

دراسة التراث الاجتماعي النوبي كعنصر جذب سياحي

جيهان عبد العال سلطان

gihanlogly@gmail.com

أ.و. مصطفى أبو عمر أ. و. عزة ماهر و. وولت عز الدين شكري

ملخص:

تقدم الدراسة مفهوما عاما عن التراث وأهمية التراث الاجتماعي النوبي كعنصر جذب سياحي ومدى رضا السائحين عن منطقة النوبة كوجهه سياحية، كما تستكشف الدراسة أهم عناصر الجذب السياحي بالنوبة بالتركيز علي أهم العادات والتقاليد والأكلات النوبية التراثية البيت النوبي ودور ذلك في الجذب السياحي ، وقد إعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي والتحليل الاحصائي بإستخدام البرنامج الاحصائي SPSS لعدد من الاستبيانات التي تم توزيعها علي السائحين الوافدين لمنطقة النوبة للتعرف علي رضا السائحين عن النوبة كوجهه سياحية وقد خلصت الدراسة إلي عدة نتائج من أهمها أنه كلما زادت التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي كلما ساهم ذلك في زيادة درجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية

كما أوصت الدراسة بعدد من التوصيات كان من أهمها أن تصمم كتيبات عن منطقة النوبة توضح أشهر المناطق السياحية والآثرية وأهم العادات والقيم والتقاليد النوبية وأشهر الاطعمة والمشروبات النوبية وتكون هذا الكتيبات مزودة بالصور التوضيحية لإبراز الجانب التراثي والقيمي للمجتمع النوبي

الكلمات المفتاحية: التراث، النوبة، التراث الاجتماعي السياحي، الجذب السياحي

* باحث ماجستير قسم الدراسات السياحة - جامعة الفيوم

Abstract

The study presents a general concept of heritage and the importance of the Nubian social heritage as a tourist attraction and the extent of tourists' satisfaction with the Nubia region as a tourist destination.

The descriptive approach and statistical analysis using the SPSS statistical program for a number of questionnaires that were distributed to the tourists arriving in the Nubia region to identify the tourists' satisfaction with Nubia as a tourist destination. Increase his satisfaction with Nubia as a tourist destination

The study also recommended a number of recommendations, the most important of which was to design brochures about the Nubia region, showing the most famous tourist and archaeological areas, the most important Nubian customs, values and traditions, and the most famous Nubian foods and drinks

Keywords: heritage, Nubia, tourism social heritage, tourist attractions

مقدمة

استفاد المجتمع المصري من عادات وتقاليد الحضارات الأخرى فاخذ من القديم - عاداته وتقاليدته - ومن الحديث ما يتناسب مع ثقافته وأصالته (عمار، 2009)، والمجتمع النوبي هو مجتمع فريد ومميز في خصائصه وعاداته وتقاليدته ولغته ولهجته فهو يتفرد دون غيره من المجتمعات من حيث اهتمامه بتراثه وعاداته وتقاليدته مما قد يساهم في جذب شرائح سياحية تهتم بتراث المجتمعات وقيمهم وثقافتهم.

تمتلك مصر مجموعة من عوامل الجذب السياحي التي لا تتوافر في أي دولة سياحية أخرى، حيث تستمع بتنوع المنتج السياحي الذي يتمثل في الموارد الطبيعية والصناعية والبشرية، ومن أهم هذه العوامل هو المجتمع المصري بعاداته وتقاليدته ولهجاته التي تمثل المرجعية الأساسية لتصرفاتنا واتجاهاتنا وسلوكنا .

ولقد استفاد المجتمع المصري من عادات وتقاليد الحضارات الأخرى فاخذ من القديم - عاداته وتقاليدته - ومن الحديث ما يتناسب مع ثقافته وأصالته، والمجتمع النوبي هو مجتمع فريد ومميز في خصائصه وعاداته وتقاليدته ولغته ولهجته فهو يتفرد دون غيره من المجتمعات من حيث اهتمامه بتراثه وعاداته وتقاليدته مما قد يساهم في جذب شرائح سياحية تهتم بتراث المجتمعات وقيمهم وثقافتهم. (عمار، 2014)

ويعتبر المجتمع النوبي من أهم المجتمعات التي تتمتع بمقومات سياحية من حيث القيم والعادات والتقاليد والملابس وخصائص الحياة اليومية النوبية التي قد تمثل اتجاه جديد من الاتجاهات السياحية الحديثة حيث لم تقتصر السياحة الثقافية اليوم على زيارة المعابد والآثار بل أصبح التعرف على حياة الشعوب ومحاكاتها من أهم الدوافع للعديد من السائحين (Mohammad et al, 2020)

وبناء عليه يمكن القول أن امتلاك المقومات السياحية المتميزة لا يعتبر وحده كافياً لتنشيط الحركة السياحية و تفعيل دورها في تحقيق التنمية، بل يحتاج أيضا إلى مضاعفة جهود القطاع العام و الخاص و التركيز على تسويق الخدمات السياحية النوبية نظرا لدورها الفعال في نقل الصورة الحقيقية للمقومات السياحية التي تزخر بها تلك المنطقة النوبية المتميزة، والتي

يجب إدراجها في البرامج و الخريطة السياحية لجذب أكبر عدد من السائحين مع استخدام تقنيات التكنولوجيا في التسويق (S. Mohamed and A. E. L. Naby, , 2017) وهكذا يمكن للعادات النوبية الموروثة توظيفها في خدمة الوفود السياحية المتنوعة التي قد يستهويها معايشة النوبيين، كما يمكن الاستعانة بهم في تحقيق المخططات السياحية الموضوعية بالمنطقة والعمل علي إيجاد فرص عمل مناسبة وتدريبهم علي العمل في المجال السياحي والاستفادة من منتجاتهم البدائية التي يقبل عليها السائحين مثل أدوات الزينة المصنوعة من الأحجار والخامات المحلية فضلاً عن بعض الصناعات البيئية الصغيرة ممثلة في الصناعات اليدوية مثل السلال والحصر والأكلمة والسجاد والفخار والتي قد تتطلب تمويلاً من قبل الدولة والقائمين تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة (Mohamed et al,2020)(محمود، 2013).

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في أن التراث الاجتماعي للمجتمع النوبي وما يتميز به من قيم وعادات وتقاليد فريدة ومتميزة ولغة نوبية عريقة وأزياء جميلة وأكلات متنوعة يتمتع بها المجتمع النوبي لم يتم لقاء الضوء عليها من قبل القائمين علي البحث العلمي كعنصر جذب سياحي يتم تسويقه كبقية عناصر الجذب السياحية الاخرى لمنطقة أسوان بصفة خاصة ومصر بصفة عامة وكذلك تأصيل تلك القيم والتراث لتفادي الآثار السلبية للتفاعل غير السليم بين السائح والمجتمع النوبي المضيف.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في إمكانية استغلال التراث الاجتماعي للمجتمع النوبي بماليه من عادات وتقاليد وقيم ولهجة فريدة كعنصر جذب سياحي ،ولايتسني ذلك دون البحث العلمي المتكامل والوصول إلي نتائج تفيد في ابراز دور قيم وعادات وتقاليد المجتمع النوبي كأحد المقومات السياحية من خلال ادراجها بنسبة أكبر في البرامج السياحية التي تقوم بها الشركات السياحية.

