

الطلب على السياحة التراثية

HERITAGE TOURISM DEMAND

بحث الفصل السابق في مقومات عرض السياحة التراثية. يتحول الانتباه في هذا الفصل إلى الطلب والفرصة التي اغتنمت أو لم يتم اغتنامها للاستفادة من التسهيلات، والجواذب السياحية، والبنية التحتية المتاحة للسياح. قبل مناقشة الطلب من حيث صلته بالسياحة التراثية، فإن نقطة انطلاق مفيدة هي توضيح المقصود من مفهوم الطلب بصورة عامة. من الناحية الاقتصادية التقليدية، يشير الطلب إلى كميات المنتجات والخدمات التي تستهلك بأسعار مختلفة. عموماً يفترض أنه عندما تكون الأسعار مرتفعة، سوف يكون الاستهلاك منخفضاً، وعلى المنوال نفسه، عندما تكون الأسعار منخفضة يكون الاستهلاك عالياً. في مجال السياحة، وبالاشتراك مع غيره من الصناعات الخدمية، فمن المعتاد أن نتحدث عن أنواع أخرى من الطلب كذلك. فالطلب الحالي يعني ذلك الجزء من السكان الذين يشاركون فعلاً في السياحة، أو أولئك الذين يسافرون. والطلب الكامن، أو غير الملمى، يشير إلى الفرق بين المشاركة المحتملة في السياحة بين السكان والمستوى الحالي للمشاركة. والطلب الاختياري هو القيمة التي يضعها الناس في إمكانية قدرتهم على السفر في المستقبل البعيد؛ لأنهم يقدررون خيار إمكانية السفر في وقت آخر. عندما ينصب الاهتمام على السياحة التراثية وحدها، فإن أنواع الطلب (الحالي، والكامن، والاختياري) نفسها موجودة. والفارق الأساسي هو أن المشاركة أو القرار بعدم الزيارة يستهدف الناس الذين ينجذبون إلى الأماكن بسبب منتجات التراث التي تقدمها.

يبدأ هذا الفصل من خلال النظر في الطلب على التراث، مشيراً إلى نمو هذا القطاع من السياحة والمنظورات المختلفة التي يمكن النظر للسياحة التراثية من خلالها. وعلى أساس أنه يمكن تجزئة السياح إلى أنواع محددة اعتماداً على الخبرات التي يسعون إليها، فسوف تقدم تعميمات واسعة عن خصائص زوار التراث، وتجميعهم تحت العناوين التالية: الديموغرافيا، والأصول الجغرافية، والحالة النفسية، ... وغيرها. يناقش هذا الفصل أيضاً الدوافع، وسعي زائر التراث إلى المعرفة، والمنافع الشخصية، والدور الذي يضطلع به الحنين إلى الماضي. في المقابل، تبحث الفقرة الأخيرة في التراث غير المستخدم، وسوق الطلب الكامنة وسبب عدم اختيار الناس للزيارة.

الطلب على التراث

Heritage Demand

كما نوقش في الفصل الأول، فإن الطلب على السياحة قد نما بشكل ملحوظ لاسيما خلال العقدين الماضيين، وهناك القليل من الأماكن في العالم اليوم التي لم تتأثر به بشكل أو بآخر. ومثلما نما الطلب على السياحة، فقد نما أيضاً الطلب على التجارب المتصلة بالتراث على وجه التحديد. وباشتراكها مع السياحة البيئية والأنواع الأخرى من سياحة الاهتمامات الخاصة، فإن السياحة التراثية تعدّ واحدة من أسرع القطاعات نمواً في إطار الظاهرة العالمية للسياحة (Chen 1998). في الولايات المتحدة، أصبحت زيارة مواقع التراث أحد أهم الأنشطة السياحية شعبية، وبلغ معدل النمو السنوي للزوار للموقع التاريخية بنسبة ٢٥-٣٠٪ خلال الثمانينيات من القرن الماضي (Hall and Zeppel 1990a, b)، ولا تزال هذه النسبة في الزيادة. يدل الجدول رقم (٣، ١) على أنه على الرغم من وجود بعض التقلبات في الزيارات من سنة إلى أخرى، إلا أن زيارة المتنزهات الوطنية الطبيعية ومواقع التراث الثقافي بالولايات المتحدة قد زادت زيادة كبيرة خلال العشرين سنة الماضية، حيث بلغت قيمتها الإجمالية نحو ٤٣٠ مليون زيارة في العام ٢٠٠٠م. وبالمثل، تشير تقديرات الرابطة الأمريكية للمتاحف إلى أن نحو نصف بليون زيارة تمت في المتاحف في الولايات المتحدة في العام ١٩٩٠م (Falk and Dierking 1992). وتوضع هذه الأعداد الكبيرة للطلب على زيارة مواقع التراث ضمن أهم الأنشطة السياحية في الولايات المتحدة (Makens 1987). وقد أرجع كل من هول وزبل (Hall and Zeppel 1992: 50) القوة المتنامية للسياحة التراثية لزيادة الوعي بالتراث والفنون، والمزيد من وقت الفراغ، وزيادة الثراء، واتساع شبكة المواصلات ووسائل النقل، وارتفاع مستويات التعليم.

ووفقاً لتوماس وجونسون (Thomas and Johnson 1995: 178)، فإنه ضمن المجال المحدد الخاص بالسياحة التراثية يمكن النظر إلى الطلب من أربع زوايا مختلفة هي: الأولى، الطلب الحالي الفعلي (المستخدم)، ويعني عدد الناس الذين يزورون المواقع التاريخية، كما يتضمن أيضاً الطلب على استخدام مبنى تاريخي لعمل تسهيلات مثل المكاتب أو غيرها من الخدمات. والثانية، الطلب الاختياري، ويقصد به رغبة الزوار المحتملين في الإبقاء على خيار زيارة الموقع في المستقبل. ويمكنهم الحصول على نوع من الاستفادة من معرفة أن هناك فرصة لزيارة جاذب تراثي، رغم إنهم لا يقومون بذلك فعلاً. والثالثة، وهو الطلب الموجود. وهذا يشير إلى أن القيمة قد وضعت على التراث الذي لا يرتبط بأي استخدام فعلي أو محتمل؛ لأنه يقوم على فكرة أن هناك بعض القيم الجوهرية الخاصة بالتراث، والتي لا تتصل مباشرة بأي استخدام فعلي أو محتمل. وهو ببساطة مجرد قيمة طلب لمعرفة شيء موجود. وفي النهاية طلب موصى به، وهو الرغبة في أن تكون قادراً على نقل تراث الأجيال السابقة لأجيال المستقبل. والرابعة، وهو نوع آخر من الطلب لم ينظر إليه كل من توماس وجونسون بوضوح هو الطلب، أو الطلب غير المستخدم، الذي يشير إلى عدد الأشخاص الذين يمكن أن يزوروا الجواذب التراثية لكنهم لا يفعلون ذلك.

الجدول رقم (٣، ١). إجمالي الزيارات للمتزهات الوطنية بالولايات المتحدة الأمريكية.

نوع الخاصية	١٩٨٠م	١٩٩٠م	٢٠٠٠م
مبادين المعارك الوطنية	٢,٥٦٣,٦٤٤	٢,٦٤٧,٥٣١	٢,٤٢٨,٣٨٣
حدائق المعارك الوطنية	٧,٧٩٥,٠٢٧	٣,٥٩٩,٤٢٧	١٢,٤١٣,٨٩٧
الموقع التاريخي الوطني	٧,٥٤٥,٢٩٠	١٢,٧٤٥,٤٢٢	١٠,٤٧٠,٩٢١
الحديقة التاريخية الوطنية	٢١,٦٦٦,٦٧٥	٣٣,٧٧٨,٢٤٣	٤١,٨٩٠,٨٣٨
البحيرة الوطنية	٢,٧٢٦,٤٧٠	٤,١٩١,١٠٤	٣,٧٢٧,٥٦٣
النصب التذكاري الوطني	١١,٦٤٨,٢٢٥	١٤,٩٤٥,٣٧٢	٢٧,٧٥٥,٧٤٦
الحديقة الوطنية العسكرية	١٩,٧١٨,٣٦,٤	١٦,٥٧٦,٣٢٢	١٩,٤٧٦,١٤١
الأثر التذكاري الوطني	١٣,٩٤٣,٤٥٧	٢٢,٩١١,٠٢٧	٢٦,٧٢٢,٧٢٧
الحديقة الوطنية	٦٢,٦٦٥,٢٩٠	٨٠,٨٩١,٢٧١	٩٠,٠٣٥,٠٤٣
المتنزه الوطني	٤٠,١٧٣,٢٦٧	٣٧,٨٧٢,٥١٢	٧٠,٤٣٤,١٢٤
المحمية الوطنية	غير متوفرة	٢٢١,٣٤١	١,٦٩٥,٣٦٦
مناطق الترفيه الوطنية	٤٧,٤٨٨,٩٠٠	٥٠,٥٦٤,٢٠٢	٥٣,٣٦٨,٤٧٩
المحفوظات الوطنية	غير متوفرة	غير متوفرة	٦٦,٢٥٢
الأشجار الوطنية	٢,٣٧١,١٩٢	٣,٨٣٤,٠١٩	٤,٢٩٩,٦٧٢
شواطئ البحر الوطنية	١٤,٩٨٣,٩٦٦	١٩,٩٤٠,٣٦٢	١٩,٤٣١,٤٧٦
المناطق البرية والنهرية الوطنية	٤٥٧,٢٨٤	٨١٢,٣٦٧	٩٥١,٦٨٥
المجموع	٢٨٦,٣٤٥,٧٨٤	٣٣٤,٨٩٤,٧٣٧	٤٢٩,٨٥٦,١٢٣

المصدر: (US National Park Service 2001).

يمكن النظر إلى الطلب أيضاً من حيث مصدره. فأهم مصدر، ربما في مجال السياحة، هو الفرد والمجموعات التي تشجع الزيارات إلى الجواذب التراثية. فهم مستهلكو السياحة الذين يوجه إليهم المديرون جهود التسويق وبرامج التعريف. وثمة مصدر آخر، هو المستويات الحكومية المختلفة، التي تتساوى غالباً مع "المجتمع"، أو "الجمهور" بوجه عام. ويفترض أن الحكومات قامت، من الناحية النظرية، لتمثل رغبات المجتمع. أما المصدر الثالث الأخير، فهو حراس التراث، مثل الاتحادات الوطنية، والمجموعات المحلية، وجمعيات الحفاظ على التراث، والعمال الذين يساعدون في حماية الموارد (Johnson and Thomas 1995: 178).

يستخدم مصطلح "الطلب" أيضاً ليعني السوق (السياح أو الزوار)، لمواقع التراث والجواذب السياحية. ويمكن تصنيف الزوار أو سياح التراث بشكل سلبي أو إيجابي. فالسياح والزوار السلبيون، هم الذين تمثل لهم تلك الزيارة ببساطة شيئاً لقضاء الوقت، أو الذين ينظرون للجواذب التاريخية كجاذب ثانوي أو فرعي. على سبيل المثال

يمكن النظر إلى الأمريكيين، المشاركين في جولات إلى أوروبا، على أنهم سياح أو زوار سلبين؛ لأن رحلاتهم تطوف بهم على كثير من المواقع، بما فيها سلاسل الجبال، ورحلات البواخر لنهر الراين، وشواطئ البحر الأبيض المتوسط، بالإضافة إلى مجموعة من القصور القديمة، والكنائس، والقلاع... إلخ. وهم في الحقيقة يزورون كثيراً من المواقع التراثية، لكن زيارتها ليست هي الدافع الأساس لهذه الرحلة. أما الباحثون الجادون عن التراث، فهم أولئك الذين يكون هدفهم هو الحصول على تجربة تراثية محدودة. وهذه المجموعة، يمثل الشعور بالحنين الشخصي أو القيام بتجربة تعليمية الدافع الأساس لهم. بينما هدف السياح السلبين هو رؤية المواقع الشهيرة العالمية التي سمعوا عنها في طفولتهم (مثل برج إيفل، والكولوسيوم، وسور الصين العظيم، وبرج لندن). واستجابة إلى الاتجاه الحديث للسياحة التخصص في مجال السياحة والسفر، خلص كل من كونفر وكيرستتر (Confer and Kerstetter 2000) إلى أن سياح التراث سيصبحون أكثر تخصصاً في تجاربهم التراثية.

