

السياحة الافتراضية وتأثيرها على دافعية الزوار لزيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي

م.د. زينب صادق مصطفى*

Zainabs.1811@uomustansiriyah.edu.iq

المستخلص :

لقد تطورت صناعة السياحة وتشعبت فروعها وتداخلت وكان للتطور التقني و التكنولوجيا دورا في ذلك حيث استطاعت التكنولوجيا ان تنمي الحركة السياحية وتظهر انماط سياحية غير تقليدية بشكل استطاع بها السائح ان يجوب العالم وهو في موقعه وان يحجز تذكرته ويصمم برنامج رحلته ويشاهد ويطلع على الاماكن التي سوف يزورها قبل ان يقوم بالرحلة بصورة فعلية . ولم يتوقف الامر الى هذا الحد بل تعداه بأن يدخل السائح الى العالم الافتراضي الذي يمكن ان ينقله من موطنه الاصلي الى اماكن نائية لايمكن ان يتصور في يوم الوصول لها .

ان هذه الدراسة تهدف الى الوصول الى تحديد دور التكنولوجيا الحديثة في دعم السياحة الدينية التي تعد ابرز انواع السياحة في العراق ومعرفة تأثير احدى انماط السياحة الحديثة وهي السياحة الافتراضية في زيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي .
الكلمات المفتاحية : السياحة الافتراضية ، الدافعية

Virtual tourism and its impact on the motivation of visitors to visit the shrine of the companion Salman Mohammedi

Dr - Zainab Sadiq Mustafa

Abstract

The tourism industry has developed and has many branches and the technical development has an important role in tourism growth new types of untraditional of touristic activities have reappeared which enable the tourist travel all over the world and he is still in his location, also enable him to book his ticket and designed his program and watched and see the places which he will visit before doing his actual trip. It did not stop at this point but exceeded that , it would introduce the tourists to the virtual world that can be transmitted from his native to remote places cannot be h to it .

This study aims to determine the role of modern technology in supporting religious tourism , which is ordered the most important types of tourism in Iraq and knew the effect of one of the patterns of modern tourism , which is the virtual tourism to visit the shrine of the follower Salman Al-Muhammad .

* الجامعة المستنصرية / كلية العلوم السياحية .

تأريخ استلام البحث 2016/12/8

تأريخ قبول النشر 2016/2/14

المقدمة

تعتبر صناعة السياحة الآن من أصعب الصناعات وأشدّها تنافساً نظراً للمحاولات الشديدة لجذب السائح من قبل عدة جهات إقليمية كانت أو دولية ، فضلاً عن ذلك وجود صورة سلبية ونمطية لدى المجتمع عن السياحة الداخلية ، ولتعديل هذه الصورة الذهنية يجب تحبيب المجتمع بالسياحة الداخلية بطريقة جذابة من دون الحاجة إلى الإنفاق المادي المرتفع لمعرفة الخدمات السياحية ومن هنا تبرز أهمية تقنيات الواقع الافتراضي والسياحة الافتراضية في جذب السياح ولا سيما أن الجيل القادم أكثر انفتاحاً على الواقع وأكثر معرفة بالسياحة، ويعد مستخدماً مهماً للتقنيات الحديثة وبالتالي فإن تقديم هذه الخدمات بشكل جذاب يساعد بالحصول على قبوله واقتناعه.

وتوفر تطبيقات الواقع الافتراضي إمكانية الوصول لكل من الباحثين والسياح. والتي قد تكون بديلاً عن الزيارات الفعلية، عندما تكون غير ممكنة في بعض الأحوال، مثلاً ؛ قد يكون الموقع السياحي بعيداً جداً أو مكلفاً جداً أو وعر جداً أو خطراً جداً أو حساس جداً أو أنه لم يعد موجوداً. وإلى جانب توفير أفضل البدائل، يمكن للنماذج الافتراضية أن تسمح بالتفاعل الجيد مع العناصر التاريخية أو الحساسة والتي لا يمكن التعامل معها في الواقع .

لقد نشطت السياحة الدينية بمختلف اتجاهاتها ومذاهبها في الآونة الأخيرة على مستوى العالم مما يؤكد أهميتها الأولى في الدخل القومي للدول - مما يشجع الكثير من الدول على استثمارها ، ان العراق يتمتع بأكثر قدر في العالم من هذه الأماكن الدينية والتي تحوي تراثاً واثراً لا تقدر بثمن ولم يتم استثمارها بالكامل حتى الآن.

مشكلة الدراسة

على الرغم من التطور التقني الذي يشهده العالم في النشاط السياحي وظهور أنماط سياحية حديثة في العصر الحالي مثل السياحة الافتراضية ، إلا أن تأثيرها في تنمية تدفق السواح لزيارة الأماكن المقدسة كمرقد الصحابي سلمان المحمدي . لم تأخذ دورها الحقيقي في تنشيط وتنمية دوافع السواح لزيارة تلك الأماكن ، فضلاً عن توظيف تأثير السياحة الافتراضية في تحفيز دوافع السلوك السياحي في زيارة الأماكن المقدسة في العراق يحتاج إلى تسليط الضوء عليه وتنميته .

فرضيات الدراسة

- للسياحة الافتراضية تأثيراً كبيراً على دافع الزوار لزيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي.
- للسياحة الافتراضية تأثيراً ضئيلاً على دافع الزوار لزيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي.

المبحث الأول

الواقع الافتراضي و السياحة الافتراضية

أولاً : مفهوم الواقع الافتراضي والسياحة الافتراضية

يعرف الواقع الافتراضي على أنه بيئة تفاعلية ثلاثية الأبعاد مصممة بواسطة برامج كمبيوترية ، يحيط الواقع الافتراضي بالمستخدم ويدخله في عالم وهمي حيث يبدو هذا العالم وكأنه واقعي ، والواقع الافتراضي قد يكون خيالياً أو يكون تجسيد للواقع الحقيقي ويتم التفاعل مع هذا الواقع نتيجة التفاعلات التي تحدث بين البيئة الافتراضية وحواس المستخدم واستجاباته (1).

أما الواقع الافتراضي في السياحة فهو التمثيل الواقعي للمواقع السياحية والأثرية بحيث تنقل المستخدم إلى الواقع الافتراضي بشكل تفاعلي عبر أجهزة الكمبيوتر، ويعيش معها وبينها بشكل ثلاثي الأبعاد ويتعامل معها في الزمن الحقيقي (Real Time) وكأنها أشياء حقيقية موجودة على أرض الواقع ، ويتيح لنا الحركة بداخلها والمشاركة والتفاعل مع العناصر عن طريق أدوات معدة ومصممة لهذا الغرض (2).

الواقع الافتراضي يمكن الفرد المرور بخبرات قد لا يستطيع أن يتعلمها في الواقع الحقيقي لعدة أسباب منها : خطورة تنفيذه في الواقع أو التكلفة المالية العالية أو ضيق الوقت أو غيرها من الأسباب ، إن هذه التقنية تقوم على مزج بين الخيال والواقع من خلال خلق بيئات صناعية حية تخيلية قادرة على أن تمثل الواقع الحقيقي وتهيئ للفرد القدرة على التفاعل معها ، وتستخدم هذه التقنية في مجالات كالطب والهندسة والعمارة والتدريب

(1) د. عدنان بن عبد الله الجابر ، استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي ونظم المعلومات الجغرافية في المجال السياحي، مركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس) الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية ، 2009 ، ص 2 .

