

الإعلام السياحي الحديث أداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الأردن

- إشارة لفترة التوتر الأمني في المنطقة

Modern tourism media is a tool that contributes to the success of
the tourism sector in Jordan

An indication of the period of security tension in the region

إعداد

د. فضيلة بوطورة

Dr.. Fadila Boutoura

أستاذ محاضر جامعة العربي التبسي- تبسة - الجزائر

Doi: 10.21608/kjao.2022.221835

قبول النشر: ٢٨ / ١ / ٢٠٢٢

استلام البحث: ١٦ / ١ / ٢٠٢٢

بوطورة ، فضيلة (٢٠٢٢). الإعلام السياحي الحديث أداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الأردن- إشارة لفترة التوتر الأمني في المنطقة ، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مج ٣، ع ٤، ص ص ١-٢٢.

٢٢

الإعلام السياحي الحديث أداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الأردن

مستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء حول الإعلام السياحي الفعال في التجربة السياحية الأردنية حيث، سمح التنوع في المقومات السياحية للأردن بالتميز في مختلف الأنماط السياحية. ويعد القطاع السياحي في الأردن من أكثر القطاعات الاقتصادية مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وبيّنت الدراسة أن انتعاش السياحة في المملكة بفضل الأمن والاستقرار الذي ينعم به الأردن، وكذلك بفضل الجهود التي تقوم بها وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة، والإعلام الذي يرفد تلك المبادرات والأنشطة بجهود كبير لعملية الترويج وإبراز المعالم الرئيسية في الأردن. فقد حصد الأردن مؤخرا ثلاث جوائز أوسكار في الإعلام السياحي العربي بالقاهرة خلال سنة ٢٠١٩، وكذلك تم بالأردن تأسيس اتحاد الإعلام السياحي والتراث كمؤسسة مجتمع مدني تهدف الى تكثيف الجهود الاعلامية لما يخدم القطاع السياحي والتراثي، والبرامج التدريبية المتخصصة والحديثة المقدمة من معهد الاعلام الأردني.

Abstract:

This study aims to shed light on the effective tourism media in the Jordanian tourism experience, where, the diversity in the components of tourism allowed Jordan to differentiate in different types of tourism. The tourism sector in Jordan is one of the most economic sectors contributing to the GDP. The study showed that the revival of tourism in the Kingdom, thanks to the security and stability enjoyed by Jordan, as well as the efforts of the Ministry of Tourism and the Tourism Promotion Authority, and the media, which supports these initiatives and activities with great effort to promote and highlight the main landmarks in Jordan. Jordan has recently won three Oscars in the Arab tourism media in Cairo in 2019, as well as in Jordan, the Union of 'Tourism and Heritage' was established as a civil society organization aiming to intensify media efforts to serve the tourism and heritage sector, and specialized and modern training programs offered by the Jordan Media Institute.

مقدمة

الأردن يعتبر من أهم الكيانات السياحية العالمية لما يتميز به من مكانة دينية وثقافية، ومناخ معتدل، وعلاوة على ذلك فإن التنظيم الإداري للسياحة في الأردن يعتبر قطاع جيد نتيجة لاهتمام وزارة السياحة والآثار، ويشار إلى أنه يُقام سنوياً يوم للسياحة الأردنية في ١٢ ماي من كل عام برعاية من وزارة السياحة والآثار الأردنية، وبالتعاون مع عدد من الجهات الحكومية والخاصة الأخرى، وتتعدد الأطراف التي تروج للمنتج السياحي الأردني بأنواعه، فمثلا تسمح تشكيلة المجلس الوطني للسياحة أن يكون العمل تشاركيًا وحوارياً، ولكي تتعاون جميع الأطراف ذات الشأن في السياحة، من أجل إبراز صورة حضارية ومزید من التنسيق للجهود السياحية التي تبذل لجذب أكثر وتطوير أكبر لهذا المنتج الأساسي في اقتصاد الأردن، بجميع مكوناته، ويعمل على توفير ما يساعد الإعلاميين العاملين للقيام بواجباتهم في هذا المجال. خاصة وأن الإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية، كذلك بقدر ما للإعلام السياحي من أثر إيجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار في وسائله كافة، فالسياحة ليست مسؤولية وزارة بعينها أو صحيفة واحدة... السياحة مسؤولية جماعية و يفترض أن يتحمل همهما الإعلام باختلاف أطيافه فهو المسؤول عن البحث في كيفية رسم الخطط والاستراتيجيات الرامية لزيادة مستوى الوعي السياحي بين أوساط المواطنين بالتعاون مع جهود الجهات ذات العلاقة.

- ١- إشكالية الدراسة: من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي: ماهي أهم مقومات نجاح التجربة الأردنية في دعم التنمية السياحية بوجود إعلام فعال؟ وما هو واقع ترويج السياحة في الأردن من خلال النشاطات الإعلامية المختلفة؟
- ٢- أهمية الدراسة: تنبع من أهمية الموضوع المتناول حيث نلمس أهميته من خلال:
 - أهمية السياحة في دعم وتحقيق التنمية السياحية المستدامة والحفاظ على الهوية الوطنية للبلد المستضيف. والمكانة المتميزة التي توليها الدول لموضوعات السياحة باعتبارها أحد أهم طرق تحقيق الاستدامة في النشاط السياحي ونشر ثقافة البلد المستضيف.
 - أهمية تطبيق استراتيجيات واضحة لقطاع الاعلام الأردني حتى يزيد حصته السوقية ضمن سوق السياحة الوطني ويشكل جزءا قيما من إستراتيجية السياحة الوطنية.
 - ازدادت أهمية توظيف أدوات الإعلام الحديث في الترويج والتسويق السياحي في العالم اليوم، وعلى الرغم من أن الصحافة والإعلام تعد جزءاً من المزيج التسويقي التقليدي إلى جانب أدوات أخرى، إلا أن التطورات التي شهدتها قطاع الاتصال والإعلام خلال العقد الأخير، جعلت من الأدوات الإعلامية الحديثة تحتل الصدارة في التسويق والترويج السياحي.
- ٣- أهداف الدراسة: تتمثل بعض أهداف الدراسة في ما يلي:
 - التعرف على العلاقة التبادلية بين الاعلام والسياحة والتشارك في النجاح.

- التعرف على المقومات السياحية في الأردن وأهم الأنشطة الإعلامية السياحية.
 - التعرف على بعض تفاصيل الاستراتيجية الإعلامية في الأردن فيما يخص التعليم الإعلامي المتخصص، والوقوف على تفاصيل دبلوم الإعلام السياحي الحديث في الأردن.
 ٤- **منهج الدراسة:** بغية الإلمام بموضوع الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتشخيص القطاع السياحي والنشاطات الإعلامية المروجة بشكل فعال للخدمات السياحية في الأردن، وإعطاء صورة واضحة عن العلاقة الناجحة بين القطاعين، بالاستعانة بمجموعة من الأدوات المتمثلة في المعلومات الإحصائية والجداول التي يمكن التحليل من خلالها للوصول إلى نتائج لهذه الدراسة.

