

Research Values

قيم البحث

ترجمة د. سعيد صفي الدين الطيب

ترجمة الفصل الاول من كتاب البحث في الرضا السياحي : قضايا
ومفاهيم ومشاكل

Chris Ryan, 1995, researching tourist satisfaction:
issues, concepts and problems :Rutledge, London
and New York

الملخص

يمكن أن يكون تحليل البيانات الإحصائية وتفسيرها أمراً شاقاً ولكنه جزء من أي مشروع بحث ناجح يقدم هذا النص دليلاً واضحاً وموجزاً لمفاهيم وممارسات تصميم الأبحاث ، مما يوفر أساساً للتقنيات ومنافسة القضايا الرئيسية التي تقيرها مثل هذه الأساليب فيما يتعلق بالمواقف والسلوك ومستويات رضا السياح ، وهو يعطي طبيعة البحث نفسه وتصميم مشروع بحث ، وبحوث نوعية وكمية ، وتصميم الاستبيان والتنفيذ ، وأنواع مختلفة من البيانات وتفسيرها ، وعلاقاتها ، وتحليل الانحدار المتعدد ، وترميز البيانات وأهميتها وهو يشير بشكل شامل إلى حزم البرامج ، وخاصة SPSS و NCSS و MINTTAB وهي موجهة إلى الطلاب الجامعيين في السنة الثانية والثالثة وطلاب الدراسات العليا وكل الذين ينفذون مشاريع بحثية في مجال السياحة .

Abstract

Analyzing and interpreting statistical data can be difficult, but it is a vital part of any successful research project. This text provides clear and concise evidence of research design concepts and practices, providing a comprehensive basis for techniques and discussion of the key issues raised by such methods in terms of attitudes, behavior and levels of tourist satisfaction. It covers the nature of the research itself, the design of a research project, qualitative and quantitative research, questionnaire design and implementation, various types of data and coding, their relationships, multiple regression analysis, and data coding and importance. It refers comprehensively to software packages, especially SPSS, NCSS, and MINITAB. It is aimed at university students in the second and third year, graduate students and all those who carry out research projects in the field of tourism.

قيم البحث

مقدمة

ينقسم هذا الفصل إلى قسمين مُفصلين، يعالجان القيم المعيارية المتصلة بالبحث وذلك من خلال تصنيفها إلى قيم ضمنية وقيم ظاهرة. أما القيم الضمنية فهي تشمل ما يصطلح على تسمية بوجهة النظر السائدة "World view" تجاه طبيعة البحث، وقد خصص جزء مختصر لمناقشة الجدل الدائر بين المنهج التجريبي التقليدي وما يمكن أن يُطلق عليه مصطلح المنهج التفكيكي (Deconstructionist). في حين أن ما يُعرف بالقيم الظاهرة فتناقش في علاقتهما بصفة عامة مع أخلاقيات البحث، وبصفة خاصة تلك القيم المتعلقة بالتحقق والأمانة، لأنهما يلزمان كل مراحل البحث ابتداء من التصميم وحتى كتابة النتائج.

لماذا القيام بالبحث العلمي؟

يوجه النقد إلى البحث العلمي في كثير من الأحيان، فقد يوصف تارة بأنه غير عملي أو بأنه مجرد جداً تارة أخرى إلى غير ذلك من نقد. ويمكن الرد على هذا الجدل بعدة طرق ومستويات. وعند تمحيص النقد الموجه للبحث بدقة يلاحظ عليه بأنه إما موجه إلى ضعف في تصميم البحث أو تطبيقه أو ما قد يعانيه من مشكلات تعيق إيصال الأفكار الأساسية للبحث، أو ما قد يعانيه من سوء إدارة أو الافتقار إلى هدف واضح أو ما يشوبه من لبس وغموض.

إلا إنه يمكن القول أن البحث العلمي قد لا يُفهم من الجميع في آن واحد. وقد تتغير الظروف ويصبح ما هو حديث وغامض في الماضي، أحد وسائل الإدارة المستقبلية، وخير دليل على ذلك ما حدث من استخدام تدريجي لتقنية منظومة المعلومات الجغرافية Geographic Information Systems في مجال السياحة. فقد كانت هذه التقنية في العقدين الماضيين مقصورة على أقلية من الباحثين، وظلت نظريات المكان تدرس بشكل نظري مجرد عند أغلب الباحثين، بينما استطاعت فئة قليلة منهم الحصول على قاعدة بيانات Data Base وإمكانات لاستخدام الحاسبات الآلية الضخمة في ذلك الحين. مما أتاح لتلك القلة أن توفق بين الاستخدامين وتوظفها لأغراض البحث العلمي. أما الآن فإن استخدام هذه التقنية قد بلغت مداها وهي متوفرة للغالبية.

فإذا نظرنا إلى الولايات المتحدة الأمريكية، على سبيل المثال، نرى أن جمعية المركبات الآلية Automobile Association أصبحت مصدراً أساسياً لتنظيم قواعد المعلومات. هذا الأنظمة تبنتها الإدارات المحلية بالاشتراك مع هيئات المنتزهات الوطنية لدراسة طبوغرافية المناطق المختلفة وأنظمة تصريف المياه، ولذلك يمكن القول بأن المسرح قد جُهِز لاستخدام نظم المعلومات بشكل واسع. وهكذا نرى بأن التفكير النظري المجرد في الماضي قد جُهِز ليصبح مألوفاً في المستقبل القريب.

لقد أصبح البحث الجيد حاجة ملحة تساعد بطريقة منظمة على فهم الظواهر بوسائل فعالة تتيح الفرص لوضع الحلول المناسبة. فالبحث، كما هو معلوم، يبحث في العلاقات بين النشاطات

المختلفة، وفي طبيعة تلك العلاقات. ففي مجال السياحة على سبيل المثال قد تبرز عدة تساؤلات يمكن أن تمثل مصدراً لدراسة ظاهرة السياحة. ومن بين هذه التساؤلات: ما ردود أفعال السائحين تجاه عامل جذب ما؟ هل يمكن زيادة التفاعل حتى يُشبع السائحون كل رغباتهم؟ ما شعور السائحين تجاه مستوى معين من الازدحام؟ هل يقلل هذا الازدحام من درجة الرضا لدى السائحين أو يزيدها؟ هل توجد علاقة بين درجة الرضى وبين الفترة الزمنية التي يأتي فيها السائحون؟ إلى غير ذلك من أسئلة ذات العلاقة بظاهرة السياحة.

