

الواقع الافتراضي ودوره فى تنشيط السياحة الترويحية

د / سمر أحمد التيجانى

مدرس بقسم الترويج الرياضى بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا

المقدمة :

أصبحت التقنية التكنولوجية واقعا يفرض نفسه ولا يمكن تجاهله فى عالمنا اليوم ، ودخلت فى جميع مجالات الحياة بشكل يزداد عمقا مع تطورها وانتشارها ، ولقد شهدت السنوات الأخيرة ثورة معرفية وتقنية هائلة خاصة مع زيادة استخدام الإنترنت الذى جعل من العالم قرية واحدة بإزالة الحدود المكانية والزمانية ، هذا بالإضافة إلى التطور التكنولوجى السريع الذى ساهم فى إرساء معالم الواقع الافتراضى Virtual world الذى يكون قوامه الخيال والتواجد فى بيئة ثلاثية الأبعاد تحاكي العالم الحقيقى .

إن الحكومات والمؤسسات المختلفة والشركات التى تهتم بالأفراد وتلبية احتياجاتهم للأوقات الفراغ وتشجيعهم على منحهم تسهيلات وتخفيضات متعددة للسفر وشغل أوقات الفراغ بالإضافة إلى منح العطلات والاجازات للعمال مدفوعة الاجر يعمل ذلك على تنشيط الحركة الترويحية والسياحة خصوصا خصوصا" إذا ما ارتبطت هذه العطلات بكافة التسهيلات الممكنة ، فكل هذا يدفع باقتصاج الدولة لأوقات الفراغ إلى الأمام والتقدم ويزيد وزنها الاقتصادى والسياسى ومن محصلة دخلها القومى (١٢ : ١٣٢).

ويذكر " عبد الحميد بسيونى " (٢٠٢٠) أنه فى ظل الإتساع فى استخدام التقنيات التفاعلية للواقع الافتراضى ، ظهرت السياحة الافتراضية ، حيث يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضى ، فنسبة كبيرة من السياح يقومون بجولات افتراضية قبل إتخاذ قرار السفر . ومن أبرز تطبيقات العالم الافتراضى الحياة الثانية Second life والواقع الافتراض Virtual reality وغيرها من التطبيقات (٤ : ١٤٥) .

وتعتبر السياحة الترويحية الافتراضية من بين التقنيات التى بدأت فى الظهور بفضل استخدام تقنية الإنترنت مما يسمح للأفراد بالانتقال إلى أماكن أخرى فى العالم دون السفر إليها ، فهى تجربة سياحية فى بيئة إلكترونية كبديل للتجربة الفعلية أو الرحلة المادية ، فيسمح هذا النوع

من السياحة بالسفر إلى الأماكن عبر تقنيات جديدة ، خالية من القيود المعتادة على الوقت والمسافة والتكلفة (٢ : ٥٩) .

إشكالية الدراسة :

يواجه معظم الأفراد عقبات عديدة في التعرف على المعالم السياحية خاصة غير المشهورة ، كما أن كتيبات السفر وغيرها من الوسائل التقليدية توفر معلومات محدودة لا تساعد الأفراد في التعرف على المعالم السياحية بشكل وافى وشامل ، وبالرجوع إلى الظروف الصعبة التي مرت بها مصر وجميع دول العالم أثناء جائحة كورونا وتطبيق إجراءات العزل وحظر السفر نجد أن القطاع السياحي هو أكثر القطاعات تضررا من هذه الجائحة مما نتج عنه اللجوء للسياحة الافتراضية في العديد من دول العالم حيث تمكن الفرد من التجول والتنقل بين العديد من المناطق السياحية باستخدام أحدث التقنيات التكنولوجية وفي ضوء ما سبق تصاغ إشكالية الدراسة كما يلي : ما هو الدور الذي يلعبه الواقع الافتراضي في الترويج للسياحة الترويجية الافتراضية .

أهمية الدراسة :

يعد البحث في هذا الموضوع محاولة من الباحثة للفت الإنتباه إلى أهمية السياحة الترويجية الافتراضية ودورها في حل بعض المشكلات التي طرأت على القطاع السياحي ومنه السياحة الترويجية في ظل التغيرات العالمية الحادثة اليوم .

هدف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه الواقع الافتراضي للترويج للسياحة الترويجية وجذب السياح من خلال التأثير في قراراتهم بما يؤدي إلى تعزيز إنتشار السياحة الترويجية الافتراضية .

تساؤلات الدراسة :

إنطلاقا من السؤال الرئيسي تنبثق الأسئلة الفرعية الآتية :

- ما المقصود بالواقع الافتراضي وما هي أهم سماته ؟
- ما المقصود بالسياحة الافتراضية وما هي خصائصها ؟
- ما هي إسهامات الواقع الافتراضي في السياحة الترويجية ؟

منهج الدراسة :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي من خلال المسح المكتبي للوقوف على أدبيات الواقع الافتراضي والسياحة الترويجية وتحديد الدور الذي يلعبه الواقع الافتراضي في الترويج للسياحة الترويجية .

إجراءات الدراسة :

- قامت الباحثة بعمل مسح مكتبي للمراجع العلمية والدراسات السابقة التي تناولت الواقع الافتراضي والسياحة الافتراضية والسياحة الترويجية .

- قامت الباحثة بالبحث على شبكة المعلومات العنكبوتية للوقوف على أهم المواقع والتطبيقات التي توفر السياحة الافتراضية بإستخدام الواقع الافتراضي .

- أهم التطبيقات للواقع الافتراضي هي :

- <https://mpembed.com/show/?m=qhjxlpRw&mpu=497&fbclid.>

- Base.apk

- Around Egypt

الإطار النظري :

أولا : الواقع الافتراضي :

في ظل التطور التكنولوجي وإتساع إستخدام التقنيات التفاعلية للواقع الافتراضي ، ظهرت السياحة الافتراضية ، حيث يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي ، فنسبة كبيرة من السياح يقومون بجولات افتراضية قبل إتخاذ قرار السفر .