أهداف البحث :

- 1- تقييم دور العادات والتقاليد النوبية في عملية الجذب السياحي
- 2- الوصول إلي قواعد واضحة وسليمة للتفاعل بين السائح والمجتمع النوبي المضيف
- 3- تسليط الضوء علي تأصيل قيم وعادات وتقاليد المجتمع النوبي لتفادي الاثار السلبية للتفاعل غير السليم بين السائح والمضيف علي التراث الاجتماعي النوبي.

فرضا البحث:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضا السائح عن النوبة كوجهة سياحية
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية.

منهجية البحث:

إعتمدت الدراسة علي أسلوبين هامين هما:

الدراسة المكتبية:

حيث الاعتماد علي المراجع العربية والاجنبية المتاحة وكذلك النشرات والابحاث والتقارير بالاضافة المجالات المتخصصة التي تصدرها الهيئات والاجهزة والمنظمات المعنية ذات الصلة بموضوع الدراسة

الدراسة الميدانية:

وتتمثل في توزيع قوائم إستقصاء علي السائحين الوافدين علي المجتمع النوبي والعمل علي تحليلها للتعرف علي أهمية التراث النوبي كعنصر جذب سياحي ورضا السائح عن المجتمع النوبي كوجهة سياحية .

محددات البحث:**محددات مكانية:**

تقتصر الدراسة علي منطقة النوبة بأسوان من خلال إستقصاء عينة ممثلة للسائحين الوافدين لمحافظة أسوان

محددات زمنية:

تم العمل علي توزيع قوائم الإستقصاء علي العينة الممثلة للسائحين الوافدين لمنطقة النوبة لمحافظة أسوان خلال (2021-2022)

أولاً: الاطار النظري**التراث**

ورد في القرآن الكريم مشتقات مادة(ورث) للدلالة علي إنتقال الموروثات المادية والمعنوية وقد وردت مشتقات ورث في أكثر من موقع في القرآن الكريم مثل قوله تعالي في سورة الفجر {وَتَأْكُلُونَ التُّرَاثَ أَكْلًا لَمًّا} وقال تعالي في سورة النساء الاية (11) {فَإِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُ وَلَدٌ وَوَرِثَهُ آبَاؤُهُ فَلِأُمَّهِ الثُّلُثُ} وقال تعالي في سورة فاطر الاية 32 (ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا) ،ومما جاء في الحديث الشريف لقوله صلي الله عليه وسلم(العلماء ورثة الأنبياء). (أحمد،2013)

والتراث في المعني الاصطلاحي يشير أيضا إلي ماتراكم خلال الأزمنة من تقاليد وعادات وخبرات وفنون وعلوم في شعب من الشعوب وهو جزء أساسي في قوامه الاجتماعي والانساني والسياسي والتاريخي والخلقي ويوثق علاقته بالأجيال الغابرة التي عملت علي تكوين هذا التراث وإثرائه(عبدالنور،1979)

انطلاقا من التحديد الاصطلاحى لمسمى التراث،يمكن تحديده في نوعين هما:(عبدالله،د.ت)

أ-التراث الشعبي:والذي يتضمن كل من المعتقدات والمعارف الشعبية،العادات والتقاليد الشعبية،الفنونالشعبية،بما فيها الآداب الشعبية. وهو ما يعرف بالثقافة الشعبية،أو الموروث اللامادى.

ب- التراث المادي، ويتضمن الآثار المادية للإنسان القديم.

ماهي النوبة

النوبة هي اسم اطلق حديثا علي القسم الاوسط من وادي النيل وهو يمتد جنوبا بدءا من أول الشلال في أسوان وصولا الي نقطة التحام النيل الابيض بالنيل الأزرق الخرطوم وفي الوقت الراهن يقع قسم من هذا الوادي ضمن أراضي مصر والقسم الاخر ضمن أراضي السودان ولكن علي مدي زمن طويل من التاريخ القديم كانت أراضي الوادي عبارة عن منطقة سياسية مستقلة وموحدة (ادمز، 2020، ص10)

وقد عرفها المصريون وعرفت باسم مملكة كوش وكانت منطقة النوبة في عصورها القديمة ملتقي الحضارات قديمة وموطنا للثقافة وجسرا للتجارة عبر جميع مداخلها هذا ما ذكرها بعض العلماء الذين عنوا بدراسة تاريخها منهم هانسبري الذي قال (انة يزداد فخرا بالتاريخ النوبي باعتبارة جزءا هأما من تاريخ القارة الافريقية) (أمين، 1993)

كما ورد من قبل في التوراة والانجيل اسم كوش ويقال ام كوش هذا هو جد النوبيين واخو مصرايم جد المصريين وكلا هما من حام ابن نوح عليه السلام (ربيع، د.ت، ص22)، كما ان كلمة نوبي مشتقة من الكلمة النوبية (نب) التي تعني الذهب (أمين، 1993، ص19) ويقول شوقي (1960) ص5 قد تكون هناك صلة بين كلمة نهسو والنحاسة العربية فسكان النوبة لونهم قريب من اللون النحاسي الا انه هناك رأي آخر يري لايتفق مع هذا التفسير اذ ليس للنوبيين لون خاص يميزهم عن غيرهم علي مر التاريخ علي بلاد النوبة اسماء اخري فسماهم الاغريق مثلا باثيوبيا او ذوي السحنة السوداء كما عرفت بلاد النوبة ايضا بواوات في الجزء الاسفل (غابة، 2017)

بلاد النوبة:

"بلد الذهب والماس" هكذا تلقب بلاد النوبة، أصحاب البشرة السمراء والقلوب الطيبة وهكذا يعرف عن أبنائها، فتعد النوبة من أكثر المناطق السياحية في مصر التي إذا ما

استغلناها لكانت من أهم عناصر الدخل القومي الخاص بالسياحة خاصة في الفترات التي نحياها وتراجع مصر على خريطة السياحة العالمية.

في ذلك المكان الجميل وفي قطعة خلابة من مصر في الجنوب وعلى ضفاف النيل العظيم الفانض بالخير والعطاء، معطيا الحياة للجميع .. تقع واحدة من أجمل وأهم الأماكن في مصر (النوبة) والتي اتخذت هذا الاسم من الاسم المصري القديم نيو أي الذهب (Ammar et al ,2020, .).

لذا سميت بلاد الذهب أو أرض الذهب تلك المنطقة التي اعتنى بها كل حكام مصر منذ عصر الفراعنة، وحتى الآن وهي تمتد جغرافيا حوالي 500 كم منها حوالي 350 كم متر داخل مصر و150 بالسودان وما يميز تلك المنطقة عن غيرها هو الثراء الكبير في الثروات الطبيعية التي جعلت من حكام مصر القديمة يرسلون لها القوافل لاكتشاف الذهب والمعادن الأخرى. (قابيل، 2006).

