

دور المتاحف الأثرية الأردنية في جذب السياحة

أكرم عاطف رواشده*

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى بيان دور متاحف الآثار الأردنية كعامل جذب سياحي، والتعرف إلى آراء الزوار وانطباعاتهم عن هذا الدور من خلال استطلاع آراء عينة من الزوار لعدد من المتاحف وهي: متحف الآثار الأردني في جبل القلعة، ومتحف آثار مادبا، ومتحف أم قيس الأثري في محافظة اربد، ومتحف آثار جرش. وقد اعتمدت الدراسة على استبانة وزعت على عينة من زوار هذه المتاحف شملت 130 زائراً من الزوار الأجانب، ثم تم تحليل هذه الاستبانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لاستخراج التكرارات والمتوسطات الحسابية. وبينت الدراسة أن المتاحف الأردنية لا تعد عنصر جذب سياحي بحد ذاتها وإنما هي جزء متمم لمقومات السياحة الثقافية والتراثية، كما أن موقع المتحف يلعب دوراً أساسياً في جذب الزوار من خلال توجيه الدليل لهم وليس من خلال تضمين هذه المتاحف في البرامج السياحية الموجهة للسائح قبل قدومه إلى الأردن. وقد بينت الدراسة أيضاً أن ثمة ضعفاً في الإحصاءات الخاصة بزوار المتاحف كماً ونوعاً، مما يستوجب مزيداً من الاهتمام بها وتطويرها.

الكلمات الدالة: المتاحف الأردنية، السياحة الثقافية، الجذب السياحي، السياحة التراثية.

المقدمة

أشير إليها على أنها الحارس التقليدي للهوية الثقافية، والتي من الممكن أن تصبح كالوسيط الأمين في علاقات التبادل السياحي والثقافي، لذلك يجب أن تركز على إطلاع السائح على تاريخ وإرث المناطق التي يزورها⁽²⁾. فالعلاقة بين السياحة والمتاحف علاقة تبادلية، فالسياحة تلعب دوراً هاماً في تنشيط المتاحف وزيادة عدد زوارها وبالتالي زيادة دخلها من العملة الصعبة، أما المتاحف فتساهم في جذب المزيد من السياح خاصة في المناطق التي تركز على السياحة الثقافية⁽³⁾. فالمتاحف من الخيارات الشائعة أمام السياح عندما يقصدون وجهة سياحية ما، لكونها تقدم لهم الفرصة لكسب الخبرة والثقافة حول تلك الوجهة، فهي تختزل ثقافة مجتمع ما وتقدمه وتفسره للزائر الذي لا يستطيع التعرف على هذه الثقافة موزعة في جميع أنحاء المقصد الثقافي في مدة إقامة محدودة، وكما يشير البعض فإن المتاحف من عناصر الجذب الواجب زيارتها ومشاهدتها من قبل السائح الثقافي⁽⁴⁾.

بدأ الدور السياحي للمتاحف حالياً يزداد على حساب الجانب التعليمي، وذلك لما للسياح ورسوم دخولهم من دور في تحقيق أهداف حفظ وصيانة المقتنيات الأثرية وحمايتها خاصة في ظل تراجع التمويل الحكومي الرسمي لتحقيق تلك الأهداف، من هنا بدأت المتاحف تعمل على ابتكار وسائل ترويجية لإيصال منتجها إلى أكبر شريحة من الزوار كي لا يختفي أو يضعف موقعها على خارطة عوامل الجذب السياحي المتزايدة

