



جامعة المنصورة
كلية السياحة والفنادق

دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي بالعراق

إعداد

د/ أحمد عادل حماد

المدرس بقسم الدراسات السياحية، كلية
السياحة والفنادق - جامعة المنصورة

أ.د/ دعاء سمير حزة

أستاذ الدراسات السياحية، ووكيل
الكلية لشئون خدمة المجتمع وتنمية
البيئة، كلية السياحة والفنادق -
جامعة المنصورة

أ/ موحان شعلان عبيس

باحث بدرجة الدكتوراه كلية السياحة
والفنادق - جامعة المنصورة

أ.د/ رانيا محمد بهاء الدين

استاذ ورئيس قسم الدراسات السياحية
بكلية السياحة والفنادق
جامعة المنصورة

دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي بالعراق

الملخص

يُعد الموروث الثقافي واحداً من المقومات الهامة والفعالة في السياحة لما لهذا المقوم من أهمية في الإدراك والاطلاع بالجوانب الثقافية والأثرية والحضارية للمجتمعات عبر التاريخ والتمثلة في الثقافات المادية وغير المادية. ووفق هذا المعيار يمكن تحديد مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل التالي: كيف يستطيع الإعلام أن يُبرز الموروث الثقافي العراقي ويزيد الاهتمام بالتراث المادي واللامادي في العراق. ومن ثم، يهدف البحث إلى تقييم الموروث الثقافي المادي واللامادي في العراق من حيث الأهمية الأثرية والحضارية والثقافية، والكشف عن أنواع الوسائل الدعائية الإعلامية المستخدمة في تناول الموروث الثقافي العراقي، وكيفية الحرص والحفاظ والاهتمام بالموروث الثقافي العراقي، وتأهيله وفق برامج معتمدة بهذا الخصوص، ولفت وتوجيه أنظار المجتمع الدولي والمنظمات الإنسانية لأخذ دورها في الاهتمام به وصيانته. تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي المتمثل في البيانات الثانوية المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذلك المنهج التحليلي من خلال توزيع (٢٠٠) استمارة استبيان الكتروني على عينة من سكان مجمع بسماية السكني في مدينة بغداد والبالغ اجمالي عددهم ١٠٠٠ فرداً، بنسبة استرداد ٢٠%، وقسمت الاستمارة إلى جزئين؛ تناول الأول على البيانات الشخصية وتناول الجزء الثاني البيانات الموضوعية والتي تم تجزئتها إلى محاور واستخدم فيها مقياس

ليكرت الخماسي، وتم تحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، النسخة ٢٤ .
وتوصل البحث إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية للوعي المجتمعي حول أهمية الموروث الثقافي العراقي، بينما تبين وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لدور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي، واقترحت الدراسة بعض التوصيات مثل إنتاج برامج إعلامية تسلط الضوء على الموروث الثقافي العراقي، وإنشاء قسم خاص بالإعلام السياحي في وزارة الإعلام، وزيادة الاهتمام بالإعلام السياحي الإلكتروني في التسويق للموروث الثقافي العراقي.

الكلمات الدالة: الإعلام السياحي، الموروث الثقافي، السياحة، العراق.

The Role of Tourism Media in Preserving the Cultural Heritage in Iraq

Abstract :

The cultural heritage is considered one of the basic components in tourism; as it plays a crucial role in shedding light on the cultural and archeological aspects of communities throughout history. Therefore, the research's problem can be determined through posing the following question: how can tourism media highlight the cultural heritage and pay more attention to tangible and intangible heritage in Iraq?

Therefore, this research aims at assessing both of the cultural tangible heritage and intangible cultural heritage in Iraq and identifying the tools of

promotional media used in highlighting and presenting them.

This research depended on the descriptive methodology represented in the secondary data related to the subject of study. It also depended on the analytical methodology through distributing a number of (200) questionnaire forms on a sample of Basmaya compound in Baghdad city. The forms included two categories; the personal data and the researches Likert Scale statements, which have been analysed by the SPSS programme; version 24.

The research found that there is a direct statistically significant relationship between the tourism media and the definition of the Iraqi cultural heritage, while it was found that there is statistically significant effect of the role of the tourism media in preserving the cultural heritage as a competitive advantage for the Iraqi tourist destination.

The study suggested some recommendations, such as the production of media programs that shed light on the Iraqi cultural heritage, the establishment of a special section for tourism media in the Ministry of Information, and increasing interest in electronic tourism media in marketing the Iraqi cultural heritage.

Key words: tourism media, cultural heritage, tourism, Iraq.

المقدمة

يتميز الاعلام السياحي المعاصر بالتطور الهائل في وسائله وقدرته الكبيرة في التأثير على الرأي العام، باعتباره عنصراً أساسياً من العناصر التي تشكل هوية المجتمعات وبنيتها الاجتماعية والثقافية والمعرفية^(١)، ويعد التراث الثقافي بشقيه المادي وغير المادي جزءاً أساسياً من تاريخ الشعوب وثقافتها، فهو الوعاء الذي تستمد منه الحضارة عقيدتها وتقاليدها وقيمتها وأفكارها وممارساتها وأسلوب حياتها الذي ينبثق من ثقافتها المحلية وهويتها الوطنية^(٢)، ويمتلك العراق ثروة حضارية وثقافية هائلة ترجع الى آلاف السنين حيث نشأت فيه أولى حضارات العالم التي تركت شواخص وآثار ذات قيمة عالية تمثل المادة الخام التي تقوم عليها السياحة الحضارية، والتي تتمثل في كل ما صنعه او أنجزه الشعب العراقي

(١) عبود زرقين، وايمان العلمي (٢٠١٦): تعزيز دور الاعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، المنتدى السنوي السابع حول الاعلام والاقتصاد تكامل الادوار في خدمة التنمية، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص.٩٠.

(٢) على احمد محمد العبيدي (٢٠١٨): اهمية الحفاظ على التراث الثقافي غير المادي في الموصل، مجلة دراسات موصلية، العدد ٤٨، الموصل، العراق، ص.٨١.

من مواقع اثرية وتاريخية وحضارية شكلت عوامل جذب للحركة السياحية التي تهتم بالتمتع بالفنون القديمة، وطرائق معيشة الشعوب وعاداتها وتقاليدها، وتغذي السياحة الثقافية الحركة السياحية^(٣)

الإطار المنهجي للدراسة

مشكلة الدراسة

يتسم الواقع المعاصر في العراق بتحديات جمة ومتنامية فيما يخص سبل الحفاظ على الهوية الوطنية، وذلك في ظل التركيبة السكانية المعقدة للشعب العراقي، والواقع الذي يفرض مواكبة التطور الحضاري والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المتلاحقة، فلا سبيل للحفاظ على هذه الهوية الوطنية في ظل هذه التحديات العالمية، سوى الحرص على حماية الموروث الثقافي العراقي وترسيخه في نفوس الاجيال ليصبح جزءاً لا يتجزأ من واقع حياتهم اليومية، وفي هذا السياق تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل التالي:

كيف يستطيع الاعلام السياحي أن يحافظ على الموروث الثقافي العراقي بحيث يشكل ميزة تنافسية للمقصد السياحي العراقي ؟

(٣) فارس شكري حميد واخرون (٢٠١٨): التخطيط للسياحة الثقافية المستدامة في العراق الواقع والتحديات، مجلة جامعة ام القرى للهندسة والعمارة، المجلد ٨، العدد ٢، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية، ص. ٧٨.

فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة للتحقق من صحة الفروض التالية:
توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول الوعي بأهمية الموروث الثقافي العراقي.
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية: تنبثق الأهمية العلمية للدراسة من تناولها أحد أهم القضايا المحورية التي تتعلق بمساهمة الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الذي يعبر تعبيراً جلياً عن الهوية الثقافية الوطنية بما يتضمنه من جوانب مادية وغير مادية انبثقت من الحضارات المختلفة والمتعاقبة التي نشأت وازدهرت على أرض العراق ومنتجت معالم أثرية ملموسة وأفكار وثقافة وفنون غير ملموسة كان لها قيمة تاريخية وسياحية كبيرة على الصعيد العالمي.

الأهمية التطبيقية: تبرز الأهمية التطبيقية من استكشاف أهمية دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي وإبراز العناصر التي يتفرد بها من مقومات التراث المادي وغير

المادي الذي يؤهله ليحتل مكانة مرموقة كمقصد سياحي ثقافي عالمي.

أهداف الدراسة

- ١- الكشف عن انواع ووسائل الدعاية الاعلامية التي تتناول الموروث الثقافي العراقي في رسائلها الاعلامية
- ٢- رصد الموروث الثقافي المادي وغير المادي في العراق من حيث الأهمية الأثرية والحضارية والثقافية والسياحية.
- ٣- الكشف عن الادوار التي يقدمها الاعلام السياحي من أجل الحفاظ علي الموروث الثقافي العراقي وابرار قيمته الحضارية.
- ٤- تقديم بعض المقترحات التي من شأنها تحسين وسائل الاعلام السياحي التي تتناول سبل الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي والاعلاء من شأنه.

حدود الدراسة

المحددات المكانية: تختص الدراسة بتحليل دور الاعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي بالتطبيق على العراق عامة ومدينة بغداد خاصة.

المحددات الزمنية: تتمثل الدراسة في الفترة التي استغرقتها الدراسة الميدانية في إجراءات توزيع استمارات الاستبيان،

واسترجاعها وتحليلها والحصول على النتائج، خلال شهر ابريل
عام ٢٠٢٢ م.

الإطار النظري

مفهوم الاعلام السياحي وأهميته

تشق كلمة الإعلام لغة من الفعل "أعلم"، و"علم بالشيء أي شعر به، ويقال أستعلم لي خبر فلان أو علمنيه، وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه، وعلمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته"^(٤)، والإعلام في اللغة يقصد به الأخبار ويقال "فلاناً الخبر أي أخبر به، والإعلام هو التبليغ والإبلاغ بالمعلومات والأخبار"^(٥).

يمثل الإعلام السياحي نمطاً من أنماط الإعلام المتخصص، الذي ظهر نظراً للحاجة المتزايدة إلى توفر المعلومات الحديثة والمتخصصة، بما يحقق زيادة الوعي السياحي، وتنمية الإدراك

(١) ابن منظور (٢٠٠٥): لسان العرب، المجلد الأول، الطبعة الرابعة، دار صادر، بيروت، لبنان، ص. ٢١.

(٢) محاسن فقير عيسى عثمان (٢٠١٨): توظيف الاعلام الرقمي في الترويج للسياحة الأثرية دراسة وصفية تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة افريقيا العالمية، الخرطوم، السودان، ص. ٢١.

وتكوينه في مجال خاص محدد^(٦)، ويُعرف الإعلام السياحي بأنه الأنشطة الإعلامية المعنية بصناعة السياحة لمعرفتها وإدراك أهميتها، وكيفية التعامل معها، لتحقيق الإستفادة المثلى منها للفرد والمجتمع^(٧)، ويُعرف أيضاً بأنه فن التعريف بالمنتجات السياحية، ومواقع الجذب السياحي بهدف رفع الوعي المعني بأهمية النشاط السياحي، وتشجيع الأفراد والمجتمع ككل على دعم صناعة السياحة^(٨)، ويمكن تعريف الإعلام السياحي إجرائياً بأنه نوع من الإعلام الحديث الذي يهتم بتعريف السائحين بالمعالم الأثرية والحضارية والمقاصد السياحية لبلد معين ونشر المعرفة السياحية بين الجماهير المحلية والخارجية باستخدام مختلف الوسائل الإعلامية وبأفضل الطرق الجذابة والناجحة في الإعلام. ويمكن تحديد أهمية الاعلام السياحي من خلال العديد من الجوانب الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية التالية:

(٦) سعيد محمد باقر الرمضان (٢٠١١): الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب والتربية، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، ص.٢٤.

R. J. (2003): Tourism and Development, Channel View (٧) Sharpley, p. 109. Publication U.S.A,

(٨) Victoria Tourism Organization (2009): Tourism Awareness, Tourism Organization, Victoria Tourism Published by Victoria Industry Council, Melbourne, Australia, p. 1

الأهمية الاقتصادية للإعلام السياحي: تتميز صناعة السياحة بوجود طلب كامن على السياحة، يمكن تحويله إلى طلب نشط من خلال الجهود الإعلامية وباستخدام أدوات الاتصال التسويقي^(٩)، حيث يساعد الإعلام السياحي على جذب انتباه الجمهور إلى المقاصد السياحية وإمكانياتها، مما يشجع السائحين سواء من داخل الدولة أو خارجها على زيارة الأماكن السياحية، وهو ما يؤدي بدوره إلى تحفيز الطلب على الحركة السياحية، وينعكس ذلك بصورة اقتصادية على زيادة فرص العمل وجذب الاستثمارات لصناعة السياحة، بما يدعم الاقتصاد الوطني^(١٠).

الأهمية الاجتماعية للإعلام السياحي: من خلال تهيئة أفراد المجتمع لتقبل السياحة الوافدة، وتعزيز مبدأ احترام المواطنين للسائحين بمختلف فئاتهم وجنسياتهم، وحسن التعامل معهم من منطلق كرم الضيافة، وتنمية الوعي المجتمعي بنشر الثقافة السياحية، وتعزيز قدرة المجتمع على استيعاب التأثيرات السلبية

(٤) الهيئة العامة للسياحة والآثار (٢٠١٥): استراتيجية الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص. ٩.

(١) أحمد رضا غريب الياسري (٢٠٢١): الإعلام السياحي العراقي مفهوم الإعلام والإعلام السياحي، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة، ص. ٤٣.

للنشاط السياحي على المجتمعات المحلية^(١١)، وتنمية القناعات الفردية الإيجابية تجاهها في مختلف أوساط المجتمع، ويسهم الإعلام السياحي أيضاً في الحد من تأثير الشائعات حول ما يتصل بقطاع السياحة، وتداول المعلومات الصحيحة عن القطاع السياحي^(١٢).

