكر العظمة المعمارية والتشريعية في التاريخ القديم، فإن اسم الحضارة البابلية يبرز بوصفه أحد أعظم النماذج الإنسانية. فقد تحولت مدينة بابل إلى مركز عالمي للسياسة والثقافة والاقتصاد، خصوصاً خلال حكم الملك حمورابي ثم نبوخذ نصر الثاني.

اشتهرت بابل بإنجازاتها العمرانية المذهلة، وعلى رأسها الجنائن المعلقة التي اعتُبرت إحدى عجائب الدنيا السبع القديمة، إضافة إلى معابدها وأسوارها الضخمة وشوارعها الملكية الفاخرة.

أما في المجال القانوني، فقد رسخ الملك حمورابي مفهوم الدولة المنظمة من خلال "شريعة حمورابي"، التي تُعد من أقدم القوانين المكتوبة في التاريخ، وأسست لمبادئ العدالة وتنظيم المجتمع.

المعلم الأبرز: بوابة عشتار وشارع الموكب

تُعتبر بوابة عشتار من أشهر روائع الفن البابلي، حيث زخرفت بالطابوق المزجج ذي اللون الأزرق اللازوردي، وزُينت برسوم الأسود والثيران والتنانين الأسطورية.

القيمة السياحية: إن السير في شارع الموكب البابلي يمنح الزائر تجربة فريدة تعيده آلاف السنين إلى الوراء، حيث كانت المواكب الملكية والاحتفالات الدينية تمر وسط أجواء من الفخامة والهيبة. وتكشف تفاصيل الآجر المزخرف عن تطور مذهل في الفنون والزخرفة لدى البابليين.



2: إعادة بناء لبوابة عشتار أو بقايا أسد بابل، مع التركيز على التفاصيل الدقيقة للنقوش.

3. آشور ونينوى: ملاحم الحجر والقوة

في شمال العراق ازدهرت الإمبراطورية الآشورية، التي عُرفت بقوتها العسكرية وتنظيمها الإداري وفنونها المعمارية الفريدة. وقد اتخذ الآشوريون من مدن مثل آشور ونينوى وخورسباد عواصم سياسية وثقافية لإحدى أعظم الإمبراطوريات في الشرق القديم.

امتاز الفن الآشوري بالدقة والتفصيل، خاصة في النقوش الجدارية الضخمة التي صوّرت المعارك وعمليات الصيد والمراسم الملكية. ولم تكن هذه المنحوتات مجرد أعمال فنية، بل وثائق تاريخية تسجل تفاصيل الحياة الآشورية اليومية.

المعلم الأبرز: الثور المجنح «لاماسو».



3: تمثال ضخم للثور المجنح بملامحه المهيبة وتفاصيل ريش أجنحته المنحوتة بدقة

يُعد لاماسو من أبرز رموز الحضارة الآشورية، وهو تمثال ضخم يجمع بين جسد الثور أو الأسد، وأجنحة النسر، ورأس الإنسان.

القيمة التراثية

عكس «لاماسو» فلسفة آشورية عميقة تقوم على دمج القوة والحكمة والحماية في رمز واحد. وكان يوضع عند مداخل القصور والأسوار لحراسة المدن وطرد الأرواح الشريرة، ليصبح لاحقاً أحد أشهر الرموز الفنية في تاريخ الحضارات القديمة.

4. التراث الحي: الأهوار وجمالية القصب

التراث الحي: الأهوار وجمالية القصب

لا يقتصر تراث بلاد الرافدين على الآثار الحجرية والمعابد القديمة، بل يمتد إلى الإنسان والطبيعة معاً. ففي جنوب العراق تنتشر أهوار العراق التي تُعد واحدة من أندر البيئات الطبيعية والثقافية في العالم.

تشكل الأهوار نظاماً بيئياً فريداً يعتمد على المياه والقصب والجزر الطافية، وقد عاش فيها السكان المحليون لآلاف السنين محافظين على نمط حياة يكاد يكون امتداداً مباشراً للحياة السومرية القديمة.

وفي عام 2016، أدرجت الأهوار على قائمة التراث العالمي



4: مشهد للأهوار يظهر فيه "المشحوف" ينساب وسط القصب مع انعكاس ضوء الشمس على الماء

لليونسكو لما تمثله من قيمة بيئية وثقافية استثنائية، حيث تجمع بين التنوع الطبيعي والإرث الإنساني العريق.

التجربة السياحية

يُعد ركوب «المشحوف» — القارب التقليدي الطويل — من أجمل التجارب السياحية في العراق، إذ ينساب الزائر وسط غابات القصب والمياه الهادئة، بينما تبرز «المضايف» المصنوعة من القصب كتحف معمارية تعكس عبقرية الإنسان الجنوبي وقدرته على التكيف مع الطبيعة منذ آلاف السنين.

الخاتمة

تُعدّ بلاد الرافدين، أو ما عُرفت تاريخياً باسم «ميزوبوتاميا»، واحدة من أهم المناطق التي شهدت نشوء الحضارة الإنسانية وتطورها المبكر. ففي السهول الخصبة الممتدة بين نهري دجلة والفرات، بدأ الإنسان لأول مرة بالانتقال من حياة الترحال والصيد إلى الاستقرار وبناء المدن المنظمة، لتولد بذلك ملامح «المدنية» بمعناها الشامل؛ من الإدارة والقانون، إلى العلم والفن والعمارة. ومن هذه الأرض العريقة انطلقت أولى أشكال الكتابة المسمارية التي ابتكرها السومريون، فحوّلوا الطين إلى ذاكرة خالدة دوّنت حياة البشر وأساطيرهم ومعاملاتهم. كما شهدت بلاد الرافدين ظهور أقدم الشرائع القانونية المنظمة للمجتمع، وفي مقدمتها شريعة حمورابي التي أرست مفاهيم العدالة والعقوبة والحقوق المدنية بصورة غير مسبوقة في العالم القديم.

ولم يقتصر إبداع أهل الرافدين على السياسة والإدارة، بل امتد إلى العلوم والفلك، حيث راقب البابليون والآشوريون حركة النجوم والكواكب، ووضعوا خرائط فلكية دقيقة وأسّسوا تقاويم زمنية أثّرت في الحضارات اللاحقة. كذلك برعوا في الهندسة المعمارية، فشيدوا الزقورات والمعابد والأسوار الملكية التي ما تزال شاهدة على عظمة ذلك الإرث الحضاري.

واليوم، يقف العراق بوصفه متحفاً مفتوحاً للحضارات، يجمع بين عبق التاريخ وروعة الطبيعة وتنوع الثقافات. فمن أطلال أور وبابل ونينوى، إلى أهوار الجنوب وملوية سامراء وقلعة أربيل، يجد الزائر نفسه أمام رحلة استثنائية تعبر آلاف السنين من الإبداع الإنساني. إن زيارة هذه الأرض ليست مجرد تجربة سياحية، بل هي عودة إلى الجذور الأولى للحضارة البشرية، واكتشاف للمكان الذي بدأت منه قصة الإنسان مع العلم والمدينة والكتابة.