وإذا كان للبحث تطبيقات عملية سواء في الماضي أو في المستقبل القريب أو المتوسط أو البعيد، فإن المسؤولية تحتم القيام باحتياجات تضمن خطة بحث مُحكمة، ومشكلة بحث محددة بدقة وحكمة. كما يتطلب البحث أيضاً التحلي بخصائص معينة إذا أُريد له النجاح وتحقيق الأهداف المنشودة التي تسهم في اتخاذ قرارات صائبة. وهذه الخصائص يجب أن تكون متوفرة لدى الباحث في الأحوال التالية:

- عند كتابة التقرير .
- أو عند وصف الحالة .
- أو في مراحل التوقع .
- أو في مراحل التفسير .
- أو عند التنظيم .
- أو في أي حالة أخرى قد تجمع بعض الحالات السابقة.
- والبحث الفعال والجاد في مجال السياحة يتطلب ما يلي:
- قوة الملاحظة .
- الجدية والمثابرة .
- امتلاك مهارات فنية .
- تطور مهارات الاتصال .
- الانفتاح على الآخرين والفضول العلمي المتجدد .
- التفسير المنطقي والقدرة على الخيال .
- القدرة على استيعاب التفاصيل والشمولية .
- القدرة على بناء نماذج لإثبات العلاقات، أو لرفضها إذا تطلبت الحالة ذلك .
- الصدق والأمانة في إيضاح الفروض والتفسيرات والنتائج وتعليقها.

إن عمليات البحث العلمي مفعمة بالانفعالات والأحاسيس فقد تتخللها بعض الإحباطات والملل والتوتر، كما أنها مليئة بالإثارة والمتعة أيضاً. والعملية البحثية عرضة للوقوع في بعض الأخطاء التي سوف نوردها فيما يلي:

مكامن الخطأ في البحث :

من الطبيعي أن تتسم عمليات تفسير الظواهر باحتمالية الوقوع في الخطأ. لذلك فإن عمليات التدريب على الانضباطية العلمية واتباع خطوات البحث العلمي من عمليات تخطيط وتصميم وكتابة للبحث ما هي إلا عمليات تهدف للحيلولة دون الوقوع في هذه الأخطاء التي قد يقع فيها الباحث غير الحريص. ولقد لخص بابي [Babbie 1979: 10-13] مكامن احتمالية الخطأ في النقاط التسع التالية:

1- المشاهدات الخاطئة :

يمكن القول أن غالبية الناس ينظرون Look ولكنهم لا يشاهدون See، كما أنهم لا يستطيعون تذكر الأحداث بدقة إذا طُلب منهم ذلك. أما الباحثون فهم مطالبون وبحرص من التأكد من معرفة ماذا كان يحدث قبل الشروع في تحليل تلك العمليات والأحداث. ولهذا تأتي أهمية دقة المشاهدة كأحد أدوات البحث العلمي.

2- المبالغة في التعميم :

قد يقع الباحث في خطأ التعميم حين يُكون انطباعاً تجاه ظاهرة الدراسة من خلال المشاهدات القليلة الأولى. فعلى سبيل المثال إذا لوحظ بأن انطباعات أول ثلاثة سائحين تجاه عامل جذب سياحي، متشابهة فإن ذلك لا يعني أن هذه الحالات ممثلة للعينة. ولذلك فمن الضروري التأكد من أن حجم العينة وطبيعتها ممثلة لمجتمع الدراسة لتجنب هذا الخطأ.

3- المشاهدة الانتقائية :

عندما يسود انطباع ما لدى الباحث نحو سلوكيات السائحين ورغباتهم ، فإن ذلك قد يقوده إلى الوقوع في خطر التعميم في تفسير كل السلوكيات والأفعال بناءً على ذلك الانطباع. فعلى سبيل المثال قد يُوجه المسنون في منطقة سياحية ما، اللوم على حركة السياحة بأنها عامل يساعد على نشر السلوك الخاطئ في أوساط الشباب. وبالتالي يحكم على أي مشاركة من قبل السائحين في أي نشاط ترفيهي بأنه ضربٌ من الفساد.

4- المعلومات المستدلة :

عندما تسود تعميمات ناجمة عن مشاهدات منتقاة، يصبح من المتعذر تقبل أي نموذج سلوكي يخالف ذلك المتعارف عليه، فمثلاً قد يوصف السائح الذي لا يحرض الشباب على اتباع سلوك غير مألوف، من قبل مسني المنطقة بأنه ليس سائحاً وإنما هو مجرد زائر لأهله أو أصدقائه.

5- التحليل غير المنطقي :

تقول القاعدة المنطقية بأنه لا يمكن أن يمثل الشذوذ قاعدة، ولا يمكن أيضاً أن يثبت موضوع متناقض الأشياء التي يرفضها، وكيف لنا أن نتوقع على سبيل المثال إنه إذا أمطرت يومين متتاليين أن يكون اليوم الثالث مشمساً. فالمنطق والبدية تحتم علينا أن نتساءل عن سبب سير الأمور بالشكل التي هي عليه.

6- تدخل الأنا في الفهم :

نظراً لما يبذله الباحث من جهد ووقت في جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها فقد يتبلور لديه حس حيازة الملكية تجاه الأفكار المطروحة في البحث. وقد يعتبر أي أدلة أو شواهد مخالفة لتلك الأفكار بأنها غير مقبولة ومشكوك فيها، أو يتجاهلها كلياً. وفي بعض الحالات قد يتلاعب الباحث ببعض الجوانب الضعيفة في البحث لكي يتحصل على نتائج تعزز البحث.

7- اختتام العمل قبل الأوان :

قد يتوقف العمل البحثي عندما يسود الاعتقاد، عند الباحث، بأن العمل قد أعطى حقه وفهم بالكامل. وهكذا تظهر إشكالية إنهاء البحث قبل الأوان، وتنتقص إمكانية البحث عن الحقائق وكشف التناقضات ومن ثم تقليل قيمة البحث العلمية.

8- غموض النتائج :

إذا تبين أن النموذج الذي قام الباحث ببنائه واختباره يفسر جزءاً من الظاهرة، فقد يميل إلى الاستنتاج بأن الأجزاء غير المفسرة ذات طبيعة معقدة وناجمة عن عمليات عشوائية. ولكن الحقيقة قد تكون أكبر من كونها عمليات عشوائية بل تشير إلى أن الباحث قد فشل في تحديد بعض المتغيرات المفسرة الأخرى.

9- الخطأ طبيعة بشرية :

قد يحدث الخطأ أيضاً إذا اختلطت احتمالات الأخطاء السابقة مع الفكر السائد للباحث، والناجم عن العرف وطبيعة السلطة والمعرفة المكتسبة للمجتمع الذي يعيش فيه الباحث. كما أن احتمالية الخطأ تظهر أيضاً إذا أراد الباحث أن يتحدى منتقديه أو إذا أبدى تحيزاً إلى مجال تخصصه.