تم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار النظري لمصطلحات الدراسة

أولاً- الترويج السياحي: إن الترويج السياحي يشمل جميع قنوات توزيع البيانات والمعلومات إلى السائح، وذلك عن طريق وكلاء السياحة والسفر وغير وسائل الإعلام المختلفة كالإذاعة التلفاز، الصحف، المجلات ... وغيرها. (Lanqua, Hollier, 2002, p69) وأهدافه متعددة ومنها:

- التعريف بالمنافع والفوائد، القيم الرمزية، التاريخية، الأثرية والدينية للمواقع السياحية، المنتشرة في البلد من خلال الوسطاء المتمثلين في وكالات السياحة والسفر، منظمي الرحلات السياحية، خطوط الطيران والفنادق (عبيدات، ٢٠٠٠، ص ص ١٣٠-١٣١)
 - محاولة التأثير على المدركات الحسية للسائح بالشكل أو الإتجاه المرغوب، والذي يخدم الأهداف المنشودة في الإستراتيجية السياحية العامة.

- إقناع السائح بأهمية وقيمة مزيج الخدمات السياحية المقدمة، عن طريق إعادة عرض الخصائص الغير ملموسة للخدمة، وجعلها أكثر ملموسة بإستخدام وسائل الترويج المختلفة والمؤثرة إيجابيا في العميل والتغلب على المشكلات التي تعترض نمو الحركة السياحية. (صبري، ٢٠٠٦، ص ٢٤٣)

ويتأثر إختيار المزيج الترويجي السياحي المناسب بعدد من العوامل أهمها: (نيفين، ٢٠٠٨، ص ٦٥)

- يؤثر مقدار الأموال المتاحة والمخصصة للترويج على إختيار الوسائل الترويجية، حيث يتم اللجوء إلى الوسائل الأقل تكلفة كلما كانت الأموال المخصصة للترويج السياحي محدودة.

- يختلف المزيج الترويجي السياحي المستخدم بحسب استراتيجية الترويج المتبعة، واتساع السوق السياحية المستهدفة. وتختلف الوسائل الترويجية باختلاف خصائص السائح المستهدف.

- تختلف وسائل الترويج والإتصالات بحسب الجمهور المستهدف فقد يكون الهدف من الترويج السياحي هو الإتصال بالعميل أو السائح المحتمل، أو الإتصال بالمؤسسات العاملة في مجال السياحة أو في الأسواق المستهدفة مثل الشركات والوكالات السياحية.

ثانيا- الدعاية السياحية: تعتبر الدعاية السياحية من بين إحدى الوسائل المستخدمة في مجال الترويج السياحي، وتهدف إلى الالتقاء أو التقريب بين العرض السياحي والطلب السياحي، وذلك من خلال توجيه الطلب سياحي إلى مناطق العرض السياحي وتقديم المعلومات والبيانات اللازمة عن طبيعة وظروف ومكونات العرض السياحي والخدمات السياحية على وجه الخصوص. (صبري، ٢٠٠٦، ص ٢٤٤)

فالدعاية تقوم على الاتصال المباشر وغير مباشر مع الجمهور المستهدف لجذب اهتمامهم نحو خدمة سياحية معينة وهذا يتحقق من خلال: تعريف المستهلك السياحي بالمنتج المقدم له، والاستجابة الإيجابية للمستهلك السياحي للرسالة الدعائية المرسله إليه، وكذلك التأثير في سلوك المستهلك السياحي وتحفيزه لشراء الخدمات السياحية. (مرداوي، بن سيرود، ٢٠١٠، ص ص ٥-٦)

ثالثا- الإعلان السياحي: هو " تلك الوسيلة الغير شخصية التي تهدف إلى التأثير في عواطف ومدركات السياح، وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج معين أو خدمات سياحية لشركات سياحية معينة " (صبري، ٢٠٠٦، ص ٢٤٨).

رابعا- مفهوم الاعلام السياحي وخصائصه: يعرف بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها اعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشاكل ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن اقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى. (الحميدات، ٢٠١٣، ص ٤٤)

وبناءً عليه فإن الإعلام السياحي هو الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها وهو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة، وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية. (وكالة جراسا الاخبارية) ومن أبرز خصائص الإعلام السياحي نجد ما يلي: (أبو نعب، ٢٠٠٥، ص ٢٠١)

- يقدم بصورة مباشرة ومتجانسة مع عادات وتقاليده الشعوب، وأن يأتي معبرا عن حضارات الشعوب القديمة ونهضتها الحديثة. وتقديم المغريات السياحية من فنادق ووسائل ترفيه وتسهيلات السفر في الموانئ والأسعار وغيرها، من تسهيلات في تأشيرات الدخول والإجراءات الجمركية والصحية.

- ملائمة الأنشطة السياحية الإعلامية لعادات وتقاليد وتاريخ الشعوب الذي يتوجه إليها هذا النشاط السياحي، وفق تخطيط لبرنامج محكم فيه كافة الاعتبارات التي تخدم السائح.

خامسا- أهمية الإعلام السياحي ومهامه: الأهمية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للسياحة جعلت وسائل الإعلام تهتم بالسياحة وتتحد أهمية الإعلام مع القطاع السياحي في العناصر الأساسية المتمثلة في العرض السياحي والطلب عليه والتسويق السياحي، لتنمية حركة نمو النشاط السياحي، والكشف عن الفرص الاستثمارية في مجال السياحة، وبث روح التنافس بين المناطق السياحية والمستثمرين، وتحويل الطلب الكامن على السياحة الى طلب نشط باستخدام الاتصال التسويقي. وكذلك قدرة وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام وتزويد المسافرين بالمعلومات التي تساعدهم على اتخاذ القرارات قبل الرحلات السياحية، وقدرته على تنمية الشعور بالهوية والخصوصية وإعلام الناس بأهداف السياحة وبرامجها. كذلك يخدم الإعلام السياحي الملايين من المسافرين بداية من اسعار الرحلات ووسيلة النقل ومحطة الوصول ووسائل الانتقال الداخلية والأماكن الأثرية والسياحية والترفيهية، والأمن والظروف البيئية والصحية السائدة. (أبو أصعب، ٢٠٠٦، ص ٦٤) وعليه فإن من أبرز المهام المناطة بالإعلام في مجال نشر الوعي السياحي في المجتمع ما يلي: (Zayd ibn Muhammad, 2017)

- تكثيف البرامج التوعوية من خلال النشرات الإرشادية حول الوعي السياحي الداخلي، توجيه برامج إعلامية خاصة بالمعالم السياحية الداخلية.

- تحفيز التدابير المحافظة على السمات المادية للسياحة البيئية المستدامة، رعاية المواقع والمعالم التاريخية والحياة البشرية البرية، تخصيص مساحات إعلامية خاصة بالتربية السياحية الوطنية ونشر الوعي السياحي.

سادسا- العلاقة بين الإعلام والسياحة: السياحة ليست مجرد مظاهر احتفالية وعروض ترفيهية أو دعوه لرحلة، بل تتعدى ذلك إلى المجال التجاري والاقتصادي والثقافي والديني والرياضي والعلاجي وغيرها من المجالات بعد أن تحولت السياحة إلى صناعة وتسويق وترويج وإقامة استثمارات كبيرة تستقطب رؤوس الأموال لتوظيفها في القطاع السياحي، وبالتالي توفير فرص العمل المباشرة وغير المباشرة حيث يستفيد الجميع من الحركة السياحية النشطة وينتفعش الاقتصاد والتجارة وحركة التبادل التجاري والثقافي، ويكون الإعلام عاملا أساسيا في الترويج السياحي وكذلك الإعلان من خلال إعطاء الصورة الصحيحة والمشرفة عن بلد ما وتقديمه للعالم والتعريف به بأشكال متعددة من وسائل وأدوات الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب ومن خلال المهرجانات والمعارض وتبادل الوفود والفرق الفنية والمطبوعات والأفلام

ويتجلى دور الإعلام خاصة في الترويج والجذب السياحي، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً خطيراً في إقناع السائح وإغرائه بالقدوم إلى بلد من البلدان، مثلما هي قادرة على تشويه

