

## السياحة وعلاقتها بالترويج عن النفس

صباح ميرغني عثمان محمد\*  
سوهيرين بن محمد صوالحين\*

### المستخلص

السياحة لغة تحمل معانٍ كثيرة ولكنها في الاصطلاح المشهور تقتصر على بعض تلك المعاني. جاء الإسلام لتغيير كثيرٍ من المفاهيم المشوهة وبدل حياة الإنسان وجعل لها قيمة سامية ومعنى وربطها بمعالي الأمور ومكارم الأخلاق. وكانت السياحة في مفهوم بعض الأمم السابقة مرتبطة بتعذيب النفس وإجبارها على السير في الأرض وإتباع البدن عقاباً لها أو تزهداً في دنياها. فأبطل الإسلام هذا المفهوم السلبي وربطه بمقاصد عظيمة ونبيلة تدل عليها الآيات الكريمة التي تحث على السياحة بل وتأمّر بها. لقد جاءت الشريعة الإسلامية الغراء بكثير من المقاصد والحكم التي تنظم السياحة وتضبطها وتوجهها وتحافظ عليها، ولا يتجاوز بها على الانفلات أو التعدي حتى لا تعود السياحة مصدر شر وضرر على المجتمع وأبنائه خاصة الشباب منهم، لما لهم من حيوية فعالة في المجتمع. تستطيع وسائل الإعلام المختلفة أن تلعب دوراً هاماً في مجال السياحة وتقديمها بطرق توافق المبادئ والقيم الإسلامية السامية، وذلك من خلال الترويج لها وبناء صورة طيبة عنها في أذهان الجماهير وخاصة الشباب منهم، وتفسير وشرح الخدمات السياحية للسائحين وإعلامهم بكيفية الاستفادة منها، فضلاً عن تقوية وتنمية العلاقات الطيبة بين الشعوب. ومن مقومات الجذب السياحي الحلال، والتي يقصد بها العوامل التي تجذب السيّاح إلى البلد السياحي منها، المقومات الطبيعية والخدمات والتسهيلات المختلفة. إذ لا بد للإعلام أن يتناول حاجيات الجمهور في مجال السياحة من قيم إسلامية، ومنها معرفة القيم الأساسية التي يقوم عليها المجتمع المسلم، والفهم الواعي لعملية التغيير والتفرقة ما بين التغيير البناء والتغيير الهدام، ومناقشة المشاكل الخاصة بالشباب ودورهم في بناء المجتمعات والتسلية والترفيه، والضيافة والحفاوة وتقوية الصلات مع الجماهير الداخلية.

الكلمات المفتاحية: إعلام، ترويج، سياحة، حلال

\* كلية معارف الوحي و العلوم الإنسانية، قسم القرآن والسنة، والمعهد العالمي للبحوث والتدريب في صناعة الحلال الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، قوميّاك، كوالا لمبور، ماليزيا.

## مقدمة:

مع تعقد الحياة الاجتماعية وزيادة التأثيرات المتبادلة ما بين الشعوب، اتضحت أكثر فأكثر المشكلات التي يعاني منها المجتمع وخاصة الشباب، والتي لا تكاد تخرج في أساسها عن الحيرة والقلق في غياب معايير واضحة وثابتة للسلوك والعلاقات المتبادلة. فالسياحة كإحدى وسائل الإختلاط بين الشعوب وتبادل ثقافتهم وعاداتهم، لابد أن توجه التوجيه الصحيح، والذي ينعكس إيجابياً على الفرد والمجتمع. ومن أنجع السبل المساعدة في ذلك دور الإعلام. فلإعلام دور فعال في شتى ضروب الحياة المختلفة ومتطلباتها، فهو يعد من أنجع وأنجح وسائل التواصل الاجتماعي بين الشعوب خاصة الشباب منهم، خاصة في عصر تباينت فيه وسائل التواصل. وصار العالم كله كغرفة صغيرة الأبعاد. فوسائل الإعلام هي بحق خير طريقة لإيصال الدعوة وسبل نشرها في المجتمعات الأخرى إذا ما وُجّه الإعلامُ توجيهًا إسلاميًا صحيحًا، ولكن يا ترى: هل حدث هذا في إعلامنا نحن المسلمون من نشر الفضيلة والدعوة إلى الله؟ والجواب أقرب إلي النفي (لا)، لم يحدث هذا لأن الإعلام في العالم الإسلامي ليس إعلامًا إسلاميًا، وإن كان فيه فهو قليل، وهذا دليل على أن القائمين على الإعلام في بلادنا الإسلامية هم مسخرون من قبل الشرق أو الغرب. فغالب وسائل الإعلام ليس فيها رائحة الإسلام إلا ما هو نادر، فهذه صحافتنا نراها تحمل أفكارًا ومبادئ تتنافى مع عقيدتنا الإسلامية ومقاصد الشرع الحنيف ومخالفة لأعرافنا من تشجيع على الفساد. ويأتي دور الإذاعة والتلفاز، وما أدراك ما الإذاعة والتلفاز يذاع ويعرض فيهما الإثم، إذ نسمع فيهما ونرى ما تخجل الأذن والعين أن تسمعه وتراه، إن أبناءنا وبناتنا يعرفون عن الغرب والشرق أكثر مما يعرفون عن تاريخهم الإسلامي، إن الإعلام في بلادنا مسؤول مسؤولية تامة عن توجيه هذه الطبقة اليافعة من البشر خاصة في مجال السياحة التي صارت في الآونة الأخيرة محل اهتمام كثير من الدول والجماعات بل والأفراد خاصة الشباب لما يستمتعون به من حيوية ومقدرة لتحمل الصعاب.

تشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصالات ثورة حقيقية ومذهلة، مما سيزيد من تأثير وسائل الإعلام المختلفة على الناس والحياة وكل شيء، وهو ما يعني زيادة الفرص والإمكانات للحصول على المعرفة والعلم والترويج عن النفس، في الوقت نفسه زيادة التحديات التي يفرضها الإعلام على القيم الدينية والأخلاقية والمعنوية. وتزداد خطورة التحدي الإعلامي إذاعلنا أننا كمسلمين لا زلنا مستهلكين لا منتجين، مستقبلين لا مرسلين، متأثرين لا مؤثرين إلا قليلاً جداً. هذا هو حال إعلامنا في معظم الأحيان، وربما تختلف الصورة في قليل من الأحيان.

لقد بات الإعلام الغربي وبفضل ما يمتلكه من وسائل تقنية متقدمة، وتكنولوجيا فائقة القدرة، وقدرات مالية ضخمة يؤثر في العالم، وبات بعض شبابنا يتأثر بصورة ملحوظة بما يصدره الإعلام إلينا من أفكار وفلسفات وسلوكيات وأخلاقيات لا تمت إلى مجتمعنا وثقافتنا بشيء. ولا يمكن مواجهة ذلك التحدي الخطير، إلا بنفس الوسائل والأدوات. فلا يمكن مواجهة الإعلام الغربي إلا بإعلام إسلامي ملتزم وقوي ومؤثر وجاذب، ولا سبيل لمواجهة ثقافة الصورة الشديدة التأثير في الرأي العام العالمي إلا بنفس الطريقة مع اختلاف المضمون والمحتوى. وهذا هو الطريق الصحيح لمواجهة تحديات الإعلام الغربي. وبدلاً من أن نتحدث دائماً عن الغزو الإعلامي والثقافي الغربي، يجب علينا الاستفادة من الوسائل المتاحة لنا في تقوية إعلامنا بحيث يكون مؤثراً في مختلف شرائح المجتمع، وصوته مسموعاً في أرجاء العالم.

