

دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن
من وجهة نظر السياح المحليين

**The Role of Documentaries in Revitalizing Domestic
Tourism in Jordan from the Point Of View of
Domestic Tourists**

إعداد

أسامة خالد رضوان شطناوي

إشراف

الدكتور أشرف محمد المناصير

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2022

تفويض

أنا أسامه خالد رضوان شطناوي، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً ورقمياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الأسم : اسامه خالد شطناوي

التاريخ : 2022 / 6 / 14

التوقيع : 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: " دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر

السياح المحليين "، وأجيزت بتاريخ : 14 / 6 / 2022.

اعضاء لجنة المناقشة:

<u>التوقيع</u>	<u>مكان العمل</u>	<u>الأسم</u>	<u>عضو اللجنة</u>
	جامعة الشرق الأوسط	د. محمد حسين المومني	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً
	جامعة الشرق الأوسط	د. اشرف محمد المناصير	المشرف
	جامعة الشرق الأوسط	د. مازن "محمد كزيب" الفداوي	عضو اللجنة الداخلي
	جامعة اليرموك	أ.د. عزام علي العنانزة	عضو اللجنة الخارجي

شكر وتقدير

الحمد لله والشكر لله دائما وأبدا

أتقدم بالشكر للدكتور أشرف المناصير المشرف على هذه الرسالة لما قدمه لي من نصائح وتوجيهات له جزيل الشكر والتقدير والعرفان.

وأتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط على تعاونهم وحرصهم على تقديم الأفضل لنا.

وأشكر الزملاء الأعزاء وكل شخص كان له دور في الدعم المعنوي خلال هذه المرحلة.

الإهداء

إلى شمس عمري ... أمي العزيزة

وإلى من كان داعماً لي طيلة فترتي التعليمية ... وإلى من كان له الفضل الكبير

على إكمال مسيرتي في الماجستير ... أبي الحبيب الذي أفخر عندما تنطق شفتاي

بإسمه ... أدامهما الله لي وحفظهما وأطال في عمرهما .

وإلى أخوتي ... عضدي وسندي دائماً ...

وإلى جميع زملائي في فترتي التعليمية .

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
فهرس المحتويات	و
قائمة الجداول	ط
قائمة الملحقات	ي
الملخص باللغة العربية	ك
الملخص باللغة الإنجليزية	ل

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة	1
مشكلة الدراسة	3
أهداف الدراسة	5
أهمية الدراسة	5
اسئلة الدراسة	6
حدود الدراسة	7
محددات الدراسة	7
مصطلحات الدراسة	8
فرضيات الدراسة	9

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

12 الأدب النظري
12 النظرية المستخدمة
14 فروض النظرية
17 الفيلم الوثائقي
18 وظائف الأفلام الوثائقية
19 أهمية الفيلم الوثائقي
19 السياحة
21 أنواع السياحة
21 أهمية السياحة
23 السياحة الداخلية
24 مميزات السياحة الداخلية
24 أنواع السياحة الداخلية
26 العوامل المؤثرة على السياحة الداخلية
27 دور الافلام الوثائقية في التعريف والترويج بالمعالم السياحية
29 السياحة في الأردن
31 الإعلام السياحي
34 الدراسات السابقة
40 التعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

41.....	منهج الدراسة.....
41.....	مجتمع الدراسة.....
41.....	عينة الدراسة.....
45.....	أداة الدراسة.....
45.....	صدق أداة الدراسة وثباتها.....
46.....	صدق البناء لأداة الدراسة.....
47.....	ثبات أداة الدراسة.....
47.....	تصحيح أداة الدراسة.....
49.....	متغيرات الدراسة.....

الفصل الرابع: عرض النتائج

50	عرض النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة.....
57	اختبار الفرضيات.....

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

63	مناقشة النتائج
66	مناقشة الفرضيات.....
71	خلاصة النتائج.....
72	التوصيات.....
73	قائمة المراجع
81	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
42	لتكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لعينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية	1-3
43	التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لعينة الدراسة حسب انماط وعادات المشاهدة	2-3
46	قيم معامل الارتباط بيرسون بين مجالات الدراسة ببعضها والدرجة الكلية	3-3
47	معامل الإتساق الداخلي ألفا-كرونيباخ للمجالات والدرجة الكلية	4-3
48	مقياس الدراسة	5-3
48	مقياس تقييم المتوسط الحسابي	6-3
50	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لابعاد دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	7-3
51	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي	8-4
54	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي	9-4
55	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي	10-4
57	جدول 11 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين حسب الخصائص الديموغرافية	11-4
58	جدول 12 تحليل التباين المتعدد لأثر الجنس والفئة العمرية والمستوى التعليمي والحالة الإجتماعية على دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين	12-4
59	جدول 13 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب انماط وعادات المشاهدة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين	13-4
61	جدول 14 تحليل التباين المتعدد لأنماط وعادات المشاهدة لأثر أنماط وعادات المشاهدة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين	14-4

قائمة الملحقات

رقم الصفحة	المحتوى	الرقم
81	قائمة بأسماء السادة المحكمين	1
82	الاستبانة	2

دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين

إعداد: اسامه شطناوي

إشراف الدكتور: اشرف محمد المناصير

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن، وتكونت عينة الدراسة من (318) سائح وسائحة محليين، وقد اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واعتماد الإستبانة كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة التي جاءت هنا عينة متاحة، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج كان اهمها: وجود دور متوسط لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن، وكما بينت نتائج الدراسة ان نسبة من يشاهد الافلام الوثائقية من مصدر اردني هو (20.4%) من عينة الدراسة، وان غالبية أفراد عينة الدراسة سواء كانوا اردنيين أو مقيمين يستخدمون شاشة التلفاز لمشاهدة الافلام الوثائقية وذلك بنسبة (54.4%)، وبينت نتائج الدراسة ان الأفلام الوثائقية تساهم بالتعريف على تاريخ المواقع السياحية في الأردن بنسبة مرتفعة، وقد اوصت الدراسة بتخصيص فترات زمنية تلفزيونية داخل اوقات ذروة المشاهدة للأفلام الوثائقية المختلفة، وخاصة الأفلام التي تتناول السياحة في الأردن، وأوصت الدراسة ايضاً على تشجيع الاستثمار الخاص للدخول في إنتاج الأفلام الوثائقية للترويج السياحي للأردن.

الكلمات المفتاحية: سياحة، أفلام وثائقية، سياح، الأردن.

The Role of Documentaries in Revitalizing Domestic Tourism in Jordan From the Point of View of Domestic Tourists

Prepared by: Osama shatnawi

Supervised by Dr: Ashraf Al-manaseer

Abstract

The current study aimed to identify the role of documentaries in revitalizing domestic tourism in Jordan, the study sample consisted of (318) male and female, local tourists. The study adopted the descriptive survey method as well as the questionnaire as a tool to gather information from the study sample, the study concluded many results, most important of which is that there was a medium degree for the the role of documentaries in revitalizing domestic tourism in Jordan, and the results of the analysis showed that the percentage of those who watch documentaries from a Jordanian source is (20.4%), and that the majority of the study sample, whether they are Jordanians or residents, use the TV screen to watch Documentary films (54.4%), Documentary films contribute to the definition of the history of tourist sites in Jordan at high rate, the study recommended allocating television time periods during peak viewing for various documentaries, especially films dealing with tourism in Jordan, And encouraging private investment to engage the production of documentaries to promote tourism in Jordan.

Keywords: tourism, documentaries, tourists, Jordan.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

1.1 مقدمة

يعد القطاع السياحي مصدراً هاماً من مصادر الدخل بل يكاد يكون أهم مصدراً لبعض الدول، وتعتبر السياحة صناعة لها مقوماتها وأهميتها في الكثير المجالات وبالنظر لهذه الأهمية فقد زاد اهتمام الإعلام بها، وذلك في إطار تأديتها لوظائفها وأدوارها، إذ لا يمكننا إنكار دورها في تقديم صورة واضحة وصادقة للمتلقي عن مختلف المحفزات والمناطق السياحية، ويسمى هذا الشكل من الإعلام بالإعلام السياحي الذي يعرف بأنه احد أشكال الإعلام المتخصص ويتمثل في كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والتي يمارسها متخصصون بغية تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار عن القضايا ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية من اجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور ولأجل اجتذاب اكبر عدد من الأفراد (علي، 2021).

ويظهر الدور الكبير للإعلام في دعم السياحة من خلال التعريف بالمقومات السياحية والثقافية والتاريخية والمناخية والطبيعية والخدمية المقدمة، وكما يتم التعريف بالنشاط والبرامج المقامة في المناطق السياحية وتقديم خرائط لها، وذكر المعالم في مختلف المناطق والأماكن السياحية والترويج لها، وكما يتم تنمية الوعي السياحي عن طريق توجيه وتصحيح السلوكيات الخاطئة (الانصاري وآخرون، 2020).

وتعد الأفلام الوثائقية جزء من وسائل الإعلام التي تساهم في فهم عالمنا والاطلاع على الأحداث التي تدور فيه، وتساعد على استيعاب دورنا فيه بوصفها وسيلة اتصال جماهيرية، مما يعني أن خاصية التثقيف التي تمتاز بها الأفلام الوثائقية تجعل منه عنصراً مؤثراً قادراً على تغيير القيم الفكرية والأخلاقية لدى مجتمع ما (محمد، 2014).

وهذا ما قد أشارت إليه باتريشيا أوفر هايدي في قولها " إن الأفلام الوثائقية أداة تواصل مهمة، إذ تكمن أهميتها في تمكين المشاهد من الاطلاع على الواقع كما هو، بعيداً عن الخيال، فهي تجذب المشاهد وتقوم بالترفيه عنه" (Aufderheide, 2007).

حيث تقوم وسائل الإعلام على العموم والأفلام الوثائقية بالخصوص بدور بارز في العمل على تعريف الجمهور بالمناطق والمعالم السياحية والترويج لها، وذلك من خلال محاولة إقناع الجماهير بزيارة هذه المناطق والمعالم والاستمتاع بجمالها وتكوين خلفية ثقافية حولها، فالأفلام الوثائقية تهتم بمختلف الجوانب، وتتسع لمعظم الموضوعات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والتاريخية وغيرها، والتي تقوم باستخدام تقنيات وفنيات إخراجية وإبداعية لأظهارها، الأمر الذي يجعل من المتلقي أسير سحرها فيجعله يرغب باكتشاف هذه المعالم بنفسه، فهذه الأفلام تعد من أهم أدوات الترويج لأي بلد (عباس، 2020).

وتكمن أهمية الفيلم الوثائقي بكونه وسيلة تأثير في الجمهور المستهدف من خلال المواضيع والمعلومات التي يتناولها والتي تعود بالمنفعة من الناحية الشخصية والعلمية على الأفراد. ذلك أن عامل التأثير على الجمهور الذي يتمتع به الفيلم الوثائقي يعود إلى سهولة استيعابه من قبل المتلقي كونه يعتمد على الواقع (الخرجي، 2015).

حيث يمكن للأفلام الوثائقية تسليط الضوء على الأماكن السياحية وعادات وثقافات الشعوب وقضاياهم، فهو يوثق الأحداث والوثائق وينقب في التاريخ ويتحرى مصداقية الواقع.

ويعتبر القطاع السياحي في الأردن من أهم القطاعات الاقتصادية في الاقتصاد الأردني، إذ بلغ الدخل السياحي في عام 2021، قيمة 1.9 مليار دينار، بارتفاع نسبته 90% عن عام 2020، وكان دخل الأردن من السياحة انخفض من 4.1 مليار دينار في 2019 إلى نحو مليار في 2020 بعد تأثير تداعيات أزمة كورونا عالمياً. (النشرة الإحصائية لوزارة السياحة والآثار، 2021).

وهو أيضاً قطاع واعد لأسباب كثيرة أهمها وجود مقومات سياحية غنية ومتنوعة في حدود المملكة، وكذلك يوجد في الأردن واحدة من عجائب الدنيا السبع " البترا " التي أصبحت تتمتع بسمعة سياحية عالمية، وكون الأردن يعتمد بشكل كبير على القطاع السياحي من خلال الترويج لإمكاناته السياحية، والتي تشكل فيها عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي، فقد جاءت هذه الدراسة بهدف معرفة دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن.

2.1 مشكلة الدراسة

يعتبر الفيلم الوثائقي وسيلة من وسائل التأثير في الجمهور من خلال المواضيع والمعلومات التي يتناولها ويعود ذلك إلى سهولة استيعابه من قبل المتلقي كونه يعتمد على الواقع إذ يمكن للأفلام الوثائقية تسليط الضوء على الأماكن السياحية وعادات وثقافات الشعوب وقضاياهم، فهو يوثق الأحداث والوقائع وينقب في التاريخ ويتحرى مصداقية الواقع.

كما ان السياحة الداخلية تعد من أهم أنواع السياحة وأكثرها شيوعا وانتشارا، حيث أن الإنفاق على السياحة الداخلية يمثل حوالي 70% إلى 80% من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي، أي أن حجم السياحة الداخلية يعادل 3 أضعاف حجم السياحة الخارجية (أيمن، 2009).

ويعتبر القطاع السياحي في الاردن من أهم القطاعات الاقتصادية إذ بلغ الدخل السياحي في عام 2021 ، ما قيمته 1.9 مليار دينار، بارتفاع نسبته 90 % عن عام 2020 ، وقد كان دخل الاردن من السياحة انخفض من 4.1 مليار دينار في 2019 إلى نحو مليار في عام 2020 على اثر تداعيات أزمة كورونا عالميا. (النشرة الاحصائية لوزارة السياحة والاثار، 2021).

ويعتبر قطاع السياحة من القطاعات الواعدة لأسباب كثيرة أهمها وجود مقومات سياحية غنية ومتنوعة في حدود المملكة الاردنية الهاشمية ، كالأماكن التاريخية التي تبين الحضارات التي تعاقبت على هذه الارض كمدينة البتراء العربية النبطية وكذلك المواقع الدينية سواء من مقامات الانبياء والصحابة او مواقع معارك عسكرية دارت رحاها على هذه الارض كموقعة مؤتة، واليرموك وغيرها، وكذلك وجود اختلافات في البيئات الجغرافية من جبال، ووديان، وصحاري، والذي يتبعه اختلاف في المناخات في هذه المواقع، وكذلك لما تشكله عوائد السياحة من نسبة كبيرة من الناتج المحلي الاجمالي حيث تتراوح نسبة الدخل السياحي ما بين 12 الى 14% من الناتج المحلي الاجمالي وذلك خلال العشر سنوات الاخيرة حسب احصائية البنك المركزي الاردني.

وتتلخص مشكلة الدراسة في معرفة دور الافلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن ومعرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين.

3.1 أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في تسليط الضوء والاطلاع على دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التي يحاول الباحث الوصول لها وهي:

1. محاولة التعرف على الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الأفلام الوثائقية من قبل السياح المحليين.
2. محاولة التعرف على الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الأفلام الوثائقية من قبل السياح المحليين.
3. محاولة التعرف على الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الأفلام الوثائقية من قبل السياح المحليين.

4.1 أهمية الدراسة

الأهمية النظرية

- فمن الناحية النظرية تكمن أهمية هذه الدراسة أنها تلقي الضوء على موضوع مهم وهو دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الأولى في حدود علم الباحث التي بحثت في دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن، ويأمل الباحث ان تكون هذه الدراسة عبارة عن نواة لدراسات أكثر عمقاً واتساعاً وتخصصاً.

الأهمية التطبيقية

- تبرز الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة انها تسهم في تشجيع المؤسسات الإعلامية والسياحية على استخدام الأفلام الوثائقية والاهتمام بصناعتها لتنشيط الحركة السياحية الداخلية وتحفيز المواطنين

على ممارسة السياحة الداخلية عوضاً عن الخارجية التي تهدر العملات الصعبة وتلحق الخسائر باقتصاد البلد، وتفقده المئات وربما الآلاف من فرص العمل.

- تشكل هذه الدراسة أهمية للإعلاميين من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المناسبة لتطوير المؤسسات الإعلامية على اختلاف أنواعها.
- ويأمل الباحث ان تكون هذه الدراسة محاولة لخدمة العاملين في الحقل الاعلامي الوثائقي والسياحي اذا ما حاول البعض منهم الاستفادة منها وتطبيقها في الواقع.
- يأمل الباحث ان تكون نتائج هذه الدراسة وتوصياتها نواة لعمل دراسات مستقبلية اخرى مشابهة لها في هذا المجال.

