

الجغرافيا الإقليمية، جغرافية الزراعة ، جغرافية السياحة

تمهيد — لماذا هذه المقارنة مثيرة؟
هذه الفروع الثلاثة تبدو متباعدة للوهلة الأولى، لكنها تلتقي في كونها جسوراً بين الجغرافيا الطبيعية والبشرية، وكلها تدرس كيف يستثمر الإنسان المكان ويتفاعل معه — غير أن كلاً منها يسأل سؤالاً مختلفاً وينظر من زاوية مغايرة.

أولاً: عرض كل فرع على حدة

□ الجغرافيا الإقليمية (Regional Geography)

هي أم الجغرافيا وأقدم فروعها، تدرس الأقاليم كوحدات مكانية متميزة، أي تسعى لفهم شخصية المكان في شموليتها — طبيعته، بشره، اقتصاده، ثقافته — باعتبارها كلاً متكاملًا لا أجزاء منفصلة. سؤالها المحوري "ما الذي يجعل هذا الإقليم متميزاً عن غيره؟ وما الذي يمنحه هويته الجغرافية الخاصة؟" ميادين التقصي

1. تحديد الأقاليم وتصنيفها

- ما الحدود الطبيعية أو الوظيفية التي تُميّز إقليمًا عن آخر؟
- الأقاليم الطبيعية (مناخية، تضاريسية)، الاقتصادية، الثقافية، الإدارية
- مشكلة الحدود — أين ينتهي إقليم وبيدأ آخر؟

2. شخصية الإقليم وهويته

- ما مجموع العوامل التي تمنح الإقليم طابعه الخاص؟
- العلاقة بين الطبيعة والبشر في تشكيل هذه الشخصية
- التراث، اللهجة، طريقة البناء، نمط المعيشة كمؤشرات إقليمية

3. التباين والتفاوت بين الأقاليم

- لماذا تتقدم أقاليم وتتخلف أخرى؟
- اللامساواة في توزيع الثروة والموارد بين الأقاليم
- الأقاليم المهمشة مقابل الأقاليم المركزية

4. الديناميكيات الإقليمية

- كيف تتغير الأقاليم عبر الزمن؟
- التحولات الاقتصادية وأثرها في إعادة رسم الخريطة الإقليمية
- العلاقات البيئية بين الأقاليم — التكامل، التنافس، التبعية

5. التخطيط والسياسات الإقليمية

- كيف تُدار الأقاليم؟ وكيف تُوزع الموارد بينها؟
- اللامركزية والحكم المحلي
- سياسات التنمية الإقليمية المتوازنة

🌾 جغرافيا الزراعة (Agricultural Geography)

تدرس العلاقة بين البيئة الجغرافية والنشاط الزراعي، أي كيف تشكل الطبيعة (المناخ، التربة، التضاريس) أنماط الزراعة، وكيف يُعيد الإنسان بدوره تشكيل الطبيعة من خلال الفعل الزراعي. سؤالها المحوري : "لماذا تُزرع هذه المحاصيل هنا دون غيرها؟ وكيف ينظم الإنسان استغلال الأرض الزراعية؟"

ميادين التقصي

1. البيئة الطبيعية والإنتاج الزراعي

- علاقة المناخ (حرارة، أمطار، فصول) بأنواع المحاصيل
- دور التربة في تحديد الإنتاجية الزراعية
- التضاريس والري والزراعة المدرجة
- الكوارث الطبيعية (الجفاف، الفيضانات) وأثرها الزراعي

2. أنظمة الزراعة وتوزيعها المكاني

- الزراعة المعيشية مقابل الزراعة التجارية
- الزراعة الكثيفة مقابل الزراعة الواسعة
- البدو الرُحّل والزراعة المتنقلة كأنظمة مكانية
- توزيع المزارع الكبرى (Plantations) جغرافياً

3. استخدام الأرض الزراعية

- رسم خرائط استخدام الأراضي (Land Use)
- التغيرات في الغطاء النباتي والأراضي الزراعية
- التوسع الزراعي على حساب الغابات
- الأراضي البور والمهجورة — لماذا وأين؟

4. الاقتصاد الزراعي والتجارة

- توزيع الإنتاج الزراعي العالمي وأسواقه
- علاقة الزراعة بالأمن الغذائي إقليمياً وعالمياً
- سلاسل الإمداد الغذائي من الحقل إلى المستهلك
- الزراعة وعلاقتها بالتبعية الاقتصادية للجنوب