صورة هذا البلد وبث الدعايات الكاذبة والإشاعات عنه وتخويف السائح من القدوم إليه وغير ذلك من الأساليب التي تنصحه بمغادرته خوفاً على حياته!! حيث قد يكون التقويم الإعلامي لبلد ما نوعاً من العمل السلبي بقصد الإساءة إلى ذلك البلد وبث الأكاذيب وتضخيم المعلومات عن حوادث أمنية وتحذير الحكومات لرعاياها بمغادرة هذا البلد. ومن ثم فالعلاقة بين السياحة والاعلام علاقة تشاركية تستفيد منها السياحة مثلما تجد وسائل الاعلام مادة اعلامية ممتعة ومشوقة لإرضاء الجمهور، وقد توقع البعض منذ سنوات أن تقل حركة السياحة مع تطور الاعلام وظهور شبكة الانترنت التي تعج بالمعلومات والصور والبيانات ولكن السنوات أثبتت أن السياحة ستظل أكثر الصناعات نمواً وأكثرها رسوخاً وأكثرها اعتماداً على وسائل الاعلام.

وقد انعكس تطور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء الوسائل الاعلامية وكذلك الهواتف الذكية وأمام هذا التطور فتح المجال أمام المواطن الصحفي والصحفي متعدد الوسائط والمستثمرون للترويج لاستثماراتهم ومنها السياحية. فالدور الذي تمارسه وسائل الاعلام في دعم صناعة السياحة وتنقيف السائحين هو بالمقابل تشجيع لزيادة المشاريع وزيادة المستثمرين. (الحמידات، ٢٠١٣، ص٤٧). وعليه وبناء على أهمية الاعلام المتخصص فلا بد من قيام نشاط اعلامي متخصص في الميادين السياحية واضح الأهداف، مبني على أسس علمية وتخطيط سليم ليوكب أي تقدم في مجال السياحة، ويقدم الخدمة الاعلامية للسائحين.

المحور الثاني: المقومات السياحية في الأردن

أولاً- التعريف بالملكة الأردنية الهاشمية

دولة عربية إسلامية تقع في جنوب غرب آسيا تتوسط الشرق الأوسط بوقوعها في الجزء الجنوبي من منطقة بلاد الشام والجزء الشمالي لمنطقة شبه الجزيرة العربية، لها حدود مشتركة مع كل من سوريا من الشمال، فلسطين التاريخية (الضفة الغربية وإسرائيل) من الغرب، العراق من الشرق وتحدها جنوباً وشرقاً المملكة العربية السعودية، مساحتها (٢٨٧.٢٨٩ كم^٢). (هيئة تنشيط السياحة في الأردن)

ثانياً- المقومات الطبيعية للسياحة البيئية في الأردن: رغم صغر حجم الأردن لكن تضاريسه و**طبوغرافيته** تعكس تنوعه المناخي ويبرز ذلك فيما يلي:

١- **الموقع الجغرافي:** تقع الأردن جنوب غرب قارة آسيا وتتميز بأنها تشكل نقطة التقاء القارات الثلاث إفريقيا، آسيا وأوروبا، وهذا ما جعلها تتمتع بموقع استراتيجي هام بين الأقاليم السياحية، خاصة لسياحة العبور مما جعلها توضع في برامج العديد من وكالات السياحة والسفر الدولية وضمن محطاتهم عند زيارتهم لأي دولة أخرى في المنطقة. (آل درويش، ملاوي، ٢٠١٠، ص٤٦٩)

- ٢- **المناخ:** يتميز الأردن بمناخ مميز حتى أصبح أحد عناصر الجذب السياحي إليه، حيث أن مناخ الأردن ساعده على أيضا على الاستفادة من الموارد السياحية الطبيعية الموجودة وتحديد نوعية المنشآت السياحية المطلوبة للاستثمار. (السعيد، ٢٠٠٩، ص٢٦)
- ٣- **المناظر الطبيعية والموارد الحيوية:** تتمتع الأردن بمجموعة من المناظر الطبيعية التي ساهمت كثيرا في الجذب السياحي إليها منها: الغابات الطبيعية، السهول المنبسطة، الجبال الطبيعية، الأنهار والبحيرات، الشواطئ، الكهوف الطبيعية، مناظر متنوعة نتيجة التنوع في الأشكال الأرضية. وفيما يتعلق بالموارد الحيوية فالأردن بها نباتات غير عادية كالسوسن الأسود، طيور مختلفة الأنواع والألوان كالعصفور الوردي وهناك أيضا امكانية صيد الأسماك وكذلك الحدائق العامة وحدائق الحيوانات، وغيرها.
- ٤- **المقومات الحضارية والتاريخية:** يتواجد بالأردن العديد من الشواهد التاريخية الجاذبة للسياحة بشكل جيد ومنها: (الأردن على ويكيبيديا) المدرج الروماني، جبل القلعة، مسجد الحسين الكبير، كنيسة جبل اللويبة، أهل الكهف، ميفعة: حاليا تسمى ام الرصاص يوجد فيها كنائس، عين غزال، مدرج عمان، سبيل الحوريات، قبر نوجس، عراق الأمير، معبد هرقل، عصا موسى، الرجل الملفوف.
- ٥- **المناطق والمدن ذات المعالم السياحية في الأردن** من أبرزها ما يلي: مدينة البتراء ومدينة جرش وعجلون الشهيرة بقلعتها التاريخية قلعة الربيض، وأم قيس. كذلك مدينة مادبا والمغطس، ومدينة الكرك والمتاحف حيث يقع في الأردن ما يقارب ١١ متحف أثري، و٤ متاحف شعبية تتوزع في مختلف انحاء المملكة بحسب موقع دائرة الآثار العامة الأردنية، (موقع دائرة الآثار العامة على شبكة الانترنت) منها متحف الآثار الأردني يقع على جبل القلعة في عمان، ومتحف الأردن في وسط المدينة، ومتحف الحياة الشعبية يقع في القسم الغربي من المدرج الروماني في عمان، وقد تم افتتاحه عام ١٩٧٥م. (موقع دائرة الآثار العامة على شبكة الانترنت) وأيضا أضرحة وقبور الصحابة إضافة إلى مقامات أخرى في منطقة الكرك جنوب الأردن.
- ٦- **المحميات الأردنية ومنتجات العلاج الطبيعي:** من بين المحميات محمية الشومري ومحمية الأزرق المائية ومحمية الموجب ومحمية ضانا ومحمية غابات، ومحمية وادي رم الطبيعية. (مركز التراث العالمي) ومنتجات العلاج الطبيعي أبرزها البحر الميت وأثبتت العديد من الدراسات أن منطقة البحر الميت تأتي على قائمة المناطق العالمية في السياحة العلاجية نظراً لما يتمتع به من خصائص مناخية ريدة.

