جامعة المنصورة
كلية السياحة و الفنادق

استراتيجيات إدراج معالم السياحة التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية في مصر باستخدام الذكاء الاصطناعي (دراسة حالة لجامع القاضي شرف الدين بالقاهرة)

إعداد

د/ مروه حمدي طه ابراهيم
مدرس بمعهد الألسن العالي للسياحة والفنادق
شعبة الإرشاد السياحي

د/ رانيا محمد السيد إمام
مدرس بمعهد الألسن العالي للسياحة والفنادق
شعبة الدراسات السياحية

مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة
عدد (١٧) - يونيو ٢٠٢٥

استراتيجيات إدراج معالم السياحة التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية في مصر باستخدام الذكاء الاصطناعي (دراسة حالة لجامع القاضي شرف الدين بالقاهرة)

ملخص الدراسة:

تُعد المعالم التراثية المنسية جزءًا مهمًا من الهوية الثقافية والتاريخية، إلا أنها تواجه العديد من التحديات التي تعيق إدراجها ضمن المسارات السياحية، مما يؤدي إلى تراجع الاهتمام بها وفقدان قيمتها التاريخية، وفي ظل التطورات التكنولوجية، يمكن للإستراتيجيات القائمة علي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أن تسهم في إدراج هذه المعالم التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية في مصر و إعادة إحياء هذه المعالم التراثية وتعزيز جاذبيتها السياحية. وبناءً على ذلك تهدف هذه الدراسة إلى التعرف علي أهمية دمج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية، بالإضافة إلى دراسة تحديات ادراج جامع القاضي شرف الدين في المسارات السياحية، وكذلك اقتراح استراتيجيات عملية لإعادة إدراج الجامع ضمن المسارات السياحية بمصربأستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي،وذلك بغرض تقديم توصيات للجهات المعنية لتحسين إدارة المواقع التراثية المنسية مع التركيز على جامع القاضي شرف الدين بالقاهرة كدراسة حالة، حيث يُعد هذا الجامع من المعالم الإسلامية المهمة التي لا تحظى بالترويج الكافي رغم قيمته التاريخية والمعمارية، مما يتطلب البحث في أساليب مبتكرة لإدراجه ضمن البرامج السياحية، وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، تم جمع البيانات من خلال استبيان منظم وُجِّه إلى مجموعتين أساسيتين: ممثلي

شركات السياحة وعددهم (٨٥) شركة بمحافظة القاهرة والمرشدين السياحيين وعددهم (٤٠) مرشد سياحي. وتناولت أداة الدراسة عدة محاور، منها: مشاركة أصحاب المصلحة، والدعم المؤسسي للمشاريع السياحية متناهية الصغر، والترويج الرقمي للمواقع المنسية، والعوامل المؤثرة في إدراجها ضمن المسارات السياحية، ومدى إدراك أهمية التراث المنسي، ودور المجتمع المحلي، وأثر تصميم مسارات سياحية جديدة تعتمد على التراث، وأظهرت نتائج الدراسة وجود اتفاق واسع حول أهمية الفعاليات المحلية، والجهود الثقافية، والمشروعات الصغيرة المدعومة من المجتمع في تعزيز الوعي بالمواقع المهملة. كما كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المرشدين السياحيين وشركات السياحة، مما يعكس اختلاف الأهداف وتركيز كل طرف على جوانب تشغيلية مختلفة. وأكدت الدراسة كذلك أن تصميم مسارات سياحية جديدة تدمج معالم منسية يعزز بشكل كبير من تجربة الزائر، ويستقطب فئات من السياح المهتمين بالسياحة الثقافية والتراثية، وتوصي الدراسة بضرورة تعزيز التنسيق بين المرشدين السياحيين وشركات السياحة، وتكثيف التعاون بين الجهات المعنية، وتوفير الدعم المؤسسي للمشروعات السياحية الصغيرة، والترويج الرقمي للمواقع التراثية المنسية، من أجل تبني نهج متكامل لتطوير السياحة التراثية.

الكلمات المفتاحية : استراتيجيات ، السياحة التراثية، المسارات السياحية، الذكاء الاصطناعي، جامع القاضي شرف الدين

Abstract

Forgotten heritage sites are an important part of Egypt's cultural and historical identity. However, they face numerous challenges that hinder their inclusion on tourist itineraries, leading to a decline in interest in them and the loss of their historical value. In light of technological developments, strategies based on the use of artificial intelligence techniques can contribute to the inclusion of these forgotten heritage sites on Egypt's tourist itineraries, revitalize them, and enhance their tourist appeal. Accordingly, this study aims to identify the importance of integrating forgotten heritage sites into tourist itineraries, in addition to studying the challenges of including Qadi Sharaf al-Din Mosque in tourist itineraries, as well as proposing practical strategies to re-include the mosque in tourist itineraries in Egypt using artificial intelligence techniques, with the aim of providing recommendations to the relevant authorities to improve the management of forgotten heritage sites, focusing on Qadi Sharaf al-Din Mosque in Cairo as a case study, as this mosque is considered one of the important Islamic landmarks that does not receive sufficient promotion despite its historical and architectural value, which requires research into innovative methods to include it in tourist programs. The study relies on the descriptive analytical approach. Data were collected through a structured questionnaire directed to two main groups: representatives of tourism companies, numbering (٨٥) companies in Cairo Governorate, and tourist guides, numbering (٤٠) tourist guides. The study addressed several themes, including stakeholder engagement, institutional support for micro-tourism projects, digital promotion of forgotten sites, factors influencing their inclusion in tourist itineraries, awareness of the importance of forgotten heritage, the role of the local community, and the impact of designing new heritage-based tourist itineraries. The study results revealed broad agreement on the importance of local events, cultural efforts, and community-supported small projects in raising awareness of neglected sites. The results also revealed statistically significant differences between the opinions of tour guides and tourism companies, reflecting different objectives and each

party's focus on different operational aspects. The study also confirmed that designing new tourist itineraries that integrate forgotten landmarks significantly enhances the visitor experience and attracts a segment of tourists interested in cultural and heritage tourism. The study recommends strengthening coordination between tour guides and tourism companies, intensifying cooperation between relevant parties, providing institutional support for small tourism projects, and digitally promoting forgotten heritage sites, in order to adopt an integrated approach to developing heritage tourism.

Keywords: Strategies, heritage tourism, tourist routes, artificial intelligence, Qadi Sharaf al-Din Mosque

المقدمة :

تلعب السياحة التراثية دورًا محوريًا في دعم الاقتصاد الوطني، لا سيما في دول ذات تاريخ غني كجمهورية مصر العربية. ومع ذلك، تعاني بعض المواقع التراثية من الإهمال، مما يحد من دورها في الجذب السياحي(Timothy & Boyd, ٢٠١٥؛ بن ساحة،٢٠٢١). ويمثل جامع القاضي شرف الدين، الواقع في قلب القاهرة، أحد المعالم التراثية التي تتميز بقيمتها التاريخية والمعمارية، ولكنه يعاني من تراجع الاهتمام به وإهمال إدراجه ضمن المسارات السياحية لذلك، يسعى هذا البحث إلى استكشاف استراتيجيات مبتكرة لإعادة إدراج هذا الجامع ضمن المسارات السياحية في مصر، بما يحقق الاستفادة من إمكانياتها التاريخية والاقتصادية، وتشير الباحثتان إلى إنه يمكن تعريف المعالم التراثية المنسية بأنها " المواقع أو المباني التاريخية التي كانت ذات أهمية ثقافية أو تاريخية في الماضي، لكنها تعرضت للإهمال أو النسيان مع مرور الزمن. و قد تكون "مواقع أثرية، مبانٍ تاريخية، أو حتى تقاليد ثقافية لم تعد معروفة على نطاق واسع."

ورغم موقع الجامع المتميز والذي يطل علي شارع الأزهر مباشرة و يفصله عدة أمتار فقط عن شارع المعز وما يحويه من كنوز أثرية مثل مجموعة السلطان الغوري[١]، جامع الأزهر[٢]، خان الخليلي[٣] وغيرها من المعالم الأثرية

[١]مجموعة السلطان الغوري شيدها السلطان المملوكي قانصوه الغوري وقد سُميت علي اسمه المنطقة بأكملها فعُرفت باسم الغورية. وتقع هذه المجموعة في شارع المعز من جهة شارع الأزهر والتي تتكون من مسجد وضريح وسبيل وكتاب وفي الجهة المقابلة توجد المدرسة. ويرجع تاريخ انشاء المجموعة إلي نهاية العصر المملوكي (٩٠٩-٩١٠/ ١٥٠٣-١٥٠٤). كمال الدين سامح، العمارة الإسلامية في مصر، (القاهرة، ١٩٩١ الطبعة الرابعة)١١٢،١١١؛ أحمد مجدي سالم، موسوعة

التي يقصدها الزائر بالإسم. إلا أنه غير مدرج في البرامج السياحية. هذا وعلي الرغم من كون الجامع فريد في طرازه المعماري – حيث يجمع مابين التخطيط المعماري المدني لكونه قاعة سكنية في الأصل ومابين التخطيط المعماري الديني حيث تحولت القاعة السكنية إلي منشأة دينية بعد إجراء التعديلات اللازمة علي التخطيط الأصلي بما يتناسب مع الغرض الوظيفي الجديد للمنشأة – إلا أنه غير مستغل سياحياً بل أنه غير معروف للكثيرين من العاملين في صناعة السياحة.

التنافسية في العمارة المملوكية بمصر (٦٤٨-٩٢٣/ ١٢٥٠-١٥١٧)، (سوريا: نور حوران للدراسات والنشر والتراث، ٢٠٢٤)، جزء ١ ، ٣٨٢-٣٨٣.

[٢]جامع الأزهر هو أول جامع بني في القاهرة الفاطمية علي يد القائد جوهرالصقلبي تنفيذآ لتعليمات الخليفة الفاطمي المعز لدين الله في ٣٥٩/٩٧٠. وقد استغرق بناؤه عامين. هذا وقد توالت الترميمات والإضافات علي الجامع في العصور اللاحقة نظرآ لأهميته. المقريزي، المواعظ والإعتبار بذكر الخطط والآثار، (لندن: مؤسسة الفرقان للتراث الإسلامي، ١٩٩٥)، تحقيق أيمن فؤاد سيد، جزء١/٤، ٩٠-١٠٧.

[٣]خان هي كلمة فارسية معناها النُزُل أو السوق والذي يستخدم لأغراض تجارية. ويُعد خان الخليلي من أشهر الخانات في القاهرة والتي لاتزال قائمة إلي اليوم، وقد أنشأها الأمير جهركس الخليلي أحد أمراء السلطان المملوكي الظاهر برقوق. وكان يشغل موقعها قديمآ تربة الخلفاء الفاطميين والمعروفة باسم تربة الزعفران إلا أن جهركس الخليلي قد أمر بنبش القبور واخراج عظام الموتي بها وأمر برميها عند كيمان بوابة البرقية. وقد ذكرت المصادر أنه أوقف هذا الخان وغيره لعمل خبز يفرق علي فقراء مكة وظل الحال علي هذا إلي أن ارتفعت الأسعار في ٨٠٦/١٤٠٣ فصار يرسل إلي مكة نقدآ بدلآ من الخبز. وقد ظل خان الخليلي قائما إلي أن أمر السلطان الغوري بهدمه وتجديد عمارته في ٩١٧/ ١٥١١. المقريزي، الخطط ،جزء ٣، ٣١٢؛ نجاة عبد الحميد أحمد،الأسواق والتجارة الداخلية في مصر المملوكية (٦٤٨-٩٢٣/١٢٥٠-١٥١٧)، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الآداب، قسم التاريخ، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٩)، ١٠٥،١٠٩.

وفي ضوء ذلك فقد برزت الحاجة إلى تقديم دراسة تستعرض أهم الاستراتيجيات لادراج معالم السياحة التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية في مصر حيث يعتمد البحث على عرض جامع القاضي شرف الدين كدراسة حالة، مع التركيز على الاستراتيجيات التي تعتمد علي الذكاء الاصطناعي التسويق، ودمج المجتمع المحلي في تعزيز قيمة هذه المعالم التراثية .كما يهدف إلى تقديم توصيات عملية لصناع القرار في قطاع السياحة لضمان الاستدامة الاقتصادية والثقافية لهذه المواقع، ولذلك ايضاً برزت الحاجة لأستعراض الإطار النظري والمعرفي المتعلق باستراتيجيات ادراج معالم السياحة التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية في مصر باستخدام الذكاء الاصطناعي ودراسة حالة لجامع القاضي شرف الدين ، وهذا ما سوف يتم تناوله في هذا البحث.

مشكلة البحث :

رغم امتلاك مصر العديد من المواقع التراثية ذات القيمة التاريخية والمعمارية، إلا أن الإهمال وعدم إدراجها ضمن المسارات السياحية يمثلان تحديًا كبيرًا يواجه قطاع السياحة التراثية. وتشير الدراسات إلى أن هذا الإهمال يرجع إلى نقص الترويج وغياب الخطط الاستراتيجية لتسويق هذه المواقع، مما يؤدي إلى تراجع أعداد الزوار وعدم استغلال إمكاناتها في دعم الاقتصاد المحلي (Mahmoud, ٢٠٢٠). هذا ويُعد جامع القاضي شرف الدين بالقاهرة مثالًا واضحًا لموقع تراثي ذي قيمة استثنائية، لكنه يعاني من الإهمال، ويرتبط ذلك بضعف الوعي المجتمعي والثقافي بأهميته وعدم تكامل جهود الجهات المعنية لإحيائه (الأشقر، ٢٠٢١). وبالإضافة إلى ذلك، هناك ضعف في الاستثمار في ترميم هذه المواقع وإدماجها ضمن التجارب السياحية الحديثة التي تستهدف السياح المحليين والدوليين .(Ashworth & Tunbridge, ٢٠١٧) ومن هنا

تنبع الحاجة إلى وضع استراتيجيات عملية وشاملة لإعادة إحياء هذه المواقع ، بما يعزز من قيمتها السياحية والثقافية ويدعم أهداف التنمية المستدامة بأستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي .

وبناءً على ما سبق تتحدد المشكلة البحثية في التساؤل عن:

" كيف يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية لإدراج المعالم السياحية التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية في مصر، مع التركيز على دراسة حالة جامع القاضي شرف الدين؟"

وينبثق عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية تتعلق بالتحديات التي تواجه إدراج هذه المعالم، ودور المرشدين السياحيين وشركات السياحة في الترويج لها، ومدى فاعلية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة السياحة التراثية، وأهمية المسارات السياحية المصممة خصيصًا لهذه المواقع، و كيف يمكن للمجتمع المحلي المساهمة في تعزيز السياحة في المعالم التراثية المنسية مثل جامع القاضي شرف الدين .

منهجية البحث:

وقد استعانت الباحثتان بالمنهج الوصفي التحليلي حيث إنه مناسب لدراسة الواقع الحالي للمعالم التراثية المنسية، وتحديد العوامل التي تؤثر على إدراجها في المسارات السياحية، كما إن الجمع بين الأساليب الكمية والنوعية يساهم في الحصول على رؤية شاملة حول إمكانيات استخدام استراتيجيات الذكاء الاصطناعي في الترويج للمعالم التراثية المنسية وتعزيز السياحة التراثية، بالإضافة إلى إنه تساعد هذه المنهجية في الوصول إلى نتائج دقيقة وقابلة

للتطبيق، مما يساهم في وضع استراتيجيات إدراج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية لتطوير السياحة التراثية في مصر.

تساؤلات البحث :

١- ما التحديات الرئيسة التي تواجه المرشدين السياحيين وشركات السياحة في إدراج المعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين، ضمن المسارات السياحية في مصر؟

٢- إلى أي مدى يسهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الترويج للمعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين؟

٣- ما الاستراتيجيات الأكثر فاعلية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في دمج المعالم التراثية المنسية ضمن البرامج والمسارات السياحية؟

٤- كيف يمكن للمجتمع المحلي أن يساهم في تنشيط السياحة المرتبطة بالمعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين؟

٥- ما مدى تأثير تصميم مسارات سياحية جديدة تشتمل على معالم تراثية منسية في تحسين تجربة السائح وزيادة معدلات الإقبال السياحي؟

أهداف البحث :

- التعرف علي أهمية دمج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية.

- دراسة تحديات ادراج جامع القاضي شرف الدين في المسارات السياحية.