(2) Gutierrez, M., Vexo, F., & Thalmann, D , Stepping into virtual reality , Springer , London, 2008

العسكري والقضاء والتعليم ، فهي لا تقتصر على مجال معين فقط لكنها تفيد في جميع الميادين ولا سيما الميادين التي تحتاج إلى التدريب، وتلعب الأبعاد الثلاثية دوراً رئيسياً في تقنية الواقع الافتراضي حيث تعطي نماذج شبيهة بالواقع وتجعل التعامل معها يندمج تماماً كأنها هي بيئة الواقع ذاته ، وفي هذه التقنية تشترك فيها حواس الإنسان كي يمر بخبرة تشبه الواقع بدرجة كبيرة لكنها ليست حقيقية يتم خلالها توصيل بعض الملحقات بالحاسب الآلي تمكن الفرد من رؤية البرنامج بصورة مجسمة ذات أبعاد ثلاثية .

والسياحة الافتراضية نوع جديد من أنواع السياحة غير التقليدية شعارها لاتذاكر (لاحقاً لا متاعب) تعتمد على الحاسوب وشبكات الانترنت في توفير خدماتها وهي بذلك تعتمد على التقنيات الحديثة أكثر من اعتمادها على عناصر السياحة التقليدية من أماكن جذب سياحي ومنشآت إقامة و إيواء وخدمات ترفيه ووسائل نقل .

تعرف السياحة الافتراضية بأنها نشاط لزيارة مواقع ذات اهتمام عبر الانترنت دون السفر شخصياً لهذه الأماكن⁽³⁾ أو هي الملاحة في شوارع ومناطق بيئات الواقع الافتراضي بهدف الانتقال جسدياً إلى أماكن مادية وزمن يتسم بالحظة من دون السفر إلى هناك بشكله التقليدي⁽⁴⁾ أما الجولة الافتراضية فهي محاكاة لمكان موجود، تتألف عادة من سلسلة من صور الفيديو. كما يمكن أيضاً استخدام عناصر الوسائط المتعددة الأخرى مثل المؤثرات الصوتية والموسيقى والسرد القصصي ، والنصوص المكتوبة⁽⁵⁾ .

وكان أول استخدام للجولات الافتراضية عام 1994 والمتمثلة بزيارة متحف من خلال توفير جولة على الأقدام ثلاثية الأبعاد في قلعة (Dudley Castle) في انكلترا تصور القلعة كما كانت عام 1555⁽⁶⁾ وقد استندت إلى سيطرة الحاسبة من خلال نظام صمم من قبل مهندس برطاني اسمه (كولين جونسن) .

إن السياحة الافتراضية على شبكة الانترنت تتيح التجول في مناطق العالم كافة بالصوت والصورة والنص، وهي جولة تخيلية وهي قد تتخذ أشكال متعددة وأقدم هذه الأشكال هو أن يقدم الانترنت للمستخدم وعبر شرائح أو شريط فيديو كشف لمنطقة محددة مثل متحف أو موقع أثري .

وتحتاج السياحة الافتراضية إلى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها، ولا سيما في الدول النامية . ولا ترتبط هذه المتطلبات بالبنية السياحية القائمة، وإنما تتجاوز ذلك لتشمل الإطار المؤسسي والتنظيمي المنظم للعمل، والبنية التشريعية في مجال التجارة الإلكترونية، والتقدم في بنية تكنولوجيا المعلومات، من خلال خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع. ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى .

ثانياً : مرتكزات السياحة التقليدية

من المعروف أن السياحة التقليدية تركز على مقومات بعضها طبيعي و الآخر بشري و مادي وهي:

- ❖ المقومات الطبيعية : تشكل أماكن الجذب السياحي أحد المقومات الرئيسية للسياحة مما يوفر عنصراً حيويًا لزيادة استمتاع السائح وإثراء تجربته السياحية ، حيث يمكن أن يعرف مكان الجذب السياحي بأنه موقعاً محدداً ذا سمة بشرية أو طبيعية محددة والتي تمثل محور اهتمام الزائرين⁽⁷⁾ .
- ❖ المقومات البشرية : وتتمثل في الجوانب التاريخية ، كالأثار ، المعالم ، الشواهد ، الأطلال ، الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة ، الثقافات والعادات لدى السكان.
- ❖ المقومات المادية والخدمة : وتتمثل في مدى توافر البنى التحتية ، كالمطارات النقل البري و الجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران... الخ، ومدى توافر الخدمات المكملية كالبريد ، الإطعام ، الفنادق ، المقاهي ، مراكز الترفيه و التسلية⁽⁸⁾ .

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات و مستوى للأسعار ، وقدرة دعائية على مختلف وسائل الإعلام على جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن و استقرار ورعاية صحية كاملة و حسن معاملة .

(3) www.mysecurecyberspace.com.articles

4 رافدة مجبل عبد الله ، تجارة الخدمات السياحية الكترونياً في البلدان النامية مع التركيز على الصين والهند - دراسة احصائية مقارنة، رسالة ماجستير مقدمة إلى الجامعة المستنصرية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، 2011 ، ص 123 .

(5) Julia F. Carpenter & others , Virtual Tourism , Conservation Magazine- University of Washington , Winter 2002 (Vol.3, No.1)

(6) Virtual Tours of Dudley Castle archive

(7) ستيفن بيج ، إدارة السياحة - إدارة من شأنها أن تحدث فرقاً ، ترجمة د. خالد العامري ، دار الفاروق ، مصر ، 2008 ، ص 418

(8) CHUCK Y. GEE/ INTERNATIONAL TOURISM: A GLOBAL PERSPECTIVE , Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain, 1997, p 14

ثالثاً : مقومات السياحة الافتراضية

هناك ثلاث مقومات اساسية تعمل سوية على تكوين سياحة افتراضية يشعر بها السائح وكأنها حقيقة وهذه المقومات هي (9).

1- الابداع لا يمكن انكار ان السياحة كانت دائما عرضة للتغيرات بل هي اكثر القطاعات تقلبا والتي تعكس تحولات في الاذواق والتفضيلات والتقنيات والسياسة والظروف الاقتصادية . وتاريخ السياحة هو نتاج من الابتكارات المهمة مثل ظهور مراكز جديدة للحج ولا سيما مع تعدد الاديان في العالم وترويج بطاقات الائتمان ومع اتجاهات العولمة الجديدة ظهرت الكثير من الابتكارات التي كانت نتيجة لازدياد المنافسة بين الموجودين فعلا في السوق السياحي فضلاً عن الداخلين الجدد .

ان المنافسة تدفع الى الابداع والابتكار في تقديم الخدمات السياحية وهناك اربعة انواع من الابداع التي يمكن ان ترتبط بشكل مباشر مع قطاع السياحة وهي :-

- أ- المنتج السياحي حيث ترتبط عملية الابداع بالسلعة التي هي غالبا ما يتم اصفاء ما هو جديد عليها .
- ب- التقنية حيث تكمن عملية الابداع في استخدام التقنيات الحديثة ومدى التطور الحاصل فيها .
- ت- الادارة يكمن الابداع في نوع الادارة التي تشكل العمل وذلك من خلال تطوير عملية الاداء المنظمي بشكل جديد .