بصفة عامة يمكن القول بأن الدراسة البحثية تتطلب معالجة دقيقة وواضحة لموضوع البحث وفرضياته والمنهجية المتبعة في التحليل. فالبحث العلمي عمل دعوب وتساؤلات واختبارات لمفاهيم وأفكار معينة لغرض الوصول إلى معرفة أفضل في المجال المدروس.

القيم الضمنية في البحث :

على الرغم من أن هذا الكتاب الذي بين أيدينا موجه إلى المهتمين بالبحوث والمشاريع الصغيرة نسبياً (طلبة، رجال أعمال، إدارة تسويقية ...)، إلا أنه يراعى ضرورة الأخذ في الاعتبار متطلبات وخصائص البحوث ذات المجال الأوسع. كما يركز جزء كبير من هذا الكتاب على تحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) والمتغيرات التابعة (المفسرة) بشكل واضح. وسوف يتضح ذلك عند مناقشة الجزء الخاص بالطرق الإحصائية التي قد تستخدم في قياس وتحليل توجهات ورغبات السائحين. ولكن على الرغم من أهمية المنهج التطبيقي إلا أنه يعاني من بعض الإشكاليات، التي يجب على الباحث أن يكون مدركاً لطبيعتها وتأثيراتها على عمله. وأغلب هذه الحدود تتبع من قيم ضمنية مرسخة في ذهن الباحث. حيث يمكن القول بأن أفكارنا مؤطرة؟ مسبقاً بالقيم والأعراف السائدة في مجتمعاتنا. ولتبسيط هذه الفكرة نسوف المثال التالي. لقد كان الاعتقاد السائد قبل رحلة كولومبس (Columbus) عام 1492م واكتشاف الأمريكيتين بأن العالم محفوف بالمخاطر. فعلى الرغم من المخاطر الحقيقية التي تواجه المستكشفين والمتمثلة في العواصف العاتية والأجواء المتقلبة والأعماق المخيفة، إلا أن ذلك مزج بما كان يعتقد من تحديات الوحوش والغيلان الماردة التي تهدد من يدخل بحر الظلمات. لكن تلك الأفكار التي سادت فترات طويلة قد تراجعت وتلاشت لدى غالبية الناس منذ القرن الخامس عشر. وحلت محلها أفكار جديدة انتشرت إبان فترة الإصلاح والتي تدع إلى تشجيع الاستكشاف واستخدام المنهج العلمي.

ظل نموذج الفكر السائد حتى وقت قريب، متأثراً بالطريقة الميكانيكية لمنهج السبب والنتيجة Cause and effect والذي يرى بأن تحديد المتغيرات المسببة للظاهرة يعني خلق وضع يقود إلى نتائج محددة. ويوجه النقد إلى هذا المنهج بأنه يبسط الأشياء ويراهن تسير في نسق خطي حتمي ضيق. فمثلاً يمكن علاج الأمراض بتحديد ومهاجمة الفيروسات المسببة لها. ولكن هذه الطريقة تواجه كثيراً من النقد سواء من قبل الطب التقليدي أو الطب الشمولي، والتي ترى بأن هناك مسببات أخرى للمرض يجب أن تؤخذ في الحسبان. هذا النقد يوجه أيضاً إلى العلوم الإنسانية التي تأخذ بمنهج العلية.

وثمة سؤال، ما علاقة هذا بعملية البحث الذي يدرس سلوكيات وتوجهات السائحين؟ إن الجدل الدائر حول تغير نموذج الفكر السائد يمثل بداية التحدي لمفهوم موضوعية المنهج الخطي (Linear) ليحل محله نموذج الحقيقة المتداخلة والمشوشة (Chaotic reality) والذي له تأثيره على البحث في مجال السياحة. إن الطبيعة المتماثلة لهذا النقاش في دراسات السياحة يمكن تحديده عند الرجوع إلى المفاهيم والتعريفات المختلفة للبحث، والمناهج العلمية وعلاقتها بالسياحة، وآثارها على البحث. فمثلاً نرى ديفز وكوسنزا (David and Cosenza 1988) قد اقتبسوا تعريف كيرلنجر (Keclinger 1986: 10) للبحث العلمي على أنه:

نسق محكم من التجارب والبحث النقدي، لفرضيات متوقعة عن علاقات متوقعة لظاهرة ما.

إلا أنهما يعتقدان بأن هذا التعريف ينطوي على بعض المشكلات عند البحث في مجال الأعمال . ففي هذا المجال تتصف القرارات المتخذة بكونها مبنية على معلومات ذات طبيعة وصفية. فالشركات تحتاج إلى تقييم قدرتها على المنافسة، ونوع شركات الإعلان التي يجب التعامل معها، وطبيعة الزبائن، هذا بالإضافة إلى العوامل المؤثرة في نجاح السوق، وبالتالي فإنه من الصعب تقييم طبيعة العلاقات المتوقعة بين الظواهر كما. لذلك طور كل من ديفز وكوسنزا (1988:8) تعريف للبحث في مجال الأعمال على أنه:

نسق مُحكم من التجارب والبحث النقدي لظاهرة ذات أهمية معنية لاتخاذ القرار الإداري التسويقي.

يبدو أن هذا التعريف أكثر ملاءمة للبحث في مجال السياحة، التي أخذت تحتل مكاناً بارزاً في الاقتصاد، وأصبح من الممكن أن تُعرف بأنها نشاط اقتصادي وتجاري. ولذلك اقترح ريان (Ryan 1991 6:5) أن تعرف السياحة بأنها:

دراسة العرض والطلب لخدمات الإيواء والخدمات المساعدة التي يستخدمها أولئك الأفراد الذين يقضون فترات زمنية بعيداً عن مقر إقامتهم الأصلية، وما يترتب على ذلك من عمليات إنفاق، ودخل، وفرص عمل.

يستشف من هذا التعريف بأن هناك منظورين لدراسة ظاهرة السياحة. المنظور الأول وتستخدم فيه الخطوات العلمية للبحث مثل تلك التي اقترحها كرلنجر Kerlinger وتبناها علم الاقتصاد. ويهدف البحث هنا إلى دراسة العلاقات المفترضة بين متغيرات السبب والنتيجة. فمثلاً تستخدم النماذج الاقتصادية بعض المتغيرات القابلة للقياس كالمواصلات، أو دراسة العلاقة بين الإنفاق وعدد الرحلات، وذلك لقياس تأثيرات حركة السياحة على الرواتب، ونسبة التضخم في الدول المستقبلية والمصدرة للسائحين. ولكن لا يمكن دراسة الظواهر الاجتماعية بنفس الدقة التي ندرس بها العلوم الطبيعية في المعامل.