- اقتراح استراتيجيات عملية لإعادة إدراج الجامع ضمن المسارات السياحية بمصربأستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- تقديم توصيات للجهات المعنية لتحسين إدارة المواقع التراثية المنسية.

أهمية الدراسة :

١- مثال نادر لعمارة مدنية تحولت لعمارة دينية- قصر- تحول لجامع.

قلة الدراسات التي تناولت جامع القاضي شرف الدين ، وبالتالي فإنها يمكن ان تشكل إضافة نوعية من الجانبين المعرفي والعلمي.

٢- توجيه أنظار المسؤلين عن قطاع السياحة نحو ادراج التراث المنسي مثل جامع القاضي شرف الدين في المسارات السياحية في مصر

٣- المساهمة في الحفاظ على التراث الثقافي المصري وتعزيز قيمته من خلال استراتيجيات حديثة ومواكبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

٤- تحسين التجربة السياحية من خلال تنويع الخيارات السياحية.

٥- دعم الاقتصاد المحلي عبر زيادة عدد الزوار إلى المواقع التراثية المنسية.

٦- تعزيز وعي المجتمع المحلي بأهمية التراث ودوره في التنمية المستدامة

٧- تُعد هذه الدراسة مجالاً خصباً لدراسات لاحقة في متغيرات البحث.

الإطار النظري للدراسة

مفهوم السياحة التراثية :

السياحة التراثية تُعرّف على أنها " زيارة المواقع التاريخية، والمعالم الأثرية، والمناظر الطبيعية في دولة ما مع التركيز بصفة رئيسية على التعلم، واكتساب الخبرة، والتعرف علي العادات والتقاليد، والممارسات والشعائر الدينية،

والاحتفالات الثقافية للمجتمع المحلي في الدولة" (التهامي وعبد اللطيف، ٢٠٢١).

السياحة التراثية هي نوع من أنواع السياحة الثقافية التي تركز على زيارة المواقع التراثية والتاريخية بهدف التعرف على الماضي وتقديره (Timothy & Boyd, ٢٠٠٣)، بالإضافة الي أن هذه السياحة تشمل المعالم الأثرية، والمتاحف، والمواقع ذات الطابع الثقافي، والمهرجانات التقليدية (Timothy& Boyd, ٢٠١٤).

كما يشير الهياجي (٢٠٢٣) إلي أن السياحة التراثية تستهدف بناء القدرات لمديري التراث، ومخططي السياحة، والطلاب، والأكاديميين، والمهتمين، وأصحاب المصلحة، وواضعي السياسات، والممارسين، مما يمكن المهنيين من اكتساب فهم أفضل لأدوارهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في المواقع التراثية.

تسعى السياحة التراثية إلى الحفاظ على الهوية الثقافية ونقلها للأجيال القادمة، مع تعزيز وتحسين فهم الثقافات المختلفة(Dragouni, ٢٠١٧) ، وتُعتبر وسيلة لتعزيز التنمية الاقتصادية من خلال جذب الزوار واستثمارهم في المجتمعات المحلية (يوسف، ٢٠٢١). كما تسهم في تعزيز التفاهم بين الثقافات، مما يساهم في نشر السلام والحوار الحضاري.(Timothy & Boyd, ٢٠٠٣)

أهمية السياحة التراثية

١- **الحفاظ على التراث الثقافي :** تُسهم السياحة التراثية في تعزيز الجهود المبذولة للحفاظ على المواقع التراثية والأثرية من التدهور، إذ تشكل عائدات

السياحة التراثية المالية موردًا أساسيًا لأعمال الترميم والصيانة للمواقع التراثية (Timothy & Boyd, ٢٠٠٣) .

٢- **التنمية الاقتصادية** :تُعد السياحة التراثية مصدرًا مهمًا للدخل من خلال جذب السياح المحليين والدوليين، مما يساهم في توفير فرص عمل ودعم الاقتصاد المحلي (Ashworth & Tunbridge, ٢٠١٧) .

٣- **تعزيز التفاهم الثقافي** :تُتيح السياحة التراثية الفرصة للتفاعل بين الثقافات المختلفة، مما يساهم في تعزيز التفاهم المتبادل والتقارب بين الشعوب (Richards, ٢٠١٨).

٤- **التنمية المستدامة** :تُعزز السياحة التراثية استراتيجيات التنمية المستدامة من خلال التوازن بين استغلال المواقع التراثية كمورد اقتصادي وحمايتها للأجيال القادمة (Kumar, ٢٠١٧).

٥- **دعم المجتمعات المحلية** :تُساهم السياحة التراثية في تمكين المجتمعات المحلية من خلال إشراكهم في عمليات الترويج والخدمات السياحية، مما يُعزز دورهم في حماية التراث (Cole, ٢٠٠٦; Chauhan, ٢٠٢٥).

مفهوم المسارات السياحية:

تُعرف المسارات السياحية بأنها "هى الطريق الذى يربط بين عدة واجهات سياحية أساسية وغالبا ما تكون تلك الواجهات هى المقصد الذى يسافر السياح لزيارته خصيصاً ويكتفى معظمهم بزيارته دون الخروج عنه واستكشاف المنطقة المحيطة أو باقى النقاط التى تقع على طول المسار السياحي" (أبو ليله وفوده، ٢٠١٧).

كما يُعرف المسار السياحي بأنه " المسار السياحي هو الطريق الذي تبدأ منه الرحلة السياحية وتمر من خلاله بمواقع وشواهد سياحية قديمة او حديثة في إطار هذا المسار وتنتهي اليه وقد يقودك الى مسار سياحي اخر في المنطقة نفسها ويكون مرتبط به" (ريحانة،٢٠٢٤).

وتقوم فكرة المسارات السياحية علي إتاحة الفرصة للسائح بالبقاء مدة زمنية طويلة في المقصد السياحي، مما يمكنه من الاستمتاع بمقومات الجذب السياحي بالإضافة إلى تشجيع وتعزيز مشاركة المجتمع المحلي في التنمية السياحية من خلال المشروعات التي تساعد على تحسين الدخل ورفع مستوى المعيشة (الوشاحي وسلامة&عبد الوهاب، ٢٠١٩).

لذلك تُعتبر المسارات السياحية من العناصر الأساسية في تنمية القطاع السياحي وتنشيطه، حيث تسهم في تقديم منتجات سياحية مبتكرة وتسليط الضوء على مواقع جديدة لم تكن ضمن الوجهات التقليدية للمجموعات السياحية. ويساهم ذلك في جذب المزيد من السياح وزيادة مدة إقامتهم، مما يعزز من ازدهار القطاع السياحي (الخصاونة والعدوان، ٢٠١٧).

أهمية دمج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية

يُشير كلاً من الروميدي وملواح (٢٠١٧) إلى أن العديد من المواقع التراثية المهملة تمتلك إمكانيات كبيرة لتكون جزءًا من منظومة السياحة الثقافية، إلا أن ضعف التخطيط ونقص الموارد غالبًا ما يشكلان عائقًا أمام إدراجها ضمن الوجهات السياحية الفاعلة. وأكدت الأبحاث أن إعادة إحياء هذه المواقع لا يسهم فقط في تعزيز التنوع السياحي، بل يدعم أيضًا الهوية الثقافية والوطنية، حيث

يساعد ترميم المواقع التراثية على إعادة بناء الهوية الثقافية وتعزيز التماسك الاجتماعي (حسن، ٢٠١٦).

تشير الدراسات إلى أن إدراج المواقع التراثية المهملة في الخطط السياحية يمكن أن يُسهم في إعادة توزيع الحركة السياحية على نطاق أوسع، مما يقلل من الضغط على المواقع الرئيسية المشهورة. فقد أكدت دراسة أجراها كلاً من اسماعيل ومرش (٢٠٢٢) أن تنويع المواقع السياحية يُعزز من توزيع الحركة السياحية ويُقلل الضغط على المواقع الشهيرة. كما أوضحت دراسة أخرى لأبو الهيجاء (٢٠٠٨) أن السياحة تؤثر على المواقع الأثرية بصورة تتناسب طرديًا مع حجم الضغط المسلط عليها، مما يُبرز أهمية توزيع الحركة السياحية لتجنب التأثيرات السلبية على المواقع الرئيسية.

كما أشارت العديد من الدراسات إلى أن بعض المواقع التراثية لا تُدرج ضمن المسارات السياحية، سواء بسبب نقص الترويج أو غياب الاستراتيجيات المناسبة لإعادة تأهيلها. على سبيل المثال، أوضح كلاً من الروميدي وملواح (٢٠١٧) أن ضعف التخطيط ونقص الموارد يؤديان إلى إهمال بعض المواقع الأثرية في مصر، مما يحول دون دمجها في المنظومة السياحية الفعّالة. بالإضافة إلى ذلك، أوضحت سيف الدين (٢٠٢٢) أن العديد من المواقع الأثرية المرتبطة بمسار العائلة المقدسة في مصر تعاني من الإهمال بسبب ضعف الصيانة وعدم وجود خطط واضحة لإدماجها في السوق السياحي، مما يؤدي إلى حرمانها من فرص التنمية السياحية. بالإضافة إلى ذلك، أكدت دراسة الخضراوي (٢٠١٢) أن غياب مؤسسات المجتمع المدني الفاعلة في الحفاظ على التراث العمراني يعد أحد الأسباب الرئيسية لعدم إدراج بعض المواقع التراثية ضمن المسارات

السياحية، حيث يساهم ضعف القوانين والإجراءات في تدهور هذه المواقع دون اتخاذ تدابير كافية لحمايتها.

ويمكن توضيح أهمية دمج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية في النقاط الرئيسية التاليه :

١- تعزيز الجذب السياحي وتوسيع الخيارات:

يُسهم دمج المعالم التراثية المنسية في زيادة التنوع داخل المسارات السياحية، مما يُثري تجربة السياح ويُشجعهم على زيارة مناطق جديدة (Timothy & Boyd, ٢٠٠٣).

٢- إحياء التراث الثقافي والتاريخي :

يُسهم إدراج المعالم المنسية في الحفاظ على الهوية الثقافية والتاريخية، حيث يُبرز قيمتها التاريخية ويُعيد دمجها في السياق الثقافي المعاصر. فقد أشار كلاً من عباس و السعيد &محمد (٢٠٢١) إلى أن تأصيل التراث الإسلامي وتأكيد هويته يُعززان من تطور الفنون وتأثيرها عبر العصور، مما يُسهم في تعزيز الهوية الثقافية. كما أكدت دراسة كناعنة (٢٠١١) أن التراث يلعب دور الوسيط بين الثقافة والهوية، حيث يستمد من الثقافة أشكاله ومعانيه، وتستمد الهوية منه حدودها ومضامينها، مما يُبرز أهمية إدراج المعالم المنسية في تعزيز الهوية الثقافية والتاريخية.

٣- تحفيز التنمية الاقتصادية المحلية:

يؤدي إعادة إدراج المعالم التراثية المنسية إلى زيادة التدفقات السياحية إلى هذه المواقع، مما يُعزز الاقتصاد المحلي ويوفر فرص عمل لسكان المناطق المحيطة (Ashley et al. ,٢٠٠٧)

٤- تحقيق التنمية المستدامة :

يساعد دمج المعالم التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية على تحقيق التوازن بين حماية المواقع التراثية واستثمارها، مما يعزز أهداف التنمية المستدامة في قطاع السياحة (Richards, ٢٠١٨) ، كما أن التصميم العمراني المستدام يمكن أن يمنح المناطق التراثية صفة الاستدامة والاستمرارية، مما يساهم في تنميتها السياحية(أنور وقمر الدولة&خورشيد، ٢٠٢٠).

٥- تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية التراث:

يُسهم إدراج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية في زيادة وعي المجتمعات المحلية بقيمة تراثهم، مما يدفعهم للمشاركة بفعالية في حماية هذه المواقع.(Yang& Wall, ٢٠٢٢) .

٦- تقليل الضغط على المواقع الشهيرة :

وذلك من خلال توزيع التدفقات السياحية، يُمكن تخفيف الضغط على المواقع السياحية الأكثر شهرة، مما يُساعد على تقليل التدهور الذي قد ينتج عن السياحة المفرطة(Khater, Al-Leheabi& Faik, ٢٠٢٤).

التحديات في إدراج المعالم التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية:

١- **الإهمال وغياب الترويج** :تعاني العديد من المعالم التراثية المنسية في مصر من الإهمال ونقص الترويج، مما يجعلها غير معروفة لدى السياح المحليين والدوليين، كما أن المعالم التراثية المنسية تواجه تحديًا كبيرًا يتمثل في الإهمال، سواء على مستوى المؤسسات أو المجتمعات المحلية. هذا الإهمال يؤدي إلى

ضياع القيمة التاريخية والثقافية لهذه المعالم، حيث يتم التركيز بشكل أكبر على المواقع السياحية الشهيرة مثل أهرامات الجيزة ومعابد الأقصر وأسوان، بينما يتم تجاهل المواقع التراثية الأقل شهرة (Gireesh Kumar, ٢٠٢٤; Belmahdi & Guedouh, ٢٠٢٤). على سبيل المثال، يُعد جامع القاضي شرف الدين بالقاهرة موقعًا تاريخيًا هامًا لكنه يعاني من قلة الزوار بسبب غياب الترويج المناسب ، بالرغم من أن تصميمه المعماري يعكس تراثًا غنيًا، لكنه لا يُستغل سياحيًا بالشكل الكافي بسبب غياب الحملات الترويجية والبرامج السياحية الموجهة.

٢- ضعف التمويل والصيانة:

تعاني المواقع التراثية من تدهور مستمر نتيجة نقص التمويل اللازم لأعمال الصيانة والترميم، مما يؤثر بشكل مباشر على جاذبيتها السياحية (UNESCO, ٢٠٢١). فالمباني التراثية تحتاج إلى استثمارات دورية للحفاظ على سلامتها الهيكلية ومنع التلف التدريجي الناتج عن العوامل البيئية والبشرية (Feilden & Jokilehto, ١٩٩٨) يُعد سبيل أم محمد علي في القاهرة[٤] مثال حي على ذلك، حيث يظهر التدهور في تفاصيله الزخرفية والبنائية بسبب غياب الموارد الكافية لأعمال الترميم المنتظمة. وهذا التدهور يجعل الموقع أقل جاذبية للسياح، وبالتالي يدخل في دائرة مغلقة من الإهمال وعدم الاستغلال ومعاناته من تدهور ملحوظ نتيجة غياب الصيانة المستمرة (الخليج، ٢٠١٥). ويؤدي غياب الصيانة

[٤] يُعرف هذا السبيل باسم سبيل أم محمد علي الصغير، وقد شُيد هذا السبيل علي يد الأميرة أمينة هانم ابراهيم الهامي زوجة الخديوي توفيق في ١٨٦٩/١٢٨٦. ويحتل هذا السبيل موقعا استراتيجيا هاما في شارع الجمهورية علي بُعد خطوات من ميدان رمسيس بقلب القاهرة الخديوية. دليل الآثار الإسلامية بمدينة القاهرة،(القاهرة: مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار، ٢٠٠٠،الإصدار الأول)، ٢٨٥، رقم:٥٢٥.

الدورية إلى دخول هذه المواقع في دائرة مغلقة من الإهمال، حيث يؤدي تراجع أعداد السياح إلى تفاقم نقص التمويل، مما يزيد من صعوبة تنفيذ مشاريع الترميم اللازمة (Ashurst, ٢٠٠٧).

٣- نقص الوعي المجتمعي :

يفتقر العديد من السكان المحليين إلى الوعي بأهمية هذه المعالم، مما يؤدي إلى نقص الاهتمام بالمشاركة في الحفاظ عليها. حيث يعتبر الوعي المجتمعي بأهمية التراث الثقافي والتاريخي عنصرًا أساسيًا في الحفاظ على المواقع التراثية. ومع ذلك، يفتقر العديد من أفراد المجتمع إلى تقدير هذه المواقع ودورها في تعزيز الهوية الثقافية (خالدي،٢٠١٣). و يُعد جامع أحمد إبن طولون[٥] مثال على ذلك، حيث ينظر إليه الكثيرون كموقع ديني فقط، دون إدراك أهميته التاريخية والمعمارية كجزء من التراث الإسلامي الفريد حيث أنه أقدم جوامع القاهرة التي لاتزال تحتفظ بتخطيطها الأصلي.