يشير الكثير من الجدل حول السياحة البيئية إلى أنه ليس كل نشاط سياحي يحدث في محيط طبيعي يمكن وصفه بأنه سياحة بيئية. وينطبق الشيء نفسه على سياحة التراث؛ فنجد سياح التراث الجادين يتجهون إلى ما يعرف بـ سياحة الاهتمامات الخاصة. بينما نجد السياح السلبين يظهرون خصائص سياح السياحة الجماعية؛ لذلك لا تحفزهم الأمور نفسها التي تحفز سياح التراث الجادين، وقد يكون تأثيرهم مختلفاً أيضاً. وهناك طريقة أخرى يمكن النظر من خلالها لزوار التراث وهو نوع الجاذب المحدد الذي يزورونه (Kerstetter et al. 1998). وهكذا، فقد يكونون زوار تراث صناعي، أو ديني، أو سياسي، أو طبيعي، أو عرقي، أو ثقافي، أو أدبي، وقد يكون أن هذه التصنيفات مفيدة في فهم قطاعات السوق المختلفة التي تكمن مصالحها في عناصر محددة من التراث. إن الوعي بالمجموعات السياحية، والنظر إلى أن زوار التراث هم مجموعة مميزة من الناس يرغبون في زيارة جميع أنواع مواقع التراث، يعدّ أداة إدارية مهمة يجب وضعها في الحسبان عند التفكير في التنمية، وتفسير سياسات التسويق للمواقع التاريخية والأثرية (Thomas 1989).

خصائص زائر التراث

Heritage Visitor Characteristics

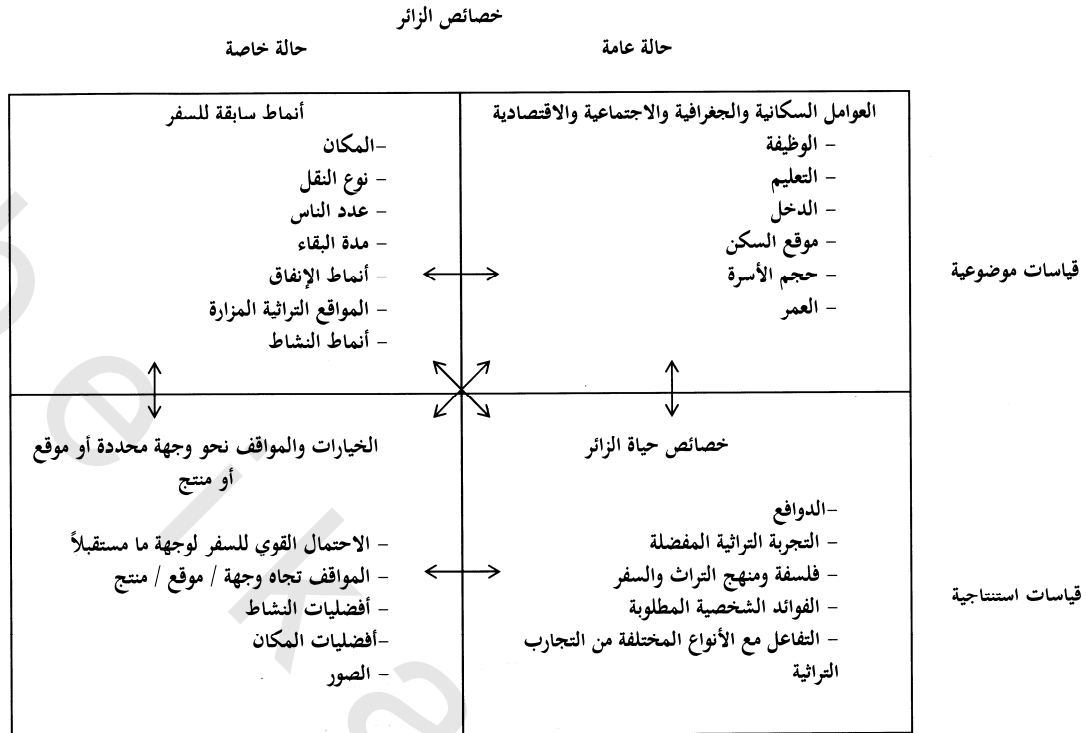
يعتمد خبراء السوق السياحي لتسويق منتجاتهم وخدماتهم على تقسيم السياح وفقاً إلى ثلاث خصائص، هي: الخصائص السكانية، والخصائص الجغرافية، والخصائص النفسية. فالخصائص السكانية مهمة لمعرفة أنواع الناس الذين يشاركون في سياحة التراث وفهمهم. ويعدّ مستوى التعليم، والجنس، والعمر، ومستوى الدخل، والوظيفة من بين أهم سمات الزائر، التي يجب على المديرين فهمها. وهذه المعرفة ستساعد المديرين والمسوقين على تحديد رغبات الناس واحتياجاتهم على أساس أنماط عامة. لقد هيمن البعد الجغرافي تقليدياً على التصنيف القائم، على أساس أماكن

عيش السياح، على الرغم من أن بعض المراقبين يرون أن ذلك يمكن أن يكون مضللاً، حيث إن الكثير من الناس لا يسافرون مباشرة من بلدانهم إلى المناطق التراثية. بل قد يسافرون من أماكن أخرى يزورونها خلال عطلة، أو من منازل الأصدقاء والأقارب. وهكذا، قد يستهدف المسوقون هؤلاء الناس، لا من المكان الذي يعيشون فيه، ولكن في المكان الذي يقيمون فيه (Swarbrooke 1995: 65). وثمة جانب آخر للتقسيم الجغرافي وهي الأماكن التي يزورها السياح؛ فمن المفيد لمديري المواقع السياحية فهم الأنماط المكانية/الجغرافية للسلوك، والسفر، والزيارة للسياح الموجودين في مقصد سياحي أو في منطقة تراثية محددة. وأخيراً تقوم الخصائص النفسية على فكرة أن اتجاهات الناس تؤثر على سلوكهم، وتأتي هذه الاتجاهات من جوانب حياة الأفراد مثل أسلوب الحياة، والطبقة الاجتماعية والشخصية (Middleton 1994). وتعدّ الطبقات المتوسطة والعليا والعامة من الناس النشاط الذي يتجهون إلى الأنشطة المفتوحة وسيلة لتجزئة السوق؛ وفقاً للخصائص النفسية. لقد حدد سواربروك (Swarbrooke 1995) عدة طرق أخرى لتجزئة سوق السياحة، التي سوف تكون مفيدة أيضاً في مجال البحث في السياحة التراثية. وتشمل هذه، على سبيل المثال لا الحصر، وسيلة السفر (حافلة، وسيارة خاصة، وقطار)، ونوعية السلوك (مثل درجة الوعي بالمكان، والحماس، والولاء، وانتظام الاستخدام)، وتشكيل المجموعات الزائرة (مثل مجموعات الأسرة، والأفراد، والأزواج)، ونوع الزيارة (مثل الحفلات، والزيارات التعليمية). ووفقاً لهول وماك آرثر (Hall and McArthur 1998) هذا التصنيف الثلاثي الأجزاء يمكن تقسيمه بصورة أكثر تفصيلاً (الشكل رقم ٣، ١). وهما يشيران إلى أن الأنماط السكانية والاجتماعية والاقتصادية والجغرافية (بما فيها أنماط السفر السابقة للزوار) هي قياسات موضوعية، وذلك لأنها أكثر وضوحاً وقابلية للقياس. ويشار إلى الخصائص النفسية والسلوكية كقياسات استدلالية لا يمكن قياسها بسهولة.

لقد أجرى العلماء ومديرو المواقع بحوثاً كثيرة عن خصائص سوق السياحة التراثية خلال العشرين سنة الماضية، وقد جاءت نتائجهم منسجمة ومثيرة للاهتمام. فدراسات، مثل دراسات الاتحاد الأوروبي للسياحة والتعليم الترفيهي (أطلس) في العام ١٩٩٧م، التي سجلها ريتشاردز (Richards 2001b)، تعدّ من المعالم المهمة في هذا الصدد، حيث تم الانتهاء من ٨٠٠٠ دراسة استقصائية في ٥٠ موقعاً تراثياً/ثقافياً في تسع دول أوروبية.

الخصائص السكانية (الديموغرافية) Demographic Characteristics

لعل أهم ما يميز زوار التراث أنهم من ذوي التعليم العالي، ويعدون أكثر تعليماً من عامة الجمهور. ووفقاً لدراسة قام بها ريتشاردز (Richards 1996) في العام ١٩٩٦م، شملت ٦٤٠٠ سائح، من الذين استجابوا لهذه الدراسة، أظهرت أن أكثر من ٨٠٪ من سياح التراث/الثقافة في أوروبا يملكون شكلاً ما من أشكال التعليم (الجامعة/الكلية/المدرسة التجارية)، وقد شكّلت نسبة التعليم ما بعد الجامعي الربع (Richards 1996)، هذه النتيجة مماثلة



الشكل رقم (١، ٣). خصائص قطاعات السوق للزائر. المصدر: (Hall and McArthur 1998).

لتلك التي توصل إليها كل من هول وزبل (Hall and Zeppel 1990a). وبالإضافة إلى كونه تعليمياً جيداً بالمعنى الرسمي، فإن سياح التراث الأدبي، على وجه الخصوص، يميلون إلى أن تكون لهم خبرة في الأعمال الأدبية الكلاسيكية وفي حيازة "الملكية الثقافية وذلك تقديراً منهم وفهماً لهذا الشكل من أشكال التراث" (Herbert 2001: 313). وهكذا، ينظر للتعليم على أنه آلية لتوسيع نطاق اهتمامات الناس، والمعرفة للأوقات، والأماكن، والناس، والأحداث، التي تجذبهم لأماكن التراث.

ما يتصل اتصالاً وثيقاً بالتعليم هو الوضع الاجتماعي والاقتصادي والوظيفي. وبما أن غالبية المهتمين بالتراث هم أفضل تعليمياً، فمن المعقول أيضاً أن يكونوا أفضل حالاً من الناحية المالية من المواطن العادي، ولديهم أفضل فرص عمل. وقد أكد بحث في أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية أثناء الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي هذه التوجه، مما جعل كثيراً من المراقبين يصلون إلى نتيجة مفادها أن غالبية زوار المتحف عموماً ينتمون إلى طبقة اقتصادية عليا (Balcar and Pearce 1996; Hooper-Greenhill 1988; Light and Prentice 1994b; Mernman 1989; Prentice 1989b; Richards 2001b). وبالمقارنة مع جمهور المسافرين، بشكل عام، فلدى سياح التراث مستوى عالٍ من الدخل والتعليم، حيث تقدر نسبة هؤلاء السياح في بعض الأماكن بنحو ٣٠٪ (Travel Industry Association 1997). (Richards 2001b).

أما من حيث نوع الجنس، وهناك بعض الشواهد التي تشير إلى أن النساء اللاتي يزرن المواقع التاريخية أكثر من الرجال، على الرغم من أن العكس هو الصحيح مع متاحف العلوم (Hooper-Greenhill 1988: 218). وقد سجلت دراسة للاتحاد الوطني لصيانة التراث التاريخي بالولايات المتحدة أن ما يقرب من ٧٠٪ من زوار ممتلكات الاتحاد من الإناث (Hall and Zeppel 1999). وبالمثل، وجدت دراسة (أطلس ATLAS)، أن ٥٢٪ من الأوروبيين المستجيبين للدراسة من الإناث، الأمر الذي قد يعكس الاتجاه العام أن الأنشطة الثقافية تجتذب المزيد من النساء أكثر من الرجال (Richards 2001b: 40).

يعد سوق السياحة التراثية أكثر شباباً مقارنة مع غيره من أنواع السياحة الأخرى. فأكثر من ٣٥٪ من مجيبي استطلاع (أطلس) كانت أعمارهم تقل عن ٣٠ عاماً، بينما كان ٢٦٪ منهم فقط فوق سن ٥٠. وهذا يشير جزئياً للتكوين العمري الخاص بسكان دولة المقصد، حيث إن الكثير من مجيبي هذا الاستطلاع من المستهلكين المحليين (Richards 2001b: 40). تم تسجيل الاختلافات العمرية أيضاً بين أنواع مختلفة من الجاذب السياحية. فعلى سبيل المثال، تجتذب القلاع الكثير من مجموعات الأسر مقارنة بالكنائس والكثير من المتاحف. ويعزا ذلك جزئياً، لاهتمام الأطفال بالقصص، والعادات، والتذكارات المرتبطة بالقلاع. أما بالنسبة للمراهقين فيبدو أن هناك اهتماماً أقل بالجوانب التاريخية للمواقع. وبدلاً عن ذلك، فإنهم يميلون للمزيد من مستويات "التسلية" لتحسين زيارتهم (Thomas 1989: 91).