١- تعريف الواقع الافتراضي :

الواقع الافتراضي هو فرع من المنتجات الإلكترونية التي تشكل تجسيدا حاسوبيا ثلاثي الأبعاد مرتبط مع إمكانية تضمين مواضيع متنوعة يكون من الممكن التعامل معها بشكل تفاعلي في بيئة ثلاثية (١٣ : ٤٠٩) .

ويعرفه "محمد عطية" (٢٠١٣) بأنه بيئة ثلاثية الأبعاد تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر بطريقة تمكن الفرد من إستكشاف هذه البيئة والتفاعل معها (١٠ : ٢٨٠).

كما يعرف الواقع الافتراضى بأنه : " مجموعة الأجهزة وأنظمة البرامج التى تسعى إلى نقل الفرد إلى عالم وهمى والتواجد فى بيئة أخرى والتفاعل معها (٢٣ : ٤٥٢)

بينما يعرفه " الغريب زاهر " (٢٠٠٩) بأنه " تقنية تسمح للمستخدم بالدخول والتفاعل مع الصور التى تم إنشاؤها على جهاز الكمبيوتر من رسومات خاصة وصور فيديو مما يجعل الأماكن والأفعال تبدو حقيقية (١ : ٥٦) .

ويعرف الواقع الافتراضى بأنه " خلق بيئات ثلاثية الأبعاد بإستخدام الرسومات الحاسوبية وأجهزة المحاكاة (Simulation) بحيث تهيأ للفرد القدرة على إستشعارها بحواسه المختلفة والتفاعل معها وتغيير معطياتها فيحفز الإحساس بالاندماج فى تلك البيئة (٩ : ٢٣١) .

فالواقع الافتراضى فى الأساس هو مجموعة من التكنولوجيا وأجهزة الكمبيوتر تستخدم لخلق محاكاة غامرة لبيئة ثلاثية الأبعاد (٢٧ : ٤٥٣) .

من خلال ما سبق تعرف الباحثة الواقع الافتراضى بأنه " بيئة ثلاثية الأبعاد يتم إنشاؤها من خلال برامج متناسقة تقوم بإدخال المستخدم إلى عالم خيالى مصطنع يعتمد على عرض المشاهد بالبعد الثلاثى إضافة إلى الصوت والموسيقى والمؤثرات الثابتة والمتحركة التى تسمح للمستخدم بالتنقل والتفاعل داخل البيئة الافتراضية التى تدمج الخيال بالواقع .

٢- سمات الواقع الافتراضى :

يشير " خالد نوفل " (٢٠١٠) إلى أن الواقع الافتراضى يتسم بالخصائص التالية :

- يعتمد على الخيال .
- الإعتماد على الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات .
- يتم فى بيئة ثلاثية الأبعاد .
- المرونة : من حيث الإستخدام والزمان والمكان .
- وهمى : يخلق شعور وهمى لدى المستخدم كأنه فى العالم الحقيقى .
- المحاكاة : محاكاة الواقع المادى المقصود .
- التفاعل : يسمح الواقع الافتراضى بالتفاعل من خلال القنوات الحسية البصرية والسمعية واللمس والرائحة والذوق .
- الإنغماس .
- إصطناعى (٣ : ١٥٧) .

٣- أجهزة الواقع الافتراضى وأدوات التفاعل :

يتفق كل من : "طارق عامر" (٢٠١٥) و "خالد نوفل" (٢٠١٠) إن الواقع الافتراضى وجد ليدمج الواقع بالخيال وذلك من خلال أدوات وأجهزة تفاعلية تمكن الواقع الافتراضى من النجاح فى هدفه وفى الإتصال بالمستخدم والمشاهد لنقل التجربة الحية مباشرة ، وتقسم هذه الأجهزة والأدوات التفاعلية حسب التصنيف التالى :

أ- أجهزة التفاعل النشط وتشمل :

- **خوذة الرأس :** وهى التى تلبس على الرأس ومثبت بداخلها شاشات صغيرة ثنائية الأبعاد لعرض الصور وكذلك مزودة بسماعات ، وهى تشبه تشبه القناع وتعرض الصور والمناظر.
- **القفازات الإلكترونية :** عبارة عن قفازات يدوية غالبا ما تكون ذات هيكل متعدد الأضلاع ، متصلة بجهاز حساس يولد التفاعل المطلوب بين المستخدم والبيئة الافتراضية .
- **عصا التحكم :** وتعمل على التحكم فى الإتجاهات الحركية ويمكن برمجتها لتناسب حركة الجسد ، حيث تتحرك عناصر الواقع الافتراضى تبعا للإتجاه الذى يحرك فيه المستخدم تلك العصا ولها العديد من الأشكال.
- **الفأرة :** تستخدم الفأرة للتحرك فى أى إتجاه مباشرة داخل البيئة الافتراضية وتبعا لحركة يد المستخدم ، وهى من أبسط الأدوات التى يمكن إستخدامها فى التفاعل والإنغماس .
- **كرات القوة :** وهى عبارة عن كرة ثابتة غير متحركة تحتوى على أجهزة إستشعار فى وسط الكرة ، وتحمل ست درجات من التحكم وهى سهلة الإستخدام ويمكن ببساطة دفع الكرة فى الإتجاه الذى تريد التوجه إليه .
- **النظارات :** توفر نظارات الواقع الافتراضى تقنية ثلاثية الأبعاد ، وإعطاء رؤية مجسمة واضحة كما تمتاز الصور المرئية من خلالها بجودة عالية ، بالإضافة إلى قدرة النظارة على تتبع الحركة بتحريك الرأس .