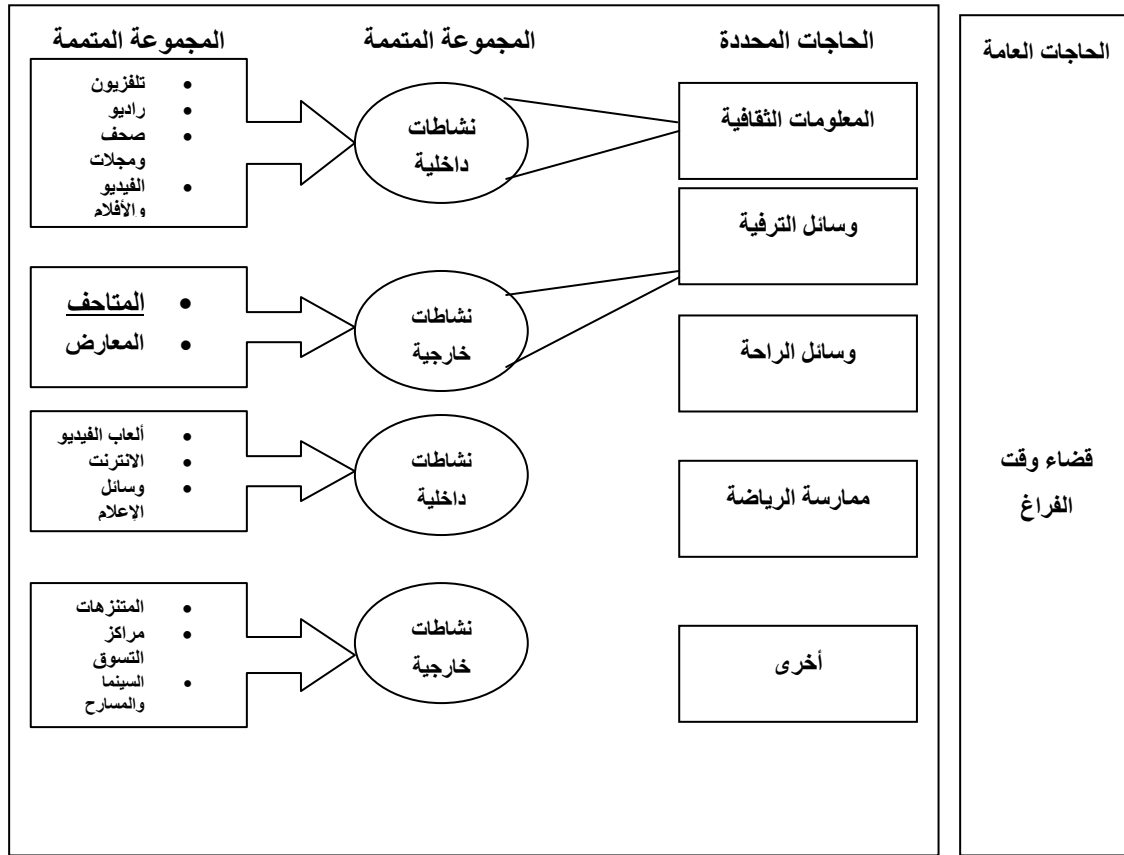
تعد المتاحف أحد الميادين المهمة في الحضارة العالمية، وتقوم دول العالم على تأسيسها لأهداف تعليمية وثقافية وتاريخية واقتصادية لجلب أعداد كبيرة من الزوار تسهم رسوم دخولهم في توفير العوائد الاقتصادية للبلد المعني، وتوفير فرص العمل، وكذلك الموارد المالية التي من شأنها المساهمة في الحفاظ على مقتنيات المتحف بدلاً من الاعتماد على ميزانيات الدول وخاصة النامية منها، الأمر الذي يشكل عبئاً مادياً قد يخفف المتحف في تحقيق الأهداف التي قام من أجلها. وتعد السياحة واحدة من أهداف إنشاء المتاحف لتعريف السياح بتاريخ وثقافة وحضارة المنطقة، حيث تبين من خلال الدراسة التي تمت في كل من فرنسا وبريطانيا أن المتاحف تأتي في المرتبة الثانية كعامل جذب للسياح الثقافيين بعد المواقع التاريخية والنصب التذكارية التي تقاسمت المرتبة الأولى⁽¹⁾.