ومن المحزن حقاً أن الأعلام العربي والإسلامي بصفة عامة يفتقد القدرة على مواجهة تحديات ومخاطر الإعلام الغربي، بل يفتقد الرسالة الإعلامية التي يجب أن يكون منطلقها الإسلام، وخصوصيات المجتمع المسلم، ولذلك نجد أن غالبية وسائل الإعلام العربية والإسلامية من قنوات فضائية وأرضية وإذاعات وصحف ومجلات يغلب على برامجها ورسالتها الإعلامية الانحدار والهبوط والتقليد سواء في المضمون والمحتوى، وحتى الجاد منها تجده روتيني وممل وغير جاذب، أو في الأدوات ووسائل العرض، مما أدى إلى التأثير السلبي على ثقافة الأجيال المعاصرة، ونفور غالبية الناس - وخصوصاً جيل الشباب - عن الإقبال على الإعلام العربي والإسلامي والتوجه إلى الإعلام الغربي والتأثر به !

والمطلوب هو أن يقوم الإعلام بدوره في تثقيف الجمهور وتنمية قدراتهم العلمية والثقافية، ونشر ثقافة الدين، وبناء الوعي السياسي والاقتصادي وتعميق الانتماء للدين والقيم والأخلاق والوطن ومحاربة الفساد والانحراف والانحطاط، وتنمية الثقة بالنفس، والاعتزاز بالهوية والمحافظة على القيم الروحية والمعنوية، وهذه هي رسالة الإعلام الأساسية.<sup>1</sup> وعليه فالسياحة مجال فسيح يمكن من خلاله تحقيق هذه الآمال المرجوة.

### المفهوم اللغوي والاصطلاحي لكل من الإعلام والسياحة.

البدأ بتحديد المفاهيم والمصطلحات عمل منهجي، يسهل على القارئ الكثير من المتاعب والصعاب التي تقف حائلاً بينه وبين الفهم السليم، لذا دعت الحاجة إلى تعريف هذه المفاهيم من خلال اللغة والاصطلاح.

### أولاً: الإعلام:

جاء في لسان العرب علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته، وعلم الرجل: خَبَره، وأحب أن يَعْلَمه أي يخْبُرُه. الإعلام من مادة علم. والعلم نقيض الجهل وعلم علماً وعلم هو نفسه تعليماً.<sup>2</sup>

وأما في الاصطلاح: عرف العلماء الإعلام بتعريفات كثيرة نختار منها أشهر التعريفات: عرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت. فهو تعبير موضوعي وليس ذاتياً من جانب الإعلامي سواء كان صحفياً أو مذياعاً أو مشغلاً بالسينما أو التلفاز أو غير ذلك. فالإعلام يقدم حقائق مجردة بعضها سار وبعضها غير سار. فالإعلامي ليس له غرض معين فيما ما ينشره على الناس اللهم إلا الإعلام في ذاته.

كما عرف كذلك، بتزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساهم على رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. كما عرف بأنه الأسلوب المنظم للدعاية السياسية أو ترويج الأفكار في وسط مهيبٍ نفسياً لاستقبال السيول الفكرية التي تقدمها المصادر التي تتحكم بالرأي العام.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> [www.balagh..comhttp://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/html097](http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/html097)

<sup>2</sup> محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، تصحيح: أمين محمد عبد الوهاب، محمد الصادق العبيدي، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط3، د.ت) ج9، ص371.

<sup>3</sup> تيسير محجوب الفتياي، مقومات رجل الإعلام الإسلامي، (عمان: دار عمار، ط1، 1408 هـ / 1987م)، ص 24.

## ثانياً: السياحة في اللغة والاصطلاح

جاء في مجمل اللغة لأبي الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، سيح: (السَّيْحُ: مصدرٌ) سَاحَ في الأرضِ، يَسِيحُ. والسَّيْحُ الماءُ الجاري. والسَّيْحُ: ضَرْبٌ مِنَ البُرودِ<sup>4</sup>.

وكذلك جاء في معجم مقاييس اللغة، السين والياء والحاء أصلٌ صحيح. يقال سَاحَ في الأرضِ. قال الله جل ثناؤه: ﴿سَيِّحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ﴾ [التوبة: 2]. والسَّيْحُ الماءُ الجاري. والمساييح، هم الذين يسبحون في الأرض بالنميمة والشر والإفساد بين الناس<sup>5</sup>. وقال بن منظور في لسان العرب: سيح: السَّيْحُ الماءُ الجاري على وجه الأرض. وفي التهذيب: الماء الظاهر على وجه الأرض، وجمعه سَيُوح. والسَّيَاحة: الذهاب في الأرض للعبادة والتَّزَهُب. وسَاحَ في الأرضِ يَسِيحُ سِيَاحَةً وَسُيُوحاً وَسَيْحاً وَسَيْحَاناً أي ذهب. وقيل السائحون والسائحات هم الصائمون والصائمات. وقيل إنهم الذين يديمون الصيام. وقيل للصائم سائح لأن الذي يسبح متعبداً يسبح ولازاد معه إنما يَطْعَمُ إذا وجد الزاد. والصائم لا يَطْعَمُ أيضاً فلشبهه به سمي سائحاً<sup>6</sup>.

يستخلص من هذه التعريفات السابقة الذكر أن كلمة السياحة مشتقة من الفعل سيح والذي يدل على التنقل في الأرض. أما ما ورد في معنى السياحة بالصيام، أو الذهاب في الأرض للعبادة والترهب فإنها معان نتيجة للأثار الواردة في ذلك<sup>7</sup>.

## السياحة في الاصطلاح

للسياحة تعريفات متنوعة، ولكن يبقى عنصر السفر والحركة والانتقال أحد الجوانب المشتركة بين التعاريف المتعددة للسياحة. عرف السائح بأنه المسافر لأي مكان، ولأي غرض، غير هجرة وعمل. وقصد بالمسافر في هذا التعريف ليخرج من كانت مسافته دون مسافة القصر. وقصد بأي مكان لتدخل السياحة الداخلية في مفهوم السياحة. وقصد ناعور بأي غرض سواء كان محموداً، أو مذموماً، لأن كثير من دول العالم المعاصر لا ترى بأساً بأن تشمل السياحة النوعين معاً. وقول المؤلف غير هجرة وعمل يقصد به إخراج المقيم إقامة دائمة، لأن السائح إقامته مؤقتة، وكذا لإخراج من جاء بقصد العمل والكسب، فهو إن طال به المقام أصبح كأنه مقيم إقامة دائمة. واستناداً على هذا التعريف فإن السياحة هي التأثيرات المتبادلة بين المسافرين وأهل بلد المقصد. وذكر المؤلف في قوله (التأثيرات) لأنه يلزم من الاحتكاك بين المسافرين وأهل بلد المقصد التي يصل إليها المسافرون، حدوث تأثيرات بين الطرفين، منها ما هو نافع، ومنها ما هو ضار، في مجالات شتى كالجانب الاقتصادي، والأخلاقي، والديني، والمعرفي وغيرها. (المتبادلة) لبيان عدم اقتصر التأثير على طرف دون

<sup>4</sup> أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا اللغوي، مجمل اللغة، تحقيق: زهير عبد المحسن سلطان، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط2، 1406هـ/ 1986م) ج2، ص480.

<sup>5</sup> أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، (بيروت: دار الجيل، ط1، 1411هـ/ 1991م) م3- ص120.

<sup>6</sup> محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، تصحيح: أمين محمد عبد الوهاب، محمد الصادق العبيدي، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط3، دبت، ج 6، ص451).

<sup>7</sup> المرجع السابق نفسه، ص 452.

الأخر. (بين المسافرين وأهل بلد المقصد) لأن الذي يقدم المنتج السياحي للسائح هم أهل البلد المضيف، لذا انحصر التأثير بين الطرفين في الأعم الغالب.<sup>8</sup>

كما عرفت بأنها ترحال الناس لمسافة خارج مناطق عملهم وسكنهم لأغراض مختلفة.<sup>9</sup> وعرفت السياحة أيضاً بأنها أنشطة الشخص المسافر خارج مكان إقامته الدائمة لأكثر من ليلة وأقل من سنة لأغراض مختلفة منها النزهة والأعمال وغيرها<sup>10</sup>.