ب- أجهزة التتبع :

- أجهزة التتبع الميكانيكية : تعتمد هذه الأجهزة بشكل أساسى على تتبع حركة الجسم من خلال إرتداء بذلة خاصة مزودة بجهاز فى المواقع المفصلية كالرسغ والكاحل والركب والأكواع .
- أجهزة التتبع البصرية : وهى أجهزة إستشعارية تتبع حركة العين وتستجيب إلى حركة الرأس من خلال تثبيت المحسنات على موقع العين ، ويمكنها من تحديد إتجاه الرأس والإستجابة إلى سرعة حركته .
- أجهزة التتبع الإلكترومغناطيسية : تعتمد هذه الأجهزة على الموجات الإلكترومغناطيسية الصادرة عن الحركة حيث تعمل المستشعرات الإلكترومغناطيسية داخل هذا النوع من الأجهزة على رصد الحركات .

ج- أجهزة الإستشعار : تعمل أجهزة الإستشعار من خلال المستشعرات المتعددة التى تعمل بأنظمة Infrared Sensors و RF System أى أنه بمجرد الإقتراب من جهاز الإستشعار فإنه يتم إصدار الأمر . ويتم إستشعار الضوء والحركة حيث يتم تحويل الحركة أو الضوء إلى شحنات إلكترونية بواسطة إرتباطه بمعالج يحلل الصورة ويحدد مواقع الحركة .

د- الأجهزة الداخلية :

الملاحظة : ويستخدم كوسيلة لتحديد موقع معلومات محددة بين مجموعة من المعلومات والبيانات الضخمة مثل موقع الأشخاص والأماكن والأجهزة والأشكال والصور أينما كانت ، وذلك يتم عبر الأقمار الصناعية .

- **الإيماءات :** فى نظام الواقع الافتراضى يمكن إستخدام الإيماءات للتنقل أو التفاعل مع الكمبيوتر الذى يخلق الواقع الافتراضى والتعرف على الإيماءات هى العملية التى يتم بها تعريف الإيماء من قبل المستخدم للنظام .

- **التلاعب المباشر :** هو نمط لتفاعل الإنسان مع الحاسوب الذى يقوم بتمثيل الأشياء المهمة ، وهو التلاعب المباشر للشاشات التفاعلية والتحكم المباشر للأشكال ثلاثية الأبعاد ، وكذلك التلاعب بالصور والأشكال .

- التعرف على الصوت : التعرف على الصوت هو التكنولوجيا التي يتم من خلالها تحويل الأصوات ، والكلمات أو العبارات التي يتحدث بها البشر إلى إشارات كهربائية ، ويتم تحويل هذه الإشارات إلى أنماط الترميز (٥ : ٢٢٥) ، (٣ : ١٨٧) .

ثانيا : السياحة الافتراضية :

تعتبر السياحة الترويحية الافتراضية من بين التقنيات التي بدأت في الظهور بفضل استخدام تقنية الإنترنت ، مما يسمح للأفراد بالانتقال إلى أماكن أخرى في العالم دون السفر إليها ، ولقد تعددت تعريفاتها ، فتعرف السياحة الافتراضية بأنها : تجربة سياحية في بيئة إلكترونية كبديل للتجربة الفعلية أو الرحلة الحقيقية ويسمح هذا النوع من السياحة بالسفر إلى الأماكن عبر تقنيات جديدة ، خالية من القيود المعتادة على الوقت والمسافة والتكلفة والزيادة العددية (٨ : ٣٣٨) .

كما تعرف السياحة الافتراضية بأنها : نشاط لزيارة مواقع ذات إهتمام والمناطق الطبيعية ذات المناظر الخلابة عبر الإنترنت دون السفر شخصيا لهذه الأماكن (٤ : ٢٥٧) .

وكأمثلة عن السياحة الافتراضية زيارة أماكن حقيقية مدمجة بالافتراضى ، كزيارة مكة والمدينة والتجول في شوارع القدس ومقدساتها ، أو سواء زيارة أماكن تاريخية كما كانت من قبل مئات السنين كزيارة روما مثلا أو مواقع لم يبق منها إلا الأطلال (٢٤ : ٣٥٨) .

من خلال ما سبق يتبين لنا الاختلاف بين السياحة الافتراضية والسياحة التقليدية وجدول رقم (١) يوضح ذلك

جدول (١)

الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية

السياحة التقليدية	السياحة الافتراضية
الانتقال الفعلي من محل الإقامة الحقيقي إلى أماكن القصد السياحي	الانتقال الافتراضى إلى أماكن القصد السياحي فكريا وليس جسديا
تحتاج إلى المال	تكاليفها محدودة جدا
تشتت وجود وقت فراغ لممارستها	يمكن ممارستها في أى وقت
تعتمد على العنصر الطبيعي والبشرى في توفير خدماتها	تعتمد على التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها
تعتمد على الموسمية في أغلب أنواعها	لا تعتمد على الموسمية
تأثيرها مباشر في الدخل القومي	تأثيرها محدود في الدخل القومي
توفر فرص عمل للكثير من التخصصات	توفر فرص عمل لتخصصات معينة لها علاقة بالتكنولوجيا والتقنيات الحديثة

١- مقومات السياحة الافتراضية :

تقوم السياحة الافتراضية على ثلاث مقومات أساسية هي :

أ- الإبداع :

لا يمكن إنكار أن السياحة كانت دائما عرضة للتغيرات بل هي أكثر القطاعات تقلبا والتي تعكس تحولات في الأذواق والتفضيلات والتقنيات والظروف الإقتصادية والسياسية ، وبالرجوع إلى تاريخ السياحة نجد أنها أكثر الأشياء تأثرا بالابتكار والإبداع ، حيث ظهر العديد من الابتكارات التي كانت نتيجة لزيادة المنافسة بين الموجودين فعلا في السوق السياحي فضلا عن المنافسين الجدد ، فالمنافسة تدفع إلى الإبداع والابتكار في تقديم الخدمات السياحية وهناك أنواع من الإبداع يمكن أن ترتبط بشكل مباشر مع قطاع السياحة وهي :

