

(شناخت مفهوم گردشگری الکترونیک و تفاوت شناخت حاصل از گردشگری واقعی و گردشگری مجازی)*

سید فرشاد امیری هفشجانی^{1*}، یعقوب پیوسته گر²، علی آرام³

1- نویسنده مسئول: دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری دانشگاه علوم تحقیقات واحد یاسوج، اصفهان، کوی سپاهان (zasta2500@yahoo.com)

2- دکترای شهرسازی، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم تحقیقات واحد یاسوج، تهران، پونک، بلوار کمالی

3- دکترای شهرسازی، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم تحقیقات واحد یاسوج، تهران

چکیده

واژه ای به نام گردشگری الکترونیکی چند سالی است که در کشور ما به گوش می رسد و این واژه در سایر نقاط جهان حدود 15 سال است با نام e-tourism برای خود جا باز کرده، گردشگری خود یکی از بزرگترین صنعت های دنیاست که برای برخی کشورها به عنوان بزرگترین منبع درآمد و یک ثروت مالی به شمار می آید و این امر باعث شده تا تقریباً تمام کشورهای دارای این صنعت به مقوله الکترونیکی کردن آن نیز توجه خاصی داشته باشند. توسعه تکنولوژی های جدید ارتباطی در سال های اخیر به حدی رسیده که برای به دست آوردن اطلاعات از سراسر دنیا، دیگر نیاز به سفر واقعی و حضور در محل احساس نمی شود. در این زمینه دو سوال مهم وجود دارد، اولاً آیا گردشگری مجازی ممکن است جایگزین گردشگری واقعی شود و نیاز سفر واقعی را مرتفع کند؟ ثانیاً، آیا نوع شناختی که گردشگری مجازی تولید می کند با نوع شناختی که در اثر حضور واقعی گردشگر در مکان ایجاد می شود، یکسان است؟ در این مقاله، برای پاسخ به این سوال ها، ابتدا خصوصیات و ویژگی های گردشگری واقعی و گردشگری مجازی توضیح داده خواهد شد و سپس به بیان تفاوت های این دو نوع گردشگری و اثراتشان می پردازیم. محور اصلی این مقایسه، حضور در مکان خاص و حس تجربی مکان در گردشگری واقعی و گزینشی بودن خصوصیات مکان و اخذ اطلاعات بسته بندی شده در گردشگری مجازی است. نگارنده عقیده دارد گرچه گردشگری مجازی قادر است اطلاعات بسیار وسیع تر و کامل تری از گردشگری واقعی در اختیار افراد قرار دهد، اما در عمل فاقد حس حضور در مکان و تجربه ی زیسته است. روش گردآوری اطلاعات به دو نحوه ی مطالعات کتابخانه ای و جستجوی اینترنتی می باشد.

*برگرفته از بخشی از پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی در صنعت گردشگری ایران