#### أدلة السياحة من القرآن الكريم والسنة الشريفة

##### أولاً: السياحة في القرآن الكريم .

ورد لفظ سَيَّحَ ومشتقاته في ثلاثة مواضع في القرآن الكريم وهي، ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ﴾ [التوبة: 2]. جاء في تفسير هذا الذكر الكريم، بعد أن تأمر اليهود والمشركين ضد المسلمين ونقضوا عهودهم مرات ومرات، فلم يعد من الحكمة أن يبقى المسلمون متمسكين بالعهود وقد نقضها أعداؤهم، فنزلت السورة الكريمة بإلغاء تلك العهود ونبذها إليهم بوضوح وبصيرة. وبذلك قطع الله تعالى ما بين المسلمين والمشركين من صلوات، فلا عهد ولا تعاهد ولا سلم ولا أمان، بعد أن منحهم الله فرصة كافية هي السياحة في الأرض أربعة أشهر ينطلقون فيها آمنين، ليتمكنوا من النظر والتدبر في أمرهم. ويختاروا ما يرون فيه المصلحة لهم.<sup>11</sup> ومن هذا الذكر الكريم يستخلص للسياحة فوائد كثيرة منها النظر والتدبر والأمن وغيره.

وأيضاً وردت في كلمة السائحون في الآية الكريمة التالية بمعنى السائرون في الأرض للغزو أو طلب العلم، من السياحة وهي السير والذهاب في المدن والقفار للعبادة والاعتبار<sup>12</sup>. ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [التوبة: 112]. وقال جل وعلا: ﴿عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَرْوَاجًا خَيْرًا مِنْكَ مَسْلَمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَائِمَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ تَيَّبَاتٍ وَأَبْكَارًا﴾ [التحریم: 5]. ففي هذا الذكر الكريم سائحات أي مهاجرات أو صائمات. وقيل للصائم سائح لأن السائح لا زاد معه فلا يزال ممسكاً إلى أن يجد ما يطعمه فشبه به الصائم في إمساكه إلى أن يجيء وقت إفطاره.<sup>13</sup>

<sup>8</sup> هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها دراسة شرعية مقارنة، (الدمام: دار ابن الجوزي، ط1، 1424هـ)، ص16.

<sup>9</sup> ديفيد بون و جاكين كلركي، السلوك السياحي المعاصر، أنت والآخر كسايح، (ولينج فورد: سي اه بي اي، ط1، 2009م)، ص1.

David Bowen&JackieClarke, Contemporary Tourist Behaviour, yourself and others as Tourists,(Wallingford: CABI, First ed, 2009)p1.

<sup>10</sup> باول س بيدerman، السفر والسياحة واسباسيات الصناعة، (نيوجرسي: ابر سادل ريفر، ط1، 2008م)، ص5. paul S Biederman with Jun LALJUKKAM. LAITAMAKI,HANNAH R NYHEIM, STANLEY C PLOG, TRAVEL AND TOURISM AN INDUSTRY PRIMER,(NEW JERSEY: UPPER SADDLE RIVER, FIRST ED,2008) P5.

<sup>11</sup> محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، (بيروت: دار القرآن الكريم، ط3، 1402 هـ / 1981م) م1، ص518.

<sup>12</sup> محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير مرجع سابق، ص565.

<sup>13</sup> عبد الله بن أحمد بن محمود النسفي، تفسير النسفي المسمى مدارك التنزيل وحقائق التأويل، ضبط: الشيخ زكريا عميرات، (بيروت: دار الكتب العلمية، ط1، 1415 هـ / 1995م) م2، ص702.

كما حث القرآن الكريم على السياحة بلفظة سيروا التي تتفق في المعنى مع كلمة سياحة، وكلاهما يدلان على الذهاب في الأرض كما تقدم ذكره. وذلك في عدة مواضع منها: قال الله تعالى: ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾ [العنكبوت:20] وقوله جل وعلا: ﴿مَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رَجَالًا نُوحِي إِلَيْهِمْ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ [يوسف:109]، ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آدَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبَ الَّتِي فِي الصُّدُورِ﴾ [الحج: 46]، وأيضاً قوله ﷺ: ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا يَكْسِبُونَ﴾ [غافر: 82]، وكذلك قوله جل شأنه: ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ دَمَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ وَلِلْكَافِرِينَ أَمْثَالُهَا﴾ [محمد: 10]

### ثانياً : السياحة في السنة النبوية:

ورد ذكر كلمة سياحة في السنة النبوية المطهرة في عدة مواضع، وبمعان مختلفة، منها ما يلي:

#### السياحة بمعنى السير في الأرض:

أخرج الترمذي في الجامع المختصر من السنن عن رسول الله صل الله عليه وسلم، عن ابن عمر رضي الله عنهما قال: "كان النبي ﷺ إذا قفل من غزوة أو حج أو عمرة فعلاً فدفقاً من الأرض أو شرفاً، كثير ثلاثاً ثم قال لا إله إلا الله وحده لا شريك له، له الملك وله الحمد وهو على كل شيء قدير، أيون تائبون عابدون سائحون لربنا حامدون صدق الله وعده ونصر عبده وهزم الأحزاب وحده.<sup>14</sup>" وفي الحديث سائحون أي سائرون لمطلوبنا.<sup>15</sup>

ولما كانت السياحة عبادة تتزاحم فيها الفوائد وتتكاثر العبر، فقد أشارت السنة المطهرة إلى أن للملائكة سياحة كذلك. أخرج، الإمام أحمد في مسنده، عن أبي هريرة رضي الله عنه، أو عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال قال رسول الله ﷺ: "إن لله ملائكة سياحين في الأرض"<sup>16</sup>.

#### السياحة بمعنى الجهاد:

عرفت السياحة في السنة النبوية بمعنى الجهاد في سبيل الله تعالى. أخرج، أبو داود في السنن، جاء رجل إلى رسول الله ﷺ يستأذنه في السياحة فقال له عليه الصلاة والسلام: "إِنَّ سِيَّاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ تَعَالَى".<sup>17</sup> وكان هذا

<sup>14</sup> محمد بن عيسى الترمذي، الجامع المختصر من السنن عن رسول الله ، (بيروت: دار الكتب العلمية، ط1، 1408هـ/1987م)، ج3، ص285، كتاب، الحج، باب، ما يقال عند القبول من الحج والعمرة، رقم الحديث 950.

<sup>15</sup> صفي الرحمن المباركفوري، تحفة الأحمدي بشرح جامع الترمذي، (بيروت: دار الكتب العلمية، ط1، 1410هـ/1989م)، ج4، ص20.

<sup>16</sup> أخرجه، الإمام أحمد في مسنده، مسند الإمام أحمد، تحقيق: شعيب الأبرؤوط، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط1، 1412 هـ / 2001م)، ج12، ص389، باب، مسند أبي هريرة، رقم الحديث 7424.

<sup>17</sup> سليمان بن الأشعث السجستاني أبو داود، السنن، (سوريا: دار الحديث، ط1، 1394م) ج3، ص12، كتاب الجهاد، باب في النهي عن السياحة. رقم الحديث، 2486.

السائل جاء يستأذن النبي أن يذهب في الأرض سائحاً، كما كان معروفاً قبل الإسلام من السير في الأرض، وإتباع البدن فيما لا فائدة فيه، ومفارقة المؤلفات والمباحات والملذات<sup>18</sup>.

كما جاء في الحديث، بروية الطبراني في الكبير، بإسناده عن أبي أمامة، قال: قال رسول الله ﷺ "إن لكل أمة سياحة، وسياحة أمتي الجهاد في سبيل الله، وإن لكل أمة رهبانية، ورهبانية أمتي الرباط في نحور العدو"<sup>19</sup>. وما تبوأت السياحة في مفهوم الإسلام هذه المكانة العظيمة، إلا لعظم مكان الجهاد في الإسلام. والجهاد في سبيل الله ليس سياحة لأمة محمد ﷺ فقط بل هو رهبانيتها أيضاً كما يتضح من الحديث الشريف.