ث- عملية الابداع اللوجستية وهي عملية ابراز الروابط الخارجية مع الزبون واعضاء سلسلة القيمة الاخرين

2- الحقيقة الخيالية وهي تمثل المشي من خلال عالم افتراضي والذي يكون مكونه الاساس هو نظام الكهف والذي هو عبارة عن غرفة تكون على شكلين :

- أ- غرفة تحتوي على كامرات حيث يمكن للسائح ان يشاهد كل شي من حوله داخل هذا الفضاء الافتراضي ، او ان يجد شخصا بعيدا عنه في بلد اخر موجود معه داخل هذا الكهف وكأنه يجلس امامه .
 - ب- الاستعانة بنظارات ثلاثية الابعاد داخل الكهف كي يتمكن من الدخول في عالم خيالي اكثر دقة .
- وهنا يتم تطبيق بيئة مماثلة للبيئة الحقيقية التي ينتقل اليها الشخص افتراضيا من خلال الحاسوب

3- التذوق الجمالي يقصد بالمكون الجمالي هو ذلك الشعور الذي ينبعث بداخل المستخدم للسياحة الافتراضية في لحظة الانغماس في الفضاء الافتراضي عندما يعرض امامه المشاهد الصورية والبيئة الفنية بشكل خاص والحالة الجمالية بشكل عام . حيث يشعر مستخدم السياحة الافتراضية بالمتعة والسرور المقترن بالشعور بالاكشاف والتأمل والتغير المعرفي والدهشة والاهتمام والتوقع والتخيل والشعور بالغموض وحب الاستطلاع .

ويمكن تحديد بعض الفروق بين السياحة التقليدية و السياحة الافتراضية من خلال الجدول التالي :

السياحة التقليدية	السياحة الافتراضية
تعتمد على الانتقال الحقيقي من محل الإقامة الحقيقي الى اماكن القصد السياحي.	يتم الانتقال الافتراضي الى اماكن القصد نفسيا وليس جسديا .
تحتاج الى المال لان هناك تكاليف للسفر والإقامة وغيرها.	تكاليفها محدودة جدا.
تتطلب وجود وقت الفراغ لممارستها.	يمكن ممارستها في اي وقت.
تعتمد على العنصر الطبيعي والبشري في توفير خدماتها.	تعتمد على التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها.
تعتمد على الموسمية في اغلب انواعها.	لا تعتمد على الموسمية.
لها تأثير مباشر على الدخل القومي لبلد القصد السياحي.	تأثير محدود على الدخل القومي.
توفر فرص عمل للكثير من التخصصات الفنية والحرفية.	توفر فرص عمل لتخصصات معينة لها علاقة بالتكنولوجيا والتقنيات الحديثة .

رابعاً : فوائد تطبيق تقنيات السياحة الافتراضية

من فوائد تطبيق الواقع الافتراضي يتمثل في قدرته على خلق تجارب افتراضية قد يقبلها السياح كبديل عن الزيارة الحقيقية الى المواقع المحفوفة بالمخاطر. وتعد الطريقة الأكثر ذكاءً وفعالية من حيث تكلفة الترويج بصرياً للمواقع السياحية، وهي بمثابة أداة ووسيلة مفيدة جداً للحصول على الإرشادات وتجربة مكان معين قبل اتخاذ قرار زيارته. اذ يعد الواقع الافتراضي كبديل عن زيارة المواقع الحقيقية الحساسة أو المهددة وذلك من أجل حماية المناطق التاريخية والأعمال الفنية والحرفية والمعمارية ذات البعد التراثي والمحافظة عليها لما يوفره من قدرة كبيرة على محاكاة بيئات تبدو واقعية لمستعملها وكأنه تفاعل مع بيئة واقعية مماثلة بروية العين وفي متناول اليد.

ان تطبيق تقنيات السياحة الافتراضية يحقق مجموعة من الفوائد الاقتصادية الملموسة المباشرة وغير المباشرة والتي يمكن اجمالها بالنقاط التالية⁽¹⁰⁾ .
الفوائد الاقتصادية الملموسة مباشرة :
• الإعلانات التجارية.

• تسويق عروض المؤسسات السياحية.
الفوائد الاقتصادية الملموسة غير المباشرة وهي:
• تشجيع الزيارات للسياح الداخليين والأجانب وبالتالي زيادة الحركة السياحية
• التوعية بأهمية الآثار والمتاحف والتعريف بها من خلال أوعية النشر المختلفة، فعاليات العرض،
بهدف جذب القطاعين العام والخاص والفئات السياحية المستهدفة نحو الاهتمام بالآثار والمتاحف،
• الحصول على دعم المسؤولين ومتخذي القرار، ومختلف أفراد المجتمع.

المبحث الثاني الدافعية وسلوك السائح

أولاً : مفهوم الدافعية

يعد السلوك الانساني بشكل عام سلوكا قصديا وموجها وليس عشوانيا وهذا ينطبق ايضا على السلوك الاجتماعي فلكل سلوك اجتماعي او غير اجتماعي دوافع واسباب تكمن في داخل الفرد من مصادر ذاتية او بفعل عوامل من البيئة المحيطة لغايات تحريك السلوك وتوجيهه ضمن مسار محدد او اشباع حاجات معينة ، لذلك تعرف الدافعية بأنها مجموعة الظروف الداخلية و الخارجية التي تحرك السلوك وتوجهه نحو تحقيق هدف او حاجة معينة وابقاء الفرد في حالة من التوازن والامن النفسي والاجتماعي⁽¹¹⁾ .
او تعرف الدافعية بانها القوة المحركة للسلوك وبها يحافظ الكائن الحي على استمرارية حياته وبقاء نوعه ويعرف الدافع على انه حالة استثارة وتوتر داخلي تثير السلوك وتدفعه الى تحقيق هدف معين⁽¹²⁾ ، كما يمثل الدافع استعداد فطري يستثير سلوك الكائن الحي فينشطه ويوجهه فيحركه نحو تحقيق هدف من الاهداف⁽¹³⁾ .

ويمكن النظر الى الدافعية باعتبارها طاقة كامنة لا بد من وجودها لانها قوة محركة للسلوك الاجتماعي وتطويرة وتنمية التفاعل الاجتماعي بين الناس ، وعندما تنطلق هذه الطاقة فأنها تؤدي الى رفع مستوى السلوك وتحسنه وتساعد في اكتساب معارف ومهارات جديدة ومعقدة والى استخدام طرق فعالة في معالجة المعلومات التي يحصل عليها الفرد اثناء التفاعل الاجتماعي .

ثانياً : العوامل المؤثرة في سلوك السائح

وبصورة عامة تنقسم العوامل المؤثرة في سلوك السائح الى نوعين رئيسيين هما⁽¹⁴⁾ :

1. العوامل الداخلية: المؤثرات الشخصية.
2. العوامل الخارجية: المؤثرات الاجتماعية.

