



البحرين تفوز بعضوية مجلس إدارة الاتحاد العربي للإعلام السياحي



وقال "هنا في القاهرة نلتقي مرة على الأقل في كل عام لنرتقي بجهودنا المخلصة لخدمة الاعلام السياحي العربي حيث ولدت فكرة تأسيس الاتحاد على ضفاف نهر النيل بجمهورية مصر العربية الشقيقة في العام ٢٠٠٨ ومنذ ذلك التاريخ ونحن نحرس على اقامة الملتقى السنوي للاتحاد في مصر التي تجمع كل العرب تحت رايتها الخفاقة، وفي هذا العام نحتفل بمرور ١٦ عاما على تأسيس المركز مع هيئة تنشيط السياحة المصرية التي تقف دائما مع كل من شأنه ان يسهم في دفع عجلة تطوير القطاع السياحي المصري".

جدير بالذكر أن فكرة تأسيس الإتحاد العربي للإعلام السياحي الذي ولدت فكرته على ضفاف نهر النيل بجمهورية مصر العربية الشقيقة في العام ٢٠٠٨ ومن هذه الفكرة البسيطة التي تبلورت من الصحفيين المصريين خالد خليل ومصطفى عبد المنعم ليصبح لها اليوم كيان رسمي وبعد مضي ١٥ عاما من إسهاره. وقد واكب الإتحاد مسيرة عمل الإعلام السياحي والتطور الكبير الذي صاحبه طيلة الأعوام الماضية وصولا إلى تغيير المسمى ليصبح الإتحاد العربي للإعلام السياحي والذي أخذ في التوسع من فكرة بسيطة ليضم عضوية ١٥ مركزا في مختلف الدول العربية من المحيط إلى الخليج وينضوي تحت مظلة جامعة الدول العربية، من خلال منتدى الإتحاد العربي المتخصصة كأول إتحاد في الوطن العربي متخصص في الإعلام السياحي.

العربي. وبين السيد طه دور الإعلام السياحي كأداة مهمة لرسم الخريطة السياحية في الوطن العربي وخاصة في ظل ما يشهده العالم الآن من متغيرات مع الثورة الرقمية والاستخدام المتزايد للتكنولوجيا والإعلام الرقمي.

وأضاف السيد طه «ان الدول العربية تزخر بمناطق الجذب السياحي والمعالم الطبيعية والمقومات السياحية التي يحرص الاتحاد على إبرازها إعلاميا، بما يسهم في جذب الوفود السياحية إليها من مختلف دول العالم».

ويعد اجراء الانتخابات وتشكيل ادارة الاتحاد انطلقت فعاليات النسخة السادسة عشر من الملتقى العربي للإعلام السياحي، وينظمها الاتحاد العربي للإعلام السياحي، بحضور ومشاركة وزراء وخبراء في مجال السياحة والإعلام وأكثر من ٢٠٠ اعلامي يمثلون أبرز الصحف ومشاهير السوشيال ميديا من ١٦ دولة عربية وبرعاية وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة المصرية.

حضر انطلاق الملتقى في جلسته الرئيسية عمرو القاضي رئيس هيئة تنشيط السياحة ونخبة من رموز السياحة والإعلام في الوطن العربي.

وشهدت الجلسة كلمة رئيسية ألقاها نبيل جاسم رئيس اللجنة الدائمة للإعلام بجامعة العربية رحب خلالها بالحضور من وزراء وسفراء واعلاميين وقادة القطاع السياحي في الوطن العربي.

نالت مملكة البحرين عضوية بمجلس إدارة الاتحاد العربي للإعلام السياحي خلال انتخابات أقيمت الاثنين ٢٢ أبريل ٢٠٢٤ لتشكيل الرئاسة والأعضاء لعام ٢٠٢٤ و٢٠٢٦ في القاهرة .

وفاز السيد طه علوي ممثلا عن مملكة البحرين بعضوية مجلس إدارة الاتحاد التابع لملتقى الاتحادات التوعوية المتخصصة التي ترعاها جامعة الدول العربية، كما تم انتخابه رئيسا للاتحاد في فرع البحرين للعامين القادمين .

وتمخضت الانتخابات عن فوز العراق برئاسة الاتحاد العربي للإعلام السياحي بإجماع أصوات أعضاء مجلس الادارة الجديد.