5.1 أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس للدراسة ما دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين؟، وتنبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هي الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟
- 2- ما هي الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟
- 3- ما هي الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟

6.1 حدود الدراسة

- الحدود الزمانية للدراسة: تم انجاز هذه الدراسة من بداية شهر كانون الثاني ولغاية شهر ايار من عام 2022.
- الحدود المكانية: طبقت هذه الدراسة في المناطق السياحية الأردنية في كل من عجلون، وجرش، وجبل القلعة (عمان)، ومنطقة وادي رم .
- الحدود البشرية: طبقت هذه الدراسة على السائحين المحليين المتواجدين في المناطق السياحة المذكورة.

7.1 محددات الدراسة

- من الصعوبات والمعوقات التي واجهت الباحث خلال عملية اجراء الدراسة ما يلي :
- عدم تعاون بعض السياح مع الباحث في عملية تعبئة الاستبانة.
- بعد المناطق السياحية المبحوثة عن بعضها البعض، وكذلك بعدها عن مكان سكن الباحث.
- دخول شهر رمضان خلال فترة اجراء الدراسة، الامر الذي ادى الى قلة وجود السياح المحليين في المناطق السياحية.
- عدم التأكدية من جدية وصدق إجابة أفراد عينة الدراسة.

8.1 مصطلحات الدراسة

الدور (اصطلاحاً): هو معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة (البياضي، 2013).

الدور (اجرائياً): هو الأداء الذي تقوم به الأفلام الوثائقية بالنسبة السياح المحليين في مجال تنشيط السياحة المحلية في الأردن، ويقصد به دور الفلم الوثائقي في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن.

الفيلم الوثائقي (اصطلاحاً): شكل مميز من الإنتاج السينمائي يعتمد أساساً على الواقع في مادته وتنفيذه، ويهتم بالدرجة الأولى بتحقيق أهداف ترتبط بالنواحي الإعلامية والتعليمية أو الثقافية أو حفظ التراث والتاريخ، وعادة ما يتسم الفيلم التسجيلي بقصر زمن العرض، لذا يتطلب درجة عالية من التركيز خلال مشاهدته ومتابعته (Aufderheide, 2007).

الفيلم الوثائقي (اجرائياً): هو معالجة قضايا وأحداث الواقع كما هي بطريقة فنية دون أن تظهر الآراء والاتجاهات السياسية لصانع الفيلم على مضمون الفيلم، ويقصد بها هنا جميع الأفلام الوثائقية التي تناولت المناطق السياحية والعادات والثقافات وتاريخ الأردن، ومن أي مصدر كان سواء أفلام أردنية أو عربية أو عالمية.

السياحة الداخلية (اصطلاحاً): هو نشاط سياحي يقوم به مواطني دولة ما، لمدنها المختلفة والتي يوجد بها مواقع جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة، أي أن السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها (رحال، 2015).

السياحة الداخلية (اجرائياً): هي زيارة الاماكن السياحية داخل اراضي المملكة الاردنية الهاشمية من قبل الاردنيين والقاطنين في الاردن.

الإعلام السياحي (اصطلاحاً): هو كافة الطرق والنشاطات الاتصالية المخططة والمستمرة التي يقوم بها الإعلاميون المتخصصون والتي تهدف الى تزويد الجمهور المتلقي بالمعلومات السليمة وكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن الموضوعات والقضايا والمشكلات ومجريات الأمور التي تتعلق بالسياحة، ويكون ذلك بدون تحريف وبطريقة موضوعية، ويتم ذلك عن طريق اشكال ووسائل الاتصال المختلفة، بشتى الطرق الفنية، بغية التأثير او اقناع الجمهور المتلقي من أجل تنمية الوعي بالسياحة، وايضا من أجل جذب أكبر عدد ممكن من الأفراد وذلك للأقامة بعيداً عن اماكن اقامتهم سواء داخل البلاد او خارجها (بلبخاري، 2018).

الإعلام السياحي (اجرائياً): هي جميع الطرق الإعلامية التي تقوم الأفلام الوثائقية بممارستها بغية ابراز او تعزيز او تنشيط السياحة الداخلية اما بطرق مباشرة او غير مباشرة وذلك بهدف جذب أكبر عدد ممكن من السياح الى المناطق التي يتم عرضها في الفيلم الوثائقي.

9.1 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى :

توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور الافلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تبعاً للمتغيرات (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، والدخل الشهري).

وينبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية :

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي .
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير العمر .
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير الجنسية.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير الدخل الشهري.

الفرضية الرئيسية الثانية :

- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور الافلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تبعاً لمتغيرات انماط وعادات مشاهدة الافلام الوثائقية.
- وينبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية :
- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى اسباب مشاهدة السياح المحليين للأفلام الوثائقية.

- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى مدى مشاهدة السياح المحليين للأفلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الأردن.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى ان مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعت السائح لزيارة الموقع السياحي.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى مصادر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي يشاهدها السياح المحليين.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى الوسيلة المستخدمة في مشاهدة الأفلام الوثائقية من قبل السياح المحليين.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى الموضوعات السياحية التي تثير اهتمام السياح المحليين في الافلام الوثائقية السياحية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 الأدب النظري

1.1.2 النظرية المستخدمة

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: إن هذه النظرية من النظريات التي تبحث في تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور، الذي يستند الى وسائل الإعلام في تشكيل مدركاته ومعلوماته عن البيئة المحيطة به وعن الصور الذهنية التي يكونها عن الأشياء والموضوعات فتسمى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ومحور هذه النظرية يقوم على فكرة اساسية وهي أن الجمهور يعتمد بشكل كبير على المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام ليحقق حاجاته وما يرغب اليه من ذلك الاعتماد، والأمر المهم والأساسي في هذه النظرية بأن وسائل الإعلام ستؤثر في الجمهور بدرجة تجعلهم يعتمدون عليها للحصول على المعلومات، كما تركز هذه النظرية على النظم (المعلومات) الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها (سالم، 2012).

وكانت البدايات الأولى لظهور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عندما قامت الباحثة ساندرابول روكيتش وزملاؤها عام 1974، بتقديم ورقة بحثية تحت عنوان " منظور المعلومات " حيث طالبوا في الورقة البحثية بضرورة التحول من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام الى وجهة النظر التي ترى أن قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي كانت تحت سيطرة وسائل الاعلام أي أن هناك علاقة اعتماد ما بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى (حسنين، 2015).

وتعد نظرية الاعتماد من النظريات المهمة التي بحثت في دراسة تأثير وسائل الإعلام على آراء الأفراد داخل المجتمعات المتنوعة، إذ تقول هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق ما يرغب من الاطلاع على المعلومات ومعرفة ما يدور في البيئة الاجتماعية وان هذه المعرفة تساهم في تشكيل وبناء مواقفه السلوكية ومعارفه العامة في ظروف محددة، حيث أنه كلما ارتفعت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام (نجم، 2017).

وتعد نظرية الاعتماد نظرية ملائمة لبحوث الاعلام إذ تقدم نظرة فاحصة للعلاقة بين وسائل الاتصال والرأي العام، وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الاعلام على ركيزتين أساسيتين هما (نجم، 2017):

1- الأهداف: لكي تتحقق الأهداف الشخصية للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها اشخاص أو جماعات أو منظمات اخرى، والعكس صحيح.

2- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

المصدر الأول: هو جمع المعلومات، فالمندوب الصحفي يعمل على جمع المعلومات التي نحتاج الى معرفتها، أما كاتب السيناريو فيقدم معلومات عن أحداث سواء كانت حقيقية أم خيالية ..

المصدر الثاني: ويتمثل بتنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، وذلك من اجل ان تظهر بصورة مناسبة على شكل قصة صحفية أو برنامج اذاعي أو فيلم سينمائي او وثائقي.

المصدر الثالث: هو القيام بنشر المعلومات أو التمكن من توزيعها على جمهور غير محدد.

2.1.2 فروض النظرية

انطلقت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من مجموعة فروض رئيسة يمكن شملها فيما يلي (مصري واخرون، 2019):

1. تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغير.

عند قيام النظم والوسائل الإعلامية بتوفير خدمات معلوماتية واخبار أساسية ومتميزة، تزيد الإمكانية من تحقيق الرسائل الإعلامية لتأثيراتها المعرفية والعاطفية والسلوكية، وتزيد أيضاً من التأثير في المتلقي بشكل كبير في حالة ما اذ كان المجتمع يعيش حالة عدم استقرار بسبب صراع ما.

2. يوجد هناك ارتباط ايجابي بين كثافة علاقات اعتماد الافراد والتهديدات الاجتماعية والبيئية، حيث يزيد الاعتماد على الوسائل الاعلامية في اوقات عدم الاستقرار والصراعات والتغيرات الاجتماعية، كما يزيد الاعتماد على الوسائل الاعلامية في حالات الالتباس والغموض الناتج عن نقص او شح في المعلومات او وجود صعوبة في تفسير الاحداث بشكل صحيح ومنطقي.

3. عندما تكون قدرة الافراد مقيدة على تلقي المعلومات من مصادر الاتصال الشخصي، يزداد اعتمادهم على الوسائل الإعلامية.

4. تختلف درجة اعتماد افراد المجتمع على الوسائل الإعلامية، حيث يعتبر الوضع الاجتماعي هو العامل الرئيسي في معرفة اختلاف درجة الاعتماد، وذلك يعود الى ان تحييد تركيب المجتمع يتم عن طريق متغيرات الطبقة الاجتماعية، ومتغيرات الوضع البنائي التي تشمل كل من مستوى الدخل،

والجنس، والمستوى التعليمي، الامر الذي يمكن ان يحد بعض افراد المجتمع من الوصول لوسائل اعلامية معينة، بالإضافة انه من الممكن ان يحد التعليم من قدرة الافراد على الاعتماد على الوسائل الإعلامية المطبوعة.

5. الافراد الاكثر اعتمادا على وسائل الاعلام يكونون اكثر انتباهاً وميلاً للمشاركة في البرامج المعروضة على التلفاز، وتزداد التأثيرات الإعلامية كالافناع والتفاعل شبه الاجتماعي حين تزداد كثافة تعرض الأفراد لوسائل الإعلام (حسن، 2021).

3.1.2 آثار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

اولاً الآثار المعرفية (سليمان، 2017)

- 1- ويكون ذلك عن طريق تكوين اتجاهات معينة وهي الآثار التي تنتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام نحو مختلف القضايا الجدلية التي تثار في المجتمع.
- 2- ترتيب الأولويات أي أن الوسائل تجعل الجمهور يرتبون أولوياتهم وفق ما يتم تقديمه عبر الوسائل الإعلامية.
- 3- اتساع المعتقدات ويتم ذلك من خلال المعلومات والاحبار التي تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع.
- 4- القيم وهي مجموعة المعتقدات والمبادئ التي يتشارك فيها افراد أو جماعات معينة، وهم بدورهم يرغبون في ترويج تلك المعتقدات والمبادئ والحفاظ عليها، حيث تقوم الوسائل الإعلامية بدور كبير في توضيحها وبرزها.

ثانيا الآثار الوجدانية (الزّالط، 2022)

هي التأثيرات التي تتعلق بالمشاعر والأحاسيس و غيرها من الامور الوجدانية التي تتم بأشكال مختلفة ومتعددة، ويتضح ذلك عن طريق ما تقدمه الوسائل الإعلامية ومن هذه التأثيرات ما يأتي:

- القلق والخوف: ويتكون هذا القلق والخوف عن طريق التعرض المكثف لوسائل الاعلام التي تتضمن مشاهد العنف والجرائم والحروب مثل أفلام الرعب والمغامرات.
- الفئور العاطفي: يتكون الفئور العاطفي نتيجة للتعرض والمتابعة المكثفة لمواضيع العنف والصراعات في الرسائل الإعلامية، الامر الذي يخلق نوعاً من الفئور واعتبار ان العنف هو النمط السائد في الحياة الحقيقية.
- المشاعر الأخلاقية والمعنوية: وتتكون هذه المشاعر نتيجة الرسائل الإعلامية التي بدورها تعمل على التأثير في معنويات الافراد المتلقين ومستوى أخلاقهم.

ثالثا: الآثار السلوكية

يحدث هذا الأثر نتيجةً للآثار المعرفية والوجدانية وهي مترتبة عليهما، وتتمثل هذه الآثار في الحركة، او بالقيام بفعل ما يظهر في سلوك علني، ومن هذه السلوكيات الاتي (عطاوة، 2009):

- الفعالية: وتعني قيام الأفراد بسلوكيات جديدة، تكون نتيجة تعرضهم لرسائل إعلامية معينة.
- الخمول: وتعني التوقف او الامتناع عن القيام بسلوك معتاد وطبيعي، ويكون ذلك نتيجة التعرض لرسالة اعلامية معينة.

2.2 الفيلم الوثائقي

يعتبر الفيلم الوثائقي احد أشكال التعبير الفني، خاصة وإنه يتشابه مع وسائل الاتصال الأخرى وخواصها الأساسية التي جرى نسجها داخل بنيته الثرية؛ فهو يستخدم العناصر المركبة لكل الفنون البصرية مثل الخط والشكل والكتلة والحجم، وكذلك يوظف التفاعل الدقيق للضوء والظل، كما يمكن أن يغطي الغرض الموضوعي والذاتي، وأن يركز على الحقائق السطحية والحسية تماماً، أو يغوص في الذهني والفلسفي، كل ذلك من أجل القراءة الموثقة للواقع، والتي تستمد خصائصها من تقاليد الممارسة للفنون السمعية والبصرية (الضوي، 2009).

وقد خضع مفهوم الفيلم الوثائقي لتعريفات عديدة متباينة ومختلفة من قبل رواد السينما، ومن بينها قاموس اكسفورد الذي عرف الفيلم بشكل عام بأنه قصة أو حدث مسجل بالكاميرا في مجموعة من الصور المتحركة تعرض في دار السينما أو التلفزيون، كما عرف الفيلم الوثائقي بأنه " استخدام صور أو مقابلات مع أناس من قلب أحداث حقيقية لتقديم تقرير عن موضوع محدد" (عبود، 2016) وعرفت اكااديمية فنون الصور المتحركة والعلوم بأن الأفلام الوثائقية هي التي تتعامل مع موضوعات تاريخية واجتماعية وعلمية واقتصادية، سواء تم تصويرها وقت حدوثها الفعلي أو تمت إعادة تمثيلها، حيث يكون التركيز على المضمون الحقيقي أكثر من التركيز على الترفيه أو التسلية (الحديدي وإمام، 2002).

وظائف الأفلام الوثائقية

تقوم الافلام الوثائقية بتأدية عدد من الوظائف المهمة في عدد من المجالات ك مجال الاعلان والتسجيل التاريخي، والتعليم، والدعاية وغيرها، ومن اجل تحقيق هذه الاهداف يجب توفر الوظائف التالية:

1. الوظيفة الإعلامية:

وتعد من احد أهم الوظائف الإعلامية، ويعتبر الهدف منها تفسير وشرح المعلومات وتعريف الأفراد بالبيئة التي يعيشون فيها، كما تقوم هذه الوظيفة بأثراء المخزون المعلوماتي للمتلقين حتى تتفهم في حياتهم اليومية، وكذلك تقوم بتمكينهم من إبداء آرائهم والتعليق على قرارات ومشاريع الحكومات في المجالات المختلفة " فالأفلام الوثائقية تتمتع بأسلوب اتصالي جماهري يقوم بتزويد المتلقين بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة (سليمان، 2021).

2. الوظيفة الدعائية:

تعد الأفلام الوثائقية واحدة من أهم الوسائل التي تستخدم الدعاية بهدف ترويج المعلومات، كترويج المشاريع الاقتصادية او الترويج للوجهات والمناطق السياحية داخل الدول، إذ يمتلك الفيلم الوثائقي قدرات كبيرة تمكنه من إيصال الرسالة وتمكنه ايضا من تقمص دور الحكومات، ويكون ذلك من خلال ابراز انجازاتهم ومحاولة كسب تأييد الرأي العام للحكومة، كما يقوم الفيلم الوثائقي بالتشهير وذلك لكونه يعتمد اساساً على الصورة والصوت، وهو الأمر الذي جعل من الفيلم الوثائقي قادراً على إيصال الرسالة الاتصالية الى مختلف أرجاء العالم، وعلى هذا الأساس تستخدم الأفلام الوثائقية في الدعاية السياحية والاقتصادية والسياسية وغيرها (سليمان، 2021).

3. الوظيفة التعليمية:

تعتبر الافلام الوثائقية واحدة من اساليب التعليم الفعالة، اذ تقوم بتزويد الطلاب بالمعارف والمهارات المختلفة، وتعمل على زيادة مخزونهم الثقافي والمعرفي، بحيث تعمل على تبسيط وتسهيل المسائل المعقدة (سليمان، 2021).

4. وظيفة التسجيل والتوثيق:

والقصد بهذه الوظيفة هو المحافظة على التاريخ وحفظه وتوثيقه، وذلك من اجل نقله إلى المستقبل وذلك حتى يتسنى استخدام تلك المعلومات والعمل على نقل تجاربها للمستقبل. (يونس، 1973).