وإذا نظرنا الي العادات النوبية الموروثة التي يمكن توظيفها في خدمة الوفود السياحية المتنوعة التي قد يستهويها معايشة النوبيين، كما يمكن الاستعانة بهم في تحقيق المخططات السياحية الموضوعية بالمنطقة والعمل علي إيجاد فرص عمل مناسبة ودائمة وتدريبهم علي العمل في المجال السياحي وخدمة السياح والاستفادة من منتجاتهم البدائية التي يقبل عليها السياح مثل أدوات الزينة المصنوعة من الأحجار والخامات المحلية فضلاً عن بعض الصناعات البيئية الصغيرة ممثلة في الصناعات اليدوية مثل السلال والحصر والأكلمة والسجاد والفخار .. وغيرها كما يعمل الكثير من السكان على المراكب الشراعية والآلية لخدمة السياحة الخارجية والداخلية (عبدالحافظ، 1982).

ويتسم التراث النوبي بالعراقة والثراء والتنوع، كما أن له خصوصيته التي تميزه عن غيره في بقية أرجاء الوادي (بوركهات، 1959)

ومن الطبيعي أن تتباين أشكال التراث الشعبي النوبي وتعبيراته، فمنها المباني، والأثاث، والفنون، والحلي، والعادات والأعراف الاجتماعية والتي يمكن تضمينها وإبرازها

داخل البرامج السياحية والعمل علي تسعييرها بالشكل المناسب (Ammar, S. 2016) وخاصة فيما يتعلق بالاقامة في بيوت أفراد المجتمع النوبي أو بالسلاسل الفندقية بالسعر المناسب ((Mohammad AAA and Ammar SAM ,2015))

التراث الاجتماعي النوبي كعنصر جذب سياحي

يعد التراث الاجتماعي للمجتمعات في مصر تراثا له أسسه وعاداته وتقاليد وقيمه وأعرافه التي تمثل في مجملها أحد أهم عناصر الجذب السياحي ومن الملاحظ أن هؤلاء النوبيين حافظوا علي تراثهم محافظة شديدة بحيث يذوب لسان من ياتي ليعيش بينهم في لغتهم وعاداتهم وتقاليدهم فالنوبيين لم يتغيروا قط جيلا بعد جيل يورثون بعضهم التمسك باللهجه مع العادات والقيم والتقاليد الاصلية ويرى البعض انه كما يمثل التراث الثقافي للمجتمعات عامل هام للحركة السياحية الوافدة فان وجوده داخل المنتج السياحي يزيد من قيمة الموروث الثقافي (عمار، 2009)

ومن ناحية اخري فان الخدمات التي تقدم للسائحين تقدم من خلال افراد لديهم ثقافات تعبر عنهم فكما هذه الثقافات ذات قيمة حضارية كلما كانت زادت من قيمة المنتج السياحي وتنتشر بين ابناء المجتمع النوبي العديد من العادات والتقاليد التي تتميز عن غيرها من المجتمعات الريفية والحضرية والتي قد تمثل احد عناصر الجذب الرئيسة عند السائح اذا ما تم الترويج السياحي لها حيث الاختلاف بين عادات وتقاليد المجتمع النوبي عن مجتمع السائحين يخلق نوعا من الرغبة لدي السائح في التعرف علي تلك العادات والتقاليد والتي يمكن اسغلالها في تنشيط الحركة السياحية الوافدة (Ammar et al,2020)

وتشمل عناصر الجذب السياحي للتراث الاجتماعي للمجتمع النوبي بأسوان علي المشغولات النوبية اليدوية والفنون الشعبية والعادات والتقاليد والمناسبات وبعض مظاهر الحياة اليومية واللهجة النوبية والتي يمكن أن يكون لها دور أكبر في عملية الجذب السياحي إذا ماتم العمل علي إبرازها في البرامج السياحية التي تقوم بها الشركات السياحية. (Mohamed et al,2020) وتضمينها في الأنشطة السياحية الحديثة كمشاط البالون التي يستمتع فيها السائح برؤية

مظاهر الحياة اليومية لأفراد المجتمع النوبي من أعلي بالاضافة الي تجواله داخل المجتمع النوبي (Ammar, S. 2017)

ومن أهم الأكلات النوبية الويكا وهي مختلفة عن الويكا التي تقدم في مجتمعنا المصري والتي تقدم من البامية ولكن في النوبة يستخدمون الويكا التي يقدمونها من البامية المجففة الباودر وليست قطعاً وهناك وجبة أخرى مهمة وهي "الشلاولو" وهي عبارة عن بصل مع الملوخية والأرز ويضرب الجميع في الخلاط لتقدم أكلة غاية في الجمال يتميز بها المجتمع النوبي ومن أهم أكلات المجتمع النوبي أيضاً الجاكريد والكاشيد والجاكوت النوبي والملوخية المخلوطة مع الكسبرة الخضراء والبقدونس ولكن المطبخ النوبي ممتع في وجباته وثري بأصنافه المختلفة القريبة من الأكلات السودانية وليست المصرية والتي يمكن تفعيلها في تنشيط نمط سياحة الطعام. (Rady et a 2021)

ويمكن للسائح شراء المنتجات النوبية والتجول في القرى النوبية بالجمال والنقش بالحناء النوبية على الجسم، بالإضافة لإطعام التماسيح النيلية التي يتم تربيتها في البيوت وترويضها كما في قرية سهيل بأسوان، ويوجد بها أيضاً الطعام النوبي خاصة الخبز "العيش الشمسي"، الذي يقدم مع الجبن والعسل الأسود للأجانب، بالإضافة إلى مشغولات الخوص المميزة ومشغولات الخرز والطواقي والملابس النوبية التقليدية مثل الجرجار، وهو عبارة عن جلابية خفيفة سوداء من قماش مفرغ به كسرات كثيرة، ويتم ارتدائها فوق جلابية ملونة، كما يمكن العمل علي تواجد مثل تلك المنتجات التراثية داخل الأسواق الحرة بالمطارات الدولية (Ghazi, K., & Ammar, S. (2018). قندول، 2008)

البيت النوبي والجذب السياحي

البيت النوبي تحفة معمارية ببساطة تصميمه وطلائه المميز بنقوش تجمع بين كل العصور التي عرفت الحضارة النوبية وتكوينه الذي لا يرتفع عن سطح الأرض سواي بطايق واحد وفنائة الداخلي الذي يحتضن غرف المنزل في خصوصية تضمن لساكنية الرحابة والحياة المريحة، ذلك هو البيت النوبي الذي جابت شهرته العالم ليصبح تصميمه واحدا من التصميمات التي يلجا إليها عشاق التجديد (غابة، 2017)

الدراسة الميدانية

نتائج وتحليل الاستقصاء الخاص بالسائحين الوافدين الي النوبة

تم تصميم الاستقصاء للحصول علي معلومات تهدف الي التعرف علي خصائص واتجاهات ومتطلبات السائحين اللذين قاموا بزيارة النوبة ووجهة نظرهم تجاه التراث النوبي كعنصر جذب سياحي وقياس مدي معرفتهم به ورضاهم وجودة الخدمات المقدمة لهم .