الأهمية الثقافية للإعلام السياحي: في تعريف الجمهور الداخلي والخارجي بالتراث الثقافي المادي وغير المادي في الدولة، كما يشجع على المحافظة على الفنون الشعبية، والصناعات والحرف التقليدية ويسهم في تشكيل الصورة الذهنية لدى الشعوب عن طبيعة المجتمعات والشعوب الأخرى حول العالم^(١٣).

الأهمية البيئية للإعلام السياحي: في دعم التوجه الإيجابي لدى السائحين للتعامل مع الجوانب البيئية في المقاصد السياحية، والتعريف بمقومات السياحة البيئية في البلد المضيف، فضلاً عن تنمية الوعي العام بأساليب الاستخدام الأمثل للمنتجات

(٢) وزارة السياحة اليمنية (٢٠١٠): استراتيجية الاعلام السياحي، صنعاء، اليمن، ص. ٥.

(٣) استراتيجية الإعلام السياحي(٢٠٢١): موقع وزارة السياحة العراقية، cabinet.iq/Artideshow. الدخول بتاريخ ١٢/٥/٢٠٢١م، ص. ١.

(٤) جمال محمد ابو شنب (٢٠١١): الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ج.م.ع، ص. ١٨.

السياحية^(١٤)، وتشجيع مبادرات استدامة النظم البيئية، والحفاظ على الموارد الطبيعية وتعزيز الاستغلال الأمثل للمحميات الطبيعية^(١٥).

الأهمية السياسية للإعلام السياحي في غرس روح الانتماء والولاء لدى المواطنين، وإبراز الوجه الحضاري المميز للدولة، فضلاً عن تحقيق الانسجام الاجتماعي بين مختلف مستويات المجتمع^(١٦)، وتحفيز دوافع الإقبال على السياحة الداخلية؛ مما يدفع السكان نحو السياحة والتعرف على المقاصد السياحية بالدولة.

الأهمية الترويجية للإعلام السياحي: في التعرف على حاجات العملاء، من خلال توفير قنوات اتصال تحقق التعاون بين المنظمات السياحية، والتفاهم مع عملائها، وإيصال صورة ذهنية

(٣) ربيعة بوداي (٢٠١٧): دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، ص. ٢٥.

(٢) وزارة السياحة اليمنية (٢٠١٠): استراتيجية الاعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص. ١١.

(٣) إيمان العلمي (٢٠١٩): الإعلام السياحي كمتطلب رئيسي لتنمية الأقطاب السياحية الجزائر نموذجاً، المجلة الأوروبية لاقصاديات السياحة والفندقة، المجلد ٢، العدد ٢، الجزائر، ص. ٩.

محددة لعملائها من جهة، وكذلك فهم رغبات وحاجات العملاء واتجاهاتهم من جهة أخرى^(١٧).

وسائل الإعلام السياحي

وسائل الإعلام السياحي المقروءة:

الصحف والمجلات: تُعد من أهم وأشهر وسائل الإعلام السياحي المقروء، لاسيما الصحف اليومية التي تلقى رواجاً كبيراً وتجذب انتباه السائحين، نظراً لدورية صدورها، وكثرة عدد قرائها من مختلف فئات المجتمع، حيث يدرك المعلن السياحي عدد قارئيه إعلاناً، لأنّ توزيع الصحف اليومية معروف سلفاً ومحدد عبر شركات توزيعها^(١٨).

الكتيبات السياحية والملصقات الإعلانية: تُعد من وسائل الإعلام السياحي غير الشخصية التي تسعى إلى التأثير في وجدان ومشاعر وعواطف السائحين وتوجيه مدركاتهم وسلوكهم نحو

(٤) عقيل عباس كاظم الشرفة (٢٠١٣): تطور السياحة الدينية في مدينة كربلاء المقدسة

خلال قرن من الزمن ١٩١٣ - ٢٠١٣، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياحية، الجامعة الاسلامية ببلبنان، بيروت، لبنان، ص. ١٥٦.

(١) أحمد رضا غريب الياسري (٢٠٢١): الإعلام السياحي العراقي مفهوم الاعلام

والاعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص. ٦٧.

التعاقد وشراء البرامج السياحية^(١٩). وهي من أهم وسائل الإعلام السياحي فعالية وتأثيراً على جمهور السائحين بفضل سهولة عرضها ووضعها بطريقة تجذب الانتباه وتحفز السلوك الشرائي لدي السائحين^(٢٠).

وسائل الإعلام السياحي المسموعة:

الإذاعة الداخلية: هي وسيلة إعلامية وإعلانية ناجحة، تستخدم لغرض تنشيط التعاقدات السياحية والترويج السياحي، وغالباً ما تستخدم في المعسكرات ومخيمات الشباب، والمواقع ذات الكثافة الجماهيرية، مثل المعارض والمتاحف ومحطات المترو، والمطارات والموانئ^(٢١).

المؤتمرات السياحية: تهتم شركات السياحة الكبيرة بعقد مؤتمرات دورية لمندوبي الفنادق وشركات الطيران، ورجال البيع والوكلاء

(٢) هيبية لحر (٢٠١٧): دور الاعلام في تنشيط الطلب السياحي بالجزائر دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، ص. ١١٩.

(٣) نايف ثنيان محمد ال سعود (٢٠٠٦): الإعلام وترويج السياحة الثقافية المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، الآداب، المجلد ١٨، العدد ٢، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص. ١٩٨.

(٤) صفاء عبدالجبار الموسوي، وبنشار عباس ابراهيم الحميري (٢٠١٩): دور الاعلام السياحي في تطوير الطلب السياحي العراق حالة دراسية، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد ٨، العدد ٣٠، جامعة كربلاء، العراق، ص. ٢٩٤.

السياحيين العاملين معها، والمتابعين لها، لتقديم معلومات عن البرامج السياحية الجديدة التي تقدمها، والتعريف بأهدافها وخطتها المستقبلية مما يمثل نشاطاً إعلامياً يجذب موردي الخدمات السياحية والسائحين على حد سواء^(٢٢)

المعارض السياحية: تحفيز النشاط السياحي في الدول المضيفة التي تهتم بإقامة معارضها السياحية في الدول المصدرة للسياحة لعرض نماذج على مواقع الجذب السياحي ومقوماتها كما تشكل فرصة للتعرف على حاجات ومتطلبات السائحين ومتابعة حركة الأسواق السياحية عن قرب^(٢٣).

وسائل الإعلام السياحي المسموعة والمرئية:

الإعلانات التليفزيونية: ينظر السائح إلى الأخبار والمعلومات الإعلامية على أنها حقائق صادقة وليست مجرد اعلانات مدفوعة الأجر لاسيما إذا قام بتصميمها وتنفيذها ونشرها إعلاميين، حيث تتيح عرض مجموعة من المناظر الجذابة التي يتمتع بها المقصد

(١) عصام حسن السعيد (٢٠١١): نظم المعلومات السياحية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص. ١٤٦.

(٢) خالد عبدالرحمن الدغيم (٢٠١٤): الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص. ١٠٣.

السياحي، وتنوع المنتج السياحي وتعدد أنماطه مما يثير الانتباه في تحقيق الهدف الدعائي^(٢٤).