3.2 أهمية الفيلم الوثائقي

ان أهمية الفيلم الوثائقي تكمن في كونه وسيلة تأثير في الجمهور المستهدف ويكون ذلك من خلال المعلومات والمواضيع ذات الطابع التثقيفي التي يتناولها والتي تعود بالفائدة من الناحية العلمية والشخصية على الأفراد، ويعود عامل التأثير على الجمهور الذي يتمتع به الفيلم الوثائقي إلى سهولة استيعابه من قبل المتلقي وذلك بسبب اعتماده على الواقع (يونس، 1973).

4.2 السياحة

ان مفهوم السياحة مفهوم واسع جداً، حيث انه يرتبط بعدد كبير من الأنشطة، كالمبيت والطعام والنقل، ولذلك فإنها تقوم بالتأثير على جوانب اقتصادية متعددة، وقد ولدت السياحة الفعلية مع بدايات القرن التاسع عشر الميلادي، وقد شهدت السياحة تطورا في القرن العشرين الميلادي، وذلك مع ظهور وسائل النقل السريعة كالطائرات والقطارات والسفن (الكردي وطبيل، 2017).

ويمكن القول إن السياحة عريقة عراقية التاريخ وقديمة قدم الحياة، فالإنسان ومنذ زمن طويل وهو في حركة دائمة بحثاً عن الأمان والأستقرار وبحثاً عن معاشه ورزقه ويتطلع نحو المعرفة والعلم، وفيما يلي بعض التعاريف للسياحة:

هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين وأن هذه الإقامة لا تؤدي لإقامة دائمة، او ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملاً دائماً أو عملاً مؤقتاً (العنزي والدغيم، 2022).

يعود مفهوم السياحة لكلمة Tour المشتقة من الكلمة اللاتينية " Torno " ولأول مرة، تم إستخدام المفهوم Tourism ليدل على التجوال أو السفر أو الإنتقال أو الترحال من مكان لآخر، حيث يحتوي هذا المفهوم كل المهن التي تعمل على اشباع الحاجات المختلفة للسائحين (بلعيد وعلاوي، 2022).

ويمكن القول أن السياحة هي مجموعة من النشاطات الناتجة عن سفر وإقامة الأشخاص في بلد معين لفترة تزيد عن 24 ساعة ولا تتجاوز سنة، وتشمل السياحة كل النشاطات الخاصة بالدين، الترفيه، العلاج، في مكان معين سواء كان داخل بلد السائح أو خارجه وأن لا يكون الهدف من هذا الانتقال هو القيام بالعمل أو بغرض الإقامة الدائمة (Zoubida, 2022).

ومن أهم التعريفات التي نالت أكبر قدر ممكن من القبول في العالم هو تعريف منظمة السياحة العالمية (WTO) سنة 1992م، فقد ركز هذا التعريف على أن السياحة هي أنشطة الأشخاص المسافرين والمقيمين في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة لمدة تقل عن السنة بقصد الراحة أو العمل، أو أغراض أخرى، وقد ركز هذا التعريف على ثلاثة عناصر رئيسية هي على النحو الآتي:

(Middleton & Clarke, 2012)

1. يعبر النشاط السياحي للأفراد عن جوانب حياتهم العادية، والتزاماتهم الاجتماعية ومواقعهم الدائمة.
2. اقتران النشاط السياحي بالسفر، الذي يمكن أن يأخذ أشكال متنوعة حسب طبيعة الوسيلة المستعملة فيه.
3. اعتماد الجهات السياحية على مجموعة من الأنشطة والمرافق المتنوعة، والتي من شأنها دعم نجاح العملية السياحية فيها.

5.2 أنواع السياحة

حسب المفاهيم السابقة للسياحة، فإن هناك ثلاثة أنواع من السياحة وهي على النحو التالي: (فتيحة ووهيبة، 2016).

1. السياحة الداخلية: وتعني حركة المواطن دخل الحدود السياسية لدولة معينة ويمارسها سياح من سكان تلك الدولة من مواطنيها أو المقيمين بها.
2. السياحة الواردة: وتعني حركة المسافرين غير المواطنين في بلد غير بلده (البلد المستقبلة).
3. السياحة الصادرة وتعني حركة المواطن إلى بلد غير بلده.

6.2 أهمية السياحة

1.6.2 أهمية السياحة في الاقتصاد

تعد السياحة واحدة من أهم واكبر روافد الاقتصادات المحلية ومعززة كبيرة للناتج والدخل القومي، فكثير من البلدان حول العالم مثل الأردن تعتمد على السياحة كرافد اساسي من روافد الاقتصاد، بل

إن واردات القطاع السياحي تشكل جزءاً هاماً من ميزانياتها، فما تقوم به تلك الدول من فرض رسوم وتأشيرات عند دخول الأماكن السياحية تعتبر مصدراً من مصادر الدخل الذي لا غنى عنه.

وتعد السياحة وسيلة مهمة لمجموعة من القضايا، وهي (بونسي، 2013):

1- تسويق وترويج الصناعات المحلية:

فمن طريق السياحة يستطيع السائح التعرف على المنتجات والصناعات المحلية في المناطق التي يزورها، هذا الأمر الذي يعمل على زيادة الناتج القومي للدولة ووارداتها، بالتالي إن الدول بحاجة إلى السواح لتعريفهم على صناعاتها ومنتجاتها.

2- التأثير على عجلة الاقتصاد

تؤثر السياحة بشكل غير مباشر من خلال الأنشطة التي تعقد في قطاع السياحة، فيزداد استثمار رؤوس الأموال، ويشمل ذلك. جميع القطاعات التي تعمل بشكل رئيسي في مجال السياحة، وأيضاً الاستثمار في الأصول السياحية، مثل: قطاع النقل، الفنادق والشاليهات، بالإضافة إلى إنفاق الدولة على الإعلانات والمعارض والإعلام للترويج السياحي، وقد يكون الإنفاق محلياً، أو وطنياً، مثل: الترويج للسياحة، وخدمات الزوار الخ.

3- الترويج للأماكن السياحية وإظهار الصورة المشرفة للدولة:

من خلال زيارة السياح للأماكن الأثرية والترفيهية في الدولة، الأمر الذي يجعل السائح يروج للدولة في محيطه ولأصدقائه وينشر الصورة المشرفة للدولة، مما يزيد أعداد السياح سنوياً للدولة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على الاقتصاد القومي.

2- علاقة السياحة بالمجالات الاجتماعية والثقافية

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تقلل من البطالة وتوفر فرص العمل أمام الشباب، فكثير من الدول السياحية تعمل على توظيف مواطنيها في المنشآت السياحية والمطاعم والوظائف التي تتعلق بخدمة السياح مثل وظيفة المرشد والدليل السياحي ووظائف الترويج للسياحة.

7.2 السياحة الداخلية

ان مفهوم السياحة الداخلية يختلف من دولة لأخرى، فنجد ان كندا وأمريكا تعرفان السياحة الداخلية حسب مسافة الرحلة التي يقطعها المسافر فإذا كانت 100 كلم أو أكثر بعيدا عن مقر إقامته يعتبر سائحا محليا، أما في بلغاريا وألمانيا فيعرفون السائح المحلي على أنه المواطن الذي يقضي خمسة أيام بعيدا عن محل إقامته ونجد عند البلجيكي والبريطانيين أن السائح المحلي هو ذلك الشخص الذي يقضي أربعة ليال أو أكثر بعيدا عن سكنه لغير أغراض العمل (عثمان، 2018).

وللسياحة المحلية أهمية كبيرة فهي تعمل على زيادة وعي المواطنين بالأهمية السياحية لبلدهم، وتعميق الإنتماء بالهوية الوطنية، كما تؤدي إلى توسيع وزيادة تفاعل المجتمعات المحلية، ويترتب على ذلك توجيه الاهتمام والعناية بخصائص البيئة السياحية وصيانتها وحمايتها وتحقيق المزيد من الانتعاش الاقتصادي في مناطق التنمية السياحية من خلال التوسع في المشاريع والمرافق السياحية وزيادة الاستثمارات في المرافق والخدمات السياحية، وتوفير فرص العمل وتنشيط الصناعات التقليدية واليدوية (عثمان، 2018).

مميزات السياحة الداخلية

تتميز السياحة الداخلية بعدة مزايا ومنها ما يلي (عبد القادر، 2003) :

- انتقال السياح من أبناء البلد من مناطق الإنتاج (مدينة) إلى مناطق الاستهلاك فيشكلون قوة شرائية توسع حجم السوق في الأماكن السياحية مما يؤدي إلى توفير فرص عمل جديدة لأبناء تلك المنطقة.
- تساعد السياحة الداخلية في زيادة الارتباط بين المواطن ووطنه وتنمية وعيه وثقافته عن المناطق التي زارها.
- تساهم السياحة الداخلية في تنمية الأماكن السياحية و ما حولها، حيث تنشط الحرف اليدوية وبعض الصناعات المتعلقة بالبيئة.
- تضمن السياحة الداخلية تشغيل الفنادق و دفع حركة وسائل النقل نتيجة تحرك السياح.

أنواع السياحة الداخلية

باعتبار السياحة الداخلية جزء من السياحة فيمكن تقسيمها إلى عدة أقسام حسب المعيار المستخدم ومن أبرزها (أيمن، 2009):

(أ) وفقاً لمعيار العدد: حيث نجد:

1. السياحة الداخلية الفردية: قيام السائح بمفرده أو برفقة عائلته بتنفيذ رحلة سياحية على حسابه الخاص.

2. السياحة الداخلية الجماعية: قيام مجموعة من الأشخاص و العائلات تجمع بينهم روابط معينة كالصداقة و العمل بالقيام برحلة سياحية.

(ب) وفقا لمعيار الغرض من السياحة: حيث نجد:

1. السياحة الداخلية الثقافية: زيارة السائح منطقة في بلده بغرض معرفة ثقافة شعوبها عاداتهم و تقاليدهم.

2. السياحة الداخلية الرياضية: أي الأشخاص الذين يسافرون داخل نفس البلد بغرض المشاركة أو حضور ألعاب رياضية محلية أو دولية.

3. السياحة الداخلية العلاجية: يقوم المريض بالسفر داخل نفس البلد بغرض العلاج سواء الطبيعي أو المتخصص.

4. سياحة الأعمال: سفر الشخص في نفس البلد بغرض القيام بأعمال تجارية .

5. سياحة المعارض: سفر السائح داخل نفس الدولة لحضور معارض دولية أو وطنية.

6. سياحة المؤتمرات: سفر السائح إلى منطقة أخرى في نفس البلد بغرض حضور مؤتمرات في مختلف المجالات.

7. السياحة الداخلية الترفيهية: ذهاب السائح إلى مناطق في بلده تتوفر بها مقومات الترويح عن النفس و تجديد نشاطه و حيويته.

العوامل المؤثرة على السياحة الداخلية

تتأثر السياحة الداخلية بعدة عوامل منها عوامل داخلية و عوامل خارجية: (السعيد، 2009)

(أ) عوامل داخلية: تتمثل العوامل الداخلية في:

1. وزارة السياحة: حيث يتمثل دورها في الإشراف على العمليات و الأنشطة السياحية ، حيث يجب على وزارة السياحة وضع خطط و استراتيجيات لخلق و تنمية المناطق السياحية، و كذا المشاركة في المؤتمرات الدولية الخاصة بتنمية و تطوير السياحة.
2. الفنادق و المطاعم السياحية: حيث تعتبر هذه الأخيرة من أهم مقومات المناطق السياحية و تتباين أسعارها و جودة خدماتها و ذلك لتلبية رغبات مختلف الشرائح الاجتماعية.
3. خدمات النقل البري والجوي: حيث يؤثر مدى توفر هذه الخدمات و كذا جودتها على السياحة الداخلية، فبتوفر وسائل النقل بكثرة و في كل الأوقات من و إلى المناطق السياحية سيكون لها أثر إيجابي على نمو السياحة الداخلية.
4. إدارة الأماكن السياحية: يجب توفير الكوادر اللازمة لإدارة المناطق السياحية سواء الإدارة العليا و حتى العمالة العادية، و ذلك بخلق معاهد متخصصة في السياحة و تكوين هذه الكوادر.
5. عوامل اجتماعية و تشريعية: تؤثر العوامل الاجتماعية في السياحة الداخلية من خلال اعتزاز السائح ببلده و رغبته في معرفة كل مناطقه السياحية ، كما تؤثر التشريعات في السياحة الداخلية من خلال تشريع رسوم خاصة و مميزة بالنسبة لأبناء البلد.
6. عوامل سياسية و اقتصادية: في حالة وجود استقرار أمني و اقتصادي فهذا يخلق الرغبة للسائح المحليين في الإنفاق السياحي و التحرك بكل أمان بين مختلف المناطق السياحية.

7. تنوع المناخ و أنواع السياحة: تتوفر البلاد على مناخات متعددة و أنواع سياحة مختلفة فهذا يمكن السائح المحلي من إشباع رغباته السياحية داخل دولته ، و هذا ما ينشط السياحة الداخلية في مختلف الفصول.

(ب) عوامل خارجية: تتمثل هذه العوامل في:

1. المنافسة الدولية: حيث تعتبر من أكثر العوامل تأثيرا على السياحة الداخلية، حيث تقوم بلدان أخرى بتقديم خدمات سياحية أحسن من بلد السائح الأصلي مما يدفعه إلى الخروج إلى السياحة وهذا ما يعرف بالسياحة الخارجية، و قد يكون التميز في تعدد المناخ أو الأسعار أو السياسات المطبقة.

2. الترويج السياحي: و نقصد بهذا العنصر قدرة الدولة على توصيل مميزات السياحة إلى المستهلكين سواء المحليين أو الأجانب وجذبهم إلى البلد.

8.2 دور الأفلام الوثائقية في التعريف والترويج بالمعالم السياحية

تقوم وسائل الإعلام بشكل عام والأفلام الوثائقية بشكل خاص بدور بارز في التعريف بالمناطق والمعالم السياحية والترويج لها من خلال محاولة إقناع الجماهير بزيارة هذه المعالم والتمتع بجمالها وتكوين خلفية ثقافية حولها، فالفلم الوثائقي يهتم بمختلف الجوانب، ويتسع لمعظم الموضوعات الاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، والتاريخية والتي يظهرها باستخدام تقنيات وفنيات إخراجية وإبداعية، تجعل من المتلقي أسير سحرها فيرغب باكتشاف هذه المعالم بنفسه، فهذه الأفلام تعد من

أهم أدوات الترويج لأي بلد، فهناك دور فاعل للأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة والترويج لها (Okumus et al., 2007).

فالترويج السياحي يعتمد على مخاطبة العواطف وإيقاظ الخيال وكسب المشاعر والاتجاهات بهدف بناء صورة مضيئة وخلفية ايجابية لدى القدر الأكبر من مستقبلي الرسائل ثم الحفاظ على استمرارية هذه الصورة و تسليط الضوء عليها (Okumus et al., 2007).

ويعد الترويج عن طريق الأفلام الوثائقية أحد الوسائل المتبعة لنشر الثقافة والمعرفة السياحية للجمهور، وذلك عن طريق ما تعرضه من صور ومشاهد تحمل معلومات عن الآثار والمعالم السياحية والمناطق المختلفة، فالقيام بتصوير الأفلام يساهم في التعريف عن المنتج السياحي والثقافي والتعريف بالعادات والتقاليد المحلية للشعوب (Muhoho-Minni & Lubbe, 2017).

ولقد أكدت العديد من الدراسات على الدور الفعال الذي يلعبه الإعلام والأفلام الوثائقية بوجه خاص في تعزيز السياحة، لما لهذا النوع من الإمكانيات الإقناعية العالية التي يمتاز بها الفيلم الوثائقي وذلك يرجع لخصوصية هذا النوع الإعلامي، الذي وصف بأنه المعالجة الخلاقة للواقع، مشيراً للجانب الإبداعي فيه، وهو العنصر الذي يتم التركيز عليه أثناء صناعة الأفلام الوثائقية التي تقوم على الترويج السياحي، فالقائم بالاتصال هنا يحتاج لجعل كل من يشاهد عمله يعايش ذلك الواقع، وبالتالي يخلق نوعاً من التواصل بين المادة الوثائقية ومتلقيها ويؤدي ذلك لوجود الرغبة في الانتقال الحقيقي إلى تلك المنطقة ورؤية تلك المعالم التي تم عرضها في الفيلم الوثائقي (Okumus et al., 2007).

ويقترن الفيلم الوثائقي من خلال وسائله المختلفة مع الإعلان والترويج، خاصة عندما تقوم بتسويق بلدك للآخرين ولأناس لا تعرفهم وهم حياديون ويمكنك أن تكسبهم إلى صفك وتجذبهم إليك كسياح

وزوار، كذلك تلعب الأفلام الوثائقية دوراً ترويجياً غير مباشر من خلال إظهار المواقع التي تم التصوير فيها والتي كثيراً ما جذبت السياح وجعلتهم يزورون تلك المواقع، وخاصة السياح المحليين والعرب فضلاً عن الدور الإعلاني والتعريفى لاستقدام السياح والأفواج السياحية (عمر، 1986).