٤- غياب التخطيط الاستراتيجي:

يُشكل عدم وجود خطط استراتيجية واضحة لدمج هذه المواقع في المسارات السياحية عقبة رئيسية دمج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية يتطلب تخطيطًا استراتيجيًا واضحًا يشمل الترويج، تطوير البنية التحتية، وتحقيق

[٥]هذا الجامع أنشأه الأميرأحمد بن طولون في القطائع في ٢٦٣/ ٨٧٦ واستغرق تشييده عامان. وقد بني الجامع علي طراز جامع سامرا في العراق والذي بناه الخليفة العباسي المعتصم محمد بن هارون في ٨٣٥/٢٢٠ وهو ما انعكس علي مئذنته وزخارفه المميزة. هذا وقد استخدم في بناءه الجير والرماد والآجر الأحمر حتي يحميه من خطر التعرض للحرائق. ابن دقماق، الانتصار لواسطة عقد الأمصار، (القاهرة: المطبعة الأميرية الكبري ببولاق، ١٣٠٩ هـ) جزء ٤، ١٢٢،١٢٣؛ حسن قاسم، المزارات الإسلامية والآثار العربية في مصر والقاهرة المعزية، (الأسكندرية: مكتبة الأسكندرية، ٢٠١٧)، جزء ٢، ٢٤-٢٨.

تكامل بين مختلف الأطراف المعنية (Ashworth & Tunbridge, ٢٠١٧; Nasser, ٢٠٠٣).

على سبيل المثال، لا تُدرج وكالة الغوري[٦] بشكل فعال في المسارات السياحية، رغم أنها موقع تراثي فريد، حيث ان وكالة الغوري، التي تُعتبر مثالًا رائعًا على العمارة الإسلامية في العصر المملوكي، ليست مدرجة ضمن المسارات السياحية الرئيسية في القاهرة، رغم قربها من مناطق سياحية شهيرة. هذا يعكس غياب خطط شاملة تُبرز أهمية هذه المواقع وتدمجها بفعالية في البرامج السياحية

٥- **التحديات اللوجستية والبنية التحتية :**

تؤدي صعوبة الوصول إلى بعض المواقع التراثية المنسية بسبب غياب البنية التحتية المناسبة إلى عزوف السياح عنها (Timothy & Boyd, ٢٠٠٣) ، حيث تعتبر صعوبة الوصول إلى بعض المواقع التراثية المنسية عاملًا رئيسيًا في ضعف الإقبال عليها. غياب المرافق المناسبة، مثل الطرق المؤدية إلى الموقع أو أماكن الإقامة والخدمات السياحية بالقرب منه، يؤدي إلى عزوف السياح عن زيارة هذه المواقع (Timothy & Nyaupane, ٢٠٠٩) ، مثل خانقاه سلار وسنجر الجاولي في القاهرة [٧]والتي تُعاني من ضعف الاهتمام بتوفير مرافق

---

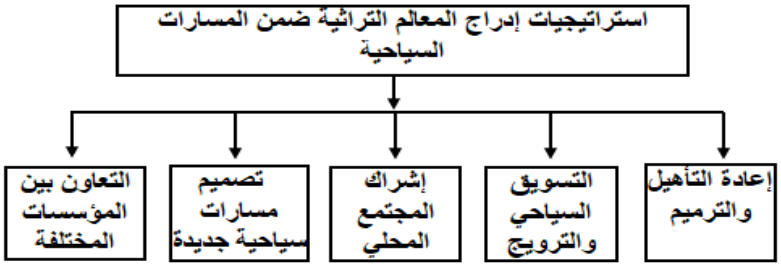
[٦]تُعد وكالة الغوري من أجمل المنشآت التجارية الأثرية بمدينة القاهرة. والتي قام بتشييدها السلطان قانصوه الغوري بحي الأزهر وبالقُرب من مجموعته المعمارية في الفترة من ٩٠٩ -٩١٠ /١٥٠٣-١٥٠٤ نتيجة للإزدهارالتجاري الذي شهده هذا العصر. والوكالة هي مصطلح مرادف لكلمة خان أو فندق والغرض من بنائهم أن تكون مأوي للتجار المسافرين والقوافل وكذلك كانت تستخدم لتخزين البضائع واتمام الصفقات التجارية. أحمد عبد الرازق،العمارة الإسلامية في مصر منذ الفتح العربي حتي نهاية العصر المملوكي (٢١-٩٢٣/٦٤١-١٥١٧)، (القاهرة: دار الفكرالعربي،٢٠٠٩)،٤١٨-٤٢٠.

[٧]خانقاه سلار وسنجر الجاولي (تُعرف أيضا باسم الخانقاه الجاولية ١٣٠٣/٧٠٣) وتقع في شارع المراسينا بمنطقة السيدة زينب. والخانقاه هي مصطلح أصله فارسي ويقصد به المكان المخصص

سياحية ملائمة حوله، ويتميز بتفاصيله المعمارية الفريدة، لكنه يواجه تحديات كبيرة في هذا السياق، حيث تعاني المنطقة المحيطة به من ضعف في البنية التحتية التي تُمكن السياح من الوصول إليه بسهولة والاستمتاع بجماله.

استراتيجيات إدراج المعالم التراثية ضمن المسارات السياحية :

يعد إدراج المعالم التراثية المنسية في المسارات السياحية من القضايا الحيوية التي تهدف إلى الحفاظ على التراث الثقافي والاستفادة منه في تعزيز القطاع السياحي. تعتمد هذه العملية على تطوير استراتيجيات مبتكرة وشاملة تستند إلى مفاهيم الإدارة الحديثة والتسويق السياحي. وفيما يلي أهم تلك الاستراتيجيات:



شكل رقم (١) استراتيجيات إدراج المعالم التراثية ضمن المسارات السياحية
من تصميم الباحثتان

للصوفية وهي أشبه بالمدرسة لأنها كانت بالفعل مدرسة لمن كرسوا حياتهم للزهد والتقشف. أما عن خانقاة سلار وسنجر فهي لا تزال واحدة من أجمل الخانقاوات وأكثرها تميزآ في العصر المملوكي حيث أنها تُنسب إلي أميرين من اهم أمراء العصر المملوكي البحري وكذلك تم إلحاق قُبتين بالخانقاة لدفن كل أمير منفردا في قبة خاصة به. حسن عبد الوهاب، تاريخ المساجد الأثرية، (القاهرة، مطبعة دار الكتب المصرية، ١٩٤٦)، جزء ١، ١٢٤–١٣٠؛ دولت عبد الله، معاهد تزكية النفوس في مصر في العصرين الأيوبي والمملوكي، (القاهرة، ١٩٨٠)، ٥؛ عاصم محمد رزق، خانقاوات الصوفية في مصر في العصرين الأيوبي والمملوكي (٥٦٧–٩٢٣/ ١١٧١–١٥١٧)، (القاهرة: مكتبة مدبولي،١٩٩٧) جزء ١، ٢٢،٢٣، ١٧٢–١٩١.

١- إعادة التأهيل والترميم

إعادة ترميم المعالم التراثية: يشكل الترميم أولى الخطوات الضرورية لتأهيل المواقع المهملة لتصبح قابلة للزيارة. ينصح الخبراء بضرورة الحفاظ على الطابع الأصيل للموقع مع توفير تسهيلات حديثة للسياح. على سبيل المثال، يوضح (٢٠٠٠) Ashworth & Tunbridge أن الترميم يجب أن يحافظ على القيم الثقافية والتاريخية مع إدخال تحسينات ملائمة لجذب الزوار.

إعادة استخدام المواقع التراثية: يمكن تحويل بعض المواقع التراثية إلى متاحف صغيرة أو مراكز ثقافية. يوصي الغفري(٢٠٢٤) باستخدام هذه الطريقة لإحياء المواقع التي فقدت وظيفتها الأصلية.

وفقًا لـــ (٢٠٠٣) **Feilden**، فإن ترميم المواقع التراثية يعد خطوة حاسمة لتحويلها إلى وجهات سياحية جذابة مع الحفاظ على طابعها التاريخي. وأشار الباحث إلى أهمية استخدام تقنيات الترميم الحديثة التي تحترم الأصالة وتضمن الاستدامة.

٢- التسويق السياحي والترويج الرقمي

الترويج الرقمي باستخدام التكنولوجيا: يُمكن الاستفادة من الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للمعالم التراثية المنسية، من خلال إنشاء محتوى مرئي عالي الجودة (صور، مقاطع فيديو)، وتعريف الجمهور بقيمة الموقع وأهميته الثقافية (**Királ'ová & Pavlíčeka, ٢٠١٥**)، حيث إن التسويق الرقمي يُعد أداة فعّالة لزيادة وعي الجمهور بالمواقع التراثية وتحفيز الاهتمام بها (خليل وهاشم ٢٠٢٢؛ طالة، ٢٠٢٣؛ علي، ٢٠٢٢).

إنشاء تطبيقات سياحية ذكية: توفر التطبيقات السياحية الذكية معلومات تفصيلية عن المواقع التراثية، مثل تاريخها، موقعها الجغرافي، وأسعار الزيارة ( ) Abdelmoaty& Soliman, ٢٠٢٠ ، كما أن استخدام التطبيقات التفاعلية يزيد من رغبة السياح في استكشاف المعالم المنسية (Buonincontri & Marasco ٢٠١٧,.)

٣- إشراك المجتمع المحلي

تعزيز الوعي المجتمعي: إشراك السكان المحليين في عمليات الترميم والترويج يعزز من ارتباطهم بالتراث ويزيد من فرص النجاح. وفقًا لدراسة Timothy & Boyd (٢٠٠٣)، فإن تعزيز الوعي بأهمية المواقع التراثية يساعد على تحويل السكان إلى "سفراء" للموقع.

الاستفادة من الحرف التقليدية: دمج الحرف اليدوية المحلية والمنتجات الثقافية في تسويق المواقع التراثية، مما يعزز من ارتباط السياح بالموقع (محمود والملا، ٢٠٢٠).

٤- تصميم مسارات سياحية جديدة

دمج المعالم المنسية في المسارات القائمة: يشير Page & Connell (٢٠٢٠) إلى أن إضافة المواقع الأقل شهرة إلى مسارات سياحية قائمة يعزز من جاذبيتها ويزيد من الإقبال عليها.

تصميم مسارات متخصصة: إنشاء مسارات سياحية تركز على نوع معين من التراث، مثل العمارة الإسلامية أو المواقع الأثرية المملوكية. يمكن لهذه

الاستراتيجية أن تكون فعالة لجذب فئة محددة من السياح (Timothy & Boyd, ٢٠١٤).

٥- التعاون بين المؤسسات المختلفة

الشراكة بين القطاعين العام والخاص: التعاون بين الجهات الحكومية، مثل وزارات السياحة والآثار، والقطاع الخاص يساهم في توفير التمويل اللازم وتحقيق إدارة فعالة للمواقع، حيث أن هذه الشراكات ضرورية لاستدامة المواقع التراثية (محبوب وسنوسي، ٢٠٢٠).

الدعم الدولي: الاستفادة من برامج الدعم الدولي المقدمة من المنظمات الثقافية، مثل اليونسكو، لإدراج المواقع التراثية المنسية في قوائم التراث العالمي، مما يزيد من جاذبيتها للسياح (بديرينة، ٢٠٢٢).

دور الذكاء الاصطناعي في الترويج للمعالم التراثية المنسية :

يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا متزايد الأهمية في مختلف المجالات، بما في ذلك الحفاظ على التراث الثقافي والترويج للمعالم التراثية المنسية. لفهم هذا الدور بشكل أفضل (Akyol & Avcı, ٢٠٢٣)، لذلك من الضروري تقديم تعريفات دقيقة للذكاء الاصطناعي

تعريف الذكاء الاصطناعي:

يُعرف الذكاء الاصطناعي (AI) بأنه قدرة أجهزة الكمبيوتر أو الروبوتات أو غيرهما من الآلات باكتساب صفة الذكاء، وأن تكون قادرة على حل المشاكل والقيام بألشياء المرتبطة بالبشر، مثل: التفكير، والتخاطب، والقيام بالمهام

والأهداف المحددة، ويمكنها التحسين من نفسها من خلال المعلومات التي تم جمعها (الثقفي والراشدي، ٢٠٢٤).

من ناحية أخرى، يشير كلاً من موسي وبلال (٢٠١٩) إلي أنه "طريقه لصنع حاسوب، أو روبوت يتم التحكم فيه بواسطة الكمبيوتر، أو برنامج يفكر بذكاء، بنفس الطريقة التي يفكر بها البشر الأذكياء ".

كما يُعرِف الذكاء الاصطناعي بأنه "دراسة وتصميم أنظمة ذكية تستوعب بيئتها وتتخذ إجراءات تزيد من فرص نجاحها" (Russell & Norvig, ٢٠٢٠).

ويلعب الذكاء الاصطناعي (AI) دورًا حيويًا في الترويج للمعالم التراثية المنسية، من خلال تطبيقات مبتكرة تسهم في إعادة إحياء هذه المواقع وجذب الزوار إليها. تُظهر الدراسات الأكاديمية أن استخدام تقنيات مثل الواقع الافتراضي (VR)والواقع المعزز (AR) يمكن أن يوفر تجارب تفاعلية غامرة، مما يتيح للسياح استكشاف المواقع التاريخية والثقافية بطرق جديدة ومثيرة (الإمام وحسن ،٢٠٢٤). على سبيل المثال، يمكن للواقع الافتراضي إعادة بناء المواقع الأثرية المفقودة أو المتضررة، مما يسمح للزوار بالتجول فيها وكأنها بحالتها الأصلية، مما يعزز من جاذبية هذه المعالم ويحفز على زيارتها (لبيب،٢٠٢٤).

بالإضافة إلى ذلك، تساهم أنظمة الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة المتعلقة بتفضيلات السياح وسلوكياتهم، مما يساعد في تخصيص العروض الترويجية وتوجيهها للجمهور المستهدف بشكل أكثر فعالية (أحمد، ٢٠٢٥). هذا التحليل يمكن أن يكشف عن أنماط وميول جديدة، تسهم في تصميم حملات تسويقية مخصصة تبرز المعالم المنسية وتسلط الضوء على قيمتها التاريخية والثقافية.

من جهة أخرى، يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي تحسين إدارة الموارد في المواقع السياحية، من خلال التنبؤ بتدفقات الزوار وتنظيمها، مما يقلل من الازدحام ويحسن تجربة الزائر (منظمة السياحة العالمية، ٢٠٢٤). كما أكدت دراسة أبو المجد، عبد الفتاح والشرنوبي (٢٠٢٢) إنه يمكن استخدام الروبوتات المزودة بالذكاء الاصطناعي لتقديم جولات إرشادية تفاعلية، توفر معلومات غنية وتفاعلية حول المعالم، مما يزيد من تفاعل الزوار واهتمامهم.

تؤكد منظمة السياحة العالمية (UNWTO) على أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز العلامات التجارية والترويج للمقاصد السياحية، من خلال تقديم حلول مبتكرة تسهم في زيادة قيمة هذه المعالم وتعزيز جاذبيتها السياحية (منظمة السياحة العالمية، ٢٠٢٤). كما تشيردراسة الثقفي والراشدي (٢٠٢٤).الدراسات إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السياحة الدينية، مثل الواقع الافتراضي والروبوتات التفاعلية، قد أثبتت فعاليتها في تحسين تجربة الزوار وجذب المزيد من الحجاج إلى المواقع المقدسة .

في السياق المصري، تم إطلاق الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي تحت شعار "الذكاء الاصطناعي من أجل التنمية والازدهار"، بهدف دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات، بما في ذلك السياحة (سويري، ٢٠٢٥؛ توفيق، ٢٠٢٤). وهذا التوجه يعكس التزام الحكومة بتعزيز استخدام التكنولوجيا الحديثة لإحياء المعالم التراثية المنسية وتعزيز مكانة مصر كوجهة سياحية رائدة.

استراتيجيات إدراج المعالم التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

١- تطوير تطبيقات سياحية ذكية

يمكن تصميم تطبيقات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتوفير معلومات شاملة حول المعالم التراثية المنسية، مع تقديم جولات افتراضية ثلاثية الأبعاد. على سبيل المثال، يمكن إنشاء تطبيق لجامع القاضي شرف الدين في القاهرة يوفر للسياح تجربة افتراضية تُبرز أهميته التاريخية والمعمارية Akyol, & Avcı, (٢٠٢٣).