الخصائص الجغرافية Geographic Characteristics

ترتبط الأصول الجغرافية للسياح للتراث، سواء الدوليين أو المحليين، ارتباطاً وثيقاً بمستوى الجاذب التراثي الفردي. فالأماكن الشهيرة دولياً تجذب أعداداً كبيرة من الزوار للميزات الخاصة بها، بينما تجذب المواقع الإقليمية الصغيرة السياح المحليين، على الرغم من أن بعض السياح الدوليين قد يزورون هذه المواقع بانضمامهم إلى الرحلات السياحية الشاملة الكبيرة؛ في حالة كونهم قريين من هذه المواقع لأسباب أخرى.

يمكن تقسيم زوار التراث إلى عدة أنواع على أساس أماكنهم، وإقامتهم الأصلية (Robinson et al. 1994; Uzzell 1985): المجموعة الأولى، تضم مجموعة السكان المحليين، وهؤلاء يعيشون في المنطقة المجاورة لمواقع التراث مباشرة، وهم يقومون بزيارة اليوم الواحد للممتلكات التاريخية. وهؤلاء الناس مهمون جداً في دعم جميع المواقع التاريخية، والأثرية المحلية، والإقليمية، والوطنية، والدولية. والمجموعة الثانية، هم السياح المحليون الذين يزورون المواقع، ولكن يقعون لمدة ليلة في أحد وسائل الإقامة، وتشمل الأصدقاء والأقارب. والمجموعة الثالثة، هم السياح الدوليون، والذين يتوقفون بصفة عامة إما لزيارة أو لتمضية وقت كافٍ في موقع تراث يميز إقامتهم لمدة ليلة في أحد وسائل الإقامة المحلية التجارية، أو الإقامة مع معارفهم.

تشير النتائج الأولى للمسح الذي قام به ريتشاردز (Richards 1996)، إلى أن أكثر من نصف سياح التراث في أوروبا (٥٧٪) كانوا من السياح الدوليين، الذين يسافرون من خارج البلد الذي أجريت فيه الدراسة الاستقصائية، و ٢٨٪ كانوا من السياح المحليين. وفي دراسة لاحقة قام بها ريتشاردز (Richards 2001b) أشارت إلى أن ٦٠٪ من الزوار، الذين تم استجوابهم كانوا من السياح القادمين من خارج المدينة، و ٤٠٪ من السكان المحليين. وقد تم العثور على نتائج مماثلة بين السياح الدوليين والمحليين. ففي دراسة أطلس الاستقصائية للمواقع الأوروبية، كان ٤٠٪ من السياح الأجانب من المملكة المتحدة، وألمانيا، وفرنسا، وإيطاليا، على الرغم من أن الأمريكيين والأستراليين والنيوزيلنديين كان لهم حضور جيد (Richards 2001b).

الخصائص النفسية Psychographic Characteristics

صرح بلوق (Plog 1973, 1991) أن مواقع السياحة تتطور بشكل مختلف؛ نتيجة لأنواع الزوار الذين تجذبهم. وقال إن السياح يوزعون بين اثنين من الأقطاب المتطرفة على الطيف النفسي، حيث يميل الحريصون على أنفسهم وغير المغامرين psychocentrics، نحو التواجد في الأماكن القريبة والمتجاورة، مع توفير سبل ووسائل الراحة في السكن، والإلمام بما حولهم. وعلى الطرف الآخر من الطيف، يبحث الذين يهتمون بالآخرين أكثر من أنفسهم allocentrics، عن الأماكن البعيدة، والتجارب غير العادية، والتي تتميز بالتحدي. وعلى نحو مماثل، يمكن تطبيق هذا التفكير النفسي على السياحة التراثية. فمن خلال زيارة بعض المدن في دورة الرحلات الكبرى الأصلية أو غيرها من المواقع السياحية النموذجية، يظهر السياح الأوروبيون الحاليون ميولاً نفسية لزيارة الأماكن السياحية ذات التجهيزات العالية في الأماكن الحضرية السياحية. وفي المقابل، فإن هؤلاء الزوار الذين يحرصون على زيارة المعابد الآسيوية، وغابات أفريقيا وأمريكا الجنوبية المطيرة، وأطلال حضارات المايا والأزتيك، وتجربة ثقافة الشعوب الأولى في القطب الشمالي، والمناطق النائية من أستراليا، وحوض الأمازون (Hall and Zeppel 1990a)، هم في الحقيقة يقومون بجولات كبرى جديدة ويعكسون اتجاهاً نحو الغيرية والاهتمام بالآخر. لقد أصبحت الثقافة والتراث من دوافع الناس المهمة للسفر، وظهر اتجاه نحو تلبية رغبات جميع السكان على مختلف أطرافهم النفسية.

أنماط أخرى للزائر Other Visitor Patterns

يوجد للزائرين أنماط واتجاهات عدة، ولكنها لا تناسب والفئات المذكورة أعلاه. ولما كان معظم الناس يزورون مواقع التراث في مجموعات، فمن الجدير ذكر أنواع المجموعات التي تسافر معاً، حيث تضم الأسر أكبر مجموعة من زوار التراث (Prentice 1989b). وقد أكد فولك وديركنج (Falk and Dierking 1992: 20) أن معظم الناس (٦٠٪) الذين يزورون المتاحف في مجموعات هم مجموعات الأسر. وهذا يتضمن سفر الوالدين مع الأطفال، على

الرغم امتداد أفراد الأسرة الممتدة (مثل الأجداد وأبناء العمومة)، فهم، في كثير من الأحيان يسافرون معاً مشكلين بذلك نوعاً فرعياً آخر من مجموعة الأسرة. ربما تمثل مجموعات المدارس ثاني أهم نوع من المجموعات في معظم مواقع التراث. وتعدّ الرحلات الميدانية للفصول الأولية والثانوية جزءاً لا يتجزأ من نظام التعليم الرسمي في معظم دول العالم المتقدم، وتشكل جزءاً مقدراً من أعداد الزائرين لمعظم المواقع. وكثيراً ما تتطلب الدورات الجامعية زيارة للمواقع، ولا سيما تلك المرتبطة بتخصصات مثل التاريخ، والأنثروبولوجيا، والجغرافيا، وعلم الآثار والدراسات الثقافية. مجموعات أخرى، مثل مجموعات الكنيسة من الشباب، ومجموعات مراكز كبار السن، والكشافة للفتيات والفتيان وجمعيات الهوايات، عادة ما تقوم بزيارة جواذب سياحية خاص مرتبطة باهتماماتهم الفردية. فمجموعات الكنيسة، على سبيل المثال، تميل إلى زيارة الكنائس والمواقع التاريخية الأكثر أهمية لطوائفهم؛ أما مجموعات كبار السن فتتميل لزيارة النصب التذكارية الحربية؛ وتتجه مجموعات الكشافة للبنات لمراكز العلوم، وأطلال بيوت السكان الأصليين والحصون والقلاع، بينما تزور جمعيات الهوايات أماكن ذات صلة باهتماماتهم، مثل متاحف السكك الحديدية أو الطائرات، ومعارض الطوايح والنقود المعدنية والمواقع الصناعية.

أما فيما يتعلق بالمجموعات ذات الاهتمام الخاص، مثل سياح البيئة (Fennell 1999; Newsome *et al.* 2002; Page and Dowling 2002)، فسياح التراث يميلون بقدر أكبر إلى التعاطف مع العادات المحلية والبيئات أكثر من السياح التقليديين الذين يسافرون بأعداد كبيرة، أو الذين يسافرون بحثاً عن التجارب الخاصة بالشمس والبحر والرمال (Fletcher 1997). هناك ملامح أخرى تشير أيضاً إلى ميل سياح التراث لقضاء وقت أطول في العطلة، مما يؤدي إلى زيادة الإنفاق. وهؤلاء أكثر ميلاً للبقاء في الفنادق أكثر من غيرها من وسائل الإقامة الأخرى، أو مع الأصدقاء والأقارب، ولهم ميل كبير للتسوق (Fletcher 1997; Silberberg 1995)، مع تفضيل المنتجات المحلية من الأعمال الفنية والطعام، على عكس السياح التقليديين الذين يسافرون بأعداد كبيرة ويستهلكون الأغذية والمشروبات المستوردة المألوفة المتنوعة (Fletcher 1997: 144).

أشارت الدراسة التي قام بها ريتشاردز (Richards 1996)، إلى أن سياح التراث والثقافة لا يمثلون أكثر الزوار للجواذب التراثية من المجموعات الأخرى فحسب، ولكنهم عموماً يسافرون أكثر من غيرهم من السكان، خاصة في رحلات العطلات القصيرة. وقد دعم كل من كراكوفر وكوهين (Krakover and Cohen 2001) هذا الاستنتاج في اقتراحهم الذي أكد فيه أن غير الزوار لمواقع التراث، هم في المتوسط، أقل جذباً لجميع الأنواع الأخرى من الجواذب السياحية. وبالمثل، فإن زوار التراث قد يكونون منتظمين في الزيارة لمواقع التراث الأخرى (Jansen-Verbeke and van Rekom 1996)، على الرغم من أن، وفقاً لبرنتس (Prentice 1989b: 48)، فإن تكرار الزيارة إلى الموقع نفسه تعدّ إلى حد ما غير مألوفة، حيث أثبتت بعض دراسات ثمانينيات القرن الماضي أن أكثر من ٨٠٪ من الزوار كانوا في سفرتهم الأولى أو الثانية إلى مواقع محددة. وبالطريقة نفسها، تشير الأدلة في أنحاء أوروبا،

ترجم المستويات المرتفعة من الاستهلاك الثقافي في الوطن إلى مستويات عالية من الاستهلاك التراثي والثقافي في الإجازات خارج الوطن (Richards 1996).

إن الطلب على التراث هو أقل مرونة من السياحة العامة. فعلى سبيل المثال، في حين أن سياح التراث يتأثرون بأعمال الحرب والإرهاب في خياراتهم للسفر أو لتحديد المقاصد السياحية التي يزورونها، إلا أنهم أقل تأثراً من السياح الآخرين. فغالباً ما تتاح للسياح الآخرين الفرصة لتغيير مقاصدهم السياحية المختارة؛ لتوافر موارد مثل ضوء الشمس، والمياه الصافية، والشواطئ الرملية البيضاء في كثير من المواقع المختلفة في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك، هناك تاج محل واحد فقط واحد، وجراند كانيون واحد، وزيمبابوي العظمى واحدة. وكما أشار فلتشر (Fletcher 1997: 144)، إلى كون "عطلة الشمس والرمل والبحر ذات أسعار تنافسية. فإن فارق سعر أقل بخمسة دولارات يمكنه تحديد اختيار المقصد السياحي". ولكن في عالم التراث، فإن الناس يكونون أكثر استعداداً لدفع ثمن اكتساب تجربة "مرة واحدة في العمر"، نتيجة زيارة أماكن ذات شهرة عالمية.

يظهر سياح التراث تبايناً موسمياً أقل من كثير من الأسواق السياحية المتخصصة الأخرى. لقد افترض فلتشر (Fletcher 1997) أن السبب في ذلك ربما يعود إلى أن جزءاً كبيراً من سياح التراث يسافرون بدون أطفالهم؛ ولذلك فهم ليسوا مقيدين بالعطلات المدرسية. ومن المحتمل أيضاً أن هذا له علاقة بحقيقة أنهم أكثر توجهاً نحو التعليم والمعرفة، وهو الدافع الذي يمكن أن يظهر بغض النظر عن الطقس والوقت من السنة. إن أنشطة الأنواع الأخرى من السائحين (مثل: سياحة الشواطئ، والسياحة في الهواء الطلق)، غالباً ما تتأثر كثيراً بالظواهر الطبيعية، مثل الطقس والوقت من السنة.