9.2 السياحة في الأردن

أولاً- التعريف بالمملكة الأردنية الهاشمية

دولة عربية إسلامية تقع في جنوب غرب آسيا ووسط الشرق الأوسط وجنوب بلاد الشام وشمال شبه الجزيرة العربية. يحدها من الشمال سوريا ، وفلسطين من الغرب، والعراق من الشرق. وتحدها المملكة العربية السعودية من الجنوب والشرق، وتبلغ مساحتها 89287 كيلومتراً مربعاً (عياصرة واخرون، 2020).

ثانياً- المقومات الطبيعية للسياحة البيئية في الأردن (بوخاري وعياشي، 2017):

على الرغم من صغر حجمها، إلا ان تضاريس الأردن وطبوغرافيته تعكس تنوعه المناخي ويبرز ذلك فيما يلي:

1- الموقع الجغرافي: تقع الأردن جنوب غرب قارة آسيا وتمتاز بأنها تشكل نقطة لإلتقاء ثلاث قارات

وهم: إفريقيا، آسيا وأوروبا، هذا الامر جعلها تتمتع بموقع هام واستراتيجي بين الأقاليم السياحية،

وخاصة لسياحة العبور، هذا جعل منها توضع في العديد من برامج وكالات السياحة والسفر

الدولية وان تكون الأردن ضمن خططهم السياحية عند زيارتهم لدولة أخرى في المنطقة.

2- المناخ: يتميز الأردن بمناخه المعتدل المتميز حتى انه أصبح أحد عناصر الجذب السياح إليه،

حيث أن مناخ الأردن ساعده أيضا على الاستفادة من المقومات السياحية الطبيعية الموجودة.

3- **المناظر الطبيعية والموارد الحيوية:** يوجد في الأردن العديد من المناظر الطبيعية التي تعمل على استقطاب السياح إليها، كالغابات الحرجية والسهول المنبسطة والجبال ذات المناظر الخلابة، والشواطئ والكهوف الطبيعية والمناظر المتنوعة بسبب تنوع التضاريس من حيث الموارد الحيوية، ويوجد في الأردن نباتات غير عادية مثل زهرة السوسنة السوداء والطيور من مختلف الأنواع والألوان مثل العصافير الوردية والأسماك وكذلك الحدائق العامة وحدائق الحيوان وما إلى ذلك.

4- **المقومات الحضارية والتاريخية:** يتواجد بالأردن العديد من الشواهد التاريخية الجاذبة للسياحة بشكل جيد ومنها المدرج الروماني، ومسجد الحسين الكبير، وجبل القلعة، وجبل اللوبدة، وكهف أهل الكهف، وميفعة والتي تسمى حالياً ام الرصاص التي يوجد فيها كنائس قديمة، ومنطقة عين غزال، وسبيل الحوريات، ومدرج عمان الروماني، وقبر نوجس، ومنطقة عراق الأمير، ومعبد هرقل، وعصا موسى.

5- **المناطق والمدن ذات المعالم السياحية في الأردن:** من أبرزها ما يلي: مدينة البتراء وعجلون الشهيرة بقلعتها التاريخية ومدينة جرش، ومدينة أم قيس الاثرية احدى مدن الديكابوليس العشرة وكذلك مدينة مادبا والمغطس، ومدينة الكرك والمتاحف، حيث يوجد في الأردن 11 متحف أثري، ومتاحف شعبية متوزعة في مختلف انحاء المملكة، ومنها متحف الآثار الأردني الذي يقع على جبل القلعة في عمان، ومتحف الأردن في وسط مدينة عمان، ومتحف الحياة الشعبية يقع في القسم الغربي من المدرج الروماني في عمان والذي تم افتتاحه في عام 1975 م، ومتحف السرايا المتواجد في مدينة اربد وأيضا العديد من أضرحة وقبور الصحابة المتوزعة من شمال الاردن حتى جنوبه.

6- المحميات الأردنية ومنتجات العلاج الطبيعي: يتواجد في الاردن العديد من المحميات الطبيعية، مثل محمية الأزرق المائية ومحمية الشومري ومحمية ضانا ومحمية الموجب، ومحمية وادي رم الطبيعية، ويتواجد في الاردن العديد من منتجات العلاج الطبيعي ومن اهمها البحر الميت، وقد بينت دراسات متعددة أن منطقة البحر الميت تأتي في مقدمة مناطق السياحة العلاجية على مستوى العالم، ويعزز ذلك أيضاً تمتع منطقة البحر الميت بخصائص مناخية فريدة.

ومن منتجات العلاج الطبيعي المتواجدة في الاردن أيضاً نجد حمامات ماعين التي تحتوي قرية سياحية ومنتجع يحتوي على شاليهات وغرف ساونا وبركة طبيعية ومسبح، ويوجد أيضاً أحد أبرز المعالم السياحية العلاجية في الشمال الاردني وهي منطقة الحمة الأردنية والشونة الشمالية، والتي تحوي على فندق سياحي وعدد من الشاليهات وبرك الاستحمام الساخنة، وفي الجنوب الاردني تتواجد حمامات عفرا حيث تعد احد أهم المناطق السياحية التي يقصدها السواح المحليون، وحمامات البريطة التي تتواجد في الجزء الجنوبي من وادي الحسا، شمال مدينة الطفيلة جنوب الأردن (جمعه، 2021).

10.2 الإعلام السياحي

اولاً: مفهوم الإعلام السياحي

يعرفه محمد منير حجاب بأنه " كافة أوجه النشاطات الاتصالية المخططة والمستمرة التي مارسها إعلاميون متخصصون ، بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير، من اجل

تتمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن اجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن مواطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى (مقدم وعلاني، 2018).

وتعرفه أيضا فوادة البكري بأنها الجهود الموضوعية وغير الشخصية المبذولة من الجهات الرسمية وغير الرسمية لتحسين الصورة السياحية والداعية إلى إعداد ونقل رسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف تقديم صورة طبيعية عن المنتج أو الخدمة السياحية، كذلك العمل على خلق وتنمية سياحة الدولة او منطقة ما باستخدام الوسائل الاتصالية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء في داخل البلاد أو خارجها ومن ثم دفعهم إلى السفر وممارسة النشاط السياحي. " أيضا الإعلام السياحي هو مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية، باستخدام عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بالسياحة وفوائدها للفرد والدولة، وتشجيعه على التعرف على مقومات السياحة، وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم (مقدم وعلاني، 2018).

ومن خلال التعريفات السابقة نستخلص إن الإعلام السياحي هو استخدام جميع وسائل الإعلام لتزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار، بطريقة موضوعية من اجل تحقيق الوعي السياحي واجتذاب السياح من داخل الوطن وخارجه، وتشويقهم للتعرف على المناطق السياحية في البلاد والعمل على تحقيق التنمية السياحية (جميل ، 2018).

ثانياً: أهمية الإعلام السياحي (سماويل وبن نافلة، 2022)

لقد توجهت السياحة اليوم إلى الإهتمام بمجال الإعلام كونه نشاط اتصالي يعمل على إبراز أهمية السياحة وقيمة المنتج السياحي والتعريف بالموروث الثقافي وكذلك تحقيق الوعي السياحي، وفيما يلي نقاط تعبر عن أهمية الإعلام السياحي:

أ) **الأهمية المهنية الاتصالية:** باستناده إلى رؤية واضحة وإطار ناظم وخبرة مهنية ووسائل فعالة، يمكن للإعلام السياحي القيام بدور بارز وفعال في تناول المعلومات التي تعكس صورة براقية وجذابة. التطور الهائل لوسائل الإعلام وقدرتها الكبيرة في التأثير على الرأي العام ، وأهمية الإعلام في حياة الشعوب، باعتباره عنصراً أساسياً من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع وبنية الاجتماعية والثقافية والتربوية والمعرفية والسياسية والاقتصادية، يقوم الإعلام السياحي بتزويد الناس بما يحتاجون إلى معرفته من المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات وتحديد المواقع قبل الرحلات السياحية فهو يقوم بإشباع حاجات الجمهور وخدمته.

ب) **الأهمية الاقتصادية:** يمتلك الإعلام السياحي المقدر على تشجيع وتحفيز الجمهور الداخلي من أجل الإقبال على السياحة الداخلية، ويكون ذلك عن طريق لفت الأنظار إلى المقاصد والمناطق السياحية وإمكانيات المنتج السياحي، وهذا الأمر يؤدي إلى عمل بيئة مشجعة تعمل على تعزيز من حجم الطلب الخارجي على المنتج السياحي. ويساهم الإعلام السياحي أيضاً في تنمية الاقتصادات وذلك عن طريق الكشف عن فرص استثمارية في مجالات السياحة والعمل على رفع التنافسية بين المستثمرين والمناطق السياحية.

ج) الأهمية الثقافية والاجتماعية: يساهم الإعلام السياحي في زيادة الوعي لدى الأفراد حول أهمية السياحة وزيادة معرفة الشعوب والمجتمعات لبعضهم البعض وتثمين العلاقة في ما بينهم، وتساهم أيضاً في تقليص المسافة الفكرية والثقافية ولكن من دون الانصهار في ثقافتهم.

وكخلاصة إن أهمية الإعلام السياحي تظهر وتتضح من خلال السعي إلى التعريف بالمناطق السياحية، وتحقيق الوعي السياحي لدى الشعوب، وإقناع السائح بما تزخر به تلك البلد وترويج الخدمات السياحية التي تقدمها.

11.2 الدراسات السابقة

1. دراسة (الرحيمي 2004)، أثر وسائل الإعلام في ترويج السياحة الداخلية في الأردن.

هدفت الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على واقع السياحة والإعلام في الأردن، ودور وسائل الإعلام في ترويج السياحة الداخلية، والعوامل المؤثرة بينهما، والتي تمثلت بنوع وسيلة الإعلام المستخدمة في الترويج السياحي، والهدف من الزيارة السياحية، ورضا السياح المحليين عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في الترويج للسياحة المحلية، وتحديد المشكلات التي تواجه السياحة الداخلية في الأردن وتقديم التوصيات لحلها، ووظفت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 794 سائحاً داخلياً تم اختيارهم عشوائياً مع مراعاة التمثيل الجغرافي لجميع المواقع السياحية في المملكة خلال الموسم السياحي لعام 2002، وكان من أهم نتائج الدراسة أن الهدف الترفيهي هو أكثر الأهداف التي تدفع المواطنين إلى السياحة الداخلية، وأن التلفاز هو أكثر الوسائل المستخدمة

في ترويج السياحة الداخلية، وأن هناك علاقة بين دور وسائل الإعلام وترويج السياحة الداخلية، وأن لسياحة الداخلية تتأثر باختلاف عناصر المزيج الترويجي.

2. دراسة (بختي وشعوبي، 2009) دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة .

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على فوائد الانترنت في مجال السياحة والفندقة ودعم التنمية المستدامة، وبيان القيمة المضافة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع السياحة، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واختيار عينة الدراسة التي تكونت من المواقع الإلكترونية العربية المعنية بالترويج للسياحة، وقد توصلت الدراسة الى نتائج ومن اهمها أن تطبيقات وسائل الإعلام الإلكترونية لها تأثير كبير وبالغ الأهمية وذلك في دعم النمو السياحي داخل الدولة، وتوصلت ايضاً الى انه يمكن عن طريق هذه الوسائل التواصل مع السياح و القيام بتزويدهم بالعروض السياحية والمعلومات وتمكينهم من البدء بالحجز بسهولة عن طريق المواقع الإلكترونية، هذا الأمر الذي من شأنه ان يوفر الوقت والجهد، ويواكب تطورات الثورة الاتصالية الحديثة.

3. دراسة (الحياري، 2014) دور وسائط الإعلام المتعددة في الترويج للتراث الثقافي والمادي والأثري في الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهمية دور وسائط الإعلام المتعددة في الترويج للتراث الثقافي والمادي والأثري في المملكة التي بدورها تجذب السياح إلى المملكة الأردنية، ولقد تم تحليل ثلاثة وسائط في هذه الدراسة وهي الموقع الإلكتروني ، والكتيبات السياحية ، وأخيراً الإعلانات التلفزيونية ، كما وتم

استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتكونت عينة الدراسة من (450) مفردة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة للسياح الوافدين العرب منهم والأجانب ، وأظهرت هذه الدراسة النتائج الآتية: أن هيئة تنشيط السياحة الأردنية لم يسمع بها بعدد كبير من السياح الوافدين إلى المملكة سواء العرب أو الأجانب، أن الطرق المستخدمة في الترويج قديمة نسبياً وتحتاج إلى تطوير ، يجب على الباحثين في دائرة الإعلام والاتصال في الهيئة تطوير وتكثيف خططهم المستقبلية من وسائل إعلامية من مواقع الإلكترونية، كتيبات سياحية، وإعلانات تلفزيونية، وأفلام قصيرة.

4. دراسة (علي، 2015) الفيلم الوثائقي ودوره في تعزيز السياحة في السودان

هدفت الدراسة بشكل رئيسي الي التعريف بالفيلم الوثائقي وعلى ماذا يعتمد في صناعته ، وهل له دور تنموي إذ ما تم تطوير مرتكزات نجاحه ، وقد هدفت ايضا التعرف على الدور الترويجي الذي يؤديه تعزيز السياحة في السودان وقد اعتمد الباحث على اكثر من منهج بحثي ومنها المنهج الوصفي التحليلي التاريخي وتحليل المضمون للأفلام وابرز ما توصلت اليه الدراسة إلى أن الفلم الوثائقي له دور مهم في التنمية ويمكن الإستفادة منه لخدمة أغراض عدة . كما أدت نسبة 96 % من عينة المبحوثين أن الفيلم الوثائقي يمكن أن يؤدي دوراً مهماً في تعزيز السياحة في السودان ، وعليه تمت التوصية بضرورة استخدام الفيلم الوثائقي في التنمية العامة ،والتنمية السياحية في السودان خاصة ، وتوفير التمويل اللازم لإنتاجه .

5. دراسة (بلبخاري، 2016) أثر الإعلام السياحي على تحسين صورة السياحة الداخلية في

الجزائر من وجهة نظر السياح المحليين

هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية الإعلام السياحي ودوره المؤثر في خلق صورة إيجابية للسياحة الداخلية، وتسلط الضوء على طبيعة العلاقة بين الإعلام السياحي والصورة التي يحملها السياح في أذهانهم، والوصول إلى نتائج تساعد العاملين في مجال الإعلام والسياحة على تحسين برامجهم الإعلامية المختلفة، ومن أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة وفرضيتها تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي، وكان من نتائج الدراسة أن توجه العينة نحو متغيرات الدراسة كان بدرجة متوسطة وهي درجة غير كافية لبناء صورة سياحية قوية في اذهان السياح تؤثر على سلوكهم وتحفيزهم لزيارة المقاصد الداخلية.

6. دراسة (مقعاش، 2021) دور الإعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية، من خلال استخدام الوكالات السياحية لهذا الإعلام المتخصص، وإبراز التحديات التي تواجه القطاع السياحي في الجزائر، والآليات الواجب اتخاذها لتجاوز هذه العراقيل، ومدى نجاعة الإعلام السياحي في تنشيط السياحة، وقصد بلوغ هذه الأهداف تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية في الشرق الجزائري، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن أسئلتها، وتم استخدام إستمارة الإستبيان كأداة رئيسية للحصول على المعلومات والبيانات، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها : تمركز المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية والعرض السياحي كواحدة من أهم العناصر المنشطة للسياحة في الجزائر ، فضلا عن تكلفة الخدمات السياحية في الجزائر باعتبارها أهم العراقيل ، واعتماد الوكالات السياحية بالدرجة الأولى على مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط

خدماتها والتعريف بها للجمهور ، وكذا تفعيل الإعلام السياحي من خلال تقديم المادة المعرفية الفعالة والأنشطة الترويجية لعناصر الجذب السياحي من تقديم معلومات حول المنتج الذي يتناسب مع متطلبات السوق العالمية ، و تسليط الضوء على عناصر المقصد السياحي الجزائري لتحقيق التوازن بالقطاع السياحي.

7. (Okaka, Wilson 2007) The Role of Media Communications in Developing Tourism Policy and Cross-Cultural Communication for Peace, Security for Sustainable Tourism Industry in Africa.