تلعب المتاحف دوراً هاماً في مجال التنمية السياحية خصوصاً في المقاصد التي تواجه نمواً سياحياً متزايداً، فهي بمثابة ميادين التفاعل بين السياح والمجتمعات المحلية، فقد

* قسم السياحة والسفر، كلية السياحة والفنادق، جامعة اليرموك، إربد، الأردن. تاريخ استلام البحث 2012/10/29، وتاريخ قبوله 2014/1/21.

أو خارجية Outdoor Recreation كما في الشكل رقم (1).

والمتنافسة سواء كانت وسائل ترفيه داخلية Indoor Recreation



*adapted from van der Borg & Zago (1995) (5)

الشكل (1) موقع المتاحف وتنافسها مع عناصر الجذب السياحي المختلفة

المتاحف في الأردن

أنشئ أول متحف أثري في الأردن في مدينة جرش عام 1923م في قبو ساحة معبد اريتموس واستخدم لعرض المكتشفات الأثرية التي وجدت في المدينة، وفي عام 1951 قامت دائرة الآثار العامة ببناء المتحف الرئيسي في جبل القلعة في مدينة عمان، إلا أنه ونتيجة لصغر حجمه الذي لا يستطيع عرض كل مقتنيات الأثرية المتوفرة في مخازنه، فقد تقرر عام 2007 إنشاء متحف الأردن في وسط مدينة عمان (رأس العين) والذي يعد الأكبر من حيث المساحة وشمولية تقديم المقتنيات الأثرية التي تم جمعها من المواقع الأثرية المختلفة، إذ تشغل قاعاته ما مساحته 10000م² وتعرض حوالي مليون ونصف المليون سنة من وجود الإنسان على أرض الأردن ابتداءً من العصور الحجرية القديمة حتى الزمن الحاضر، وتعود فكرته إلى عام 1989 عندما عقد المؤتمر الدولي الأول لتاريخ الأردن في أكسفورد، ولكن بدئ العمل بإنشائه عام

2005 ضمن مشروع تطوير القطاع السياحي في الأردن، ويحتوي المتحف أيضاً على الساحات الخارجية وقاعات المعارض المؤقتة، ومركز للصيانة والترميم ومكتبة تحتوي آلاف المطبوعات والمنشورات في حقول الآثار والتاريخ والتعليم وعلم المتاحف، وكذلك دكان ومقهى المتحف وقاعات للاحتفالات الثقافية (<http://jordanmuseum.jo/ar/node/347>).

يصل عدد المتاحف في الأردن حالياً على اختلاف أنواعها وملكيته إلى خمسين متحفاً⁽⁶⁾. كما في الجدول رقم (1) الذي يلاحظ منه أن هذه المتاحف تختلف وتتوزع حسب مقتنياتها، إلا أن أكثرها عدداً هي متاحف الآثار (34%) من جميع أنواع المتاحف الأردنية، ثم متاحف التراث بنسبة (18%).

يلعب موقع المتحف دوراً أساسياً في إدراجه ضمن البرامج السياحية المنفذة من قبل مكاتب السياحة والسفر، فمتاحف الآثار الأردنية تتخذ نمطين رئيسيين في موقعها الأول: يتمثل في تلك المتاحف التي تقع بالقرب أو داخل المواقع الأثرية

المتاحف بالقرب من المراكز الحضرية للمدن الرئيسية مثل متحف السلط، ومتحف دار السرايا في وسط مدينة اربد، ومتحف الحصن للتراث الشعبي، وهذه المتاحف هي الأقل من حيث انتشارها وعدد زوارها بالمقارنة مع النمط الأول.