الحافز/الدافع

Motivations

في دراسته عن الدوافع، وجد تشن (Chen 1998) أن زوار التراث يحركهم دافعان كبيران هما: السعي إلى المزيد من المعرفة، والسعي إلى مزيد من المنافع الشخصية. ووفقاً لبعض المراقبين (Boyd 2003; Prentice 1995; Light 1995a)، فإن البعد التعليمي، والرغبة التامة لدى السائح في التعلم يعدان من أهم محددات التفريق بين سياح التراث والأنواع الأخرى من السياح. وفي سعيهم من أجل المعرفة، ذكر المستجيبون لاستطلاع تشن أن زيادة المعرفة من الثقافة والطبيعة، بالإضافة إلى إثراء المعرفة الشخصية، كانت الدوافع الأساسية للسفر. لقد أوضحت دراسة أجراها كرستتر وكونفر مؤخراً (Kerstetter and Confer 2000)، أن ما يقرب من ربع ممن شملهم الاستطلاع، من سياح التراث، أبدوا اهتماماً بالثقافة والتراث، أو الأصل العرقي كأحد أهم الدوافع الرئيسة لزيارة مواقع التراث، في جنوب ولاية بنسلفانيا، في الولايات المتحدة الأمريكية. في حين لم يكن هناك فرق كبير في الدوافع بين الزوار المحليين والسياح في الدراسة التي قام بها

ريتشاردز (Richards 2001b: 45)، حيث أظهرت الدراسة أن السياح كانوا أكثر ميلاً للبحث عن تجارب جديدة وتعلم أشياء جديدة من الزوار المحليين. إن تعلم أشياء جديدة وإشباع حب الاستطلاع عن الأماكن الفريدة والمثيرة للاهتمام هي بالتأكيد من بين أهم الأسباب التي تجعل الناس يزورون الممتلكات التراثية.

الدافع الثاني لتشن (Chen 1998) هو المنافع الشخصية، والتي تشمل مجموعة واسعة من النوايا. لقد وجد أن الباحث لزيارة مواقع التراث يعود لتحقيق فوائد صحية، والاسترخاء، والحصول على نوع من المكافأة الروحية، وأنشطة الترفيه والاستمتاع بمشاهدة معالم المدينة. وقد وجد ريتشاردز (Richards 2001b) الكثير من الدوافع المماثلة في دراسته، وقد أرجع زيارة الناس للمواقع لا لاهتمامهم فقط، ولكن أيضاً لأنهم يريدون مرافقة الأصدقاء والأقارب والزوار الذين يريدون المزيد من التعلم، والاسترخاء أو مشاهدة معالم المدينة. بعض زيارات الناس تتم أيضاً بدافع من الأعمال التجارية، حيث أشار ريتشاردز في دراسة له: إلى أن عدداً كبيراً من السكان المحليين حضروا إلى مواقع التراث لعلاقة هذه المواقع بعملهم.

إن الأنواع المختلفة من الناس تتطلب تجارب تراثية مختلفة، وإن كانت هناك بعض القواسم المشتركة بينها بالطبع. في الولايات المتحدة أشار ماكنز (Makens 1987) إلى أن ارتفاع السكان كان له الأثر في الاهتمام المتزايد في معرفة جذور الفرد، مما يؤدي إلى زيادة الاهتمام بالمواقع التاريخية كمواقع لجذب الزائر. وتبين الاتجاهات أن كبار السن أكثر ميلاً إلى السفر لأسباب تراثية شخصية. إن تطور علم الأنساب، وبحوث تاريخ الأسرة كأحد أشكال الترفيه الجاد والسفر، والسفر لأراضي الأجداد، والأنساب، والكنائس، والمقابر، تؤكد على هذه الحقيقة (Timothy 1997). فغالباً ما يسافر المتدينون إلى المواقع المقدسة كوسيلة لتأكيد إيمانهم والسعي للنعم الإلهية. يشكل المتحمسون لممارسة الأنشطة في الهواء الطلق والمهتمون بالمناظر الطبيعية شريحة كبيرة من مجموع الزوار الذين يزورون المتنزهات الوطنية، في حين يصنف هواة التاريخ والمتعلمون من سياح التجارب الخاصة بزيارة الأطلال والمتاحف القديمة. وتشمل دوافع السياح لدى زيارتهم لمواقع الموت حب الاستطلاع والافتتان بالشخصيات المشهورة. إن زيارة المواقع الأدبية، أو موقع مرتبط بتراث الفرد الشخصي، يمكن أن يكون ذا معنى عظيم للحنين أو اكتشاف جذور الشخص.

وثمة توجه جديد من البحوث، التي تظهر أنه عندما يزور الناس المتاحف وغيرها من مواقع التراث كالأطفال، مع مجموعات المدارس أو الأسر، يكون لديهم ميل لزيارتها عندما يكبرون بالمقارنة مع الأشخاص الذين لم يزوروها حينما كانوا أطفالاً (Krakover and Cohen 2001). ووفقاً لكل من فولك وديركنج (Falk and Dierking 1992: 21)،

"يدرك الناس أن الأنشطة المختلفة تعزز أساليب حياتهم ورغباتهم في أوقات مختلفة. فعلى سبيل المثال، يربط كثير من الناس زيارات للمتاحف بطفولتهم، لأن آباءهم أخذوهم في زيارة للمتاحف عندما كانوا أطفالاً. وعندما يصبحون مراهقين وشباباً، فإنهم يركزون أكثر على الأحداث الرياضية،

أو المرتبطة بالنوادي. ولكن عندما يصبحوا آباءً، يعودون إلى المتاحف من أجل أطفالهم ... ويستأنف الآباء ممارسة نحو نصف الأنشطة التي شاركوا فيها بأنفسهم عندما كانوا صغاراً.

وهذا يعكس التجارب الإيجابية، التي تكونت من أيام الطفولة وتظهر في وقت لاحق، في شكل رغبة في رؤية الأماكن التي زاروها عندما كانوا أطفالاً، ليبدووا في بناء العادات والذكريات مع أطفالهم بالطريقة التي يتذكرونها ويعونها حينئذٍ لأيام الطفولة.

وهذا بلا شك يظهر دافعاً آخر بالغ الأهمية وراء كثير من الأسباب التي تجعل الناس يرغبون في زيارة مواقع التراث - وهو دافع الحنين. وقد وجه كثير من العلماء والمراقبين في الآونة الأخيرة قدراً كبيراً من الاهتمام لفهم زيارة التراث من منظور الحنين. لذا قد تم مناقشتها هنا؛ لأنها لا تنتهي بمرور الوقت، وتساعد في فهم الدوافع الكامنة وراء زيارة مواقع التراث.

عرف كل من بيكر وكينيدي (Baker and Kennedy 1994: 169) الحنين بأنه: "وجدان حلو ومر أو توق لتجربة، ومنتج، أو خدمة من الماضي"، وقال عنه بيلك (Belk 1990: 670) إنه: "مزاج حزين" يثيره في بعض الأحيان شيء ما، مجموعة متنوعة من الموسيقى، مشهد مألوف، أو رائحة مألوفة. ولذلك،

"فليس من المدهش أن الأسرة والأصدقاء هم عناصر مهمة في تجربة الحنين ... فرائحة قرفة الخبز الطازج في مخبز قريب قد تثير مشاعر الحنين إلى الجودة. وقد تعيد مجدداً أغنية من الماضي ذكريات ماضية من الضحك والصدقة مع رفاق الطفولة" (Baker and Kennedy 1994: 169).

وثمة في هذا المعنى شوق حلو ومر مرتبط بذاكرة أو صورة من الماضي ومزيج من السعادة والإثارة والحزن (Baker and Kennedy 1994). إن فكرة الحنين nostalgia - التي تعني عند الإغريق التوق للعودة للوطن - قد كانت مصطلحاً طبياً من القرن السابع عشر، استخدم لوصف مرض المنخوليا، الذي عانى منه الجنود السويسريون المحاربون بعيداً عن ديارهم وأسرهم. تشمل أعراض "المرض" الاكتئاب والحزن، والبكاء، وفقدان الشهية، ومحاولات متكررة للانتحار (Davis 1979; Schofield 1996). في المصطلحات الحديثة، يشيع استخدام الحنين لوصف شعور يمر به الناس، يحفزهم لزيارة أماكن التراث ذات الارتباط الشخصي والقوي (مثل الأوطان، والمقابر، والمنازل القديمة)، والمعالم الوطنية التي تثير مشاعر قوية من الفخر والوطنية (على سبيل المثال المقابر الوطنية، والنصب التذكارية للحرب، وساحات القتال)، وربما حتى في المواقع ذات الأهمية العالمية التي تحفز مشاعر الرعب، وتبجيل واحترام الناس والأحداث التي وقعت في الماضي (مثل مواقع المحرقة، والمعابد القديمة، القلاع، والألغام).

يرى لونتال (Lowenthal 1979b: 549) أن التحديث السريع والتدمير المتسارع [في الماضي] قد عمق الحنين لعالم الماضي المفترض أنه بسيط وأكثر أماناً وملاءمة للعيش فيه، بحثاً عن الجذور التاريخية والهوية. إن الناس يشعرون بالفخر والاهتمام بماضيهم وماضي الآخرين. هذا الفخر والإعجاب يقود المسافرين إلى أماكن تمثل القيم وأساليب الحياة، التي سرعان ما فقدت في العالم الحديث. لقد نشأ في العصر الحديث، مجتمع صناعي جديد لا جذور له ولا أصول (Merriman 1991: 11). ولهذه الأسباب، يحاول الناس باستمرار اكتشاف الماضي والعودة إليه. ويجادل هويسن (Hewison 1991) أن المسافرين حول العالم قد اتجهوا نحو الماضي، لا باعتباره مورداً اقتصادياً فحسب، بل أيضاً بوصفه مورداً نفسياً، وقد أشارت دان (Dann 1998: 29) إلى أن: "اليوم هناك قدر كبير من الوقت والطاقة المكرسين للتطلع إلى الوراء. وأن سعينا هو انتزاع الماضي المتخيل، الذي تعرضه وسائل الإعلام بأنه أفضل بكثير عن الوضع الحالي الذي تسوده الفوضى والمستقبل المزعج".

ووفقاً لإحدى الدراسات (Merriman 1991)، يعتقد الناس عموماً، أن الناس أكثر سعادة في الماضي، لأن الحياة كانت بسيطة، وأقل تعقيداً. وفي دراسة طلب فيها ميريمان (Merriman، من الناس ذكر أفضل الأشياء في الحياة في الماضي. وثمة مجموعة منتقاة من الإجابات الأولية في الجدول رقم (٣،٢). لهذه الأسباب وغيرها يجعل الناس أجدادهم (Lowenthal 1992)، كما صورت في المثال التالي:

"لقد ألهم هذا التصور اهتمامها عندما كبرت فاتخذت صناعة النسيج كهواية. وقد أعربت عن توقعها لشراء واحدة من هذه الأنوال القديمة المعروضة في السوق، ولكن حتى أقل هذه الأنوال تكلفة كان سعرها مرتفعاً للغاية، بالنسبة لها. واسترجعت بصلاية مصير نول جدتها والذي كان، على الرغم من حالته الجيدة وقدرته على الإنتاج، تعتبره والدتها خردة بعد فترة وجيزة من وفاة الجدة. في هذه الدورة المتداخلة بين الأجناس في تقليد نسج الحرير، وهي الحرفة التي تعلمتها الجدة، ربما بسبب الضرورة، قد تم التخلي عنها بسهولة من قبل زوجة الابن التي عبرت عن امتنانها للسهولة والراحة في شراء الملابس الجاهزة، وعاد إليها الحنين كهواية لحفيدة. في مثل هذه الحالات، الذي كان يعدّ من الإبداع وهو ضرورة لإيجاد عمل للأجيال السابقة قد أصبح متعة يسعى إليها أغنياء اليابان" (Creighton 1997: 247).

الجدول رقم (٣، ٢). ما يعدّه الناس أفضل أمور الحياة في الماضي.

-	الأسر وثيقة الصلة.
-	كان هناك القليل جداً من التلوث.
-	كانت هناك القليل من السيارات أو غير موجودة.
-	كانت الحياة بمعدل أبطأ.
-	كان هناك رابط مشترك بالجواري.
-	تركيز أقل على اكتساب المال.
-	معدل التغير، سواء من الناحية التقنية والاجتماعية، كان أبطأ، ويعني درجة أكبر من الاستقرار.
-	لم تكن هناك أسلحة نووية.
-	الحياة كانت بسيطة مع عدم وجود مخاوف اقتصادية.
-	كانت القيم أسمى.

المصدر: (Merriman 1991: 28).

بهذه الطريقة، ينسب الناس المعاني إلى بيئاتهم. وينطبق الشيء نفسه على السياح عند زيارة المواقع التاريخية في محاولة لفهم أنفسهم، حيث إنهم يربطون تجاربهم بحياتهم الشخصية. وقد أورد برونر (Bruner 1994: 410) مثالين جيدين على ذلك:

المثال الأول يشير إلى دخول أحد مزارعي إيلينوي منزلاً خشبياً حيث كان المؤدين يغزل الصوف. ذكر المزارع أنه عندما كان طفلاً كان هناك عجلة للغزل في منزله يشبه إلى حد كبير واحدة في نيو ساليم، وأشار إلى صور من مزرعته في البراري.