الندوات والمعارض والمؤتمرات السياحية: باستخدام أسلوب المناظرة بين مجموعة من الخبراء والمتخصصين في المجال السياحي، مما يضيف عليها عناصر التشويق والإثارة والجدب لجمهور السائحين^(٢٥).

وسائل الإعلام السياحي الرقمية:

البريد الإلكتروني: تعد من الوسائل الرائجة والمنشرة في الشركات السياحية، حيث يتم إرسال رسائل على البريد الإلكتروني الخاص بعملائها بشكل دوري، لاسيما العملاء الدائمين، خاصة مع توفر خدمات القوائم البريدية^(٢٦).

القنوات الفضائية: تستخدم في النقل المباشر أو المسجل لكافة الفعاليات والمهرجانات والأنشطة السياحية عن طريق إقامة

(٣) منى حسن عبدالله (٢٠١٨): تصميم الاعلان السياحي بين الصورة الرمزية والواقع

العالمي، مجلة العمارة والفنون، المجلد ٣، العدد ١٠، ص. ٦١٤.

(٤) محمد خطاب (٢٠١٥): الاعلام السياحي والعلاقات العامة، دار امجد للنشر والتوزيع،

عمان، الاردن، ص. ٥٣.

(١) محمد ناصر عبدالرحيم (٢٠١٧): استراتيجيات التسويق السياحي للشركات السياحية

بالتطبيق على الغردقة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحية والفنادق، جامعة قناة

السويس، الإسماعيلية، ج.م.ع، ص. ٨٦.

مركز الإعلامي داخل الفعاليات السياحية ومشاركة الجمهور في التغطية الإعلامية للفعاليات السياحية^(٢٧).

وسائل التواصل الاجتماعي: هي مواقع الكترونية تستخدم شبكات الإنترنت للتواصل بين الافراد والجماعات، وتتميز بقدرتها على توفير قدر كبير من المعلومات السياحية التفصيلية، وتصوير مقاطع الفيديو للمقاصد السياحية وبثها على شبكة الإنترنت، مما يولد المزيد من الثقة لدى السائحين نحو المنتجات السياحية^(٢٨).

الهواتف الذكية: يبرز دور السائح الإعلامي المتعدد الوسائط الذي يمتلك هاتفاً ذكياً يتمكن من خلاله من إتمام الحجوزات السياحية والفندقية، وترتيب الرحلات السياحية، نظراً لتطور تطبيقات الهواتف الذكية المتعلقة بصناعة السياحة والسفر والفندقة^(٢٩).

(٢) عماد عمر (٢٠٢٠): دور قناة الشارقة الفضائية في التسويق السياحي باستخدام وسائط الاعلام الجديد، حويات كلية الاداب، المجلد ٤٨، جامعة عين شمس، ج.م.ع، ص. ٩٩.

(٣) صفوان عبدالكريم عبدالباقي السامرائي (٢٠٢٠): تكنولوجيا المعلومات مبادئها وتطبيقاتها في الشركات السياحية بالعراق، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة، ج.م.ع، ص. ٣٨.

(٤) محمد صلاح غانم (٢٠١٦): دور خصائص تطبيقات تكنولوجيا الهواتف الذكية في تبني عملاء الفنادق لها كوسيط للحجز، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد ١٠، العدد ١، جامعة الفيوم، ج.م.ع، ص. ١٣١.

الموروث الثقافي المادي في العراق

أن الموروث الثقافي الحضاري التاريخي ضارب في الأصالة ومنذ القدم في كل ارض العراق من الشمال الى الجنوب ويشكل موروثاً حضارياً متنوعاً ويتصف بالعراقة والابداع الفكري **البناء والعمارة**: تأتي القصور ضمن طراز العمائر التي هي لها الأثر في حفظ الموروث وقد انفردت بصفات مميزة منها القوة والانتساع والخصوصية كما تعددت انواعها واشكالها، مثلاً منها المشيد من البردي والقصب في الأهوار العراقية وتسمى بالمضايف^(٣٠)، وظلت مفردة القصر تعبر وتعطي صورة عن دلالة السلطة والدولة والملك الحاكم، وايضاً تم استخدام القصور لمقرات الحكومات والامبراطوريات كما استعملت القصور للتعليم الخصوصي لأبناء الأمراء والملوك وهذه الأهمية دفعت باتجاه حفظ الموروث^(٣١).

المحفوظات الدينية: ارتبط التوجه الديني بالآثار التاريخية والموروثات المادية وغير المادية، حيث اعتبرت جزء من المواد الخاصة بالتراث هي مواد وموروثات مقدسة تعزز بها دور

(٣٠) هنري فرانكفورت (٢٠٠٦): فجر الحضارة في الشرق الأدنى، ترجمة ميخائيل خوري، بيروت، لبنان، ص. ٥٨.
(٣١) طه باقر (١٩٨٦): مقدمة في تاريخ الحضارات القديمة، ج ١، الشؤون الثقافية العامة، بغداد، العراق، ص. ٣٣٤.

العبادة وذكر ان المعابد هي اولى المواقع التي وضعت فيها الموروثات الأثرية الحضارية^(٣٢)

الرسوم المجسمة: تعد أحد ابرز الأعمال الفنية والتي شاركت في حماية وحفظ الموروث الثقافي في العراق ويظهر ذلك او تلك الرسوم او التماثيل في الأبنية والأسس عبر اتخاذ ولجوء الملوك والحكام آنذاك في العراق الى وضع التماثيل على الجدران والأسس بهدف تخليد اسمائهم وفترات حكمهم وهذا الاسلوب ساهم هو الآخر في حفظ الموروث^(٣٣).

صنارات الأبواب: كانت توضع عند ابواب البيوت او بوابات القصور او المعابد ويمنع منعاً باتاً تخريب هذه الصنارات ويعاقب كل من يحاول تدميرها او العبث فيها وهي ايضاً دفعت باتجاه حفظ الموروث^(٣٤).

المسلات: وتكتب عليها اعمال وانجازات الملوك اثناء توليهم لقيادة الدولة او المملكة من خلال الرسوم والنقوش والنصوص المسماية وقد اعطت المسلات صوراً مختلفة ومتنوعة عن واقع

(٣٢) حكمت بشير الاسود (٢٠١٢): حضارة بلاد الرافدين الاسس الدينية والاجتماعية، ط١، دهوك، العراق، ص ص ١٧-١٨.

(٣٣) نواله احمد محمود جعفر، ومحمد عيسى المتولي (٢٠١٦): اهمية اللغة المكتوبة في الدراسات الاثرية، مجلة دراسات في التاريخ والاثار، بغداد، العراق، ص ٢٢٥.

(٣٤) صلاح سلمان رميضي (٢٠١١): نظرة في احجار الحدود اهميتها ومغزاها، دار المعمورة للنشر والطباعة، بغداد، العراق، ص ٥.

الحياة في بلاد الرافدين وتطرق الى الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعقائدية والقوانين التشريعية ومنها مسلة الملك البابلي (حمورابي) والتي شرعت أكثر من (٢٨٢) مادة تشريعية قانونية تنظم الحياة العامة للمجتمع^(٣٥).