البريد الإلكتروني: mahmoudozon00@gmail.com
(تلفون 96170319766+)

أهم المواقع التراثية المسجلة عالمياً «اليونسكو»

الموقع	الحقبة التاريخية	الميزة الفريدة
مدينة الحضر	الفترة الهلنستية/العربية	تمثل مزيجاً معمارياً فريداً يجمع بين التأثيرات الشرقية واليونانية والرومانية
ملوية سامراء	العصر العباسي	مئذنة حلزونية فريدة تُعد من أبرز روائع العمارة الإسلامية
قلعة أربيل	عصور مختلفة	تُعد من أقدم المستوطنات البشرية المأهولة باستمرار في العالم
مدينة بابل الأثرية	العصر البابلي	مركز حضاري عالمي ارتبط بالجنائن المعلقة وشريعة حمورابي
اهوار العراق	تراث طبيعي وثقافي	بيئة مائية فريدة تحافظ على أسلوب حياة يعود لآلاف السنين

السودان..
أرض الحضارات والجسور بين إفريقيا والعالم العربي





حنان الطيب محمد موسى
«السودان»

السودان ليس مجرد بلد على خارطة إفريقيا، بل هو أرض الحضارات التي تعاقبت عليها الممالك القديمة، والأنهار التي صنعت الحياة، والصحارى التي تخفي بين كثبانها أسرار التاريخ. من كوش إلى الاستقلال، ظل السودان جسراً بين إفريقيا والعالم العربي، ووجهة غنية بالآثار والمعالم التي تروي قصة آلاف السنين.

العصور القديمة: مملكة كوش – أهرامات وسط الرمال

في شمال السودان، تقف أهرامات مملكة كوش شامخة وسط الرمال، شاهدة على حضارة عظيمة نشأت حوالي عام 0701 ق.م. من نبتة إلى مروي، كانت كوش مركزاً سياسياً وثقافياً نافس مصر الفرعونية، حتى أن الكوشيين حكموا مصر في الأسرة الخامسة والعشرين، فيما يُعرف بـ "الفراعنة السود".

هنا يمكن للزائر أن يتجول بين الأهرامات والمعابد، ويلمس آثار الكتابة المروية التي ابتكرها الكوشيون، ويشاهد بقايا مصانع الحديد التي جعلت مروي مركزاً اقتصادياً في العالم القديم.

أفول كوش وبزوغ الممالك النوبية

مع نهاية عصر كوش وسقوط مروي على يد مملكة أكسوم في القرن الرابع الميلادي، بزغت ممالك نوبية جديدة مثل نوباتيا والمقرة وعلوة.

هذه الممالك تركت بصماتها في العمارة الكنسية والفنون، وعواصمها مثل دنقلا وسوبا ما زالت تحمل آثار حضارة مسيحية فريدة، قبل أن تدخل المنطقة في عهد الإسلام.

العصور الإسلامية: السلطنة الزرقاء ودارفور

مع دخول الإسلام، أصبح السودان مركزاً دينياً وثقافياً. في السلطنة الزرقاء، يمكن للزائر أن يتعرف على تاريخ المراكز الدينية التي ازدهرت في سنار. أما سلطنة دارفور فقد كانت محطة تجارية مهمة، حيث عبرت القوافل محملة بالذهب والعاج والملح، لتربط السودان بالقارة الإفريقية والعالم العربي.

الاستعمار والثورات: الحكم التركي–المصري والثورة المهدية والحكم الثنائي

في القرن التاسع عشر، دخل السودان تحت الحكم التركي–المصري، ثم اندلعت الثورة المهدية التي تركت آثارها في مدينة أم درمان، حيث يمكن للزائر أن يشاهد قبة الإمام المهدي ومتحف الثورة المهدية.

لاحقاً، جاء الحكم الثنائي الإنجليزي–المصري، الذي ترك بصماته في العمارة الاستعمارية بالخرطوم، مثل المباني الحكومية القديمة والسكك الحديدية التي ما زالت شاهدة على تلك الحقبة.

السودان الحديث: الخرطوم ومعالم السياحة

اليوم، يقف السودان شامخاً كدولة ذات سيادة، وعاصمته الخرطوم عند ملتقى النيلين الأزرق والأبيض. هنا يمكن للزائر أن يستمتع برحلة نيلية، أو يتجول في الأسواق الشعبية التي تعكس تنوع الثقافات.

ومن الخرطوم، يمكن الانطلاق إلى أهرامات البجراوية، أو زيارة جبل مرة بسهوله الخضراء وشلالاته، أو الاسترخاء على شواطئ البحر الأحمر حيث الشعاب المرجانية الساحرة.

هذا المقال التمهيدي يفتح الباب أمام سلسلة مقالات قادمة، حيث سنسلط الضوء في كل عدد على معلم سياحي بارز في السودان، مثل أهرامات البجراوية، جبل مرة، أو سواحل البحر الأحمر، لنأخذ القارئ في رحلة عبر الزمن والطبيعة.

السودان
رغم التحديات
ورغم التحديات الراهنة، فإن السودان يظل أرضاً للصمود، حيث تبقى معالمه شاهدة على حضارة ضاربة في الجذور. زيارة السودان اليوم ليست مجرد رحلة سياحية، بل هي تجربة إنسانية تعكس قدرة هذا البلد على تجاوز الأزمات والاحتفاظ بجماله الطبيعي وتاريخه العريق.

السودان ليس مجرد بلد على خارطة إفريقيا، بل هو أرض الحضارات التي تعاقبت عليها الممالك القديمة، والأنهار التي صنعت الحياة، والصحارى التي تخفي بين كثبانها أسرار التاريخ



رحلة عبر الإرث المغاربي..

مدنٌ تاريخيةٌ تسرد حكايات العصور



د.آمال بوحرب
«تونس»

تَغوص السياحة المغاربية في أعماق التاريخ البشري؛ فالمغرب العربيّ ملتقى الشرق والغرب، والشمال والجنوب، في نسيج حضاريّ فريد. تمتد خيوط هذا الإرث من الاستيطان الفينيقي القديم، مروراً بعظمة الإمبراطورية الرومانية والحضارة الأمازيغية الأصيلة، إلى الفتوحات الإسلامية التي أضافت طابعًا روحيًا وعلميًا متميزًا، وصولاً إلى التأثيرات العثمانية والاستعمارية الأوروبية في العصر الحديث.



تُكون تونس والجزائر والمغرب وليبيا لوحةً سياحيةً حيةً نابضة، تمتد من شواطئ البحر المتوسط الزرقاء المتلاطمة إلى أعماق الصحراء الكبرى الذهبية الشاسعة. شهدت هذه الأرض صعود إمبراطوريات تجارية وبحرية قوية، وازدهار علماءَ وفقهاءَ وشعراءَ أثّروا في الحضارة الإنسانية، وتبادلًا ثقافيًا عبر طرق القوافل الصحراوية والبحار المفتوحة. تروي الآثار والمدن القديمة قصص آلاف السنين بكل تفاصيلها، داعية الزوار إلى استكشاف طبقات التاريخ المتراكمة، مع التأكيد على أهمية السياحة المستدامة التي تحافظ على هذا التراث الإنساني المشترك للأجيال القادمة.

تونس: قرطاج، أم الحضارات وأعرقها

في تونس تجسّد السياحة التاريخية أبهى صورها في موقع قرطاج الأثري الشامخ. أسسها الفينيقيون حوالي 814 ق.م على يد الأميرة الفينيقية ديدو المعروفة بعليسة كمركز تجاري استراتيجي بارز يسيطر على مضيق صقلية وطرق التجارة الحيوية في غرب المتوسط. ازدهرت المدينة بسرعة لتصبح قوةً بحريةً هائلةً تمتلك أسطولًا يضم مئات السفن الحربية، وإمبراطوريةً تجاريةً امتد نفوذها إلى إسبانيا وصقلية وأجزاء واسعة من شمال أفريقيا.