وعلى الطريقة نفسها،

يتمثل المثال الثاني في أن قاضياً كان يحب المجيء إلى نيو ساليم في وقت مبكر جداً من صباح فصل الشتاء الثلجي ليتمكن من المشي، في عزلة، على الأرض المقدسة نفسها التي سار فيها أبراهام لينكولن. كان القاضي يمارس القانون في المنطقة نفسها التي كان فيها لينكولن. وكان هناك تمثال نصفي من البرونز للينكولن في مكتبه، كان قد أدى دور لينكولن في مسرحية محلية، وكان طويل القامة نحيفاً، فكان بدنياً يشبه لينكولن، وأنه قدم بوضوح هوية شخصية ذات

معنى (Bruner 1994: 410).

يأتي التعليم والأسباب الشخصية الأخرى معاً لزيارة المواقع التراثية كأسباب لإيجاد مستويات مختلفة من الطلب على منتجات تراثية مختلفة. وبناءً على دراسة قام بها ميريمان (Merriman 1991) أجريت فيها ٣٠١ مقابلة مع المقيمين في كامبردج، وساوثامبتون، ويورك لانكستر، في المملكة المتحدة، يبين الجدول رقم (٣،٣) الأسباب الرئيسة وراء اعتقاد الناس ضرورة البحث في التراث. حيث تدرج ردودهم في ثلاث فئات هي: توجيه الناس في الحاضر، والاهتمام والفضول المحض، والمساعدة على توجيه المستقبل.

الطلب المتأخر أو عدم استخدام التراث

Latent Demand/Non-use of Heritage

وكما ذكر آنفاً في هذا الفصل، واحدة من أهم أنواع الطلب على السياحة التراثية هو الطلب غير المشبع. أو الطلب الكامن، والذي يعني الفرق بين العدد المحتمل للأشخاص الذين يمكنهم الاستفادة من موارد التراث وعدد الذين يقومون به. الطلب الكامن يعني الأشخاص الذين لم يزوروا مواقع التراث أبداً، ولن يفكروا في زيارتها. كما يشمل أيضاً الناس الذين اعتادوا على زيارة هذه الأماكن في الماضي ولكنهم توقفوا عن ذلك. والناس الذين يزورون بشكل غير مستمر (Davies and Prentice 1995; Swarbrooke 1995). وعلى الرغم من صعوبة حصر الذين لا يرغبون في زيارة مواقع التراث وموارده إلا أن من المهم لمديري المواقع التراثية العمل على دراستهم ووضع تصور عن كيفية جذب زوار جدد واستعادة هؤلاء الذين نادراً ما يزورون مواقع التراث أو توقفوا عن زيارتها.

يمكن تحديد الكثير من المعوقات التي تبين لماذا لا يشارك الناس في أنشطة الترفيه والسياحة. وقد صنف كراوفورد وقودبي (Crawford and Godbey 1987). هذه المعوقات إلى: المعوقات الهيكلية، والمعوقات الذاتية. والمعوقات الاجتماعية. المعوقات الهيكلية: هي عوامل من شأنها منع الناس من أن يكونوا متفاعلين. المعوقات الذاتية: توجد عندما يعجز الناس عن تطوير أنشطة ترفيه بسبب مشاكل. أو سوء فهم مرتبط بالاحتياجات الشخصية، أو التنشئة الاجتماعية السابقة، أو القدرات الشخصية. أو تصورات عن اتجاهات مجموعات الأصدقاء والأقارب التي يتم الرجوع إليهم (Jackson and Scott 1999: 307). المعوقات الاجتماعية: تظهر المعوقات الاجتماعية بين الأفراد من التفاعلات الاجتماعية مع غيرهم. وتدرس الفقرات التالية بعض هذه القيود.

الجدول رقم (٣,٣). تصورات الناس عن لماذا ينبغي فهم الماضي.

• توجيه الناس في الحاضر: ○ الماضي هو مفتاح الحاضر "مقارنة مع اليوم". ○ لاكتشاف ما الذي جعل العالم المكان الذي هو عليه الآن. ○ وضع أصول النزعة الإنسانية وتنميتها. ○ لذا فإننا نعرف من أين جئنا نحن. ○ يجب أن يعرف المرء عن الماضي ليقدّر الحاضر. ○ وبدون معرفة الماضي فإنك تعيش في فراغ. ○ زيادة الفهم. ○ خلفية اليوم مثيرة للاهتمام في حد ذاتها. • الاهتمام الفطري والفضول المحض: ○ الفضول. ○ من المثير للاهتمام بالنسبة لنا معرفة ما حدث في الماضي. ○ لمعرفة الأماكن والأشخاص الذين يعيشون منذ سنوات. ○ الاهتمام. ○ ولأن فضول الإنسان لا يمكن إرضاءه. ○ من الجدير تعلم كيف قام الناس في الماضي بالأشياء. ○ لمعرفة المزيد عن التاريخ وما حدث قبل سنوات من عصرنا. ○ ومن الجميل أن نعرف كيف عاش الناس، ومعرفة ما كانوا يعيشون فيه والأشياء التي استخدموها. ○ الفضول عن الماضي. ○ رؤية كيف عاش الناس • المساعدة على توجيه المستقبل للأهداف التالية: ○ مساعدة المستقبل. ○ معرفة للمستقبل. ○ أن الدروس يكمن تعلمها. ○ تمكننا من عمل مستقبل أفضل. ○ نرى أين أخطأنا. ○ اكتساب المعرفة للمساعدة في المستقبل. ○ نحن بحاجة لنعرف ما لدينا من التاريخ الماضي من أجل إعادة ترتيب مسار عملنا في المستقبل. ○ نتعلم من أخطائنا. ○ معرفة الماضي تساعد المستقبل. ○ من الناحية المثالية أن علينا أن نتعلم من النضال في الماضي.

المصدر: (Merriman 1991: 24-5).

صعوبة الوصول Inaccessibility

يوجد نوعان من عوائق الوصول في عالم السياحة هما: العائق الجسدي والمادي. العائق الجسدي يعني عدم التمكن من الوصول جسدياً إلى مكان ما. قد تكون العوائق الجسدية لظروف مثل: الأحوال الجوية القاسية، أو الحواجز الطبوغرافية، أو الافتقار إلى البنية الأساسية والنقل، ونقص في تسهيلات وصول المعوقين. العائق المادي، لا توجد عوائق مادية بالمعنى الحرفي، ولكن توجد عقبات أخرى تبقى الناس بعيداً عن مواقع التراث. فيما يتعلق بالعائق المادي، هناك سببان رئيسان يبيدهما الناس لعدم زيارة المواقع التراثية والمتاحف تتمثلان في ضيق الوقت والمال (Hood 1983)، ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى أوقات العمل والمسؤوليات المنزلية، والدخل المنخفض (Davies and Prentice 1995). في الجانب الآخر، حتى لو كانت هناك رغبة عند كثير من الناس لزيارة تلك المواقع فإنهم لا يقومون بذلك بسبب رسوم الدخول وتكلفة النقل، بالإضافة إلى الوقت الذي يقضيه في هذه الزيارة، والذي سيبعده عن مسؤولياته المهمة الأخرى، حسب تعبيره.

الافتقار للإعداد التربوي Lack of Educational Preparation

بشكل عام، تسيطر الشخصية الذاتية على جزء من رغبات الزائر، فعدم وجود إعداد تربوي مسبق يعوق كثيراً من الناس عن زيارة مواقع التراث (Davies and Prentice 1995). يرى بعض الناس أن العالم المتمثل في المتاحف ليس بعالمهم. فهو عالم منظم تحكمه القوانين العلمية، والمصطلحات، وتقسيمه لفترات ليست بذات سمات مشتركة مع الشخص العادي. يشير محترفو المتاحف إلى أن ما هو واضح للعاملين في هذا المجال ليس بالضرورة أن يكون واضحاً للآخرين (Schouten 1995b: 259). وقد أكد سكوتن (Schouten 1995b)، أن عمليات التواصل داخل المتاحف تتسم بالتقليدية إلى حد ما، حيث يفترض أن يبدأ الجميع من النقطة نفسها، وأن يخضعوا لأنواع التجارب نفسها المحسنة للمعرفة على وتيرة واحدة.

ويتعلق بذلك أيضاً عدم وجود الزيارة خلال الطفولة، التي يمكن اعتبارها تعليماً غير نظامي. وتبين البحوث أن الناس الذين زاروا مواقع التراث أثناء الطفولة أكثر ميلاً إلى القيام بذلك خلال مرحلة البلوغ (Krakover and Cohen 2001). وهكذا، من ليس له تاريخ في الحضور إلى المواقع التراثية يعد ذلك نوعاً من القيود لديه.

المعوقات Disabilities

تعد الإعاقة الجسدية من بين القيود المشتركة بين شرائح كبيرة من المجتمع، الذين يختارون عدم زيارة مواقع التراث. وتمشيًا مع قيود الترفيه لكل من كراوفورد وقودبي (Crawford and Godbey 1987)، حدد كندسن وآخرون

(Knudsen *et al.* 1995: 111-12) ثلاثة أنواع من الإعاقات التي توجد لدى الناس ، الذين لا يشاركون في الأنشطة الترفيهية ، بما في ذلك الزيارات إلى الجواذب التراثية. هذه الإعاقات تتمثل في : أولاً ، الإعاقات الجوهريّة ، وهي تلك التي تنتج عن قيود فردية شخصية تتمثل في الإعاقة الجسدية ، أو النفسية ، أو المعرفية ، بما فيها الكثير من الحالات التي يمكن أن تعرقل رغبتهم للذهاب إلى المقاصد أو الجواذب التراثية ، وتشمل ما يلي :

- مهارات غير متكافئة ، حيث تبدو مهارات الشخص غير كافية لتسمح له بالتمتع بالمكان.
- الاعتماد الجسدي على شخص آخر أو آلة.
- المشاكل الصحية.
- ضعف الفاعلية الاجتماعية.
- نقص المعرفة بالأماكن والتسهيلات لاتخاذ خيارات مدروسة.
- ثانياً ، الإعاقات البيئية ، وتمثل قيوداً لمجموعة الزوار الكامنين. ويتمثل ذلك في القوى الخارجية التي تُوجد القيود على الأفراد المعوقين. وتشمل هذه القيود على سبيل المثال لا الحصر :
- السلوكيات السلبية الأخرى للزوار الآخرين نحو ناس مختلفين.
- المباني المعمارية التي لا تسمح بسهولة الوصول إليها.
- الحواجز الطبيعية والطبوغرافية مثل التلال والصخور والثلوج والأشجار.
- نقص في وسائل النقل المناسبة والسهلة الاستخدام.
- الحواجز الاقتصادية ، مثل الدخل المنخفض والنفقات المرتفعة.