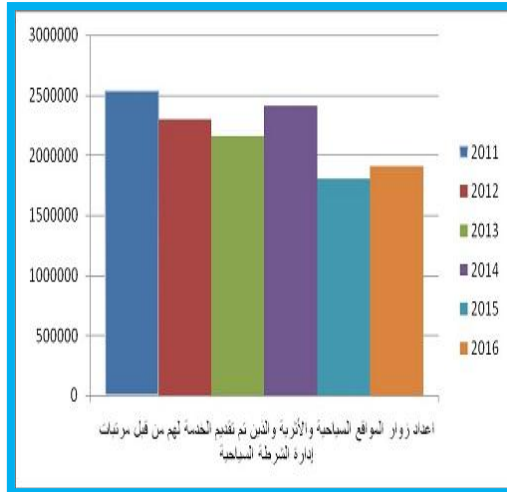
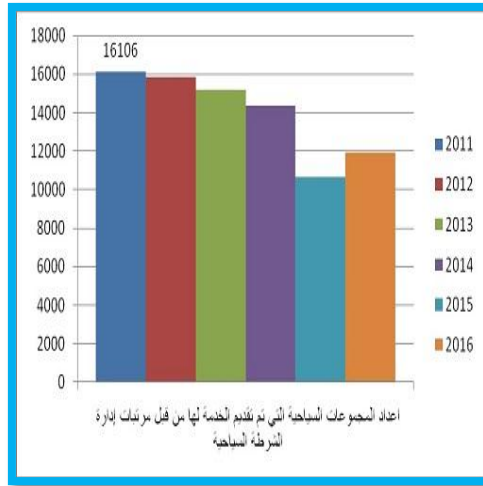
<http://www.meutourism.com/Articles/50.htm>

بظاظو) حمامات ماعين تتوسط المنتجع قرية سياحية تضم شاليهات وبركة طبيعية وغرف ساونا ومسبح. (حمامات ماعين في الأردن)، والحمة الأردنية والشونة الشمالية التي تُعدّ من أبرز المعالم السياحية العلاجية في شمال الأردن، وتحوي القرية على عدد من

الشاليهات وبرك الاستحمام وفندق سياحي. (جريدة الغد، الحمة الاردنية) وحمامات عفرا تعدّ من أهم مقاصد السياحة الداخلية على مستوى الأردن (جريدة الغد) وحمامات البريطة فتقع في الجزء الجنوبي من وادي الحسا قبل التقائه بوادي عفرا، شمال مدينة الطفيلة جنوب الأردن. (جريدة الغد)

٧- الأمن السياحي: يعد من العناصر الأساسية التي تؤثر على الحركة السياحية إذ يعد أمن السائح من العوامل المحددة لاختيار الهدف السياحي، وفي الأردن نجد أن إدارة الشرطة السياحية قد انتشرت فروعها وأقسامها في كافة مناطق المملكة فلا تكاد تجد موقع أترى أو سياحي إلا وترى مرتبات الشرطة السياحية متواجدة في المكان لتقديم خدماتهم للسياح ولكل زائر، وتعمل الإدارة على تحقيق الأمن السياحي من خلال المحاور التالية: المحور الاول: تأمين الحماية للمجموعات السياحية، من خلال المرافقة الأمنية السياحية منذ لحظة الدخول وحتى المغادرة. والمحور الثاني: حماية المواقع السياحية والأثرية وتوفير الأمن للمجموعات السياحية اثناء تواجدها وتجوّلها داخل تلك المواقع. والمحور الثالث: استقبال شكاوى السياح في المواقع السياحية والأثرية وأثناء إقامتهم بالفنادق والاستراحات والمخيمات السياحية او التي ترد عن طريق وزارة السياحة او هيئة تنشيط السياحة او بواسطة البريد الالكتروني الخاص بالإدارة وتوديعها للجهات المختصة. والمحور الرابع: المساهمة في تطوير وتحسين المنتج السياحي الوطني من خلال المشاركة في اعمال اللجنة الامنية ووحدة الرقابة المشتركة والعمل على تنفيذ ما يصدر عن هذه اللجان بهدف تحفيز فعاليات القطاع لتقديم الخدمات المثلى للسياح. (المعايطة، ٢٠١٧)

الشكل رقم (٠١) و (٠٢): خدمات الشرطة السياحية في الأردن للسياح خلال الفترة (٢٠١١-٢٠١٦)
 اعداد المجموعات السياحية التي تم تقديم الخدمة لها من قبل إدارة الشرطة السياحية الأردنية
 أعداد زوار المواقع السياحية والأثرية والذين تم تقديم الخدمة لهم من قبل إدارة الشرطة



المصدر: حمزه عبد المطلب المعايطه، الأمن والسياحة، ورقة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي: "السياحة العربية واقعتها وآفاقها المستقبلية"، جامعة مؤتة، الاردن، ٢٠١٧.

ثالثاً- المنشآت السياحية في الأردن: تجاوز عدد المنشآت السياحية حتى نهاية عام ٢٠١٦ في كافة المحافظات ٤ آلاف منشأة ٧٠% منها في عمان بعدد ٢.٢٠٥ منشأة، مقابل (٣٢٢) و(١٣٤) في العقبة ومعان على التوالي. وبالنسبة لمتاجر التحف الشرقية فقد زادت بنسبة ٢% في نفس الفترة. والجدول يبين نسب النمو حسب المنشأة.

الجدول رقم (٠١): نسب النمو حسب نوع المنشأة

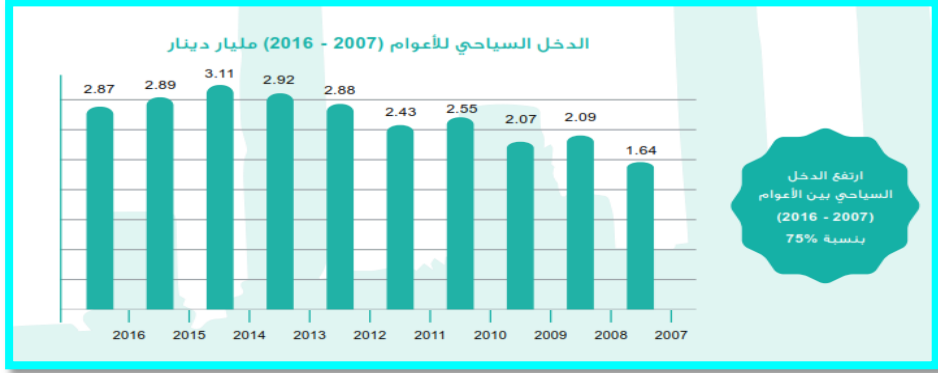
المنشأة	٢٠١٥	٢٠١٦	التغير النسبي
المجموع	٤.٢١٢	٤.٢٨١	٢%
الفنادق المصنفة وغير المصنفة	٥٥٨	٥٧٣	٣%
مكاتب السياحة والسفر	٨٦٨	٨٧٢	٠.٥%
المطاعم السياحية	١.٠٠٦	١.٠١٤	١%
مكاتب تأجير السيارات السياحية	٢٥٢	٢٥٢	٠%
متاجر التحف الشرقية	٣٨٥	٣٩٢	٢%
شركات النقل السياحي المتخصص	٨	٨	٠%
مراكز الغوص	٩	٢٦	١٨٩%
الرياضة المائية	٣	٦	١٠٠%
الأدلاء السياحيين	١.١٢٣	١.١٣٨	١%

المصدر: وزارة السياحة والآثار، التقرير السنوي ٢٠١٦، ص: ٢٣، على الرابط الإلكتروني:

http://www.mota.gov.jo/Contents/stat2019_2ndAr.aspx

وقد أظهر الدخل السياحي اتجاها إيجابيا محققا نموا بنسبة ٩٠% حتى عام ٢٠١٤، وعلى الرغم من انخفاضه بنسبة ٧% عام ٢٠١٥ إلا أنه حافظ على هذا المستوى فيما بعد رغم حالة عدم الاستقرار السياسي التي شهدتها المنطقة. ويعد القطاع السياحي من أكثر القطاعات الاقتصادية مساهمة في الناتج المحلي الاجمالي، ورغم انخفاض نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي من ١٤% عام ٢٠١٠ إلى ١١% عام ٢٠١٦، إلا أنها مازالت المساهمة الأعلى بين معظم القطاعات الاقتصادية.