أما المنظور الثاني فيرى صناعة السياحة فرع من مشكلات الأعمال ، ولذلك يمكن القول بأن البحث في السياحة يتطلب معلومات ذات طبيعة وضعية كما ورد عند ديفز وكوسينزا Davis and Cosenza، وتتمثل هذه المعلومات في طبيعة خدمات الضيافة، والتدفقات السياحية ومستوى الإنفاق الإعلامي ونوعه. ولكن قد يرى البعض بأن ما سبق يمثل جزئية من مفهوم السياحة الذي يشمل جوانب أخرى تتمثل في الدوافع والتجارب الحسية الفعلية للسائحين. وقد أشار برزكلاوسكي (Przeclawski 1993:11) في هذا الصدد بأن السياحة لا تمثل عمليات اقتصادية فحسب ولكنها تشمل أيضاً عوامل نفسية واجتماعية وثقافية. فالسياحة إذاً هي تلك

الاحساسات النفسية والخبرات الفردية التي يحس بها السائح من خلال تعامله مع المحيط الاجتماعي والبيئي غير المألوف. لذلك تُدخر الأموال ويقتطع الوقت للتمكن من تكرار التجارب الحسية ذات القيمة العالية. كما يمكن القول أيضاً بأن السياحة ذات فائدة لا يستهان بها للمجتمعات المستقبلية للسائحين، حيث تعتبر أحد عوامل التغير الاجتماعي والثقافي التي تحدث عند الاتصال المباشر والمحاكاة. هذه الخصائص دعت بعض المهتمين بقطاع السياحة إلى طرح تعريف مختلف، فقد ورد عند ريان (Ryan 1991:66) كما يلي:

الطرق التي يسعى الناس من خلال ممارستها الحصول على أكبر قدر من الفوائد النفسية عند زيارتهم لأماكن جديدة وإحساسهم بخبرات جديدة، وذلك لمدة محددة بعيداً عن أماكن الإقامة والعمل الدائمة.

إلا أنه يلاحظ بعض القصور على هذا التعريف الذي ينظر إلى السياحة من خلال وجه نظر السائح، ويتجاهل الآثار التي قد يتركها هذا النشاط على الخدمات والأعمال في منطقة الوجهة السياحية. وهكذا تبدو هذه التعريفات إما مركزة على إظهار خصائص محددة للظاهرة سواء كانت اقتصادية أو نفسية، كما أشير إليه سابقاً، أو تنظر إلى جوانب أوسع وأشمل وذلك كما ورد عند (McIntosh and Goeldner 1986)) اللذين يعرفانها كالتالي:

قد تعرف السياحة بأنها إجمالي الظاهرة والعلاقات المتبادلة بين السائحين والأعمال والخدمات والمؤسسات الرسمية ومناطق الاستقبال في مسعاها لجذب السائحين والخدمات المتعلقة بهم.

تشير التعريفات السابقة إلى طبيعة التحديات التي تواجه الباحث في مجال السياحة. فمن ناحية قد تُطرح المشكلة بشكل شمولي قد يعيق البحث، الذي قد يكون بسبب طبيعته أو رغبات ممول البحث ذات خاصية دقيقة وتفصيلية، أو إذا كان البحث من ناحية أخرى مركز على أحد جوانب الظاهرة فإنه يتجاهل جوانب كثيرة منهما. يتضح أيضاً أن طبيعة البحث الذي يدرس الجوانب النفسية يلزم الباحث بتناول جزئيات معقدة من الدوافع والحاجات، وما يتعلق بطبيعة العلاقات المتبادلة بين مناطق الجذب والسائحين من ناحية القوى المحفزة للتغير، والرضى أو أي أشياء أخرى. هذه المعطيات قد تخرج البحث عن خطوات البحث العلمي التطبيقي المجرد، وتضعه في مجال التجارب الشخصية، التي قد تقبل المصادقية في بعض الأحيان ولا تقبلها أحياناً أخرى، أو أنها ذات مصداقية مختلفة لنفس الشخص تحت ظروف مختلفة.

لقد اتفق كثير من الكتاب على أن أغلب السائحين يسلكون سلوكاً يتصف بالازدواجية شبيهة باللعبة. فمن الناحية الفعلية قد يمارس السائحون أحد أنماط النشاطات الرياضية الترويحية، ومن الناحية الأخرى فقد نراهم ينقمصون دوراً مختلفاً يختلف عن ذلك الذي ألفوه في حياتهم العادية. وقد أشار مكنل (McCannel 1976) كذلك إلى أن السائحين في أغلب الوجهات

السياحية الشهيرة تجذبهم بعض المعالم الشهيرة فقط ولا يأبهون بالتعرف على كل دقائق الحياة الأخرى.

ويخلص يوري (Urry 1991: 85) أن السائحين لا يتذكرون من الدول المضييفة إلا صور قليلة منمقة ممثلة للحقيقة الكلية. فالسياحة مليئة بعالم من الإشارات والرموز التي تشعر السائح بتحقيق غاياته المنشودة ويستهلك السمعة التي روجت له، وإذا كانت السياحة هي تراكم من التجارب والخبرات التي تعزز الإحساس بالذات، فقد تتقاطع مع مجالات أخرى للترويج والعمل. وقد لاحظ لوتز ورايان (Lutz and Ryan 1993: 356) في مجال السياحة والأعمال ما يلي:

إن تقديم خدمات معينة لسيدات الأعمال يمثل تقديم فعلي للخدمات كما يمثل أيضاً رمزاً للاعتراف بتلك الخدمات. لكن عملية الاستهلاك لا تقف عند هذا الحد، ولكنها تخلق توقعات أخرى تؤكد بأن تلك الخدمات عبارة عن رمز (Symbol) معنوي. وهذه الحالة يمكن ملاحظتها في شكل آخر من السلوك البشري المتمثل في الدور الذي تظهر به الموظفة التنفيذية التي تنغمس في تقمص الأدوار. أن سيدة الأعمال تدرك أن تقديم الخدمات النسوية Feminine services تخدم وظائف عدة، فهي تمثل اعترافاً بالتميز وتوفير خدمة، هذا بالإضافة إلى تقديم بعض التسهيلات الهامشية التي قد تبدو ذات قيمة جوهريّة أكثر من كونها رمز غير ملموس للخدمات. ولكن سوف يظل الرمز ذا قيمة استهلاكية، كما قد يطلب من مقدم الرمز أن يفي بوعده المتأصل في الرمز.

يمكن القول أن السياحة أصبحت تحتل المرتبة الأولى بين منتجات مجتمع ما بعد العصر الصناعي، ويتمثل استهلاك المنتج السياحي في استهلاك الرموز أثناء ممارستهم لتجارب مبنية على الأحلام والخيال. فعلى سبيل المثال فقد جهزت أجزاء من مدينة ديزني لاند Disneyland بطريقة تمكن السائحين بصحبة مرشد سياحي من القيام برحلة نهريّة وكأنها في أدغال أفريقيا السوداء مماثلة لتلك التي قام بها المكتشفون في القرن التاسع عشر.