ثالثاً ، معوقات الاتصالات ، والتي اقترحها كندسن وآخرون (Knudsen *et al.* 1995: 111-12) ، تنتج عادة عن فشل وصول أو استقبال رسالة المرسلين أو المستقبلين. وأوضح مثال لذلك ذوي الإعاقات في النظر أو السمع. فعلى سبيل المثال ، على الرغم من أن مرشد التراث يتحدث بطريقة تمكن معظم الزوار من السمع ، مع رؤية معظم الشرائح التي يعرضها ، إلا أن بعض الأفراد سيجدون صعوبة في ذلك ويمكن أن يصابوا بالإحباط من الزيارات التي قاموا بها. في بعض أجزاء العالم ، تم سن التشريعات كوسيلة تأمين حقوق الوصول للأشخاص المعوقين جسدياً. فقانون الأمريكيين المعوقين للعام ١٩٩٢م (ADA) Americans with Disabilities Act ، على سبيل المثال ، يمثل رؤية بعيدة المدى في معاملة للمعوقين. إنه يتعامل مع قضايا العمالة ، والتأمين ، والاتصالات ، ولكن ربما كان أهم غرض من هذه المناقشة هي متطلباتها بأن "لا يستبعد أي فرد عاجز من المشاركة ، أو أن يحرم من فوائد الخدمات والبرامج والأنشطة العامة ، أو أن يتعرض للتمييز من أي نوع" (West 1991: 37) ، و "لا يجوز التمييز ضد أي فرد على أساس الإعاقة في التمتع الكامل والمتكافئ بالسلع والخدمات والتسهيلات والامتيازات والمزايا ، والإقامة في أي مكان من أماكن الإقامة العامة من جانب أي شخص يملك ، أو يؤجر ، أو يدير مكان إقامة عامة" (West 1991: 38). وتعني

العامة في هذا الصدد الاستخدام العام وليس ملكية الحكومة، الأمر الذي يعني، إن جميع الأعمال التجارية في الولايات المتحدة، بما في ذلك مواقع التراث، وخدمات النقل والإقامة يجب أن توفر إمكانية وصول الأشخاص المعوقين، مع ضمان فرصة حصولهم على تجارب ذات نوعية عالية على قدم المساواة مع الأشخاص غير المعوقين. وهذا غالباً ما يعني أن مراكز المدن التاريخية ومواقع التراث الفردية يجب أن تخضع لبعض التحولات المادية، مثل بناء السلالم والمصاعد، أو إضافة وسائل تفسيرية للمكفوفين أو الزوار من ضعاف السمع. يستثنى من هذا المكان غير المجدي لتقديم وسائل وصول مادية بطريقة لا تهدد الأهمية التاريخية للمباني والهياكل أو تدمرها. ولكن، على أية حال هناك حاجة ماسة إلى وجود وسائل وطرق بديلة. في حين أن معظم الأماكن في العالم المتقدم، بدأت في اعتماد مبادئ إرشادية ماثلة، هناك عدد قليل نسبياً، من الأماكن التاريخية في العالم النامي، تقدم وسائل وصول للمعوقين تقتصر على الكراسي المتحركة والمشايات والمعلومات للمعوقين سمعياً وبصرياً، وقد بدأ ذلك في التغيير. وستعالج هذه المسألة بمزيد من التفصيل في الفصل السادس، لكنه من المهم أن نلاحظ هنا أن صعوبة الوصول هو واحد من أهم عقبات عدم المشاركة في السياحة التراثية لشريحة كبيرة من سكان العالم.

القيود النفسية Psychological Constraints

هناك اعتقاد سائد يرى أن المواقع التاريخية ما هي إلا أطلال مملّة، هي "دائماً الأطلال نفسها" و"للسياح فقط" (Davies and Prentice 1995: 492). بالنسبة لكثير من الناس فإن طبيعة الموقع نفسه وموضوعه هما اللذان لا يجذبان، وليس بالضرورة طريقة العرض. "وبعبارة أخرى، فإن التاريخ - مهما تم تقديمه - قد لا يكون من ضمن اهتمامات أولئك الناس الذين تخلّوا حديثاً عن زيارة مواقع التراث" (Light 1996: 188). على ضوء هذا الاستنتاج، أشار لايت (Light 1996) إلى أن العرض قد لا يكون أفضل أداة لتوسيع سوق التراث. وبدلاً من ذلك لابد من أن يكون التراث أداة فاعلة في تدعيم وتعزيز الزوار الفعليين الأساسيين في سوق التراث. بالنسبة لغير المتخصصين، يتم النظر لمعظم القطع المتحفية على أنها تمثل شيئاً واحداً فقط، خاصة لو كانت في مجموعات كبيرة (Schouten 1995b). ويعدّ مديرو التراث ومنظمو المعارض الكلمات والوسيلة الخطائية أفضل طريقة لنقل الأفكار. بالنسبة للأجيال الشابة، الذي شبوا على مشاهدة شاشة التلفزيون وألعاب الفيديو، تعدّ القراءة لهم مجرد وسيلة ثانوية لجمع المعلومات. ويركز تعليمهم على الصور البصرية والإلكترونية. وبالنسبة لكثير من هؤلاء الأفراد، تعدّ مجموعات المتحف مجموعات فقيرة، مملّة وغير مفهومة (Schouten 1995b: 260).

ولعل السبب النفسي الأكثر شيوعاً الذي يعطيه الناس لعدم زيارة الجواذب التراثية، يتمثل في غياب الاهتمام أو الرغبة. في هذه الحالة فإن الأمر يتعلق بالذوق. بعض الناس ببساطة، ليست لديهم رغبة على الإطلاق في زيارة المواقع التاريخية والأثرية والمتاحف. بعض الناس لهم اهتمام قليل للقيام بالأنشطة الترفيهية خارج المنزل،

والكثيرون ليس لديهم رغبة في السفر بعيداً عن بيئات وطنهم. هؤلاء الناس كثيراً ما يقدمون أعذاراً تعتمد على مشاكل بسيطة، يمكن التغلب عليها إذا كان هناك اهتمام حقيقي بذلك. مثل هذا الاتجاه يمنع كثيراً من الناس حتى من التفكير في زيارة الأماكن التراثية (Davies and Prentice 1995).

يعدّ التفاعل الاجتماعي من أهم الأسباب التي يبدئها الناس لزيارة المتاحف. ولذا، فإن بعض الناس يترددون في الذهاب إلى المتاحف والمواقع التاريخية إذا لم يجدوا من يرافقهم في زيارة هذه المتاحف (Schouten 1995b).

قيود أخرى Other Constraints

لأن نسبة كبيرة من المتاحف وغيرها من الممتلكات يملكها الجمهور والقطاعات التطوعية، وبذلك لا تستهدف الربح المادي كالإنشاءات الخاصة، فإنها معروفة في عدم اهتمامها بتقديم خدمات ذات مستوى عالٍ للزوار. قدم سكوتن (Schouten 1995b) مثالاً لمحات المتحف التي تغلق في وقت محدد، فعندما يشتري الزوار بعض حاجاتهم من المتحف ويريدون أن يدفعوا قيمتها يجدون أن البائع قد أغلق محله.

ويعدّ ما يسمى بـ "إرهاق المتحف" سبباً آخر لعدم زيارة بعض الناس للمواقع التاريخية. حيث إن بعض الناس، بسبب طول المكوث في المتحف أو الموقع التراثي، يبدؤون الشعور بالإرهاق والتعب. ونتيجة لذلك، يلاحظ أنه كلما طال وجودهم في المتحف زادت سرعة تحركهم نحو الخروج، وكلما قَضَوْا وقتاً أطول في صالات العرض، قل اهتمامهم بالمعروضات (Schouten, 1995b: 260).

وفيما يلي دراسة حالة للطلب على السياحة التراثية في إيرلندا الشمالية، تشمل بعض القيود السياسية التي تواجهها.

الطلب على السياحة التراثية في إيرلندا الشمالية: دراسة حالة

Case Study: Heritage Tourism Demand in Northern Ireland

خلفية Background

في معظم الحالات، يبحث المسافرون عن أماكن آمنة ومثيرة للاهتمام للزيارة. عدم وجود السلامة في منطقة المقصد غالباً ما تبطل نوعية التجارب والجواذب السياحية المعروضة، ويتم البحث عن مقاصد سياحية بديلة. ويمثل الإرهاب شكلاً من أشكال العنف، التي لها أثر سلبي وسريع على السياحة، سواء كان التهديد الإرهابي يستهدف السياح أو البنية الأساسية للمكان السياحي (Sonmez and Graefe 1998; Aziz 1995). إن شكل الصراع بين عامي ١٩٦٩-١٩٩٤م في إيرلندا الشمالية كان عاملاً رئيساً لعدم تنمية المنتج السياحي للمنطقة تنمية كاملة

(Boyd 2000b; Wall 1996; Buckley and Klemm 1993). ويرى آخرون أن مجلس السياحة في إيرلندا الشمالية (NITB) Northern Ireland Tourist Board، فشل في ترويج المنطقة وتشجيع التنمية السياحية، ويعزا ذلك لاستمرار تهديد الإرهاب (Leslie 1999). ومن الصعب أن يقوم مجلس السياحة بالتغلب على صورة العنف في المنطقة، خاصة أن هذه الصورة أصبحت حقيقة شكلت تصورات الكثير من الناس عن إيرلندا الشمالية.

إن الصورة مهمة لأي مقصد سياحي. وهي غالباً ما تكون الصورة التي تعكسها المنطقة والتي تجتذب الزوار، أو التي تدعهم يختارون مقصداً بديلاً. وليس من المستغرب أن نرى صور الجيش الجمهوري الإيرلندي، ونشاط البروتستانت البرلماني والدمار الذي توجهه حملات القصف المستمر إلى البنية التحتية للمنطقة، قد غطت على التنوع والثراء للجواذب السياحية، التي تقدمها المنطقة (NITB 1993; Browne 1994). ونتيجة لذلك، فإن الفترة من عام ١٩٦٩-١٩٩٣م وصفت بأنها "السنوات المفقودة" فيما يتعلق بالنمو والتنمية السياحية، إذا ما قورنت بالنمو الذي تمتعت به بقية أوروبا الشمالية خلال الفترة نفسها (Baum 1995).

أهمية الثقافة والتراث Importance of Culture and Heritage

لا تقدم إيرلندا الشمالية صورة سلبية كمقصد لقضاء العطلات فحسب، ولكنها أيضاً يجب أن تقبل أن موقعها الجغرافي على تخوم أوروبا ووجود منتجعات المياه الباردة فيها لا تجعلها مقصداً واضحاً للعطلات في أوروبا. وإنما يأتي الزوار إلى إيرلندا الشمالية لتمضية جزء من إقامتهم فيها في الرحلات ذات خطوط السير الكبيرة. وفي سياق كهذا، فإن معظم الجواذب السياحية بإيرلندا الشمالية قد صممت لتزويد الزوار بتجربة ثقافية وتراثية، حيث يرتبط التراث أساساً بالناس، والمناظر الطبيعية، والثقافة، والأنشطة (Northern Ireland Tourist Board 2000).

تقسم الجواذب التراثية في إيرلندا الشمالية إلى عدة فئات فرعية متميزة، تتمثل فيما يلي:

- الجواذب التاريخية: (وهي عناصر داخل بُنى المناظر المشيدة، مثل المنازل، والقلاع، والآثار، والكاتدرائيات).
- الجواذب الصناعية: (وهي منتجات وحرف مرتبطة بتاريخ المنطقة، مثل الكتان، والخزف، والمشروبات، والكريستال، وبناء السفن).
- الجواذب الثقافية: (وهو ما يتصل بالمجتمعات السابقة، وأنماط الحياة، والعادات، مثل: المواقع الإيرلندية المبكرة، ومستوطنات الوجود البريطاني القديم في إيرلندا).
- الجواذب الطبيعية: (وهي عناصر من المناظر الطبيعية، مثل الجسر، والمتنزهات الوطنية، والغابات، والكهوف).
- الجواذب التعليمية: (وتتصل بالجواذب التي يكون الغرض النهائي منها هو نشر المعلومات للأغراض التعليمية، مثل: المتاحف، ومراكز الزوار، والمكتبات، ورصد الكواكب).

وباستعراض أكبر المقاصد السياحية في إيرلندا الشمالية، يوضح الجدول رقم (٣,٤) أن التراث هو أساس تجربة الزائر في المنطقة. وفي حين أن هناك بعض التقلبات في موقف الجواذب الفردية المقامة، من عام إلى آخر، فإن الصورة العامة الموضحة في الجدول رقم (٣,٤) تشير إلى أن للجواذب التراثية حضوراً قوياً ومتسقاً، وأن لإيرلندا الشمالية اسماً وشهرة يتصلان بالتراث، يجب عليها أن تستمر في ترويجيهما.

في دراسة قام بها بويد (Boyd 2000b)، برزت السياحة التراثية كموضوع مهيمن على المنتج السياحي في إيرلندا الشمالية، وذلك خلال فترة وقف إطلاق النار من الجيش الجمهوري الإيرلندي العام ١٩٩٤م، وتوقيع اتفاق الجمعة العظيمة في العام ١٩٩٨م. يسجل الجدول رقم (٣,٥) أعداد الزائرين لفئات مختلفة من الجواذب التراثية، وهذا الجدول يبين أنه في حالة وقف إطلاق النار، فإن إيرلندا الشمالية تمتعت بأفضل أعداد الزائرين، منذ الوقت الذي احتفظ فيه مجلس سياحة إيرلندا الشمالية بالسجلات. وكما يكشف الجدول أيضاً عدم استقرار السوق بسبب الاضطرابات، فقد شهد كسر وقف إطلاق النار في أوائل العام ١٩٩٦م انخفاضاً كبيراً في أعداد الزائرين لتلك السنة من جميع الفئات.