الشكل رقم (٠٣): الدخل السياحي للأردن خلال الفترة (٢٠٠٧-٢٠١٦)



المصدر: وزارة السياحة والآثار، التقرير السنوي ٢٠١٦، ص: ٢١، على الرابط الإلكتروني: http://www.mota.gov.jo/Contents/stat2019_2ndAr.aspx

رابعاً- رؤية الأردن ٢٠٢٥ في مجال استراتيجية قطاع السياحة: قامت المملكة بصياغة استراتيجية جديدة والتي تمثل رؤية الأردن ٢٠٢٥ والتي تطمح من خلالها تطوير القطاع السياحي لأردني، وإن حالة عدم الاستقرار التي تعيشها بعض الدول المجاورة للمملكة قد أثرت سلباً على النشاط السياحي فيها، ولذلك فقد كانت هذه الأوضاع بمثابة فرصة الأردن للنهوض بهذا القطاع، خاصة في مجال السياحة العائلية والصحية والعلاجية، والتي عززت سمعة الأردن نظراً لجودة الخدمات التي تقدمها المنتجات السياحية. كما وجه الاهتمام أيضاً باستغلال جاذبية الأردن وسمعته كونها سياحة آمنة في جعله مقصداً لسياحة المؤتمرات والمعارض، وتهدف الأردن من خلال هذه الرؤية إلى تحقيق مجموعة من المؤشرات (الأهداف) كما تظهر في الجدول:

الجدول رقم (٠٢): مؤشرات الأداء الرئيسية لقطاع السياحة للفترة (٢٠١٧-٢٠٢٥)

المؤشر	٢٠١٧	٢٠٢١	٢٠٢٥
مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي (%)	٧.٥	٨.٥	٩
الدخل السياحي (مليون دينار)	٤.٠٠٠	٥.٢٠٠	٦.٥٠٠
عدد السياح القادمين إلى المملكة (سائح)	٦٠٠.٠٠٠	٧٠٠.٠٠٠	٨٠٠.٠٠٠
عدد العاملين في القطاع (فرد أو وظيفة)	٨٠.٠٠٠	٩٥.٠٠٠	١١٠.٠٠٠
عدد الغرف الفندقية في المحافظة باستثناء العاصمة (غرفة)	٤٠.٠٠٠	٥٠.٠٠٠	٦٠.٠٠٠

المصدر: وزارة السياحة والآثار، الاستراتيجية الوطنية، رؤية الأردن ٢٠٢٥، ص: ١٠١، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.mop.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/pdf/MOP-pdf/Jordan%202025.pdf>

من خلال الجدول يتضح أن الأردن قد رسمت خطط استراتيجية واضحة تستهدف من خلالها في أفق ٢٠٢٥ مضاعفة مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني بنسبة تصل إلى ٩% من الناتج المحلي الاجمالي، بالإضافة إلى زيادة الدخل السياحي وعدد السياح وتطوير الفنادق لزيادة حجم الاستيعاب كما تطمح أيضا إلى مضاعفة توظيف المواطن الأردني في قطاع السياحة.

المحور الثالث: نشاطات الإعلام السياحي في الأردن رابط فعال بين الاعلام والسياحة
تقوم الرؤية المستقبلية لقطاع السياحة في المملكة الأردنية الهاشمية على جعل المملكة محطة رئيسة للسياح، وأن تقوم الحكومة بتفعيل الأجهزة المعنية للوصول إلى الأهداف المرجوة والتي من أهمها المساهمة بشكل فاعل في تنمية الاقتصاد الوطني وخلق فرص العمل الجديدة واستثمار وإدارة القطاع السياحي، وتسعى المملكة وفي إطار الجهود المبذولة لتصبح وجهة سياحية من الطراز العالمي وجذب ١٢ مليون زائر سنويا بحلول عام ٢٠٢٠، أي بزيادة قدرها أربعة أضعاف المستوى الحالي.

<http://www.mop.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/pdf/MOP-pdf/Jordan%202025.pdf>

أولا- هيئة تنشيط السياحة الأردنية: تأسست هيئة تنشيط السياحة الأردنية في عام ١٩٩٨ كهيئة عامة ذات استقلال إداري ومالي وبموجب نظام يهدف الى تولي وتوحيد عمليات الترويج والتسويق السياحي للمملكة والعمل على خلق الطلب على المنتج السياحي الوطني. حيث بات الترويج السياحي ضرورة ملحة في ظل ازدياد حدة المنافسة بين الدول وتنامي الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة. وتعتبر الهيئة مثالا ناجحاً للشراكة ما بين القطاعين العام والخاص، حيث يتم وضع السياسات العامة للهيئة من خلال مجلس الإدارة الذي يضم أعضاء دائمين ومنتخبين من القطاعين العام والخاص الأمر الذي يساعد على الاستفادة من خبرات الطرفين في إدارة الهيئة بطريقة فعالة. كما تستخدم الهيئة أفضل الاستراتيجيات التسويقية لوضع الأردن على خارطة السياحة للعالم وليصبح الأردن مقصد رئيسي للسائح في الأسواق العالمية". وذلك من خلال توظيف استراتيجيات التسويق لترويج الأردن كعلامة سياحية بارزة ووجهة متميزة في أسواق السياحة العالمية. حيث تم اعتماد الاستراتيجيات لعكس صورة الأردن كمنتج سياحي يتمتع بالأبعاد الحضارية الطبيعية والدينية بالإضافة إلى تقديمه روح المغامرة والمتعة لزواره من مختلف أنحاء العالم، وتوفر هيئة تنشيط السياحة من مجموعة كاميرات للبث المباشر (EARTH CAM) من عدة مواقع سياحية بالأردن. (هيئة تنشيط السياحة)

ثانيا- تأسيس اتحاد 'الإعلام السياحي والتراث': تأسس الاتحاد كمؤسسة مجتمع مدني تهدف الى تكثيف الجهود الاعلامية لما يخدم القطاع السياحي والتراثي بجميع مكوناته ويعمل على توفير ما يساعد الاعلاميين العاملين للقيام بواجباتهم في هذا المجال. وينطلق الاتحاد بنهجه وسياساته من عدة مرتكزات وبرامج وفق ما نصت عليه الاستراتيجية الوطنية للسياحة التي أطلقت عام ٢٠٠٤ برعاية ملكية سامية، تتبعها الاستراتيجية الوطنية (٢٠١١-٢٠١٥) التي أطلقت بالاستناد اليها ثم الاستراتيجية الوطنية رؤية الأردن ٢٠٢٥، ويعمل على بناء رسائل اعلامية سياحية تركز على العديد من العناصر المرتبطة بالمزايا التنافسية الاردنية والموروث التاريخي، والطبيعة المتنوعة مع ربط السياحة في المكونات البيئية والعلاجية والدينية والتعليمية. وسيكون الاتحاد جسما اعلاميا سياحيا يركز على اهمية التخصص في هذا الجانب ويوجد فرصا تدريبية وثقافة خاصة تعنى بالشأن السياحي بجميع أبعاده. حيث سيعمل الاتحاد على المساهمة بالجهود الوطنية الهادفة الى بناء حضورا نوعيا على الخارطة الاعلامية داخل الاردن وخارجه خطط الاتحاد تستهدف العمل بعدة اتجاهات من أبرزها تنظيم ورش تدريب حول القضايا السياحية والبيئية والتراثية المختلفة، كما يتم تنظيم فعاليات اعلامية لغايات المساندة في تسويق المنتج المحلي، وعقد شراكات مع مؤسسات مدنية عربية ودولية معنية بذات القطاع لتوفير فرص اعلامية سياحية وتعاون متعددة المواضيع. فجمعية الفنادق الاردنية مثلا نظمت في العديد من المرات اجتماعات لبحث دور الاعلام والمواقع الاجتماعية الالكترونية المختلفة في الترويج للسياحة المحلية وكيفية تسخيرها لخدمة المواقع السياحية في المملكة. ويأتي ذلك نظرا لأهمية الدور الذي يلعبه الاعلام المرئي والمسموع والإعلام الاجتماعي بتنشيط الحركة السياحية وجعل الاردن مقصدا سياحيا.