شهدت قرطاج صراعاتٍ داميةً وملحمية: بدءًا من هجوم أغاثوكليس الإغريقي (310 ق.م)، ثم الحروب البونيقية الثلاث الشهيرة ضد روما (264–146 ق.م)، والتي برز فيها القائد العبقري هانيبال باركa بحملته الجريئة التي عبر فيها جبال الألب بفيلة حربية، ووصلت جيوشه إلى أبواب روما وأحرقت الريف الإيطالي. انتهت الحروب بهزيمة قرطاج النهائية على يد سكيبيو الأفريقي (146 ق.م)، حيث دمر الرومان المدينة ونثروا الملح على أرضها رمزًا للعقاب الأبدي.

أعاد يوليوس قيصر بناءها (44 ق.م) لتصبح «كولونيا يوليا قرطاجو» وعاصمة إفريقيا الرومانية المزدهرة. شملت معالمها موانئ ضخمة تستوعب مئات السفن، ومسرحًا هائلًا يتسع لـ35 ألف متفرج مزيّنًا بأعمدة رخامية فاخرة مستوردة، وفيلات أثرياء فخمة مزخرفة بفسيفساء فنية رائعة تصور مشاهد الصيد البحري والأساطير الإغريقية، بالإضافة إلى حمامات أنطونين الحرارية الشهيرة.

اليوم يُدرج الموقع ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي منذ 1979. يتجول الزائر بين أنقاض معبديّ بعل وتانيت الفينيقيين المكتشفين في حفريات القرن العشرين، مستعيدًا أجواء الصراعات التاريخية مع رياح البحر المتوسط. يمكن زيارة متحف قرطاج للاستمتاع بمجموعات قيمة من العملات البونيقية والتماثيل والآثار التي تروي ملحمة حضارة أنجبت أساطير المتوسط وأثّرت في تطور الحضارات اللاحقة.



من قرطاج إلى تلمسان، ومن ليبتيس ماغنا إلى مدن المغرب العريقة «فاس، مراكش، شفشاون، وليلي»، تمتزج الذاكرة بالهوية وتتحول الجغرافيا إلى قصيدة مفتوحة على العصور



الجزائر: تلمسان، لؤلؤة الأندلس والعلم الزياني

تعكس مدينة تلمسان في غرب الجزائر إرثًا إسلاميًا أندلسيًا غنيًا ومعقدًا يجمع بين الروحانية والجمالية في تناغم نادر. كانت عاصمة الدولة الزيانية (1236–1554 م) التي أسسها يغمراسن بن زيان بعد انهيار الموحدين، ثم تحولت إلى ملتقى حيوي للعلماء والفنانين والمثقفين الأندلسيين الهاربين من سقوط غرناطة (1492)، حاملين معهم تراث قرون من الفقه والتصوف والشعر والموسيقى.

ازدهرت تلمسان كمركز بارز للفقه المالكي والتصوف والشعر الأندلسي، وبرزت فيها شخصيات لامعة مثل ابن عاشر صاحب «المرشد المعين على الضروري من علوم الدين». واستضافت مكتباتها آلاف المخطوطات النفيسة في رباطات مثل سيدي بن يوسف ورباط الجمرة، حيث كانت تُصنَّف كأعظم المراكز العلمية في المغرب الإسلامي.

تمتد أسوارها العتيقة لأكثر من 7 كم مبنية من حجر محلي متماسك، ويبرز المسجد الكبير (1136 م) بمئذنته الرشيقة البالغة 33 مترًا، مزخرفة ببلاط أزرق فخاري يصور زهورًا وآيات قرآنية، مع 12 بوابة مزخرفة بنقوش نباتية دقيقة.

تضم المدرسة المعقليّة (القرن 14) نقوشًا جصيةً رائعةً تصور ورودًا وآيات قرآنية، محاطة بحدائق الزيتون والكروم.

يجتمع هنا التراث الأمازيغي الأصيل مع الموسيقى الأندلسية «المالوف» التي تتردد في المهرجانات الصيفية السنوية، تُعزَف على القانون والعود في ساحات المسجد الكبير تحت ضوء القمر. السياحة في تلمسان غوص حقيقي في ذاكرة حضارية دامت ثلاثة قرون؛ يتذوق الزائر الشاي بالنعناع مع حلوى المقروط أمام القنوات المائية الرومانية المعاد تدويرها، ويزور أضرحة مثل سيدي أحمد بوقرة وسيدي عبد السلام، ويستمتع جوّ مدينة جمعت بين العلم والفن والطبيعة الخلابة في تناغم مثالي يعكس روح المغرب العربي الأصيلة.

ليبيا: ليبتيس ماغنا، عجيبة روما الأفريقية والإمبراطور الليبي

تُزيّن ليبتيس ماغنا تراث ليبيا بأنقاض رومانية فخمة تمتد على مساحة واسعة من الشاطئ المتوسطي. أسستها الفينيقيون حوالي 1100 ق.م كمحطة تجارية مهمة على طريق الحبوب إلى روما، ثم بلغت ذروتها في القرن الثاني الميلادي تحت الإمبراطور سبيتيموس سيفيروس (193–211 م) المولود في المدينة نفسها، والذي أنفق ثروات الإمبراطورية على تجميلها.

بنى قوس النصر الرائع عام 203 م، الذي يُعتبر من أفضل الأقواس الرومانية حفظًا في العالم بثلاثة أقواس رئيسية مزخرفة بـ108 لوحة منحوتة تصور انتصاراته العسكرية، ومسرحًا ضخمًا يتسع لـ6000 متفرج، ورصيفًا بحريًا يمتد 700 متر مع مستودعات تجارية محفوظة، ومنتدىً بـ28 عمودًا رخاميًا مستوردًا من اليونان.

كانت المدينة مركزًا تجاريًا حيويًا يصدر مئات الآلاف من أطنان الحبوب سنويًا، وتجارة عابرة الصحراء للذهب والتوابل، واستمرت في ازدهارها سبعة قرون من الفينيقيين إلى الوندال (428 م) والفتح العربي (642 م).

مدرجة في قائمة اليونسكو للتراث العالمي منذ 1982، وأعمدتها الرخامية البيضاء تقاوم رياح الصحراء القاسية وأمواج البحر المتوسط لتعكس عظمة روما في قلب أفريقيا. رغم التحديات السياسية الحديثة تظل زيارتها غوصًا مثيرًا في مجد روما الأفريقية؛ يتجول الزائر بين الشوارع المرصوفة والحمامات العامة والفيلات الخاصة، مع إمكانية استكشاف المتحف المحلي الذي يحتوي على عملات ذهبية رومانية ومجوهرات فينيقية وتماثيل إمبراطورية نادرة تروي قصة مدينة جمعت بين التجارة والفن والقوة العسكرية في قلب البحر المتوسط.

المغرب: فاس ومراكش وشفشاون وولیلي — إرث الملوك والعلم العتيق

في المغرب تتجسم الذاكرة الحضارية في مدن عتيقة تنبض بالحياة مثل فاس ومراكش وشفشاون وولیلي، حيث يلتقي عبق التاريخ بروح الاستمرارية. تُعد السياحة المغربية رافعة رئيسية للتنمية المستدامة؛ فقد استقطبت 17.4 مليون زائر في 2024، مما يجعلها أول وجهة سياحية في إفريقيا.

فاس، التي أسسها إدريس الثاني عام 808 م، تُعد أحد أقدم الحواضر الإسلامية ومركزًا علميًا بارزًا في العالم الإسلامي. احتضنت جامعة القرويين التي تُعتبر أقدم جامعة قائمة في العالم، حيث تخرج منها علماء كبار مثل ابن خلدون ولسان الدين بن الخطيب. تضم المدينة العتيقة شبكة متداخلة من الأزقة تتجاوز 9000 زقاق تحيط بها أسوار تاريخية وأبواب ضخمة مثل باب بوجلود. تزدهر فاس بصناعاتها التقليدية، خاصة دباغة الجلود في مدابغ الشوارة حيث تُستخدم تقنيات تعود إلى قرون وسط ألوانًا طبيعية زاهية تعكس استمرارية الحرف المغربية الأصيلة. كما تتزيّن مساجدها ومدارسها مثل المدرسة البوعنانية بزخارف هندسية دقيقة ونقوش جصية وخشبية تعكس عمق الفن الإسلامي المغربي.