لقد اتصفت مجتمعات ما بعد العصر الصناعي بالابتعاد عن نمط الإنتاج والاستهلاك المكثف للسلع والخدمات، وتبنت نمط يغلب عليه صفة الفردية. وتتصف هذه العملية المتأصلة في هذه المجتمعات بأربع خصائص هي الخصخصة Privatization والفردية Individuation والاتجار Commercialization والتصالح Pacification، روجك (Rojeck 1993). إلا أن هذه العمليات تنطوي على تناقض واضح، فمن ناحية تؤكد عمليات الاهتمام بجودة الخدمات الاستجابة لرغبات الفرد ولكن هذه الاهتمامات تقود إلى آلية الترميز وروتينية العمل، وتوقيت مسؤولي المؤسسات التجارية للعمليات التجارية. هذا التناقض يسبق البيئة المناسبة لمنتجات السوق السياحية التي تعد بتوفير تجربة سياحية شاملة في الوقت الذي يشتري فيه السائح برنامجاً لرحلة سياحية شاملة من أحد وسائل التسويق المتخصصة التي تستهدف زبائنهم عن طريق قوائم بريدية أو قوائم المشتركين بالمجالات المتخصصة. وهكذا تنقلص الفردية وتتحول إلى رموز في الحاسب الآلي وذلك قبل الاعتراف بتلك الفردية.

إن مفهوم السياحة مفهوم معقد، فهو عبارة عن نسيج متشابك من الخبرات والاستجابات الفردية لمواقف مختلفة مما يترتب عليه من تعقيدات عند محاولة تقييم الآثار المترتبة على النشاط السياحي. أن النشاطات السياحية في المجتمعات الغربية، (مجتمعات ما بعد العصر الصناعي)، تجري في وسط تختلط فيه الخبرات الترويحية مع خبرات في مجالات أخرى (مثل استخدام الفيديو، والأجهزة الإلكترونية الأخرى، وكذلك استخدام تقنية الحقيقة المتخيلة Virtual Reality). كل هذه النشاطات تقف وراءها شركات تجارية متخصصة تستجيب لرغبات المستهلكين. فما تقدمه تقنية الحقيقة المتخيلة من رحلة وأحاسيس وهمية لا تتعدى حدود الكرسي المجهز لتلك التقنية. هذه العمليات المتشابكة تجعل من دراسة ظاهرة السياحة، وبصفة خاصة في المجتمعات سريعة الحركة، عملية معقدة، أسوة ببقية النشاطات الاقتصادية الأخرى.

لقد تبين أنه من غير المنطقي في العلوم التطبيقية Physical Science الأخذ بالمنهج العلمي الخطي Linear الذي كان سائداً في القرن التاسع عشر. وقد اتضح أيضاً أن العلوم الطبيعية قد أعادت النظر في بعض مناهجها واتخذت من مبدأ اللاتيقين Uncertainty قاعدة منهجية وليس استثناءً. وهذا ما أصبح يعرف بنظرية الحقيقة المتداخلة والمشوشة Chaos Theory وأحياناً أخرى يُطلق عليه مصطلح الديناميكية المعقدة في الأنظمة اللاخطية Non-Linear Systems. وقد اتضح أن نتائج نظام التفكير اللا خطي (الشمولي) يعطي نتائج عشوائية على المستوى الضيق، أما على المستوى الأكبر والأشمل فإن النتائج تخلو من التداخل والتشويش. وعلى الرغم من أن بعض الأنظمة قد تبدو عشوائية وغير متوقعة إلا أنها قد تكون مقيدة بعوامل جذب تحدد بوضوح مجالها العشوائي. وقد أجرى ماندلبورت (Mandelbort) (1989) بعض التجارب الرياضية على عوامل الجذب هذه، واتضح أنها يمكن أن توقع على جهاز الحاسب الآلي، ويمكن الحصول على صور معقدة ناجمة عن الحالة العشوائية الأولى.

وبالرجوع إلى التعريفات التي تم عرضها سابقاً يتضح ما يلي: من ناحية يمكن اعتبار أن السياحة تتحدى البحث التجريبي من ناحية القصور عند محاولة التقييم الموضوعي للعلاقات بين السبب والنتيجة إذا ما وضعنا في الحسبان أن طبيعة السياحة ما هي إلا علاقات بين السائحين والدولة المضيفة. وإذا ما اعتبرنا أن السياحة ما هي إلا تجربة حسية تخص كل سائح على حده سوف يكون البحث السياحي من هذا المنظور غير موضوعي، وكل سائح حالة خاصة. فهذا التشابك ما هو إلا المعيار الواقعي، فالأحداث الشخصية عندما تضاف إلى أحداث شخصية أخرى قد تكون مجموعة صحيحة وفعالة، وكذلك إذا أضيفت كل مجموعة إلى تجمع قد تخلق وحدة كبيرة متكاملة، وهذه كلها إذا نُظر إليها من بُعد تكون نموذجاً متكاملًا. ومن هذا المنطلق فإن عمليات البحث التقليدي تحتوي على معيار الصدق اللازم لبناء نموذج يمثل مجريات الواقع، ولكن التنظيم الجماعي لا يمثل نموذج للفرد، ويظل الأفراد يمارسون إحساسهم ودورهم الفردي.

يمكن القول أن ما سبق سرده هو محاولة لبناء نموذج استخلصت فيه تعقيدات الواقع إلى مجموعة قليلة من المتغيرات الأساسية. فعلى سبيل المثال يمكن تعريف السلوك فيما بين أربع إلى خمس عوامل ناتجة عن التحليل العاملي لمجموعة كبيرة من المستبنيين. ولكن عند تفسير النتائج يجب على الباحث أن يكون يقظاً لطبيعة الموضوعية الكامنة في النتائج، وتبني المنهجية مبنية على حركية النموذج. فمن المعروف أن استجابات السائح تتأثر بنمط الدور الذي يقوم به، وبالتالي

يمكن وضع السؤال الذي فحواه ما هي استجابة السائح لاستبانة إذا ما طُرح عليه في أماكن مختلفة أو أوقات مختلفة؟ فإذا غير السائح نشاطه فهل يمكن أن تظهر نفس التوجهات؟ إن مفهوم الواقع وجهة نظر الاتجاه البنوي Constructionist تتمثل في إمكانية تثبيت مفاهيم معينة. حتى ولو لفترة معينة يحددها الباحث، في حين أن ذلك لا يمكن افتراضه من وجهة النظر الهدمية Deconstructionist. وبالتأكيد فإن مصداقية الثبات المتوقع قد تطرح بعض الأسئلة عن مدى أهمية العوامل المشتقة لتفسير الخبرة الحقيقية للأفراد وفي نفس المكان والزمان. إن موقف أبحاث السوق من هذه المعضلة يتمثل في اتخاذ طرق بحث مختلفة تماماً كاختلاف المنهج الكمي عن الكيفي. ولكن هذه الطرق لا تخلو من إشكاليات سوف يتم التطرق إليها في الصفحات القادمة من هذا الكتاب.