الأسوار: تتضح الأهمية البالغة للأسوار والحصون في حماية الموروث للمنعة والقدرة الانشائية ذات السلطة التي تمتعت بها الأسوار والحصون التاريخية حيث تميزت بصفاتها العسكرية وسمك وارتفاع جدرانها^(٣٦).

الملاجئ والكهوف: وهي ذات الطبيعة الصخرية وكانت اولى محطات سكن الانسان قديماً في شمال العراق وتحتوي الكهوف والملاجئ الصخرية على آثار ومواد منقولة مثل اجزاء من آلات وأدوات حجرية او خشبية وقد اسهمت في حفظ وحماية الموروث بفعل اشكالها وطبيعتها الصخرية والتكوينية حيث ان أغلبها يصعب الوصول اليها لمنعتها ولسهولة غلق ابوابها الصغيرة الضيقة وبالتالي يسهل الدفاع عنها واخفاءها حيث استلم بعضها

(٣٥) هالة عبدالكريم سليمان كركوش الراوي (٢٠٠٣): المسلات الملكية في العراق القديم دراسة تاريخية فنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادب، جامعة الموصل، العراق، ص ص. ٦-٧.

(٣٦) قصي عباس الجميلي (٢٠٠٩): فن وصناعة التزجيج في العراق القديم دراسة تحليلية في ضوء الأدلة الاثرية، مجلة دراسات في التاريخ والآثار، العدد ١٢، بغداد، العراق، ص ٧.

سليماً رغم طوال الفترة الزمنية المنصرمة وأعطت للباحثين تسلسلاً زمنياً متواصلاً كاملاً^(٣٧).

الموروث الثقافي غير المادي في العراق

تتمثل أهم دعائم الموروث الثقافي غير المادي في العراق فيما يلي "

الموروث الثقافي الشعبي: يتكون هذا الارث من المعتقدات الدينية المختلفة ومن العادات والتقاليد المحلية المتنوعة وكنز من الفنون التي تشير الى ثقافة واصالة وحضارة هذا المجتمع، حيث ترتبط جذوره الى عهد الحضارة السومرية ونجدها في الكثير من المفردات الشعبية والظواهر الثقافية متصلاً هذا الارث الثقافي بالعصور البابلية ومروراً بالحضارة الاكديّة وبعدها الاشوريين ثم حكم الدولتين الاموية والعباسية امتداداً الى العصور الحديثة الانية^(٣٨).

الفلكلور: اتخذ من الممارسات والثقافات الشعبية المتوارثة عبر الاجيال موضوعاً له، ويعتمد في ركائزه على الروايات والاساطير والتصورات الشعبية بالاضافة الى العادات والتقاليد

(٣٧) عباس حسين عبدالرزاق (١٩٩٣): نشأة مدن العراق وتطورها، معهد البحوث والدراسات العربية للتربية والثقافة والعلوم، بغداد، العراق، ص. ٤.
(٣٨) حميد الحريزي (٢٠٢٠): دراسة ادبية الموروث الشعبي العراقي، (الإصدار ٥)، بغداد، العراق، ص. ٩.

والازياء التراثية واشكال الادب الشعبي المتوارث كالامثال والحكم والقصص والشعر بأنواعه والغناء والرقص والتعبير اليومية وكذلك ثقافة الازياء والزينة واشكال الحرف وما شابه^(٣٩) **المقامات:** اعتبرت فناً شعبياً حديثاً ظهرت ملامحه في الادب العراقي خلال القرن الرابع الهجري / القرن العاشر الميلادي، وتضمنت حكايات مليئة بالاحداث الدرامية والنقاشات المثيرة، ويبني فن المقام بأعماده على شخصية الراوي واثره في شد واقناع المتلقي ووفق هذا المنطلق اعتبر المقام نوعاً من انواع الفنون المسرحية.

الامثال الشعبية: وهي مفردات وعبارات وجمل تتسم بالقبول وتشتهر بين الناس بالتداول، دون احداث تغير في نصوصها واخذت تضرب الامثال بعض النظر عن دقة الحكاية او النص الوارد من اجله المثل واحياناً تكون مجهولة لكونها تصاغ بأسلوب درامي وتحمل موضوعات جدية واخرى هزلية وتتضمن تعابير متكاملة المعنى والمضمون وتعد صياغتها اما بالاسلوب العامي او باللغة الفصحى او باللغة الاعجمية مستعربة^(٤٠).

(٣٩) ابن خلدون (١٩٨٧): مدخل لدراسة الفلكور والاساطير العربية، مؤسسة هندواي للطباعة والنشر، القاهرة، ج.م.ع، ص.١٢.
(٤٠) احمد محمد النيسابوري (بدون تاريخ): مجمع الامثال، الجزء الاول، ط١، بغداد، العراق

الاهازيج: كلمة الاهازيج مأخوذة من مفردة اهزوجة (والهزج) هو شكل من اشكال الغناء وفيه نوع من الترتم والطرب والاهزوجة، هي نوع الترانم والانايد الشعبية والتي تؤدي على شكل الغناء واحياناً تراد فيها الموسيقى الالية او الة الناي التي تصنع من القصب والبردي وتحمل في خصائصها البساطة في تركيب الجملة والعمق الواسع في المعنى ويسهل حفظها وترديدها^(٤١)

الهوسات: هي جمع لمفردة (هوسة) وهي شكل من اشكال الاهازيج الشعبية وجاءت كتسمية محلية متداولة في وسط وجنوب العراق وهي اشبه بالهتاف تؤدي من قبل فرد اول وبعدها يقوم الجميع بالترديد خلفه من قبل المجاميع المشاركة وتستخدم في مناسبات الافراح والاحزان وتعد تركيبه شعرية، وتعتبر الهوسة من انواع التراث الشعبي والذي يجمع بين الغناء والشعر والدبكة او الرقص وتتكون الهوسة من ثلاث او اربع ابيات شعرية ذات وزن محدد ومعلوم ونهايتها محددة^(٤٢).

المسرح الشعبي: يعد المسرح العراقي امتداداً طبيعياً للمسرح العربي الحديث مستلهمة نصوصها المسرحية من اصول وعمق

(٤١) على ابراهيم النوروة (٢٠٠٠): الاهازيج في الخليج العربي، مركز زايد للتراث والتاريخ، ابو ظبي، الامارات العربية المتحدة، ص. ٣٣.
(٤٢) عبد الحميد حمام (٢٠١٠): الحياة الموسيقية، مطبعة اورى، عمان، الاردن، ص. ٣٠.

التراث العراقي وتم توصيفه بالاشكال التي تخدم المجتمع والاسرة وتم عرض العديد من المسرحيات الهادفة مثل (مسرحية المتنبى) و(مقامات ابي الورد) وكذلك مسرحية (بغداد الازل بين الجد والهزل) وتعد هذه المسرحيات اولى الاعمال الفنية الرائعة وهي تجارب مسرحية هادفة قل نظيرها ومحتواها الدرامي والفني^(٤٣).