أولا: تصميم الاستقصاء الموجه للسائحين الوافدين

صممت قائمة الاسقصاء الميداني الذي تم تطبيقه علي عينة من السائحين بطريقة تناولت أهم الاستفسارات والمعلومات والبيانات والاحتمالات والآراء المرتبطة بموضوع الدراسة علي ضوء الفروض الأساسية للدراسة وأهدافها المختلفة وقد تم الاعتماد علي مقياس علمي خاص بقياس رضا السائح عن التراث الاجتماعي كعنصر جذب سياحي وجودة الخدمات المقدمة ل

وقد تضمنت هذه القائمة علي أسئلة روعي أن يتوافر فيها العناصر التالية:

- 1- وضوح الكلمات وبساطتها حتي تتلاءم مع المستويات المختلفة للسائحين
- 2- تصميم كل سؤال بالكيفية التي تمكن من الحصول علي المعلومات المطلوبة

3- الاعتماد علي الاسئلة (likert scale) والتي تتيح لفرد العينة الاختيار من عدة إجابات لتوفير الوقت والجهد

توزيع وجمع قوائم الاستقصاء:

تم توزيع قوائم الاستقصاء بواسطة الباحث وبمساعدة بعض أفراد المجتمع النوبي بأسوان ومن خلال الانترنت حيث تم توزيع ما يقارب 700 استمارة وبعد مراعاة هذه الاستمارات تم اعتماد 364 إستمارة لتحليلها من خلال البرنامج الاحصائي SPSS

ثانياً. النتائج العامة للدراسة وتفسيراتها:

* الجزء الثاني:

جدول (3) يوضح التكرار والمتوسط والوزن النسبي والنسبة المئوية والترتيب للدوافع التي ساهمت في السفر إلى النوبة كوجهة سياحية من وجهة نظر عينة الدراسة

| العينة الكلية | | | | | | | | | | عوامل الجذب |
|---------------|---------|----------------|--------------|---------|------------------|-----------|--------|-------|--------------|----------------------------------|
| درجة المساهمة | الترتيب | النسبة المئوية | الوزن النسبي | المتوسط | التكرار | | | | | |
| | | | | | غير موافق تماماً | غير موافق | متوسطة | موافق | موافق تماماً | |
| مرتفعة | 1 | 74.7 | 1360 | 3.7 | 28 | 32 | 82 | 88 | 134 | مشاهدة المواقع الأثرية |
| مرتفعة | 2 | 73.0 | 1328 | 3.64 | 32 | 32 | 92 | 84 | 124 | تضاريس جبلية جميلة ومناظر طبيعية |
| مرتفعة | 3 | 72.4 | 1318 | 3.62 | 26 | 34 | 108 | 80 | 116 | التعرف على التراث النوبي |
| مرتفعة | 4 | 72.0 | 1310 | 3.6 | 44 | 18 | 96 | 88 | 118 | استمتع بالفنون النوبية |
| مرتفعة | 5 | 70.5 | 1284 | 3.5 | 24 | 42 | 106 | 102 | 90 | الاستمتاع بالينابيع الطبيعية |
| مرتفعة | | %72.5 | 6600 | 3.62 | الإجمالي | | | | | |

يتضح من الجدول:

- أن النسب المئوية للدوافع التي ساهمت في السفر إلى النوبة كوجهة سياحية من وجهة نظر عينة الدراسة تراوحت ما بين (74.7: 70.5)؛ حيث جاءت عبارة (مشاهدة المواقع الأثرية) في الترتيب الأول كأكثر العوامل التي تساهم في السفر للنوبة كوجهة سياحية، فيما جاءت عبارة (الاستمتاع بالينابيع الطبيعية) في الترتيب الأخير كأقل العوامل من حيث المتوسط والوزن النسبي والنسبة المئوية.
- وعكست الدرجة الكلية والنسبة المئوية للجدول السابق والمقدرة بـ (72.5%)، ونسبة المتوسط الإجمالية (3.62)، تعدد العوامل التي ساهمت في اختيار السياح عينة الدراسة السفر إلى النوبة كوجهة سياحية، وكذلك مساهمة هذه العوامل جاءت مرتفعة في التأثير على قرارا السائح في السفر إليها.

* الجزء الثالث:

جدول (4) يوضح التكرار والمتوسط والوزن النسبي والنسبة المئوية والترتيب لأهمية التراث الاجتماعي النوبي كعامل جذب سياحي من وجهة نظر عينة الدراسة

| العينة الكلية | | | | | | | | | | تجاربك الشخصية مع أشكال التراث الاجتماعي |
|---------------|-------|----------------|--------------|---------|-------------|-------|--------|-------|-------------|--|
| درجة الأهمية | ترتيب | النسبة المئوية | الوزن النسبي | المتوسط | التكرار | | | | | |
| | | | | | موظف تماماً | موافق | متوسطة | موافق | موظف تماماً | |
| مرتفعة | 1 | 76.6 | 1394 | 3.8 | 20 | 16 | 106 | 86 | 136 | الحكايات الشعبية |
| مرتفعة | 2 | 72.4 | 1318 | 3.62 | 34 | 38 | 76 | 100 | 116 | العادات والتقاليد والقيم النوبية |
| مرتفعة | 3 | 72.2 | 1314 | 3.6 | 32 | 28 | 94 | 106 | 104 | لبس الملابس النوبية |
| مرتفعة | 4 | 71.5 | 1302 | 3.6 | 28 | 46 | 88 | 92 | 110 | العادات والتقاليد والقيم النوبية |
| مرتفعة | 5 | 71.2 | 1296 | 3.6 | 52 | 30 | 66 | 94 | 122 | فن شعبي |
| مرتفعة | 6 | 69.2 | 1260 | 3.46 | 40 | 44 | 86 | 96 | 98 | استخدام الحناء لتزيين اليدين |
| مرتفعة | 7 | 69.1 | 1258 | 3.45 | 36 | 44 | 100 | 86 | 98 | الطعام والشراب النوبي |
| متوسطة | 8 | 68.0 | 1238 | 3.4 | 34 | 28 | 146 | 70 | 86 | اللغة واللهجة النوبية |
| مرتفعة | | %71.2 | 10380 | 3.56 | | | | | | |

يتضح من الجدول:

- أن النسب المئوية لأهمية التراث الاجتماعي النوبي كعامل جذب سياحي من وجهة نظر عينة الدراسة تراوحت ما بين (76.6: 68%)؛ حيث جاءت عبارة (الحكايات الشعبية) في الترتيب الأول كأكثر أشكال التراث النوبي أهمية من حيث الجذب السياحي، فيما جاءت عبارة (اللغة واللهجة النوبية) في الترتيب الأخير كأقل الأشكال أهمية من حيث المتوسط والوزن النسبي والنسبة المئوية.

- وعكست الدرجة الكلية والنسبة المئوية للجدول السابق والمقدرة بـ (71.2%)، ونسبة المتوسط الإجمالية (3.56)، أهمية التراث الاجتماعي النوبي بأشكاله المتعددة كعامل جذب سياحي من وجهة نظر عين الدراسة.