مراكش، التي أسسها المرابطون في القرن 11، تُعرف بـ«المدينة الحمراء» بأسوارها الطينية وقصورها الفخمة مثل قصر الباهية وقصر البديع وحدائقها الساحرة كحديقة ماجوريل التي تمزج بين الطبيعة والفن. تُعد ساحة جامع الفنا قلب المدينة النابض حيث تتداخل الحكايات الشعبية مع الموسيقى والعروض التقليدية في مشهد ثقافي حي يعكس روح المغرب المتجددة. شهدت المدينة ازدهارًا كبيرًا في عهد الموحدين الذين شيدوا معالم بارزة مثل مسجد الكتبية بمئذنتها الشاهقة التي أصبحت نموذجًا معماريًا يُحتذى به في الأندلس والمغرب.

شفشاون، تلك المدينة الزرقاء الساحرة في جبال الريف، أسسها محمد بن نصار عام 1475 م كمعقل ضد الغزو البرتغالي. تميزت بجدرانها ونوافذها الزرقاء الفاتنة التي تعكس السماء والبحر، وتُعتبر ملاذًا للفنانين والمثقفين. تجمع بين إرث الأندلسيين واليهود المغاربة، وتتنقل فيها رائحة الأعشاب الجبلية والزيتون، وتستقطب الزوار من كل العالم للاستمتاع بهدوئها وجمالها البانورامي الذي يجعلها واحدة من أجمل المدن المغاربية.

وليلي، موقع أثري روماني قريب من مدينة مولاي إسماعيل، يُدرج ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي منذ 1997. أسسها الفينيقيون ثم ازدهرت تحت الرومان كمركز ز agricultural وتجاري مهم ينتج الحبوب والزيتون. تضم بقايا منتدى مع 28 عمودًا رخاميًا، ومسرحًا يتسع لـ4000 متفرج، وفسيفساء رائعة تصور مشاهد من الأساطير الإغريقية والرومانية. تروي أحجارها قصة مدينة جمعت بين الفينيقيين والرومان والأمازيغ في تناغم حضاري فريد.





تبقى الأرض المغاربية إرثًا إنسانيًا مشتركًا، شاهدًا على تعاقب الحضارات، وعمق الجذور، وجمال التنوع، ودعوة دائمة لاكتشافه وصونه هنا لا ينطفئ التاريخ يعيد تشكيل نفسه في كل زاوية

يمتزج في المغرب الإرث الأمازيغي بالعربي والأندلسي في تناغم ثقافي غني يظهر في الموسيقى مثل كناوة والأندلسية، وفي المطبخ التقليدي كالكسكس والطاجين، وفي الأسواق الشعبية التي تعرض الزرابي والمنتجات الحرفية الدقيقة. السياحة في المغرب ليست مجرد زيارة لمعالم تاريخية، ولكنها تجربة حسية متكاملة يعيش فيها الزائر إيقاع التاريخ في تفاصيل الحياة اليومية: من أصوات الحرفيين إلى روائح التوابل وألوان الأسواق، مما يجعل المغرب بوابة حية لفهم عمق الحضارة المغاربية وتنوعها.

الخاتمة

تبقى هذه الأرض المغاربية إرثًا إنسانيًا مشتركًا، شاهدًا على تعاقب الحضارات، وعمق الجذور، وجمال التنوع، ودعوة دائمة لاكتشافه وصونه هنا لا ينطفئ التاريخ يعيد تشكيل نفسه في كل زاوية: من قرطاج إلى تلمسان، ومن ليبتيس ماغنا إلى مدن المغرب العريقة (فاس، مراكش، شفشاون، وليلي)، حيث تمتزج الذاكرة بالهوية وتتحول الجغرافيا إلى قصيدة مفتوحة على العصور.

السياحة في عصر الذكاء الاصطناعي



بقلم: د. عائشة الصديقي
باحثة إعلامية مستقلة- مكتب مملكة البحرين

الذكاء الاصطناعي بات يشكل ذائقة السيّاح من خلال خوارزميات تحدد خيارات الناس

الخوارزميات ماهرة جداً في إعادة هندسة الرغبات الداخلية لتتطابق مع النموذج الاستهلاكي

هل تغيرت السياحة في عصر الذكاء الاصطناعي؟ وهل أصبحت السياحة اليوم مجرد ترند يتهافت عليه الناس لتحديد الوجهة المثالية للسفر؟ وهل أضحت السياحة محتوى هشاً يقوده مؤثرون؟ لعل تلك التساؤلات تقودنا إلى تلك الحقيقة التي ربما يتجاهلها صناع السياحة في عالمنا اليوم، إن الذكاء الاصطناعي بات يشكل ذائقة السيّاح من خلال تلك الخوارزميات التي تحدد خيارات الناس بما تفرضه الشاشة لهم من خلال زر الإعجاب وعدد مرات المشاهدات ما تصبح تلك الوجهة هي الخيار الأمثل للسائح.

كم من الدول التي يتهافت عليها الناس كانت هي نتاج محتوى يقوده مؤثرون، كان السفر في السابق هو تجربة إنسانية عميقة لاكتشاف روح المكان وثقافته وتاريخه، كانت زيارة تلك الأماكن هي رحلة نحو ماضي هذا المكان، والتاريخ يقوده نحو بلد وآخر، أما اليوم فقد تحولت تلك الأماكن إلى مجرد كادر تصويري عبر منصات التواصل الاجتماعي ومحتوى استهلاكي سريع، أصبحت تلك الأماكن والمزارات السياحية معلبات جاهزة لا تقدم تاريخاً ولا إرثاً، نحن مع استخدام الذكاء الاصطناعي للترويج الأصيل للأماكن السياحية ولتاريخها العريق، فكم من الأماكن اختزلت في ترند دون روح لمعنى ذلك المكان.

إن تلك التقنيات طوعت من أجل الإسهام في نشر التاريخ والإرث الإنساني في صياغة المعنى الحقيقي لروح هذه الأماكن السياحية، والإبحار في عمقها، أن



تحولت الأماكن إلى مجرد كادر تصويري عبر منصات التواصل ومحتوى استهلاكي سريع

تفهم تاريخ هذا المكان وتعيه، لا أن تأطره في صورة أو محتوى فيديو لحصد آلاف المشاهدات والإعجاب.

إن الخطورة تكمن في تنميط الوعي السياحي وتسطيحه، إن هذه الخوارزميات ماهرة جدا في اقتراح الوجهات وإعادة هندسة الرغبات الداخلية لتتطابق مع النموذج الاستهلاكي السائد، نحن اليوم أمام سياحة افتراضية، يذهب السائح إلى المكان لا لاكتشافه، بل ليتأكد من مطابقة الواقع لما رآه في الصور القابعة خلف الشاشة الذكية، ويعيد انتاج تلك الصور بعينيه ليحصد الإعجاب وأنه وصل لذات المكان.

وهنا يتجلى دور الإعلام السياحي المعاصر في إعادة الأنسنة لهذه التجربة، نحن بحاجة إلى توجيه التقنيات لتكون جسراً معرفياً يسبر أغوار الأمكنة ويغوص في فلسفة الحضارات والتعددية الثقافية، لا تحويل العالم إلى مزارات متشابهة صاغتها خوارزميات، السفر هو فسحة لاكتشاف الروح الإنسانية ومتعة نحو اكتشاف عوالم جديدة.