الإطار التطبيقي للدراسة

منهجية الدراسة الميدانية

اختبار ثبات استمارة الاستبيان

جدول (١) معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور استمارة الاستبيان

المحور	العنوان	ألفا كرونباخ	الصدق الذاتي
الأول	مدى الوعي بأهمية الموروث الثقافي العراقي	٠,٩٠٢	٠,٩٤٩
الثاني	دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي	٠,٨٥٩	٠,٩٢٦
الثالث	الموروث الثقافي كميزة تنافسية للمقصد السياحي العراقي	٠,٨٨١	٠,٩٣٨

(٤٣) كمال لطيف المزوري (٢٠١٠): موسوعة المسرحين العرب، المجلد ١، مؤسسة الصالحي للطباعة، دمشق، سوريا، ص.ص. ١٢-١٥.

٠.٨٩٨	٠,٨٩٠	جملة الاستبيان
-------	-------	----------------

الصدق الذاتي = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ
يتضح من الجدول (١) أن معامل الثبات ألفا كرونباخ لمجمل
المحاور بلغ ٠.٨٩٨ مما يشير إلى ارتفاع قيمة معامل الثبات في
استمارة الاستبيان.

تحديد عينة الدراسة

تم تحديد عينة الدراسة من السكان المحليين بناء على عينة
عشوائية من سكان مجمع بسماية السكني قطاع AA1 في مدينة
بغداد، والبالغ عدد قاطنيه ١٠٠٠ نسمة، حيث تم توزيع الاستبيان
الالكتروني عبر الانترنت، وبلغت نسبة الاستجابة (٢٠٠) مفردة،
بنسبة ٢٠% من حجم مجتمع الدراسة.

التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان

التحليل الإحصائي للبيانات الديموغرافية

يتضح من الجدول (٢) ارتفاع عينة الدراسة من الذكور حيث
بلغت نسبتهم (٦٣.٥%) مقابل (٣٦.٥%) للإناث، وبلغت نسبة
الافراد في الفئة العمرية من ٣٠ لاقبل من ٤٠ سنة ٥٠%، كما
بلغت نسبة المتزوجين ٧٠.٥% وجاء في المرتبة الأولى من
حيث المؤهل الدراسي التعليم الجامعي بنسبة ٧٢%.

جدول (٢) استجابات عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية

المتغير	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النوع	ذكر	١٢٧	٦٣.٥	١.٣٦	٠.٤٨
	انثى	٧٣	٣٦.٥		
العمر	اقل من ٣٠ سنة	٦٣	٣١.٥	١.٩٤	٠.٨٥
	من ٣٠ لاقبل	١٠٠	٥٠.٠		
	من ٤٠ سنة	٢٢	١١.٠		
	من ٤٠ لاقبل من ٥٠ سنة	١٥	٧.٥		
الحالة الاجتماعية	اعزب	٤٠	٢٠.٠	١.٩٥	٠.٦٧
	متزوج	١٤١	٧٠.٥		
	مطلق	٨	٤.٠		
	أرمل	١١	٥.٥		
المؤهل الدراسي	اعدادي	١٥	٧.٥	٢.٧٥	٠.٦٦
	متوسط	٣٠	١٥.٠		
	بكالوريوس	١٤٤	٧٢.٠		

		٥.٥	١١	دراسات عليا	
--	--	-----	----	-------------	--

الإحصاء الوصفي للبيانات الموضوعية المحور الأول - مدى الوعي المجتمعي بأهمية الموروث الثقافي العراقي

يتضح من الجدول (٣) أنه جاء في المرتبة الأولى يعبر الموروث الثقافي عن الهوية الوطنية للشعب العراقي بمتوسط حسابي ٤.٤١، وجاء في المرتبة الثانية يساعد الموروث الثقافي في الحفاظ على القيم المجتمعية وانتقالها للأجيال القادمة بمتوسط حسابي ٤.٤٠، وجاء في المرتبة الثالثة يتمسك المجتمع العراقي بالعادات الموروثة والاعراف الشعبية الاصلية بمتوسط حسابي ٤.٢٣، وجاء في المرتبة الرابعة يسهم الحفاظ على الموروث الثقافي في مواجهه مظاهر العولمة والافكار الدخيلة بمتوسط حسابي ٤.٢٠، وجاء في المرتبة الاخيرة يعزز الموروث الثقافي السلام والترابط المجتمعي بين مختلف فئات الشعب العراقي بمتوسط حسابي ٤.١٢.

جدول (٣) الإحصاء الوصفي لاستجابات عينة الدراسة حول
مدى الوعي المجتمعي بأهمية الموروث الثقافي العراقي

العبارة	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
---------	-----------	-----------	-------	-------	------------	-----------------	-------------------

						بشدة		
٠.٧١	٤.٤١	١٠.٥	٧٦	١٥	٤	٠	التكرار	يعبر الموروث الثقافي عن الهوية الوطنية للشعب العراقي
		٥٢.٥	٣٨.٠	٧.٥	٢.٠	٠	%	
٠.٥٩	٤.٢٤	٦.٥	١١٨	١٧	٠	٠	التكرار	يتمسك المجتمع العراقي بالعادات الموروثة والاعراف الشعبية الاصلية
		٣٢.٥	٥٩.٠	٨.٥	٠	٠	%	
٠.٥٤	٤.١٢	٤٤	١٣٧	١٩	٠	٠	التكرار	يعزز الموروث الثقافي السلام والترابط المجتمعي بين مختلف فئات الشعب العراقي
		٢٢.٠	٦٨.٥	٩.٥	٠	٠	%	
٠.٥٤	٤.٤٠	٨٦	١٠.٨	٦	٠	٠	التكرار	يساعد

								الموروث الثقافي في الحفاظ على القيم المجتمعية وانتقالها للأجيال القادمة
		٤٣.٠	٥٤.٠	٣.٠	٠	٠	%	
		٥٧	١٢٩	١١	٣	٠	التكرار	يسهم الحفاظ على الموروث الثقافي في مواجهة مظاهر العولمة والأفكار الدخيلة
٠.٦٠	٤.٢٠	٢٨.٥	٦٤.٥	٥.٥	١.٥	٠	%	

المحور الثاني - دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي

جدول (٤) الإحصاء الوصفي لاستجابات عينة الدراسة حول دور

الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي

العبارة	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
---------	-----------	-----------	-------	-------	------------	-----------------	-------------------

						بشدة		
٠.٩٤	٣.٥٣	٣٧	٥٦	٨٨	١٥	٤	التكرار	يتم اعداد برامج تليفزيونية تسلط الضوء على المواقع السياحية الثقافية في العراق
		١٨.٥	٢٨.٠	٤٤.٠	٧.٥	٢.٠	%	
٠.٨٦	٣.٥٢	٣٣	٥٥	٩٥	١٧	٠	التكرار	توجد برامج اذاعية تبرز القيمة الحضارية للموروث الثقافي العراقي
		١٦.٥	٢٧.٥	٤٧.٥	٨.٥	٠	%	
٠.٦٣	٤.١٥	٥٨	١١٥	٢٧	٠	٠	التكرار	تخصص بعض الصحف العامة مقالات خاصة عن الفنون الشعبية والحرف
		٢٩.٠	٥٧.٥	١٣.٥	٠	٠	%	