وحصل الصحفي العراقي الدكتور صباح علاال، الذي شغل منذ نحو شهر منصب الرئيس مؤقتا، على ثلاثة عشر صوتا يمثلون عدد أعضاء مجلس الإدارة الذي تم انتخابه من قبل أعضاء الجمعية العمومية.

وقال عضو مجلس إدارة الاتحاد سيد طه «أنا فخور جدا بتمثيل بلدي مملكة البحرين في الاتحاد الذي في الأساس يهدف إلى دعم وزارات السياحة في الدول العربية الأعضاء لتنفيذ خططها الاستراتيجية، وتحفيز السياحة بين الدول العربية وتنشيطها».

وأكد المضي قدما بمسيرة الاتحاد العربي للإعلام السياحي ودوره الفاعل في الترويج السياحة العربية وإبراز المقومات ونشر الوعي السياحي في الوطن العربي رغم التحديات التي يشهدها العالم

كم يدفع الأثرياء للسفر إلى الفضاء؟



أن تنقل ١٠ آلاف مسافر إلى الفضاء القريب بحلول عام ٢٠٣٠.

أما الكبسولة المضغوطة، التي صممها فرانك ستيفنسون، مصمم سيارات "فيراري" و"الفارميو" وغيرهما، يبلغ عرضها ٥ أمتار وارتفاعها ٣,٥ مترا، وسيتم تعليقها من منطاد هيليووم ضخم.

سجلت ٨ ركاب في الداخل لرحلات تصل مدتها إلى ٦ ساعات.

وأعلنت "HALO Space" في العرض التقديمي أنها تقدم "بدائل جديدة، وأمنة، وخالية من الانبعاثات للرحلات الفضائية"، وبعد أن اكملت بالفعل خمس رحلات تجريبية ناجحة، فإنها تعد الشركة الأكثر تقدماً في قطاعها.

ويُعد خط كارمان، الذي يقع على علو ١٠٠ كيلومتر فوق مستوى سطح البحر، الارتفاع المعترف به دولياً باعتباره الحد الفاصل بين الغلاف الجوي للأرض والفضاء الخارجي وتامل شركات مثل "Space Perspective" و"World View" و"HALO Space" الإسبانية الناشئة، في نقل الركاب على متن رحلات منطاد بارتفاع يتراوح بين ٢٥ و٤٠ كيلومتراً فوق الأرض مقابل نطاق سعري يتراوح بين ٥٠ ألف و٢٠٠ ألف دولار.

في الأسبوع الماضي بالعاصمة البريطانية لندن، كشف كارلوس ميرا، الرئيس التنفيذي لشركة "HALO Space"، عن التصميم الداخلي لكبسولته الفضائية "Aurora" التي يأمل فريقه

تتنافس شركات السياحة الفضائية للسماح للأثرياء بعيش تجربة السفر إلى الفضاء .

في المقدمة، هناك شركة "سبيس إكس" التابعة للملياردير إيلون ماسك، وبالنسبة لأولئك الذين لديهم عشرات الملايين من الدولارات، يعد هذا المشروع رحلات صاروخية إلى المدار، واختبار اعداد الوزن على ارتفاع أكثر من ٣٠٠ كيلومتر فوق الأرض.

هناك تجارب دون مدارية تقدمها شركات مثل "Blue Origin" التابعة لجيف بيزوس و"فيرجن غالاكتيك" التابعة لريتشارد برانسون.

ويصل سعر هذه التجربة إلى ٤٥٠ ألف دولار، وتأخذك لمسافة تتراوح بين ٨٠ و١٢٠ كيلومتراً لتجربة انعدام الجاذبية.

السياحة الصيفية ليست بالخارج فقط



○ محمود النشيط.

لها حضور إلا ما ندر في السوق المحلي.

البرامج الترويجية التي أطلقتها الجهات الرسمية والخاصة المعنية بالشان السياحي خلال تداعيات الجائحة للإستفادة من السياحة الداخلية بعد إغلاق أجواء السفر الخارجية أصبحت الآن من الماضي، والعروض بالأسعار الترويجية لقضاء بعض الليالي

يعتقد الكثير من الناس أن السياحة في موسم الصيف يجب أن تكون خارج البقعة الجغرافية للبلاد، وأن قضاء الإجازة يجب أن يكون عبر بوابات المطار، والإنتقال عبر الطائرة والإقامة في الفنادق والمنتجعات، وتناول الوجبات في المطاعم المتنوعة والتسوق في المجمعات التجارية والأسواق الشعبية وغيرها من ممارسات المسافرين التي يقومون بها عند السفر.