### السياحة بمعنى الصيام:

قد وردت السياحة في الحديث الشريف بالصيام. أخرج بدر الدين العيني، في عمدة القاري شرح صحيح البخاري، عن أبي هريرة أنه قال: قال رسول الله ﷺ: "السائحون هم الصائمون"<sup>20</sup>. كما فسرت بالصيام في قوله تعالى: ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الَّذِينَ يَلْمِزُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [التوبة: 112]. ويقول الشيخ ابن السعدي: المراد بالسياحة السفر في القربات لله تعالى كالحج والعمرة، والجهاد وطلب العلم، وصلة الأقارب ونحو ذلك<sup>21</sup>. وقال ابن الاثير قيل للصائم سائح، لأن الذي يسبح في الأرض متعبد يسبح ولا زاد له ولا ماء، فحين يجد يطعم. والصائم يمضي نهاره لا يأكل ولا يشرب شيئاً فشبه به<sup>22</sup>.

### السياحة الحلال:

مما سبق من تعريفات وأدلة واردة في القرآن الكريم والسنة المطهرة، يستنتج، أن السياحة الحلال تعني، التفاعلات والأنشطة المباشرة وغير المباشرة والناجمة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيداً عن موطنهم الأصلي، والتي يراعى فيها تعاليم ومقاصد الدين الحنيف سواء من قبل الزائر أو المزار، والتي بموجبها توفّر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجاتهم المختلفة.

ويرى البعض أن السياحة الحلال هي التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية والتي يجب أن تكون خالية من تعاطي المشروبات الكحولية، ولعب الميسر وغيرها من المحرمات. كما أنها توفر الغذاء الحلال<sup>23</sup>. وبملاحظة النمو السريع لبعض متطلبات الحياة، كالغذاء والملبس والمواصلات وغيرها، فإن صناعة الحلال تنمو بمعدل أسرع وذلك نظراً لأن المسلمين

<sup>18</sup> هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها دراسة شرعية مقارنة، (الدمام: دار بن الجوزي للنشر والتوزيع، ط1، 1424هـ) ص27.  
<sup>19</sup> أخرجه، سليمان بن أحمد بن أيوب الطبراني، المعجم الكبير، (القاهرة: مكتبة بن تيمية، ط2، 1415 هـ / 1994م)، ج2، ص 168، رقم الحديث 7708.

<sup>20</sup> أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغيتابي الحنفي بدر الدين العيني، عمدة القارئ شرح صحيح البخاري، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط1، د.ت) ج14، ص79، باب فضل الجهاد والسير، رقم الحديث 4772.

<sup>21</sup> عبد الرحمن بن ناصر السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، (بيروت: عالم الكتب، ط1، 1422 هـ / 2001م) ص360.

<sup>22</sup> مجد الدين أبي السعادات المبارك بن محمد الجزري ابن الأثير، النهاية في غريب الحديث والأثر، تحقيق: محمود مجد الطناحي، طاهر احمد الزاوي، (بيروت: دار الفكر، ط2، 1399هـ / 1979م) ج2، ص 433.

<sup>23</sup> Battour, M. M., Ismail M. N. & Battor, M. (2010). Toward A Halal Tourism Market. Tourism Analysis, 15(4), 461-470.

يشكلون أكثر من 23% من سكان العالم. لذا فمن المتوقع زيادة الاستهلاك والتسوق الحلال لاسيما في مجال السياحة وللاعلام أهميته القصوي في هذا المجال لأن السياحة تعتمد اعتماداً كبيراً علي توفير المعلومات التي تتوفر من خلال وسائل الإعلام مثل الصحف والمنشورات والإذاعة والتلفاز الإنترنت وغيرها<sup>24</sup>.

فالسياحة باعتبارها نشاط إنساني، وعملية انتقال من مكان إلى مكان آخر، داخل الدولة أو خارجها، بغرض تحقيق إشباع معين لا يدخل فيه العمل أو الحرب أو الإقامة الدائمة. فهي نشاط بدأ مع بداية خلق الإنسان، واستخلافه في الأرض. والله تبارك وتعالى أراد أن يلفت نظر الإنسان إلى الكون الذي يعيش فيه، حتى يرى آثار التدبير الإلهي لاستخلاف الإنسان في الأرض. ويستفيد الإنسان من هذا الكون بكل الوسائل التي تجعله يحيا حياة تجمع بين العبادة والعمل.

الفكر الإسلامي ينظر إلى السياحة بنظرة واقعية، فجد أن الشريعة الإسلامية لم تحرم شيئاً يحتاج إليه الإنسان في واقع حياته، كما لم تبح له شيئاً يضره.<sup>25</sup> ولقد أمرنا المولى عز وجل بالترويح عن النفس والزينة، فقال تبارك وتعالى: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ \* قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ\* قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّي الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾[الأعراف: 31-33]. ولقد ورد في تفسير هذا القول الكريم، لقد أباح الله عز وجل لبني الإنسان أن يأخذوا زينتهم من اللباس، وليتمتعوا بالطيبات من الطعام والشراب دون إسراف. ويمكن القول إن الشريعة الإسلامية قد راعت فطرة البشر في الميل إلى الترويح عن النفس، كما حرمت بعض وسائل اللهو التي تقترب باللهو غير البريء وشرب الخمر، والقمار أو إي إفساد في الأرض.<sup>26</sup> فالإسلام ينظر إلى السياحة باعتبارها فضيلة تغذي الروح وتركي النفس وتربي الإرادة بالتفكر والتدبر في آيات الله في الكون. وعليه تنبع أهمية السياحة الحلال من مقاصدها السامية العالية والتي يمكن إيجازها في التالي<sup>27</sup>:

- تعتبر وسيلة من وسائل التربية العقديّة الروحية من خلال السفر والخلوّة والتأمل في خلق السماوات والأرض وما خلق الله سبحانه وتعالى من عجائب، فعندما يخرج السائح ويرى المناظر الطبيعية العظيمة يستحضر عظمة الله بأنه الخالق المبدئ، ويقول عز وجل: ﴿إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ \* الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ قَوْلًا عَذَابَ النَّارِ﴾[آل عمران: 190-191].
- تعتبر وسيلة من وسائل التعارف بين الناس، وإفشاء السلام والأمن ونشر دعوة دين الله عز وجل، وهذا يعتبر من الواجبات الدينية، ودليل ذلك قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾. [الحجرات : 13].

<sup>24</sup>Akyol, M. & Kilinc, O. (2014). Internet and Halal Tourism Marketing. Electronic Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 9(8), p. 171-186.

<sup>25</sup>محمود حنفي محمود أحمد، السياحة من منظور إسلامي اقتصادي،(القاهرة: مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي، ط1، 2005م)، ص 18.

<sup>26</sup>سيد قطب، في ظلال القرآن، ( القاهرة: دار الشروق، ط 25، 1417هـ / 1996م )، م 3، ج 8-11، ص 1276.

<sup>27</sup>حسين حسين شحاته، السياحة من منظور إسلامي اقتصادي،(القاهرة: مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي، ط1، 2005م)، ص 3.

- تعتبر السياحة وسيلة من وسائل العمل للكسب وتبادل المعلومات والخبرات وزيادة المنافع .

#### الضوابط الشرعية للسياحة الحلال:

تعتبر السياحة من الأنشطة المشروعة إذا كانت الغاية منها مشروعة، وبالتالي يمكننا وصفها بأنها حلال، بمعنى أن يكون المقصد منها يتفق مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية، وأن تكون الوسائل والسبل والأساليب المحققة لهذه الغاية كذلك مشروعة، لذا وضع فقهاء الإسلام مجموعة من الضوابط الشرعية للسياحة لترشيد عمليات السياحة ومعاملاتها ومن أهمها ما يلي.<sup>28</sup>

- المشروعية: وتعني أن تحقق السياحة مقاصد الشريعة الإسلامية وهي: حفظ الدين وحفظ العقل وحفظ النفس وحفظ العرض وحفظ المال، كما تعين الإنسان على العبادة.
- الطيبات: وتعني أن تكون السياحة في مجال الطيبات سواء في المأكل أو المشرب أو الكلام أو السلوك أو الفعل وتجنب الخبائث والفواحش. وهذا الضابط من موجبات تحقيق ضابط الشرعية.
- القيم الأخلاقية الفاضلة: يجب أن تساهم السياحة الحلال في تنمية القيم الأخلاقية عند المسلم، أو على الأقل المحافظة عليها. ومن تلك القيم الأخلاقية: المعاملة الحسنة والصدق والأمانة والتعاون والإخاء والكرم وغيره.
- السلوكيات المهدبة السوية: إن الإلتزام بالقيم الإيمانية والأخلاقية يحقق أو يُشكل الشخصية الإسلامية المتميزة سلوكاً.
- الإلتزام بفقهاء الأولويات الإسلامية: وهي الضروريات فالحاجيات والتحسينات على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع والدولة. وهذا مما يحقق التوازن المنشود في حياة المسلم.
- الإلتقان والإحسان: من كلا الجانبين (الزائر والمزور) فمثلاً لا يجوز الإهمال والتقصير على حقوق كل منهما.
- المحافظة على الفرائض والواجبات المشروعة: بمعنى لا يجوز تعطيل المسلم عن القيام بفرضة الإسلام.