الهامة كمتحف الآثار الأردني في جبل القلعة، والمتاحف التراثية في المدرج الروماني في عمان، ومتحف البتراء القديم داخل المدينة الأثرية، ومتحف آثار أم قيس، ومتحف آثار جرش وغيرها، إذ لا يكاد يخلو موقع أثري هام من وجود متحف يحكي قصته. أما النمط الثاني فيتمثل في وقوع

الجدول (1)

أنواع المتاحف وعددها في الأردن

نوع المتحف	العدد	نوع المتحف	العدد
اثرى	17	فني	2
تراثي	9	مسكوكات	2
نباتي ازراعي	5	وسائل نقل	2
جيولوجي	4	سياسي	1
تاريخي	4	عسكري	1
علمي	2	بحري	1

* دائرة الإحصاءات العامة، النشرة الإحصائية السنوية لسنة 2007م.

المتوافرة تهتم بتسجيل جنسيات وأعداد الزوار فيما إذا كانوا أردنيين أو غير أردنيين وذلك حسب الشهر ومجموع الرسوم المستوفاة منهم. ويظهر الجدول رقم (2) زوار المتاحف التي يتوفر حولها بيانات في وزارة السياحة والآثار في الفترة بين عامي (2004 - 2010).

تعاني المتاحف الأردنية من نقص البيانات المتعلقة بزوارها كماً ونوعاً فباستثناء عدد قليل من هذه المتاحف كمتحف الآثار الأردني، ومتحف السلط، ومتحف مأدبا، ومتحف العقبة فإن المتاحف الأخرى لا تتوافر حولها بيانات في مديرية الإحصاء السياحي في وزارة السياحة، أو في مديرية المختبرات والمتاحف لدى دائرة الآثار العامة. أما من الناحية النوعية فإن البيانات

الجدول (2)

زوار المتاحف الأردنية للأعوام 2004 - 2010

السنة	جنسية الزوار	متحف الآثار الأردني	متحف الحياة الشعبي	متحف العقبة	متحف مأدبا	متحف السلط	المجموع
2004	أجنبي	78.100	51.200	6.966	9.150	956	146.372
	أردني	10.550	29.000	6.721	1.125	2.008	49.404
	المجموع	88.650	80.200	13.687	10.275	2.964	195.776
2005	أجنبي	109.300	70.795	7.039	10.150	1.033	198.317
	أردني	11.750	41.500	6.447	1.200	1.702	62.599
	المجموع	121.050	112.295	13.486	11.350	2.735	260.916
2006	أجنبي	80.700	54.300	5.073	7.800	746	146.619
	أردني	11.250	36.000	5.536	9.50	1.166	57.902
	المجموع	91.950	90.300	10.609	8.750	1.912	204.521
2007	أجنبي	110.850	66.900	6.427	9.100	522	193.799
	أردني	13.600	63.100	6.218	1.000	2.153	86.071
	المجموع	124.450	130.000	12.645	10.100	2.675	279.870

السنة	جنسية الزوار	متحف الآثار الأردني	متحف الحياة الشعبي	متحف العقبة	متحف مآدبا	متحف السلط	المجموع
2008	أجنبي	174.300	99.850	7.273	10.550	268	292.241
	أردني	16.800	64.700	5.003	1.100	1.113	88.716
	المجموع	191.100	164.550	12.276	11.650	1.381	380.957
2009	أجنبي	132.715	100.150	10.138	22.700	633	266.336
	أردني	19.950	49.515	7.409	1.600	941	79.415
	المجموع	152.665	149.665	17.547	24.300	1.574	345.751
2010	أجنبي	233.600	115.600	8.650	21.900	956	380.706
	أردني	26.650	46.850	4.139	1.600	1.468	80.707
	المجموع	260.250	162.450	12.789	23.500	2.424	461.413

* مديرية الإحصاء السياحي في وزارة السياحة، 2010.

إدارات هذه المواقع إلى دمج رسوم الدخول لكل منهما في تذكرة واحدة، مما يعني تحصيل رسوم الدخول إلى المتحف سواء قام السائح بالزيارة أم لم يقم، وهذا ما حدث في جرش وجبل القلعة وقلعة عجلون وأم قيس والبتراء وغيرها.