1- المؤثرات الشخصية:

وأهم عواملها المؤثرة في سلوك السائح الآتي:-

أولاً: الدوافع :

وهي الدوافع التي تحرك المستهلكين السياحيين وتدفعهم إلى تفضيل دولة من دون أخرى أو موقع جذب دون غيره، كما تنقسم الدوافع إلى الآتي⁽¹⁵⁾:-

1- دوافع عاطفية :

وهي الدوافع التي تؤثر في نفسية السائح وتجعله يشعر بالسرور والامتنان عند قيامه برحلة سياحية مثل:

(10) د. عدنان بن عبد الله الجابر، مصدر سابق ص 4 .

(11) أ.د. عدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي، دار اثناء للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2009، ص 125

(12) د. ثامر احمد غباري، الدافعية – النظرية والتطبيق، دار المسيرة، ط1، الاردن، 2008، ص 16

(13) د. جنان سعيد الرحو، اساسيات في علم النفس، دار العربية للعلوم، ط1، لبنان، 2005، ص 42

(14) محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر الجديد، القاهرة، مصر، 2003، ص 25

(15) Stephen J. Page , Tourism Management – Managing for Change , Butterworth Heinemann , Italy ,2003, P53 .

- ✓ التفاخر بالسفر وزيارة عدد كبير من الدول.
- ✓ الشعور بالامتنان والفخر على باقي أفراد المجموعة.
- ✓ الاستمتاع بوقت الفراغ المتاح له.
- ✓ ممارسة هواية مفضلة لديه.
- ✓ إشباع الرغبة لديه في السرور والتسلية.

2- الدوافع الرشيدة :

- ارتبطت هذه الدوافع بأسباب موضوعية للقيام بالرحلة السياحية مثل:-
- ✓ قرب الدولة التي يرغب في زيارتها.
- ✓ ارتفاع مستوى الخدمات السياحية المقدمة بها.
- ✓ انخفاض الأسعار بصورة عامة في الدولة المستقبلة للسائحين.
- ✓ تمتع الدولة بمقومات سياحية عديدة غير موجودة في دول أخرى كثيرة.
- أن نجاح التسويق السياحي يعتمد على قدرة المنتج السياحي أو السلعة السياحية في إشباع حاجات ورغبات السائحين المرتقبين .

3- دوافع التعامل:

ويقصد بها عندما يقرر السائح شراء رحلة معينة واختيار موقع جذب معين يبني هذا الاختيار على خصائص متوفرة لديه مثل الشهرة المكانية أو خدمات ذات جودة أو أسعار مناسبة أو قرب الموقع أو الاسم التجاري الخ. كما تعتبر دوافع التعامل اتجاه سلوكي هام عند دراسته وأجراء البحوث التسويقية اللازمة لسلوك السائح.

ثانياً: الإدراك :

يعرف الإدراك بأنه عملية تأويل الاحساسات تاويلاً يزودنا بمعلومات عما في عالمنا الخارجي من أشياء أو هو العملية التي تتم بها معرفتنا لما حولنا من أشياء عن طريق الحواس (16).

ويمثل الإدراك من وجهة النظر التسويقية العصب الرئيسي الذي يقوم على الاختيار المبني على إلمام السائح بكل جوانب المرتبطة بالسلعة السياحية التي يرغبها مثل الأماكن التي يود زيارتها والأسعار ومستوى الخدمات المقدمة وجودتها والمقومات السياحية الموجودة وما إلى ذلك من تفاصيل تحصل عليها والتي تحتوي على إجابات كثيرة لما يدور في ذهنه من استفسارات وأسئلة.

ثالثاً: الشخصية:

يلعب الاهتمام بالعمر والأصول الاجتماعية و نمط الحياة الشخصية دوراً هاماً في التأثير في السياح ودفعهم إلى اتخاذ سلوك معين الذي يعكس فهم لعادات وطباع ونفسية السائحين تجعل مهمة التسويق لدى رجال التسويق السياحي مهمة سهلة إلى حد كبير .

2. المؤثرات الاجتماعية :

ولها أهمية كبيرة في توجيه سلوك المستهلك السياحي والتأثير فيه وأهمها :

أولاً : الثقافة :

وهي طريقة واسلوب المعيشة التي تتبع في أي مجتمع لمواجهة حاجاته الأساسية للحياة وحفظ حقه وتنظيم علاقاته الاجتماعية ، وهي تشمل على كل ما يدعه الإنسان وأوجده في بيئته التي يعيش فيها وتقبله أفراد المجتمع واتفقوا على اتباعه أثناء حياتهم ومعاملاتهم . وتقسم الثقافة إلى قسمين رئيسيين الثقافة المادية وهي كل الأشياء المادية التي أوجدها الإنسان ويستخدمها في حياته مثل الأدوات والآلات والأجهزة المختلفة والمساكن والملبس و القسم الثاني الثقافة المعنوية وهي تشمل كل الانتاج الفكري والاديان والعقائد والعادات و التقاليد والتنظيم الاجتماعي والقيم الاجتماعية السائدة (17).

إذاً الاختلاف في الثقافات يعكس الاختلاف في أنماط السلوك السياح من مكان إلى مكان آخر، وداخل المكان الواحد، وعلى رجل التسويق الماهر تقسيم السوق السياحي إلى قطاعات لتخطيط الإستراتيجية التسويقية وفق التغيرات الثقافية للسياح .

ثانياً : الطبقة الاجتماعية (المستوى الاجتماعي):-

كل مجتمع ينقسم إلى فئات أو طبقات اجتماعية مختلفة لكل منها قوتها ووضعها الأدبي والمعنوي فهناك الطبقة الغنية والمتوسطة والفقيرة التي تؤثر كل طبقة في أفرادها من حيث المستوى المعيشي والمادي

(16) د. جنان سعيد الرحو ، مصدر سابق ص 119 .

(17) د. احمد كمال احمد ، قراءات في علم الاجتماع ، مكتبة الخانجي ، مصر ، 1977 ، ص 13 .

فالسائح الغني ليس كالسائح المتوسط والفقير من الرغبة والحاجة في السفر والاختيار من حيث التفضيلات والإمكانات (الدخل).

ثالثاً : دورة حياة الأسرة:

تؤدي الأسرة اثراً كبيراً في التأثير على أفرادها بما يدفعهم للالتزام بالمعايير التي تسهم لحد كبير في التنشئة الاجتماعية لصغارها وعدم تطرف الكبار فيها عن حدودها ، وان الأسرة تمارس نفوذاً كبيراً على أفرادها وضبطاً اجتماعياً له أهميته في تنشئتهم التنشئة الاجتماعية التي ترتضيها لهم لأن سلوك الأسرة العام ينعكس على سلوك أفرادها (18).

وهذا التأثير لا يمكن تجاهله فقد يؤثر فرد من أفراد الأسرة في القرار الشرائي السياحي من خلال تجربته السابقة أو تأثيرات وأفكار معلنة أو معلومات مستمدة من أصدقاء أو أية تأثيرات أخرى.

رابعاً : الجماعات المرجعية:

ترتبط الجماعة ارتباط وثيق بالفرد الذي يعيش معها كالأسرة والمجتمع وصدقات الطفولة وزملاء الدراسة... الخ ، فتصبح هذه الجماعة عاملاً مؤثراً في سلوك الفرد السياحي وتؤثر فيه تأثيراً قوياً وفعال لان السلعة السياحية ترتبط بعوامل شخصية وغريزية ناتجة من الرغبة في التنقل والترحال ومشاهدة المعالم السياحية من خلال تكوين إدراك وصورة ذهنية مما قدموه له من شرح عند قيامهم برحلة سياحية سابقة وبالتالي يتولد عنده الرضاء والولاء من عدمه أثناء مرحلة التقييم.