ثالثا- جوائز أوسكار في الإعلام السياحي العربي: حصد الأردن ثلاث جوائز أوسكار في الإعلام السياحي العربي بالقاهرة خلال شهر أبريل من سنة ٢٠١٩، الذي أعلنت نتائجه على هامش معرض برلين للسياحة، حيث فاز بجائزة أفضل مقال صحفي سياحي والمنشور في جريدة الرأي الأردنية بتاريخ ١٧/١٠/٢٠١٨ بعنوان: "السياحة الدينية في العام المقبل ٢٠١٩"، وبجائزة أفضل فيلم تسجيلي عن برنامج "العقبة وجهة السياحة العالمية"، كما فازت صحيفة من جريدة الدستور الأردنية بجائزة لجنة التحكيم الخاصة. فجوائز الإعلام السياحي العربي، أصبحت مثالا لتكريم المبدعين في مجال الإعلام السياحي والتراثي، لأن أكثر من ثلاثة ملايين مصوت شاركوا في اختيار الفائزين عبر التصويت الإلكتروني لاختيار مرشحهم من بين ما يقرب من ١٧٨ شخصية تنافسوا فيما بينهم ليمثلوا ١٥ دولة عربية لحصد جوائز الإعلام السياحي العربي التي تعد الأهم على مستوى الشرق الأوسط.

رابعا- إطلاق مبادرة قمة الإعلام السياحي: أطلقت في متحف الأردن، خلال سنة ٢٠١٨ مبادرة "قمة الإعلام السياحي" لدعم القطاع السياحي بالمملكة، وذلك بحضور وزيرة السياحة والآثار، وعدد من المختصين والخبراء والمعنيين بالشأن السياحي والاعلامي.

وتهدف المبادرة الى صناعة مستقبل أفضل لقطاع السياحة بالمملكة، من خلال عقد مؤتمر وطني استثنائي للتعريف بالمنتج السياحي والبنية التحتية السياحية، والامكانيات التي توهل الأردن ليكون وجهة سياحية عالمية مزدهرة. وتضمنت المبادرة مواصلة الجولات الميدانية والجلسات التحضيرية، وإعداد برنامج زيارات للكرك والطفيلة والأزرق والعقبة واربد والسلط للالتقاء بالفعاليات الشعبية وأعضاء المجتمعات المحلية وصولا الى عقد مؤتمر وطني لدعم السياحة بالمملكة، تشارك فيه جميع الاطراف الداعمة للسياحة وبخاصة في المحافظات. ويؤمن كل من شارك بالقامة بأن الإعلام السياحي لا يقتصر على التسويق بل هو ناقل للصورة الحقيقية عن الحدث السياحي في اي مكان، مؤكداين اهمية توفر الارادة السياسية لجعل السياحة شينا اساسيا وحقا انسانيا لكل مواطن أسوة بغيرها كالصحة والتعليم والسكن. وأكدوا أيضا أن الإعلام يجب ان يكون اساسا لزيادة الوعي والفهم الحقيقي للسياحة والسفر، مبينين ان صناعة السياحة نشاط انساني مستمر في النمو اذا احسنت ادارته بهدف إحداث تغيرات اساسية ايجابية في حياة الناس. ودعوا الإعلام السياحي للتركيز على جميع المواقع الاثرية والسياحية بالمملكة وتغطية النشاطات والفعاليات السياحية. وأشاروا الى أن هناك محددات مهمة للإعلام تؤثر على المواطن وترفع درجة الوعي لديه بالترويج للمواقع الاثرية والسياحية في المملكة وان يعرف المواطن ما يتوفر لديه من سياحة وترويج القصص المتعلقة بالمكان الاثري والسياحي. فالسائح يتخذ قراره بناء على الصورة الذهنية التي يصنعها الإعلام في مختلف الوسائل الإعلامية.

<https://www.almadenahnews.com/article/685490->

خامسا- الدور التشاركي للإعلام مع السياحة في الأردن: ترتبط الاستفادة من الإعلام في نشاط التسويق السياحي بمقدار العلاقة الوطيدة بين شركة السياحة ومحرري الأخبار السياحية في وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة، وكذلك برؤساء تحرير الصحف والمجلات ودور النشر والإذاعة والتلفزيون، وكذا العاملين في هذه الأجهزة فضلاً عن إمكانيات ومكانة الشركة السياحية ومدى تأثيرها على السوق السياحي تجعل محرري الأخبار السياحية يسعون للحصول على أخبار سياحية منها وكل منهم حريص على تسجيل سبق إخباري عنها وخططها السياحية القادمة والأفكار التي تراود المسؤولين والقائمين عليها بشأن النشاط السياحي . وتتجح الحملة الإعلانية وترتكز على مقدار الثقة أو القرب أو التخصص لوسيلة الإعلام لدى السائح واهتماماتها بالنشاط السياحي، وينظر السائح إلى المعلومات والأخبار المنشورة في شكل إعلام إخباري على أنها حقائق كاملة الصدق وليس إعلاناً مدفوع الأجر، خاصة وأن الإعلام السياحي لا تتحكم شركة السياحة في صياغته المنشورة أو في محتواه اللفظي أو في مجمله أو شكله أو أماكن نشره، بل يقوم بصياغته وتنفيذه محرر الخبر في وسيلة الإعلام.

<http://www.pm.gov.jo/content/1450780807/-2011-الاستراتيجية-الإعلامية-2011-2015.html>

فوزارة السياحة في الأردن تواصل دعمها للإعلاميين في هذا الجانب من خلال تواصلها مع كتاب السياحة وعقد الدورات والندوات التي تؤهل الإعلام السياحي وتجعله قادراً على التعاطي مع تطورات العصر، وهذا لن يتم إلا من خلال اعلام سياحي يهدف إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق المتعلقة بالسياحة ويتحرى الموضوعية في هذه المعلومات والصدق والدقة ويستخدم الوسائل الاعلامية المختلفة وبكافة الأساليب للإقناع وذلك من أجل تحقيق الوعي السياحي وجذب أكثر عدد من السياح. إذ من خلال وسائل الإعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح والمستثمر والدارس والمهتم.

الإعلام السياحي في الأردن لا يمكن تبويبه وتنظيمه ضمن أطر محددة حيث يتوزع ما بين مقالات ودراسات في الصحف الورقية والالكترونية والمجلات وبرامج ضمن محطات تلفزيونية واذاعية، وتتبنى وزارة السياحة في الأردن تطوير الإعلام السياحي، من خلال إطلاق موقع الأردن على شبكة الانترنت، والتكثف من عملية اصدار النشرات والبروشورات والملصقات بكل اللغات المتعارف عليها.