- المنتج السياحي : يرتبط الإبداع بالسلعة التي غالبا ما يتم إضفاء ما هو جديد عليها .
- التقنية : وتكمن عملية الإبداع في استخدام التقنيات الحديثة ومدى التطور الحاصل فيها .
- الإدارة : يكمن الإبداع في نوع الإدارة التي تشكل العمل وذلك عن طريق تطوير عملية الأداء المنظمى بشكل جديد ، وأولى بدايات عملية الإبداع والابتكار هي التحرى ثم يليه فعل الإستغراق ويكمن في إحساس المبدع بالصورة الجمالية في سياق التكوينات وكتلة من الإطارات غير الواضحة فيأتى دور المتلقى للإبداع وهو السائح الذى يتولد بداخله نوع من الإتحاد بين البيئة الافتراضية التي تترجم لتتحول إلى حقيقة واقعية يعيشها .

ب- الحقيقة الخيالية : وهي تمثل المشى عن طريق عالم إفتراضى والذى يكون مكونه الأساسى هو نظام الكهف وهو عبارة عن غرفة تكون على شكلين هما :

- غرفة تحتوى على كاميرات حيث يمكن للسائح أن يشاهد كل شئ من حوله داخل هذا الفضاء الإفتراضى ، أو أن يجد شخصا بعيدا عنه فى بلد آخر موجود معه داخل الكهف وكأنه يجلس أمامه .
- الإستعانة بنظارات ثلاثية الأبعاد داخل الكهف كى يتمكن من الدخول فى عالم خيالى أكثر دقة وهنا تم تطبيق بيئة مماثلة للبيئة الحقيقية التي ينتقل إليها الشخص إفتراضيا عن طريق الحاسوب .

ج- **التذوق الجمالى** : يقصد بالتذوق الجمالى هو ذلك الشعور الذى ينبعث بداخل المستخدم للسياحة الافتراضية فى لحظة الإنغماس فى الفضاء الافتراضى عندما يعرض أمامه المشاهد الصورية والبيئية والفنية بشكل خاص والحالة الجمالية بشكل عام ، حيث يشعر مستخدم السياحة الافتراضية بالمتعة والسرور المقترن بالشعور بالإستكشاف والتأمل والتغير المعرفى والدهشة والإهتمام والتوقع والتخيل والشعور بالغموض وحب الإستطلاع (٢٨ : ٤٦٧) .

٢- أهمية السياحة الافتراضية :

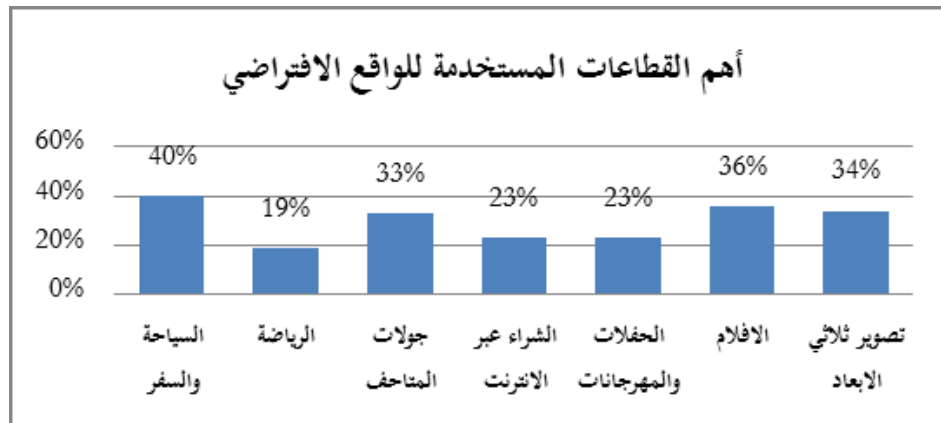
- تذكر "هدى زوير و سرمد جبار" (٢٠١٧) أن أهمية السياحة الافتراضية تتمثل فيما يلى :
- القدرة على خلق تجارب افتراضية قد يقبلها السياح كبديل عن الزيارة الحقيقية إلى المواقع المحفوفة بالمخاطر .
 - تعد الطريقة الأكثر ذكاء وفاعلية من حيث تكلفة الترويج بصريا للمواقع السياحية ، كما تعد وسيلة للحصول على الإرشادات وتجربة مكان معين قبل إتخاذ قرار زيارته.
 - تطبيق تقنيات الواقع الافتراضى يحقق مجموعة من الفوائد الإقتصادية كالإعلانات التجارية ، وتسويق عروض المؤسسات السياحية ، إضافة إلى تشجيع الزيارات للسياح الداخليين والأجانب وبالتالي زيادة الحركة السياحية.
 - التوعية بأهمية الآثار والمتاحف والتعريف بها من خلال مختلف وسائل النشر لجذب القطاع العام والخاص للإهتمام بالآثار والمتاحف .
 - الحصول على دعم المسؤولين ومتخذى القرار ومختلف أفراد المجتمع (١٢ : ٢٧٨) .

٣- واقع السياحة الافتراضية فى العالم :

شهدت السياحة الافتراضية تطورا وانتشارا كبيرا فى مختلف دول العالم ، حيث تعتبر من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضى والشكل رقم (١) يوضح ذلك .