* الجزء الرابع:

جدول (5) يوضح التكرار والمتوسط والوزن النسبي والنسبة المئوية والترتيب للتجارب المرضية من وجهة نظر عينة الدراسة من السياح

| العينة الكلية | | | | | | | | | | التجارب | |
|---------------|-------|----------------|--------------|---------|--------------|--------|--------|--------|-------------|--|---------|
| درجة الرضا | ترتيب | النسبة المئوية | الوزن النسبي | المتوسط | التكرار | | | | | | |
| | | | | | منخفضة جدا | منخفضة | متوسطة | مرتفعة | مرتفعة جداً | | |
| متوسطة | 15 | 65.8 | 1198 | 3.30 | 44 | 40 | 118 | 90 | 72 | الإصرار على خدمة خالية من الأخطاء | مصدقية |
| متوسطة | 14 | 67.5 | 1228 | 3.40 | 18 | 58 | 124 | 98 | 66 | عدم وجود زيادة مفاجئة في تكلفة الرحلة | |
| مرتفعة | 8 | 71.1 | 1294 | 3.60 | 22 | 38 | 108 | 108 | 88 | تم تقديم الخدمات حسب ما وعد به البرنامج السياحي في منطقة النوبة | |
| مرتفعة | 2 | 74.1 | 1348 | 3.70 | 16 | 30 | 100 | 118 | 100 | تم تنفيذ خدمات السياحة التراثية بشكل صحيح لأول مرة في منطقة النوبة | |
| الخامس | | 69.2% | 5068 | 3.50 | إجمالي البعد | | | | | | |
| متوسطة | 14 | 67.5 | 1228 | 3.37 | 32 | 32 | 144 | 80 | 76 | توفير المعلومات عن الأحداث المحلية | إيجابية |
| مرتفعة | 10 | 70.2 | 1278 | 3.51 | 18 | 38 | 134 | 88 | 86 | تم إعلامي بموعد تقديم الخدمات السياحية النوبية قبل تنفيذها | |
| مرتفعة | 13 | 69.3 | 1262 | 3.46 | 26 | 36 | 126 | 94 | 82 | خدمة السياحة التراثية تقدم بسرعة في الوجهة السياحية النوبية | |
| مرتفعة | 5 | 72.0 | 1310 | 3.59 | 22 | 24 | 130 | 90 | 98 | هناك استعداد دائم لمساعدتي في تجربتي السياحية في منطقة النوبة | |
| مرتفعة | 6 | 71.6 | 1304 | 3.58 | 18 | 28 | 140 | 80 | 98 | هناك استعداد دائم للرد على استفساراتي خلال زيارتي لمنطقة التراث النوبي | |
| الرابع | | 70.1% | 6382 | 3.51 | إجمالي البعد | | | | | | |
| متوسطة | 14 | 67.7 | 1232 | 3.38 | 34 | 44 | 114 | 92 | 80 | الموظفون ذوو مصداقية معي | إيجابية |
| مرتفعة | 7 | 71.4 | 1300 | 3.57 | 20 | 48 | 104 | 88 | 104 | الاستعداد لمساعدتي وتقديم المشورة بشأن كيفية استغلال وقت الفراغ | |
| مرتفعة | 9 | 70.8 | 1288 | 3.53 | 24 | 48 | 104 | 84 | 104 | غرس النوبيون والموظفون في ثقافتهم في تعاملهم معهم | |
| مرتفعة | 4 | 73.3 | 1334 | 3.66 | 24 | 42 | 84 | 96 | 118 | أشعر بالأمان في تعاملهم مع الموظفين والنوبيين في منطقة النوبة | |

| | | | | | | | | | | |
|--------------|--------|-------|-------|------|----------|----|-----|----|-----|---|
| مرتفعة | 3 | 73.5 | 1338 | 3.67 | 22 | 40 | 94 | 86 | 122 | الموظفون والنوبيون مهذبون باستمرار |
| مرتفعة | 1 | 74.6 | 1358 | 3.73 | 22 | 26 | 100 | 96 | 120 | الموظفين لديهم المعرفة للإجابة على أسئلتهم |
| إجمالي البعد | | | | | | | | | | |
| | الأول | %71.9 | 7850 | 3.59 | | | | | | |
| مرتفعة | 12 | 69.6 | 1266 | 3.47 | 30 | 36 | 124 | 78 | 96 | العاملون والنوبيون يفهمون احتياجاتهم بوضوح |
| مرتفعة | 4 | 73.3 | 1334 | 3.66 | 16 | 32 | 114 | 98 | 104 | المرافق السياحية في المنطقة النوبية جذابة بصريا |
| إجمالي البعد | | | | | | | | | | |
| | الثاني | %71.4 | 2600 | 3.56 | | | | | | |
| مرتفعة | 8 | 71.4 | 1300 | 3.57 | 20 | 34 | 134 | 70 | 106 | الوجهات جذابة من الناحية الجمالية |
| مرتفعة | 11 | 70.0 | 1274 | 3.5 | 24 | 42 | 116 | 92 | 90 | الموظفون والنوبيون يتمتعون بمظهر أنيق ومهني |
| مرتفعة | 5 | 72.6 | 1322 | 3.63 | 24 | 46 | 98 | 68 | 128 | الخدمات السياحية والتراثية المقدمة في المنطقة النوبية جذابة بصريا |
| إجمالي البعد | | | | | | | | | | |
| | الثالث | %71.3 | 3896 | 3.56 | | | | | | |
| مرتفعة | | 70.8 | 25796 | 3.54 | الإجمالي | | | | | |
| ة | | % | | | | | | | | |

- أن النسب المئوية للتجارب المرضية من وجهة نظر عينة الدراسة من السياح تراوحت ما بين (74.6 : 65.8%)؛ حيث جاءت عبارة (الموظفين لديهم المعرفة للإجابة على أسئلتهم) في الترتيب الأول كأكثر أشكال التراث النوبي أهمية من حيث الجذب السياحي، فيما جاءت عبارة (الإصرار على خدمة خالية من الأخطاء) في الترتيب الأخير كأقل التجارب المرضية لدى السائح القادم إلى النوبة كوجهة سياحية.
- ووفقاً لنتائج الجدول السابق يتبين أن المحور الخاص (بالتوكيد) جاء في الترتيب الأول من حيث كونه معبراً عن أكثر ما يرضي السياح عينة الدراسة، فيما جاء محور (المصادقية) في الترتيب الأخير كأقل ما يرضى عنه السائح وبدرجة رضاء متوسطة.
- وفي المجمل عكست الدرجة الكلية والنسبة المئوية للجدول السابق والمقدرة بـ (70.8%)، ونسبة المتوسط الإجمالية (3.54)، ارتفاع مؤشرات رضاء السائح القادم إلى النوبة كوجهة سياحية.