٢- استخدام التحليل الضخم للبيانات(Big Data Analytics)

يمكن جمع وتحليل بيانات السياح من مصادر متعددة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الحجز السياحي، لتحديد أنماط السلوك السياحي واقتراح إدراج المعالم التراثية المنسية في خطط السفر (Chung et al., ٢٠٢١; Del Vecchio et al., ٢٠١٨). سبيل قايتباي[٨]، مثلًا، يمكن أن يُستهدف بالسياح المهتمين بالعمارة الإسلامية بناءً على بيانات تفضيلاتهم السابقة.

٣- التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي

[٨] يقع سبيل قايتباي بشارع الصليبة بالقرب من ميدان صلاح الدين بحي الخليفة. وقد شيده السلطان المملوكي الأشرف قايتباي في ٨٨٤/١٤٨٠ كأول سبيل مستقل بذاته كمبني ملحق به كُتَاب، والسبيل كمصطلح اشتق من أسبال الماء أي صبه. وتُعد الأسبلة من المنشآت التي تباري في انشائها سلاطين العصر المملوكي لتوفير المياه العذبة للمارة والمسافرين بالمجان وذلك عن طريق اتصال السبيل بصهريج تحت الأرض لتخزين الماء. وجرت العادة أن تطل تلك الأسبلة علي الشارع من خلال شبابيك تتيح للماره الشُرب من خلال قنوات توضع بشكل مائل لتنتهي في أحواض تُملأ منها أواني الشُرب التي توضع بنوافذ السبيل. أحمد عبد الرازق، العمارة الإسلامية في مصر، ٣٩٠-٣٩١.

استخدام تقنيات الإعلانات المستهدفة باستخدام الذكاء الاصطناعي يُمكن أن يُروج للمواقع التراثية المنسية بين الجمهور المناسب. على سبيل المثال، يمكن إعداد حملات تسويقية على وسائل التواصل الاجتماعي تُبرز أهمية المعلم التراثي المنسي كموقع تراثي فريد (الشريف، ٢٠٢٠).

٤- تطبيقات الترجمة الفورية والمرشدين الرقميين

يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير تطبيقات ترجمة فورية تُسهل التفاعل بين السياح المحليين والأجانب والمعالم التراثية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن تصميم مرشدين رقميين يعتمدون على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتقديم المعلومات بطرق تفاعلية.(Gretzel et al., ٢٠٢٠) ، جامع أحمد بن طولون يُمكن أن يستفيد من هذه التقنيات لتعزيز تجربة الزوار.

٥- تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز(VR & AR)

يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لإعادة إحياء المواقع التراثية التي تضررت أو تلك التي يصعب الوصول إليها. (Tussyadiah et al., ٢٠١٧) ، كما تم استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز بشكل متزايد في الحفاظ على التراث الثقافي لإنشاء تجارب غامرة تتيح للمستخدمين استكشاف المواقع التاريخية كما كانت في شكلها الأصلي. توفر هذه التقنيات نهجًا مبتكرًا لإشراك الزوار من خلال تقديم سرد تفاعلي وإعادة بناء واقعية للمواقع التراثية المفقودة أو المتضررة (Bekele et al., ٢٠١٨; Karaman & Deniz, ٢٠٢٥).

٦- تطوير منصات إدارة متكاملة للمواقع التراثية

يمكن إنشاء منصات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لإدارة المواقع التراثية المنسية، تتضمن أدوات لتتبع زيارات السياح، تقييم رضاهم، وتحديد الأولويات لصيانة المعالم وإدراجها في المسارات السياحية (Carrino, ٢٠٢٣;Richards, ٢٠١٨)

دراسة حالة جامع شرف الدين ويُعرف بين العامة باسم جامع شرف الدين وأخيه.

رقم الأثر: ١٧٦

اسم المنشئ: القاضي شرف الدين موسي بن عبد الغفار المالكي الصغير

الموقع: شارع الأزهر حالياً. أما عن موقعه قديماً فقد أشار علي باشا مبارك أنه من جملة آثار شارع سوق السمك القديم. [٩]

تاريخ الإنشاء: ٧١٧-٧٣٨ هـ / ١٣١٧-١٣٣٧م

نبذه عن منشئ الأثر:

[٩] علي باشا مبارك، الخطط التوفيقية، (القاهرة: المطبعة الكبري الأميرية ببولاق، ١٩٨٢)، جزء ٣، ٢٩.

الجامع في الأصل كان قاعة سكنية لأحدي القصور اقترنت باسم – ابن فضل الله العُمري[١٠]– والتي تحولت فيما بعد إلي جامع. وقد أشارت المصادر إلي تاريخ تقريبي لبناء الدار وهو القرن الثامن.[١١] أما تاريخ ٧١٧ هـ/ ١٣١٧ م الذي نُسب إلي فترة إنشاء الجامع فهو تاريخ وفاة القاضي شرف الدين عبد الوهاب[١٢] أول بنو فضل الله العُمري بمصر طبقآ لما أورده المقريزي عند حديثه عن هذه الدار. وقد وصفت وقتها بأنها من أبهج دور القاهرة وأعظمها.[١٣] هذا وقد تولي القاضي شرف الدين عبد الوهاب عدة مناصب هامة في العصر المملوكي مثل كاتب سر[١٤]السلطان الناصر محمد بن قلاوون[١٥] خلال فترة ولايته الثالثة

---

[١٠] ابن فضل الله العُمري (عبد الوهاب بن فضل الله بن المجلي بن دعجان بن خلف' القاضي شرف الدين أبو محمد القرشي العمري) وينسب إلي عمر بن الخطاب رضي الله عنه. ابن تغري بردي، المنهل الصافي والمستوفي بعد الوافي، (القاهرة،١٩٩٣)، جزء ٧، تحقيق محمد محمد أمين، ٣٨٧–٣٩٠، ترجمة رقم:١٥٠٣.

[١١]المقريزي، الخطط ، جزء ٣، ١٩١.

[١٢]المقريزي، السلوك لمعرفة دول الملوك، (القاهرة، دار الكتب المصرية، ١٩٧١)، جزء ٢، تحقيق محمد مصطفي زيادة، ١٧٩.

[١٣]المقريزي، الخطط ، جزء ٣، ١٨٥.

[١٤] كاتب السر هو المسئول عن قراءة المراسلات الواردة علي السلطان والرد عليها وكذلك المراسيم وبالطبع كل هذا بعد الرجوع للسلطان وكذلك الجلوس لقراءة القصص والشكاوي في دار العدل والتوقيع عليها. وهي أحد الوظائف الديوانية المهمة. القلقشندي، صبح الأعشي في صناعة الانشا، (القاهرة: المطبعة الأميرية، القاهرة، ١٩١٤)،جزء ٤، ٣٠.

[١٥]السلطان الناصر محمد بن قلاوون هو أحد أهم السلاطين في العصر المملوكي، حكم مصر ثلاث فترات حيث اعتلي عرش مصر أول مره وهو يبلغ من العمر تسعة أعوام (٦٩٣ هـ / ١٢٩٣ م) وسرعان ماتم عزله بعد عام تقريبآ. ثم اعتلي العرش للمرة الثانية (٦٩٨–٧٠٨ هـ/ ١٢٩٨–١٣٠٨) م ، إلا أن تلك الفترة من حكمه انتهت بتنازله عن العرش. أما الفترة الثالثة والأخيرة من حكمه والتي كانت أطول الفترات (٧٠٩–١٣٠٩/٧٤١–١٣٤١).المقريزي، الذهب المسبوك في ذكر من حج من

(٧٠٩-٧٤١/١٣٠٩-١٣٤١) ثم انتقل بعد ذلك إلي دمشق ليتولي نفس الوظيفة أيضا. وقد توفي في عام ٧١٧ هـ / ١٣١٧م كما ذكرنا آنفآ عن عمر يناهز الرابعة والتسعين.[١٦]وقد أقام بهذه الدار التي جددها أخوه محي الدين والتي ظلت مقرآ للعائلة حتي بعد وفاة القاضي شرف الدين عبد الوهاب وأخيه ثم أحفاده من بعده والذين أضافوا إلي الدار في العصر المملوكي وكان من أشهرهم القاضي شرف الدين الصغير ناظر الدولة والذي ضم إليها حمّامآ يُنسب إليه عُرف باسم حمام القاضي شرف الدين الصغير وهو الذي تولي نظارة الدولة[١٧] في عهد السلطان الغوري[١٨]. الذي حولها القاضي شرف الدين موسي بن عبد الغفار المالكي الصغير إلي جامع. [١٩]وأقام بها الخطبة وأوقف عليها أوقافآ فعرفت يومئذ بجامع شرف الدين الصغير، وقد لُقب بالصغير للتفرقة بينه وبين جده

الخلفاء والملوك، دراسة وتحقيق كرم حلمي فرحات أحمد، (عين للدراسات والبحوث الإنسانية والإجتماعية، القاهرة، ٢٠٠٩) ،١٥٣-١٥٦.

[١٦]الصفدي، أعيان العصر وأعوان النصر، (دار الفكر المعاصر: بيروت، ١٩٩٨) جزء٣ ، ١٩١-١٩٩، ترجمة رقم ١٠٥٩؛ ابن تغري بردي، النجوم الزاهرة في ملوك مصر والقاهرة، (مطبعة دار الكتب المصرية، ١٩٤٢)، جزء ٩، ٢٤٠.

[١٧]ناظر الدولة هي وظيفة يتولاها أحد أرباب الأقلام في العصر المملوكي. والمسئول عنها كان يشارك الوزير في مهامه. القلقشندي، صبح الأعشي، جزء ٤، ٢٩.

[١٨]أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية تحولت إلي منشآت دينية بمدينة القاهرة، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآثار، جامعة القاهرة، (القاهرة، ٢٠٠٤)، ج١، ١٨٥.

[١٩]حسن قاسم، المزارات الإسلامية ، جزء٢، ١٢٩.

الأكبرالقاضي شرف الدين.[٢٠]وتشير المصادر إلي أن أخو القاضي شرف الدين كان قاضياً أيضاً.[٢١]

نبذه عن تاريخ الأثر:

الجامع في الأصل كان قاعة سكنية لأحدي القصوروتم تحويل القاعة الي جامع كما ذكرنا آنفآ. وهو بذلك يعد نموذجآ فريداً للعمارة الإسلامية يجمع مابين العمارة المدنية والدينية والذي قلما ظهر من خلال أمثلة محدودة في العصر المملوكي مثل مدرسة خشقدم الأحمدي (أثر رقم ١٥٣)[٢٢] وشاكر بن الغنام (أثر رقم ٩٦).[٢٣]

وصف الجامع:

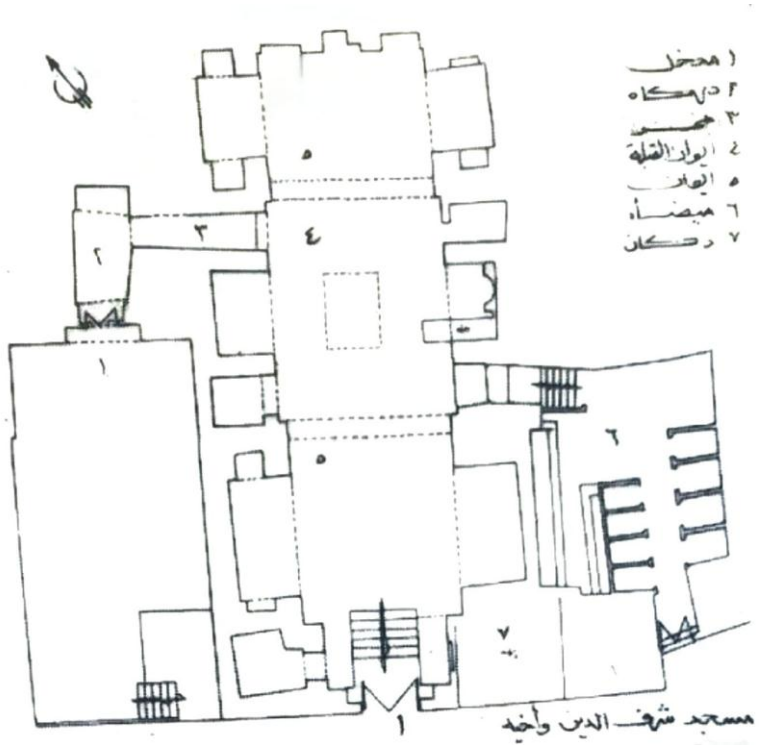
[٢٠]حسن قاسم، المزارات الإسلامية جزء ٤، ٢٧.

[٢١]ابن اياس، بدائع الزهور في وقائع الدهور، (القاهرة، ١٩٨٤)، جزء ٥ ، تحقيق محمد مصطفي، ٤٥٦.

[٢٢]هذه المدرسة كانت قاعة سكنية في الأصل اقامها طشتمر الدوادار سنة ٧٦٨هـ/١٢٦٦ م ثم حولها الأمير خشقدم الأحمدي إلي مدرسة بعد إضافة محراب ومئذنة. دليل الآثار الإسلامية بمدينة القاهرة، ١٥٣، رقم ٢٤٣.

[٢٣]قاعة شاكر بن غنام وتُعرف أيضآ بمسجد ومدرسة الغنامية ولا تزال تحتفظ بالمئذنة. و تقع بداخل حرم جامعة الأزهر وقد انشئت في عام ٧٧٤ / ١٣٧٢. حسن قاسم، المزارات الإسلامية، جزء ٣ ، ٤٥، حاشية رقم ٣.

ينتمي هذا الجامع الي نمط الجوامع الإيوانية إلا أنه غير مألوف في تخطيطه مقارنة بتخطيط الجوامع بالطبع نظرآ لدخول قاعات ودور أخري في عمارته. [٢٤] لذا نجد أن الجامع يشغل مساحة مستطيلة.



شكل رقم (٢): مسقط أفقي لجامع القاضي شرف الدين (نقلآ عن دليل الآثار الإسلامية بمدينة القاهرة).

[٢٤] أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية ، ج١، ١٧٦.

تقع الواجهة الرئيسية الحالية للجامع في الجهة الجنوبية الغربية وتطل علي شارع الأزهر. وهي واجهة مستطيلة بطول ٢٠ م. [٢٥]هذا وتخلو الواجهة من أي تفاصيل معمارية أو زخرفية بخلاف كتلة المدخل والتي تتميز باللونين الأبيض والأسود (الأبلق).[٢٦] أما عن باقي واجهات الجامع (الجنوبية الشرقية والشمالية الغربية) فهي دارسة وللأسف تشغلها حاليا تعديات من الباعة وتجار الأقمشة في المنطقة نظرآ لعرض بضائعهم علي جدران الجامع وواجهاته (لوحة رقم ١) ، ولا توجد للجامع واجهة رابعة وهي التي تمثل الجزء الخلفي للجامع.

[٢٥]أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية، جزء١، ١٧٧.

[٢٦] Nicolas Warner, The Monuments of Historic Cairo, (Cairo: AUC Press, ٢٠٠٥), ١١٩.

لوحة رقم (١): الواجهة الرئيسية للجامع

المصدر: (تصوير الباحثتان)

ويقع المدخل التذكاري في الطرف الغربي للواجهة (لوحة رقم ٢)، وينخفض عن مستوي الشارع، كما أنه يتراجع لبعض الأمتارعن سُمت شارع الأزهر. ويتقدمه مساحة مكشوفة محاطة بسياج حديدي حديث ٤ م x ١١ م به فوهة لبئر ماء وهو علي الأرجح الصهريج الذي ذكره علي باشا مبارك في خططه،[٢٧]

[٢٧] علي باشا مبارك، الخطط التوفيقية، جزء ٣، ٣١؛ عبد الرحمن زكي، موسوعة مدينة القاهرة في ألف عام، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٩)، ٣١٦.