هذا المفهوم ربما يحتاج إلى إعادة النظر فيه، خاصة في ظل التنافس الكبير الذي تقوم به الدول على جعل المواطن سائح في بلده والتعرف على المرافق السياحية المتنوعة التي تستقطب سواح من الخارج والتي يجدها غالبية المواطنين الذين ربما يتعرفون عليها بالصدفة عبر الفضائيات الخارجية أو وسائل التواصل الاجتماعي من الزوار.

دول مجلس التعاون الخليجي بشكل عام تتمتع بخصائص سياحية عديدة تليي جميع الأوقات خاصة الباحثين عن متعة قضاء الإجازة على الشواطئ والإستمتاع بالبرامج المتنوعة التي تقدمها بعض القطاعات ضمن برامجها خلال الموسم، والتي مع الأسف تسوقها خارجياً بشكل كبير ولا تجد

مخبأ لموسوليني من زمن الحرب العالمية الثانية



تحت الأرض وعبر المعرض، قبل أن يختبروا غارة جوية مُعد إنشاؤها في مخبأ موسوليني غير المكتمل. وتستغرق الجولات -التي لا يمكن الوصول إليها لأولئك الذين يعانون من مشاكل في الحركة- ٥٠ دقيقة، وتستمر من الجمعة إلى الأحد، مع جولة باللغة الإنجليزية كل يوم سبت عند الساعة ١١ صباحاً. وتبلغ تكلفة التذاكر ١٢ يورو (١٢,٨٠ دولاراً) ويمكن حجزها عبر الإنترنت.

خلال الحرب العالمية الثانية، وأنظمة الغارات الجوية للمدنيين، وسلسلة من ٥١ قذيفة لقوات الحلفاء التي ضربت المدينة خلال الفترة بين يوليو عام ١٩٤٣ ومايو عام ١٩٤٤.

هناك تركيز خاص على قصف حي سان لورينزو في عام ١٩٤٣، الذي يعتقد أنه أدى إلى مقتل أكثر من ٣ آلاف مدني.

وتأخذ الجولات المصحوبة بمرشدين الزوار

في يونيو عام ١٩٤٠، دخلت إيطاليا الحرب العالمية الثانية، وعلى الفور بدأ الدكتاتور الفاشي بينيتو موسوليني في بناء ملاجئ لحماية نفسه وعائلته من الغارات الجوية في فيلا تورولونيا، الذي كان مقر إقامته الكبير في روما منذ عام ١٩٢٩.

وفي المجمع، قام الفاشيون ببناء ثلاثة هياكل تحت الأرض لحماية موسوليني وعائلته. وكان الملجأ الأول، في عام ١٩٤٠، عبارة عن تعديل لقبو التبيذ القديم في أراضي فيلا تورولونيا.

وبعد مرور عام، تم بناء ملجأ من الغارات الجوية في الطابق السفلي من كازينو نوبيل، وهو أحد المباني الواقعة في أراضي الفيلا. وكانت غرفه مغطاة بـ ١٢٠ سنتمتراً من الخرسانة المسلحة، ولها أبواب مضادة للغاز، ونظام لتنقية الهواء، وتبادلته.

وفي الوقت ذاته مع تقدّم الحرب، خطط موسوليني لبناء مخبأ مدرج يقع تحت الأرض أمام كازينو نوبيل.

بعمق ٦ أمتار تحت الأرض، بُني المخبأ على شكل متقاطع مع ممرات يبلغ طولها ١٥ متراً وعرضها ٢,٥ متر، معززة بخرسانة مسلحة يبلغ سمكها ٤ أمتار.

بدأت عملية البناء في ديسمبر من عام ١٩٤٢، وكان المخبأ غير مكتمل، حيث كان يفترض إلى أبواب مضادة لتسرب المياه، ونظام تهوية نهائي، ومرحاض، حين تم القبض على موسوليني بتاريخ ٢٥ يوليو عام ١٩٤٣.

وافتتح المخبأ لأول مرة أمام الجمهور في عام ٢٠٠٦، لكنه أُغلق بعد عامين، قبل أن يعاد افتتاحه مؤقتاً خلال السنوات التالية.

وبعد إغلاقه الأخير في عام ٢٠٢١، أُعيد فتحه الآن للجمهور المصحوب بمرشدين، إذ يضم المجمع الآن معرضاً متعدد الوسائط عن روما