ويتبين من خلال جدول رقم (3) أن نسبة زوار المتاحف غير الأردنيين كما جاءت في إحصاءات وزارة السياحة والآثار بالمقارنة مع عدد السياح الكلي الذين دخلوا إلى الأردن للأعوام 2004 - 2010م، ليتضح من ذلك أيضاً أن المتاحف الأردنية لا تشكل عنصر جذب سياحي مهماً للزوار.

نلاحظ من الجدول رقم (2) أن غالبية زوار المتاحف تتركز في متحف الآثار الأردني الواقع في جبل القلعة، ومتحف الحياة الشعبية في المدرج الروماني بالمقارنة مع المتاحف الأخرى، وذلك لكون هذه المتاحف تقع في قلب مواقع سياحية أثرية مهمة، وهذا يتوافق مع ما توصل إليه Leiper⁽⁷⁾ من أن لموقع المتحف بالقرب من المواقع الأثرية دوراً هاماً في جذب الزوار أكثر من أي موقع آخر. وقد أدرك القائمون على إدارة المواقع الأثرية هذا الأمر، إذ كان السياح يدفعون رسوم دخول للمواقع الأثرية والمتاحف التي بداخلها كلا على حده، فيكتفي بعضهم بزيارة المواقع دون الدخول إلى المتحف، لذا عمدت

الجدول (3)

نسبة زوار المتاحف إلى زوار الأردن الكلي للأعوام 2004 - 2010م

السنة	زوار الأردن الكلي	زوار المتاحف غير الأردنيين **	النسبة %
2004	2.852.809	146.372	5
2005	2.986.586	198.317	6.6
2006	3.546.990	146.619	4
2007	3.430.960	193.799	5.6
2008	3.728.724	292.241	7.8
2009	3.788.892	226.336	6
2010	4.557.024	380.706	8.4

* مديرية الإحصاء السياحي، وزارة السياحة والآثار الأردنية، 2010

** الأرقام الخاصة بهذا العمود تم استخراجها من الجدول (2) من الصف الخاص بمجموع الزوار الأجانب غير الأردنيين.

أكثر من (8.4%) في الفترة الممتدة بين 2004 و 2010م، مما يعني أن هذه المتاحف لم تكن عنصر جذب سياحي بحد ذاتها وإنما عنصر جذب ثانوي لعب موقع المتحف دوراً رئيسياً فيه.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) أن نسبة زوار المتاحف الأردنية التي ترصد بياناتها وزارة السياحة والآثار من زوار الأردن الكلي هي ضعيفة جداً، فلم تتجاوز في أحسن حالاتها

الدراسات السابقة

من هذه الدراسات التي ربطت بين السياحة والمتاحف تلك التي قام بها Touche⁽⁸⁾ والتي أجريت في بريطانيا مبينة أن أسباب زيارة المتاحف هي في الغالب لأسباب تعليمية، والتعرف على معروضات المتحف، وإجراء البحوث والدراسات، وأسباب ترفيهية أيضاً، وبينت الدراسة أن غالبية الزيارات تتركز في وقت الإجازات والعطل، وأن مدة المكوث في المتحف لا تتجاوز ساعة واحدة إلا إذا كانت تفرض رسوم دخول.

أما دراسة Leiper⁽⁹⁾ فقد بينت أن المتاحف لا تعد عنصر جذب سياحي بحد ذاتها وإنما هي عنصر جذب تابع ومتمم لمقومات السياحة خاصة الثقافية منها. وبينت أن مكان المتحف هو العامل الأساسي في تشجيع زيارته، فالمتاحف القريبة من عناصر الجذب الهامة كالمراكز الحضرية Urban Centers والمواقع الأثرية والتراثية تجد رواجاً سياحياً أكبر، وتجذب زواراً أكثر من تلك الكائنة في مواقع أخرى داخل المقصد السياحي.