5. التحولات الزراعية الحديثة

- الثورة الخضراء وأثرها المكاني
- الزراعة الذكية والتكنولوجيا الزراعية
- الزراعة العضوية ومناطق انتشارها
- تغير المناخ وإعادة رسم الخريطة الزراعية العالمية

6. الريف والمجتمع الزراعي

- علاقة المجتمعات الريفية بالأرض الزراعية
- النزوح الريفي وتداعياته على الزراعة
- الإصلاح الزراعي وتوزيع الملكية

□ جغرافيا السياحة (Tourism Geography)

تدرس الظاهرة السياحية في أبعادها المكانية، أي حركة الناس بين الأماكن بدوافع الاستجمام والاستكشاف، وما تُحدثه هذه الحركة من تحولات اقتصادية واجتماعية وبيئية في المناطق المُستقبلة والمرسلة. سؤالها المحوري : "لماذا يتجه السياح إلى أماكن بعينها؟ وكيف يُعيد السياحة تشكيل المكان وهوية ساكنيه؟"

ميادين التقصي

1. الموارد السياحية وتوزيعها

- الجاذبية الطبيعية: الشواطئ، الجبال، الغابات، الحدائق الطبيعية
- الجاذبية الثقافية: المواقع الأثرية، المدن التاريخية، التراث اللامادي
- لماذا تتركز الموارد السياحية في مناطق بعينها؟

2. تدفقات السياحة وحركتها المكانية

- من أين يأتي السياح؟ وإلى أين يذهبون؟
- خرائط التدفق السياحي العالمي والإقليمي
- الموسمية السياحية وأثرها على المكان
- ممرات السياحة وشبكات النقل

3. أثر السياحة الاقتصادي

- السياحة كمحرك للتنمية الإقليمية
- التشغيل السياحي — من يستفيد حقاً؟
- التسرب الاقتصادي: متى يذهب المال إلى الخارج بدلاً من المجتمع المحلي
- الاعتماد الأحادي على السياحة ومخاطره

4. أثر السياحة على البيئة والمجتمع

- التدهور البيئي في المناطق السياحية المكثفة
- السياحة الجماهيرية (Over-tourism) وأزمة الأماكن المشبعة
- تغيير هوية المكان وأصالته تحت ضغط السياحة
- النزاع بين السكان الأصليين والسياح على المكان

5. أنواع السياحة وتوزيعها الجغرافي

- السياحة البيئية (Ecotourism) ومناطق تركزها
- السياحة الثقافية والتراثية
- السياحة الصحية والعلاجية
- السياحة الدينية وجغرافية المقدرات

6. تخطيط وتسويق المقصد السياحي

- كيف تبني المناطق "صورتها" السياحية؟
- دور الدولة والقطاع الخاص في التطوير السياحي
- إعادة توجيه السياحة نحو مناطق مهمشة

ثانياً: أوجه التشابه بين الفروع الثلاثة

1. الاشتراك في الأسئلة الجغرافية الأساسية

كلها تسأل: أين؟ لماذا هنا؟ كيف يتوزع؟ وكيف يتغير عبر الزمن؟

2. الجمع بين الطبيعي والبشري

الفرع	العامل الطبيعي	العامل البشري
الإقليمية	المناخ، التضاريس	السكان، الاقتصاد، الثقافة
الزراعة	التربة، الأمطار، الحرارة	تقنيات الزراعة، الملكية، السوق
السياحة	الشواطئ، الجبال، الغابات	البنية التحتية، التسويق، السياسة

3. استخدام الأدوات الجغرافية ذاتها

- نظم المعلومات الجغرافية (GIS)
- الخرائط الموضوعية
- الاستشعار عن بُعد
- التحليل المكاني الإحصائي

4. الاهتمام بالتفاوت المكاني

الثلاثة تلاحظ أن الفرص والموارد لا تتوزع بالتساوي جغرافياً، وتسعى لفهم هذا التفاوت وتفسيره.

5. التقاطع مع مفهوم التنمية

كل منها يساهم في فهم التنمية الإقليمية وتخطيطها — الأقاليم تُخطَّط، الزراعة تُنمَّى، السياحة تُطوَّر.