#### أهمية الإعلام في النشاط السياحي:

تتمثل أهمية الإعلام في النشاط السياحي الحلال في أنه يتناول كافة أوجه النشاط الاتصالية والمخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة الحلال، بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي الحلال لدى الجمهور من ناحية، ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للسياحة الحلال سواء من داخل البلد أو خارجها<sup>29</sup>.

من خلال هذا المفهوم الشامل لأهمية الإعلام في مجال السياحة الحلال يستنتج التالي:

- لا بد أن يتسم الإعلام بالصدق وهذا من مزايا السياحة الحلال المستمدة من مقاصد الشارع في السياحة.
- عرض الحقائق والأخبار الصحيحة عن مختلف المحفزات السياحية كالخدمات والتسهيلات وغيرها.
- على الإعلام التعرف على كافة الظروف المحيطة الخاصة بالسائح والتي بإمكانها أن تؤثر على إدراكه وقراراته .

<sup>2828</sup> حسين حسين شحاته، السياحة في مصر من منظور إسلامي واقتصادي، ( القاهرة: جامعة الأزهر، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي،

ط1، 2005م)

<sup>29</sup> محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، ( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2002م) ص 63.

## الإعلام ومقومات الجذب السياحي الحلال

لم يكن مسمى الإعلام حديث النشأة في حياة الأمة، بل هو مصطلح بدأ مع بدأ التكوين والبشرية، فيمقدورنا القول إن أول تبادل للمعرفة والعلوم بين سكان الأرض يسمى ( إعلاماً)، ويعد أول حوار بين سيدنا آدم عليه السلام وحواء أول عملية اتصالية وإعلامية تم خلالها نقل الأفكار وتبادل الأخبار. ومع تطور الإعلام عبر الأجيال والسنون أصبح الإعلام أداة لمعترك مهم ومؤثر في حياة الشعوب والأمم، فتعددت طرائقه وتنوعت مجالاته، بعد أن كانت تعتمد على تبادل المعلومات ونقل الأخبار فقط. ومع مطلع القرن العشرين أصبح الإعلام محركاً أساسياً للرأي العام، ومرآة عاكسة للأحداث الجارية في العالم، لذا فالإعلام يحدث تغيرات واسعة، وانتقالات سريعة في هذا العصر في شتى المجالات السياسية، والتجارية، والصناعية والتربوية، والفكرية والسياحية<sup>30</sup>. ومما لا شك فيه أن للإعلام دوراً رائداً في الترويج للسياحة عبر وسائله المختلفة وخاصة في مجال السياحة الحلال، وهي التي تقوم على المبادئ الإسلامية الفاضلة، ومراعاة مقاصد الشارع في السياحة، والتي تصبو لمصلحة الفرد والمجتمع.

ومن مقومات الجذب السياحي الحلال، والتي يقصد بها العوامل التي تجذب السياح إلى البلد السياحي مايلي:

## المقومات الطبيعية:

البيئة الطبيعية هي مورد سياحي هام يجتذب السياح، وتتمثل في سياحة الآثار والتراث والبيئة كالغابات والصحاري والأنهار والشلالات والسواحل البحرية وغيرها. وفي هذا النمط من السياحة لا بد من توفر البنية التحتية للبلد السياحي من شوارع ومواصلات وأمن وغيره يضمن للسائح احتياجاته المختلفة. والترويج لها عبر وسائل الإعلام المختلفة يوفر للراغب في السياحة عنيت البحث وامتلاك المعلومة في أقل وقت ممكن. فزيارة هذه المشاهد الطبيعية فيه ترويج للنفس البشرية تعبدياً وترفيهياً. لقد أمر الله تعالى بالسير في الأرض في مواضع كثيرة في كتابه الكريم، منها، قال الله عز وجل: ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ تُمْ أَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ﴾ [الأنعام: 11]. ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ تُمْ اللَّهُ يُنْشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾ [العنكبوت: 20]. ﴿أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ﴾ [الروم: 9]. ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ﴾ [الروم: 42]. ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ﴾ [والنمل: 69]. ﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾ [الملك: 15]. وذلك لأن السير في الأرض يندى إلى الرائي مشاهدات جمّة من مختلف الأرضين، بجبالها وأنهارها ويمر به على منازل الأمم حاضرها وباندها، فيرى كثيراً من أشياء وأحوال لم يعتد رؤية أمثالها. لذا فالسير في الأرض وسيلة جامعة للعقل باعتباره الوسيلة التي يتدبر بها للوصول لمعرفة الله تعالى وتأكيد قدرته ومن ثم الإيمان به، وليس الإيمان كلمة ليقصر دور الإنسان على التلفظ بها في التأكيد على صدق إيمانه، ولكنه فكر يتحرك في عقل الإنسان، وعاطفة تجيش في قلبه وكلمة تعبر عن موقفه. فسر قوله تعالى: ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ تُمْ اللَّهُ يُنْشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾ [العنكبوت: 20]. ربما أمكن إرادة

<sup>30</sup> ماجد عباس محمود، وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإتصال وأثارها في صناعة السياحة، ( [www.grenc.com](http://www.grenc.com) ، الركن الأخضر، 2012م)،

الرؤية البصرية على أساس مشاهدة عملية الخلق والإعادة فيما يراه الإنسان من مظاهر الحياة في الأرض فيما تهتز به من زروع ثم تموت ثم تهتز من جديد بالخضرة والحياة، وما تشاهدونه من تنوع الخلائق واختلافهم في ألوانهم وأشكالهم وطبائعهم، مما يوحي بعظمة القدرة واتساعها وشمولها وكمالها، الأمر الذي تكون فيه عملية الإعادة نتيجة طبيعية باعتبار أنها أقل صعوبة من عملية الإيجاد.<sup>31</sup> فالسير في الأرض للنظر والتفكير يستدل به أن للعالم صناعاً، حياً، قادراً، موجوداً. لقد أمر الله تعالى بالمسير في الأرض ليتفكروا ويعتبروا بالنظر في بدأ الخلق على كثرتهم واختلافهم في الألوان والطبائع والألسن. وبالنظر إلى مساكن القرون الماضية، والأمم الخالية، وأثارهم لتعلموا بذلك كمال قدرة الله تعالى.<sup>32</sup> فوسائل الإعلام مطالبة بأن تنشر المعلومات الصحيحة عن هذه الأمكنة، التي ترفع مستوى التفكير وتزكي الأذهان وتنمي المعرفة.