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على مجموعة من النقاط والأهداف المتعلقة بالآثار النظرية والمفاهيمية المترتبة على وسائل الإعلام، كتكنولوجيا الاتصال، والعولمة على صناعة السياحة في أفريقيا، وتقديم لمحة عامة عن التحديات الحالية لقضايا السياحة والسياسات والخيارات في إفريقيا وكيف يمكن التأثير في ذلك من خلال عملية الاتصالات والحملات الإعلامية، وشرح محدد لآثار وسائل الإعلام الجديدة ومن قبل التكنولوجيا الجديدة على تطوير الثقافة في البلدان الأفريقية، ومناقشة وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الأكثر ملاءمة والخيارات الأفضل لتعزيز السياحة المستدامة والسلام وتسوية النزاعات والتبادل الثقافي والتنافس الثقافي في إفريقيا، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وكان من أهم النتائج التي تم التوصل إليها أن وسائل الإعلام الجديدة وتكنولوجيات الاتصال تعتبر لاعباً حيوياً في تحفيز السياحة المحلية والوطنية والعالمية وتطوير الأعمال بين إفريقيا والعالم العربي، وأن إفريقيا تمثل سوقاً سياحية رئيسية وهي مصدر كبير

وهام للإيرادات المحلية والاجنبية وللمنتجات ولصناعة السياحة، وأن فقدان حصة إفريقيا في الساحة السياحية العالمية يعزى الى غياب القدرة على المنافسة.

8. (Kumar & Abraham, 2014)The Role of social media in the Tourism Sector of India.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر الاجتماعي السلبي للسياحة في الهند، حيث تم استخدام المنهج المسحي في هذه الدراسة وذلك لفهم القضايا الثقافية والاجتماعية والدينية والمحلية، وقد توصلت الدراسة إلى أن الإعلام السياحي يقوم بحماية البيئة ويقلل من الأثر السلبي الاجتماعي للسياحة، ويعمل على توليد فوائد اقتصادية جيدة للمواطنين، وعلى تحسين الوضع الاقتصادي في المجتمعات المضيفة، ويصنع مساهمات إيجابية للحفاظ على التراث الطبيعي والمحلي ويعزز التنوع العالمي، ويقدم خبرات ممتعة للسياح من خلال اتصال هادف مع السكان المحليين، ويساعد على فهم المسائل البيئية والطبيعية والمحلية والاجتماعية.

9. (Park, 2015) The Impact of different types of Media on Tourist's behavioral intentions.

هدفت الدراسة إلى إثبات فعالية الأنواع المختلفة من وسائل الإعلام بالنسبة للمسافرين من حيث اختيار وجهة السفر ليشارك المسافرون معلوماتهم عند عودتهم مع وسائل الإعلام، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج المسحي، وقد توصلت الدراسة إلى أن التأثير الأكبر كان للوسائط الإلكترونية الإعلامية بين الناس في صناعة السياحة في كلا الجنسين وكافة الأعمار، وأن اغلب

عينة الدراسة تميل لاستخدام أنواع وسائل الإعلام عند اختيار وجهة السفر، وأن وسائل الإعلام الإلكترونية كانت فعالة بشكل واضح سواء وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت والهاتف المحمول.

12.2 التعقيب على الدراسات السابقة

بعد قيام الباحث بالإطلاع على الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة تبين أن هناك بعض الدراسات السابقة تتوافق مع هذه الدراسة في المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي، كدراسة (Park, 2015) ودراسة (Kumar & Abraham, 2014) ودراسة (Okaka,2007)، كما اعتمدت بعض الدراسات المذكورة سلفاً في دراساتنا على المؤسسات السياحية كالفنادق والوكالات السياحية، كدراسة (بختي وشعوبي، 2009)، وقد تشابه المتغير المستقل والتابع للدراسة مع دراسة (علي، 2015) التي هدفت لمعرفة دور الافلام الوثائقية في تعزيز السياحة في السودان، إلا أن الدراسات السابقة جميعها تناولت الإعلام السياحي وأهميته وتقييم الوضع السياحي في البيئات والدول التي قامت الدراسات بدراستها، أما الدراسة الحالية فقد هدفت إلى التعرف على دور الافلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين، وهذا ما يميزها عن باقي الدراسات السابقة حيث أن هذه الدراسة قد بحثت في موضوع في غاية الأهمية وهو الافلام الوثائقية، كما ان هذه الدراسات تتشابه مع دراستنا في كونها اعتمدت بشكل عام على الاعلام في تنشيط السياحة، وعلى حد علم الباحث هذه الدراسة من الدراسات القليلة والحديثة في نفس هذا الموضوع، ولقد تمكنت الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة من وضع التصور العام لهذه الدراسة وتحديد مشكلتها وأهميتها وأهدافها وتحديد نقطة البدء والإنطلاق في هذه الدراسة إضافة إلى الإستفادة من الجوانب المنهجية فيها والنظريات المستخدمة والأدب النظري القريب من موضوع الدراسة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يوضح هذا الفصل المنهجية المتبعة في دراسة دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين، كما يبين مجتمع الدراسة وعينتها، وأداة الدراسة وحساب الصدق والثبات لها، كما تم تصحيح المقياس المستخدم فيها، وتوضيح الإجراءات التي تم إتباعها.

1.3 منهج الدراسة

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي للتعرف على دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين، للتمكن من الإجابة على أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، والحلول المقترحة إن وجدت.

2.3 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع السياح المحليين اي السياح الاردنيين والمقيمين في الاردن وذلك خلال النصف الاول من عام 2022

3.3 عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من السياح المتواجدين في اكثر المواقع الأثرية والسياحية زيارتا من قبل الأردنيين، في عام 2021، وهي جرش وعجلون وجبل القلعة ووادي رم. (النشرة الإحصائية السنوية لوزارة السياحة والآثار الأردنية، 2022).

وقد تم اختيار احصائية عام 2021 نظرا لعدم وجود احصائية رسمية لعدد الزورار في عام (2022)، حيث تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة المتاحة، وعددهم 480، وتم استرجاع 318 تم توضيحها حسب الخصائص الديموغرافية في الجدول رقم (1)، حيث تم توزيع (120) استبانة في كل منطقة من المناطق الاربعة.

جدول (1) التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لعينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	250	78.6
	أنثى	68	21.4
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	75	23.6
	دبلوم	68	21.4
	بكالوريوس	107	33.6
	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	68	21.4
العمر	25 سنة فأقل	34	10.7
	26 – 30 سنة	102	32.1
	31 – 35 سنة	79	24.8
	36 – 40 سنة	79	24.8
	41 سنة فأكثر	24	7.5
الجنسية	أردني	250	78.6
	مقيم	68	21.4
الدخل الشهري	260 دينار أردني فأقل	79	24.8
	من 261 – إلى 600	137	43.1
	من 601 – إلى 999 دينار	92	28.9
	1000 دينار أردني فأكثر	10	3.1
	المجموع	318	100.0

يبين الجدول رقم (1) ما يلي:

1. بلغت أعلى نسبة للذكور بعدد (250) وبنسبه مئوية (78.6)، وبلغ عدد الإناث (68) بنسبه

مئوية بلغت (21.4).

2. بلغت أعلى نسبة لمن مؤهلهم العلمي (بكالوريوس) (33.6)، تلاها من مؤهلهم العلمي ثانوية

عامة فأقل بنسبة (23.6)، ثم من مؤهلهم العلمي دبلوم ودراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)

بنسبة (21.4).

3. بلغت أعلى نسبة لمن فئتهم العمرية (من 26 إلى 30 سنة) (32.1)، وتساوت من فئتهم العمرية (31- 35 سنة) ومن فئتهم العمرية (36- 40 سنة) بنسبة (24.8)، ثم من فئتهم العمرية (25 سنة فأقل) بنسبة مئوية (10.7)، وأخيراً من فئتهم العمرية (41 سنة فأكثر) بنسبة (7.5).

4. بلغ أعلى نسبة ممن جنسيتهم أردنية حيث بلغت (78.6)، تلاهم ممن جنسيتهم مقيم بنسبة (21.4).

5. بلغ أعلى نسبة من دخلهم الشهري (من 261 - إلى 600 دينار أردني) وبلغت (43.1)، تلاهم من دخلهم الشهري (من 601 - إلى 999 دينار) وبلغت (28.9)، تلاهم من دخلهم الشهري (260 دينار اردني فأقل) وبلغت (24.8)، تلاهم من دخلهم الشهري (1000 دينار اردني فأكثر) وبلغت (3.1).

جدول (2) التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة حسب انماط وعادات المشاهدة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية
ما هي اسباب مشاهدتك للأفلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الأردن؟	لزيادة وتعميق الثقافة	56	17.6
	للتعرف على عوالم وأنماط حياة جديدة	41	12.9
	الأفلام الوثائقية ممتعة وشيقة	54	17.0
	لقضاء الوقت والتخلص من الملل	167	52.5
مدى مشاهدة الأفلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن	دائما	156	49.1
	أحيانا	83	26.1
	نادرا	79	24.8
هل مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعتك لزيارة الموقع السياحي؟	نعم	73	23.0
	لا	245	77.0
ما هو مصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي تشاهدها؟	اردنية	65	20.4
	عربية	38	11.9
	عالمية	97	30.5
	مختلطة	118	37.1
ما هي وسيلة مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟	شاشة التلفاز	173	54.4
	مواقع التواصل الاجتماعي	145	45.6
ما أهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمامك في الافلام الوثائقية السياحية؟	السياحة الثقافية	39	12.3
	السياحة العلاجية	76	23.9
	السياحة الدينية	26	8.2
	السياحة البيئية	57	17.9

8.8	28	السياحة التاريخية
28.9	92	السياحة الترفيهية

يبين الجدول رقم (2) ما يلي:

1. بلغت أعلى نسبة لأسباب مشاهدة الأفلام الوثائقية لقضاء الوقت والتخلص من الملل حيث بلغت (52.5)، تلاها لزيادة وتعميق الثقافة بنسبة 17.6، تلاها أن الأفلام الوثائقية ممتعة وشيقة بنسبة 17.0، تلاها للتعرف على عوالم وأنماط حياة جديدة بنسبة 12.9.
2. بلغت أعلى نسبة لمدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن دائما حيث بلغت (49.1)، تلاها من يشاهدون الأفلام الوثائقية التي تناول السياحة أحيانا بنسبة (26.1)، تلاها من يشاهدون الأفلام الوثائقية التي تناول السياحة نادراً بنسبة (24.8).
3. بلغت أعلى نسبة لمن لا يشاهدون الأفلام الوثائقية كدافع لزيارة الموقع السياحي (77.0)، تلاها من يشاهدون الأفلام الوثائقية كدافع لزيارة الموقع السياحي (23.0).
4. بلغ أعلى نسبة لمصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن مختلط حيث بلغت (37.1)، تلاهم ما مصدرها عالمي بنسبة (30.5)، تلاهم ما مصدرها أردني بنسبة (20.4)، تلاهم ما مصدرها عربي بنسبة (11.9).
5. بلغ أعلى نسبة شاشة التلفاز كوسيلة مشاهدة للأفلام الوثائقية (54.4)، تلاها مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة مشاهدة للأفلام الوثائقية وبلغت (45.6).
6. بلغت أعلى نسبة للسياحة الترفيهية كأهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمامك في الافلام الوثائقية السياحية بنسبة (28.9)، تلاها السياحة العلاجية بنسبة (23.9)، تلاها السياحة البيئية بنسبة (17.9)، تلاها السياحة الثقافية بنسبة (12.3)، تلاها السياحة التاريخية بنسبة (8.8)، تلاها السياحة الدينية بنسبة (8.2).

4.3 أداة الدراسة

قام الباحث بإعداد أداة الدراسة من خلال مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة للتعرف على دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين، وتكونت من:

- الجزء الأول: تكون من المعلومات الشخصية والخصائص الديموغرافية لأفراد العينة.
- الجزء الثاني: تكون من انماط وعادات مشاهدة الأفلام الوثائقية
- الجزء الثالث: تكون من مجالات وفقرات قياس دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين، مكوناً من (38) فقرة موزعة على ثلاثة أبعاد وهي: الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي مكون من 17 فقرة، وبعد الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي مكون من 8 فقرات، وبعد الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي مكون من 13 فقرة.

5.3 صدق أداة الدراسة وثباتها

عرض الباحث أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين من ذوي الإختصاص للتحقق من صدق الأداة حيث بلغ عددهم (8) محكمين، للتأكد من ملائمة فقرات الدراسة مع المجالات التي تتبع لها والتكد من صياغتها وسهولة فهمها، وتم وضع بعض من الملاحظات من قبل المحكمين على أداة الدراسة التي صممت بشكل مبدئي. وقد قام الباحث بالأخذ بعين الإعتبار بملاحظات المحكمين، وتم

اجراء التعديلات على أداة الدراسة من حيث اللغة والصياغة ووضوح الأفكار للفقرات وسهولة فهمها، حيث شملت هذه التعديلات حذف أو تعديل أو إضافة فقرات جديدة للحصول على الشكل النهائي لأداة الدراسة.

6.3 صدق البناء لأداة الدراسة

قام الباحث بحساب قيم معاملات الارتباط بيرسون لفقرات الدراسة مع المجال الذي تنتمي إليه ومع الأداة ككل، من أجل التأكد من ثبات أداة الدراسة، الجدول رقم (3) يبين معاملات الارتباط بيرسون بين مجالات الدراسة والأداة ككل، حيث تراوحت القيم بين (0.733 – 0.919) وجميعها قيم دالة إحصائياً، وهذا يدعم صدق المجالات بالنسبة لأداة الدراسة.

جدول (3) قيم معامل الارتباط بيرسون بين مجالات الدراسة ببعضها والدرجة الكلية

المجال	الأثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	الأثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	الأثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	الدراسة ككل
الأثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	1			
الأثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	0.811	1		
الأثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	0.733	0.867	1	
الدراسة ككل	0.919	0.746	0.892	1

7.3 ثبات أداة الدراسة

قام الباحث بحساب الصدق البنائي لأداة الدراسة من خلال استخدام معامل الإتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) على البيانات التي تم استخراجها من عينة الدراسة، وتتراوح قيمته ما بين (0-1)، يكون الصدق البنائي لأداة الدراسي عالي كلما اقتربت قيمته من 1، والجدول رقم (4) يبين معاملات كرونباخ ألفا لجميع مجالات الدراسة والدرجة الكلية، حيث بين أن جميع قيم ألفا مرتفعة ودالة إحصائياً، وهذا يدل على الصدق البنائي العالي لأداة الدراسة.

جدول (4) معامل الإتساق الداخلي ألفا-كرونباخ للمجالات والدرجة الكلية

المجال	ألفا-كرونباخ للإتساق الداخلي
الأثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	0.931
الأثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	0.897
الأثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	0.849
الدراسة ككل	0.935

8.3 تصحيح أداة الدراسة

قام الباحث باستخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين، من أجل الحصول على البيانات من أفراد العينة لتحليلها والحصول على إجابات أسئلة الدراسة. وتم اعتماد الدرجات للمقياس كما يلي: (1) تعبر عن غير موافق بشدة، (2) تعبر عن غير موافق، (3) تعبر عن محايد، (4) تعبر عن موافق، (5) تعبر عن موافق بشدة، كما هو بالجدول أدناه.

جدول (5) مقياس الدراسة

1	2	3	4	5	الدرجة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	مستوى الإجابة

ومن أجل الحكم على المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة، تم تصحيح مقياس ليكارت الخماسي وذلك لتحديد درجة المتوسط الحسابي والتعليق عليه، من خلال ثلاثة مستويات (مرتفع، متوسط، متدني)، بعد إتباع المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفترة} = \frac{(\text{الحد الأعلى للإجابة} - \text{الحد الأدنى للإجابة})}{\text{عدد المستويات}}$$

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{1-5}{3} =$$

وبناءً عليه، تكون المستويات كالتالي:

(1-2.33) درجة متدنية

(2.34-3.67) درجة متوسطة

(3.68-5) درجة مرتفعة

جدول (6) مقياس تقييم المتوسط الحسابي

درجة التقييم	الوسط الحسابي
متدنية	1-2.33
متوسطة	2.34-3.67
مرتفعة	3.68-5

9.3 متغيرات الدراسة

تكونت الدراسة من المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: دور الأفلام الوثائقية
- المتغير التابع: تنشيط السياحة الداخلية في الاردن.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل الطريقة والإجراءات المتبعة للدراسة، حيث يبين منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وخصائصها كما يبين أداة الدراسة وحساب صدق إدارة الدراسة وثباتها، وأخيراً يبين الأساليب الإحصائية المتبعة في التحليل.

1.4 عرض النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

جدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرقم	الرتبة	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	1	الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	3.6	.4	متوسط
2	2	الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	3.5	.3	متوسط
3	1	الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي	3.6	.4	متوسط
		دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين	3.6	.3	متوسط

يبين الجدول رقم (7)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين المختلفة والمتوسط الحسابي لها 3.6، حيث جاء في المرتبة الأولى بُعد الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة

نظرك كسائح محلي و بُعد الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي بمتوسط 3.6 وبدرجة متوسطة، وجاء في المرتبة الثانية بُعد الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي بمتوسط حسابي 3.5 بدرجة متوسطة.