* الجزء الخامس:

جدول (6) يوضح التكرار والمتوسط والوزن النسبي والنسبة المئوية والترتيب لدرجة التفاعل مع التراث الاجتماعي النوبي من قبل السائحين عينة الدراسة

| العينة الكلية | | | | | | | | | | العبارة |
|---------------|-------|----------------|--------------|-----------|-------------|-------|--------|-----------|-----------------|--|
| درجة التفاعل | ترتيب | النسبة المئوية | الوزن النسبي | المتوسط ط | التكرار | | | | | |
| | | | | | مؤلف تماماً | موافق | متوسطة | غير موافق | غير مؤلف تماماً | |
| مرتفعة | 1 | 75.8 | 1380 | 3.79 | 24 | 28 | 78 | 104 | 130 | أرى أهمية استمرار النوبيين في الحفاظ على عاداتهم وتقاليدهم |
| مرتفعة | 2 | 74.7 | 1360 | 3.73 | 20 | 40 | 78 | 104 | 122 | أنا مهتم بمعرفة ثقافة وعادات وتقاليد المجتمع النوبي |
| مرتفعة | 3 | 73.4 | 1336 | 3.67 | 22 | 26 | 102 | 114 | 100 | أفضل التعامل مع السكان المحليين النوبيين |
| مرتفعة | 4 | 72.9 | 1326 | 3.6 | 24 | 34 | 90 | 116 | 100 | أفضل الجلوس في مقاهي التراث النوبي |
| مرتفعة | 5 | 72.6 | 1322 | 3.6 | 28 | 32 | 90 | 110 | 104 | أود أن أعرف أو أتعلم الكلمات النوبية |
| مرتفعة | 6 | 71.5 | 1302 | 3.57 | 42 | 30 | 82 | 96 | 114 | أرغب في شراء المنتجات المصنوعة يدوياً مثل الحقائب والخرز |
| مرتفعة | 7 | 71.2 | 1296 | 3.56 | 28 | 40 | 94 | 104 | 98 | أحب شراء الهدايا التذكارية النوبية |
| مرتفعة | 8 | 69.5 | 1264 | 3.5 | 34 | 44 | 98 | 92 | 96 | أحرص على تناول الأطعمة النوبية |
| مرتفعة | | %72.7 | 10586 | 3.63 | | | | | | |

يتضح من الجدول:

- أن النسب المئوية لدرجة التفاعل مع التراث الاجتماعي النوبي من قبل السائحين عينة الدراسة تراوحت ما بين (75.8: 69.5%)؛ حيث جاءت عبارة (أرى أهمية استمرار النوبيين في الحفاظ على عاداتهم وتقاليدهم) في الترتيب الأول كأكثر أشكال التراث النوبي أهمية من حيث الجذ السياحي، فيما جاءت عبارة (أحرص على تناول الأطعمة النوبية) في الترتيب الأخير كأقل الأشكال التراثية الاجتماعية النوبية التي يتفاعل معها السائحون.
- وعكست الدرجة الكلية والنسبة المئوية للجدول السابق والمقدرة بـ (72.7%)، ونسبة المتوسط الإجمالية (3.63)، ارتفاع درجة تفاعل السائحين مع التراث الاجتماعي النوبي.

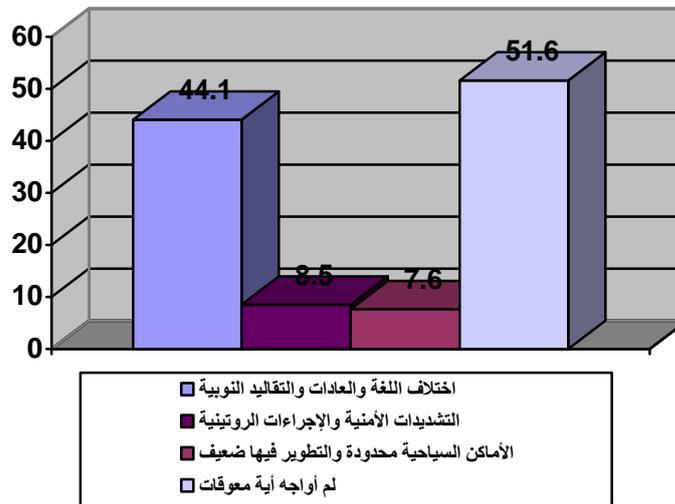
جدول (7) يوضح أبرز المعوقات التي واجهها السياح عينة الدراسة في التكيف مع عادات وتقاليد المجتمع النوبي

| البدائل | التكرار | النسبة % | الترتيب |
|--|---------|----------|---------|
| اختلاف اللغة والعادات والتقاليد النوبية | 93 | 44.1 | 2 |
| التشديدات الأمنية والإجراءات الروتينية | 18 | 8.5 | 3 |
| الأماكن السياحية محدودة والتطوير فيها ضعيف | 16 | 7.6 | 4 |
| لم أواجه أية معوقات | 109 | 51.6 | 1 |

(**) سؤال مفتوح (*) بإمكان المبحوث كتابة أكثر من بديل عدد المبحوثين وفق هذا السؤال (ن=211)

يتضح من الجدول: أن أبرز المعوقات التي واجهها السياح عينة الدراسة في التكيف مع عادات وتقاليد المجتمع النوبي تمثلت في (لم أواجه أية معوقات) في الترتيب الأول بنسبة 51.6%، ثم (اختلاف اللغة والعادات والتقاليد النوبية) في الترتيب الثاني بنسبة 44.1%، ثم (التشديدات الأمنية والإجراءات الروتينية) في الترتيب الثالث بنسبة 8.5%، بينما جاء في الترتيب الأخير (الأماكن السياحية محدودة والتطوير فيها ضعيف) بنسبة 7.6%.

شكل (1) يوضح أبرز المعوقات التي واجهها السياح عينة البحث أثناء جولتهم بالنوبية



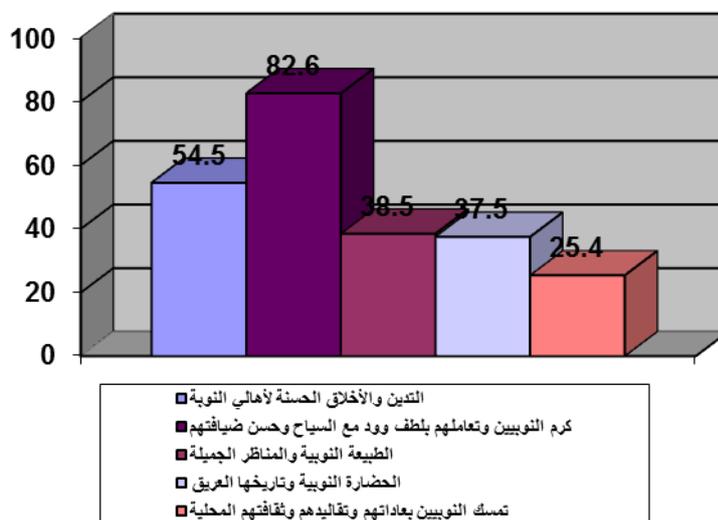
جدول (8) يوضح أهم الجوانب الإيجابية التي لمسها السياح عينة البحث داخل المجتمع النوبي

| البدائل | التكرار | النسبة % | الترتيب |
|---|---------|----------|---------|
| التدين والأخلاق الحسنة لأهالي النوبة | 163 | 54.5 | 2 |
| كرم النوبيين وتعاملهم بلطف وود مع السياح وحسن ضيافتهم | 247 | 82.6 | 1 |
| الطبيعة النوبية والمناظر الجميلة | 115 | 38.5 | 3 |
| الحضارة النوبية وتاريخها العريق | 112 | 37.5 | 4 |
| تمسك النوبيين بعاداتهم وتقاليدهم وثقافتهم المحلية | 76 | 25.4 | 5 |

(**) سؤال مفتوح (*) بإمكان المبحوث كتابة أكثر من بديل عدد المبحوثين وفق هذا السؤال (ن=299)

يتضح من الجدول: أن أهم الجوانب الإيجابية التي لمسها السياح عينة البحث داخل المجتمع النوبي تمثلت في (كرم النوبيين وتعاملهم بلطف وود مع السياح وحسن ضيافتهم) في الترتيب الأول بنسبة 82.6%، ثم (التدين والأخلاق الحسنة لأهالي النوبة) في الترتيب الثاني بنسبة 54.5%، بينما جاء في الترتيب الأخير (تمسك النوبيين بعاداتهم وتقاليدهم وثقافتهم المحلية) بنسبة 25.4%.