سادساً- إذاعة السياحة FM هي أول إذاعة أردنية متخصصة في الاعلام السياحي في الوطن العربي وقد حصلت على رخصة البث الاذاعي من هيئة الاعلام المرئي والمسموع بعام ٢٠١٠، والاذاعة تابعة لشركة التطوير الاستراتيجي التجاري التي يرأس مجلس إدارتها الاعلامي الدكتور صالح شادي، وبدأت البث الفعلي في سنة ٢٠١١، وتمتلك شركة التطوير الاستراتيجي التجاري بالإضافة إلى الاذاعة دار المصدر الدولية للصحافة والنشر والاعلام في لندن والتي صدر عنها مطبوعات متخصصة عن السياحة الأردنية أبرزها مجلة رواسي السياحية والمتخصصة بالشأن المحلي وهي مجلة تختص بالإعلام السياحي وكذلك تمتلك صحيفة المصدر الدولي ومجلة أقمار والطبية والرياضية والتي صدرت سابقا بشكل ورقي واقتصر اصدارها حالياً على المواقع الالكترونية وأصبحت تصدر بشكل رقمي. وجاءت هذه الاذاعة كأول اذاعة متخصصة في المملكة لخدمة الجمهور في هذا الجانب، وتستهدف شرائح مختلفة من المستمعين، وبكافة أعمارهم ومستوياتهم الثقافية من مواطنين وسياح وهي تسعى ومن خلا برامجها والتي أعدت بعناية إلى محاولة إرضاء مختلف الأذواق في اطار من المهنية العالية، والبساطة الخلاقة ووفق معايير تلتزم بها، ذات خصوصية وتميز واحترام للمتلقي. (الحميدات، ٢٠١٣، ص ٥٠)

سابعاً- الإستراتيجية الاعلامية في الأردن لمجال التعليم الأكاديمي الإعلامي: تسارعت تطورات مهمة في مجال الإعلام خاصة من النواحي التكنولوجية، التي زادت من أعداد قنوات البث الإذاعي والتلفزيوني وشبكات الإعلام المجتمعي، بما يفرض تحديات عديدة أمام

وسائل الإعلام التقليدية والتي أصبح لزاما عليها تطوير طرق المنافسة. وتتطلق الإستراتيجية الإعلامية من الرؤية الوطنية الأردنية، القائمة على مساندة حق المعرفة وقيام وسائل الإعلام بدورها التنويري والإصلاحي ووظيفتها في الرقابة وتكريس ثقافة الحوار والتعدد، ومحاربة التطرف والجهل، ومساندة التنمية والتغير الاجتماعي والثقافي الإيجابي، في هذا الوقت الذي تلتقي فيه إرادة القيادة السياسية الوطنية وإرادة الشعب الأردني في الدفع نحو إصلاح حقيقي تهبئ له وسائل الإعلام وتسانده.

ويشكل التعليم الأكاديمي في مجالات الإعلام وفنونه المصدر الأساسي لمدّ وسائل الإعلام بالموارد البشرية، ويعتمد تطوير المهنة وكفاءة الأداء الإعلامي على كفاءة المؤسسات التعليمية وقدرتها على الموازنة مع حاجات السوق الإعلامية، ومدى جودة مخرجات هذه المؤسسات الأكاديمية. وبهدف تطوير مخرجات المؤسسات الأكاديمية في مجالات الإعلام تضع الاستراتيجية المآل الآتية: (الاستراتيجية الإعلامية ٢٠١١ - ٢٠١٥)

- تطوير معايير اعتماد كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية بما ينسجم مع أحدث المعايير الدولية في هذا المجال، بهدف تطوير جودة مخرجات مؤسسات التعليم الإعلامي، والاستجابة للتطورات والتحوّلات اللاحقة في الإعلام المعاصر، وتحديث الخطط الدراسية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات، من أجل مواكبة حاجات السوق وتطوّراته في مجال الإعلام.

- تطوير وتحديث محتوى ومناهج المواد التدريبيّة وأساليبها في كليات وأقسام الإعلام والارتقاء بمستوى المعرفة، ووسائل إيصالها للطلبة، وتوفير مرافق التدريب الملائمة من مختبرات واستوديوهات ونماذج تدريبيّة في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات، بهدف زيادة الخبرة العمليّة للطلبة.

- وضع خطة لتطوير التعاون والتبادل بين مؤسسات التعليم العالي من جهة ورقابة الصحفيين والمؤسسات الإعلامية المحليّة من جهة أخرى، بهدف توفير ضوابط لعمليات تدريب وتمكين الطلبة في مجال الإعلام. وزيادة حصة الجانب التطبيقي في الخطط والبرامج التدريبيّة في كليات وأقسام الإعلام، بهدف التغلب على فقر التجربة والمعرفة التطبيقية للصحفيين والإعلاميين الجدد، ودعوة كليات الإعلام لإنشاء أقسام مختصّة بالصحافة الإلكترونيّة؛ استجابةً للتطورات في مجال الإعلام ومواكبة حاجات السوق.

ثامنا- الدبلوم التدريبي في الإعلام السياحي الحديث لمعهد الإعلام الأردني: المعهد هو مؤسسة تعليمية غير ربحية أسستها سمو الأميرة ريم علي، تسعى لتطوير أداء العاملين في ميدان الصحافة والإعلام في الأردن والمنطقة العربية، والراغبين في احتراف هذه المهنة من خلال توفير فرص تعليمية وتدريبية متقدمة تلبيّة لمطالب العديد من الصحفيين. يقدم البرنامج باللغة العربية للمساهمة في رفع مستوى الإعلام في الوطن العربي ورفد الشبكات

الأجنبية الناطقة بالعربية بطاقات إعلامية عربية متميزة. كما يسعى المعهد إلى تحسين مخرجات الإعلام والارتقاء بسمعة وصورة المهنة محلياً وإقليمياً من خلال برنامج الماجستير في الصحافة والإعلام الحديث الذي يتألف من مسارين: مسار الشامل الذي يهدف إلى تخريج صحافيين مهنيين مزودين بمهارات متقدمة وتحديداً في مجال الصحافة الرقمية، ومسار الرسالة العلمية، الذي يهدف إلى تطوير مهارات البحث والكتابة الصحافية وإرساء المعايير الأخلاقية والإبداعية للمهنة لدى الطلبة. ويطبق برنامج الماجستير في معهد الإعلام الأردني معايير متقدمة في جودة تدريس الصحافة، تقوم على التوازن بين الجانبين النظري والتطبيقي والاندماج في تكنولوجيا الاتصال والتطبيقات الرقمية. حيث يعد المعهد أول مؤسسة تعليمية عربية تطور مناهجها في الصحافة بالاستفادة من عناصر البيئة الرقمية، إلى جانب التركيز على بناء أساس معرفي ثقافي متين لدى الطلبة. (معهد الإعلام الأردني، <https://jmi.edu.jo/ar/annual-report-2017>)

النتائج والتوصيات

أولاً- نتائج الدراسة: من بين نتائج هذه الدراسة عرض ما يلي:

- تعتبر الأردن عبارة عن متحف مفتوح فيه نحو ١٠٠ ألف موقع أثري وسياحي وتستهدف رفع حصة السياحة من الناتج المحلي الإجمالي لتصل ٠.٩٪، بحلول عام ٢٠٢٥ وتعتبر صناعة السياحة في الأردن أحد أهم أعمدة الاقتصاد فيه حيث حققت السياحة من الناتج المحلي الإجمالي بنهاية عام ٢٠١٧ نحو ٧٪.