غالباً ما يحتوي البحث في ثناياه على أسئلة كثيراً تواجه الباحث، ممثلة في قيم البحث وتقنياته. ويؤكد هذا الكتاب بأن الباحث في مجال السياحة محظوظ لعدة أسباب. لأن السياحة تمثل مجالاً واسعاً ومشوقاً للباحثين المهتمين بالإنسان. حيث يمارس البشر أثناء عطلاتهم أنماطاً عديدة من السلوك تفوق بكثير ما هم معتادون عليه في حياتهم العادية. ففي الأثناء التي يحاول فيها الباحث أن يصف ويصنف هذه الأنماط من السلوك فإن الباحث يجد نفسه منغمساً في كم كبير من الأدبيات والخبرات وخاصة في ميدان العلوم الاجتماعية. فهناك عدة مواضيع تتبع من تساؤلات حول، الحقيقة، الثقة، الهروب، الرضى ... وهذه المواضيع ذات علاقة وثيقة بالسياحة لا يمكن لدارسي هذا الموضوع التغاضي عنها.

الإحصائيات والرموز :

في مجال السياحة الذي يتصف بالفردية والخبرات الخاصة والمميزة قد يولي الباحث جهداً كبيراً في معالجة البيانات والمعلومات الخاصة بسلوك واتجاهات السائح باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأي أدوات ووسائل إحصائية أخرى قد توفرها البرامج الإحصائية المختلفة. وفي هذا الصدد قد يطرح سؤال نفسه وهو هل من الممكن على الباحث في مجال السياحة والمستخدم لهذه النماذج أن يكون غير قادر على استيعاب مفهوم الخبرة السياحية؟ لقد عُدت السياحة إحدى أهم منتجات ما بعد عصر المدنية Post Modernist الذي أشتبت فيها أغلب الحاجات الأساسية وأصبحت المقتنيات الرمزية تعكس الوضع الاجتماعي فالقيام بمغامرة سياحية معينة قد يعني وضعاً أو مركزاً اجتماعياً ذا خصوصية معينة، وهذا مماثل لملكية سلعة معينة وما توجبه من معاني اجتماعية.

إذا أمكن القول بأن السياحة لا تعني الترويج عن النفس أو أصالة المنتج فقط ولكنها أيضاً تمثل استعراضاً للمقتنيات الرمزية وكذلك ترجمة الخبرة إلى حالة رمزية، فإن طبيعة علم الإحصاء تفرض على الإحصائي الحصول على رموز معينة تساعد على فهم الظاهرة.

فإذا كانت الخبرات المكانية هي أساس مفهوم التذكار (رمز المكان) فإن الإحصاء يعتبر رمز لأحد فروع المعرفة. فكل من الإحصاء والتذكار يعطيان فكرة عن السائح كما أنهما يعبران عن حقيقة حركة السفر وأغراضه. وهذا ما سوف يتضح من الفصول القادمة من هذا الكتاب والتي توضح أهمية الإحصاء في تفسير الأحداث.

يمكن القول بأن النماذج الإحصائية والرمزية لا تعطي نتائج محددة أو تفسيرات كاملة عن الواقع ولكنها وسيلة لتقليل التعقيد والتشابك في المؤشرات وذلك باختبار مؤشرات محددة ومهمة وذات علاقة بالمكان والخبرات الشخصية للسائح فعلى الرغم من وجود نوع من التشابه بين النماذج الإحصائية الرمزية إلا أن طرق التحليل تختلف في كل منهما.

إن المواضيع التي تهتم الباحث في مجال السياحة عريضة وتتراوح بين رجال الأعمال، والسائح الباحث عن الأماكن التاريخية، وقلق وتطلعات سكان مناطق الجذب السياحي... ومهما اختلفت قدرات الباحثين في مهاراتهم التحليلية وزمن الدراسة إلا أن شرف المشاركة في هذه النشاطات ومجاله في الكشف عن خصائصها وعلائقها لا تقدر بثمن لما تحمله في طياتها من معاني رفيعة.

قيم البحث الظاهرة :

إن التسليم بوجه النظر السابقة سوف يضيق الفجوة بين ما ورد في هذا الجزء والجزء الذي يليه والخاص بطبيعة البحث. إن المفاهيم النسبية والموضوعية التي تنطوي تحت المعايير الضمنية التي تمت الإشارة إليها ذات أهمية خاصة لفهم القضايا التي تهتم السياحة. إن طبيعة السياحة كعملية جدلية بين ما يُعرف بعملية الهروب من الواقع من ناحية وعملية الجذب المغرية وبين ضمانات المؤلف ومخاطر الجديد، كل هذه العوامل مشتركة ينتج عنها مزيج ديناميكي معقد من العلاقات التي لا يمكن الإلمام بها عن طريق الدراسات التجريبية المتعارف عليها. ولفهم هذه العلاقات بتعيين على الباحث أن يشارك بفاعلية في كافة تفاصيل البحث ويعيش التجربة كاملة. كما لا ينسى أن يشاهد ويقس من وجهة نظر محايدة. ويجب الإشارة هنا إلى أنه لا توجد طرق بحث أفضل من غيرها، كما يمكن القول أيضاً ليست هناك سلوكيات ثابتة للسائحين.

ولكن على الرغم مما قيل سوف نفترض مجموعة من الثوابت التي يجب على الباحث إتباعها والتعقيد بها. هذه الثوابت نابعة من القيم الإنسانية والحاجة لاحترام الباحث لذاته. وعلى الرغم من وجود إجماع حول هذه الثوابت فإن هناك إجماع أيضاً على صعوبة تحديد المشكلات البحثية وسلوكيات البحث والباحث. وتتمثل هذه الثوابت فيما يلي:

الأمانة في تدوين النتائج :

يشعر بعض الدارسين بالخيبة والفشل عندما لا تستطيع المعلومات المتوفرة إثبات فرضيات البحث، مما قد يغري البعض الدخول في مغالطات وعدم إثبات وتدوين النتائج التي لا تؤيد تلك الفرضيات. ولكن يجب عدم إهمال تلك البيانات والمعلومات التي أتت مخالفة للعلاقات المتوقعة لأنها ذات قيمة علمية لا يستهان بها. فالمعرفة العلمية تطورت واستفاد من المعلومات (الغامضة) بنفس فائدة تلك المعروفة والمتوقعة.