ولمعرفة ما أثر دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين بالتفصيل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي، والجدول (7) يوضح النتائج.

نتائج السؤال الأول: ما هي الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟

يبين الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بُعد الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظر السياح المحليين " حسب المتوسط الحسابي.

جدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بُعد " الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	تساهم الافلام الوثائقية في اعطاء معلومات جديدة حول المواقع السياحية في الأردن.	3.59	.63	متوسط
2	تساهم الافلام الوثائقية في رفع مستوى معرفتي للمواقع السياحية المختلفة في الأردن.	3.57	.64	متوسط
3	تقدم الأفلام الوثائقية معلومات نادرة وقيمة حول المواقع السياحية في الأردن.	3.65	.66	متوسط

مرتفع	.70	3.80	تساهم الأفلام الوثائقية بتعريف على تاريخ المواقع السياحية في الأردن.	4
مرتفع	.73	3.73	تقدم الافلام الوثائقية المعلومات الكافية والدقيقة عن المقومات السياحية في الأردن.	5
متوسط	.70	3.64	تساهم الافلام الوثائقية في تكوين ارائي ووجهات نظري عن المواقع السياحية في الأردن.	6
متوسط	.68	3.61	تبين الافلام الوثائقية حالة الطرق ووسائل المواصلات المؤدية إلى المواقع السياحية.	7
متوسط	.70	3.63	تبين الافلام الوثائقية حالة الطقس السائدة في المواقع السياحية.	8
متوسط	.70	3.61	تساعد الافلام الوثائقية في اختيار المواقع السياحية الملائمة للزيارة.	9
مرتفع	.72	3.70	تدعم الافلام الوثائقية صحة قراراتي المتعلقة بزيارة المواقع السياحية.	10
مرتفع	.71	3.73	الافلام الوثائقية تعمل على تحسين الصورة الذهنية للموقع السياحي.	11
مرتفع	.71	3.68	توضح الافلام الوثائقية مدى اهتمام الجهات المعنية بالموقع السياحي كمستوى النظافة والمرافق العامة.	12
متوسط	.67	3.59	تزيد الافلام الوثائقية من الوعي بالبرامج والخدمات السياحية المقدمة.	13
متوسط	.68	3.55	تعرفني الأفلام الوثائقية بالاحتفالات والمناسبات التاريخية بالموقع السياحي.	14
متوسط	.71	3.58	تؤثر الأفلام الوثائقية بشكل كبير في صورة السياحة الداخلية في الأردن المتكونة لدي.	15
متوسط	.71	3.66	يمكن أن أغير رأبي حول وجهة سياحية انطلاقا من المعلومات التي توفرها لي الافلام الوثائقية.	16
متوسط	.72	3.64	المعلومات المقدمة من الافلام الوثائقية في الجانب السياحي تطابق الواقع الذي وجدته بعد الزيارة.	17
متوسط	0.4	3.6	بعد"الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " ككل	

يبين الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي ما بين (3.55 - 3.80) تراوحت درجاتها ما بين المرتفعة والمتوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.6 بدرجة متوسطة وانحراف معياري 0.40.

كان أعلى متوسط حسابي لفقرة "تساهم الأفلام الوثائقية بتعريف على تاريخ المواقع السياحية في الأردن" بدرجة مرتفعة حيث بلغ 3.80 بدرجة مرتفعة، تلاها فقرة "تقدم الافلام الوثائقية المعلومات الكافية والدقيقة عن المقومات السياحية في الأردن" وفترة "الافلام الوثائقية تعمل على تحسين الصورة الذهنية للموقع السياحي" بمتوسط حسابي 3.73 بدرجة مرتفعة.

وكانت فقرة "تساهم الافلام الوثائقية في رفع مستوى معرفتي للمواقع السياحية المختلفة في الأردن" بالمرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي 3.57 بدرجة متوسطة. فيما جاءت فقرة "تعرفني الأفلام الوثائقية بالاحتفالات والمناسبات التاريخية بالموقع السياحي" بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.55 بدرجة متوسطة.

نتائج السؤال الثاني: ما هي الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح

المحليين؟

يبين الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي.

جدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
18	تساهم الافلام الوثائقية على تذكيري باحداث تاريخية ودينية ومنجزات وطنية وعربية وغيرها.	3.64	.732	متوسط
19	تزيد مشاهدة الافلام الوثائقية من شعوري بالمسؤولية نحوالحفاظ على الموقع السياحي كالمحافظة على النظافة وعدم التخريب والخ ...	3.66	.692	متوسط
20	تزيد الافلام الوثائقية من الشعور بالفخر بالمواقع السياحية العديدة والمختلفة في الأردن، وتعمل على رفع الروح المعنوية.	3.66	.722	متوسط
21	عززت الافلام الوثائقية لدي الشعور بالقيمة التاريخية والحضارية والدينية للأردن.	3.63	.738	متوسط
22	تزيد طريقة عرض الفيلم الوثائقي مثل (الموسيقى التصويرية والتعليق الصوتي والتصوير والخ) من الرغبة في زيارة الموقع السياحي.	3.58	.705	متوسط
23	يؤدي ربط الافلام الوثائقية بالتاريخ العربي والإسلامي الى الرغبة في زيارة الموقع السياحي.	3.40	.600	متوسط
24	أستمتع بمعلومات السياحة الداخلية التي تقدمها الافلام الوثائقية.	3.41	.581	متوسط
25	تعزز الافلام الوثائقية من شعوري بالانتماء للوطن.	3.48	.603	متوسط
	بعد " الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " ككل	3.5	3.	متوسط

يبين الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افراد العينة عن بعد الآثار

الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي حيث تراوحت القيم بين

(3.40 - 3.66) كانت بدرجات متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.5 بدرجة متوسطة

وبانحراف معياري 0.30.

كان أعلى متوسط حسابي لفقرة "تزيد مشاهدة الافلام الوثائقية من شعوري بالمسؤولية نحوالحفاظ على الموقع السياحي كالمحافظة على النظافة وعدم التخريب والخ ... " وفترة "تزيد الافلام الوثائقية من الشعور بالفخر بالمواقع السياحية العديدة والمختلفة في الأردن، وتعمل على رفع الروح المعنوية." بدرجة متوسطة حيث بلغ 3.66 بدرجة متوسطة.

وكانت فقرة "أستمتع بمعلومات السياحة الداخلية التي تقدمها الافلام الوثائقية" بالمرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي 3.41 بدرجة متوسطة، وجاءت فقرة " يؤدي ربط الافلام الوثائقية بالتاريخ العربي والإسلامي الى الرغبة في زيارة الموقع السياحي" بالمرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.40 بدرجة متوسطة.

نتائج السؤال الثالث: ما هي الاثار السلوكية نتيجة مشاهدة الأفلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟

يبين الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي.

جدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن بعد " الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " حسب المتوسط الحسابي

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
26	تشجع الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية المختلفة في الأردن.	3.46	.602	متوسط
27	تساهم الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية الدينية.	3.36	.553	متوسط
28	تساهم الأفلام الوثائقية على زيارة المناطق السياحية البيئية.	3.45	.580	متوسط

متوسط	.595	3.60	تدفع الأفلام الوثائقية السياح على زيارة المناطق السياحية العلاجية.	29
متوسط	.612	3.55	تشجع الأفلام الوثائقية على زيارة مواقع السياحة الترفيهية.	30
متوسط	.636	3.65	تحت الأفلام الوثائقية على زيارة مناطق السياحة الثقافية.	31
متوسط	.630	3.58	تشجع الأفلام الوثائقية على زيارة المناطق السياحية الاثرية والتاريخية.	32
متوسط	.625	3.63	تؤثر في سلوكي نحو الحفاظ على المواقع السياحية وحمايتها.	33
مرتفع	.683	3.72	عند مشاهدتي لفيلم وثائقي عن السياحة في الأردن اقوم باخبار وتشجيع الاخرين على زيارة الموقع السياحي.	34
مرتفع	.717	3.74	تساهم الافلام الوثائقية في تكرار زيارتي للمواقع السياحية.	35
مرتفع	.699	3.75	تساهم الافلام الوثائقية في زيادة مدة الإقامة في الموقع السياحي.	36
مرتفع	.717	3.77	تساهم الافلام الوثائقية في تغيير المسارات السياحية إلى الجهات التي تعرضها.	37
متوسط	.595	3.44	تؤثر الافلام الوثائقية بشكل عام على قرار زيارة المواقع السياحية لدى السائحين.	38
متوسط	0.4	3.6	بعد " الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي " ككل	

يبين الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاجابات افراد العينة عن بعد

الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي حيث تراوحت القيم بين

(3.36- 3.77) كانت بدرجات مختلفة ما بين مرتفعة ومتوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل

3.60 بدرجة متوسطة وانحراف معياري 0.4.

كان أعلى متوسط حسابي لفقرة "تساهم الأفلام الوثائقية في تغيير المسارات السياحية إلى الجهات التي تعرضها" بدرجة مرتفعة حيث بلغ 3.77، وجاء في المرتبة الثانية فقرة "تساهم الأفلام الوثائقية في زيادة مدة الإقامة في الموقع السياحي" بدرجة مرتفعة حيث بلغ 3.75.

وكانت فقرة "تساهم الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية الدينية" بالمرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي 3.36 بدرجة متوسطة، فيما جاءت فقرة "تؤثر الأفلام الوثائقية بشكل عام على قرار زيارة المواقع السياحية لدى السائحين" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.44 بدرجة متوسطة.

2.4 اختبار الفرضيات

أولاً: النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسة الأولى: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن وفقاً للمتغيرات (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، والدخل الشهري).

جدول (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	التصنيف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الجنس	ذكر	3.77	.24
	أنثى	3.57	.38
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	3.60	.41
	دبلوم	3.57	.33
	بكالوريوس	3.68	.37
	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراة)	3.55	.34
العمر	25 سنة فأقل	453.	30.
	26 – 30 سنة	3.59	.38
	31 – 35 سنة	3.72	.29
	36 – 40 سنة	793.	41.
	41 سنة فأكثر	463.	43.
الجنسية	أردني	3.64	.36
	مقيم	3.57	.37

.32	3.73	260 دينار اردني فأقل	الدخل الشهري
.39	3.56	من 261 - إلى 600	
.36	3.58	من 601 - إلى 999 دينار	
.31	3.61	1000 دينار اردني فأكثر	

الجدول رقم (11) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين حسب الجنس والمؤهل العلمي والعمر والجنسية والدخل الشهري، ولمعرفة فيما إذا كان هناك فروقات إحصائية تم حساب تحليل التباين المتعدد كما هو موضح في جدول رقم (12):

جدول (12) تحليل التباين المتعدد لأثر الجنس والفئة العمرية والمستوى التعليمي والحالة الإجتماعية على دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0000.	60.115	6.689	1	6.689	الجنس
0000.	8.606	0.957625	4	3.8305	المؤهل العلمي
0000.	9.441	1.0505	2	2.101	العمر
0000.	21.282	2.368	1	2.368	الجنسية
0000.	10.380	1.155	2	2.31	الدخل الشهري
		0.11127	302	33.603	الخطأ
			317	50.902	الكلية

* عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$)

يبين الجدول رقم (12) أن:

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى متغير الجنس، حيث بلغت قيمة ف (60.115)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، حيث بلغت قيمة ف (8.606)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير العمر، حيث بلغت قيمة ف (9.441)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير الجنسية، حيث بلغت قيمة ف (21.282)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى متغير الدخل الشهري، حيث بلغت قيمة ف (10.380)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسة الثانية: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور الافلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن وفقاً لمتغيرات انماط وعادات مشاهدة السياح المحليين للأفلام الوثائقية.

جدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب انماط وعادات المشاهدة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين

المتغير	التصنيف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ما هي اسباب مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟	لزيادة وتعميق الثقافة	3.71	.29
	للتعرف على عوالم وأنماط حياة جديدة	3.63	.38
	الأفلام الوثائقية ممتعة وشيقة	3.65	.40
	لقضاء الوقت والتخلص من الملل	3.83	.52
	دائماً	3.57	.37

.38	3.66	أحيانا	مدى مشاهدة الأفلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن
.24	3.74	نادرا	
.37	3.60	نعم	هل مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعتك لزيارة الموقع السياحي؟
.36	3.62	لا	
.35	3.60	اردنية	ما هو مصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي تشاهدها؟
.36	3.52	عربية	
.06	3.75	عالمية	
.23	3.87	مختلطة	
.38	3.54	شاشة التلفاز	ما هي وسيلة مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟
.33	3.69	مواقع التواصل الاجتماعي	
.34	3.57	السياحة الثقافية	ما أهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمامك في الافلام الوثائقية السياحية؟
.40	3.54	السياحة العلاجية	
.20	3.93	السياحة الدينية	
.32	3.65	السياحة البيئية	
.33	3.52	السياحة التاريخية	
.32	3.63	السياحة الترفيهية	

الجدول رقم (13) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين حسب أسباب مشاهدة الأفلام الوثائقية ومدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن، هل دفعت الأفلام الوثائقية لزيارة موقع سياحي، وما هو مصدرها وما هي وسيلة المشاهدة وما هو اهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمامك في الافلام الوثائقية السياحية ولمعرفة فيما إذا كان هناك فروقات إحصائية تم حساب تحليل التباين المتعدد كما هو موضح في جدول رقم (14):

جدول (14) تحليل التباين المتعدد لأنماط وعادات مشاهدة لأثر أنماط وعادات مشاهدة لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.004	9.922	1.104	1	1.104	ما هي اسباب مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟
0.035	4.291	0.478	4	1.910	مدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن
0.006	9.441	1.050	2	2.101	هل مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعتك لزيارة الموقع السياحي؟
0.000	12.292	1.368	1	1.368	ما هو مصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي تشاهدها؟
0.000	14.873	1.655	2	3.310	ما هي وسيلة مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟
0.020	8.997	1.001	1	1.001	ما أهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمامك في الافلام الوثائقية السياحية؟
		0.111	302	33.603	الخطأ
			317	50.902	الكلي

* عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$)

يبين الجدول رقم (14) أن:

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى اسباب مشاهدة الأفلام الوثائقية، حيث بلغت قيمة ف (9.922)، وبدلالة إحصائية 0.004 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى مدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن، حيث بلغت قيمة ف (4.291)، وبدلالة إحصائية 0.035 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى ان مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعت السائح لزيارة الموقع السياحي، حيث بلغت قيمة ف (9.441)، وبدلالة إحصائية 0.006 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى مصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي تشاهدها، حيث بلغت قيمة ف (12.292)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى وسيلة مشاهدة الأفلام الوثائقية، حيث بلغت قيمة ف (14.873)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن تعزى إلى أهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمام السياح المحليين في الافلام الوثائقية السياحية، حيث بلغت قيمة ف (8.997)، وبدلالة إحصائية 0.020 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يوضح الباحث في هذا الفصل النتائج التي ظهرت بعد تحليل البيانات التي تم استخراجها من آراء أفراد العينة عن دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين، ووضع بعض التوصيات والاقتراحات التي تم ملاحظتها من نتائج الدراسة.

1.5 مناقشة النتائج

مناقشة نتائج السؤال الأول: ما هي الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟

اظهرت النتائج ان بعد الاثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل الافراد المبحوثين جاء بدرجة متوسطة، حيث تبين ان الأفلام الوثائقية تساهم بتعريف السياح المحليين على تاريخ المواقع السياحية في الأردن، وتقدم الافلام الوثائقية المعلومات الكافية والدقيقة عن المقومات السياحية في الأردن، وتبين ايضا ان الافلام الوثائقية تعمل على تحسين الصورة الذهنية للموقع السياحي بدرجة مرتفعة.

وتبين ايضا ان الافلام الوثائقية تساهم في رفع مستوى معرفة السياح المحليين للمواقع السياحية المختلفة في الأردن بدرجة متوسطة. وظهرت النتائج ان الافلام الوثائقية تعرف السياح المحليين بالاحتفالات والمناسبات التاريخية بالموقع السياحي بدرجة متوسطة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن الافلام الوثائقية السياحية نجحت في تكوين اتجاهات إيجابية لدى السائحين المحليين، من حيث دقة المعلومات التي قدمتها تلك الافلام الوثائقية للسائحين، بالإضافة إلى نجاحها في تلبية حاجة السائحين بتقديم المعلومات الدقيقة التي يحتاجونها في كل ما يتعلق بالسياحة الأردنية سواء على مستوى المعلومات المتعلقة بتاريخ الموقع السياحية، أو المعلومات المتعلقة بالمواقع السياحية ككل.