### الخدمات والتسهيلات المختلفة

يمكن القول بأن صناعة السياحة وإن كانت تركز على الرحلات والسفر، ولكن أشكال مقوماتها تختلف من بلد لآخر، وذلك لتنوع المعطيات الخاصة بالبلد السياحي من تفاوت في الإمكانيات الاقتصادية والموقع الجغرافي، والتسهيلات من قبل الحكومات ممثلة في المأكل والمشرب والملبس والأمن والمسكن وغيرها من متطلبات الحياة المختلفة.<sup>33</sup> وتعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل التي تسهم في بناء الصورة الذهنية للدولة السياحية حيث يدفعنا ماتقدمه وسائل الإعلام عن الدول والشعوب والأنماط السلوكية والمعيشية لها وطريقة عرضها، إلى تكوين صور ذهنية وتبنى مواقف مسبقة عنها حتى قبل أن نمر بتجارب اتصالية مباشرة. ولذلك تبذل الدول المختلفة جهوداً ضخمة لتحسين صورتها في وسائل الإعلام الدولية سواء بطرق مباشرة أو غير مباشرة. وقد زاد من الاهتمام الدولي في هذا المجال ما وصلت إليه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من تطور في الآونة الأخيرة.<sup>34</sup>

فالسياحة كوسيلة من وسائل التواصل بين البشر، تؤدي إلى وحدة الحياة البشرية، وبذلك يتجاوز الفرد المسلم في علاقته الإنسانية الطبقة وتنوع البشر واختلافهم، ويوصل التعاون وغرس روح الأخوة وثوثيق الروابط مما ينعكس على علاقاتهم بغيرهم من بني البشر تسامياً في التعامل في شتى مجالاته قولاً وعملاً. ومن وظائف الإعلام في هذا المجال، إعلام السائح بما يهمه ويتصل بحياته، من نصح وإرشاد وتوجيه وقيم ومبادئ واتجاهات، تنمية الولاء للإسلام قبل سواه وإبراز دوره في خدمة المجتمع وشرح نظام الحياة فيه، والمحافظة عليها ذلك لأن لكل مجتمع نسقاً يشكل ويحدد أنماط السلوك في المجتمع.<sup>35</sup>

<sup>31</sup> محمد حسين فضل الله، من وحي القرآن، (بيروت: دار الزهراء للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1408/هـ 1988م) ج20، ص36.

<sup>32</sup> أبو الطيب صديق بن حسن بن علي الحسين النوجي البخاري، فتح البيان في مقاصد القرآن، مراجعة: عبد الله بن إبراهيم الأنصاري، (بيروت: المكتبة العصرية، ط1، 1412/هـ 1992م)، ج10، ص179.

<sup>33</sup> أحمد محمود عيسى، مقدمة في صناعة السياحة الحديثة واتجاهاتها، (الرياض: دين، ط1، 1427/هـ 2006م) ص51.

<sup>34</sup> علي السيد إبراهيم عوجة، دور الإعلام في الترويج للسياحة، (أبها: الدورة التدريبية: رفع كفاءة العاملين في الأمن السياحي، 1432/هـ 2011م)

، ص4.

<sup>35</sup> سعيد إسماعيل صيني، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، 1417 / هـ 1997م) ص176.

## دور الإعلام وأثره في الجذب السياحي الحلال

يعتبر الإعلان السياحي مزيج من الجهود التي تهدف إلى تعريف الجمهور بالسياحة الحلال المراد الترويج لها من خلال التأثير ذهنياً على هذا الجمهور للحصول على استجابات وقبول وقيام بالنشاط السياحي. لذا فهو من أهم عناصر المزيج الترويجي ووسيلة من وسائله الهامة التي تؤثر بشكل رئيسي في تحقيق أهداف هذا النوع من السياحة. حيث يمثل أداة تعليمية ذات تأثير كبير وواضح على الجمهور، فوسائل الإعلام أو الاتصال بال جماهير الواسعة تضع للناس مقاييس بها يعرفون العالم كله ويحكمون عليه، ثم يتوصلون بأسلوبهم الخاص في التقنين والتحقيق. كما لو وسائل الاتصال أساليبها المعينة في الاتصال والتأثير في المجتمع. إذا لابد للإعلام أن يتناول حاجيات السائح وإشباعها من قيم إسلامية، ومن الأصعدة التي يمكن للإعلام التأثير فيها مايلي.

### أولاً: الوعي السياحي :

يشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية، والتقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق السياحة بشكل عام في شتى أنواعها. ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع متقف سياحياً ومدركاً لأهمية السياحة التي تتوافق والشرع الحنيف. وهذا الوعي يمكن أن يتحقق من خلال تضافر الجهود داخل المجتمع والتي منها وسائل الإعلام المختلفة. فالسياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد. ولن تنهض السياحة الحلال وتزدهر إلا إذا حضنها المجتمع ككل واعتبرها قضية مجتمع. ويكون ذلك بمعرفة القيم الأساسية التي يقوم عليها المجتمع المسلم والمستمدة من تعاليم الإسلام.

من أهم وظائف الإعلام التعريف بالقيم الأساسية التي يقوم عليها المجتمع المسلم، والإعلام عنها في مجال السياحة. تلك الوظيفة التي تعرف باسم بناء الوعي القومي أو بناء الأمة، وهي تركز في المقام الأول على تطوير الشعور بالانتماء إلى الأمة. وهذا لايعني إطلافاً القضاء على الأحاسيس القبلية أو المحلية أو الروابط الأسرية، بل التعريف بمساهمة هذه الروابط في بناء المجتمع بكامله الذي يضم فيما بينها ويوحد ويصوغ هذه القيم ثم يصهرها في قالب قومي واحد ينتمي إليه الجميع. ومما تجدر الإشارة إليه في هذا الصدد أن الإسلام قد قام بهذه المهمة وركز عليها قبل اختراع الإعلام الحديث.<sup>36</sup> ولعل الآية القرآنية التي تشير إلى وحدة الأمة ونبذ التفرقة هي خير دليل على ذلك. إذ يقول الله عز وجل (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ) [آل عمران: 103] وفي الحديث الشريف "لا فضل لعربي على عجمي إلا بالتقوى" فوظيفة الإعلام بتعريف القيم الإسلامية التي يقوم عليها المجتمع هي أقصر الطرق لتوحيد الأمة بالمعنى القومي والديني وترسيخ هذه القيم والمبادئ في أذهان الشباب خاصة الذين يسيحون في شتى بقاع الأرض لأغراض مختلفة.

ثانياً: الفهم الواعي لعملية التغيير، والتفرقة ما بين التغيير البنّاء والتغيير الهدام.

لقد حثنا ديننا الحنيف على السياحة بألفاظ شتى، وقد عرفت السياحة بتعريفات متعددة منها ما يراعي الجانب الاجتماعي، ومنها ما يراعي الجانب الاقتصادي، ومنهم من يرونها نشاطاً إنسانياً وغيره. فكل هذه الجوانب قد يحدث فيها

<sup>36</sup> محمد عز الدين بطروخة، دور الإعلام في توجيه الشباب، (الرياض: أبحاث الندوة العلمية الخامسة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1408 هـ) ص 91.

شئ من التغيير، سواء كان سلبياً أو إيجابياً. لذا فمن وظائف الإعلام شرح معنى التغيير الذي تمر به كافة المجتمعات، وكيف تواجه صعوباته خاصة لجمهور الشباب. حيث أن التغيير هو سنة الحياة أو كما قال أرسطو إن التغيير هو الشئ الوحيد الدائم في الحياة. وربما يكون التغيير سبباً للاضطراب والقلق في المجتمع، لذا على وسائل الإعلام المختلفة أن تناقش وتحلل مقومات التغيير والبناء وأسبابه وكيف تنفادى الفجوة بين الأجيال. فنجاح الإعلام في تحقيق هذه الغاية يقضي على التنافر ويؤدي إلى خلق الانسجام بين الأجيال. وذلك عن طريق برامج تلفزيونية وإذاعية توثيقية أو فكاهية أو غير ذلك.<sup>37</sup> ودراسة التيارات الفكرية المعاصرة والتي قد تؤثر على المعتقدات الأساسية للشباب.

**ثالثاً:** مناقشة المشاكل الخاصة بالشباب ودورهم في بناء المجتمعات والتسليّة والترفيه.

إن الشباب يمثل الركن الحيوي من أركان البناء الاجتماعي، لذا من حقه أن يفسح له المجال لأداء دوره الاجتماعي في المجتمع، وأن يتمتع بالمكانة التي يستحق بين أعضاء المجتمع وشرائحهم وتنوع أدوارهم داخل المجتمع الذي يعتزون بالانتماء إليه ويشركون في بنائه وتطوره ونمائه. وإن حسن الأداء من قبل الشباب لهذا الدور المتوقع لا يأتي إلا بتوفير شروط التفاعل الخلاق للشباب داخل المجتمع، إلا أن هذا التفاعل المرغوب فيه يتأثر في عدة ملامسات تحول دون انخراطهم في الحياة المجتمعية العامة. قد يعود قسم منها إلى النوع الاجتماعي أو إلى طبيعة العلاقة بين الأجيال، إضافة إلى طبيعة العصر ومستجداته الثقافية منها والتقنية.<sup>38</sup> لهذا يجب على وسائل الاعلام أن تعالج المشاكل التي تواجه الشباب في بلاد المهجر أي بلد السياحة التي يقصدها الشباب.