الأسواق الرئيسية Key Markets

ومما يتناسب مع كونها مكاناً هامشياً، ومقصداً للمياه الباردة وصورة سلبية في الخارج، يمكن أن يُفسر، أن سبب زيارة الأصدقاء والأقارب ظل السبب الرئيس في اختيار الناس لزيارة إيرلندا الشمالية. يسجل الجدول رقم (٣,٦) الأغراض الرئيسة للزيارات، وفيما العام ١٩٩٥م عندما أعلن أقل من ٤٠٪ السبب الرئيس للزيارة، فقد ظل الرقم ثابتاً نسبياً بين ٤١-٤٤٪ لسنوات عدة بعد ذلك. تقع زيارات العطلة كنسبة مئوية من جميع الزيارات في المرتبة الثالثة وراء الزيارة لأسباب العمل. العام الوحيد الذي تغير فيه هذا النمط كان عام ١٩٩٥م، عندما تم تسجيل مزيد من زيارات العطلة. يكشف هذا الجدول أنه منذ توقيع اتفاق الجمعة العظيمة، ووقف إطلاق النار، ظلت إيرلندا الشمالية غير قادرة على الاستفادة من هذا الحدث لجذب المزيد من أصحاب العطلات. ومع ذلك، يحتاج المرء إلى توخي الحذر، لأن زيارة الأقارب والأصدقاء والسفر بسبب العمل هي أسواق سياحية متخصصة ومهمة، ولا يعني أنه عندما لم يذكر الزوار عطلات المتعة كسبب من أسباب زيارتهم أن السياحة لم تتزايد منذ العام ١٩٩٧م.

وبمناقشة أعداد كل الرحلات في الجدول رقم (٣,٦) يظهر أن حالة الانحدار بين عامي ١٩٩٦-١٩٩٨م قد تغيرت من العام ١٩٩٩م حتى اليوم.

الجدول رقم (٣،٤). المعالم السياحية العشرون الأولى التي تم زيارتها بين عامي ١٩٩٤-٢٠٠٠م في إيرلندا الشمالية.

المرتبة	٢٠٠٠م	المرتبة	١٩٩٨م	المرتبة	١٩٩٦م	المرتبة	١٩٩٤م	الجاذب
١	٣٩٥,٢٤٧	١	٤٠٧,٨٠٦	١	٣٩٥,٠٠٠	١	٣٣٠,٠٠٠	مركز زوار كاسواي للزائر
٣	٢١٧,٨١١	٣	٢٣٥,٥٩٤	٢	٢٤٠,٨٥٩	٢	٢٥٦,٠٢٠	متحف الستر
٢	٣٥٠,٠٠٠	٢	٣٠٠,٠٠٠	١٢	١٠٠,٠٠٠	٣	٢٣٠,٠٠٠	حديقة بيكي العائلية للترفيه*
٩	١٢٤,٥٠٠	٩	١٢٧,٠٠٠	٨	١٣٧,٠٢٣	٤	٢١١,١٢٩	منطقة الاكتشافات
٤	٢٠٤,٤٥٨	٤	١٨٣,٢٧٣	٤	١٧٧,٩٨٤	٥	١٨٨,٩٤٦	حديقة حيوان بلفاست
٧	١٥٥,٨٤٧	٦	١٦٨,٦٢٣	٣	١٩٨,٢١١	٦	١٨٦,٦٥٦	حديقة الستر الفولكلورية
٥	١٩٣,٦٧٢	٥	١٧١,٧٥٧	٥	١٦١,٠٠٠	٧	١٤٨,٣٨٦	فخار بيليك
-	-	٨	١٢٩,٠٠٠	٦	١٦٠,٠٠٠	٨	١٢٨,٠٠٠	حديقة ميلوف الطبيعية
١٥	٧٨,٠٠٠	١٤	٧٨,٠٠٠	١٤	٨٠,٠٨٨	٩	١١٨,١١٦	مركز دونلوس
١١	١٢٠,٤٦٤	١٠	١١١,٢٥٠	٩	١٣٤,٦٥٠	١٠	١١٧,٠٨١	حديقة الستير الفولكلورية الأمريكية
-	-	١١	١٠٣,٠٠٠	١١	١٠٣,٤٥٣	١١	١٠٠,٠٠٠	الجزيرة الخيالية*
٨	١٤٠,٠٠٠	١٢	١٠٠,٦٢٠	١٠	١٢٧,٧٤٩	١٢	٩٥,٤٣٣	ورتسوارت ستراوند
١٩	٥٧,٢٣٦	-	-	١٧	٦٨,٣٨٥	١٣	٩٥,١٣٩	ووتروورد*
١٤	٨٠,٠٠٠	-	-	-	-	١٤	٩٤,٧٥٥	مكتبة قاعة لينين
٦	١٩٠,٩٥١	٧	١٥٨,٠٠٠	٧	١٤٩,٢٠٠	١٥	٨٨,٥٢٦	محمية جزيرة أكسفورد الطبيعية
١٥	٧٨,٠٠٠	١٥	٧٧,٠٠٠	١٦	٧٤,٠٠٠	١٦	٧٥,٠٠٠	حدائق ومزرعة تانقمور
١٠	١٢٠,٥٧٩	١٧	٧١,٩٥٢	٢٠	٦١,٧٠٤	١٧	٦٥,٩٥٢	جسر كاريج ريد روب
١٢	١٠٤,٦٠٨	١٣	٩٧,٤٥٤	١٣	٩٩,٨٤٧	١٨	٦٣,٦٩١	معمل تقطير بوشمل القديم
١٣	٩٠,٠٠٠	١٦	٧٥,٥٠٠	-	-	١٩	٦١,٠٠٠	مركز الفنون الحديثة
-	-	-	-	-	-	٢٠	٦٠,٠٠٠	مركز نافان
١٧	٦٨,٩٣٦	١٨	٦٨,٧٥٥	١٥	٧٥,٠٠٠	-	-	تايرون للكريستال
-	-	-	-	١٨	٦٣,٠٠٠	-	-	مزرعة سترمايل المفتوحة
١٨	٦٢,٥٠٠	٢٠	٦٢,٥٠٠	١٩	٦٢,٠٠٠	-	-	منزل مالون
٢٠	٥٦,٣٥٦	١٩	٦٣,٢١٥	-	-	-	-	قلعة كاريج فارغوس

*جاذب سياحي ليس على صلة بالتراث. المصدر: (Boyd 2000b; Northern Ireland Tourist Board 1999a. 2001a).

الجدول رقم (٣,٥). زيارات الجواذب التراثية حسب النوع، التي استقبلت أكثر من ٥٠٠٠ زائرٍ ما بين عامي ١٩٩٤-١٩٩٧م.

النوع	رقم	١٩٩٤م	١٩٩٥م	%	١٩٩٦م	%	١٩٩٧م	%
الجواذب التاريخية	١٤	٢٧٦,٨٩٦	٣٢٦,٨٢٠	١٥+	٣٠٤,٧٤٤	٧-	٢٩٣,٥٧٨	٤-
الجواذب الثقافية	٨	٥٤٩,٥٨٦	٥٩٩,٣٢٥	٨+	٥٠٦,٨٦١	١٨-	٥٢٥,٥٩٥	٤+
الجواذب الصناعية	٤	٢٣٦,٩٧٩	٣٨٤,٨٧٩	٣٨+	٣٥١,٣٥٣	٩-	٣٨٣,٥٦٤	٨+
الجواذب التعليمية	٦	٢١٠,٦٥١	٢٧٣,٧٤٧	٢٣+	٢١٥,٠٤٧	٢٧-	٢١٩,٠٠٠	٢+
الجواذب الطبيعية	٢١	١,٥٩٨,٠٤٧	١,٩٨٤,٥٦٤	١٩+	١,٨٥٤,٦٧٨	٧-	١,٨٥٣,٠١٧	٠
المجموع	٥٣	٢,٨٧٢,١٥٩	٣,٥٦٩,٣٣٥	٢٠+	٣,٢٣٢,٦٨٣	١٠-	٣,٢٧٤,٧٥٤	١+

المصدر: (Boyd 2000b).

الجدول رقم (٣,٦). أغراض الزيارة إلى إيرلندا الشمالية.

	١٩٩٥م	١٩٩٦م	١٩٩٧م	١٩٩٨م	١٩٩٩م	٢٠٠٠م
	رحلات*	%	رحلات	%	رحلات	%
زيارات الأقارب	٥٦٤	٣٦	٥٩٠	٤١	٦١٧	٤٢
العطلات	٤٦١	٣٠	٢٩٧	٢١	٢٧٧	١٩
الأعمال	٤٠٢	٢٦	٤٠٩	٢٨	٤٣٤	٢٩
أخرى	١٣٠	٨	١٤٠	١٠	١٤٩	١١
المجموع	١,٥٥٧		١,٤٣٦		١,٤٧٧	

* الرحلات بالآلاف. المصدر: (Northern Ireland Tourist Board 2001b).

ينظر إلى فرصة الثقافة والتراث والفنون، على أنها أسواق متخصصة، لديها إمكانية للاستفادة من اتجاه السوق، حيث ينمو الاهتمام بالثقافة في المقاصد السياحية. وقد أشارت المنظمة العالمية للسياحة مؤخراً إلى أن نحو (٣٧٪) من مجموع الرحلات السياحية لها عنصر ثقافي وتراثي. وهذا يعود جزئياً إلى أن مسافر اليوم يسعى إلى أكثر مما يمكن أن تقدمه المقاصد السياحية (المشمسة، والرمل، والبحر، وسفحة الشمس وسرطان الجلد)، إضافة إلى حقيقة اهتمام السياح من كبار السن في زيارتهم للمناطق الرئيسة للسياحة بمعرفة ثقافات مختلفة مع استعدادهم للتعلم خلال فترة العطلات. وتدور السياحة أساساً حول منتج غير ملموس، يسمى اصطلاحاً بالتجربة. وفي هذا الإطار تكمن الثقافة والتراث في قلب التجربة السياحية لإيرلندا الشمالية.

ومنذ وقف العنف في إيرلندا الشمالية، كان هناك نمو في أسواق أوروبا وأمريكا الشمالية وأسواق ما وراء البحار، مع حد أدنى من النمو وأحياناً خسارة في مناطق السوق ببريطانيا العظمى وجمهورية إيرلندا. ولكن، عند اعتبار مناطق السوق، فيما يتعلق بمجموع أعداد الرحلات، تبقى الأسواق الرئيسة هي بريطانيا العظمى وجمهورية

إيرلندا. في أعقاب الهجمات الإرهابية على الولايات المتحدة في ١١ أيلول/سبتمبر ٢٠٠١م، كان من الضروري تسويق إيرلندا الشمالية بوصفها مقصداً للعطلات في مناطق الأسواق الرئيسية، بما فيها أوروبا القارية، وذلك لعدم ضمان نمو سوق أمريكا وغيرها من الأسواق. وبينما يسافر الأستراليون والنيوزيلنديون والكنديون كجزء من سوق زيارة الأقارب والأصدقاء، إلا أنه لا يمكن ضمان استمرار ذلك في المستقبل المنظور. ومن ثم، ستظل الثقافة والتراث جواذب سياحية رئيسة للزوار خارج نطاق الولايات المتحدة. وهذا أمر مهم، فقد توقعت (المسودة) الحالية للخطة العامة للأعوام ٢٠٠١-٢٠٠٤م زيادة تقديرية في الزوار من ٥٠,٦٪ في العام ١٩٩٩م إلى ٥٧,٣٪ بحلول نهاية العام ٢٠٠٣م. وهذا يترجم إلى زيادة من ٨٣٧٠٠٠ إلى ١١٥٠٠٠٠ زائر (NITB 2000). إن سياح التراث والثقافة يعدون عنصراً رئيساً من عناصر سوق الزائر التقديرية. فمن حيث متوسط الإنفاق للرحلة الواحدة، من المتوقع أن يرتفع هذا الإنفاق خلال الفترة نفسها من ١٣٧ جنيهًا إسترلينيًا إلى ٢٠٠ جنيه إسترليني. وقد لاحظ بويد (Boyd 2000b) الدور الذي تؤديه مساهمة سياح التراث والأعمال التجارية في ارتفاع معدل إنفاق قبل هذه الفترة، ومن المتوقع حدوث ارتفاع آخر في الإنفاق يعتمد على الحفاظ على قوة الطلب على السياحة التراثية في جميع أنحاء المقاطعة. ويشكل التراث الصناعي أحد الفرعيات الخاصة بالسياحة التراثية في المقاطعة.