شكل (2) يوضح أهم الجوانب الإيجابية التي لمسها السياح عينة البحث في المجتمع النوبي



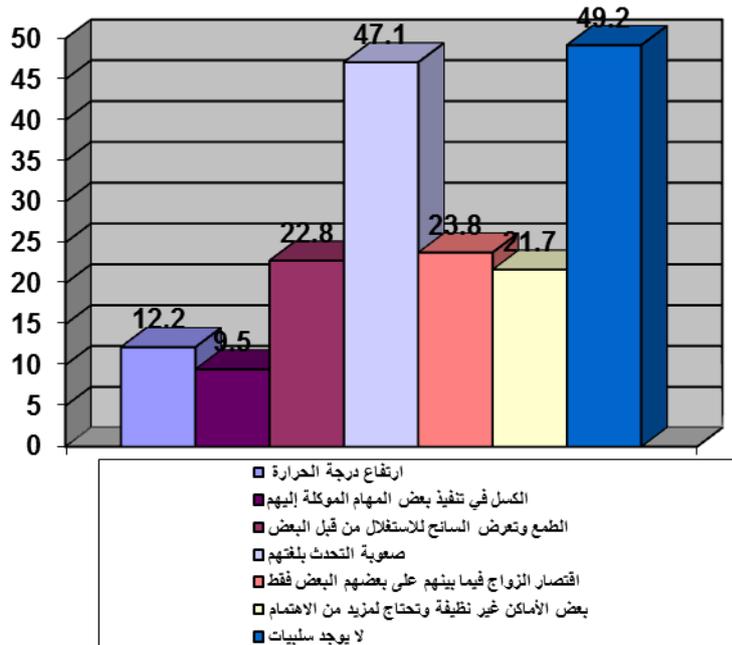
جدول (9) يوضح أهم الجوانب السلبية التي لمسها السياح عينة البحث داخل المجتمع النوبي

| الترتيب | النسبة % | التكرار | البدايل |
|---------|----------|---------|--|
| 6 | 12.2 | 23 | ارتفاع درجة الحرارة |
| 7 | 9.5 | 18 | الكسل في تنفيذ بعض المهام الموكلة إليهم |
| 4 | 22.8 | 43 | الطمع وتعرض السائح للاستغلال من قبل البعض |
| 2 | 47.1 | 89 | صعوبة التحدث بلغتهم |
| 3 | 23.8 | 45 | اقتصار الزواج فيما بينهم على بعضهم البعض فقط |
| 5 | 21.7 | 41 | بعض الأماكن غير نظيفة وتحتاج لمزيد من الاهتمام |
| 1 | 49.2 | 93 | لا يوجد سلبيات |

(**) سؤال مفتوح (*) بإمكان المبحوث كتابة أكثر من بديل عدد المبحوثين وفق هذا السؤال (ن=189)

ينتضح من الجدول: أن أهم الجوانب السلبية التي لمسها السياح عينة البحث داخل المجتمع النوبي تمثلت في (لا يوجد سلبيات) في الترتيب الأول بنسبة 49.2%، ثم (صعوبة التحدث بلغتهم) في الترتيب الثاني بنسبة 47.1%، بينما جاءت في الترتيب الأخير (الكسل في تنفيذ بعض المهام الموكلة إليهم) بنسبة 9.5%.

شكل (3) يوضح أهم الجوانب السلبية التي لمسها السياح عينة البحث في المجتمع النوبي



جدول (10) يوضح أبرز مقترحات السياح عينة البحث للنهوض بالمجتمع النوبي

| الترتيب | النسبة % | التكرار | البدايل |
|---------|----------|---------|--|
| 2 | 72.6 | 164 | استمرار الحفاظ على عاداتهم وتقاليدهم وتراثهم النوبي والتمسك به |
| 1 | 83.6 | 189 | مزيد من الدعاية والتسويق والتوعية بشأن النوبة كوجهة سياحية |
| 3 | 61.1 | 138 | تطوير بعض المرافق والبنية التحتية للمنشآت السياحية |
| 4 | 29.6 | 67 | خلق عوامل جذب تخاطب الشباب |

(**) سؤال مفتوح (*) بإمكان المبحوث كتابة أكثر من بديل عدد المبحوثين وفق هذا السؤال (ن=226)

يتضح من الجدول: أن أبرز مقترحات السياح عينة البحث للنهوض بالمجتمع النوبي

تمثلت في:

1. وجود مزيد من الدعاية والتسويق والتوعية بشأن النوبة كوجهة سياحية.
2. استمرار الحفاظ على عاداتهم وتقاليدهم وتراثهم النوبي والتمسك به.
3. تطوير بعض المرافق والبنية التحتية للمنشآت السياحية.
4. خلق عوامل جذب تخاطب الشباب.

ثالثاً. نتائج اختبار فروض الدراسة:

* التحقق من الفرض الأول:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضا السائح عن النوبة كوجهة سياحية.

جدول (11)

يوضح معاملات الارتباط بين التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضا السائح عن النوبة كوجهة سياحية

| المتغيرات | | |
|--|---------------|-------------|
| درجة رضا السائح عن النوبة كوجهة سياحية | | |
| قيمة ر | مستوى الدلالة | نوع الدلالة |
| 0.74** | 0.01 | إحصائياً |

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضا السائح عن النوبة كوجهة سياحية، بمعنى أنه كلما زادت التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي كلما ساهم ذلك في زيادة درجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية.

*** التحقق من الفرض الثاني:**

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية.

جدول (12)

يوضح معاملات الارتباط بين درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية

| درجة رضا السائح عن النوبة كوجهة سياحية | | | المتغيرات |
|--|---------------|--------|--|
| نوع الدلالة | مستوى الدلالة | قيمة ر | |
| دال إحصائياً | 0.01 | **0 75 | درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي |

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي ودرجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية، بمعنى أنه كلما زادت درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي كلما ساهم ذلك في زيادة درجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية.