**رابعاً:** الضيافة والحنو وتقوية الصلات مع الجماهير الداخلية:

من الأدوار الهامة التي يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام لجذب السياحة الحلال، إظهار حسن الضيافة، والمعاملة الحسنة التي تقدم للسياح، من قبل المواطنين وترحيبهم بالسائحين واتباعهم للسلوكيات المتحضرة. كما أن العلاقات الطيبة مع الجماهير الداخلية تسهم في رفع الروح المعنوية لهم وينتج عن ذلك تقديم الخدمات المتميزة للسائح مما يؤدي بدوره إلى كسب ثقة السائحين.

**خامساً:** تعريف السائح بوجود الخدمات والبرامج السياحية الحلال من مأكّل ومسكن ومشرب وغيره وأماكن تواجدها وأسعارها.

حيث أن الخطوة الأولى لمرحلة الاستجابة تبدأ دائماً في تعريف الجمهور بوجود الخدمة السياحية، ونقل السائح من حالة الجهل بالشئ إلى المعرفة فيه، فالإعلان ومن خلال استخدامه وسائل تتميز بقدرتها العالية على الاتصال بأكبر عدد ممكن من الجمهور وبأوقات مختلفة وبأساليب مختلفة مستوحاة من تعاليم إسلامية منها المرئي والمسموع. يستطيع السائح تثبيت هذه المعلومات الأولية من أسعار وأماكن وخدمات سياحية.

**سادساً:** الأمن: الأمن من أهم احتياجات الحياة البشرية، لذا دعا الإسلام إلى الأمن من أجل أن يحيا الفرد وتحيا الجماعة، ويظل الكل آمن على نفسه وماله وعرضه. قال  $\Psi$ : (وَقَاتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

<sup>37</sup> محمد عز الدين بطروخة، دور الاعلام في توجيه الشباب، مرجع سابق ص 94.

<sup>38</sup> عزة شرارة بيضون، عقيل نوري مجد، فيصل محمود غرابية، محمود شمال حسن، ناهد عز الدين، يوسف أحمد، الشباب العربي وروى

المستقبل، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2006م) ص 18.

المُعْتَدِينَ» [البقرة: 190]. الاعتداء هو الابتداء بالظلم. فالإنسان في حاجة إلى أن يشعر بالأمن في حله وترحاله. وهذه الحاجة قائمة لكل فرد من أفراد المجتمع، وبقدر ما تتسع مساحة الشعور بالأمن وتضيق مساحة الشعور بالخوف يتحقق الغاية التي من أجلها أقبل السائح على السياحة. قال تعالى: ﴿وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُورَى ظَاهِرَةً وَقَدَرْنَا فِيهَا السَّيْرَ سَبِيلًا لِيَأْتُوا فِيهَا لَيْالِيًا وَأَيَّامًا آمِنِينَ﴾ [سبأ: 18]. كان رسول الله صلوات الله وسلامه عليه، يحرص على أن يعم الأمن على الجميع. أخرج ابن ماجه في سنن بن ماجه الحديث، أن النبي ﷺ قال: "المؤمن من أمنه الناس على أموالهم وأنفسهم والمهاجر من هجر الخطايا والذنوب"<sup>39</sup>.

وقال الله عز وجل: ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْمُوا أَنْتُمْ غَيْرَ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ﴾ [التوبة: 2] هو إطلاق من الله سبحانه وتعالى للمشركين من تلك العهود التي عقدها مع المؤمنين، وإرسالهم في وجوه الأرض مدة أربعة أشهر، ينتقلون فيها حيث يشاءون، دون أن يعترضهم المسلمون، أو يلقوهم بأذى، إلا إذا بدءوهم ببغي أو عدوان. وهذا هو السر في قوله تعالى: «فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ»، إذ لا تكون السياحة في الأرض إلا حيث استتب الأمن. لقد دعا إسلامنا الحنيف إلى الحفاظ على الأمن الداخلي والأمن الخارجي. فمثلاً من وسائل حفظ الأمن، عدم ترويح الشائعات داخلياً وخارجياً وبالتالي صيانة المجتمع حتى لا يتسرب إليه الضعف أو الخوف والرعب. فقد عرفت الإشاعات بانها معلومات تنتقل بين الأفراد دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق بصحتها وهي غالباً ماتستهدف فرداً بعينه أو مجتمعاً معيناً وربما تستهدف المجتمع كله. وقد يكون لها طابع محلي أو قومي أو عالمي.<sup>40</sup> ولها انعكاساتها على إقبال السائحين، ومن تلك الشائعات التي تروج حول افتقاد الأمن أو انتشار الإرهاب أو سوء الخدمات أو ترويح السائحين للمخدرات أو إصابة بعضهم بأمراض. قال المولى عز وجل: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَ الَّذِينَ يُسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ [النساء: 83]. لأن إطلاق الشائعات قد يدعو إلى التراخي عن الاستعداد والتأهب وبالتالي الحد من السير في الأرض.<sup>41</sup>

ومما لا شك فيه تأثير الإعلام ودوره في إقناع السائح وإغرائه بالقدوم إلى البلد السياحي الذي لا غبار عليه، وذلك بتملك السائح المعلومات الصحيحة عن أمن ذلك البلد وما هو جاري فيه، مثلما هي قادرة على تشويه صورة هذا البلد وبث الدعايات الكاذبة والشائعات غنية تخويف السائح من القدوم إليه وغير ذلك من الأساليب التي تنصح بعدم القدوم أو المغادرة خوفاً على حياته.

<sup>39</sup>أخرجه أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجه، في سنن ابن ماجه، تحقيق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، محمّد كامل قره بللي، عبد اللطيف حرز الله، (المكتبة الشاملة: دار الرسالة العالمية، ط1، 1430 هـ / 2009 م)، باب، حرمة دم المؤمن وماله، ج5، ص86، رقم الحديث 3934.

<sup>40</sup> محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2002م)، ص89.

<sup>41</sup> أحمد عمر هاشم، الأمن في الإسلام، (الازكية: دار المنار للنشر والطبع والتوزيع، ط1، دبت)، ص23.

## خاتمة:

السياحة ليست مجرد مظاهر ترفيهية وحسب، بل تتعدى ذلك إلى مجالات عديدة حسب مقاصد الشرع الحنيف فيها، والإعلام وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة عامل أساسي في الترويج والجذب السياحي. ويتجلى هذا الدور في إقناع السائح وإغرائه بالقدوم إلى بلد من البلدان. مثلما هي (وسائل الإعلام) قادرة على تملك السائح المعلومات الصحيحة والإرشادات اللازمة للقيام بهذا النشاط الإنساني. والغرض من هذه الورقة لإثبات دور الإعلام في الترويج والتسويق للسياحة الحلال. تشير الدراسات إلى أنه على الرغم من سوق السياحة الحلال ينمو في الكثير من البلدان وهناك العديد من الفنادق التي لديها شهادة الحلال في عدة دول، إلا أن الترويج لها يكاد يكون محدوداً إلى حد كبير. ولذلك، يجب على الجهات الإعلامية الفاعلة إعادة النظر في تسويق السياحة الحلال والأخذ بعين الاعتبار التوقعات من الفنادق الحلال بالنسبة للسياح المسلمين وغير المسلمين أيضاً. حيث يكون الترويج في وسائل الإعلام عن السلامة والصحة. وتوفير الضمانات الأمنية والعقدية حيث تتوفر سبل ممارسة الشرائع بحرية تامة ويسر. على سبيل المثال، توفير المبادئ الغذائية الحلال، وتوفير مرافق منفصلة للنساء، وغرف للصلاة ومعظم الملامح الرئيسية والمشاركة للسائح المسلم كما في الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية التي توفر منصة اتصالات كبيرة للفنادق والمنتجات الحلال. معظم الدراسات تشير إلى تقدم الإنترنت وإتاحته فرصاً كبيرة للحصول على الاهتمام من هذه الأسواق المتخصصة. وحتى الآن لا يوجد تصنيف واضح وموثق للفنادق والمنتجات الحلال إلا من دراسة مبدئية وما زالت مستمرة قام بها المعهد العالمي للبحوث والتدريب في المنتجات الحلال (إنهارت) بالجامعة الإسلامية العالمية في ماليزيا.<sup>42</sup> الغالبية العظمى من السياح المسلمين تستخدم فقط المواقع على شبكة الإنترنت للحصول على صور من الفنادق ولذلك، كانت وسائل الإعلام الأخرى كالمجلات والصحف والتلفزيون غير مدرجة في غالبية الدراسات التي توفقتنا في الحصول عليها. نتوقع المزيد من الدراسات حول دور وسائل الإعلام الأخرى وتطوير دورها في الترويج للسياحة الحلال.