وفي حالات كثيرة من بحوث الطلبة يكون حجم العينة صغيراً، لذلك يحاول البعض إخفاء هذه الحقيقة باستخدام النسب المئوية بدل من الأرقام الفعلية، فمثلاً يشير البعض إلى أن ما نسبته

25% ... وإذا كان إجمالي العينة 20 حالة فإن النسبة السابقة تساوي 5 حالات فقط. وفي هذه الحالة يُفضل ذكر الأرقام الفعلية (أي خمس حالات من عشرين مستبين). وغالباً ما يتدرب طلبة السنة الأخيرة في التعليم الجامعي على كتابة بحث تخرج لا يهدف إلى الكشف عن حقائق جديدة ولكنه لغرض التدريب فقط. كما يمكن للطلبة استخدام بعض الاختبارات الإحصائية التي تسهل عليهم تنظيم المعلومات وتحليلها بأي طريقة يرونها مناسبة، ولكن لا يمكنهم أن يعولوا عليها كثيراً في نتائجهم. بالتأكيد أن التنبيه على صحة النتائج تعكس اهتماماً أكبر بالمشكلات التي تحيط بالطريقة المستخدمة.

إن المحاذير السابقة تنطبق أيضاً على الباحثين المتخصصين باستخدام النسب في بعض الحالات قد يكون مضللاً. فعلى سبيل المثال، فإنه على الرغم من استخدام عينة كبيرة (200 مفردة أو أكثر) فإن الباحث عندما يخطأ عن أخذ نسبة مئوية من جزئية صغيرة لهذه العينة (كالدخل والعمر) فإنها قد تعطي انطباعاً خاطئاً بقلب الأرقام الحقيقية. فكما هو معروف أن غرض البحث يهدف إلى إيضاح وإبراز المعلومات وليس التضليل.

سرية المعلومات وهوية المبحوثين:

في حالة البحوث التي تتطلب معلومات مباشرة من أفراد العينة (مسوح) فإن ذلك يتطلب التأكيد على سرية المعلومات وعدم الكشف عن هوية المبحوثين. ففي حالة البيانات الكيفية Qualitative data يتحتم على الباحث عند كتابة تقريره أن يستخدم الضمائر المجهولة التي تخفي هوية المبحوثين، وقد يستعاض عن ذلك بالإشارة إلى المبحوثين بالأرقام. (يجب أن يحظى هذا الجانب بأهمية بالغة من الباحث).

أما إذا جمعت البيانات الكيفية من مجموعة صغيرة ومركزة، وكان الهدف منها على سبيل المثال، التفريق بين الاتجاهات السلوكية للأُمّهات المطلقات حيال متطلبات الأعياد بالمقارنة مع الأُمّهات المتزوجات، لذلك فإنه من الضروري وضع الاحتياطات لكي يصعب التعرف على الأُمّهات المطلقات. لأنه كلما صغرت حجم العينة كانت إمكانية التعرف على المبحوثين من خلال إجاباتهم.

كما أن سرية المبحوثين تحتم على الباحث عند تجميع قوائم من عناوين المبحوثين عدم التصرف فيها تجارياً وبيعها لتلك الشركات التسويقية التي تجمع هذه العناوين البريدية.

وعدم احترام السرية ينتج عنه إشكاليات حول مصداقية المعلومات المجمعة. ففي بعض الأماكن ينتشر البائعون المتجولون الذين يعرضون أنفسهم على شكل باحثين. هذه الظاهرة ينتج عنها أن بعض أفراد العينة المستبينة لا تثق في صدق الباحث ومدى حفاظه على حرية المعلومات وبالتالي تتأثر إجاباتهم بعدم الاكتراث أو بالإعراض عن الإجابة مما يكون له أثر سلبي على البحث ونتائجه.

أما في حالة التصوير بالفيديو أو التصوير العادي فيجب احترام الخصوصية الشخصية أو العائلية وعدم القيام بأي شيء قد يسبب في خدش شعور المتنزهين أو الكشف عن خصوصياتهم.

البحث اللاأخلاقي غير مبرر أدبياً :

على الرغم من ندرة هذا النمط من البحوث في مجال السياحة إلا أنه يجب تأكيد هذا المبدأ والتنبيه عليه. فقد اتضح أنه في بعض الدول هناك علاقة بين السياحة والجريمة، كما هو الحال بين السياحة والجنس (Sex) أو عمليات تبييض الأموال والمخدرات أو عمليات إجبار بعض الملاك على بيع عقاراتهم لكي يتم تحويلها إلى مواقع سياسية. فأي بحث يفوض لكي يبرر بأنه ليست هناك سلبات في هذه العمليات فهو يحث لا أخلاقي، لأن التفويض لا أخلاقي، وكذلك التنفيذ والنتائج وما يترتب عليه من سياسات.

يجب التأكيد على التصدي ومعارضة هذا النمط من البحوث في مجال السياحة، لأن الإحجام عن طرح هذه القضايا سوف يجعل من الصعب وضع حدود بين ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي. فعلى سبيل المثال في مجال تقييم التأثيرات الاقتصادية لحركة السياحة فهناك بطبيعة الحال آثار إيجابية متمثلة في توفير فرص للعمل وتحسين الدخل، ولكن يمكن أن تطرح الأسئلة التالية: من يستفيد من فرص العمالة، ومن يدافع عن هذه الفرص؟ أن تنمية المناطق قليلة الكثافة، سياحياً سوف يجذب العمالة ويغير شكل طبيعة المكان هذا بالإضافة إلى ما يترتب على ذلك من تغيير جذري لطبيعة الحياة السابقة.

كذلك فإن لحركة السياحة تأثيرات ثقافية ولذلك فهناك عدة أسئلة قد تظهر مثل إلى أي مدى يجوز لمجموعة ما أن تؤثر في طريقة حياة مجموعة أخرى؟ إلى أي مدى تملك الأغلبية الحق في التأثير على رغبات الأقلية؟ هذه التساؤلات ليست خاصة بمجال السياحة فقط ولكنها نوقشت وتناقش باستمرار. ولكن يجب التأكيد حتى على الباحث الملتزم أخلاقياً وعلمياً بأن عليه أن يأخذ في الحسبان بأن نتائج البحث قد ترجع إلى سياسات بجوانبها الأخلاقية.