حين تسلب التكنولوجيا روح السفر يفقد الإنسان ميزته الأهم متعة الدهشة الفطرية والانفلات من قوالب التوجيه الرقمي.

فالسياحة اليوم فقدت هويتها الحقيقية واختزل معناها في فيديو مصور ليصبح ترند ويحقق الأرباح. يقول ابن بطوطة: «الترحال كتاب، واعلم أن للأماكن أرواحاً كالبشر»، فروح الأمكنة فقدت في زمن الذكاء الاصطناعي.

السياحة البينية العربية..
الحلم المؤجل أم الفرصة المهدرة؟



أ. مصطفى عبد المنعم
مدير قسم السياحة العربية

في كل موسم إجازات تغادر ملايين العائلات العربية إلى عواصم ومدن بعيدة، تحمل معها مئات الملايين من الدولارات من الإنفاق السياحي نحو أوروبا وامريكا وشرق آسيا والقوقاز وتركيا وغيرها من الوجهات العالمية، بينما تبقى عشرات المقاصد العربية، بما تملكه من تنوع طبيعي وتراثي وثقافي استثنائي، خارج دائرة الاختيار لدى السائح العربي، رغم قرب المسافة وتشابه الثقافة واللغة والعادات والتقاليد.

هذا المشهد يطرح سؤالًا مشروعًا: لماذا لا يتحول جزء أكبر من هذا الإنفاق العربي الضخم إلى داخل الوطن العربي؟ ولماذا لا تزدهر السياحة البينية العربية بالشكل الذي يليق بإمكانات المنطقة وقدراتها السياحية الهائلة؟

> لدينا في العالم العربي مقاصد استثنائية يصعب أن تجد لها نظيرًا في كثير من مناطق العالم؛ من أهرامات مصر ومعابد الأقصر وأسوان، إلى العلا والدرعية والبحر الأحمر في السعودية، ومن جبال عُمان وصلالة، إلى سحر الحمامات في تونس وجمال المغرب العربي ومدنه العتيقة، ومن البتراء في الأردن إلى لبنان وتونس والجزائر والإمارات وقطر والبحرين والكويت، فضلًا عن الكنوز الطبيعية والتراثية التي تزخر بها بقية الدول العربية

الحقيقة أن الوطن العربي يمتلك كل المقومات اللازمة ليكون من أكبر التكتلات السياحية في العالم، فمن الشواطئ الساحرة الممتدة على البحر الأحمر والمتوسط والخليج العربي والمحيط الأطلسي، إلى الصحارى الفريدة، والمواقع الأثرية والحضارية التي تمثل مهدًا للتاريخ الإنساني، مرورًا بالسياحة الدينية والعلاجية والبيئية والترفيهية والثقافية، تبدو الخريطة العربية وكأنها قارة سياحية مكتملة العناصر.

لدينا في العالم العربي مقاصد استثنائية يصعب أن تجد لها نظيرًا في كثير من مناطق العالم؛ من أهرامات مصر ومعابد الأقصر وأسوان، إلى العلا والدرعية والبحر الأحمر في السعودية، ومن جبال عُمان وصلالة، إلى سحر الحمامات في تونس وجمال المغرب العربي ومدنه العتيقة، ومن البتراء في الأردن إلى لبنان وتونس والجزائر والإمارات وقطر والبحرين والكويت، فضلًا عن الكنوز الطبيعية والتراثية التي تزخر بها بقية الدول العربية.

ورغم ذلك، لا تزال نسبة معتبرة من حركة السفر العربية تتجه إلى خارج الإقليم العربي، وهو ما يعني تسربًا اقتصاديًا كبيرًا كان يمكن أن يتحول إلى قوة اقتصادية وسياحية داخلية تدعم الاقتصادات الوطنية، وتخلق فرص عمل، وتعزز الاستثمار الفندقي والطيران والخدمات والتراث.

وتشير مؤشرات السياحة الإقليمية إلى أن السائح العربي، خصوصًا الخليجي، يُصنف ضمن الأعلى إنفاقًا عالميًا على السفر والترفيه والتسوق والإقامة الفندقية، وهو ما جعل كثيرًا من الوجهات العالمية تطور خدمات خاصة للعرب وتوفر مترجمين ومطاعم عربية وحتى مرافق تتناسب مع الثقافة العربية من أجل استقطاب هذا السائح ذي



> الإعلام السياحي العربي يمكنه أن يصنع تحولًا حقيقيًا إذا انتقل من التغطية التقليدية إلى صناعة المحتوى المؤثر، عبر إبراز قصص النجاح، وتسليط الضوء على التجارب السياحية الفريدة

القوة الشرائية المرتفعة.

وفي المقابل، بدأت بعض التجارب العربية تؤكد أن السياحة البينية يمكن أن تحقق نجاحًا لافتًا متى توفرت الإرادة والتكامل. ففي دول الخليج العربية، أظهرت بيانات حديثة نموًا واضحًا في حركة السياحة البينية، حيث ارتفعت الرحلات بين دول المجلس بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة، مدفوعة بتسهيلات السفر، وتحسين الربط الجوي، وتطوير الفعاليات والمواسم السياحية المشتركة.

لكن السؤال الأهم يبقى: ما الذي يمنع ازدهار السياحة البينية العربية بصورة أوسع؟

الإجابة ليست مرتبطة بضعف المقومات، بل غالبًا بضعف الترويج والتسويق والصورة الذهنية. فما زالت بعض المقاصد العربية تُسوَّق تقليديًا، بينما يتحرك العالم اليوم عبر أدوات التأثير الرقمي، وصناعة التجربة، والمحتوى البصري الملهم.

لقد تغيرت صناعة السياحة عالميًا، ولم تعد تعتمد على الإعلانات التقليدية وحدها، بل أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي، والمحتوى القصير، وصناع التأثير، والذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، من أهم أدوات صناعة القرار السياحي لدى المسافر.

السائح العربي اليوم لا يقرر وجهته من كتالوج ورقي أو إعلان تلفزيوني، بل من فيديو قصير على منصة رقمية، أو تجربة مؤثر موثوقة، أو توصية ذكية تظهر له بناءً على اهتماماته وسلوكياته السابقة.

ومن هنا يأتي الدور المحوري للإعلام السياحي العربي، الذي لم يعد مطلوبًا منه مجرد نقل الأخبار أو تغطية الفعاليات، بل أصبح مطالبًا بصناعة الرغبة في السفر، وإعادة تشكيل الصورة الذهنية للمقاصد العربية، وتسويق التجارب الإنسانية والثقافية بطريقة مبتكرة وعصرية.

الإعلام السياحي العربي يمكنه أن يصنع تحولًا حقيقيًا إذا انتقل من التغطية التقليدية إلى صناعة المحتوى المؤثر، عبر إبراز قصص النجاح، وتسليط الضوء على التجارب السياحية الفريدة، وإنتاج أفلام قصيرة عالية الجودة، وتقديم محتوى رقمي بلغات متعددة، وإطلاق حملات عربية موحدة تروج لفكرة أن "وجهتك الأقرب قد تكون الأجمل".

كما أن التكامل العربي في مجال الإعلام السياحي أصبح ضرورة، من خلال إنتاج حملات ترويجية مشتركة، وتنظيم أسابيع سياحية عربية متبادلة، وتوحيد الرسائل الإعلامية، وإطلاق منصات رقمية عربية متخصصة تُعرّف السائح العربي بخيارات السفر داخل وطنه.