وقد خلصت دراسة عبداللطيف⁽¹⁰⁾ إلى نتائج هامة حول المتاحف الأثرية في الأردن منها: تفقر المتاحف الأثرية الأردنية إلى معظم المتطلبات المتحفية الحديثة، وقد أشار إلى أنه وباستثناء متحف التراث الأردني في جامعة اليرموك ومتحف الآثار الأردنية في جبل القلعة - المتحف الرئيسي آنذاك - فإن بقية المتاحف في الأردن لم تُبن أصلاً لأغراض متحفية، مما لا يتوافق مع أبسط الشروط المتحفية. وقد بينت الدراسة أيضاً أن هناك محدودية في تفاعل المتحف مع المجتمعات المحلية المحيطة مما ينعكس سلباً على أهدافها ورسالتها. وقد أوصت الدراسة بضرورة وجود كوادر مؤهلة ومدرّبة في المتاحف ولديها القدرة على التعامل مع مختلف الجنسيات لكون الأردن بلداً سياحياً تلعب المتاحف فيه دوراً هاماً في تطوير وتنشيط الحركة السياحية.

وقد جاءت دراسة Brune⁽¹¹⁾ لتوضح العلاقة المشتركة بين المتاحف والنشاط السياحي وأن كليهما يعتمدان على عرض الأبعاد الثقافية للمقصد السياحي ويأتيان نتيجة السفر؛ ففي الماضي كانت المتاحف ببساطة تعرض المقتنيات التي يجمعها المسافرون كتذكارات عند السفر إلى أماكن لم يزورها من قبل، وكذلك الأمر بالنسبة للسياحة التي لا يتم تنفيذها إلا من خلال السفر والتنقل من مكان لآخر سواء داخل البلد أو خارجه.

وقد أوضح Steven⁽¹²⁾ أن دور المتاحف كعامل جذب سياحي في تنام مستمر خاصة في مجال السياحة الحضرية Urban tourism إذ تمكنت المدن من تسويق نفسها كمراكز

ثقافية لكل من السكان المحليين والسياح الأجانب وذلك لاحتوائها على مقومات سياحية تراثية وثقافية أصبحت بمثابة منتج سياحي يمكن تسويقه وبيعه كبرامج سياحية. وبين أن المتاحف الصغيرة التي تعاني من نقص الإمكانيات التكنولوجية كالانترنت ستواجه مشاكل مستقبلية في ترويج نفسها واستقطاب الزوار.

أما دراسة Minchetti⁽¹³⁾ فقد أوضحت أنه ومع بداية القرن الواحد والعشرين وجدت المتاحف نفسها تكافح في الحفاظ على جمهورها من الزوار في ظل المنافسة التي ظهرت مع تزايد عناصر الجذب السياحية الأخرى. وقد أوصت الدراسة بضرورة تبني المتاحف إستراتيجية تسويقية جديدة تمكنها من تعزيز تجربة السائح في المناطق التي يزورها. وتعد الإدارة الإلكترونية لمحتويات المتحف وإيجاد قنوات توزيع معتمدة على الانترنت من الوسائل الفعالة في وضع المتاحف بكل قوة على خارطة عناصر الجذب السياحي الثقافية، وبذلك يتمكن السائح من الحصول على معلومات عن المتحف قبل زيارته له، أو التوسع في حجم معرفته عنه بعد عودته إلى موطنه الأصلي.

وفي دراسة عامر⁽¹⁴⁾ التي ركزت على إبراز العلاقة بين الإنسان والمتحف، فقد بينت الدراسة أن المتحف لم يعد هو المبنى الذي تتجمع داخله الأشياء الصماء من العصور السابقة، وإنما أصبح بمثابة إشعاع ثقافي وحضاري وقومي حيث اتسع دوره ليشمل تعليم الزائر وتنقيفه وربط هذه العينات القديمة بحاضره. وقد وقع اختيار الباحثة في هذه الدراسة على ثلاثة متاحف مصرية هامة وهي: المتحف المصري بالقاهرة، والمتحف اليوناني الروماني بالإسكندرية، ومتحف الإسكندرية القومي. وقد بينت الدراسة أن متاحف مصر ذات أهمية كبيرة في الجذب السياحي إلا أنها لا تعد نقطة جذب رئيسية وإنما هي عنصر جذب مكمل لعناصر الجذب الأخرى كالأهرامات مثلاً. وقد أوصت الدراسة بضرورة تكثيف الجهود المختلفة لتسويق المتاحف المصرية بشكل أكبر ووضعها على خارطة السياح العالمية.