بالإضافة إلي وجود سلم يفضي إلي طابق علوي متهدم أغلب أجزاءه.[٢٨]ويزين المدخل صفوف من المقرنصات الحجرية يعلوهل رفرف خشبي، وأسفل المقرنصات نافذة صغيرة مستطيلة ذات مصبعات معدنية. وللمدخل باب خشبي حديث يكتنفه مكسلتان من الحجر ويعلوه عتب من الرخام الأبيض. ويفضي المدخل الي ممر منكسر ينتهي بالقاعة الرئيسية للجامع عن طريق ممر.[٢٩]

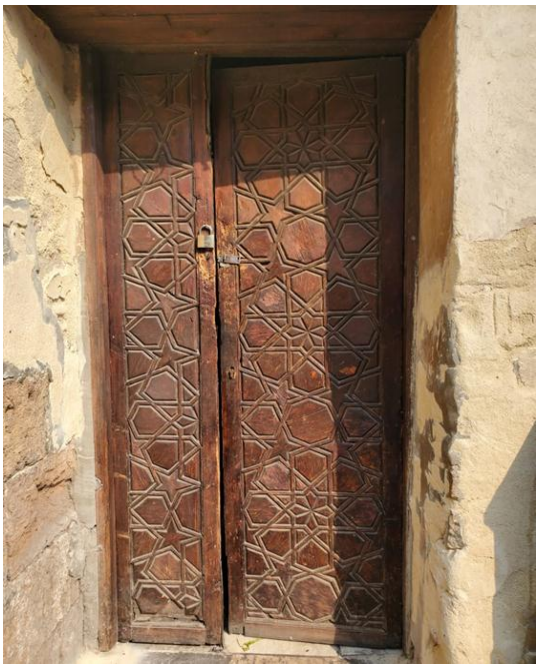
لوحة رقم (٢): المدخل التذكاري للجامع

المصدر: (تصوير الباحثتان)

[٢٨]أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية، جزء١، ١٧٧.

[٢٩]عاصم محمد رزق، أطلس العمارة الإسلامية والقبطية بالقاهرة، (القاهرة: مكتبة مدبولي، ٢٠٠٣)،جزء ٢، ٤٨٠-٤٨١.

وللجامع مدخل آخر مرتفع وهو المستخدم حالياً[٣٠] (لوحة رقم ٣)، يطل علي شارع الأزهر ويفضي إلي القاعة الرئيسية من خلال سلالم هابطة. والمدخل عبارة عن فتحة مستطيلة غفل من الزخارف والنقوش وله باب خشبي وقد كان يعلوه مئذنة من الطوب إلا أنها غير موجودة حاليا.



لوحة رقم (٣): المدخل الحديث للجامع

المصدر: (تصوير الباحثتان)

[٣٠] يستخدم هذا المدخل طوال أيام الأسبوع عدا يوم الجمعة والذي يتم فيه استقبال المصليين من المدخل التذكاري.

أما **عمارته الداخلية** فتشتمل علي قاعة مستطيلة يتوسطها صحن (دورقاعة) ويكتنفها ايوانان صغيران متشابهان؛[٣١] احداهما في الضلع الشمالي الشرقي والآخر في الضلع الجنوبي الغربي بالإضافة إلي سدلات جانبية ودخلات تحتوي بداخلها علي خزائن.في حالة دخول الجامع من المدخل المرتفع، فإنه يقود إلي مكان الوضوء الحديث ثم الي سلالم هابطة تفضي إلي داخل الجامع. والذي تتوسطه الدورقاعة، وهي مساحة صغيرة ٧م x ٦ م.[٣٢] أما سقف القاعة فيعلوه شخشيخة خشبية مثمنة برقبتها ستة عشر نافذة بواقع نافذتين في كل ضلع من الأضلاعه الثمانية [٣٣](لوحة رقم ٤)، وهو ما يتناسب مع كونها قاعة سكنية في الأصل حيث تميزت بيوت القاهرة في العصر الإسلامي بهذا النوع من التهوية وإن كانت في الأصل تخطيط اتبعه المصري القديم.[٣٤]هذا بالإضافة للعديد من النوافذ الخشبية التي تعلو جدران الجامع.

---

[٣١]حسن قاسم، المزارات الإسلامية، جزء ٤، ٢٧.

[٣٢]أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية، جزء٢، لوحات رقم ١٥٨-١٦١.

[٣٣]عاصم محمد رزق، أطلس العمارة الإسلامية، جزء ٢، ٤٨١.

[٣٤] Hassan Fathy, The Qa'a of The Cairene Arab House: Its Development and Some New Usages for Its Design Concepts. International Colloquium on The History of Cairo. (Cairo: ١٩٧٠), ١٤٤.

لوحة رقم (٤): سقف الدورقاعة يعلوها الشخشيخة

المصدر: (تصوير الباحثتان)

ويتعامد علي الدورقاعة إيوانان؛ الجنوبي الغربي والشمالي الشرقي. أكبرهم الإيوان الجنوبي الغربي بمساحة ٧ م x ٦ م وهو يشرف علي الدورقاعة من خلال عقد مدبب (لوحة رقم ٥). ويتكون كل ايوان من مستطيل يُشرف علي الصحن بعقد زُين باطنه المُغطي بالخشب بزخارف نباتية. وتشير المراجع القديمة إلي وجود محراب[٣٥] في الناحية الجنوبية الشرقية،[٣٦] إلا أن المحراب

[٣٥]أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية، جزء٢، لوحة رقم ١٥٦ والتي يظهر فيها المحراب الأصلي القديم والمنبر.

حالياً يأخذ شكل دخلة من البناء الحديث وهي بالطبع لا تتماشي مع عظمة محاريب العصر المملوكي. ويجاوره منبر خشبي حديث صغير(لوحة رقم ٦). أما الإيوان المقابل له؛ الشمالي الشرقي فأبعاده ٥ م x ٦ م. وهو يشرف أيضاً علي الدورقاعة من خلال عقد مدبب(لوحة رقم ٧).[٣٧]ولا تزال بقايا شريط كتابي عريض من الآيات القرآنية تزين جدران القاعة (لوحة رقم ٨).[٣٨]كما احتفظت الأسقف الخشبية للسدلات الجانبية بحالة جيدة من الحفظ. وللجامع قاعة جانبية ملحقه به تستخدم حاليا كمصلي للسيدات. كذلك يوجد بقايا طابق علوي مقسم إلي غرف[٣٩].

[٣٦]بزيارة الأثر تبين عدم وجود المحراب المذكور وطمس ملامحه وكذلك المنبر الأصلي.

[٣٧]أمينة فاروق عبد المنعم، قاعات سكنية وقصور مملوكية،جزء١، ١٧٩، ١٨٢،١٨٠.

[٣٨] Nicolas Warner, The Monuments, ١١٩.

[٣٩]يتعذر الصعود للطابق العلوي في الوقت الحالي حيث يحتاج المكان للصيانة.

لوحة رقم (٥): الإيوان الجنوبي الغربي للجامع

المصدر: (تصوير الباحثتان)

لوحة رقم (٦): حائط القبلة والمنبر الحديث

المصدر: (تصوير الباحثتان)

لوحة رقم (٧): الإيوان الشمال الشرقي للجامع

المصدر: (تصوير الباحثتان)

لوحة رقم (٨): كتابات قرآنية من سورة البقرة

المصدر: (تصوير الباحثتان)

كما لفت نظر الباحثتان أن الجامع حاليا مزود بكافة التسهيلات التي من شأنها تيسير زيارة المكان مثل أجهزة التكييف المتنقلة ومبردات المياه، بالإضافة إلى كونه في حالة جيدة ومفتوح للزيارة، أي أنه لا يحتاج إلى ميزانية للترميم. ولكن لا مانع من وضع خطة للتطوير حتى يتم استغلال الطوابق العليا لتحقيق الاستفادة القصوى من الأثر بالإضافة إلى عمل صيانة دورية للحفاظ على المنسوب الآمن للمياه الجوفية. هذا بالإضافة إلى ضرورة التعامل مع تعديات التجار بحسم حتى يتم إزاحة الستار عن واجهات الجامع مع وضع لافتة أمامية باسم الجامع في مكان مرئي بدلا من الجانبية الموجودة حاليا.

الإطار العملي (الميداني) للبحث :

مجتمع وعينة الدراسة:

للوصول الي نتائج الدراسة قامتا الباحثتين بأنشاء نموذجين من الاستبيان (خاص بالمرشد السياحي ، خاص بشركات السياحة ، وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من شركات السياحة داخل محافظة القاهرة والتي يبلغ عددها (١٨٨٢) شركة وفقًا لبيانات غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة التابعة لوزارة السياحة والآثار المصرية (٢٠٢٥)، ولأغراض البحث الميداني، وبناءً على معادلة كريجسي ومورجان لتحديد حجم العينة المناسبة، ومع افتراض مستوى دلالة ٠.٠٥ (درجة ثقة ٩٥%) وهامش خطأ مقبول قدره ١٠% Krejcie and Morgan (١٩٧٠)، فإن الحجم الأمثل للعينة من هذا المجتمع يبلغ تقريبًا ٨٩ مفردة.

ونظرًا لبعض القيود الميدانية المتعلقة بتوافر الوقت وصعوبة الوصول إلى بعض الشركات، تم الاكتفاء بعينة مكونة من ٨٥ شركة سياحة فئة (أ) تم اختيارها عشوائيًا طبقيًا بما يضمن تمثيلًا عادلاً لباقي المجتمع الإحصائي. وتُعد هذه العينة مناسبة وذات تمثيل جيد يسمح بتعميم نتائج البحث بدرجة موثوقية مقبولة في إطار الدراسات الميدانية السياحية، وقد تم عمل الاستبيان مع المدراء المسؤولين عن شركات السياحة فئة (أ).

وبالنسبة للمرشدين السياحيين فقد تم استخدام العينة غير العشوائية الصدفية حيث ان عدد المرشدين السياحيين الفعلي غير معلوم وتم اختيار عينة من ٤٠ مرشد سياحي والجدول التالي يوضح حجم وخصائص العينة محل الدراسة

جدول (١) خصائص العينة محل الدراسة (مرشد سياحي، شركات السياحة)				
البيان	العدد	النسبة	العدد	النسبة
أولا عدد سنوات الخبرة	**المرشد السياحي**		**شركات السياحة**	
من ١الي ٥ سنوات	١٣	٣٢.٥	١٧	٢٠
من ٦ الي ١٠ سنوات	٢٢	٥٥	٣٥	٤١.٢
أكثر من ١٠سنوات	٥	١٢.٥	٣٣	٣٨.٨
ثانياً	**المعرفة بجامع القاضي شرف الدين**		**هل سبق وأدرجت جامع القاضي في برامجكم السياحية**	
نعم	٢٤	٦٠	٦٧	٧٨.٨
لا	١٦	٤٠	١٨	٢١.٢
الإجمالي	٤٠	١٠٠	٨٥	١٠٠

وضح الجدول رقم (١) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة من المرشدين السياحيين وشركات السياحة وفقًا لعدد سنوات الخبرة، ومدى معرفتهم بجامع القاضي شرف الدين ومدى إدراجه ضمن برامجهم السياحية.

أولًا: عدد سنوات الخبرة

يتبين أن غالبية أفراد العينة من المرشدين السياحيين يتمتعون بخبرة تتراوح بين ٦إلى ١٠ سنوات، حيث بلغت نسبتهم ٥٥٪، يليهم من لديهم خبرة بين ١إلى ٥ سنوات بنسبة ٣٢.٥٪، ثم من تجاوزت خبرتهم أكثر من ١٠ سنوات بنسبة ١٢.٥٪.

أما بالنسبة لشركات السياحة، فقد توزعت نسبة الخبرة بشكل متقارب نسبيًا، حيث سجلت أعلى نسبة لمن لديهم خبرة ٦إلى ١٠ سنوات بنسبة ٤١.٢٪، تليها الشركات التي تمتلك خبرة أكثر من ١٠ سنوات بنسبة ٣٨.٨٪، ثم الشركات ذات الخبرة من ١إلى ٥ سنوات بنسبة ٢٠% .

ثانيًا: المعرفة بجامع القاضي شرف الدين وإدراجه في البرامج السياحية

أظهرت النتائج أن ٦٠%من المرشدين السياحيين لديهم معرفة بجامع القاضي شرف الدين، في حين أشار ٤٠% منهم بعدم معرفتهم به. أما بالنسبة لشركات السياحة، فقد أشار ٧٨.٨% من المشاركين إلى أنهم سبق وأدرجوا الجامع ضمن برامجهم السياحية، بينما لم تقم ٢١.٢% من الشركات بذلك.

وتشير هذه النتائج إلى وجود وعي جيد بأهمية الجامع لدى النسبة الأكبر من الشركات السياحية، مقابل وعي أقل نسبيًا لدى بعض المرشدين السياحيين، مما قد يُفسر جزئيًا سبب قلة الاهتمام الميداني بالمعلم في بعض المسارات السياحية.

الصدق والثبات

أولا الصدق(Validity)

تم التحقق من صدق الأداة المستخدمة في هذا البحث من خلال عرضها على مجموعة من المحكّمين من ذوي الخبرة والتخصص في مجالات التاريخ، والبحوث الاجتماعية، والسياحة وذلك للتأكد من مدى ملاءمة الفقرات لقياس الأبعاد المستهدفة في الدراسة، وقد أجمع المحكّمون على أن الفقرات مناسبة وتمثل محاور البحث بشكل جيد، مما يدل على تحقق الصدق الظاهري Face) Validity).كما تم إجراء تعديل على بعض البنود وفقًا لملاحظاتهم، لضمان وضوحها وشمولها.

ثانيًا: الثبات(Reliability)

لقياس ثبات الأداة، تم استخدام معامل كرو نباخ ألفا(Cronbach's Alpha) ، وذلك بعد تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (١٠) فردًا من نفس مجتمع الدراسة، وقد بلغ معامل الثبات الكلي للاستبيانين (٠.٨٥، ٠.٨٩) وهو معامل جيد يدل على ارتفاع درجة الاتساق الداخلي بين الفقرات، وبالتالي يمكن الاعتماد على الأداة في التطبيق النهائي للبحث.

جدول (٢) معاملات ألفا كرو نباخ للاستبيانين		
الاستبيان	عدد العبارات	معامل الفا
الاستبيان الخاص بالمرشدين السياحيين	٢٨	٠.٧٥٣
الاستبيان الخاص بشركات السياحة	٣٣	٠.٨٦٧

يتضح من الجدول (٢) أن معامل الثبات (ألفا كرو نباخ) للأداة الموجهة للمرشدين السياحيين بلغ ٠.٧٥٣، وهو يقع ضمن الحدود المقبولة إحصائيًا، مما

يدل على اتساق داخلي جيد بين فقرات الاستبيان، ويؤكد إمكانية الاعتماد على الأداة في جمع البيانات بدقة.

أما الاستبيان الخاص بشركات السياحة فقد سجل معامل ألفا كرو نباخ قدره ٠.٨٦٧، وهو يشير إلى درجة ثبات عالية جدًا، ويعكس موثوقية ممتازة للأداة في قياس المتغيرات المستهدفة بالدراسة.

وبناءً عليه، يمكن القول إن الأداتين المستخدمتين في هذه الدراسة تتمتعان بدرجة مناسبة من الثبات والموثوقية، ما يعزز من مصداقية النتائج التي تم التوصل إليها.

وعند اختبار التوزيع الطبيعي: جري اختبار التوزيع الطبيعي على بيانات الاستبيانين باستخدام اختباري كو لمو غوروف–سمير نو–(Kolmogorov Smirnov)لاستبيان الشركات لأن حجم العينة أكبر من ٥٠ فرد واختبار شابيرو–ويلك(Shapiro–Wilk) لاستبيان المرشدين السياحيين لان العينة أقل من ٥٠ فرد، فقد أظهرت النتائج أن القيم الاحتمالية لجميع المتغيرات كانت أقل من(٠.٠٥) ، مما يشير إلى أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

وبناءً عليه، فقد تم الاعتماد في التحليل الإحصائي على الاختبارات اللامعلمية المناسبة لطبيعة البيانات، بما يتوافق مع المعايير المنهجية السليمة في البحوث التي تحتوي على توزيع غير طبيعي للبيانات.