6. الاهتمام بالعلاقة بين الإنسان والأرض

الأرض في الجغرافيا الإقليمية هي هوية، وفي الزراعة هي مورد، وفي السياحة هي جاذبية — لكنها في الثلاثة محور العلاقة.

ثالثاً: أوجه الاختلاف الجوهرية

1. في النظرة إلى المكان

الفرع	كيف ينظر إلى المكان؟
الإقليمية	المكان كهوية شاملة ومتكاملة — يدرسه في كليته
الزراعة	المكان كمورد إنتاجي — يُستغل ويُحوَّل
السياحة	المكان كتجربة وصورة — يُستهلك ويُسوَّق

2. في السؤال الجوهري

- الإقليمية " → ما شخصية هذا المكان؟ "
- الزراعة " → ما إمكانات هذا المكان الإنتاجية؟ "
- السياحة " → ما جاذبية هذا المكان للزائر؟ "

3. في وحدة التحليل

الفرع	وحدة التحليل الأساسية
الإقليمية	الإقليم — كوحدة جغرافية شاملة
الزراعة	الأرض الزراعية — الحقل، الحوض، المنطقة الزراعية
السياحة	المقصد السياحي — الموقع، المنتجع، المدينة السياحية

4. في العلاقة مع العلوم الأخرى

الفرع	العلوم الأقرب إليه
الإقليمية	التاريخ، الأنثروبولوجيا، علم السياسة
الزراعة	الاقتصاد الزراعي، علم البيئة، العلوم الزراعية
السياحة	الاقتصاد، علم الاجتماع، التسويق، دراسات الثقافة السياحية

5. في الزمن والتغيير

- الإقليمية: تهتم بالاستمرارية — ما الذي بقي ثابتاً ويمنح الإقليم هويته؟
- الزراعة: تهتم بدورات الإنتاج — المواسم، التناوب الزراعي، التحولات طويلة الأمد
- السياحة: تهتم بالموسمية والتدفق — الحركة السريعة والمتقلبة

رابعاً: جدول المقارنة الشاملة

وجه المقارنة	الجغرافيا الإقليمية	جغرافيا الزراعة	جغرافيا السياحة
السؤال المحوري	ما هوية هذا المكان؟	ما إنتاجية هذا المكان؟	ما جاذبية هذا المكان؟
النظرة للمكان	هوية شاملة	مورد إنتاجي	تجربة وصورة
وحدة التحليل	الإقليم	الأرض الزراعية	المقصد السياحي
الفاعل الرئيسي	المجتمع الإقليمي	الفلاح والمزارع	السائح والمستثمر
الزمن	استمرارية وتاريخ	مواسم ودورات	موسمية وتدفق
البُعد البيئي	وصفي وتفسيري	وظيفي وإنتاجي	استهلاكي وأحياناً تدميري
الهدف التطبيقي	التخطيط الإقليمي	الأمن الغذائي والتنمية الريفية	التنمية السياحية المستدامة
نقطة الضعف	قد يُغفل التغيير السريع	قد يُغفل البُعد الثقافي	قد يُغفل حقوق السكان الأصليين

خلاصة — ما الذي يجمعها ويُفرِّقها في جملة واحدة؟

الجغرافيا الإقليمية تقول "بُنا أفهم المكان".

جغرافيا الزراعة تقول "بُنا أنتج من المكان".

جغرافيا السياحة تقول "بُنا أستمتع بالمكان".

والجغرافيا في عمقها تسأل دائماً: "وماذا يحدث للمكان في كل حالة؟"

جغرافية التسوق وجغرافية الخدمات

تمهيد — في قلب الحياة اليومية

هذان الفرعان من أكثر فروع الجغرافيا البشرية ارتباطاً بالحياة اليومية للناس، لأنهما يدرسان كيف يصل الإنسان إلى ما يحتاجه — سواء أكان سلعة يشتريها أم خدمة يتلقاها. وهما يطرحان في جوهرهما سؤالاً واحداً لكن من زاويتين مختلفتين:

"من يحصل على ماذا؟ وأين؟ ولماذا لا يحصل عليه الجميع بالتساوي؟"

أولاً: عرض كل فرع على حدة

□ الجغرافيا التسوق (Retail Geography / Geography of Shopping)

تدرس التوزيع المكاني لأنشطة البيع بالتجزئة والتسوق، وكيف تتشكل المراكز التجارية والأسواق وشبكات التوزيع في الفضاء الجغرافي، وكيف يتحرك المستهلكون بين هذه المراكز.