ولا يمكن إغفال أهمية السياسات المساندة، مثل تسهيل التأشيرات، وخفض تكاليف الطيران بين العواصم العربية، وتحفيز برامج العطلات المشتركة، وابتكار باقات سياحية عائلية تنافس الوجهات الخارجية.

إن نجاح السياحة البينية العربية لا يمثل مجرد نشاط اقتصادي، بل مشروعًا حضاريًا يعزز التقارب الثقافي والإنساني بين الشعوب العربية، ويخلق حالة من التعارف والانفتاح المشترك، ويدعم الاقتصاد العربي في مواجهة التحديات العالمية.

فربما لا ينقص الوطن العربي مقاصد سياحية مبهرة، بل ينقصه مشروع إعلامي عربي متكامل يعيد اكتشاف الجمال العربي، ويقنع السائح العربي بأن بين أسوان ومسقط، ومن الرباط إلى العلا، ومن صلالة إلى البتراء، كنوزًا سياحية تضاهي أجمل وجهات العالم، بل تتفوق عليها أحيانًا بخصوصيتها الثقافية وروحها الأصيلة.

ويبقى السؤال الذي يجب أن يشغل صناع القرار والإعلام السياحي العربي معًا: إذا كان السائح العربي من الأعلى إنفاقًا في العالم، فلماذا لا يكون الجزء الأكبر من هذا الإنفاق داخل الوطن العربي نفسه؟



«Si cette stratégie de communication du nouveau modèle de tourisme durable porte ses fruits, la Tunisie pourrait devenir un leader régional du tourisme de nouvelle génération.»

voyageurs de ces temps ont écrit des livres et ont dessiné des tableaux illustrant leurs voyages pour découvrir de nouvelles terres ou de nouveaux Empires. Marco Polo, l'écrivain voyageur italien, fut l'un des célèbres qui, au XIIème siècle, a édité son célèbre livre Il Milione dans lequel il décrit ses voyages dans l'Asie Centrale et la Russie. Ce livre est devenu une véritable encyclopédie géographique des pays de l'Asie. Un autre globe-trotter, Christophe Colomb qui, en cherchant une nouvelle route vers les indes orientales, a découvert accidentellement l'Amérique. De nos jours, la presse touristique est devenue un métier aussi structuré que lucratif. Ainsi, des changements importants se sont produits dans les modes et moyens de la presse touristique (journaux, magazines, sites internet et journalistiques et reporters spécialisés dans le tourisme et les voyages) profitant des avancées technologiques, des réseaux sociaux actuels et même de l'Intelligence Artificielle.

²- La Presse touristique, véritable promoteur du tourisme durable en Tunisie.

Le tourisme durable représente, depuis une décennie, pour la Tunisie un modèle touristique qui ne se contente pas uniquement de servir les visiteurs, mais qui valorise les hôtes. Au cœur de cette transformation se trouve un engagement fort en faveur de la préservation du patrimoine, de la protection de l'environnement et de l'implication des communautés locales. La Tunisie abandonne son image de destination de tourisme de masse pour offrir une nouvelle expérience plus riche et plus authentique, une expérience qui connecte le voyageur à son passé ancien, à ses paysages variés, et aux populations qui font vivre la Tunisie. Dans ce contexte, quel rôle pour les médias touristiques pour accompagner ce changement ?

▪ La FIJET un important réseau international des médias touristiques.

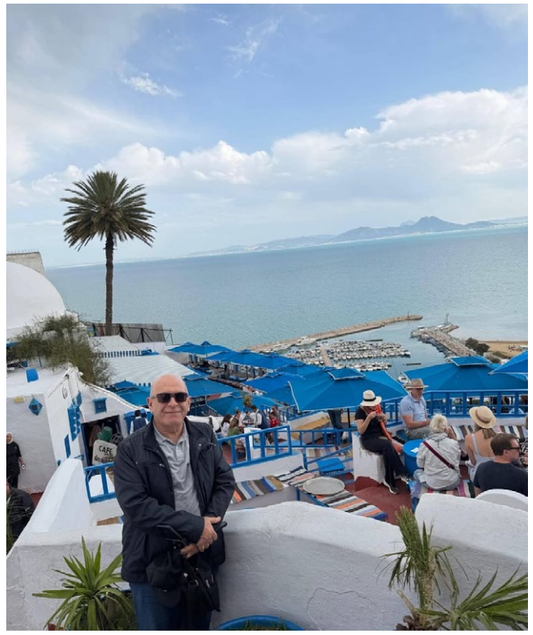
Créée en ¹⁹⁵⁴, la Fédération Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme a commencé comme une association entre seulement trois pays européens, en l'occurrence la France, l'Italie et la Belgique, mais aujourd'hui la FIJET est partout dans le monde, et notamment en Tunisie. Avec ⁷⁵⁰ membres adhérents, elle constitue un grand réseau international de médias spécialisés de la presse touristique. Son objectif est de participer à promouvoir un tourisme durable sans aucune exclusivité ni discrimination qui contribue à la préservation du patrimoine culturel et écologique. En ²⁰¹⁰, la FIJET a créé l'Académie des jeunes

"Le modèle touristique durable en Tunisie ne se contente pas uniquement de servir les visiteurs, mais il valorise les hôtes."



«La presse touristique n'est plus un simple outil de promotion, mais un partenaire de premier ordre pour promouvoir un modèle de tourisme durable, préservant l'identité et l'environnement.»

journalistes afin de former les jeunes journalistes à se spécialiser en tourisme, les encadrer et les aider à améliorer leurs compétences et à approfondir la compréhension des spécificités de l'industrie touristique et du rôle de la presse spécialisée en tourisme.



▪ Les Médias Touristiques Tunisiens : outil de promotion du tourisme durable.

Le ⁹ janvier ²⁰²⁰, le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat a signé un accord de partenariat avec le Syndicat National des Journalistes Tunisiens (SNJT) visant à former les professionnels des médias tunisiens et à améliorer leurs compétences en matière de journalisme touristique.

En ²⁰²⁵, le Magazine National Géographic est venu couronner la Tunisie par sa reconnaissance internationale parmi les ²⁵ destinations les plus visitées au monde. De plus, La stratégie nationale de développement du tourisme durable à l'horizon ²⁰³⁵, cadre de référence pour le Ministère du Tourisme Tunisien a prévu un axe stratégique sur le Marketing et la communication touristique.

De ce fait, cette stratégie nationale de développement du tourisme durable à l'horizon ²⁰³⁵, fondée sur la conviction que le tourisme durable, s'il est bien pensé, peut préserver l'identité, protéger l'environnement et renforcer la résilience économique; ambitionne de bâtir un modèle touristique durable qui ne se contente pas de servir les visiteurs, mais qui valorise les hôtes.

En guise de conclusion, si cette stratégie de communication du nouveau modèle de tourisme durable porte ses fruits, la Tunisie pourrait devenir un leader régional du tourisme de nouvelle génération. Le virage vers l'authenticité et la durabilité commence déjà à susciter l'intérêt des voyagistes et des médias spécialisés.