وللإجابة على التساؤلات البحثية تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت)

السؤال الأول: ما التحديات الرئيسية التي تواجه المرشدين السياحيين وشركات السياحة في إدراج المعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين، ضمن المسارات السياحية في مصر؟

جدول (٣) التحديات الرئيسية التي تواجه المرشدين السياحيين في إدراج المعالم التراثية المنسية جامع القاضي شرف الدين)					
التحديات الرئيسية	العدد	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
قلة المعلومات المتوفرة حول المعالم	٣٠	٧٥	٠.٧٥	٠.٤٣٩	١
نقص الترويج والاعلانات للمعالم	٣٠	٧٥	٠.٧٥	٠.٤٣٩	٢
عدم توافر المواد الارشادية التفاعلية	١٧	٤٢	٠.٤٣	٠.٥٠	٤
إهمال البنية التحتية والخدمات السياحية	١٩	٤٧.٥	٠.٤٨	٠٥٠٦	٣
صعوبة السير في المنطقة المحيطة بالسياحة والباعة الجائلين والزحام الشديد وعدم تأمين المنطقة	١	٢.٥	٠.٠٣	٠.١٥٨	٥

جدول (٤) التحديات الرئيسية التي تواجه شركات السياحة في إدراج المعالم التراثية المنسية جامع القاضي شرف الدين)					
التحديات الرئيسية	العدد	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
قلة الطلب السياحي علي المعالم	٧١	٨٣.٥	٠.٨٤	٠.٣٧٣	٢
نقص الترويج والاعلانات للمعالم	٧٧	٩٠.٦	٠.٩١	٠.٢٩٤	١
ضعف البنية التحتية والخدمات السياحية في المعالم	٦٥	٧٦.٥	٠.٧٦	٠.٤٢٧	٣
عدم وجود مرشدين سياحيين مدربين	٣٣	٣٨.٨	٠.٣٩	٠.٤٩	٤

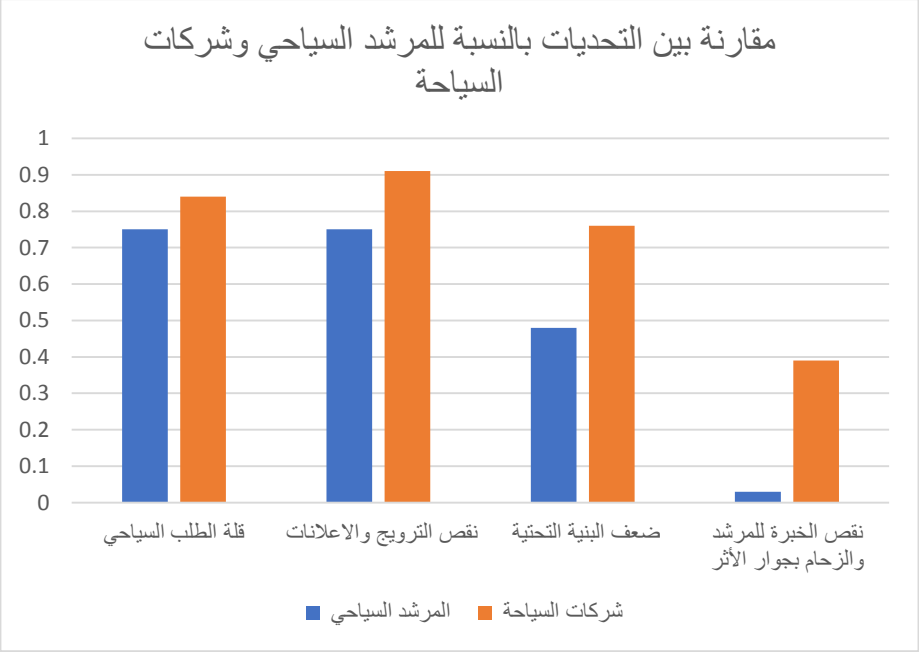
علي المعالم					

وضحت نتائج الدراسة وجود مجموعة من التحديات التي تعيق دمج المعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين، ضمن المسارات السياحية المعتمدة في مصر، وذلك من خلال آراء كل من المرشدين السياحيين وشركات السياحة. فعلى مستوى المرشدين السياحيين، أشارت النتائج إلى أن أهم التحديات تمثلت في قلة المعلومات المتوفرة حول هذه المعالم، تليها محدودية الترويج والإعلانات، بنسبة بلغت ٧٥% لكل منهما، وبمتوسط حسابي (٠.٧٥). كما برزت مشكلات أخرى مثل ضعف البنية التحتية والخدمات السياحية بنسبة (٤٧.٥%)، وعدم توافر المواد الإرشادية التفاعلية بنسبة (٤٢%)، في حين جاءت صعوبة الوصول إلى المنطقة المحيطة بسبب الزحام والباعة الجائلين في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة (٢.٥%). وهو ما يعكس تركيز المرشدين على التحديات المعرفية والمعلوماتية كعائق رئيس في تسليط الضوء على مثل هذه المعالم.

أما على صعيد شركات السياحة، فقد أظهرت النتائج أن أبرز التحديات تمثلت في نقص الترويج والإعلانات بنسبة (٩٠.٦%)، وقلة الطلب السياحي على المعالم التراثية المنسية بنسبة (٨٣.٥%)، تليها مشكلات البنية التحتية والخدمات بنسبة (٧٦.٥%)، ثم نقص المرشدين السياحيين المدربين بنسبة (٣٨.٨%). وتشير هذه النتائج إلى أن شركات السياحة تميل إلى التركيز على الجوانب التسويقية والإقبال الجماهيري، باعتبارها المحرك الأساسي لإدراج أي موقع ضمن برامجها. وعند المقارنة بين نتائج المجموعتين، يتضح وجود اتفاق عام

على أهمية الترويج والإعلام كعنصر حاسم، مع اختلاف في ترتيب باقي التحديات تبعًا لطبيعة الدور الذي يؤديه كل طرف في العملية السياحية.

وتأتي هذه النتائج في ضوء التساؤل البحثي الأول الذي سعى إلى تحديد أبرز التحديات التي تواجه المرشدين السياحيين وشركات السياحة في إدراج المعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين، ضمن المسارات السياحية في مصر. وقد أسهم تحليل البيانات في تقديم صورة واضحة لهذه التحديات، ما يعزز أهمية معالجتها ضمن السياسات والخطط التنموية المستدامة لقطاع السياحة، ويدعم كذلك التوجه نحو استثمار هذه المعالم كرافد تنموي وثقافي وسياحي مهم.



السؤال الثاني: إلى أي مدى يسهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الترويج للمعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين؟

وللإجابة علي هذا السؤال سوف نستخدم اختبار مان وتني للمقارنة بين المرشدين السياحيين وشركات السياحة في معرفة الي أي مدي يساهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

جدول (٥) نتائج اختبار مان وتني للمقارنة بين المجموعتين المرشدين السياحيين وشركات السياحة في استخدام الذكاء الاصطناعي		
السؤال	اختبار مان وتني	قيمة المعنوية
هل تعتقد أن استخدام الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في تعزيز المعالم التراثية المنسية مثل جامع القاضي شرف الدين	١١٨٣.٥	٠.٠٠٢

تشير نتائج اختبار مان–ويتني في جدول (٤) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المرشدين السياحيين وشركات السياحة حول مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز الترويج للمعالم التراثية المنسية، وذلك ببلوغ قيمة المعنوية ٠.٠٠٢، وهي أقل من مستوى الدلالة ٠.٠٠٥.

تدل هذه النتيجة على أن هناك تبايناً حقيقيًا في وجهات نظر المجموعتين. ومن المحتمل أن يرجع هذا الاختلاف إلى طبيعة تعامل كل فئة مع المعالم التراثية ودرجة اطلاعها على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال السياحي. فقد ترى شركات السياحة أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة فعالة في تصميم حملات ترويجية رقمية وتخصيص التجارب السياحية، بينما قد يواجه المرشدون السياحيون تحديات تقنية أو مهنية في توظيف تلك الأدوات ضمن ممارساتهم اليومية.

لذلك تدعم النتيجة الفرضية التي تفيد بأن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُسهم بشكل فعال في الترويج للمعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين، إلا أن فعالية هذا التوظيف قد تختلف باختلاف الفاعلين في القطاع السياحي، ما يستدعي استراتيجيات تدريب وتوعية مخصصة لكل فئة.

السؤال الثالث: ما الاستراتيجيات الأكثر فاعلية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في دمج المعالم التراثية المنسية ضمن البرامج والمسارات السياحية؟

جدول (٦) الاستراتيجيات التي تساعد في فاعلية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي (المرشد السياحي) في دمج المعالم التراثية المنسية جامع القاضي شرف الدين)

الاستراتيجيات	العدد	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
إنشاء تطبيقات تفاعلية تحتوي علي معلومات تفصيلية عن المعالم	٢١	٥٢.٥	٠.٥٣	٠.٥٠٦	٣
استخدام التحليل الضخم للبيانات (Big Data Analytics) لتحديد السلوك السياحي	٢٢	٥٥	٠.٥٥	٠.٥٠٤	٢
التسويق الرقمي المدوم بالذكاء الاصطناعي	٢٧	٦٧.٥	٠.٦٨	٠.٤٧٤	١
تطبيق الترجمة الفورية والمرشدين الرقميين	٢	٥	٠.٠٥	٠.٢٢١	٧
توفير جولات افتراضية للمواقع VR	١٩	٤٧.٥	٠.٤٨	٠.٥٠٦	٤
استخدام تقنية الواقع المعزز ARلإظهار تاريخ المواقع	١٨	٤٥	٠.٤٥	٠.٥٠٤	٥
تطوير منصات إدارية متكاملة للمواقع	٦	١٥	٠.١٥	٠.٣٦٢	٦

التراثية					

جدول (٧) الاستراتيجيات التي تساعد في فاعلية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي (الشركات السياحية) في دمج المعالم التراثية المنسية جامع القاضي شرف الدين)

الاستراتيجيات	العدد	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
إنشاء تطبيقات تفاعلية تحتوي علي معلومات تفصيلية عن المعالم	٥٥	٦٤.٧	٠.٦٥	٠.٤٨١	٣
استخدام التحليل الضخم للبيانات (Big Data Analytics) لتحديد السلوك السياحي	٥٦	٦٥.٩	٠.٦٦	٠.٤٧٧	٢
التسويق الرقمي المدوم بالذكاء الاصطناعي	٦٤	٧٥.٣	٠.٧٥	٠.٤٣٤	١
تطبيق الترجمة الفورية والمرشدين الرقميين	٣٦	٤٢.٤	٠.٤٢	٠.٤٩٧	٥
توفير جولات افتراضية للمواقع VR	٤٠	٤٧.١	٠.٤٧	٠.٥٠٢	٤
استخدام تقنية الواقع المعزز ARلإظهار تاريخ المواقع	٢٠	٢٣.٥	٠.٢٤	٠.٤٢٧	٦
تطوير منصات إدارية متكاملة للمواقع التراثية	١١	١٢.٩	٠.١٣	٠.٣٣٨	٧

في إطار الإجابة على التساؤل الثالث من تساؤلات الدراسة، والذي ينص على : "ما الاستراتيجيات الأكثر فاعلية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في دمج المعالم التراثية المنسية ضمن البرامج والمسارات السياحية؟"، تم تحليل

استجابات كل من المرشدين السياحيين وشركات السياحة، وذلك من خلال الجدولين (٦) و.(٧)

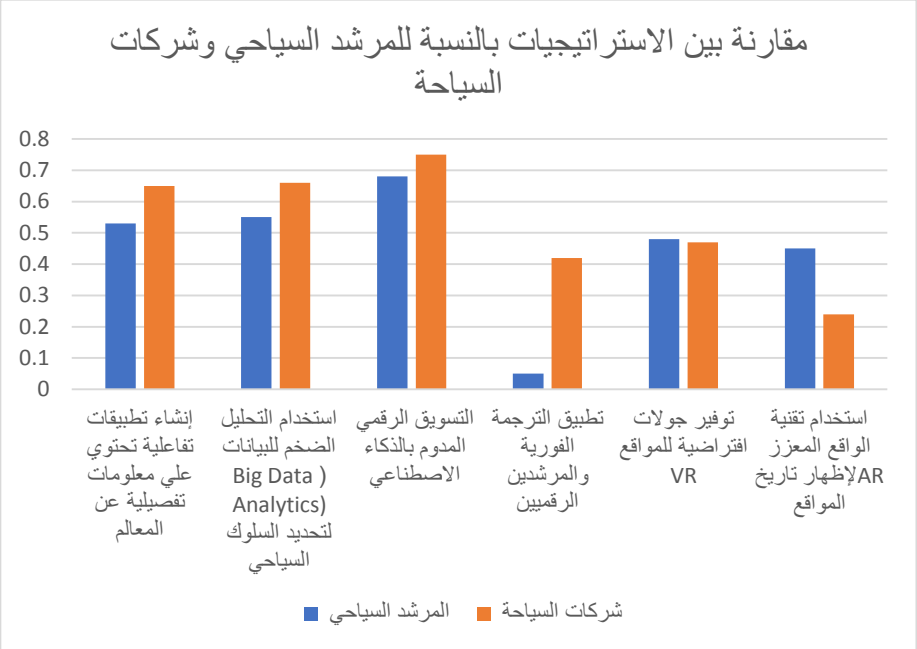
أظهرت نتائج الاستبانة أن كلًا من فئتي العينة تتفقان على أن التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي يمثل الاستراتيجية الأكثر فاعلية في تعزيز إدماج المعالم التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية، حيث حصلت هذه الاستراتيجية على أعلى متوسط استجابة بين المرشدين السياحيين (٠.٦٨) بنسبة تأييد بلغت (٦٧.٥%)، وكذلك بين شركات السياحة بمتوسط (٠.٧٥) ونسبة (٧٥.٣%). وتُعزى أهمية هذه الاستراتيجية إلى قدرتها على الوصول إلى شريحة واسعة من السائحين المستهدفين، إلى جانب تحسين التفاعل معهم من خلال التخصيص وتحليل الاهتمامات.

كما احتلت كل من تحليل البيانات الضخمة لتحديد السلوك السياحي وإنشاء تطبيقات تفاعلية تحتوي على معلومات تفصيلية عن المعالم مراتب متقدمة من حيث الفاعلية من وجهة نظر المجموعتين، حيث تعزز هذه الأدوات من قدرة المؤسسات السياحية على فهم أنماط تفضيل السائحين وتوفير معلومات دقيقة وتفاعلية تعزز من تجربة الزائر.

في المقابل، جاءت استراتيجيات مثل تطبيقات الترجمة الفورية والمرشدين الرقميين، وتطوير منصات إدارية متكاملة للمواقع التراثية، وتقنية الواقع المعزز (AR)، في مراتب متأخرة من حيث متوسطات الاستجابة، لا سيما من قِبل

المرشدين السياحيين. وقد يُعزى هذا الانخفاض في التقدير إلى محدودية توافر هذه التقنيات أو قلة الوعي بمردودها الإيجابي على الواقع السياحي.

وبناءً عليه، يمكن القول إن هناك وعياً متنامياً بأهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في دعم المسارات السياحية، لا سيما من خلال أدوات التسويق الذكي وتحليل البيانات، في حين لا تزال بعض التقنيات المتقدمة بحاجة إلى مزيد من الترويج والتدريب لتصبح جزءاً فعالاً في قطاع السياحة المصري، خاصة فيما يتعلق بالمعالم التراثية المنسية مثل جامع القاضي شرف الدين.



السؤال الرابع كيف يمكن للمجتمع المحلي أن يساهم في تنشيط السياحة المرتبطة بالمعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين؟

جدول (٨) كيف يمكن للمجتمع المحلي أن يساهم (المرشد السياحي) في تنشيط السياحة المرتبطة بالمعالم التراثية المنسية جامع القاضي شرف الدين)					
الاستراتيجيات	العدد	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
إنشاء مبادرات ثقافية لتعزيز الوعي بالمعالم	٢٨	٧٠	٠.٧	٠.٤٦٤	٢
دعم المشاريع متناهية الصغر المتعلقة بالسياحة	٣٣	٨٢.٥	٠.٨٣	٠.٣٨٥	١
تنظيم فعاليات ومهرجانات محلية	٢٧	٦٧.٥	٠.٦٨	٠.٤٧٤	٣

جدول (٩) كيف يمكن للمجتمع المحلي أن يساهم (شركات السياحة) في تنشيط السياحة المرتبطة بالمعالم التراثية المنسية جامع القاضي شرف الدين)					
الاستراتيجيات	العدد	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
إنشاء مبادرات ثقافية لتعزيز الوعي بالمعالم	٧٣	٨٥.٩	٠.٨٦	٠.٣٥	٣
دعم المشاريع متناهية الصغر المتعلقة بالسياحة	٨٣	٩٧.٦	٠.٩٨	٠.١٥٢	١
تنظيم فعاليات ومهرجانات محلية	٧٤	٨٧.١	٠.٨٧	٠.٣٣٨	٢

إجابة السؤال البحثي الرابع: "كيف يمكن للمجتمع المحلي أن يساهم في تنشيط السياحة المرتبطة بالمعالم التراثية المنسية، مثل جامع القاضي شرف الدين؟"، تم الاعتماد على التحليل الوصفي لقياس آراء (المرشدين السياحيين ، شركات

السياحة) حول فاعلية مجموعة من الاستراتيجيات المقترحة لتفعيل دور المجتمع المحلي في دعم السياحة التراثية المنسية.