شكل (١)

أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي في العالم

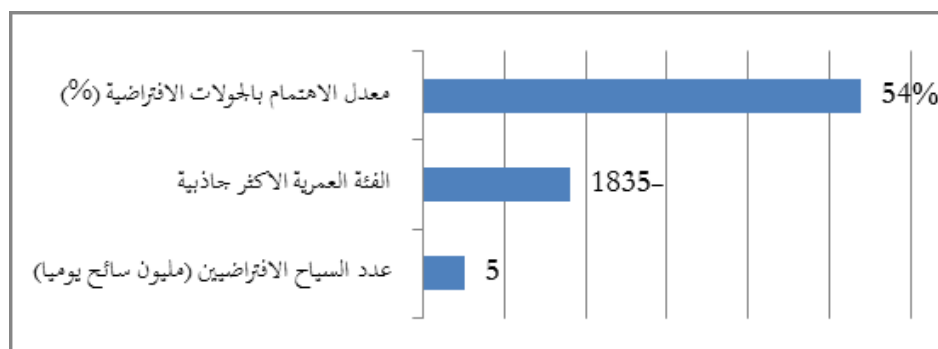


من خلال الشكل أعلاه يتضح لنا بأن قطاع السياحة والسفر يعد من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي ، فنسبة كبيرة من الزوار يقومون بجولات افتراضية قبل إتخاذ قرار السفر والسياحة حيث بلغت نسبتهم (٤٠ %) ، ثم يليه الأفلام بنسبة (٣٦ %) والتصوير الثلاثي الأبعاد بنسبة (٣٤ %) بالنظر لحاجة هذه القطاعات للواقع الافتراضي ، ثم جولات المتاحف بنسبة (٣٣ %) أما الحفلات والشراء عبر الإنترنت فقد قدرت نسبة إستخدامهم للواقع الافتراضي بنسبة (٢٣ %) ولقد حظى القطاع الرياضي بنسبة (١٩ %) من إستخدامه للواقع الافتراضي (٢٨ : ٥٦٤) .

٤- عدد السياح الافتراضيين : شهد تطور عدد السياح الافتراضيين إرتفاعا بالنظر لإرتفاع معدل الإهتمام بالجولات الافتراضية والشكل رقم (٢) يوضح ذلك .

شكل (٢)

عدد السياح الافتراضيين حول العالم لعام ٢٠١٨



Source: (Miniwatts Marketing Group , 2020)

من خلال الشكل أعلاه يتبين لنا أن عدد السياح الافتراضيين بلغ نحو ٥ مليون سائح يوميا خلال عام ٢٠١٨م عبر موقعي google search و google maps ويرجع ذلك إلى زيادة معدل الاهتمام بالجولات الافتراضية والتي تقدر بنحو ٥٤ % ، فالأعمال والمنشآت التي تعتمد على جولات افتراضية تزداد معدلات الحجز بها بين ١٦ - ٦٧ % مقارنة بالمواقع التي لا تعتمد على هذه الجولات . أما فيما يتعلق بالمرحلة العمرية فالجولات الافتراضية تجذب الفئة العمرية ما بين ١٨ - ٣٥ عام والتي تزداد قدرة إتخاذ قراراتهم السياحية بناء على الجولات الافتراضية التي يقومون بها والتي كان لها أثر كبير في توفير الوقت والجهد والتكلفة مما ساعد على إنتشارها .

٥- خصائص السياحة الافتراضية :

يشير " Miltiadisl ytras & al " (2010) إلى أن السياحة الافتراضية تتميز بالخصائص الآتية :

- تجاوز الوقت والمكان : يمكن للسياحة الافتراضية أن تقدم العالم بما يتجاوز المكان والزمان للزوار عند الضرورة .
- التفاعل : فى مجال السياحة الافتراضية ، التفاعل يعنى الإتصال بين الأفراد والحواسيب وتستخدم السياحة الافتراضية مجموعة متنوعة من أجهزة الإستشعار للتفاعل مع فضاء المعلومات متعدد الأبعاد .
- التكنولوجيا العالية : وتقوم السياحة الافتراضية على تكنولوجيا الواقع الافتراضى وتكنولوجيا المعلومات وبدون تكنولوجيا عالية لا يمكن خلق السياحة الافتراضية .
- الإقتصاد : السياحة الافتراضية تعمل على خفض التكلفة وتجعل السفر أرخص .
- الإحساس المتعدد : بيئة الجولة الافتراضية يمكن أن تعطى الزوار الإحساس المتعدد للصورة ، والصوت ، واللمس والخبرة وغيرها من التصورات (٢٦ : ٤٥٣) .
- ويرى " Burdea , G & Coiffet ,P " (2013) أن معظم الأفراد يصعب عليهم الوفاء الكامل بكل متطلبات السفر بسبب عوامل موضوعية مثل : الزمان والمكان والإقتصاد وغيرها والسياحة الافتراضية تتميز بالتصور التفاعلى متعدد الأبعاد على أساس شبكة كمبيوتر مرنة ومريحة للأفراد (١٩ : ٣٤٢) .

٦- دور الواقع الافتراضى فى تعزيز السياحة الترويجية :

مع الإنتشار الهائل لتطبيقات الهاتف المحمول ، تستفيد صناعة السياحة الافتراضية لتوفير تجربة افتراضية وغريبة للسياح بمميزات تفاعلية وواجهة سهلة الإستخدام (١٠ : ٤٣٥) .

من منظور التسويق الواقع الافتراضى لديه القدرة على إحداث ثورة فى ترويج السياحة وبيعها كما سيكون لدى منظمى الرحلات السياحية ووكلاء السفر القدرة على تقديم تجربة محاكاة للرحلة المخطط لها للسياح بعكس الكتيبات باعتبارها أدوات تقليدية ، وإن إستخدام الواقع الافتراضى للمبيعات والترويج للسفر ليس مكلف لوكالات السفر ، بل سيشركها أيضا فى نوع جديد تماما من التكنولوجيا (١٥ : ٣٦٧) .