وتشابهت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الحياري، 2014) التي جاء في نتائجها ان نشر الإخبار البيانات المتعلقة بالخدمات السياحية ، وبتطوير وتكثيف خططهم المستقبلية من وسائل إعلامية من مواقع الإلكترونية ، وإعلانات تلفزيونية، كتيبات سياحية، وإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والافلام قصيرة .

مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما هي الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟

اشارت نتائج التحليل الإحصائي الى ان بعد الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظر الافراد المبحوثين جاء بدرجة متوسطة، حيث تبين ان مشاهدة الافلام الوثائقية تزيد بنسبة متوسطة من الشعور بالمسؤولية نحو الحفاظ على الموقع السياحي كالمحافظة على النظافة وعدم التخريب الخ، وتبين ان الافلام الوثائقية تزيد من الشعور بالفخر بالمواقع السياحية العديدة والمختلفة في الأردن، وتعمل على رفع الروح المعنوية، قد جاءت بدرجة متوسطة.

وكانت فقرة "أستمتع بمعلومات السياحة الداخلية التي تقدمها الافلام الوثائقية" بالمرتبة قبل الأخيرة وبدرجة متوسطة ايضاً، وجاءت فقرة " يؤدي ربط الافلام الوثائقية بالتاريخ العربي والإسلامي الى الرغبة في زيارة الموقع السياحي" بالمرتبة الاخيرة وبدرجة متوسطة.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (بلبخاري، 2016)، حيث توصلت دراسته الى نتيجة بان وسائل الإعلام تحقق التفاعل بينها وبين المتلقين من خلال تعرضهم لهذه الوسائل، وتوصلت الدراسة في نتائجها ايضاً إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق دور إيجابي يخدم مصلحة الوطن .

مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما هي الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل السياح المحليين؟

اظهرت النتائج ان بعد الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من قبل الافراد المبحوثين جاء بدرجة متوسطة، وقد جاء أعلى متوسط حسابي لفقرة "تساهم الافلام الوثائقية في تغيير المسارات

السياحية إلى الجهات التي تعرضها" بدرجة مرتفعة ، وجاء في المرتبة الثانية فقرة "تساهم الافلام الوثائقية في زيادة مدة الإقامة في الموقع السياحي" بدرجة مرتفعة، وكانت فقرة "تساهم الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية الدينية" بالمرتبة قبل الأخيرة وبدرجة متوسطة، فيما جاءت فقرة "تؤثر الافلام الوثائقية بشكل عام على قرار زيارة المواقع السياحية لدى السائحين" بالمرتبة الأخيرة وبدرجة متوسطة كذلك.

وتشير هذه النتيجة على أن الآثار السلوكية المتوقعة تتمثل في إمكانية التأثير في سلوك الناس اثناء القيام بأنشطة سياحية ، وهي أيضا قد تزيد من الإقبال على زيارة بعض المواقع السياحية . ويعزو الباحث هذه النتائج إلى قدرة الافلام الوثائقية على الإقناع، حيث ان تأثيرها يكون تأثيراً حميماً ، كما وصفه ماكلوهان كأنه علاقة شخص بشخص لأن الافلام الوثائقية تتوجه وتخطب المشاهد شخصياً بكل صراحة وبشكل خصوصي .

ويمكن للفيلم الوثائقي أن يفتح أعين السائح على وجهات وثقافات جديدة ربما لم يكونوا على دراية بها من قبل (Peterson, 1999)، حيث يمكن أن تؤدي الأفلام إلى تصور متغير بناءً على التأثير العاطفي للفيلم، ويمكن لأفلام وثائقية استخدام ذلك لصالحها، وذلك بسبب الارتباط العاطفي، الذي قد يكون لدى الجمهور بفيلم ما، وقد يشعر متابعيها بأنهم مجبرون على الذهاب إلى المناطق التي لم يتم تسويقها بشكل كبير وتشجيع الجمهور على زيادة فهم واحترام الثقافة والناس. على سبيل المثال، كالأفلام التركية التي شددت كثير من الانتباه في اخر 10 سنوات مما جعل تركيا من اهم المقاصد السياحية في العالم (Okumus, 2012).

2.5 مناقشة الفرضيات

من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة تبين النتائج التالية:

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى اسباب مشاهدة الأفلام الوثائقية، حيث بلغت قيمة ف (9.922)، وبدلالة إحصائية 0.004 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

اشارت نتائج التحليل الاحصائي الى ان أعلى نسبة لأسباب مشاهدة الأفلام الوثائقية هي لقضاء الوقت والتخلص من الملل حيث بلغت (52.5)، تلاها لزيادة وتعميق الثقافة بنسبة 17.6، تلاها أن الأفلام الوثائقية ممتعة وشيقة بنسبة 17.0، تلاها للتعرف على عوالم وأنماط حياة جديدة بنسبة 12.9.

وتشير هذه النتائج الى الافلام الوثائقية مسلية وتدفع الملل والرتابة، وتشير ايضا ان الافلام الوثائقية مادة دسمة من المعلومات فهي تقدم المعلومات المعقدة بشكل بسيط وباسلوب واضح يسهل على المتلقي استيعابه وبصورة لا تبعث على الملل، الامر الذي جعل منها تزيد من ثقافة متابعيها.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى مدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن، حيث بلغت قيمة ف (4.291)، وبدلالة إحصائية 0.035 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

بلغت أعلى نسبة لمدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن دائما حيث بلغت (49.1)، تلاها من يشاهدون الأفلام الوثائقية التي تناول السياحة أحيانا بنسبة (26.1)، تلاها من يشاهدون الأفلام الوثائقية التي تناول السياحة أحيانا بنسبة (24.8).

يعزي الباحث هذه النتيجة لصدق المعلومات والبيانات التي تقدمها الافلام الوثائقية حيث انها تعتبر تجسيدا للواقع ، فلن يجد المتلقي اي وسيلة مثلها بنقل الواقع والصدق وهذا يدل ايضا على القوة الكبيرة للافلام الوثائقية في جذب المشاهد.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى ان مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعت السائح لزيارة الموقع السياحي، حيث بلغت قيمة ف (9.441)، وبدلالة إحصائية 0.006 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

حيث ان هنالك بعض الأفلام الوثائقية جعلت السياح المحليين يتوجهون الي بعض المناطق المحلية مثلما قام الناشط السعودي بتصوير فليم قصير عن منطقة وادي الريان مما جذب عدد كبير الي هذه المنطقة من داخل الأردن وخارجها وهذه ما تم تايدته في دراسة(سالمي وبراهيمي, 2019) ان لمواقع التواصل والأفلام القصيرة دور كبير في تنشيط السياحة في الأماكن التي تعرضها الافلام.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى مصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي تشاهدها، حيث بلغت قيمة ف (12.292)، وبدلالة

إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05. تم ذكر ان بعض الأفلام العالمية عندما تم تصويرها في الأردن قامت بشد الانتباه الي المجتمع المحلي لزيارتها. وقد بينت نتائج التحليل الاحصائي ان اكثر افراد عينة الدراسة يتابعون الافلام الوثائقية من مصادر غير اردنية حيث ان النسبة الاكبر تعتمد على المصادر المختلطة وهي مصادر افلام تكون مشتركة بين اكثر من مصدر كعربية وعالمية كالأفلام التي تعرض على قناة ناشونال جيوغرافك العربية، وجاء بعدها المصادر العربية وفي المرتبة قبل الاخيرة المصادر الاردنية، ويعزي الباحث هذا الامر الى وجود تقصير من وسائل الاعلام الاردنية المنتجة للأفلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الأردن وبسبب هذا التقصير اتجه جمهور الافلام الوثائقية لمصادر اخرى.

حيث تبين ان هناك بعض الأفلام من مصادر غير اردنية قد شددت نظر بعض السياح حيث تم تصوير اكثر من فيلم في الأردن وتحديدا في منطقة وادي رم وهذا ما جعل السياح يتوجهون الي الموقع السياحي المعروف في الفيلم.

- وجود فروقات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى وسيلة مشاهدة الأفلام الوثائقية، حيث بلغت قيمة ف (14.873)، وبدلالة إحصائية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

وقد تبين ان النسبة الاكبر من السياح المحليين تستخدم شاشة التلفاز لمشاهدة الافلام الوثائقية، ويعزي الباحث ذلك للقوة التاثيرية للتلفاز فلا زالة شاشة التلفاز احدى اكثر الوسائل الاتصالية استخداما ومتابعنا وتأثيرا على المتلقي ولا تزال متابعة الافلام الوثائقية مقترنة بشاشة التلفاز.

وتشابهت نتيجة هذه الفرضية مع نتيجة دراسة (الرحيمي، 2004)، وهي ان التلغاز هو أكثر الوسائل المستخدمة في ترويج السياحة الداخلية في الاردن،

- وجود فروقات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين تعزى إلى أهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمام السياح المحليين في الافلام الوثائقية السياحية، حيث بلغت قيمة ف (8.997)، وبدلالة إحصائية 0.020 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05.

وقد جاءت السياحة الترفيهية كأحد اهم الموضوعات التي تثير اهتمام السياح المحليين، وقد توافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الرحيمي، 2004)، التي جاء بنتيجتها أن الهدف الترفيهي هو أكثر الأهداف التي تدفع المواطنين إلى السياحة الداخلية.

ويعزى الباحث ذلك لان الافراد عند توجههم لعمل نشاط سياحي داخلي فهم بالغالب يقومون به بايام اجازاتهم فهم يريدون الترويج عن النفس والترفيه بعد عناء العمل ويكون ذلك بالذهاب الى مناطق السياحة الترفيهية.

ويمكن تحديد الفيلم الوثائقي كواحد من أفضل استراتيجيات التسويق لجذب العديد من السياح إلى المواقع السياحية تزرع هذه التوقعات مع ممارسات الجذب السياحي مثل الأفلام والتلفزيون والأدب والمجلات ومقاطع الفيديو. بشكل ملائم، وقد أشار (Utterson, 2003) في دراسته إلى أن قوة عرض الواقع في الافلام الوثائقية تعزز سيادة الحواس على الواقع الموضوعي.

وبعد مراجعة الدراسات السابقة تبين ان سرعان ما تمت الإشارة إلى هذه الأفلام، التي كانت تسمى في الأصل الواقعية، وسميت ايضا على نطاق واسع باسم أفلام الرحلات الاستكشافية أو قصص السفر. وغالبًا ما يُنظر إليها على أنها نوع من المستندات العلمية، فقد كانت تحظى

بشعبية كبيرة وتضيف عنصراً معيناً من الثقافة وسعة الاطلاع، ونتيجة لذلك، شاهد جمهور عريض هذه الأفلام بشكل متكرر (Peterson, 1999)، وأصبحت الأفلام شكلاً متميزاً من أشكال الإعلان، وقد أصبح من المعتاد أن يتم تمويل هذه الأفلام الاستكشافية من قبل قوة مؤسسية كبيرة، وغالباً من الحكومة، وقد أثبتت الأفلام الوثائقية فائدتها في تسليط الضوء على الموضوعات التي تطرحها، لكن غالباً ما تستخدمها الشركات وهيئات السياحة الحكومية لزيادة النشاط السياحي (Duncan, 2014).

3.5 خلاصة النتائج

اظهرت النتائج ان دور الافلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين ككل جاء متوسطا.

- اشارت نتائج التحليل الاحصائي الى ان بعد الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظر السياح المحليين لها دور متوسط.
- بينت نتائج الدراسة الى ان هناك دور متوسط لبعث الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظر السياح المحليين .
- اظهرت نتائج التحليل الاحصائي الى ان بعد الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظر السياح المحليين لها دور متوسط.
- اشارت النتائج الى ان غالبية أفراد عينة الدراسة سواء كانوا اردنيين أو مقيمين يستخدمون شاشة التلفاز لمشاهدة الافلام الوثائقية وذلك نسبة (54.4%).
- وجود دور متوسط لمساهمة الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية الدينية.
- وجود دور مرتفع لمساهمة الأفلام الوثائقية بالتعريف على تاريخ المواقع السياحية في الأردن.
- بينت نتائج التحليل ان نسبة من يشاهد الافلام الوثائقية من مصدر اردني (20.4%).
- كما بينت نتائج التحليل الاحصائي الى ان أعلى نسبة تثير اهتمام السياح المحليين في الافلام الوثائقية السياحية هي موضوعات السياحة الترفيهية حيث بلغت نسبة (28.9%).

4.5 التوصيات

- توسيع دائرة مجتمع الدراسة حيث تكون على عدد أكبر من المناطق السياحية وان لا تقتصر على أكثر المناطق زيارة حسب الإحصاءات السنوية.
- توجيه النظر الي دور الأفلام الوثائقية والدرامية والمسلسلات الاردنية في تنشيط السياحة في الاردن.
- تشجيع الاستثمار الخاص للدخول في إنتاج الأفلام الوثائقية للترويج السياحي للأردن.
- دعوة اصحاب رأس المال الخاص للدخول في الإنتاج الوثائقي في الأردن لتشجيع السياحة.
- إقامة مسابقات ومهرجانات تنافسية محلية خاصة بالأفلام الوثائقية السياحية.
- تخصيص فترات زمنية تلفزيونية داخل اوقات ذروة المشاهدة للأفلام الوثائقية المختلفة وخاصة الافلام التي تتناول السياحة في الأردن.
- اجراء دراسات مستقبلية تهدف إلى البحث في دور الأفلام الوثائقية في أبعاد مختلفة عما تناولته هذه الدراسة حول تنشيط السياحة الداخلية في الأردن.
- استحداث تخصصات دراسية في الجامعات الاردنية تواكب مجالات الإعلام المتخصص وخاصة الإعلام السياحي، والاستفادة من الدراسات الصادرة بهذا الصدد.
- استخدام طرق جمع بيانات اكثر كالمنهج النوعي والمنهج الكمي لمعرفة المزيد من النتائج والعوامل التي تجذب السياح من خلال الأفلام الوثائقية.
- زيادة انتاج الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة الترفيهية والسياحة الدينية.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- الانصاري، فاطمة ومشري، سارة، وحاج قويدر، العيد. (2020). دور الإعلام السياحي في الترويج للسياحة الجزائرية-جريدة السياحي الجزائري أنموذجا (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة احمد دراية- ادرار، الجزائر).
- أيمن، برنجي. (2009). الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك، (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس)، الجزائر.
- بختي، ابراهيم وشعوبي، صالح. (2009). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، (1) 7، 275-286.
- بشينة، سميحة. (2019). عقد السياحة، (رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهدي)، ام البواقي، الجزائر.
- بلبخاري، سامي. (2016). أثر الإعلام السياحي على تحسين صورة السياحة الداخلية في الجزائر من وجهة نظر السياح المحليين- دراسة ميدانية. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، 2(6)، فلسطين.
- بلعيد، حياة وعلاوي، نصيرة. (2022). صناعة السياحة الحلال-التجربة المالزية. مجلة الاقتصاد والبيئة، 5(1)، 216-230.
- بن عنتر، عبد الرحمن. (2013). مراحل تطور القطاع السياحي بالجزائر: دراسة مسحية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس) الجزائر.
- بوخاري، عبد الحميد وعياشي، عبد الله. (2017). واقع السياحة البيئية في الدول العربية- مع عرض لتجارب بعض الدول، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 10(1)، الجزائر.

- بوطورة، فضيلة. (2022). الاعلام السياحي الحديث أداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الأردن -إشارة لفترة التوتر الأمني في المنطقة. المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والآثار، 3(4)، 1-22.
- البياضي، عبد القادر. (2013). دور الإعلام الفلسطيني في دعم حقوق المرأة الفلسطينية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.
- جمعه، محمد احمد. (2021). أثر التصميم الداخلي المستدام في تنمية المنتجات السياحية البيئية في محيط خليج العقبة بالأردن، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان)، مصر.
- جميل، نسيمة. (2018). واقع الإعلام السياحي في الجزائر الممارسات الاتصالية المساهمة في نشر الوعي السياحي - وهران أنموذجاً-، (رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإجتماعية، جامعة وهران 2)، الجزائر.
- الحديدي، منى سعيد، وإمام، علي سلوى. (2002). أسس الفيلم التسجيلي : اتجاهاته و استخداماته في السينما والتلفزيون، دار الفكر العربي للطبع والنشر، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- حسن، زينب حامد، (2021)، تأثير الاعتماد على منصات الإعلام الرسمية السعودية في تويتر على معارف وسلوكيات الجمهور نحو جائحة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية 1(57) 229 - 282.
- حسنين، حنان محمد. (2015). دور وسائل الإعلام فى تنمية الاهتمام البيئى لدى الجمهور المصرى دراسة فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، 14(2)، 413-516 (قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة)، مصر.
- الحيارى، مصطفى. (2014). دور وسائط الاعلام المتعددة في الترويج التراث الثقافي المادي والاثري في الاردن، (رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية السياحة، الجامعة الأردنية)، الأردن.