<sup>42</sup>Othman, Rashidi and Saffinee, Siti Syahirah and Hashim , Khairusy Syakirin Has-Yun and Baharuddin, Zainul Mukrim and Mahamod, Lukman Hakim and Ibrahim, Mansor (2015) *Shariah compliant audit checklist for tourism accommodation premises*. Advanced Science Letters, 21 (6). pp. 1721-1724. ISSN 1936-6612

## المراجع

1. أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا اللغوي، **مجلد اللغة**، تحقيق: زهير عبد المحسن سلطان، الطبعة الثانية، مؤسسة الرسالة، بيروت 1406هـ / 1986م، ج2.
2. أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، **معجم مقاييس اللغة**، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، الطبعة الأولى، دار الجيل، بيروت، 1411هـ / 1991م.
3. أبو الطيب صديق بن حسن بن علي الحسين النوجي البخاري، **فتح البيان في مقاصد القرآن**، مراجعة: عبد الله بن ابراهيم الأنصاري، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، بيروت، 1412هـ / 1992م، ج10.
4. أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجة، **في سنن ابن ماجه**، تحقيق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، محمّد كامل قره بللي، عبد اللطيف حرز الله، الطبعة الأولى، دار الرسالة العالمية، المكتبة الشاملة، 1430 هـ / 2009 م، ج 5.
5. أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغينابي الحنفي بدر الدين العيني، **عمدة القارئ شرح صحيح البخاري**، الطبعة الأولى، دار إحياء التراث العربي، بيروت، دبت، ج14.
6. أحمد عمر هاشم، **الأمّن في الإسلام**، الطبعة الأولى، دار المنار للنشر والطبع والتوزيع، الازيكية، دبت.
7. أحمد محمود عيسى، **مقدمة في صناعة السياحة الحديثة واتجاهاتها**، الطبعة الأولى، دن، الرياض: 1427هـ / 2006م.
8. الإمام أحمد، **مسند الإمام أحمد**، تحقيق: شعيب الأرنؤوطي، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت 1412 هـ / 2001م، ج12.
9. تيسير محبوب الفتياني، **مقومات رجل الإعلام الإسلامي**، الطبعة الأولى، دار عمار، عمان، 1408 هـ / 1987م.
10. حسين حسين شحاته، **السياحة في مصر من منظور إسلامي واقتصادي**، الطبعة الأولى، جامعة الأزهر، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، القاهرة، 2005م.
11. سعيد إسماعيل صيني، **الإعلام الإسلامي النظري في الميزان**، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1417 هـ / 1997م). 12.
12. سليمان بن أحمد بن أيوب الطبراني، **المعجم الكبير**، الطبعة الثانية، مكتبة بن تيمية، القاهرة، 1415 هـ / 1994م، ج2.
13. سليمان بن الأشعث السجستاني أبو داود، **السنن**، الطبعة الأولى، دار الحديث، سوريا 1394م، ج3.
14. سيد قطب، **في ظلال القرآن**، الطبعة الخامسة والعشرون، دار الشروق، القاهرة، 1417هـ / 1996م، م 3، ج 8-11.
15. صفي الرحمن المباركفوري، **تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي**، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 1410هـ / 1989م، ج4.
16. عبد الرحمن بن ناصر السعدي، **تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان**، الطبعة الأولى، عالم الكتب، بيروت، 1422 هـ / 2001م.
17. عبد الله بن أحمد بن محمود النسفي، **تفسير النسفي المسمى مدارك التنزيل وحقائق التأويل**، ضبط: الشيخ زكريا عميرات، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415 هـ / 1995م، ج2.

18. عزة شرارة بيضون، عقيل نوري محمد، فيصل محمودغرابية، محمود شمال حسن، ناهد عز الدين، يوسف أحمد، الشباب العربي ورؤى المستقبل، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006م.
19. علي السيد إبراهيم عجوة، دور الإعلام في الترويج للسياحة، الدورة التدريبية : رفع كفاءة العاملين في الأمن السياحي، أبها، 1432هـ / 2011م.
20. ماجد عباس محمود، وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإتصال وآثارها في صناعة السياحة، ( [www.grenc.com](http://www.grenc.com) )، الركن الأخضر، 2012م.
21. مجد الدين أبي السعادات المبارك بن محمد الجزري ابن الأثير، النهاية في غريب الحديث والأثر، تحقيق: محمود محمد الطناحي، طاهر احمد الزاوي، الطبعة الثانية، دار الفكر، بيروت، 1399هـ / 1979م، ج2.
22. محمد بن عيسى الترمذي، الجامع المختصر من السنن عن رسول الله، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 1408هـ / 1987م، ج3.
23. محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، تصحيح: أمين محمد عبد الوهاب، محمد الصادق العبيدي، الطبعة الثالثة، دار إحياء التراث العربي، بيروت، دت ج9.
24. محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، الطبعة الثالثة، دار القرآن الكريم، بيروت، 1402هـ / 1981م، م1.
25. محمد حسين فضل الله، من وحي القرآن، الطبعة الأولى، دار الزهراء للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1408هـ / 1988م، ج20.
26. محمد عز الدين بطروخة، دور الإعلام في توجيه الشباب، الطبعة الأولى، أبحاث الندوة العلمية الخامسة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، دم، 1408هـ.
27. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م.
28. محمود حنفي محمود أحمد، السياحة من منظور إسلامي اقتصادي، الطبعة الأولى، مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي، القاهرة، 2005م.
29. هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها دراسة شرعية مقارنة، الطبعة الأولى، دار ابن الجوزي، الدمام، 1424هـ.

#### المراجع باللغة الإنجليزية:

David Bowen&JackieClarke, Contemporary Tourist Behaviour, yourself and others as Tourists,(Wallingford: CABI, First ed, 2009).

p aul S Biederman with Jun LAI,JUKKAM. LAITAMAKI,HANNAH R NYHEIM, STANLEY C PLOG, TRAVEL AND TOURISM AN INDUSTRY PRIMER,(NEW JERSEY: UPPER SADDLE RIVER, FIRST ED,2008).

[www.balagh.com](http://www.balagh.com)

<http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/.html>

Battour, M. M., Ismail M. N. & Battor, M. (2010). Toward A Halal Tourism Market. *Tourism Analysis*, 15(4), 461-470.

Akyol, M. & Kilinc, O. (2014). Internet and Halal Tourism Marketing. *Electronic Turkish Studies- International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 9(8), p. 171-186.

Othman, Rashidi and Saffinee, Siti Syahirah and Hashim, Khairusy Syakirin Has-Yun and Baharuddin, Zainul Mukrim and Mahamod, Lukman Hakim and Ibrahim, Mansor (2015) *Shariah compliant audit checklist for tourism accommodation premises*. *Advanced Science Letters*, 21 (6). pp. 1721-1724. ISSN 1936-6612