التمحيص وتحليل النتائج بدقة:

إن الانتقال من أخلاقيات البحث إلى جوانبه الميكانيكية قد تبدو وكأنها قفزة. إلا أن العلاقة بين الموضوعين تجعلها متصلين. ويتكون التحليل المتفحص من الخطوات التالية:

- أ - اختيار المناهج المناسبة لطبيعة المشكلة.
- ب - الاختيار المناسب للعينة.
- ج - التصميم المناسب للبحث.
- د - التطبيق الصارم لخطة البحث.
- هـ - اختيار المناهج المناسبة للمشكلة وطبيعة العينة وخطة البحث.

إن البحث الذي يعاني من قصور وضعف في التصميم، وفي اختيار العينة وفي تحليل البيانات قد يقود إلى توصيات خاطئة، قد تُبنى عليها سياسات خاطئة. فعلى الباحث أن يتحمل مسؤولياته تجاه مستخدمي البحث وقرائه وكذلك تجاه المبحوثين. إن الإهمال في استخدام تقنيات التحليل يمكن أن يفسر بأنه منافي لأخلاقيات البحث العلمي. ويجب أن يكون واضحاً من النقاش السابق دور الموضوعية وغير الموضوعية في البحث الذي يحمل في طياته رأي مسبق عن طبيعة المشكلة والطرق المثلى التي تعالج بها تلك المشكلة.

إن قضايا تصميم البحث واختيار العينة والتحليل سوف تُدرس بالتفصيل في الفصل القادم. ولكن لغرض التوضيح سوف نتعرض لخطأ شائع في مرحلة التحليل وهو استخدام الاختبارات البارامترية التي تفترض التوزيع المعتدل. لكن هذا التوزيع لا يتمشى مع قياس التوجهات السلوكية في السياحة. ويمكن القول في الغالب أن الاستمتاع بالخبرة السياحية تكون مرتفعة، ولذلك تكون البيانات في شكل ملتوي Skewed ولذلك فإن الاختبار اللا بارامترية قد تكون أكثر ملائمة لهذا النوع من البيانات. وفي حالات كثيرة فإنه من غير المحتمل الحصول على نتائج مختلفة ذات أهمية إحصائية عند استخدام أحد الاختبارات المعنوية عن غيرها من الاختبارات الأخرى، إلا أن الإمكانية قائمة. ويتضح أن هناك حالات كثيرة رفض فيها الباحث فرضية كنتيجة لاستخدام اختبارات بارامترية بينما قد تكون ذات دلالة إحصائية إذا استخدم اختبار Mann-Whitney الذي يختبر العلاقات بين مجموعات صغيرة.

في هذا المثال الاختبارات البارامترية معروفة ولكن المشكلة ذات علاقة مع البيانات الكيفية التي غالباً ما تكون دقيقة. فمن ناحية قد تمثل نمط بسيط من تحليل المحتوى مثل حساب جدول تكراري لأحد الإجابات. في هذه الحالة يكون التركيز على تصنيف نوع من الإجابات. من ناحية أخرى فعند تقييم المعاني غير الواضحة ضمناً، على سبيل المثال في حالة دراسة المجموعة المركزة Focus group، حيث أن أحد المبحوثين يطور فكرة من شخص آخر، يمكن أن تكون وضعية معقدة. في هذه الحالة يستحسن أن يقارن تفسير الباحث مع تفسير باحث مستقل وذلك لتقييم ثبات التقييم.

الخلاصة:

يحتوي البحث على مجموعة من القيم التي لها علاقة بالدرجة الأولى بالمفاهيم الضمنية لطبيعة الواقع. فهل هناك حقيقة موضوعية قائمة يمكن (اكتشافها)، أو أهي مجرد مجموعة معقدة من الأنماط (Patterns) التي تظهر لفترة غير معلومة من الزمن بشكل عشوائي على مستوى الفرد، ولكن أيها يحمل معني لذلك الفرد، وأي نوع من الشمولية يمكن أن تقيم على مستوى معين لفترة زمنية طويلة كانت أم قصيرة؟

هناك عدة قيم تخص البحث وتتطلب صراحة وانضباطية من الباحث في طرح الفرضيات، وفي تطبيق المناهج والتقنيات ذات الصلة المباشرة بالبحث. حيث يوجد جدل بين وجه النظر السائدة حول طبيعة الظاهرة وبين ضوابط البحث العلمي. فإذا كان الواقع مشوشاً، فلماذا الاعتقاد بأن البحث المنظم ذا أهمية؟ ولماذا السعي إلى وضع فروض واضحة؟ إجمالاً يمكن القول بأن الباحث لا يستطيع تجنب الحوار الدائر حول البحث ولا يمكنه التغاضي عن تأثير القيم الضمنية في البحث.

هذه القيم غير مجدية ولكنها تكون ماثلة عند تصميم البحث. لقد ساعد التقليد التجريبي على المساهمة في وضع مجموعة من الخطوات التي تضمن ثبات وصدق النتائج، وهذان المفهومان يعكسان استمرارية السلوك.

إن خطوات تصميم البحث من وجهة نظر التقليد التجريبي يتطلب من الباحث أن يتبنى نظاماً استرجاعياً بين طبيعة المشكلة والطرق المستخدمة في تعريف مشكلة البحث بطريقة تضمن وضوح الرؤية لأي طريقة من الطرق المستخدمة تحمل في ثناياها منطق له إمكانيات إضافة معرفة جديدة للموضوع.

REFERNCES

- Babbi, E.R.,1979, The Practice of Social Research, 2nd edition Wadsworth Publishing Belmont, California.
- David, D. and Cosenza, R. M., 1988, Business Research for Decision Making Pws-Kent Publishing.
- Kerlinger, F. N., 1986, Foundations of Behavior 3ed edition, Holt, Rinehart and Winston, New York.
- McCanel, D.,1976, The Tourist: A New Theory of the Leisure Class, Macmillan London.
- McIntosh, R. W., and Goeldenr, C. R., 1988, Tourism Principles, Practices, and Philosophies, Wily, New York.
- Mandelbort, B.,1989, "Fractals in geophysics " in fractals in geophysics Shltz C. M. and Mandlbort B, B. Birkhauser Verleg, Basel.
- Przeclawski, K.,1993, Tourism as the subject of interdisciplinary Research in Tourism Research, Critiques and Challenges Pearce Dauglas . and Butler.,Richard W. Routledge London and New York pp.9-13.
- Rojeck, C., 1993, Leisure Studies Post- modernism, and Social Theory Proceedings of 3rd Leisure Studies Conference, Loughborough University ed 5 Glylips
- Ryan, C., 1993, Crime Violence, Terrorism and Tourism: An Accidental or Intrinsic Relationship? Tourism Management , vol 14 no 3, June, pp 173-183.
- Ryan, C., 1991, The Effect of Conservation Program on Schoolchildren Toward the Environment, The Journal of Environmental Education, vol 22, mo 2 July pp 30- 35.
- Urry, J., 1991 Tourist Gaze Sage Publication Beverley Hills.