- الخزرجي، حيدر خزعل. (2015). اثر الأفلام الوثائقية التاريخية في تحصيل طالبات الصف الخامس الأدبي. (مجلة كلية التربية الأساسية (86/انساني)، الجامعة المستنصرية)، العراق.
- ربيعي، أمينة. (2017). تناول الأفلام الوثائقية لقضايا البيئة البحرية، (رسالة دكتوراه، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر).
- رجال، منال محمد. (2015). الإدارة السياحية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- الرحيمي، سالم أحمد. (2004). أثر وسائل الإعلام في ترويج السياحة الداخلية في الأردن، (رسالة دكتوراه، كلية الدراسات التجارية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا) السودان.
- الزّالط، عبدالله ميلاد. (2022). التأثيرات النفسية الوجدانية للألعاب الصغيرة على الصحة النفسية للطفل. المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، 6(25)، 285-308.
- سالم، انتصار السيد . (2013). دور المدونات السياسية في دعم مفهوم حرية الرأي والتعبير السياسي لدى الشباب المصري دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام. كلية الاعلام جامعة القاهرة، مصر.
- سالمى، عبدالمجيد وبرايمي، جهاد. (2019). الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي الفايسبوك نموذجا، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية ASJP، 6(1)، جامعة الجزائر2، الجزائر.
- السعيدى، عصام حسن. (2009) التسويق والترويج السياحي و الفندقى، دار اليازة للنشر والتوزيع، الأردن.
- سليمان، عدلى انيس. (2021). اثر فيروس كورونا (كوفيد-19) على السياحة العالمية: دراسة جغرافية. مجلة كلية الآداب. القاهرة، (ابريل علوم اجتماعية)، 1-77.
- سليمان، عصام علي. (2017). التأثيرات المعرفية والسلوكية لبرامج الفضائيات في القضايا الأمنية. مجلة البحوث الإعلامية، 47(47)، 265-302.
- سليمان، مها منصور. (2021). الرسوم المتحركة كعامل جذب لبرامج الأنثروبولوجيا الثقافية في الإعلام الإلكتروني. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 6(3)، 504-521.

- سماعيل، حسيبة وبن نافلة، قدور. (2022). الاعلام السياحي الحديث ودوره في التعريف بالمقومات السياحية للجزائر، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 3(1)، 36-52، الجزائر.
- الشهري، حمود أحمد. (2020). دور السياحة في نشأة وتطور حي الكدرة في مدينة الدرب بمنطقة جازان. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، مصر 31(120)، 2959-2988.
- الصباغة، حسين وخورشيد، كامل مراد والحطاب، ممدوح. (2017). أثر مؤتمر باريس للمناخ 2015 على السياسة الاعلامية بدولة الكويت في ظل نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.مجلة الدراسات والبحوث البيئية (1)7، 46-61.
- الضوى، محمد توفيق. (2009). نظرية الاعتماد الضروري. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، مصر 20(78)، 1-30.
- عباس، أحمد الحاج. (2020). التوثيق الإعلامي ودوره في معالجة القضايا التاريخية دراسة استقرائية وصفية لعينة من البرامج والأفلام الوثائقية، (رسالة دكتوراه، كلية علوم الإتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا)، السودان.
- عبد القادر، مصطفى. (2003). دور الإعلان في التسويق السياحي، مجد للنشر والتوزيع، لبنان.
- عبود، علاء. (2016). سمات السينما الشاعرية عند المخرج (أندرية تاركوفسكي). مجلة أهل البيت عليهم السلام، 1(19)، 438-464، العراق.
- عثمان، رشيدة. (2018). أثر المقومات السياحية في تنمية السياحة الداخلية دراسة حالة (محلية شندي)، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة ، جامعة شندي)، شندي، السودان.
- عطاوة، محمد. (2009). دور تصميم الغلاف في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك مسيلة، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم، جامعة محمد بوضياف)، المسيلة، الجزائر.

- علي، رانيا محمد. (2021). الاستثمارات السياحية ومساهمتها في الدخل القومي لمصر. مجلة السياسة والاقتصاد، 12، العدد (11)، 1-26، القاهرة، مصر.
- علي، هبة عبد الرحمن. (2015). الفيلم الوثائقي ودوره في تعزيز السياحة في السودان، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الإتصال، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا)، السودان
- عمر، نوال محمد. (1986). الإعلام التربوي، دار الأنجلو المصرية للطبع والنشر، القاهرة، مصر.
- العنزي، وفاء والدغيم، خالد. (2022). مستوى تضمين مفاهيم السياحة العلمية في كتب العلوم الطبيعية بالمرحلة الثانوية. مجلة كلية التربية (أسيوط)، 38، (302)، 1-35، مصر.
- عياصره، علا، وبرهم، نسيم، وعلان، مأمون . (2020). الإبداع والإبتكار في مكاتب السياحة والسفر الأردنية، وأثر ذلك على تدفق السياح إلى المملكة. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 28، (1).
- فتيحة، بوعزة ووهيبة، عباس. (2016). دور برامج العلاقات العامة في الجذب السياحي، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص العلاقات العامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى) الجزائر.
- الكردي، مجدي وطبيل، ادهم. (2017). دور المنتجات اليدوية في تشجيع السياحة الدينية في فلسطين، مؤتمر السياحة والآثار الدولي .
- محمد، امتثال بشير. (2014). الصورة التلفزيونية ودورها في تعزيز رسالة الفيلم الوثائقي، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم علوم الإتصال، جامعة إفريقيا العالمية، السودان).
- مصري، إبراهيم وعياش، علاء الدين. (2019). اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية دراسة ميدانية على طلبة الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد.، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية 7(2)، ص38-63، الجزائر.

- مقدم، لطيفة وعلائي، الزاهة. (2018). الاعلام السياحي ودوره في تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر. (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة احمد دراية- ادرار، الجزائر).
- مقعاش، يوسف. (2021). دور الإعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية في الشرق الجزائري-، (رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر)، الجزائر
- نجم، طه عبد العاطي. (2017). نظريات الإعلام. دار جامعة نايف للنشر. الطبعة الأولى، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- النشرة الإحصائية السنوية لوزارة السياحة والآثار الأردنية،(2022).
- يونس، عبد الحميد. (1973). دفاع عن الفولكلور. Kotobarabia. com.
- يونس، مصطفى. (2013). دور وأهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية: حالة الجزائر. مجلة دراسات وابحاث،(311)180،ص 223 - 238، جامعة الجفلة، الجزائر.

المراجع الأجنبية

- Aufderheide, P. (2007). *Documentary film: A very short introduction*. Oxford University Press .
- Duncan, D. W. (2014). Monthly Archives: May 2014 .
- Kumar, C. R., & Abraham, S. (2014). The Role of Social Media in the Tourism Sector of India. *Tourism Innovations*, 3(1), 94–104 .
- Mazierska, E., & Rascaroli, L. (2006). *Crossing new Europe: postmodern travel and the European road movie*. Wallflower Press .
- Mecham, M. (2015). The Documentarian as Tourist: Travel and Representation in Documentary .
- Middleton, V. T& ,.Clarke, J. R. (2012). *Marketing in travel and tourism*. Routledge .
- Muhoho–Minni, P., & Lubbe, B. A. (2017). The role of the media in constructing a destination image: The Kenya experience. *Communicatio*, 43 (1), 58–79 .
- Okaka, Wilson. (2007) The Role of Media Communications in Developing Tourism Policy and Cross–Cultural Communication for Peace, Security for Sustainable Tourism Industry in Africa.

- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism management, 28* (1), 253–261 .
- Okumus, F., Avci, U., Kilic, I., & Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 21* (6), 638–658 .
- Park, J. (2015). The Impact of Different Types of Media on Tourists' Behavioral Intentions .
- Peterson, J. L. (1999). *World pictures: travelogue films and the lure of the exotic, 1890–1920* University of Chicago, Department of English Language and Literature, June 1999.
- Utterson, A. (2003). Destination digital: Documentary representation and the virtual travelogue. *Quarterly Review of Film and Video, 20* (3), 193–202.
- Zoubida, B. (2022). *PhD Thesis Third Phase* Ministry of Higher Education.

الملاحق

الملحق الأول محكمين الاستبيان

جدول (15) قائمة بأسماء السادة محكمي الإستبانة

التسلسل	الإسم	الرتبة الاكاديمية	الجامعة
1	الدكتور حاتم سليم العلاونة	استاذ	جامعة اليرموك
2	الدكتور عزت محمد حجاب	استاذ	جامعة الشرق الأوسط
3	الدكتور احمد علي عريقات	استاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
4	الدكتور عبدالكريم الديبسي	استاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
5	الدكتور عثمان منصور الطاهات	استاذ مشارك	جامعة الزرقاء الأهلية
6	الدكتور كامل خورشيد مراد	استاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
7	الدكتور امجد عمر صفوري	استاذ مساعد	جامعة الزرقاء الأهلية
8	الدكتور خزيم سالم الخزام	استاذ مساعد	جامعة اليرموك

الملحق الثاني الاستبيان



حضرة السائح الكريم

تحية طيبة وبعد

يعد الباحث دراسة بعنوان : دور الأفلام الوثائقية في تنشيط السياحة الداخلية في الاردن من وجهة نظر السياح المحليين، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام من جامعة الشرق الأوسط.

لذا يرجى التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة في الإستبانة المرفقة بدقة وموضوعية وذلك لأهمية آرائكم في وصول الباحث إلى نتيجة دقيقة وتحقيق الغاية العلمية المنشودة، علماً بأن إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شكراً لكم لحسن تعاونكم

القسم الأول : المعلومات الشخصية

يرجى وضع اشارة (✓) في المربع المناسب:

1- النوع الإجتماعي:

ذكر انثى

المؤهل العلمي :

ثانوية عامة فأقل دبلوم

بكالوريوس دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)

2- العمر:

25 سنة فأقل 26 – 30 سنة 41 سنة فأكثر

31 – 35 سنة 36 – 40 سنة

الجنسية:

اردني مقيم

الدخل الشهري:

260 دينار اردني فأقل من 261 – إلى 600

من 601 – إلى 999 دينار 1000 دينار اردني فأكثر

القسم الثاني : أنماط وعادات المشاهدة

هل تشاهد الأفلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن؟

نعم لا

((إذا كانت اجابتك على السؤال السابق الخيار (لا) فالرجاء عدم استكمال الأسئلة اللاحقة وإعادة الإستبانة للباحث، مع جزيل الشكر لك ..))

ما هي اسباب مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟

لزيادة وتعميق الثقافة للتعرف على عوالم وأنماط حياة جديدة
 الأفلام الوثائقية ممتعة وشيقة لقضاء الوقت والتخلص من الملل

اخرى، يرجى ذكرها :

.....

مدى مشاهدة الافلام الوثائقية التي تتناول السياحة في الاردن:

دائما احيانا نادرا

هل مشاهدة الأفلام الوثائقية دفعتك لزيارة الموقع السياحي؟

نعم لا

ما هو مصدر الافلام الوثائقية الخاصة بالسياحة في الاردن التي تشاهدها؟

اردنية عربية عالمية مختلطة

ما هي وسيلة مشاهدتك للأفلام الوثائقية؟(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

شاشة التلفاز مواقع التواصل الاجتماعي

إذا كانت اجابتك (مواقع التواصل الاجتماعي)، يرجى ذكر اسم الموقع :

.....

ما أهم الموضوعات السياحية التي تثير اهتمامك في الافلام الوثائقية السياحية؟
(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

السياحة الثقافية السياحة العلاجية السياحة الدينية السياحة البيئية
 السياحة التاريخية السياحة الترفيهية

اخرى، يرجى ذكرها :

.....

القسم الثالث : فقرات الاستبانة

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	موافق الى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
الآثار المعرفية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي						
1	تساهم الافلام الوثائقية في اعطاء معلومات جديدة حول المواقع السياحية في الأردن.					
2	تساهم الافلام الوثائقية في رفع مستوى معرفتي للمواقع السياحية المختلفة في الأردن.					
3	تقدم الأفلام الوثائقية معلومات نادرة وقيمة حول المواقع السياحية في الأردن.					
4	تساهم الأفلام الوثائقية بتعريفي على تاريخ المواقع السياحية في الأردن.					
5	تقدم الافلام الوثائقية المعلومات الكافية والدقيقة عن المقومات السياحية في الأردن.					
6	تساهم الافلام الوثائقية في تكوين آرائي ووجهات نظري عن المواقع السياحية في الأردن.					
7	تبين الافلام الوثائقية حالة الطرق ووسائل المواصلات المؤدية إلى المواقع السياحية.					
8	تبين الافلام الوثائقية حالة الطقس السائدة في المواقع السياحية.					
9	تساعد الافلام الوثائقية في اختيار المواقع السياحية الملائمة للزيارة.					
10	تدعم الافلام الوثائقية صحة قراراتي المتعلقة بزيارة المواقع السياحية.					
11	الافلام الوثائقية تعمل على تحسين الصورة الذهنية للموقع السياحي.					
12	توضح الافلام الوثائقية مدى اهتمام الجهات المعنية بالموقع السياحي كمستوى النظافة والمرافق العامة.					
13	تزيد الافلام الوثائقية من الوعي بالبرامج والخدمات السياحية المقدمة.					

					تعرفني الأفلام الوثائقية بالاحتفالات والمناسبات التاريخية بالموقع السياحي.	14
					تؤثر الأفلام الوثائقية بشكل كبير في صورة السياحة الداخلية في الأردن المتكونة لدي.	15
	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق الى حد ما	موافق بشدة	الفقرة	الرقم
					يمكن أن أغير رأيي حول وجهة سياحية انطلاقاً من المعلومات التي توفرها لي الافلام الوثائقية.	16
					المعلومات المقدمة من الافلام الوثائقية في الجانب السياحي تطابق الواقع الذي وجدته بعد الزيارة.	17
الآثار الوجدانية نتيجة مشاهدة الافلام الوثائقية من وجهة نظرك كسائح محلي						
					تساهم الافلام الوثائقية على تذكيري باحداث تاريخية ودينية ومنجزات وطنية وعربية وغيرها.	18
					تزيد مشاهدة الافلام الوثائقية من شعوري بالمسؤولية نحوالحفاظ على الموقع السياحي كالمحافظة على النظافة وعدم التخريب والخ ...	19
					تزيد الافلام الوثائقية من الشعور بالفخر بالمواقع السياحية العديدة والمختلفة في الأردن، وتعمل على رفع الروح المعنوية.	20
					عززت الافلام الوثائقية لدي الشعور بالقيمة التاريخية والحضارية والدينية للأردن.	21
					تزيد طريقة عرض الفيلم الوثائقي مثل (الموسيقى التصويرية والتعليق الصوتي والتصوير والخ) من الرغبة في زيارة الموقع السياحي.	22
					يؤدي ربط الافلام الوثائقية بالتاريخ العربي والإسلامي الى الرغبة في زيارة الموقع السياحي.	23
					أستمتع بمعلومات السياحة الداخلية التي تقدمها الافلام الوثائقية.	24
					تعزز الافلام الوثائقية من شعوري بالانتماء للوطن.	25

الآثار السلوكية نتيجة مشاهدة الأفلام الوثائقية من وجهة نظر كسائح محلي

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	موافق الى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
26	تشجع الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية المختلفة في الأردن .					
27	تساهم الأفلام الوثائقية على زيارة المواقع السياحية الدينية .					
28	تساهم الأفلام الوثائقية على زيارة المناطق السياحية البيئية.					
29	تدفع الأفلام الوثائقية السياح على زيارة المناطق السياحية العلاجية.					
30	تشجع الأفلام الوثائقية على زيارة مواقع السياحة الترفيهية.					
31	تحت الأفلام الوثائقية على زيارة مناطق السياحة الثقافية.					
32	تشجع الأفلام الوثائقية على زيارة المناطق السياحية الاثرية والتاريخية.					
33	تؤثر في سلوكي نحو الحفاظ على المواقع السياحية وحمايتها.					
34	عند مشاهدتي لفيلم وثائقي عن السياحة في الأردن اقوم باخبار وتشجيع الاخرين على زيارة الموقع السياحي.					
35	تساهم الافلام الوثائقية في تكرار زيارتي للمواقع السياحية.					
36	تساهم الافلام الوثائقية في زيادة مدة الإقامة في الموقع السياحي.					
37	تساهم الافلام الوثائقية في تغيير المسارات السياحية إلى الجهات التي تعرضها.					
38	تؤثر الافلام الوثائقية بشكل عام على قرار زيارة المواقع السياحية لدى السائحين.					

انتهت الأسئلة شكراً لحسن تعاونكم