								التقليدية واهمتها السياحية
		٢٧	٦٩	٨٢	١٦	٦	التكرار	تصدر مجلات سياحية متخصصة
٠.٩٢	٣.٤٧	١٣.٥	٣٤.٥	٤١.٠	٨.٠	٣.٠	%	توضح اهمية المقاصد السياحية الثقافية في العراق
		٤٠	٨٩	٥١	٢٠	٠	التكرار	تختص بعض المدونات الالكترونية بإبراز تنوع المقاصد السياحية الثقافية في العراق
٠.٨٩	٣.٧٤	٢٠.٠	٤٤.٥	٢٥.٥	١٠.٠	٠	%	

يتضح من الجدول (٤) أنه جاء في المرتبة الأولى تخصص بعض الصحف العامة مقالات خاصة عن الفنون الشعبية والحرف التقليدية واهميتها السياحية بمتوسط حسابي ٤.١٥، وجاء في المرتبة الثانية تخصص بعض المدونات الالكترونية بإبراز تنوع

المقاصد السياحية الثقافية في العراق بمتوسط حسابي ٣.٧٤، وجاء في المرتبة الثالثة يتم اعداد برامج تليفزيونية تسلط الضوء على المواقع السياحية الثقافية في العراق بمتوسط حسابي ٣.٥٣، وجاء في المرتبة الرابعة توجد برامج اذاعية تبرز القيمة الحضارية للموروث الثقافي العراقي بمتوسط حسابي ٣.٥٢، وجاء في المرتبة الاخيرة تصدر مجلات سياحية متخصصة توضح اهمية المقاصد السياحية الثقافية في العراق بمتوسط حسابي ٣.٤٧

اختبار صحة فرضيات الدراسة

اختبار صحة الفرضية الأولى

جدول (٥) نتائج اختبار T للفرضية الاولى

الدرجة المعيارية	احتمال الدلالة P	قيمة T	الفرضية
١٩٩	٠.٠٠٠٠	٩٩.٤٣	الاولى

أن احتمال الدلالة $p = ٠,٠٠٠٠$ وهو أقل من مستوى معنوية (٠,٠٥) كما ان قيمة الاختبار $= ٩٩.٤٣$ وهي اقل من الدرجة المعيارية ١٠٠ ومن ثم يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اراء

عينة الدراسة حول الوعي بأهمية الموروث الثقافي العراقي " عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

اختبار صحة الفرضية الثانية

جدول (٦) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثانية

R2	R	احتمال الدلالة P	قيمة F
٠.٩٠٧	٠.٩٥٣	٠.٠٠٠	١٩٣٨.٥

أن احتمال الدلالة $p = ٠,٠٠٠$ وهو أقل من مستوى معنوية (٠,٠٥) كما ان قيمة R تشير الى وجود ارتباط قوي بين الاعلام السياحي والحفاظ على الموروث الثقافي العراقي تبلغ ٠.٩٥٣، كما تبين من R2 ان ٩١% من تأثيرات الحفاظ على الموروث الثقافي ترجع الى الاعلام السياحي، ومن ثم يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي العراقي " عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

نتائج الدراسة

جاءت استجابة عينة الدراسة بالموافقة بشدة على اعتبار الموروث الثقافي يعبر عن الهوية الوطنية للشعب العراقي

بمتوسط حسابي (٤.٤١)، كما جاءت الاستجابة بالموافقة بشدة على ان الموروث الثقافي يساعد في الحفاظ على القيم المجتمعية وانتقالها للأجيال القادمة بمتوسط حسابي (٤.٤٠)، وايضا الموافقة بشدة على تمسك المجتمع العراقي بالعادات الموروثة والاعراف الشعبية الاصلية بمتوسط حسابي (٤.٢٣)، بينما جاءت الاستجابة بالموافقة على مساهمة الحفاظ على الموروث الثقافي في مواجهة مظاهر العولمة والافكار الدخيلة بمتوسط حسابي (٤.٢٠)، والموافقة على تعزيز الموروث الثقافي السلام والترابط المجتمعي بين مختلف فئات الشعب العراقي بمتوسط حسابي (٤.١٢).

جاءت استجابة عينة الدراسة بالموافقة على تخصص بعض الصحف العامة مقالات خاصة عن الفنون الشعبية والحرف التقليدية واهيمتها السياحية بمتوسط حسابي (٤.١٥)، وايضا الموافقة على تخصيص بعض المدونات الالكترونية بإبراز تنوع المقاصد السياحية الثقافية في العراق بمتوسط حسابي (٣.٧٤)، وكذلك الموافقة على وجود برامج تليفزيونية تسلط الضوء على المواقع السياحية الثقافية في العراق بمتوسط حسابي (٣.٥٣)، ووجود برامج اذاعية تبرز القيمة الحضارية للموروث الثقافي العراقي بمتوسط حسابي (٣.٥٢)، وكذلك وجود مجالات سياحية

متخصصة توضح اهمية المقاصد السياحية الثقافية في العراق
بمتوسط حسابي (٣.٤٧).

اوضحت نتائج اختبار صحة فروض الدراسة قبول الفرضية
البديلة الاولى أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اراء
عينة الدراسة حول الوعي بأهمية الموروث الثقافي العراقي" عند
مستوى معنوية (٠,٠٥)، وقبول الفرضية البديلة الثانية أنه "يوجد
تأثير ذو دلالة إحصائية للإعلام السياحي في الحفاظ على
الموروث الثقافي العراقي" عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

توصيات الدراسة:

التوصيات الموجهة لوزارة السياحة العراقية:

اطلاق برامج اعلامية للترويج السياحي واستخدام التسويق
الالكتروني للتعريف بالموروث الثقافي العراقي.

التنسيق بين الجهات المختصة خاصة وزارة الثقافة لتفعيل
الانشطة الاعلامية السياحية بما يعزز الحفاظ على الموروث
الثقافي العراقي.

الاهتمام بحفظ وترميم المواقع والمباني السياحية الاثرية والعمل
على اعادة ترميمها وصيانتها وتنسيق المواقع المحيطة بها.

تشجيع الاستثمار الخاص في استغلال مواقع التراث العراقي وتقديم كافة التسهيلات الضرورية له واصدار القوانين والتشريعات التي تحمي المستثمرين.

عقد دورات تدريبية للعاملين في القطاع السياحي لتنمية مهاراتهم المعرفية فيما يتعلق بالموروث الثقافي العراقي.

التوصيات الموجهة للشركات السياحية:

وضع مواقع الموروث العراقي المادي على البرامج السياحية للسياحة الداخلية والخارجية.

توجيه انظار السائحين للحفاظ على المواقع السياحية الاثرية، والترويج للأماكن التراثية غير المعروفة كمقاصد سياحية جديدة تختلف عن المقاصد النمطية.