سؤالها المحوري: "لماذا تقع المحلات التجارية هنا؟ وكيف يختار المستهلك وجهته التسوقية؟ ومن يُحرم من الوصول إليها؟"

الجدور النظرية تستند إلى نظريات كلاسيكية مهمة:

• نظرية المكان المركزي — (Christaller 1933) تفسر لماذا تتوزع مراكز الخدمات والتسوق

بأحجام متدرجة

• نظرية الجاذبية التجارية — (Reilly) المراكز التجارية الكبرى تجذب أكثر من الصغيرة

• نمذجة سلوك المستهلك — كيف يوازن بين المسافة والسعر والتنوع؟

مجالات التقصي

1. توزيع مراكز التسوق والتجزئة

- لماذا يتمركز التجار في أحياء بعينها دون أخرى؟
- تدرج المراكز التجارية: المحل المحلي ← السوق الحي ← المركز التجاري الإقليمي ← المدينة التجارية
- الشوارع التجارية الكبرى وعلاقتها بالبنية الحضرية
- ديناميكيات الإيجار التجاري وتأثيرها في التوزيع
- 2. **سلوك المستهلك المكاني**
 - كيف يختار المستهلك وجهته التسوقية؟
 - دور المسافة، الوقت، الدخل في قرار التسوق
 - أنماط التنقل للتسوق — هل يتسوق الناس قريباً أم يسافرون؟
 - الفرق بين تسوق الضرورة (يومي) وتسوق الترفيه (مركز تجاري)
- 3. **التجارة الإلكترونية وإعادة رسم الجغرافيا التجارية**
 - كيف غير التسوق الإلكتروني توزيع المحلات؟
 - ظاهرة موت التجزئة التقليدية (Retail Apocalypse) في الغرب
 - الجغرافيا الجديدة للتوصيل — مستودعات الأطراف ومراكز اللوجستيات
 - الفجوة الرقمية: من لا يستطيع التسوق إلكترونياً ولماذا؟
- 4. **صحاري التجزئة (Retail Deserts)**
 - مناطق تفتقر إلى محلات التجزئة الأساسية
 - من يسكن هذه المناطق؟ وما علاقتها بالفقر والإقصاء؟
 - أثر غياب السوبرماركت على التغذية وجودة الحياة
 - صحاري الغذاء كنوع خاص من صحاري التجزئة
- 5. **مراكز التسوق الكبرى كفضاءات اجتماعية**
 - المول ليس مجرد مكان للشراء — بل فضاء اجتماعي وترفيهي
 - من يرتاد المراكز التجارية؟ وكيف تُعيد إنتاج الفئات الاجتماعية؟
 - الخصخصة الفضائية — المول كفضاء عام مُسيطر عليه خاصياً
 - ظاهرة المول في الخليج العربي كنموذج جغرافي-ثقافي خاص
- 6. **التخطيط التجاري وسياسات التجزئة**
 - كيف تُنظّم الدولة توزيع المحلات التجارية؟
 - قوانين المناطق التجارية (Zoning)
 - تأثير الضرائب والإيجارات على التوزيع الجغرافي للتجزئة

□ **جغرافيا الخدمات (Geography of Services / Service Geography)**

تدرس **التوزيع المكاني للخدمات** بمفهومها الواسع — الصحة، التعليم، النقل، المالية، الاتصالات، الخدمات الحكومية — وكيف تتفاوت إمكانية الوصول إليها بين الأفراد والمناطق. سؤالها المحوري: "كيف يتوزع توفر الخدمات جغرافياً؟ ومن يُحرم منها ولماذا؟ وما الأثر المكاني لهذا الحرمان؟"

الجدور النظرية

- **نظرية الوصول المكاني** (Spatial Access Theory) — كيف يُقاس قرب الخدمة من المستخدم؟
- **الجغرافيا الراديكالية** — من يستفيد من الخدمات ومن يُقصى؟
- **العدالة المكانية** (Spatial Justice) — هل توزيع الخدمات عادل؟