فعلى سبيل المثال بالتعاون مع شركة سامسونج قدمت مجموعة فنادق ماريوت ما يسمى الغرفة الافتراضية (V Room) وقد تم تجهيز هذه الغرفة بمجموعة الواقع الافتراضى ، وقد حظى الضيوف فى هذه الغرفة بفرصة متابعة مغامرات ثلاث مسافرين عالميين من جبال أندريس إلى سوق فى بكين ثم إلى متجر لبيع الآيس كريم فى روندا . وأدى الجمع بين رواية القصص وتجربة الواقع الافتراضى إلى نجاح كبير تقريبا ٥٠٠ مليون إنطباع فى وسائل الإعلام الإجتماعية . كما تستخدم مجموعة (Thomas Cook Group) تكنولوجيا الواقع الافتراضى فى الترويج لمنتجاتها فى عشرة مخازن مختارة فى المملكة المتحدة وألمانيا وبلجيكا من خلال التجربة قبل الشراء (٢١ : ٤٥٦) .

وأشار " Hobson&Williams " (2006) إلى أن الواقع الافتراضى مجهز بمكونات التصور التى تقدم التفاعل والإنغماس فى التجربة الافتراضية فى مجال السياحة التى تؤثر على التخطيط لرحلة السياح والأثير على صناعة السياحة .

هذا بالإضافة إلى الإستجابة للإتجاه المتزايد للتسويق التجريبى ، فإن تكنولوجيا الواقع الافتراضى التى تتضمن الوسائط المتعددة تاعد المسوقين فى السياحة على خلق تجربة لا تنسى تدمج المعنى والإدراك والإستهلاك وولاء العلامة التجارية .

كما يشير " Yu Chih Huang et al " (2010) إلى أن تكنولوجيا الواقع الافتراضى توفر تطبيقات مختلفة امهنى السياحة والباحثين من حيث التخطيط للسياسات السياحية ، والمعالم السياحية والترفيهية والحفاظ على مواقع التراث السياحى بالإضافة إلى ذلك ، فإن تكنولوجيا الواقع الافتراضى الناشئة لديها إمكانيات لإستخدامها من قبل المهنيين فى التدريب والتعليم فى مجال السياحة (٢٨ : ٤٥٣) .

يوصف الواقع الافتراضي ليكون واحدا من التطورات التكنولوجية المعاصرة الهامة له تأثير كبير على صناعة السياحة . وقد نوقشت الأدوار (المحتملة) للواقع الافتراضي فى إدارة السياحة وتسويقها فى الأدبيات السياحية ، وفيما يلى أهم هذه الأدوار :

- الواقع الافتراضي كبديل لمنتجات السفر والسياحة (أى الإستعاضة عن الزيارة الفعلية) مما يجعله مفيدا فى إدارة المناطق المحمية ، مثل مواقع التراث الثقافى والمحميات الطبيعية أى لتحديد عدد السياح أو تقييد الزيارة وبالتالي مساهمة إيجابية فى الإستدامة .
- الابتكارات الأخيرة فى الواقع الافتراضي توفر إمكانيات غير محدودة للزيارات الافتراضية الجماعية إلى الوجهات السياحية الفعلية .
- توفر أجهزة الواقع الافتراضي منخفضة التكلفة ووفرة المحتوى الافتراضي المتعلق بالسياحة يجعل من السهل على الأفراد تجربة الجولات الافتراضية للمدن السياحية والمعالم السياحية (١٦ : ٣٥٤) .
- يوفر الواقع الافتراضي للمسوقين فرصة تقديم المزيد من الصور المقنعة للوجهات السياحية للسياح المحتملين من خلال إعطائهم شعورا ما هو عليه أن يكون هناك ، أى تجربة ما قبل الشراء .
- إنشاء منتج سياحي مخصص مبتكر : تدعم أدوات الواقع الافتراضي تطوير بيانات رقمية جديدة ، مثل السيناريوهات التفاعلية ، حيث قد يجد الأفراد المعلومات التفاعلية والمفيدة حول الوجهات السياحية ، وتتألف هذه البيانات من المناظر الطبيعية ومناطق معينة مثل المتاحف والحدائق والشواطئ وغيرها من الأماكن . والتفاعل مع البيانات يسمح للسياح بالحصول على المعلومات المطلوبة بطريقة مسلية وسريعة ، وتحسين عملية الإتصالات السياحية .
- الواقع الافتراضي يتيح الفرصة للسياح لزيارة المواقع المهددة بالإنقراض كبديل للزيارة الحقيقية من أجل الحفاظ على المعالم السياحية للأجيال القادمة (٢٣ : ٥٤٦) .

نماذج عملية لتطبيق السياحة الترويجية الافتراضية :

قامت الدول المتقدمة بتوظيف تقنية الواقع الافتراضي فى المجال السياحي فمثلا قام مكتب سياحي بريطاني بإطلاق تطبيق الواقع الافتراضي يمكن تشغيله على الهواتف المحمولة ونظارات الواقع الافتراضي يعرض مجموعة من عروض الفيديو المحيطة فى ٣٦٥ درجة لتشجيع السياح فى بريطانيا وألمانيا وبلجيكا ، ولاحظ إرتفاعا مباشرا فى حجوزات الفنادق والتذاكر مع إطلاق فيديو محيطة لتشجيع السياحة إلى مدينة نيويورك الذى نجم عنه زيادة فى الحجوزات إلى تلك المدينة ، ومن شأن هذه التقنية إعادة الإقبال على المكاتب السياحية عوضا عن مواقع الحجوزات وذلك أن

تلك المكاتب ستوفر تجربة مميزة للسياح المحتملين ، الأمر الذى يجعل الزائر يحجز مباشرة بعد تجربة الواقع الافتراضى .

وعلى الصعيد العربى : تم استخدام تقنية الواقع الافتراضى لتقديم تجربة استكشاف الأهرامات من الداخل والمرور فى سيق البتراء وزيارة أعلى نقطة لبرج خليفة فى دبی ، وحتى السياحة الدينية للمدينة المنورة ومكة المكرمة وعرض كيفية أداء مناسك الحج والعمرة بالطريقة الأمثل لمن لم يختبرها فى السابق من حيث أماكن الدخول وأداء المناسك المطلوبة ومن ثم الخروج دون إعاقة الآخرين .