التركيز على الموروث الثقافي العراقي غير المادي باعتباره يحقق ميزة تنافسية للمقصد السياحي العراقي.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- ابن خلدون (١٩٨٧): مدخل لدراسة الفلكور والاساطير العربية، مؤسسة هنداوي للطباعة والنشر، القاهرة، ج.م.ع.
- ابن منظور (٢٠٠٥): لسان العرب، المجلد الاول، الطبعة الرابعة، دار صادر، بيروت، لبنان
- أحمد رضا غريب الياسري (٢٠٢١): الاعلام السياحي العراقي مفهوم الاعلام والاعلام السياحي، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة
- احمد محمد النيسابوري (بدون تاريخ): مجمع الامثال، الجزء الاول، ط١، بغداد، العراق
- استراتيجية الإعلام السياحي (٢٠٢١): موقع وزارة السياحة العراقية، cabinet.iq/Artideshow. الدخول بتاريخ ٢٠٢١/٥/١٢ م
- الهيئة العامة للسياحة والآثار (٢٠١٥): استراتيجية الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، الرياض، المملكة العربية السعودية

- إيمان العلمي (٢٠١٩): الإعلام السياحي كمتطلب رئيسي لتنمية الأقطاب السياحية الجزائرية نموذجاً، المجلة الأوروبية لدراسات الاقتصاديات السياحية والفنادق، المجلد ٢، العدد ٢، الجزائر
- جمال محمد أبو شنب (٢٠١١): الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ج.م.ع.
- حكمت بشير الأسود (٢٠١٢): حضارة بلاد الرافدين الأسس الدينية والاجتماعية، ط ١، دهبوك، العراق
- حميد الحريزي (٢٠٢٠): دراسة أدبية الموروث الشعبي العراقي، (الإصدار ٥)، بغداد، العراق
- خالد عبدالرحمن الدغيم (٢٠١٤): الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- ربيعة بوداي (٢٠١٧): دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر

- سعيد محمد باقر الرمضان (٢٠١١): الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غر منشورة، كلية الاداب والتربية، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك
- صفاء عبدالجبار الموسوي، وبشار عباس ابراهيم الحميري (٢٠١٩): دور الاعلام السياحي في تطوير الطلب السياحي العراق حالة دراسية، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد ٨، العدد ٣٠، جامعة كربلاء، العراق
- صفوان عبدالكريم عبدالباقي السامرائي (٢٠٢٠): تكنولوجيا المعلومات مبادئها وتطبيقاتها في الشركات السياحية بالعراق، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة، ج.م.ع
- صلاح سلمان رميض (٢٠١١): نظرة في احجار الحدود اهميتها ومغزاها، دار المعمورة للنشر والطباعة، بغداد، العراق
- طه باقر (١٩٨٦): مقدمة في تاريخ الحضارات القديمة، ج ١، الشؤون الثقافية العامة، بغداد، العراق

- عباس حسين عبدالرزاق (١٩٩٣): نشأة مدن العراق وتطورها، معهد البحوث والدراسات العربية للتربية والثقافة والعلوم، بغداد، العراق
- عبد الحميد حمام (٢٠١٠): الحياة الموسيقية، مطبعة اورى، عمان، الأردن
- عبود زرقين، وايمان العلمي (٢٠١٦): تعزيز دور الاعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، المنتدى السنوي السابع حول الاعلام والاقتصاد تكامل الادوار في خدمة التنمية، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، الرياض، المملكة العربية السعودية
- عصام حسن السعيد (٢٠١١): نظم المعلومات السياحية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- عقيل عباس كاظم الشرفة (٢٠١٣): تطور السياحة الدينية في مدينة كربلاء المقدسة خلال قرن من الزمن ١٩١٣-٢٠١٣م، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياحية، الجامعة الاسلامية بلبنان، بيروت، لبنان

- على ابراهيم الدرورة (٢٠٠٠): الاهازيج في الخليج العربي، مركز زايد للتراث والتاريخ، ابو ظبي، الامارات العربية المتحدة
- على احمد محمد العبيدي (٢٠١٨): اهمية الحفاظ على التراث الثقافي غير المادي في الموصل، مجلة دراسات موصلية، العدد ٤٨، الموصل، العراق
- عماد عمر (٢٠٢٠): دور قناة الشارقة الفضائية في التسويق السياحي باستخدام وسائل الاعلام الجديد، حوليات كلية الاداب، المجلد ٤٨، جامعة عين شمس، ج.م.ع
- فارس شكري حميد واخرون (٢٠١٨): التخطيط للسياحة الثقافية المستدامة في العراق الواقع والتحديات، مجلة جامعة ام القرى للهندسة والعمارة، المجلد ٨، العدد ٢، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية
- قصي عباس الجميلي (٢٠٠٩): فن وصناعة التزجيج في العراق القديم دراسة تحليلية في ضوء الادلة الاثرية، مجلة دراسات في التاريخ والاثار، العدد ١٢، بغداد، العراق

- كمال لطيف المزوري (٢٠١٠): موسوعة المسرحين العرب، المجلد ١، مؤسسة الصالحي للطباعة، دمشق، سوريا
- محاسن فقير عيسى عثمان (٢٠١٨): توظيف الاعلام الرقمي في الترويج للسياحة الاثرية دراسة وصفية تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة افريقيا العالمية، الخرطوم، السودان
- محمد خطاب (٢٠١٥): الاعلام السياحي والعلاقات العامة، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن
- محمد صلاح غانم (٢٠١٦): دور خصائص تطبيقات تكنولوجيا الهواتف الذكية في تبني عملاء الفنادق لها كوسيط للحجز، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد ١٠، العدد ١، جامعة الفيوم، ج.م.ع.
- محمد ناصر عبدالرحيم (٢٠١٧): استراتيجيات التسويق السياحي للشركات السياحية بالتطبيق على الغردقة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، الإسماعيلية، ج.م.ع.

- منى حسن عبدالله (٢٠١٨): تصميم الاعلان السياحي بين الصورة الرمزية والواقع العالمي، مجلة العمارة والفنون، المجلد ٣، العدد ١٠
- نايف ثنيان محمد ال سعود (٢٠٠٦): الإعلام وترويج السياحة الثقافية المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، الآداب، المجلد ١٨، العدد ٢، الرياض، المملكة العربية السعودية
- نواله احمد محمود جعفر، ومحمد عيسى المتولي (٢٠١٦): اهمية اللغة المكتوبة في الدراسات الاثرية، مجلة دراسات في التاريخ والاثار، بغداد، العراق
- وزارة السياحة اليمنية (٢٠١٠): استراتيجية الاعلام السياحي، صنعاء، اليمن
- هالة عبدالكريم سليمان كركوش الراوي (٢٠٠٣): المسلات الملكية في العراق القديم دراسة تاريخية فنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادب، جامعة الموصل، العراق
- هنرى فرانكفورت (٢٠٠٦): فجر الحضارة في الشرق الادني، ترجمة ميخائيل خوري، بيروت، لبنان

- هيبة لحمّر (٢٠١٧): دور الإعلام في تنشيط الطلب السياحي بالجزائر دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر

ثانيا - المراجع الاجنبية

- Sharpley, R. J. (2003): Tourism and Development, Channel View Publication U.S.A
- Victoria Tourism Organization (2009): Tourism Awareness, Published by Victoria Tourism Organization, Victoria Tourism Industry Council, Melbourne, Australia
- Bruce, P; Glanna, M; Eric, L. (2006): Managing Tourism, And Hospitality Services, Electronic Books.