1. الخدمات الأساسية وتوزيعها

السؤال الجغرافي	الخدمة
هل المستشفى قريب؟ هل الطبيب متاح؟	الصحة
هل المدرسة الجيدة في متناول الجميع؟	التعليم
هل يخدم الحافلة الأحياء الفقيرة؟	النقل العام
أين تغيب الشبكات الأساسية؟	المياه والكهرباء
الفجوة الرقمية بين المناطق	الإنترنت

2. إمكانية الوصول إلى الخدمات

- قياس الوصول المادي: المسافة، وقت السفر، توافر النقل
- قياس الوصول الاقتصادي: هل يستطيع الفقراء تحمّل تكاليف الخدمة؟
- قياس الوصول الثقافي: هل الخدمة مناسبة ثقافياً ولغوياً؟
- قياس الوصول المعلوماتي: هل يعرف الناس بوجود الخدمة؟

3. العدالة في توزيع الخدمات العامة

- هل تتمركز الخدمات الجيدة في الأحياء الغنية؟
- العلاقة بين الفقر المكاني وضعف الخدمات
- الفجوة الريف-حضر في توفر الخدمات
- الخدمات كحق مقابل الخدمات كسلعة

4. الخدمات المالية والإقضاء المالي

- مناطق تفنقر للبنوك والصرافات الآلية
- ظاهرة الإقضاء المالي وعلاقتها بالفقر المكاني
- التمويل الأصغر وجغرافية انتشاره
- الخدمات المالية الرقمية وتأثيرها على الجغرافيا المالية

5. الخدمات الحكومية والإدارة المكانية

- توزيع مكاتب الحكومة ومراكز الخدمة المدنية
- هل البيروقراطية قريبة أم بعيدة عن المواطن؟
- اللامركزية الإدارية وأثرها في توزيع الخدمات
- الخدمات الإلكترونية الحكومية ومن يستفيد منها

6. اقتصاد الخدمات وجغرافية قطاع الخدمات

- تحول الاقتصادات نحو قطاع الخدمات (ما بعد الصناعة)
- تمركز الخدمات المتخصصة في المدن الكبرى
- تصدير الخدمات (الاستشارات، التعليم، الرعاية الصحية)
- جغرافية الخدمات الرقمية والشركات العابرة للحدود

7. البنية التحتية كخدمة

- شبكات الطرق والسكك الحديدية — من تخدم؟
- شبكات الاتصالات وتغطيتها الجغرافية
- البنية التحتية الرقمية وفجوة الاتصال

ثانياً: أوجه التشابه

1. كلاهما يدرس "الوصول" كمفهوم جغرافي مركزي في الاثنين السؤال الجوهري هو: هل يستطيع الفرد في هذا المكان أن يصل إلى ما يحتاجه؟ الوصول في التسوق يعني السلع، والوصول في الخدمات يعني المستشفى أو المدرسة أو الحافلة.
2. كلاهما يكشف التفاوت المكاني واللامساواة كلاهما يُظهر أن الجغرافيا ليست محايدة — بعض المناطق تحظى بكل شيء وأخرى تُحرم، وهذا الحرمان ليس عشوائياً بل مرتبط بالفقر والإقصاء الاجتماعي.
3. كلاهما يستند إلى نظرية المكان المركزي كلاهما يستفيد من تدرج المراكز — الخدمة البسيطة قريبة، والمتخصصة أبعد — وهذا مبدأ ينطبق على المحلات كما ينطبق على المستشفيات والمدارس.
4. كلاهما يتأثر بالتحول الرقمي التسوق الإلكتروني والخدمات الرقمية الحكومية والصحة عن بُعد — كلها تُعيد رسم الجغرافيا التقليدية للتسوق والخدمات.
5. كلاهما يستخدم الأدوات الجغرافية ذاتها
 - GIS لرسم خرائط التوزيع
 - تحليل المسافة والوصول
 - نماذج التفاعل المكاني
6. كلاهما يرتبط بالتخطيط الحضري قرارات تخطيط المدن تُحدد أين تقع المراكز التجارية وأين تقع المستشفيات والمدارس — وكلاهما يُغذي التخطيط بمعلومات حيوية.