([https:// aawsat.com/home/article/1022631](https://aawsat.com/home/article/1022631))

السياحة الافتراضية فى جمهورية مصر العربية :

قامت مصر بتطبيق السياحة الافتراضية لوادى الملكات حيث تقع التحفة المعمارية (المقبرة العجيبة) حيث قبل ٣٢٥٠ عاما بنى رمسيس الثانى لزوجته مقبرة عجيبة تميزت بنقوش نادرة ولوحات جمالية تجذب الروح ، وبعد سنوات طويلة أعيد إكتشاف المقبرة عام ١٩٠٤م وكانت حالة المقبرة مهددة ورسوماتها غير واضحة ، إذ ترسبت الأملاح والرطوبة على الجدران بفعل الزمن ، لقد إحتاجت تلك المقبرة لعشرات السنوات حتى تعود من جديد لأصلها كما كانت ، لكنها رغم ذلك مهددة بالخطر ، لذا فكان الحل إقتصار دخولها على مجموعة صغيرة للغاية من الزوار ، حيث يبلغ سرعة التذكرة ١٠٠٠ جنيها .

لكن يبدو أن هذا المبلغ لم يصبح عائقا كبيرا للزيارة ، فقد قدمت التكنولوجيا اليوم تجربة مثيرة للإهتمام فى الواقع الافتراضى والتي تسمح لك بأن تتجول فى المتحف وترى بعينك هذا المشهد العظيم إذ تعاونت وزارة الآثار مع إحدى الشركات العالمية المتخصصة فى صناعة تقنيات ثلاثية الأبعاد ، وقضى فريق الشركة داخل المعبد شهرين متكاملين ، ليحولوا آلاف الصور واللقطات إلى تجربة نهائية يمكن مشاهدتها من خلال تقنية الواقع الافتراضى (

<http://www.soutalomma.com/article/820274>)

بعض النماذج التوضيحية للسياحة الترويحية الافتراضية في مصر :









نتائج الدراسة :

توصلت الباحثة للنتائج الآتية :

- تعتمد السياحة الافتراضية على مجموعة من التقنيات الحديثة التى تسمح للسائح بالتنقل عبر أدوات التكنولوجيا المتطورة ومعايشة الأجواء فى الأماكن والمعالم السياحية المختلفة .
- الواقع الافتراضى له مزايا عديدة على مستوى كل من السائح وصانعى السياحة والاقتصاد والمجتمع ككل .
- حققت جمهورية مصر العربية تطورا هائلا فى قطاع السياحة ، حيث نجحت فى تنشيط السياحة وذلك من خلال توفير البنية التحتية اللازمة وتشجيع إستثمارات القطاع الخاص فى الفنادق والقرى السياحية .
- قامت وزارة الآثار بالتعاون مع وزارة السياحة بإستخدام موقع ٣٦٠ ثلاثى الأبعاد بتقنية الواقع الافتراضى عرض بعض المقابر الأثرية والمتحف الكبير الذى يتيح الفرصة أمام الجمهور بمشاهدة الآثار المصرية القديمة .
- قامت جمهورية مصر العربية بالإستفادة من تقنيات الواقع الافتراضى للترويج عن السياحة ومن ثم تنشيط السياحة الترويجية الافتراضية .

توصيات الدراسة :

فى ضوء النتائج التى توصلت إليها الدراسة توصى الباحثة بالآتى :

- ضرورة الإهتمام بتطوير التطبيقات التقنية والتكنولوجية من أجل تفعيل السياحة الافتراضية .
- الإهتمام بتبنى السياحة الترويجية الافتراضية فى العالم العربى والعمل على تدعيم .
- الاهتمام بتصميم برامج الترويجى الافتراضى .

المراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية :

- ١ _ الغريب زاهر إسماعيل : التعليم الالكتروني من تطبيق إلى الاحتراف والجودة ، عالم الكتاب للنشر ، القاهرة ، ٢٠٠٩ م .
- ٢ _ حمزة درادركة وآخرون : مبادئ السياحة ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٤ .
- ٣ _ خالد محمود نوفل : تكنولوجيا الواقع الافتراضي وإستخداماتها التعليمية ، دار المناهج للنشر ، الأردن ، ٢٠١٠ .
- ٤ _ عبد الحميد بسيوني : تكنولوجيا وتطبيقات مشروعات الواقع الافتراضي فى الآثار والمتاحف الأثرية ، دار الكتب العلمية للنشر ، القاهرة ، ٢٠٢٠ م .
- ٥ _ طارق عبد الروؤف عامر : التعليم الإلكتروني والتعليم الافتراضي إتجاهات عالمية معاصرة ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ٢٠١٥ م .
- ٦ _ رافدة مجبل عبد الله : تجارة الخدمات السياحية إلكترونيا فى البلدان النامية مع التركيز على الصين والهند دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية السياحة والفندقة ، الجامعة المستنصرية ، العراق ، ٢٠١١ م .
- ٧ _ رافدة مجبل عبد الله : تجارة الخدمات السياحية إلكترونيا فى البلدان النامية مع التركيز على الصين والهند دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية السياحة والفندقة ، الجامعة المستنصرية ، العراق ، ٢٠١١ م .
- ٨ _ صليحة فلاق وسامية شارفى وفاطمة فوقة : السياحة الافتراضية كمدخل لتفعيل القطاع السياحى فى ظل جائحة كورونا بالإشارة لتجربة إمارة دبی ، بحث منشور ، مجلة أبعاد إقتصادية ، الجزائر ، ٢٠٢٠ م .
- ٩ _ غسان قاسم داوود و سناء عبد الكريم الخناق : تقانة المعلومات والواقع الافتراضى (تطبيقات حديثة لنظم المعلومات فى منظمات الأعمال) ، بحث منشور ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، ٢٠٠٦ م .