لقد هدفت دراسة Culley⁽¹⁵⁾ إلى بيان دور المتاحف كعنصر جذب سياحي في كندا من وجهة نظر أمنائها، وتبين أن أمناء المتاحف يتطلعون إلى السياحة كقوة إيجابية في دعمها لتحقيق أهدافها التعليمية والثقافية، بالإضافة إلى الرغبة في استقبال المزيد من الزوار لتحقيق مزيد من الإمكانيات الاقتصادية. وبينت الدراسة أن أمناء هذه المتاحف وعلى الرغم من تركيزهم على المردود الاقتصادي للمتاحف من الحركة السياحية إلا أنهم لم يغفلوا الدور التعليمي والثقافي لها.

مشكلة الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم دور متاحف الآثار الأردنية كعامل جذب سياحي وبخاصة تلك الواقعة في قلب المواقع الأثرية كجرش، ومأدبا، وأم قيس، وجبل القلعة في عمان.

أهداف الدراسة

تتلخص أهداف هذه الدراسة في الآتي:

1. بيان واقع المتاحف الأثرية الأردنية من الناحية السياحية.
2. بيان دور المتاحف الأثرية الأردنية كعنصر جذب سياحي، وهل هي عنصر جذب سياحي رئيسي أم ثانوي.
3. بيان آراء وانطباعات السياح عن عينة من المتاحف الأثرية في الأردن.
4. تقديم الاقتراحات والتوصيات الملائمة لزيادة دور المتاحف الأردنية في الجذب السياحي.

أهمية الدراسة

1. تأتي أهمية الدراسة من أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني من حيث مساهمته في الدخل القومي والتي بلغت 14.2% لعام 2011، أضف إلى ذلك دور القطاع في توفير (41.879) فرصة عمل مباشرة في نفس العام أيضاً، إضافة إلى دورها في توليد العملة الصعبة والتي بلغت (2.1) مليار دينار أردني.⁽¹⁶⁾
2. تتبع أهمية الدراسة كونها من الدراسات القليلة التي تربط بين المتاحف الأثرية الأردنية والجذب السياحي.
3. المساهمة في تفعيل المستقبل لدور متاحف الآثار في السياحة المستدامة كعامل جذب سياحي، والمساهمة في زيادة دورها في الدخل القومي.

مبررات الدراسة

1. قلة الدراسات التي ربطت بين المتاحف الأردنية والجذب السياحي.
2. تعدد المتاحف ذات أهمية كبيرة خاصة في المقاصد السياحية ذات الطابع الثقافي كالأردن.
3. تعدد المتاحف الأثرية في الأردن هي الأكثر عددا مقارنة مع أنواع المتاحف الأخرى، لذا جاءت هذه الدراسة لتركز على دور المتاحف الأثرية في الأردن كعنصر جذب سياحي.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

أولاً: أسلوب جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من البيانات: الثانوية

منها كالدراسات السابقة والأدب النظري المتعلق بالمتاحف ودورها في الجذب السياحي، وكذلك الاعتماد على بيانات خاصة بزوار المتاحف الأردنية التي تم الحصول عليها من مديرية الإحصاء السياحي في وزارة السياحة. أما البيانات الأولية فقد تم الحصول عليها من خلال الاعتماد على استبانة صممت خصيصاً لتحقيق أهداف هذه الدراسة.