- إن انتعاش السياحة في المملكة بفضل الأمن والاستقرار الذي ينعم به الأردن، وكذلك بفضل الجهود التي تقوم بها وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة، والإعلام الذي يرفد تلك المبادرات والأنشطة بجهود كبير لعملية الترويج وإبراز المعالم الرئيسية في الأردن. حيث أدى التعاون والانفتاح بين الإعلام والسياحة أن يكون العمل تشاركياً وحوارياً، ومكن من تعاون جميع الأطراف ذات الشأن في السياحة والإعلام، من أجل إبراز صورة حضارية ومزید من التنسيق لجهود السياحية التي تبذل لجذب أكثر وتطوير أكبر لهذا المنتج الأساسي في اقتصاد الأردن.

- إن الأردن استطاعت توحيد الجهود ما بين كل الجهات المعنية في قطاع السياحة والإعلام لإعداد خطة وطنية شاملة تساهم في عملية الترويج السياحي للمنتجات السياحية ورفع مستوى الوعي السياحي في المجتمع، بهدف الارتقاء بالعمل نحو الأفضل. وتمكنت استراتيجية الأردن السياحية من تحقيق التعاون ما بين عدد من المؤسسات يهدف إلى توحيد العمل الجماعي المنظم الذي يخدم المصلحة العامة.

- السياحة صناعة مهمة، والإعلام السياحي ينقل الصورة الحقيقية للحدث في المواقع السياحية والأثرية مما يساهم في نشر السياحة وترويجها. والإعلام السياحي في الأردن يهدف إلى

تعزيز نمو وازدهار السياحة في المملكة من خلال تفعيل دور وسائل الإعلام المختلفة بتوعية افراد المجتمع لتعظيم السياحة.

ثانيا- توصيات الدراسة: من بين ما يمكن اقتراحه من خلال هذه الدراسة نجد ما يلي:

- يمكن للأردن عمل مجلس أعلى للسياحة مستقل وغير حكومي فيه كافة مؤسسات السياحة والإعلام المتخصص حتى تستطيع مواجهة التحديات في السوق السياحي.
- يمكن للأردن الاستمرار في استغلال قنوات السياحة في جذب العملة الصعبة من خلال التركيز بقوة على التعليم الاعلامي المتخصص المستمر ورفع المستوى العلمي والعملية للكوادر، إضافة إلى تقييم الأداء للكوادر والمعاهد والمؤسسات المتخصصة في هذا المجال باستمرار. ولا بد للأردن من إجراء دراسة معمقة لنقاط القوة التي تميزها عن غيرها ومحاولة تعظيمها، وذلك لتحقيق الاستفادة العظمى منها .
- أن الاستثمار في إنشاء وتطوير مراكز التميز في الاعلام المتخصص سيمنح المؤسسات السياحية والاعلامية في الأردن قاعدة للتمكن من تحسين الجودة، ودمج الاعلاميين في التسويق والترويج السياحي بشكل فعال، وتقليل الكلفة من خلال تحسين الكفاءة وتقليل الوقت للجذب السياحي، مما ينتج عنه تميز في السوق وتحسين مستوى الرضى عند السياح، مما يمكن المملكة من مواجهة مظاهر المنافسة الجوارية في هذا المجال بشكل عام من حيث الموقع الجغرافي لتركيا، والموارد المالية لدول الخليج العربي، ومن حيث التميز في الخدمة للبنان.

المراجع المعتمدة

- إبراهيم خليل بظاظو، السياحة العلاجية كنز أردني في البحر الميت، عمان عاصمة السياحة العلاجية العربية، جامعة الشرق الأوسط- الأردن، على الرابط الإلكتروني: <http://www.meutourism.com/Articles/50.htm>
- أبو أصبع صالح خليل (٢٠٠٦)، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
- حمزة عبد المطلب المعايطه (٢٠١٧)، الأمن والسياحة، ورقة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي: "السياحة العربية واقعها وأفاقها المستقبلية"، جامعة مؤتة، الاردن.
- صبري عبد السميع (٢٠٠٦)، تسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.
- عبد العزيز أبو نبع (٢٠٠٥)، تسويق الخدمات المتخصصة- نهج تطبيقي -، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- عصام حسن السعيد (٢٠٠٩)، الدلالة والإرشاد السياحي، دار الياض للنشر والتوزيع، الأردن.
- فايز محمد علي الحميدات (٢٠١٣)، الاعلام السياحي في الأردن: اذاعة سياحة FM نموذجاً، رسالة ماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.
- محمد عبيدات (٢٠١٠)، "التسويق السياحي مدخل سلوكي"، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، عمان، ٢٠٠٠،
- مرداوي كمال، بن سيروود فاطمة الزهراء، واقع ممارسات تسويقية في المؤسسات السياحية الجزائرية، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتنقى الوطني حول السياحة في الجزائر- الواقع والآفاق - المركز الجامعي بالبويرة، ١١ - ١٢ ماي ٢٠١٠.
- نيفين حلواني محمد (٢٠٠٨)، إدارة الأزمات والسياحة، مكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، مصر.
- هانم رجب آل درويش، أحمد إبراهيم ملاوي (٢٠١٠)، العوامل المؤثرة في الدخل السياحي في الأردن، دراسات في العلوم الإدارية، المجلد ٣٧، العدد ٠٢.
- Robert Lanqua , Robert Hollier (٢٠٠٢) "Le marketing touristique", PUF, Paris.
- Zayd ibn Muhammad Ar-Rummany , **Touristic media**, Published On: 5/2/2017 , <https://www.alukah.net/culture/0/23998/>
- وكالة جراسا الاخبارية، الاعلام السياحي ودوره الهام، على الرابط الإلكتروني: <http://www.gerasanews.com/print/44370>
- هيئة تنشيط السياحة في الأردن على الرابط الإلكتروني:

<http://ar.visitjordan.com/AboutUs.aspx>

- الأردن على ويكيبيديا الموقع الإلكتروني: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

- موقع دائرة الآثار العامة على شبكة الانترنت: <http://www.doa.gov.jo>

- موقع هيئة تنشيط السياحة الأردني على شبكة الانترنت:

<http://ar.visitjordan.com/Wheretogo/amman/Museums.aspx>

- مركز التراث العالمي على الرابط الإلكتروني: <http://whc.unesco.org/ar/list/1377>

- حمامات ماعين في الأردن، وجهة سياحية مهمة، قناة النيل على الرابط الإلكتروني:

<https://www.youtube.com/watch?v=P0Rr2Ut8quk>

- جريدة الغد، الحمة الأردنية، استجمام وتواصل مع الطبيعة على الرابط الإلكتروني:

<http://www.alghad.com/articles/787807->

- جريدة الغد، حمامات عفراء مقصد سياحي، على الرابط الإلكتروني:

<http://alghad.com/articles/827519->

- جريدة الغد، الطفيلة مهمل ، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.alghad.com/articles/863738->

- وزارة السياحة والآثار، الاستراتيجية الوطنية، رؤية الأردن ٢٠٢٥، ص: ١٠١، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.mop.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/pdf/MOP-pdf/Jordan%202025.pdf>

- هيئة تنشيط السياحة، على الرابط الإلكتروني:

<http://ar.visitjordan.com/inspiration.aspx>

- المدينة الاخبارية، إطلاق مبادرة قمة الإعلام السياحي، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.almadenahnews.com/article/685490->

- الاستراتيجية الاعلامية ٢٠١١ - ٢٠١٥ على الرابط الإلكتروني:

<http://www.pm.gov.jo/content/1450780807/-الاستراتيجية-الاعلامية-٢٠١١-٢٠١٥.html>

- معهد الاعلام الأردني، برنامج التدريب الاعلامي الحديث، على الرابط الإلكتروني:

<https://jmi.edu.jo/ar/annual-report-2017>