ثالثاً: أوجه الاختلاف الجوهريّة

1. في طبيعة ما يُدرّس

جغرافيا الخدمات	جغرافيا التسوق
الخدمات الصحية والتعليمية والعامّة	السلع والبضائع والمحلات ما يُدرّس
غير ملموس ، يُستهلك في المكان	ملموس ، يُشترى ويُمتلك طبيعة المنتج
غالباً الدولة أو القطاع المختلط	غالباً القطاع الخاص من يقدمه

2. في الدافع والعلاقة

التسوق → علاقة تجارية: مستهلك ← سلعة ← ربح

الخدمات → علاقة حقوقية: مواطن ← حق ← رفاه

- في التسوق: المحرك هو الربح والطلب
- في الخدمات: المحرك (المفترض) هو الحق والعدالة

3. في البُعد السياسي والأخلاقي

- جغرافيا التسوق تحلل السوق وآلياته المكانية — أقل إلحاحاً في البُعد الأخلاقي
- جغرافيا الخدمات تحمل بُعداً أخلاقياً وسياسياً أعمق — لأن الحرمان من المستشفى ليس كالحرمان من المول

4. في وحدة التحليل

وحدة التحليل	الفرع
المحل، الشارع التجاري، المركز التجاري، منطقة الاستقطاب	جغرافيا التسوق
منطقة الخدمة، حوض الخدمة، الفجوة في التغطية	جغرافيا الخدمات

5. في العلاقة مع الدولة

- جغرافيا التسوق: الدولة حاضرة كمنظم (قوانين التجارة، الزونينغ)
- جغرافيا الخدمات: الدولة حاضرة كمقدم ومسؤول مباشر عن التوزيع العادل

6. في الاستجابة للتغيير الاقتصادي

- جغرافيا التسوق تتغير بسرعة مع تقلبات السوق والاستهلاك
- جغرافيا الخدمات تتغير ببطء لأن البنية التحتية الخدمية أكثر ثباتاً

رابعاً: جدول المقارنة الشاملة

وجه المقارنة	جغرافيا التسوق	جغرافيا الخدمات
السؤال المحوري	أين أتسوق وكيف أصل؟	من يحصل على الخدمة ومن يُحرم؟
طبيعة الموضوع	سلع وبضائع	صحة، تعليم، نقل، خدمات عامة
المقدم	غالباً القطاع الخاص	غالباً الدولة أو المختلط
الدافع	الربح والطلب السوقي	الحق والعدالة الاجتماعية
البُعد الأخلاقي	ثانوي نسبياً	مركزي وملح
وحدة التحليل	المحل والمركز التجاري	منطقة الخدمة والحوض
علاقة الدولة	منظم	مقدم ومسؤول
التأثر بالرقمنة	تحول جذري (تجارة إلكترونية)	تحول تدريجي (خدمات رقمية)
الفئة الأكثر تضرراً من الغياب	الفقراء في المناطق المهجورة	الفقراء والريفيون والمهمشون
	علم الاستهلاك التقاطع مع علوم أخرى	علم الاجتماع، السياسة العامة، الاقتصاد، التسويق، علم الاستهلاك التقاطع مع علوم أخرى

خامساً: تقاطعات ومناطق رمادية بينهما

هناك مناطق يصعب فيها الفصل بين الفرعين:

1. الصيدليات والعيادات الخاصة هل هي تسوق (سلعة صحية تُباع) أم خدمة (رعاية صحية)؟ — الجغرافيان كلاهما يدرسانها
2. التعليم الخاص المدارس الخاصة هي في آن واحد خدمة وسلعة تُباع — يدرسها كلا الفرعين من زاوية مختلفة
3. النقل التشاركي (أوبر، كريم) هل هو خدمة نقل أم تسوق لرحلة؟ — يقع في منطقة التقاطع
4. المراكز الصحية التجارية (مراكز اللياقة، الصحة البديلة) تُباع كسلع لكنها تؤثر في الصحة العامة

خلاصة

جغرافيا التسوق تقول: "المكان سوق — وأنا أدرس كيف يتوزع هذا السوق وكيف يتحرك فيه المستهلك".
 جغرافيا الخدمات تقول: "المكان حق — وأنا أدرس لماذا لا يحصل الجميع على هذا الحق بالتساوي".
 كلاهما يكشف في النهاية أن الجغرافيا ليست خلفية صامتة للحياة، بل قوة فاعلة تُحدد من يحصل على ماذا، ومن يبقى محروماً.