١٠ _ محمد عطية خميس : النظرية والبحث التربوي فى تكنولوجيا التعليم ، دار السحاب للنشر ، القاهرة ، ٢٠١٣م ،

١١ _ محمد محمود زين الدين : المعايير البنائية لجودة برمجيات الواقع الافتراضى التعليمى والبيئات ثلاثية الأبعاد ، جامعة الملك سعود ، السعودية ، ٢٠١٠م .

١٢ _ مدحت قاسم ، احمد عبد الفتاح : السياحة الرياضية والمنتجات الصحية العلاجية ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ٢٠١٣ م .

١٣ _ مطاع بركات : الواقع الافتراضى فرصه ومخاطره وتطوره (دراسة نظرية) ، بحث منشور ، مجلة جامعة دمشق ، ٢٠٠٦ م .

١٤ _ نهال فؤاد إسماعيل : تكنولوجيا شبكات الإتصال فى البيئة الافتراضية ، دار المعرفة الجامعية للنشر ، المنوفية ، ٢٠١٣ م .

١٥ _ نصيرة بركنو : دور الواقع الافتراضى فى تنمية الصناعة السياحية ، بحث منشور ، مجلة الإقتصاد الدولى والعولمة ، جامعة مصطفى اسطمبولى ، الجزائر ، ٢٠١٩م .

١٦ _ هدى زوير مخلف وسرمد جبار هداى : السياحة الافتراضية وتكنولوجيا المعلومات ودورها فى تحقيق التنمية السياحية المستدامة ، بحث منشور ، المجلة العراقية للعلوم الإدارية ، العراق ، ٢٠١٧م .

ثانياً : المراجع باللغة الأجنبية :

17- Burdea , G. & Coiffet , P : Virtual Reality Technology , 2ed , vol , 1 , New Jersy U.S.A , 2013 .

18_ Craiget , A & al , Developing Virtual Reality Applications , Foundation of Effective Design U.S.A , 2009 .

19_ Erkan Sezgin : E-Consumers in the Era of New Tourism , Singapore : Springer Science Business Media , 2016 .

20_ Fuchs , P , Moreau , G , & Guitton , p : Virtual Reality Concepts & Technologies , The Netherlands CRC press , 2011 .

21_ Inversini , A , & Schegg , R , Information Conference in Bilbao , Technologies in Tourism , Proceedings of the International Conference in Bilbao , Spain 623 , Springer International publishing Switzerland , 2016 .

22_ Itmazi , J , : E-Learning Systems and Tools , an Arabic Textbook, 2011.

23_ Maymand , M , & al , : Investigation of the key success factors in virtual Tourism , Indian Journal of Science and Technology , 2012 .

24_ Miltiadislytras , et al , Digital Culture and E-Tourism , Technologies , Application Management Approaches , Ist edition ed Hershey , U.S.A IGI Global , 2010 .

25_ Neelakantam ,S , & Pant , T Learning Web -based Virtual Reality , Build & Deploy Web-based Virtual Reality Technology , New York , 2017.

26_ Shaikh , S , Bokde , K , Ingale , A , & Bhanu Tek : Virtual Tourism International Research Journal of Engineering and Technology , 2018.

- 26_ Tussyadiahlis & al , Virtual Reality& Attitudes toward
Tourism Destinations Information &
Communication Technologies in Tourism , 2017.
- 27_ Williams , p & Hobson , J , Virtual reality & tourism fact
or fantasy tourism management , 2006.
- 28_ Yu Chih Huang et al ,: Exploring the Implications of
Virtual Reality Technology in Tourism
Marketing : an Integrated Research Frame work
, International Journal of Tourism Research ,
2016.

الواقع الافتراضى ودوره فى تنشيط السياحة الترويجية

د/ سمر أحمد التيجانى

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الواقع الافتراضى والدور الذى يلعبه فى الترويج للسياحة الترويجية الافتراضية وجذب السياح من خلال التأثير على قراراتهم بما يؤدى إلى تعزيز إنتشار السياحة الترويجية الافتراضية ، وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفى بإتباع المسح المكتبى للتعريف بماهية الواقع الافتراضى والسياحة الترويجية الافتراضية كأحد تطبيقات العالم الافتراضى القائم على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمحاكاة العالم الحقيقى فى بيئة ثلاثية الأبعاد، وكانت نتائج الدراسة :
 هى ان السياحة الافتراضية تعتمد على مجموعة من التقنيات الحديثة كما ان الواقع الافتراضى له مزايا عديدة على مستوى كل من السائح وصانعى السياحة وقامت جمهورية مصر العربية بالاستفادة من تقنيات الواقع الافتراضى للترويج عن السياحة ومن ثم تنشيط السياحة الترويجية الافتراضية وكانت اهم توصيات الدراسة : ضرورة الإهتمام بتطوير التطبيقات التقنية والتكنولوجية من أجل تفعيل السياحة الافتراضية بالاضافة إلى الإهتمام بتبنى السياحة الترويجية الافتراضية فى العالم العربى والعمل على تدعيمها.

* مدرس بقسم الترويج الرياضى بكلية التربية الرياضية جامعة المنيا .

Virtual reality and its role in activating recreational tourism

*Dr/ Samar Ahmed Eltegany

This study aims to shed light on the virtual reality and the role it plays in promoting virtual recreational tourism and attracting tourists by influencing their decisions, which leads to the promotion of the spread of virtual recreational tourism. Virtual based on the employment of information and communication technology to simulate the real world in a three-dimensional environment. The results of the study were: that virtual tourism depends on a group of modern technologies, and that virtual reality has many advantages at the level of both tourists and tourism makers. The most important recommendations of the study were: the need to pay attention to developing technical and technological applications in order to activate virtual tourism, in addition to paying attention to adopting virtual recreational tourism in the Arab world and working to strengthen it.

* Teacher at the Sports Recreation Department, Faculty of Physical Education - Minia University.