وأظهرت نتائج استجابات المرشدين السياحيين أن أبرز مساهمة ممكنة من المجتمع المحلي تتمثل في دعم المشاريع متناهية الصغر المرتبطة بالسياحة، والتي جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط (٠.٨٣) وانحراف معياري (٠.٣٨٥)، وهو ما يعكس قناعتهم بأهمية تمكين المجتمعات المحلية اقتصاديًا من خلال تطوير منتجات وخدمات سياحية محلية تسهم في جذب الزوار. تليها إنشاء مبادرات ثقافية لتعزيز الوعي بالمعالم التراثية بمتوسط (٠.٧٠)، ثم تنظيم الفعاليات والمهرجانات المحلية بمتوسط (٠.٦٨)، مما يشير إلى إدراك هذه الفئة لأهمية التفاعل المجتمعي والأنشطة الثقافية في تنشيط المواقع التراثية المنسية.

أما فيما يخص استجابات شركات السياحة، فقد بيّنت النتائج أن الاستراتيجيات المقترحة جميعها حظيت بتقدير عالٍ، حيث جاءت دعم المشاريع متناهية الصغر في المقدمة بمتوسط (٠.٩٨) وانحراف معياري منخفض (٠.١٥٢)، مما يدل على إيمان الشركات بأهمية هذه المشاريع في تحسين الاقتصاد المحلي وخلق منتجات سياحية مميزة. تلتها تنظيم الفعاليات والمهرجانات المحلية بمتوسط (٠.٨٧)، ثم إنشاء المبادرات الثقافية بمتوسط (٠.٨٦)، مما يوضح حرص شركات السياحة على تكامل البعد الثقافي والاجتماعي في تطوير التجربة السياحية.

بناءً على ما سبق، يتضح أن هناك اتفاقًا بين المرشدين السياحيين وشركات السياحة على الدور المحوري الذي يمكن أن يلعبه المجتمع المحلي في تنشيط السياحة المرتبطة بالمعالم التراثية المنسية، من خلال تعزيز المبادرات الثقافية، ودعم المشروعات الصغيرة، وتنظيم الأنشطة المجتمعية الجاذبة، وهو ما ينعكس إيجابًا على إحياء هذه المواقع وزيادة الإقبال عليها.

السؤال الخامس: ما مدى تأثير تصميم مسارات سياحية جديدة تشتمل على معالم تراثية منسية في تحسين تجربة السائح وزيادة معدلات الإقبال السياحي؟

جدول (١٠) نتائج اختبار مان وتني للمقارنة بين المجموعتين المرشدين السياحيين وشركات السياحة في مدى تأثير تصميم مسارات سياحية جديدة تشتمل على معالم تراثية منسية في تحسين تجربة السائح وزيادة معدلات الإقبال السياحي

السؤال	اختبار مان وتني	قيمة المعنوية
رأيك ما مدي اهتمام السياح باستكشاف المواقع التراثية المنسية	١١٢٧	٠.٠٠١
هل تري أن تصميم مسارات سياحية متخصصة قد يساعد في استقطاب فئات محددة من السياح المهتمين بالسياحة التراثية	١٠٢٩	٠.٠٠٠
هل تري أن إدراج معالم منسية مثل جامع القاضي شرف الدين ضمن مسارات معروفة يمكن أن يعزز الاقبال علها ويقدم تجربة سياحية أكثر تكاملاً	١٢٢٥	٠.٠٠٥

عرض جدول (١٠) نتائج اختبار مان–وتني الذي استُخدم لقياس الفروق بين رأي مجموعتين من العاملين في القطاع السياحي، هما :المرشدون السياحيون وشركات السياحة، حول مدى تأثير دمج المعالم التراثية المنسية ضمن مسارات سياحية جديدة على تحسين تجربة السائح وزيادة معدلات الإقبال.

تشير النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائيًا بين المجموعتين في إجابات جميع البنود، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠.٠٥) في كافة الأسئلة، وهو ما يدل على أن هناك اختلافًا في وجهات نظر الطرفين.

في البند الأول، "رأيك ما مدى اهتمام السياح باستكشاف المواقع التراثية المنسية"، بلغت قيمة اختبار مان–وتني (١١٢٧) بقيمة معنوية (٠.٠٠١)، مما يعكس وجود تفاوت جوهري بين المجموعتين، ويرجح أن إحدى الفئتين ترى أن هناك اهتمامًا متزايدًا من السياح تجاه هذه المواقع، ربما بناءً على تفاعلهم المباشر مع الزوار أو اعتمادًا على بيانات السوق.

- في البند الثاني، "هل ترى أن تصميم مسارات سياحية متخصصة قد يساعد في استقطاب فئات محددة من السياح المهتمين بالسياحة التراثية"، بلغت القيمة (١٠٢٩) مع دلالة معنوية (٠.٠٠٠)، وهي دلالة قوية تشير إلى اتفاق واسع بين أحد الطرفين على فعالية المسارات المتخصصة في جذب نوعية محددة من السياح.

- أما في البند الثالث، "هل ترى أن إدراج معالم منسية مثل جامع القاضي شرف الدين ضمن مسارات معروفة يمكن أن يعزز الإقبال عليها ويقدم تجربة سياحية أكثر تكاملًا"، فقد بلغت قيمة الاختبار (١٢٢٥) مع قيمة معنوية (٠.٠٠٥)، وهو ما يؤكد وجود رؤية متباينة بشأن أهمية إعادة دمج هذه المعالم ضمن المسارات السياحية الحالية.

بناءً على ما سبق، توضح نتائج الجدول أن هناك تبايناً ملحوظًا في تقدير أهمية المعالم التراثية المنسية بين المرشدين وشركات السياحة، وهو ما قد يُعزى إلى اختلاف أولويات كل فئة: فالمرشدون غالبًا ما يتفاعلون مباشرة مع الزوار ويدركون اهتماماتهم، بينما تركز الشركات على الجوانب التسويقية والتجارية عند بناء برامجها السياحية. وتشير النتائج إلى ضرورة تعزيز التنسيق بين الطرفين لتصميم مسارات سياحية أكثر تميزًا وشمولًا تلبي توقعات السياح وتبرز القيمة الحقيقية للتراث المنسي.

أهم النتائج:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المرشدين السياحيين وشركات السياحة حول مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في الترويج للمعالم التراثية المنسية، حيث أظهرت نتائج اختبار مان–ويتني أن قيمة الدلالة الإحصائية بلغت (٠.٠٠٢)، مما يشير إلى اختلاف حقيقي في وجهات النظر بين المرشدين السياحيين وشركات السياحة .

٢. تدل هذه الفروق إلى تفاوت طبيعة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث تميل شركات السياحة إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في تصميم الحملات الرقمية وتحليل تفضيلات السائحين، بينما يواجه بعض المرشدين السياحيين تحديات تتعلق بالتقنية أو التدريب.

٣. أتفق المرشدين السياحيون وشركات السياحة على أن التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي هو الاستراتيجية الأكثر فاعلية في دمج المعالم

التراثية المنسية ضمن البرامج السياحية، لما له من قدرة على الوصول إلى جمهور واسع وتخصيص المحتوى.

٤. حلت استراتيجيتا تحليل البيانات الضخمة وإنشاء التطبيقات التفاعلية في مراتب متقدمة من حيث الفاعلية، لما توفره من فهم أعمق لسلوك السائحين وتعزيز تجربة الزيارة.

٥. في المقابل، جاءت استراتيجيات مثل الترجمة الفورية، الواقع المعزز، وتطوير المنصات الإدارية في مراتب متأخرة من حيث التقييم، وهو ما يعكس الحاجة إلى مزيد من التوعية والتدريب حول هذه الأدوات.

٦. تؤكد النتائج وجود وعي متزايد لدى العاملين في القطاع السياحي بأهمية الذكاء الاصطناعي، إلا أن هذا الوعي يحتاج إلى دعم مؤسسي عبر برامج تدريبية وتثقيفية موجهة، خاصة لفئة المرشدين السياحيين.

٧. أهم النتائج:

٨. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المرشدين السياحيين وشركات السياحة حول مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في الترويج للمعالم التراثية المنسية، حيث أظهرت نتائج اختبار مان–ويتني أن قيمة الدلالة الإحصائية بلغت (٠.٠٠٢)، مما يشير إلى اختلاف حقيقي في وجهات النظر بين المجموعتين.

٩. تُعزى هذه الفروق إلى تباين طبيعة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث تميل شركات السياحة إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في

تصميم الحملات الرقمية وتحليل تفضيلات السائحين، بينما يواجه بعض المرشدين السياحيين تحديات تتعلق بالتقنية أو التدريب.

١٠. اتفقت كلتا الفئتين على أن التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي هو الاستراتيجية الأكثر فاعلية في دمج المعالم التراثية المنسية ضمن البرامج السياحية، لما له من قدرة على الوصول إلى جمهور واسع وتخصيص المحتوى.

١١. حلت استراتيجيتا تحليل البيانات الضخمة وإنشاء التطبيقات التفاعلية في مراتب متقدمة من حيث الفاعلية، لما توفره من فهم أعمق لسلوك السائحين وتعزيز تجربة الزيارة.

١٢. في المقابل، جاءت استراتيجيات مثل الترجمة الفورية، الواقع المعزز، وتطوير المنصات الإدارية في مراتب متأخرة من حيث التقييم، وهو ما يعكس الحاجة إلى مزيد من التوعية والتدريب حول هذه الأدوات.

١٣. تؤكد النتائج وجود وعي متزايد لدى العاملين في القطاع السياحي بأهمية الذكاء الاصطناعي، إلا أن هذا الوعي يحتاج إلى دعم مؤسسي عبر برامج تدريبية وتثقيفية موجهة، خاصة لفئة المرشدين السياحيين.

التوصيات:

١. إعداد خرائط سياحية محدثة تشمل هذه المواقع وذلك من خلال دمج المعالم التراثية المنسية ضمن المسارات السياحية الرسمية، مثل جامع القاضي شرف الدين، بما يسهم في تنويع التجربة السياحية.

٢. تمكين المجتمع المحلي اقتصاديًا وذلك عن طريق دعم المشاريع متناهية الصغر لإنها مرتبطة بالسياحة، وتوفير قروض ميسرة وتدريبات مهنية تُمكّن السكان من تقديم منتجات وخدمات تراثية وسياحية جاذبة.

٣. تنشيط الدور الثقافي للمجتمع المحلي عبر تنظيم فعاليات ومهرجانات دورية في المناطق التي تضم معالم تراثية منسية، بما يعزز الوعي الثقافي والهوية المحلية، ويجذب الزوار من داخل وخارج المنطقة.

٤. تصميم برامج سياحية جديدة لتعزيز التعاون بين المرشدين السياحيين وشركات السياحة، بما يضمن مواءمة اهتمامات الزوار مع الإمكانات التراثية غير المستغلة.

٥. استخدام الوسائط الرقمية والمنصات السياحية الإلكترونية للترويج للمعالم التراثية المنسية، من خلال إنتاج محتوى تفاعلي (صور، جولات افتراضية، فيديوهات)، بما يعزز من حضورها على المستوى المحلي والدولي.

٦. تشجيع المؤسسات التعليمية والأكاديمية على تبني مشروعات بحثية وميدانية تهدف إلى توثيق ودراسة المعالم المنسية، وربطها بالواقع السياحي والتنموي.

المراجع :

أولاً المصادر:

- ابن اياس (١٩٨٤)، بدائع الزهور في وقائع الدهور، القاهرة، جزء ٥، تحقيق محمد مصطفي.

- ابن تغري بردي (١٩٤٢)، النجوم الزاهرة في ملوك مصر والقاهرة، القاهرة: مطبعة دار الكتب المصرية، جزء ٩.

– ابن تغري بردي (١٩٩٣)، المنهل الصافي والمستوفي بعد الوافي، القاهرة، جزء ٧، تحقيق محمد محمد أمين.

-ابن دقماق (١٣٠٩هـ)، الانتصار لواسطة عقد الأمصار، القاهرة: المطبعة الأميرية الكبري ببولاق، جزء ٤.

- الصفدي (١٩٩٨)، أعيان العصر وأعوان النصر، بيروت : دار الفكر المعاصر ، جزء٣.

- القلقشندي(١٩١٤)، صبح الأعشي في صناعة الانشا، القاهرة: المطبعة الأميرية، جزء ٤.

- المقريزي(١٩٧١)، السلوك لمعرفة دول الملوك، القاهرة: دار الكتب المصرية، جزء ٢، تحقيق محمد مصطفي زيادة.

- المقريزي(١٩٩٥) ، المواعظ والإعتبار بذكر الخطط والآثار، لندن: مؤسسة الفرقان للتراث الإسلامي، تحقيق أيمن فؤاد سيد، أجزاء ٣، ٤ ق١.

- المقريزي(٢٠٠٩) ، الذهب المسبوك في ذكر من حج من الخلفاء والملوك، دراسة وتحقيق كرم حلمي فرحات أحمد، القاهرة: عين للدراسات والبحوث الإنسانية والإجتماعية.

ثانياً: المراجع العربية :

– أبو المجد، أمل، عبد الفتاح، كريم أحمد والشرنوبي ، رحاب محمود. (٢٠٢٢). التكنولوجيا والذكاء الإصطناعي فى الإرشاد السياحي التحديات والفرص. مجلة كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة،عدد (١١)، الجزء الخامس، ٤٨٣-٥٥٣.

– أبو الهيجاء، إكرام وهبي امبدا (٢٠٠٨)، " عوامل تهديد المواقع الأثرية في الضفة الغربية (الجدار العازل دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين

– أبو ليلة، محمد محمد شوقي وفوده، مهند علي (٢٠١٧)، " المسارات التراثّة السّاحّة كؤداة لتحقّق التنمّة المستدامة للمدن"، مجلة قطاع الهندسة بجامعة الأزهر، المجلد (١٢)، العدد (٤٢)، ص ٣٧٧-٣٩٤

– أحمد، سامي إبراهيم أحمد(٢٠٢٥)، " دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسويق السياحة العلاجية بمصر"، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد (٨)، العدد (١)، ص١-١٩

–أحمد، نجاة عبد الحميد(٢٠٠٩)، الأسواق والتجارة الداخلية في مصر المملوكية (٦٤٨-٩٢٣/١٢٥٠-١٥١٧) ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم التاريخ، جامعة الزقازيق.

- اسماعيل، مراد ومرش، فراس (٢٠٢٢)، " دور التراث المادي والمعنوي في تنشيط الحركة السياحية: دراسة ميدانية في مدينة تدمر".مجلة جامعة البعث،المجلد (٤٤)، العدد (١٣)، سوريا ، ص٤٣-٨٢

- الأشقر، سمير. (٢٠٢١). استراتيجيات تسويق المواقع التراثية ودورها في تعزيز السياحة المستدامة. مجلة دراسات السياحة، ١٨(٢)، ٢٥-٤٠.

- الإمام، غادة محمود حسن وحسن ، مجدي عبد الرازق باب الخير (٢٠٢٤). الفوائد والتحديات لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة: رؤية تحليلية من وجهة نظر العاملين في شركات السياحة والفنادق. مجلة كلية السياحة والفنادق-جامعة مدينة السادات، المجلد (٨)، العدد (١) ٦٠-٨٥.