خامساً : الديانة والمعتقدات:

وهي ارتباط الديانة والمعتقدات بالأنماط السياحية من خلال دراسة جوانب الدين والعقائد لدى الأفراد السياحيين بهدف تهيئة العرض السياحي لها وفق نوعية السياح ومتطلباتهم .

ثالثاً : دوافع السياحة الدينية

السياحة الدينية هي زيارة بعض الأماكن الدينية للتبرك، أو المقدسة للحج، أو لأداء واجباً دينياً، أو للتعرف على التراث الديني لدولة ما، بما يساعد على تنقية النفس والوجدان وتعظيم الصلة بالله عز وجل تعد السياحة الدينية اليوم من أكثر أنواع السياحة انتشاراً في العالم فمعظم البشر اليوم على اختلاف أديانهم ومعتقداتهم يقصدون المزارات والمناطق المقدسة لديهم فملايين المسلمين مثلاً سنوياً يتوجهون إلى مكة المكرمة والمدينة المنورة والنجف وكربلاء ومشهد من أجل القيام بشعائر دينية معينة في كل عام، ويدخل في هذه السياحة، سياحة الدعوة والتبليغ، التي يقوم بها الدعاة والخطباء (19).

وتصنف السياحة الدينية بأنها من الأنماط السياحية قصيرة الأمد أي أن المراسيم الدينية من الممكن ان تؤدي في وقت قصير نسبياً مقارنة بالأنماط السياحية الأخرى، كالسياحة العلاجية أو سياحة الاصطياف التي قد تطول الى شهر أو أكثر (20). وهي سياحة مستدامة لعدم وجود بديل، إذ غالباً ما يتم اختيار الموقع الديني من دون تفكير مسبق بحجم المنفعة التي سوف يحصل عليها الفرد بسبب عدم وجود البديل للمقارنة مما يعني احتكار هذا الموقع للمنتجات أو الخدمات، ومن ثم اضطرار المستهلك الى المشاركة مهما كانت نوعية تلك الخدمات ومستوى أسعارها (21).

وبصورة عامة فان دوافع السائح في السياحة الدينية تختلف عن دوافع السواح في انواع السياحة الاخرى التي قد تقوم على اساس الحاجة الى الترفيه وقضاء وقت الفراغ او الفضول و الاستطلاع و التعلم ، في حين ان دوافع الفرد في السياحة الدينية تنشأ من حاجات روحية تتعلق بالعقيدة والايامن والتبرك وطاعة الله والتقرب اليه . ان المعتقدات الدينية لدى البشر لها الأثر الواضح على أفعال وأقوال الأفراد جميعهم فكما إن الإنسان يكون داعية للفكر الذي يحمله بلسانه ويعد ذلك جزءاً من الوفاء لمعتقداته فان الممارسات الدينية لها أهمية كبيرة لدى نفوس المعتقدين بها . وعليه فان الاعتقادات الدينية هي التي تدفع بالكثير من الأفراد لمغادرة مناطقهم أو بلدانهم إلى الأماكن الدينية ، وما هي إلا تعبير عن احترام حقيقي للمعتقد من خلال ممارسة هذه الطقوس في هذه الأماكن وما يمثلته الحج عند المسلمين من ممارسات تختلف عن بقية الأديان

(18) سعد الدين إبراهيم ، الأسرة والمجتمع والابداع في الوطن العربي ، الطبعة الاولى ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1985، ص168-169.

(19) السيد محمد الصاخن ، فقه السياحة والسفر ، ط 1، النجف ، 2009 ، ص 12

(20) مشروع دراسة تطوير السياحة الدينية في العراق (بغداد-النجف-كربلاء -صلاح الدين) مكتب الاستشارات الإدارية والاقتصادية والإحصائية والسياحية والمحاسبية في كلية الادارة والاقتصاد -الجامعة المستنصرية ، المجلد الثالث 1993 ص 453.

(21) علاء كريم مطلق ، مقومات الجذب السياحي الديني لمدينة سامراء ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، 2004 ، ص14.

الأخرى إنما يشكل الصورة الأجمل لممارسة السياحة الدينية، وتليها زيارة مرافد الأنبياء عليهم السلام . ولا يكاد أي دين من الأديان يخلو من الممارسات التعبدية الجماعية التي تحدث في وقت محدد من العام لذلك فإن تقنيات السياحة الافتراضية التي تهتم بإيجاد جولات افتراضية في المواقع الدينية لاتنصب أهدافها على التعريف بالمكان ومقوماته فقط بل محاولة خلق الشعور لدى المشاهد بقسوة المكان والاحساس بالرهبة والخشوع عند مشاهدته هذه الاماكن .

المبحث الثالث

مرقد الصحابي سلمان المحمدي

أولاً : نبذة عن صاحب المرقد

اسمه روزبه ثم سماه رسول الله محمد (ص) بعد اسلامه سلمان ، ويسميه اهل العراق (سلمان باك) وهو لفظ اعجمي معناه (سلمان الطاهر) ، كان واليا على المدائن وتوفي في 8 صفر سنة 34 هجرية ودفن فيها⁽²²⁾ . لم يكن سلمان رجلاً سطحياً ولا شخصاً بسيطاً ساذجاً بل كان حبراً عالماً وعاقلاً مفكراً وقد درس الاسفار السماوية وكتب الوحي النازلة على الانبياء، ودارس الاحبار و القسس المضلّعين بالعلوم في المملكة الرومانية واقامته بالمدينة حيث كانت مجتمع الاحبار من يهود قريضة والنظير وقينقاع الذين توطنوا المدينة وثووا في يثرب انتظاراً لبعثة النبي المبعوث من حرم مكة تختم به النبوة وذاكرهم في شتى المواضيع حيث كانوا لا يكتفون حديثاً من اصول النبوة المحمدية وفروعها ومجرى الحوادث قبل بعثته . ثم قرأ القرآن واخذ علم معانيه وعرف اسرارهِ ورموزه مشافهة ممن نزل عليه⁽²³⁾ .

سلمان رضي الله عنه اول الاركان الأربعة والمخصوص بشرافة (سلمان منا أهل البيت) والمنخرط في سلك بيت النبوة والعصمة، وقال رسول الله صلى الله عليه وآله في فضله: «سلمان بحر لا ينزف، وكثر لا ينفذ، سلمان منا أهل البيت سلسل يمنح الحكمة ويوتي البرهان» وجعل أمير المؤمنين عليه السلام مثله مثل لقمان بل جعله الصادق عليه السلام أفضل من لقمان وقال الباقر عليه السلام «كان سلمان من المتوسمين» يستفاد من الروايات أنه علم الإسم الأعظم وإنه من المحدثين بالفتح، وإن الإيمان عشر درجات وهو في العاشرة وكان عالماً بالغيب والمنايا، وتناول في الدنيا من تحف الجنة، وكانت الجنة تحبه وتشاق إليه وأن الله ورسوله يحبانه وأن الله أمر رسوله صلى الله عليه وآله إن يحب أربعة أشخاص منهم سلمان وقد وردت آيات في مدحه ومدح أقرانه

لقد كان جبرئيل كلما ينزل على رسول الله صلى الله عليه وآله يبلغه سلام الله تعالى الى سلمان والله أمر بتعليمه علم المنايا والبلايا والأنساب وكان سلمان يخلو مع رسول الله صلى الله عليه وآله في أكثر الليالي وعلمه رسول الله وأمير المؤمنين (صلوات الله عليهما) من مخزون العلم ومكونه ما لا يقدر أحد على حمله إلا هو وبلغ مرتبة حتى قال الصادق عليه السلام فيه: «أدرك سلمان الأول والعلم الآخر وهو بحر لا ينزح وهو منا أهل البيت»⁽²⁴⁾ .