الطلب على جواذب التراث الصناعي ومنتجاته

Demand for Industrial Heritage Attractions and Products

مع ظهور مناخ سياسي جديد داخل إيرلندا الشمالية، ووقف النشاط الإرهابي، أتيحت الفرصة لترويج المقاطعة باعتبارها مقصداً لقضاء العطلات، ولكن تلك التي تركز على منتجات معينة. في الماضي، كان هناك نقص في التركيز على تطوير السوق المحلية، هذا، إلى جانب موضوعات رئيسة، مثل سياحة الجذور والاهتمام بها في الدراسات المحلية، والتعليم، واللغات، فضلاً عن كثير من الجوانب التي تشكل التراث، وكلها مجالات يمكن أن تنمو فيها السياحة في إيرلندا الشمالية. يمثل التراث الصناعي أحد الأسواق المتخصصة التي يزداد عليها الطلب. وفي حين يشكل التراث الصناعي كما هو مبين في الجدول رقم (٣,٥) أقل عدد من الجواذب، فقد كشفت الدراسات الاستقصائية للزوار في العامين ١٩٩٧م و ٢٠٠٠م. إن التراث الصناعي لا يزال أكثر أنواع جواذب التراث جذباً للزوار من خارج نطاق الدولة، خاصة أولئك القادمين من أمريكا الشمالية مجلس السياحة بإيرلندا الشمالية (NITB 2001b). ويعدّ منتج التراث الصناعي في إيرلندا الشمالية متعدداً، ويشمل ما يلي:

- الكتان.
- بناء السفن.
- مصانع التقطير.

- البخار والمجاري المائية.
 - صناعة الزجاج والخزف والكريستال.
 - التخمر.
 - تراث صناعي آخر (إنتاج الغاز، وعمل المجارف، وصناعة الطباعة).
- وقد أظهر تحليل سوات (SWOT) الذي اضطلع به مجلس السياحة بإيرلندا الشمالية (NITB 1999b) لهذا القطاع (انظر الجدول رقم ٣,٧) أنه على الرغم من وجود السوق والطلب لهذا النوع من الجاذب السياحي التراثي، إلا أن نقاط الضعف كانت أكبر من مواطن القوة، وبالمثل فإن التهديدات أكبر من الفرص المتاحة لهذا القطاع.

الجدول رقم (٣,٧). نتائج تحليل سوات (SWOT) لقطاع سياحة التراث الصناعي داخل إيرلندا الشمالية.

نقاط القوة	
١-	منتج تراثي صناعي جاذب في مكان يمكن وصول الزائر إليه بسهولة.
٢-	الأصالة.
٣-	منتجات فريدة من نوعها مثل مطحنة الجرف (سابقاً في المملكة المتحدة) وتيتانيك.
٤-	منتجات صناعية ذات شهرة عالمية.
٥-	المنتجات ذات الجودة وخاصة في الكتان، والتخمير، والتقطير، وصناعة الزجاج.
٦-	السمعة الدولية للكتان الإيرلندي.
٧-	مجموعة رائعة من المحفوظات والمواد التاريخية في متاحف إيرلندا الشمالية.
٨-	مجموعات ممتازة وموارد ومعارف محلية.
نقاط الضعف	
١-	ضعف صورة التسويق.
٢-	الموارد البشرية المحدودة.
٣-	المنتجات لا يتم إبرازها بشكل سليم.
٤-	لا ينظر إلى السياحة على أنها مهمة بالنسبة للصناعة.
٥-	ضعف حملات التسويق والترويج.
٦-	عدم كفاية الإعلان والعرض.
٧-	نقص خطط التنمية المنسقة.
٨-	قلة الاتصالات داخل القطاع.
٩-	جمود الزائر.

تابع الجدول رقم (٧، ٣).

نقاط الفرص	
١ -	تفسير أكثر إثارة في المواقع.
٢ -	تنسيق أنشطة التنمية والتسويق.
٣ -	التعاون في التسويق داخل وبين القطاعات المهتمة.
٤ -	فرصة الألفية - التناقض بين تكنولوجيا الماضي والحاضر.
٥ -	الاحتمالية لزيادة أعداد الزائرين لمستويات جمهورية إيرلندا.
٦ -	ملائمة احتياجات الزائر المتميز.
٧ -	تقدم الإثارة والترفيه في المواقع.
٨ -	تخطيط متماسك.
٩ -	تحديد أهداف واضحة.
١٠ -	استعادة تيتانيك.
١١ -	المناسبات والمهرجانات الخاصة.
نقاط التهديدات	
١ -	شكوك حول عملية السلام والاستقرار السياسي.
٢ -	جداول الأعمال والتنافس بين منظمات التراث الصناعي المحدود.
٣ -	سوء التخطيط والتنسيق.
٤ -	المنظور الضيق الذي يؤدي إلى عدم كفاية الاهتمام.
٥ -	الصورة المظلمة، الشيطانية، القذرة، غير الجاذبة في خيال الجمهور.
٦ -	فقر الشبكات.
٧ -	مطورو الممتلكات ومسجلوها.
٨ -	المنافسة الدولية.
٩ -	توقعات زوار ما وراء البحار.
١٠ -	المنافسة الداخلية بين الجواذب.
١١ -	التضحية بالأصالة لتحقيق مصالح تجارية.
١٢ -	عدم وجود دعم من جمعية إيرلندا الشمالية.

المصدر: (Northern Ireland Tourist Board 1999b).

لقد أظهر تحليل سوات (SWOT) وجود المشكلات ضمن العناصر المكونة لمنتج التراث الصناعي داخل إيرلندا الشمالية، وأن هناك حاجة للتغلب على هذه العوامل الداخلية إذا ما أريد الاستفادة المرجوة من الطلب المتزايد على مثل هذه الأنواع من الجواذب السياحية. في الجانب الآخر، هناك حاجة إلى هياكل فعالة للاتصالات، ومباني للشبكات الخارجية، فضلاً عن الحاجة إلى تطوير الخطط الإستراتيجية والتسويق. وبالرغم

من هذه التحديات الضخمة التي تواجه القطاعات السياحية مثل التراث الصناعي، فإنه يتوجب على الأماكن السياحية مثل: إيرلندا الشمالية التعامل مع ظاهرة العنف، ووضع المواقع الهامشي، حتى تستفيد من التميز الفريد لهذا النوع من التراث.

الملخص والنتائج

Summary and Conclusions

عند الانتهاء من هذا الفصل ينبغي أن يكون القارئ على معرفة بالحقائق التالية بشأن الطلب على السياحة التراثية. أولاً، كشكل من أشكال سياحة الاهتمامات الخاصة، شهدت السياحة التراثية نمواً هائلاً مؤخراً، سواء كانت زيارة جواذب السياحة التراثية الطبيعية مثل: المتنزهات الوطنية أو الجواذب الثقافية والتعليمية مثل المتاحف. وثانياً، يمكن النظر للطلب على السياحة التراثية من زوايا مختلفة: الطلب الحالي أو المستخدم، والطلب الاختياري (الزيارة في المستقبل)، والطلب الموجود (القيمة الجوهرية الخاصة بالتراث الذي لم يستهلك فعلياً)، وطلب الوصية (تراث ينتقل إلى الأجيال المقبلة) والطلب الكامن أو المستتر. وثالثاً، يمكن الاطلاع على الطلب وفقاً للمصدر، وتشمل تلك المصادر التي تشجع الزيارات إلى الجواذب التراثية، ومختلف مستويات الحكومة، وأوصياء التراث الذين يجمعون الموارد، أو وفقاً للسوق ونوع زائر التراث، سواء كانوا سلبين، أو جادين، أو من الفئة التي تركز على نوع محدد من الجذب السياحي (مثل: الصناعية، والطبيعية، والأدبية).

ولصعوبة المساواة بين أنواع مختلفة من السياح من ذوي الخصائص المماثلة، فإن الجدل الذي أثير في هذا الفصل، يتمثل في إمكانية تمييز السياح وفقاً لخصائص العوامل السكانية (الديموغرافية) (أي أنهم على درجة عالية من التعليم، وكثيراً ما يتقلدون وظائف مجزية ضمن الوظائف الفنية والإدارية، مع ميل نوعي تجاه المرأة، مع أعمار تقبل على زيارة أنواع مختلفة من الجواذب التراثية)، والمواطن والأصول الجغرافية (وثيقة الصلة بنطاق الجواذب السياحية المزار)، والعوامل النفسية (تميل إلى أن تكون أكثر غيرية في النوع)، وغيرها من الخصائص (مثل: السفر كجزء من مجموعة بدلاً من السفر منفرداً، لها قدر أكبر من التعاطف مع العادات المحلية، واحترام البيئة، وإنفاق المزيد، والبقاء لفترة أطول، تظهر موسمية أقل ولا تتأثر بالعوامل الخارجية التي يمكن أن تحول دون السفر).

كما تعدّ جوانب الدوافع مهمة في فهم نط الطلب على السياحة التراثية، لما يلي: أولاً، هناك قدر أكبر من التركيز على التعلم حول الأماكن التراث المزار، فضلاً عن مزيج من المنافع الشخصية. وثانياً، كثيراً ما يرتبط الدافع بتعلق الشخص بمكان ما. ومع تزايد سياحة كبار السن في المناطق السياحية المصدرة للسياح، أصبحت سياحة

الجدور جزءاً كبيراً من السياحة التراثية. فعلى سبيل المثال، يُدعى في الولايات المتحدة وحدها أن هناك أكثر من ٤٠ مليون شخص تعود جذورهم إلى إيرلندا. وقد أدى ذلك إلى عودة الكثير من الأمريكيين-الإيرلنديين إلى "الوطن الأم" للتحقق من جذورهم، التي استثمرها مجلس السياحة الإيرلندية من خلال تقديم التراث الشخصي، أو علم الأنساب، والجولات الجماعية للم شمل الأسر (Timothy 2001b). وثالثاً، هناك دافع يرتبط بهوية الجدور، هو عامل الحنين، المتمثل في الجاذبية لأساليب الحياة البسيطة في الماضي، والأسباب التعليمية والشخصية التي تجذب الناس إلى أماكن التراث.

وفي حين أن الاستفادة القصوى من مقومات عرض التراث هو جانب مهم، إلا أن الأمر الذي يجب أن ينظر إليه بالأهمية نفسها هو أن الكثير من الزوار آثروا عدم الاستفادة من تجربة التراث. وفي مناقشة هذه المشكلة، تم تحديد المعوقات الرئيسة لذلك والتي حددت في الهيكلية (نقص إمكانية الوصول الطبيعية والسوقية)، والشخصية الذاتية (نقص الإعداد التربوي، والرغبة والاهتمام)، والشخصية الاجتماعية (العجز الكلي الناتج عن الحواجز الذاتية أو البيئية أو الاتصالية، فضلاً عن القيود النفسية لزيارة الجواذب السياحية بأنفسهم). ضمن بحث الطلب في التراث هناك حاجة إلى الاهتمام بالتراث غير المستخدم. وفي سياق السياحة التراثية، يجب على المديرين عدم إهمال هذه السوق المحتملة، ومحاولة معالجة كثير من العوامل التي من توضح عدم حضورهم. وفي الوقت نفسه، فإنه ينبغي توخي الحرص في تصنيف الزوار. هناك حالة خاصة باهتمام بعض الزوار، في بعض الأحيان، بمواقع ومعالم التراث فقط، فإن فهم موضوع الطلب على السياحة التراثية يتعلق بفهم مؤداه أن جميع السياح السابقين مهتمون باكتساب خبرة شاملة عن الأماكن التي يزورونها. وفي هذه الحالة، فإن التجربة تتركز، بصورة رئيسة، على جوانب التراث المتعددة. وبعد مناقشة موضوع العرض والطلب على التراث، ينتقل الفصل التالي إلى البحث في رغبة الناس في الحفاظ على الماضي.

الأسئلة Questions

- ١- ما العوامل التي ساهمت في الفترة الأخيرة في نمو الاهتمام بالسياحة التراثية؟
- ٢- هل لزوار التراث خصائص رئيسة محددة تجعلهم مميزين؟
- ٣- إلى أي مدى يعدّ الطلب الكامن أهم أنواع الطلب فيما يتعلق بالسياحة التراثية؟
- ٤- باستخدام الأماكن التراثية في الموقع الخاص بك، ما العوامل التي توضح بشكل كبير في عدم استغلالها للزيارة؟

مراجع لمزيد من القراءة Further Reading

- Drummond, S. and Yeoman, I. (eds) (2001) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Herbert, D.T. (1995) *Heritage, Tourism and Society*, Mansell. London.
- Herbert, D.T., Prentice, R.C. and C.J. Thomas (eds) (1989) *Heritage Sites: Strategies for marketing and development*. Avebury, Aldershot.
- Hewison, R. (1987) *The Heritage Industry: Britain in a climate of decline*, Methuen, London.
- Richards, G. (ed.) (2001) *Cultural Attractions and European Tourism*, CAB International, Wallingford.