- التهامي، عائشة وعبد اللطيف، علاء الدين أسامة (٢٠٢١)، " تنمية السياحة التراثية فى مصر و استراتيجية إدراجها على الخريطة السياحية: بالتطبيق على منطقة سانت كاترين"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد (٢١)، العدد (٥)، ص٢٩٧

- الثقفي، سارة عبد الرحيم و الراشدي ، منى رازق (٢٠٢٤)،" تطبيقات وتحديات الذكاء الاصطناعي في السياحة والضيافة الدينية: مراجعة منهجية"، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا ، جمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي ، مجلد (٤) ، العدد (١) ، ص١-١٦

- الخصاونة، محمد شبيب والعدوان، خليل صالح (٢٠١٧)، " دور المسارات السياحية في تنشيط السياحة من وجهة نظر المجتمع المحلي – دراسة ميدانية علي محافظة عجلون – الأردن"، المجلة العلمية لكلية السياحة و الفنادق بجامعة الأسكندرية، العدد (١٤)، الإصدار الأول ، ص١١-٢٣

- الخضراوي ، ريهام كامل (٢٠١٢)، " الحفاظ على التراث العمراني لتحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال مؤسسات المجتمع المدني: دراسة حالة مدينة القاهرة"، رسالة ماجستير ، كلية الهندسة، جامعة عين شمس، ص٢٢٥

- الخليج. (١٧ إبريل، ٢٠١٥). سبيل أم محمد علي يشكو الظمأ، موقع الخليج، تم الرجوع إليها ٢٨ مارس ٢٠٢٥. https://www.alkhaleej.ae/ملحق/سبيل-أم-محمد-علي-يشكو-الظمأ

- الروميدي، بسام سمير و ملواح، مريم (٢٠١٧)، " تحديات تخطيط المواقع الأثرية سياحيا في مصر"، الملتقي الدولي الأول حول السياحة تحت عنوان:السياحة والتنمية المستدامة في الجزائر، تحت شعار :لنجعل من سياحة الجزائر كتراً دائماً، جامعة باجي مختار عنابة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر

- الغفري ، محمود عبد القادر (٢٠٢٤)، " إدارة التراث الثقافي، كلية السياحة ، جامعة دمشق ، كتاب جامعي، https://www.damascusuniversity.edu.sy/tour

- الهياجي، ياسر هاشم عماد (٢٠٢٣)، " السياحة التراثية: الاتجاهات المعاصرة وأولويات التنمية"، جامعة الملك سعود، مكتبة الملك فهد الوطنية، تم الاسترجاع بتاريخ ٢٠٢٥/٢/١٤ من https://faculty.ksu.edu.sa/en/yalhiagi/publication/٣٨٣٧٧٧

- الوشاحي، مفيدة حسن و سلامة، أسماء سعيد & عبد الوهاب، مروة حسن (٢٠١٩)، " سياحة المسارات التراثية بالتطبيق على مسار الإسكندر الأكبر من الإسكندر ية وحتى معبد آمون في واحة سيوة"، مجلة أتحاد الجامعات العربية

للسياحة والضيافة"، المجلد (١٧)، العدد (١)،كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ص١٠٩-١٢٥

- أنور، ولاء حمد السيد وقمر الدولة، أحمد & خورشيد، ميار عبد الفتاح (٢٠٢٠)، " تأثير العمران المستدام على التنمية السياحية بالمدن التراثية"، مجلة بحوث الهندسة، المجلد (٤)، العدد (١)، ص٦١-٧٠

- بديرينة، ذيب (٢٠٢٢)،" حاية التراث الثقافي في ظل القوايين الدولية"، المجلة العربية للابحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد (١٤)، العدد (١)، ص٦٥٩-٦٧٣

- بن ساحة، بن عبد الله (٢٠٢١)، " دور السياحة التراثية في تنمية الاقتصاد الجزائري"، مجلة رماح للبحوث والدراسات ، العدد (٥٢)، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح ، الجزائر، ص ٢٣٥-٢٥٢

- توفيق، إيهاب أحمد(٢٠٢٤) ، "صور تعرض صالات بمطار الأقصر الدولي بتصميمات مستوحاة من الحضارة المصرية القديمة منتجة بالذكاء الاصطناعي"، موقع رويترز، استرجع في ١ مارس ٢٠٢٥، من

.reuters.com/fact-https://www
check/٦١٢rabic/VTIFRCUMHBJHvDWVAGG٦٤NGLWU-
٢٠٢٤-٠٩-١٢/

- حسن، ضحى الشيخ (٢٠١٦)، " إعادة إحياء التراث الثقافي بعد النزاعات المسلحة" .تم الاسترجاع في ٢٠٢٥/٢/١٥
https://aljumhuriya.net/ar/٢٠١٦/٠٦/٢٥/٣٥٢٧٧-٢/

- خالدي، محمد (٢٠١٣)، " دور المجتمع المدني في الحفاظ على التراث الأثري"، مجلة منبر التراث الأثري، المجلد (٢)، العدد (١)، ص ١٥٣-١٦١.

- خليل، نهي إبراهيم و هاشم ، احمد أحمد (٢٠٢٢)،" هل تستطيع التكنولوجيا الذكية ان تثري سياحة التراث؟: حالة حدائق المنتزة–الاسكندرية–مصر"، المجلة العلمية للسياحة والفنادق والتراث، المجلد (٥)، العدد (٣)، ص٩٨-١١٢

- دليل الآثار الإسلامية بمدينة القاهرة،(٢٠٠٠)، القاهرة :مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار .

- رزق، عاصم محمد (١٩٩٧)، خانقاوات الصوفية في مصر في العصرين الأيوبي والمملوكي (٥٦٧-٩٢٣/ ١١٧١-١٥١٧)، القاهرة: مكتبة مدبولي،جزء ١.

- رزق، عاصم محمد (٢٠٠٣)، أطلس العمارة الإسلامية والقبطية بالقاهرة، القاهرة : مكتبة مدبولي، جزء٢ .

- ريحانة، غزلي (٢٠٢٤)، " أهمية و دور المسارات السياحية في إعادة إحياء المواقع السياحية بولاية بسكرة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكر ة ، كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحيا ة ،قسم علوم الأرض و الكون، الجزائر.

- زكي، عبد الرحمن(١٩٦٩)، موسوعة مدينة القاهرة في ألف عام، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

- سالم، أحمد مجدي(٢٠٢٤)، موسوعة التنافسية في العمارة المملوكية بمصر (٦٤٨-٩٢٣/ ١٢٥٠-١٥١٧)، سوريا: نور حوران للدراسات والنشر والتراث، ، جزء ١.

- سامح ، كمال الدين(١٩٩١)، العمارة الإسلامية في مصر، القاهرة.

- سويري، هدى (٢٠٢٥) " هدي بركة: الإستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي هي إستراتيجية قومية تشمل الدولة بكل قطاعاتها" ،بوابة الأهرام ، تم استرجعها في ١ مارس ٢٠٢٥ ،

https://gate.ahram.org.eg/News/٥١٠٤٨٦٧.aspx

- سيف الدين، إيمان السيد (٢٠٢٢)، " تنمية المواقع الدينية المسيحية على طول مسار العائلة المقدسة في مصر (دراسة في جغرافية السياحة)"، مجلة كلية الآداب ، المجلد (٤٧)، العدد (١٠٢)، جامعة الزقازيق ، ص٧٣-١٠٠

- طالة، لامية (٢٠٢٣)،" التسويق الإلكتروني للموروث السوسيوثقافي وتنشيط السياحة التراثية في الجزائر: قراءة في المؤشرات" ، مجلة الذاكرة ، المجلد (١١)، العدد (١)،ص١٦٥-١٨٢

- عباس، أسماء أحمد حمدي و السعيد، هاني محمد & محمد ، اسامة يوسف (٢٠٢١)، " هوية التصميم وإحياء التراث"، المجلة الدولية للدراسات متعددة التخصصات في أبحاث التراث، المجلد (٤)، العدد (١)، ص١-٢٣

- عبد الرازق، أحمد(٢٠٠٩)، العمارة الإسلامية في مصر منذ الفتح العربي حتي نهاية العصر المملوكي (٢١-٩٢٣/٦٤١-١٥١٧)، القاهرة : دار الفكر العربي.

– عبد الله، دولت(١٩٨٠)، معاهد تزكية النفوس في مصر في العصرين الأيوبي والمملوكي، القاهرة.

– عبد المنعم، أمينة فاروق(٢٠٠٤)، قاعات سكنية وقصور مملوكية تحولت إلي منشآت دينية بمدينة القاهرة، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الآثار، جامعة القاهرة، ج١.

– عبد الوهاب، حسن(١٩٤٦)، تاريخ المساجد الأثرية، القاهرة: مطبعة دار الكتب المصرية، جزء ١.

– علي، ياسمين حسين محمد (٢٠٢٢)، " دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد (٦)، العدد (٧)، ص ١١١٩-١١٣٣

– غرفة شركات ووكالات السفر والسياحة. (٢٠٢٥) إحصائيات شركات السياحة حسب المحافظات،وزارة السياحة والآثار المصرية، مسترجع من ١ مارس ٢٠٢٥
https://www.etaa-egypt.org/SitePages/CompaniesStatistics.aspx

– قاسم، حسن،(٢٠١٧)، المزارات الإسلامية والآثار العربية في مصر والقاهرة المعزية، الأسكندرية : مكتبة الأسكندرية، جزء٢ .

– كناعنة، شريف (٢٠١١)، " دراسات في الثقافة و التراث و الهوية" ، مؤسسة ناديا للطباعة والنشر والإعلان والتوزيع ، رام الله، فلسطين

– لبيب ، بسنت أحمد. (٢٠٢٤)،" تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتنشيط السياحة وحماية التراث"، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، المجلد (٣)، العدد (٥)،الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، ص٢٨٥-٣٠٣

- مبارك، علي باشا (١٩٨٢) ، الخطط التوفيقية، القاهرة: المطبعة الكبري الأميرية ببولاق، جزء ٣.

- محبوب، علي وسنوسي، علي (٢٠٢٠)، " الشراكة بين القطاعين العام والخاص كأداة لتحقيق التنمية السياحية- الجزائر نموذجاً"، مجلة الآفاق للدراسات الإقتصادية ، المجلد (٥)، العدد (٢)، ص١٢٧- ١٤٦

- محمود، إسماعيل إبراهيم و الملا، محمد بن عبد اللطيف (٢٠٢٠)، " دور الحرف اليدوية والتراثية كعنصر استراتيجى فى تنمية ودعم السياحة بمحافظة الأحساء"، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل ، المجلد (٢١)، عدد خاص، ص١-١١

- منظمة السياحة العالمية .(٢٠٢٤) .تحدي الذكاء الاصطناعي في قطاع السياحة .استرجع في ١ مارس ٢٠٢٥، من https://www.unwto.org/ar/challenges/artificial-intelligence-challenge

- موسي، عبدالله و بلال ، أحمد حبيب (٢٠١٩)، " الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر " ، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولي ، مصر.

- يوسف، منى. (٢٠٢١). استراتيجيات الحفاظ على المواقع التراثية في السياحة .مجلة التراث الثقافي، المجلد (٢)، العدد (٨)، ص٤٣-٥٧ .

ثالثاً : المراجع الأجنبية :

- Abdelmoaty, G. A., & Soliman, S. A. E. M. (٢٠٢٠). Smart Technology Applications in Tourism and Hospitality Industry of The New

Administrative Capital, Egypt. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, ١٩(٢), ١٠٢-١٢٩.

- Akyol, G., & Avcı, A. B. (٢٠٢٣). Ai Applications in Cultural Heritage Preservation: Technological Advancements for the Conservation.

- Ashley, C., De Brine, P., Lehr, A., & Wilde, H. (٢٠٠٧). The role of the tourism sector in expanding economic opportunity. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.

- Ashurst, J. (٢٠٠٧). Conservation of Ruins. Routledge.

- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (٢٠٠٠). The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city. Pergamon.

- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (٢٠١٧). Heritage, Tourism, and Sustainable Development. Routledge.

- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (٢٠١٧). The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City. Routledge.

- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J. (٢٠١٨). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH), ١١(٢), ١-٣٦.

- Belmahdi, H. S., & Guedouh, M. S. (٢٠٢٤). Revitalizing Forgotten Heritage: A Strategic Approach to Boosting Tourism in Algerian Urban Areas.

- Buonincontri, P., & Marasco, A. (٢٠١٧). Enhancing cultural heritage experiences with smart technologies: An integrated experiential framework. European Journal of Tourism Research, ١٧(١), ٨٣-١٠١.

- Carrino, S. F. A., De Felice, G., Fioretti, P., Silanos, P., & Bernasconi, E. (٢٠٢٣, November). AI-Innovative digitization and management processes for Digital Libraries and Archives cultural heritage: Toward an inclusive and sustainable phygital ecosystem. In Proceedings of the ٢nd Italian Workshop on Artificial Intelligence for Cultural Heritage (IAI٤CH ٢٠٢٣), co-located with the ٢٢nd International Conference of the Italian Association for Artificial Intelligence (AIxIA ٢٠٢٣) (pp. ٦-٩).

- Chauhan, N. (٢٠٢٥). Empowering Communities and Preserving Heritage: Case Studies on Socially Responsible Travel Through Fair Trade Tourism. In Meaningful Tourism: Strategies and Future Development (pp. ١٦٣-١٨٢). Emerald Publishing Limited.

- Chung, N., Lee, H., & Han, H. (٢٠٢١). Smart Tourism Technologies in Heritage Management. Journal of Travel Research, ٦٠(٥), ١٠٢٤–١٠٣٨.

- Cole, S. (٢٠٠٦). Cultural tourism, community participation and empowerment. Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re) presentation, ٧.

- Del Vecchio, P., Mele, G., Ndou, V., & Secundo, G. (٢٠١٨). Creating value from Social Big Data: Implications for smart tourism destinations. Information Processing & Management, ٥٤(٦), ٨٤٧-٨٦٠. https://doi.org/١٠.١٠١٦/j.ipm.٢٠١٧.١٠.٠٠٦

- Dragouni, M. (٢٠١٧). Sustainable heritage tourism: Towards a community-led approach (Doctoral dissertation, UCL (University College London).

-Fathy, Hassan(١٩٧٠), The Qa'a of The Cairene Arab House: Its Development and Some New Usages for Its Design Concepts. International Colloquium on The History of Cairo, Cairo.

- Feilden, B. M. (٢٠٠٣). Conservation of historic buildings (٣rd ed.). Routledge.

- Feilden, B. M., & Jokilehto, J. (١٩٩٨). Management Guidelines for World Cultural Heritage Sites. ICCROM.

- Gireesh Kumar, T. K. (٢٠٢٤). Identification, documentation and promotion of cultural heritage: problems and prospects in the Indian context. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, ١٤(٦), ٩٥٠-٩٦٢.

- Karaman, M. K., & Deniz, Ö. (٢٠٢٥). The Role of VR, AR, and Artificial Intelligence in the Sustainable Preservation of Cultural Heritage: Social Media Marketing of Historical Sites, New Media Education in Turkey, and Their Contributions to SDGs. Journal of Lifestyle and SDGs Review, ٥(٤), e٠٥٢٦٦٠-e٠٥٢٦٦٠.

- Khater, M., Al-Leheabi, S. M. Z. M., & Faik, M. (٢٠٢٤). Navigating the challenges of over-tourism: Comparative insights and solutions from Petra and Karnak. Journal of Heritage Tourism, ١٩(١), ٨٩-١١٠.

- Kiráľová, A., & Pavlíčeka, A. (٢٠١٥). Development of social media strategies in tourism destination. Procedia - Social and Behavioral Sciences, ١٧٥, ٣٥٨-٣٦٦.

- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (١٩٧٠). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, ٣٠(٣), ٦٠٧-٦١٠.

- Kumar, A. (٢٠١٧). Cultural and heritage tourism: A tool for sustainable development. Global Journal of Commerce & Management Perspective, ٦(٦), ٥٦-٥٩.

- Mahmoud, A. A. R., Gamal Mohamed ISMAIL, S., & Adel FATHI, C. (٢٠٢٠). sustainable development strategies in heritage areas (minia governorate case study). International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development, ٣(٢), ١-٢٠.

- Nasser, N. (٢٠٠٣). Planning for urban heritage places: reconciling conservation, tourism, and sustainable development. Journal of planning literature, ١٧(٤), ٤٦٧-٤٧٩.

- Page, S. J., & Connell, J. (٢٠٢٠). Tourism: A modern synthesis (٥th ed.). Cengage Learning.

- Richards, G. (٢٠١٨). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of hospitality and tourism management, ٣٦, ١٢-٢١.

- Russell, Stuart, & Norvig, Peter. (٢٠٢٠). Artificial Intelligence: A Modern Approach (٤th ed.). Pearson.

- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (٢٠٠٣). Heritage Tourism. Pearson Education.

- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (٢٠١٤). Heritage tourism. Routledge.

- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (٢٠١٤). Tourism and trails: Cultural, ecological and management issues. Channel View Publications.

- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (٢٠١٥). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Channel View Publications.

- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (٢٠٠٩). Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective. Routledge.

- UNESCO. (٢٠٢١). World Heritage Report: Challenges in Conservation and Management. UNESCO Publishing.

-Warner, Nicolas, (٢٠٠٥), The Monuments of Historic Cairo, Cairo: AUC Press.

- Yang, L., & Wall, G. (٢٠٢٢). Heritage tourism in a historic town in China: Opportunities and challenges. Journal of China Tourism Research, ١٨(٥), ١٠٧٣-١٠٩٨.