وحسب الزائر ترغيباً في زيارته التأمل في اختصاص سلمان وانفراده بين الصحابة والامة بمنقبة عظيمة هي أن أمير المؤمنين (عليه السلام) طوى المسافة بين المدينة والمدائن في ليلة واحدة فحضر جنازته وياشر بنفسه غسله وتكفينه ثم صلى عليه بصفوف من الملائكة فعاد إلى المدينة في ليلته. فبإله من الشرف الرفيع ولا آل الرسول وحبيهم حيث يبلغ به المرء مثل هذه الدرجة الرفيعة والمرتبة السامية.

ويستقبل المرقد الزوار والمحبين من مختلف الجنسيات (الإيرانية و البحرينية والباكستانية وغيرهم) ولا سيما في ذكرى وفاته وكذلك لأحياء الشعائر الحسينية يوم العاشر من محرم وبمناسبة المولد النبوي الشريف وإيام الجمع لأقامة صلاة الجمعة .

ثانياً : وصف المرقد

يقع المرقد في مدينة المدائن على بعد 25 ميل جنوب بغداد وسط جامع ضخم يقصده البغداديين ربيع كل سنة للزيارة و الاصطياف⁽²⁵⁾ .

يتألف مبنى جامع ومرقد سلمان المحمدي من ثلاث أبنية أحدها هو البناء الرئيس الذي يضم رفات سلمان المحمدي (رض)، أما الثاني فيضم رفات الصحابي حذيفة بن اليمان (رض)، ويقابله مبنى رفات جابر بن عبد الله الأنصاري (رض) وظاهر بن الإمام محمد باقر (ع)، وهو ملاصق لمبنى ضريح سلمان المحمدي. والجامع واسع كبير وملاصق لمبنى ضريح سلمان المحمدي من الجهة الثانية.

(22) ولید عبد الامیر علوان ، موسوعة السياحة والآثار العراقية ، مصر مرتضى للكتاب العراقي ، العراق ، 2013 ، ص56.

(23) عبد الواحد مظفر ، سلمان المحمدي - ابو عبد الله الفارسي ، ط 2 ، منشورات مشهد الامام ، النجف الاشرف ، 2011 ، ص 158.

(24) www.alshirazi.net, monasabat, monasabat,153.htm.

(25) عبد الواحد مظفر ، مصدر سابق ص 96.



وتعلو هذه المباني قباب أربع هي على التوالي: قبة فوق الجامع وقبة فوق قبر سلمان المحمدي وقبة قبر حذيفة بن اليمان وقبة فوق قبري جابر بن عبد الله الأنصاري وطاهر بن الإمام محمد الباقر. وكسيت القباب من الخارج بزخارف هندسية بسيطة، وعلى جوانبها ترتفع منذنتان أسطوانيتان تجلسان على قاعدتين مربعتين شيّدتا من الطابوق (الآجر) والجص، وزينتتا بالبلاط المزجج (القاشاني) الرائع (26). بعد اجتياز الصحن الواسع تكون قبالة باب صغير مكتوب في أعلاه قول الرسول الأكرم (ص) "سلمان منا أهل البيت".

عند اجتياز هذا الباب، هناك رواق مساحته بحدود ستين مترا مربعا، توجد فيه مكتبة صغيرة لحفظ القرآنين، مع لوحة مكتوب بها الدعاء الخاص بالزيارة، وأن هذا الرواق قد تم تجديده حديثا، حيث تم تزيين سقفه بالعديد من النقوش الإسلامية الجميلة. في منتصف الرواق، هناك باب صغيرة تؤدي مباشرة إلى المرقد (27).



يقع المرقد وسط حرم صغير، يحتوي على شباك صغير يطل على الرواق، ويوجد داخله باب حديدي صغير يؤدي إلى مرقد الصحابة حذيفة بن اليمان وعبد الله بن جابر الأنصاري، والسيد الطاهر بن الإمام محمد الباقر (رضي الله عنهم أجمعين)، وهذا الحرم تزيينه النقوش الإسلامية البديعة. يوجد في أعلى المرقد صندوق أركانه من الخشب الصاج، يحتوي على مشبك من الفضة المطلية، وتوجد في أعلى أركانه الأربعة قناديل نحاسية كل واحدة منها تشغل ركنا من هذه الأركان (28).

(26) د. رؤوف الأنصاري، المدائن « طيسفون » مدينة الصحابي الجليل سلمان الفارسي، topics,articlewww.talkani.com

(27) وليد عبد الأمير علوان، مصدر سابق ص 57.

(28) www. almdaaein.ahlamontada.net



وبعد صدور قرار رقم 19 لسنة 2005 والذي تأسست بموجبه دائرة العتبات المقدسة والمزارات الشيعية الشريفة واصبح فيها هذا المرقد من ضمن المزارات التابعة للوقف الشيعي بدأ الاعمار ووضع التصميم المعمارية الحديثة لبناء المزار وكانت بداية هذه الحملة في عام 2009 وهي إعادة اعمار المزار من الأساس حيث تم استملاك الاراضي المحيطة بالمرقد وتوسيعه لتصبح مساحته الكلية 50000 متر مربع يشكل الصحن الخارجي حوالي 12000 متر مربع ، وتم هدم الأواوين القديمة وإعادة بنائها من جديد على طراز العتبات المقدسة في النجف وكربلاء والكاظمية ومشهد .



تصوير الباحثة بتاريخ 2015/2/9

واكتملت المرحلة الاولى من الاعمار وستبدأ المرحلة الثانية بعد الانتهاء من اعداد التصميم الحديث لمرقد سلمان المحمدي والصحابة المجاورين له إضافة الى مسجد الامام الحسن العسكري(ع) الذي هو بجوار ضريح سلمان المحمدي حيث ستكون المزارات والمسجد في روضة واحدة على طراز اسلامي حديث (29) .

(29) تصريح الامين العام لمرقد الصاحب سلمان المحمدي هادي الجبوري [www. ar.shafaqna.com](http://www.ar.shafaqna.com) .

المبحث الرابع

ناثير السياحة الافتراضية في زيارة المرقد

يعد الإعلام السياحي شكلاً من أشكال الإعلام المتخصص، الذي ظهر نتيجة للحاجة إلى المعلومات المتخصصة والجديدة وتنمية الجوانب المعرفية لدى الجمهور والمتخصصين فضلاً عن معلوماتهم السابقة فهو يهدف إلى تزويد الجمهور بالحقائق والمعلومات بما يحقق الوعي والإدراك وتكوينه... في مجال خاص وليس في مجال عام⁽³⁰⁾.