La Presse touristique: véritable acteur de développement du tourisme durable Tunisien

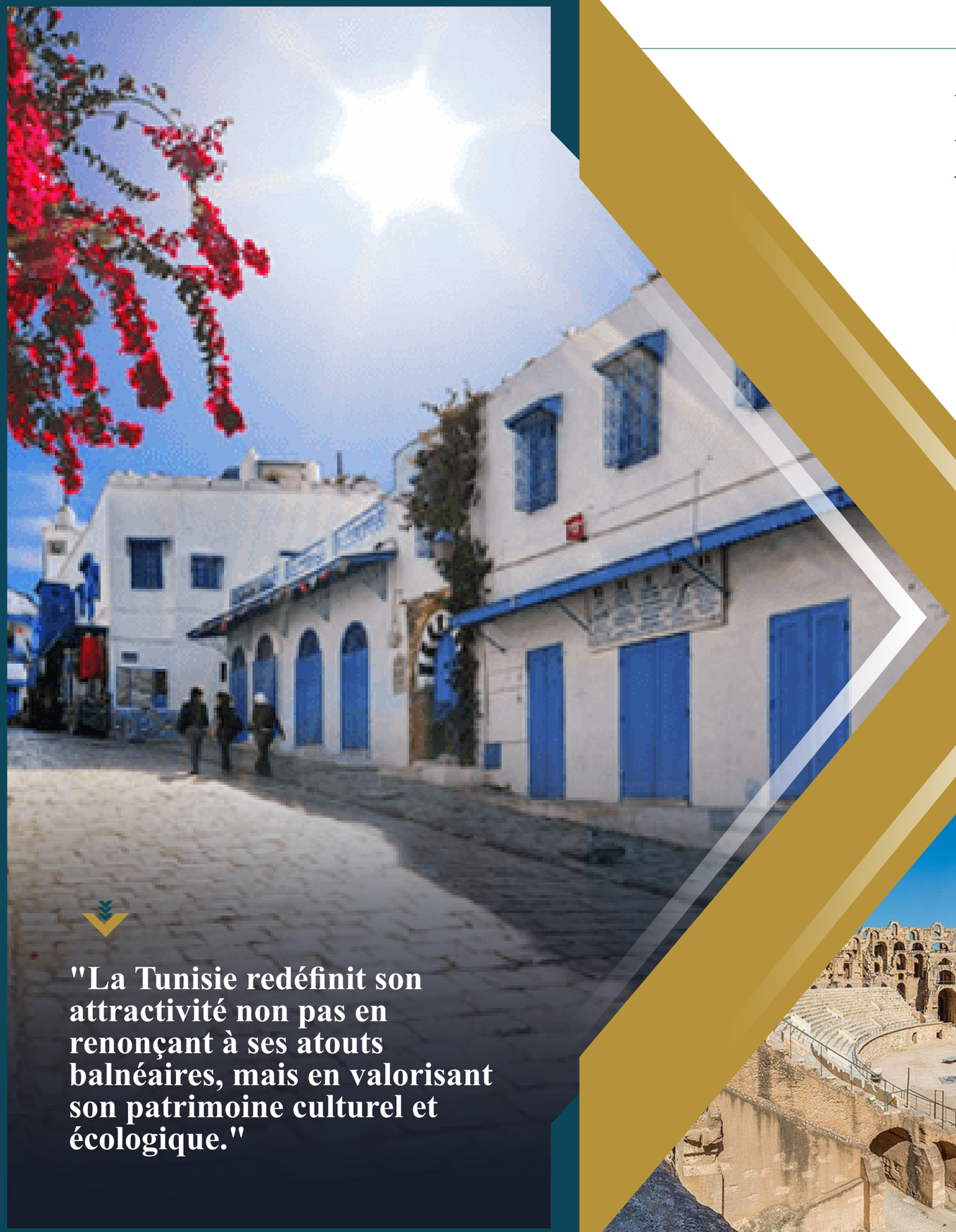
Moez Bargaoui: Chercheur en Patrimoine culturel et développement durable

Pendant des décennies, la Tunisie a séduit les voyageurs avec la beauté des plages ensoleillées et ses vacances méditerranéennes abordables. Mais aujourd'hui, **la Tunisie s'engage dans une audacieuse opération de rebranding**. Alors que le tourisme mondial se tourne vers des expériences immersives, responsables et porteuses de sens, la Tunisie redéfinit son attractivité non pas en renonçant à ses atouts balnéaires, mais en valorisant son patrimoine culturel et écologique.

Dans cette perspective pour la Tunisie, qui réinvente son tourisme, les médias et le journalisme touristique continuent à jouer un rôle fondamental dans la promotion de ce nouveau modèle de tourisme durable. Ils représentent des partenaires de premier ordre. Quel aperçu historique peut-on dresser de la presse touristique au monde et en Tunisie et quelle est sa contribution au développement du tourisme durable Tunisien ?

¹-Histoire de la presse touristique au monde :

Depuis la nuit des temps, tous les gens ont aimé raconter ce qu'ils ont vu pendant leurs voyages. L'histoire de la presse historique remonte au VIIIème siècle, lorsque les célèbres



"La Tunisie redéfinit son attractivité non pas en renonçant à ses atouts balnéaires, mais en valorisant son patrimoine culturel et écologique."





charm with archaeological heritage; Algeria possesses vast natural and cultural resources; Libya holds remarkable historical sites; and Mauritania contributes desert tourism and authentic Saharan traditions. Rather than competing separately, these destinations can complement one another through integrated tourism circuits, shared promotional campaigns, and cross-border cultural experiences.

A unified Maghreb tourism product could encourage longer tourist stays, attract wider international markets, and diversify tourism experiences. A traveler seeking history, desert adventures, coastal relaxation, gastronomy, or cultural immersion could experience all of these dimensions within one regional journey. Such an approach would strengthen the international visibility of North Africa and increase its competitiveness in global tourism flows.

Beyond its economic value, regional tourism integration carries important developmental implications. Tourism has the capacity to generate employment opportunities, empower local communities, support youth entrepreneurship, and stimulate sectors such as transportation, handicrafts, digital services, and cultural industries. In this context, tourism becomes a driver of inclusive economic growth and regional stability.

However, achieving such a vision requires stronger cooperation mechanisms among Maghreb countries. Facilitating mobility, improving transport connectivity, investing in sustainable infrastructure, harmonizing tourism policies, and strengthening tourism media cooperation are essential steps toward building a coherent regional tourism ecosystem.

The role of tourism media is particularly crucial in this process. Media institutions and tourism communicators contribute to shaping international perceptions, promoting intercultural understanding, and constructing a shared narrative that highlights the Maghreb not as fragmented destinations, but as a united space of diversity, coexistence, and opportunity.

As the Maghreb Union for Tourism Media marks its tenth anniversary, the moment offers an opportunity to reflect on the future of tourism cooperation in North Africa. The challenges facing the region are real, but so are its possibilities. By embracing integration, sustainability, and collective ambition, the Maghreb can transform tourism into a pillar of comprehensive economic development and a symbol of regional unity for generations to come.

From the Mediterranean to the Sahara: One Regional Journey, Infinite Dimensions



The Maghreb Dimension in the Tourism Industry: A Unified Tourism Product Between Diversity and Complementarity for Inclusive Economic Development in North Africa

Nour Benhamed



A Shared Narrative: Tourism Media as a Driver for Inclusive Economic Growth

The Maghreb region, stretching across North Africa and embracing centuries of shared history, culture, and civilization, possesses exceptional tourism potential. Despite political and economic differences, the countries of the region share deep cultural ties, linguistic intersections, architectural similarities, culinary heritage, and geographical continuity that together form the foundations of a unique and integrated tourism destination.

In an increasingly competitive global tourism market, the future of tourism in the Maghreb cannot rely solely on isolated national strategies. Instead, it requires a regional vision capable of transforming diversity into complementarity and creating a common tourism product that reflects the richness of North Africa as a whole.