النتائج العامة للدراسة

تتمثل النتائج العامة للدراسة والتي تم الوصول إليها فيما يلي:

1. تمتلك منطقة النوبة عوامل متنوعة من مقومات الجذب السياحي (الطبيعية والصناعية) التي تعد حجر الأساس الذي تقوم عليه صناعة السياحة حيث تمتلك النوبة مناظر خلابة بالإضافة الي المواقع الاثرية التي ترجع الي مختلف العصور
2. تعد منطقة النوبة مقصدا سياحيا تتوافر فيه المقومات الخاصة بالانماط السياحية المختلفة واهمها السياحة الثقافية سياحة السفاري السياحة العلاجية
3. أهم الجوانب الإيجابية التي داخل المجتمع النوبي تمثلت في (كرم النوبيين وتعاملهم بلطف وود مع السياح وحسن ضيافتهم) ، ثم (التدين والأخلاق الحسنة لأهالي النوبة) وأخيرا (تمسك النوبيين بعاداتهم وتقاليدهم وثقافتهم المحلية) .
4. (الحكايات الشعبية) تمثل أكثر أشكال التراث النوبي أهمية من حيث الجذب السياحي، فيما جاءت (اللغة واللهجة النوبية) في الترتيب الأخير
5. كلما زادت التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الاجتماعي النوبي كلما ساهم ذلك في زيادة درجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية
6. كلما زادت درجة تفاعل السائح مع التراث الاجتماعي النوبي كلما ساهم ذلك في زيادة درجة رضائه عن النوبة كوجهة سياحية
7. التمتع بالمناخ والمناظر والرمال السوداء والرمال المشعة في النوبة يلقي الاهتمام من قبل السائحين بجانب التعرف علي التراث النوبي لتمييزه بمنتج سياحي فريد يتمثل في العادات والتقاليد النوبية

توصيات الدراسة

بعد تناول التفصيلي للدراسة النظرية والميدانية بالإضافة الي ما تم استخلاصه من نتائج هامة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات تتمثل فيما يلي :

توصيات خاصة بالهيئة العامة للتنشيط السياحي

- 1- أن تصمم كتيبات عن منطقة النوبة توضح أشهر المناطق السياحية والاثرية وأهم العادات والقيم والتقاليد النوبية وأشهر الاطعمة والمشروبات النوبية وتكون هذا الكتيبات مزودة بالصور التوضيحية لإبراز الجانب التراثي والقيمي للمجتمع النوبي
- 2- رفع مستوى الوعي البيئي بين ابناء المجتمع النوبي لأن في ذلك حماية للبيئة النوبية والسياحية
- 3- تطوير برامج المزارات السياحية بإدراج مزارات سياحية تحتوي علي القيم والعادات والتقاليد النوبية وتتيح التعرف عليها كمزارات اضافية للمزارات التقليدية مع التوسع في تنمية المناطق الجديدة وتحسين النشات النوبية القائمة
- 4- تنشيط الحركة السياحية الدولية الوافدة الي النوبة وذلك بتكاتف القطاعين العام والخاص في برامج تنشيطية مشتركة
- 5- تحسين الصورة الذهنية عن منطقة النوبة لدي السائحين ولدي منظمي البرامج السياحية علي المستويين المحلي والدولي بمختلف السبل اهمها تفعيل المشاركة في المعارض الدولية والبورصات العالمية
- 6- ضرورة الحث علي التمسك بالقيم الاسلامية والنوبية من خلال اقامة الندوات التثقيفية التي تحث الشباب علي التمسك بالقيم والمبادئ تفاديا للاثار السلبية للحركة السياحية الوافدة علي المجتمع النوبي المحافظ
- 7- الاهتمام بابرار قيم وتراث المجتمع النوبي من خلال مواقع التنشيط السياحي اضافة الي عناصر الجذب السياحي الاخري

المراجع

1. إبراهيم، و فيق محمد جمال الدين ، جغرافية السياحة ، المجلة الجغرافية العربية ، الجمعية الجغرافية المصرية ، العدد 40 ، الجزء الثاني ، القاهرة ، 2002 ، ص 34
2. بوركهارت، جون لويس، رحلات بوركهارت في بلاد النوبة والسودان، ترجمة فؤاد أندراوس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية، 1959، ص 127
3. عبد الرحيم، أحمد محمد، "البيت النوبي"، مجلة المآثورات الشعبية، العدد 4 أبريل 1997م ، ص :75-91 .
4. عمار، سلامة عمار محمد، دراسة اثار السياحة الاقتصادية علي المجتمع البدوي لمنطقة جنوب سيناء، رسالة دكتوراة غير منشورة كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، 2009
5. عمار، سلامة عمار محمد، دراسة اثار السياحة الاقتصادية علي المجتمع البدوي لمنطقة جنوب سيناء، رسالة دكتوراة غير منشورة كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان ، 2014
6. غابة، إيهاب ربيع محمد علي محمد، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية علي المجتمعات النوبية في السودان ومصر، رسالة دكتوراة ، جامعة شندي، السودان، 2017
7. قابيل، علاء الدين ، تاريخ بلاد النوبة القديم وآثارها، دار الفكر العربي، القاهرة ، 2006، ص 3.
8. قندول، محمد جمال، الجرجار النوبي. عباية تحوي داخلها الكثير من الأسرار، ٢٨ فبراير ٢٠١٨، <http://www.araged.com>
9. محمود، عمرو عبدالقادر، فنون بلاد النوبة : عراقة وتراث وحضارة ، عالم الكتب ، القاهرة، 2013
10. وليام اي، مدخل إلي تاريخ النوبة، مقال من كتاب النوبة ممالك علي النيل ،مؤسسة لاكيشا، معرض برشلونة، 2003
11. يسري دعبس ،العلاقات الاجتماعية للسائح ، رؤية في انثربولوجيا السياحة، سلسلة علم الانسان وقضايا المجتمع ،الكتاب الحادي عشر 1993

المراجع باللغة الانجليزية

- 1- Ammar, S. (2017). Studying Balloon Activity in Luxor. International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality, 11(2), 28-34
- 2- Ammar, S. (2016). Evaluating pricing policies applied to Tour Operators and Travel Agents in Egypt. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality
- 3- AAA Mohammad, HTA Sotohy, SAM Ammar (2020) Toward a novel tourism experience: simulating ancient Egyptian lifestyle through tourism and hospitality services International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality 14 (1), 152-161
- 4- Ghazi, K., & Ammar, S. (2018). International tourists' attitudes and satisfaction toward airport F&B, and duty-free concessions. Journal of Tourism Research, 20(July), 41–109
- 5- Rady, A., Sotohy, H., and Ammar, S. A. (2021) Employment of the Ancient Egyptian Feast Foods In Egyptian Hotel Menus and Its Impact on Promoting Food Tourism. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality
- 6- SA Mohamed, MK AbouElezz, TA Abdulaziz, MAM Sale (2020)Towards Marketing the Nubian Tourism and Hotel Services International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality 14 (1), 162-181
- 7- S Ammar, HA Kozmal, T Abdulaziz (2020) .studying of Sharing Economy in Egypt as a Destination for Tourism and Hospitality

Journal of Association of Arab Universities for Tourism and
Hospitality 18,

- 8- S. Mohamed and A. E. L. Naby, , (2017)“Toward Applying
Virtual Reality Technique as a Promotional Tool in Tourism and
Hospitality Services in Egypt,” International Journal of Heritage,
Tourism and Hospitality, vol. 11, no. 2, pp. 79–97
- 9- Mohammad AAA and Ammar SAM (2015) Critical success
factors for the inter-organizational relationship between hotels
and tour operators/travel agents. Journal of Tourism Research &
Hospitality 4: 2