وتعد وسائل الإعلام من أهم وأخطر الوسائل التي تسهم في بناء الصورة الذهنية للدولة السياحية حيث يدفعنا ماتقدمه وسائل الإعلام عن الدول والشعوب والأنماط السلوكية والمعيشية لها وطريقة عرضها إلى تكوين صور ذهنية وتبني مواقف مسبقة عنها حتى قبل أن نمر بتجارب اتصالية مباشرة. ولذلك تبذل الدول المختلفة جهوداً ضخمة لتحسين صورتها في وسائل الإعلام الدولية سواء بطرق مباشرة أو غير مباشرة. وقد زاد من الاهتمام الدولي في هذا المجال ما وصلت إليه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من تطور مذهل في الربع الأخير من القرن العشرين حيث تلاشت الحدود والمسافات وأصبح العالم بمثابة حجرة معيشة صغيرة يؤثر كل جزء فيها ويتأثر بما يحدث في الأجزاء الأخرى.

ومن الأهداف التي يسعى الإعلام إلى تحقيقها جذب السائحين وإعداد وتهينة الإدراك والانتباه لدى السائحين ، وإيصال أدق التفاصيل عن البلدان ومواقعها الحضارية والآثارية والطبيعية والتراثية والمواقع والخدمات السياحية⁽³¹⁾.

وتفتح تكنولوجيا الانترنت اليوم افاقاً جديدة في الاتصال وتوزيع الخدمات ، فالكثير من المعلومات عن المستهلكين أصبح من السهل الحصول عليها من خلال شبكة الانترنت هذا النوع من الاتصال هو اتصال ذو اتجاهين ، وهذه الطريقة تعد وسيلة مهمة في التسويق فالكثير من مقدمي الخدمات يعلن عن خدماتهم على شبكة الانترنت العالمية لاختبار العملاء الحاليين والمتوقعين عن عروضهم ، وأصبح الانترنت من احد الاسباب الرئيسة للاستغناء عن دور الوسيط في بعض الخدمات .

حيث يوظف الانترنت كوسيط للبحث عن المعلومات وتخفيض المخاطرة المدركة ، والعملاء انفسهم يستطيعون تحديد نوعية المعلومات التي يحتاجونها ويستخدمونها في عملية اتخاذ قراراتهم الشرائية⁽³²⁾. أن الطبيعة التجريبية لتطبيق السياحة الافتراضية تجعله أداة مثلى لتقديم بيانات غنية للسياح المحتملين الذين يبحثون عن معلومات تتعلق بالوجهة السياحية. يمكن للسائح اتخاذ قرارات أفضل وسيكون لديه تطلعات أكثر واقعية، ونتيجة لذلك، سيقضي السائح إجازة مرضية أكثر⁽³³⁾. وبالتالي فإن السياحة الافتراضية باعتبارها وسيلة ترويجية للسياحة الدينية يمكن ان تساعد في حل مجموعة مشاكل منها :-

- عدم معرفة أغلب شرائح المجتمع بالإمكانيات والفرص التي توفرها السياحة الداخلية.
 - عدم توفر العروض الجذابة لبعض مواقع السياحة الداخلية، وعدم توافر قنوات التوزيع السياحي أو تطويرها.
 - وجود بعض المخاوف المتعلقة بعدم توفر خدمات في هذه المواقع أو صعوبة الوصول إليها .
- ولغرض معرفة تأثير السياحة الافتراضية على زوار مرقد الصحابي سلمان المحمدي تم إجراء استطلاع للرأي أجري في مرقد الصحابي سلمان المحمدي بتاريخ 2015/2/9 شمل 50 زائراً من زوار المرقد موزعين حسب الجدول التالي :

الجنس / العمر	29-20	39-30	49-40	50 فأكثر	المجموع
ذكر	6	8	6	6	26
أنثى	5	9	5	5	24

وكان 52% من الزوار هم من سكنة قضاء المدائن أغلبهم من النساء و 48% هم من خارج قضاء المدائن .

وكانت اغلب الاجابات عن سبب الزيارة كما يلي :-
(66 %) التبرك بصاحب المرقد .

(30) السيد أحمد مصطفى ، الإعلام المتخصص، بنغازي، ليبيا ، 1997، ص 39 .
(31) خلود وليد العكيلي / استخدام الترويج السياحي عبر شبكات الانترنت- دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل وبغداد والنجف / مجلة كلية الادارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية / العدد 87 / 2011 / ص 125.
(32) أ.د. هاني حامد الضمور / تسويق الخدمات / دار وائل / ط4 / 2008 / ص 321.
(33) د. عدنان بن عبد الله الجابر / مصدر سابق ص 4.

(30%) هو لغرض الصلاة باعتبار المرقد احد بيوت الله .

(4%) كانت لاغراض التعرف و الاستمتاع بالمكان.

لقد كان الهدف من هذا الاستطلاع للاجابة عن السؤال التالي:

1- هل ان مشاهدة برنامج واقعي او افتراضي عن المرقد وكرامة صاحبه تزيد في رغبتك لزيارته
نعم
لا

وبعد تعريف المشمولين بالاستطلاع بالسياحة الافتراضية وماهي امكاناتها خاصة وهي نمط سياحي غير شائع حاليا في العراق ، وماهو المقصود بهذا السؤال كانت جميع الاجابات عن هذا السؤال (نعم) .

ان تفسير اغلب الزوار لاسباب هذه الاجابة كانت ان مكانة هذا الصحابي لدى اهل البيت عليهم السلام وحكمته وكراماته والبركة التي يحصلون عليها من خلال زيارة هذا المرقد لايمكن الاحساس بها والحصول عليها من خلال برنامج تلفزيوني لكنه قد يكون وسيلة للتعرف على المرقد وحافز لتكرار زيارته ولا سيما اذا كان البرنامج يعرض جوانب قد تكون غائبة عن نظر الزائر مثل جمالية النقوش و طراز البناء وتاريخه ، ان اغلب الزائرين قد لايهتم بملاحظة هذه الامور لانشغاله بالصلاة او الدعاء . لقد كانت مقولة (المميز السلمان عمره خسارة) ماثلة في اذهان جميع من شملهم هذا الاستطلاع .

المبحث الخامس الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات

1. السياحة الافتراضية هي نمط من السياحة تعتمد على الحاسب الالكتروني وشبكات الانترنت والتقنيات الحديثة .
2. تتميز السياحة الالكترونية بكونها توفر مستلزمات الرحلة السياحية من حجز تذكار السفر وحجز الفنادق وغيرها ، اما السياحة الافتراضية فانها تمثل الرحلة نفسها بحيث يصبح الترويج جزء منها .
3. ان خلف كل سلوك دافع فنحن لا نقوم بشيء الا اذا كان هناك شيء يحركنا للفعل ونتوقع ان نحصل من خلال هذا السلوك على نتيجة بما يعني ان كل سلوك يخدم على الاقل وظيفه وان عدة سلوكيات تخدم عدة وظائف .
4. السياحة الافتراضية تعد احدى وسائل الترويج عن المواقع السياحية التراثية والتاريخية ويمكن توظيفها للتعريف للمواقع الدينية لكن لم يتم استغلالها بالشكل المطلوب في العراق.
5. الاستقرار الامني في قضاء المدائن ساعد على عودة الحياة الطبيعية الى القضاء وازدياد عدد الزوار الى مرقد الصحابي سلمان المحمدي .