The strength of the Maghreb lies precisely in its diversity. Morocco offers imperial cities and Atlantic landscapes; Tunisia combines Mediterranean





Tunis 2027: The Capital of Arab Tourism

Youthful Visual Identity, Premium Investments, and a Historic Milestone of 11 Million Visitors

By the Tourism Media Magazine Editorial Board | Tunis

Surpassing 11 Million Visitors: Rising from a Position of Strength

The official launch of the «Tunis 2027» program aligns with record-breaking statistical triumphs. The Tunisian destination has successfully broken the barrier of 11 million tourists. This major breakthrough highlights the market›s high resilience, successful upgrade programs, and dedication to environmental care and service quality, positioning Tunisia at the forefront of the Mediterranean tourism landscape.



In a milestone achievement celebrating its deep-rooted civilization and forward-looking vision, Tunisia is actively preparing for its prestigious designation: «Tunis, Capital of Arab Tourism 2027. This prominent regional tribute is a testament to the unprecedented revival of the Tunisian tourism sector and a reaffirmation of the country's strategic transformation into a safe, sustainable, and highly competitive global destination.

A Vibrant Visual Identity Powered by Tunisian Youth

Embracing a participatory approach that empowers the younger generation, the Ministry of Tourism—in partnership with the Ministry of Higher Education and Scientific Research—unveiled the official logo and visual identity for Tunis 2027.

Following a highly competitive national contest featuring over 100 innovative submissions from various universities, the first prize was awarded to students Nour Jannet Dakhlaoui and Salima Ben Hriz during a creative Hackathon at the Higher Institute of Tourism Studies in Sidi Dhrif.

This official emblem represents a visual bridge between Tunisia's authentic heritage and its global openness. Developed entirely by young Tunisian minds leveraging cutting-edge design tools and Artificial Intelligence, the identity highlights the national university as a core engine of sustainable growth and creativity.

A Nationwide Inclusive Dynamic and Premium Investments

The Ministry of Tourism emphasizes that «Tunis, Capital of Arab Tourism 2027» is not exclusive to Greater Tunis (Tunis, Ariana, Ben Arous, and Manouba), but extends across the entire country, including major hubs like Nabeul and Bizerte, through an integrated cross-ministerial strategy.

The strategic vision for 2027 focuses on key pillars:

* Boosting Premium Investments: Accelerating major high-end hospitality projects and expanding accommodation capacities nationwide.
* Market Diversification: Expanding beyond traditional European markets to attract tourists from the Arab Gulf, Asia, and the Americas.
* Sustainable and Domestic Tourism: Highlighting tangible and intangible cultural assets, reinforcing environmental eco-standards, and supporting domestic tourism as a pillar of economic stability.

With the determination of its people and the brilliant creativity of its youth, Tunisia is set to turn this regional celebration into an inspiring success story that will resonate from Carthage to every Arab capital and across the globe.



Le cap des 11 millions de visiteurs: Une relance historique

Le coup d›envoi des préparatifs de ce mégaprojet national coïncide avec des performances record.

La Tunisie a franchi le seuil symbolique des 11 millions de touristes. Un indicateur de performance exceptionnel qui témoigne de la résilience du secteur, de la diversification des marchés émetteurs et du succès des programmes de mise à niveau hôtelière et de l›amélioration de la qualité des services et de l›environnement



Tunis 2027: Capitale du Tourisme Arabe

Identité visuelle innovante, investissements qualitatifs et un cap historique de 11 millions de visiteurs dépassé

Par la rédaction du Magazine de l'Information Touristique | Tunis

En consécration de son histoire millénaire et de son positionnement géostratégique au cœur de la Méditerranée, la Tunisie s'apprête à orchestrer un événement d›envergure internationale: « Tunis, Capitale du Tourisme Arabe 2027 ».



Plus qu›une distinction, ce titre couronne une dynamique sans précédent et valide la stratégie nationale visant à transformer la destination tunisienne en un hub touristique sûr, attractif et durable.

Une identité visuelle signée par le génie de la jeunesse tunisienne

Dans le cadre d'une approche participative innovante, le Ministère du Tourisme, en coordination avec le Ministère de l›Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, a dévoilé le logo et l›identité visuelle officielle de l›événement. Issu d›un concours national ayant mobilisé plus de 100 propositions académiques, le premier prix a été décerné aux étudiantes Nour Jannet Dakhlaoui et Salima Ben Hriz, suite à un Hackathon créatif organisé à l'Institut Supérieur des Études Touristiques de Sidi Dhrif.

Ce logo incarne une vision moderne qui fusionne l›authenticité tunisienne et son ouverture sur le monde. Conçu par de jeunes compétences nationales maîtrisant les arts visuels et l›intelligence artificielle, il prouve que l›université tunisienne est le véritable moteur de l›innovation et du développement du pays.

Approche régionale et investissements qualitatifs

L›événement « Tunis, Capitale du Tourisme Arabe 2027 » ne se limitera pas au Grand Tunis (Tunis, Ariana, Ben Arous, Manouba). Il englobera, à travers une dynamique inclusive, l›ensemble des régions de la République, telles que Nabeul, Bizerte et bien d›autres.

Cette feuille de route stratégique s›articule autour de plusieurs axes majeurs :

* La promotion des investissements qualitatifs :

Accélérer les projets touristiques majeurs et moderniser la capacité d›accueil.

* La diversification des marchés : Conquérir de nouveaux flux touristiques en provenance des pays arabes, d›Asie et des Amériques, tout en consolidant les marchés européens traditionnels.

* Le tourisme durable et intérieur : Valoriser le patrimoine matériel et immatériel, préserver l›environnement et booster le tourisme local.

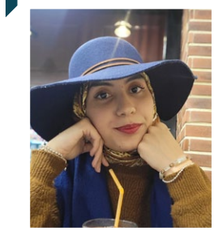
Grâce à l'ingéniosité de sa jeunesse et à la synergie de tous ses acteurs, la Tunisie s›apprête à transformer ce couronnement régional en une success-story vibrante, qui rayonnera de Carthage vers le monde arabe et l›échelle internationale.





10 Years of the Maghreb Union for Tourism Media (2016–2026)

Riheb Benhamed



Ten years after the establishment of the Maghreb Union for Tourism Media, the Maghreb region stands at a decisive crossroads where tourism is no longer perceived merely as an economic activity, but as a strategic bridge for cultural dialogue, regional cooperation, and sustainable development.

Over the past decade, tourism media has played a vital role in highlighting the richness of North Africa's heritage, landscapes, traditions, and human diversity. From the Mediterranean shores to the Sahara, from ancient medinas to contemporary cultural expressions, the Maghreb possesses a unique tourism identity capable of positioning the region among the world's most attractive destinations.

This special issue celebrates not only a ten-year institutional journey, but also a shared vision: building a stronger Maghreb tourism narrative based on cooperation rather than competition, integration rather than fragmentation and collective prosperity rather than isolated growth.

Today, the region is called upon to imagine a common tourism future that values mobility, intercultural exchange, environmental sustainability and economic inclusion. The diversity of the Maghreb is not a barrier; it is its greatest strength. By transforming this diversity into a complementary tourism product, North African countries can create new opportunities for youth, entrepreneurship, investment and cultural diplomacy.

As we commemorate this tenth anniversary, we reaffirm our belief that tourism media remains a powerful tool for bringing peoples closer together, preserving collective memory, and shaping a shared Maghreb horizon rooted in openness, creativity, and unity.

10 Years of the Maghreb Union for Tourism Media (2016–2026)

MEDIA TOURISME MAGAZINE

Magazine électronique mensuel dédié aux médias touristiques en Tunisie et au Monde Arab * Première année - Premier numéro - Mai 2026

Tunis 2027: Capitale du Tourisme Arabe



Identité visuelle innovante, investissements qualitatifs et un cap historique de 11 millions de visiteurs dépassé