التوصيات

1. ضرورة المحافظة على الاماكن السياحية الدينية كمرقد سلمان المحمدي، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
2. الحاجة الى احداث نهضة سياحية بشكلها التقليدي وثورة علمية وعملية بشكلها الالكتروني والافتراضي
3. ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لتأهيل العاملين في القطاع السياحي تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتنوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الافتراضية بها، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.
4. المواءمة بين رغبات ونشاطات السياح من جهة وتنمية الموارد البيئية والاجتماعية والاقتصادية من جهة أخرى وإيجاد مواقع سياحية على شبكة الانترنت لتزويد السياح بالمعلومات الضرورية .
5. استخدام تقنيات الواقع الافتراضي كوسيلة لزيادة التشويق، وإعطاء معلومات إضافية لتعزيز زيارة الموقع السياحي بما يساهم في زيادة الطلب السياحي .
6. تكثيف نشاط دائرة المزارات الشيعية للتعريف بجميع المراكز والمرافد والمزارات التابعة لها من خلال برامج وفعاليات مختلفة
7. الاستفادة من انتشار شبكات الانترنت والاجهزة الذكية في التوسع في استخدام امكانيات السياحة الافتراضية للتعريف بالمواقع السياحية الدينية ولمختلف الطوائف والاديان لزيادة الوعي ولا سيما بالنسبة للأطفال واليافعين .
8. ضرورة ايجاد التنسيق والتعاون بين الاجهزة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية العاملة في النشاط السياحي.

المصادر

الكتب العربية

1. د. احمد كمال احمد ، قراءات في علم الاجتماع ، مكتبة الخانجي ، مصر ، 1977 .
2. السيد أحمد مصطفى ، الإعلام المتخصص ، بنغازي، ليبيا ، 1997.
3. د. ثامر احمد غباري ، الدافعية – النظرية والتطبيق ، دار المسيرة ، ط1، الاردن ، 2008.
4. د. جنان سعيد الرحو ، اساسيات في علم النفس ، الدار العربية للعلوم ، ط1، لبنان ، 2005.
5. ستيفن بيج ، ادارة السياحة – ادارة من شأنها ان تحدث فرقا ، ترجمة د. خالد العامري ، دار الفاروق ، مصر ، 2008.
6. سعد الدين ابراهيم ، الأسرة والمجتمع والابداع في الوطن العربي ، الطبعة الاولى ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1985.
7. عبد الواحد مظفر ، سلمان المحمدي – ابو عبد الله الفارسي ، ط 2 ، منشورات مشهد الامام ، النجف الاشرف ، 2011.
8. أ.د. عدنان يوسف العتوم ، علم النفس الاجتماعي ، دار اثراء للنشر والتوزيع ، ط1، الاردن ، 2009.
9. السيد محمد الصاخن ، فقه السياحة والسفر ، ط ، النجف ، 2009.
10. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر الجديد، القاهرة، مصر، 2003.
11. أ.د. هاني حامد الضمور ، تسويق الخدمات ، دار وائل ، ط4، 2008.
12. وليد عبد الامير علوان ، موسوعة السياحة والآثار العراقية ، مصر مرتضى للكتاب العراقي ، العراق ، 2013 .

الكتب الاجنبية

1. CHUCK Y. GEE/ INTERNATIONAL TOURISM: A GLOBAL PERSPECTIVE / Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain/1997
2. Gutierrez, M., Vexo, F., & Thalmann, D /Stepping into virtual reality / Springer. /London/2008
3. Stephen J. Page / Tourism Management – Managing for Change / Butterworth Heinemann / Italy /2003

البحوث

1. خلود ولید العکيلي / استخدام الترويج السياحي عبر شبكات الانترنت- دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل وبغداد والنجف / مجلة كلية الادارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية / العدد 87 / 2011
2. د. عدنان بن عبد الله الجابر / استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي ونظم المعلومات الجغرافية في المجال السياحي / مركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس) الهيئة العامة للسياحة والآثار/ المملكة العربية السعودية / 2009
3. مشروع دراسة تطوير السياحة الدينية في العراق (بغداد-النجف-كربلاء -صالح الدين) مكتب الاستشارات الإدارية والاقتصادية والإحصائية والسياحية والمحاسبية في كلية الادارة والاقتصاد -الجامعة المستنصرية /المجلد الثالث 1993

الاراسائل والاطاريح

1. رافدة مجبل عبد الله / تجارة الخدمات السياحية الكترونيا في البلدان النامية مع التركيز على الصين والهند – دراسة احصائية مقارنة / رسالة ماجستير مقدمة الى الجامعة المستنصرية / كلية الادارة والاقتصاد / 2011.
2. علاء كريم مطلق / مقومات الجذب السياحي الديني لمدينة سامراء ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، 2004.

الدوريات

1. Julia F. Carpenter & others / Virtual Tourism / Conservation Magazine- University of Washington / Winter 2002 (Vol.3, No.1)

مواقع الانترنت

1. www.almdaaein.ahlamontada.net .
2. www.my securecyberspace.com /articles.
3. Virtual Tours of Dudley Castle archive.
4. www.alshirazi.net/monasabat/monasabat/153.htm.
5. د. رؤوف الانصاري / المدائن «طيسفون» مدينة الصحابي الجليل سلمان الفارسي / www.talkani.com/topics/article

الملاحق

الجامعة المستنصرية
كلية السياحة وادارة الفنادق

استطلاع الرأي

لغرض انجاز متطلبات بحثنا الموسوم السياحة الافتراضية وتأثيرها على دافعية زيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي ارجو التفضل بالاجابة عن اسئلة هذا الاستطلاع .
شاكرين لكم مساعدتكم مع فائق التقدير

الباحثة

ملاحظة : ضع اشارة (X) امام الاجابة

- | | | | | | |
|----------|---------|---------------------|--------------------------|---|--------------------|
| ❖ الجنس | ❖ العمر | ❖ محل السكن | ❖ هل سبق لك زيارة المرقد | ❖ اذا كانت الاجابة نعم فما عدد مرات الزيارة | ❖ سبب زيارة المرقد |
| ❖ ذكر | 29-20 | ❖ في قضاء المدائن | ❖ نعم | ❖ نعم | ❖ سبب زيارة المرقد |
| ❖ انثى | 39-30 | ❖ خارج قضاء المدائن | ❖ لا | ❖ لا | ❖ سبب زيارة المرقد |
| 50 فاكثر | 49-40 | ❖ لا | ❖ لا | ❖ لا | ❖ سبب زيارة المرقد |
- الاستمتاع وقضاء وقت الفراغ
 - التبرك بصاحب المرقد
 - اداء الصلاة باعتبار المكان احد بيوت الله
 - التعرف على شكل البناء وتصميمه
 - ❖ هل تعتقد ان مشاهدة برنامج تلفزيوني عن هذا المرقد ومكانة صاحبه تغني عن تحمل مشقة زيارته
 - ❖ مشاهدة برنامج واقعي او افتراضي عن المرقد وكرامة صاحبه تزيد في رغبتك لزيارته