ثانياً: أداة الدراسة

بعد مراجعة الأدب النظري الخاص بدور المتاحف في الجذب السياحي تم تصميم استبانة احتوت على مجموعة من الأسئلة على النحو التالي:

1. أسئلة تتعلق بالجوانب الديمغرافية والاقتصادية والاجتماعية للسياح كالعمر والجنس والجنسية.
2. أسئلة تتعلق بخصائص الرحلة إلى الأردن مثل مدة الإقامة، وكيفية معرفة السائح بالمتحف، ومدى حصوله على معلومات كافية عنه، ورغبته في زيارة المتحف مرة أخرى.

3. أسئلة تتعلق بآراء وانطباعات السياح حول المتاحف التي تمت زيارتها كحجم المتحف، والمعلومات المتوفرة حول معروضاته، وطريقة عرضها، ونظافة المتحف، ومدى مساعدة الموظفين داخل المتحف لزواره.

ثالثاً: صدق أداة الدراسة وثباتها

تم حساب ثبات أداة الدراسة بالاعتماد على معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's alpha) التي كانت قيمتها في هذه الدراسة (0.793) مما يوضح درجة جيدة من الثبات لاستخدام هذه الاستبانة في هذه الدراسة. كما تم مراجعتها من قبل عدد من المختصين وذوي الخبرة في هذا المجال، وبناءً على ملاحظاتهم تم إجراء بعض التعديلات على بعض فقراتها لتخرج الاستبانة بصورتها النهائية.

رابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتألف مجتمع الدراسة من زوار المتاحف الأثرية الأردنية من الأجانب فقط، لأن غالبية من السياح الثقافيين الذين يتطلعون لزيارة مثل هذه المواقع. أما عينة الدراسة فقد تألفت من زوار أربعة متاحف أثرية فقط شملت: متحف الآثار الأردني في جبل القلعة، ومتحف آثار أم قيس، ومتحف آثار جرش، ومتحف آثار مأدبا. وقد استخدمت أداة الدراسة لجمع البيانات من هؤلاء الزوار. وقد اعتمد أسلوب جمع البيانات بطريقة الزائر الأول على رأس كل ساعة ابتداءً من الساعة العاشرة صباحاً وحتى الساعة الثانية ظهراً بحيث لا تزيد عدد الاستبانات التي تجمع يومياً عن خمس استبانات، وإذا تصادف عدم قدوم زوار في ساعة ما خلال الفترة السابقة ترحل

الاستبانة للساعة التي تليها. والجدول رقم (4) يبين عدد الاستبانات التي جمعت من كل متحف:

الجدول (4)

عدد الاستبانات التي جمعت من كل متحف

اسم المتحف	عدد الاستبانات	النسبة المئوية %
متحف الآثار الأردن - جبل القلعة-	40	30.7
متحف آثار مادبا	30	23.1
متحف آثار أم قيس	30	23.1
متحف آثار جرش	30	23.1
المجموع	130	100

خامساً: تحليل البيانات

لأغراض تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أسئلتها فقد استخدمت في الدراسة الأساليب الإحصائية التالية:

1. التكرارات والمتوسطات الحسابية لبيان خصائص عينة الدراسة والكشف عن آراء وانطباع السياح حول المتاحف التي تمت زيارتها.

2. معادلة كرونباخ ألفا Cronbach's alpha لأغراض التأكد من ثبات أداة الدراسة.

سادساً: محددات الدراسة

1. تبعاً لإحصاءات مديرية الإحصاء السياحي في وزارة السياحة ومديرية المتاحف في دائرة الآثار العامة فقد وجد إنهما لا يرصدان إلا بيانات خمسة متاحف فقط هي: متحف الآثار الأردني في جبل القلعة، ومتحف الحياة الشعبية في المدرج الروماني في وسط عمان، ومتحف السلط، ومتحف مادبا، ومتحف العقبة.

2. الإحصاءات المتوفرة حول هذه المتاحف تهتم فقط بأعداد

الزوار حسب الشهر والجنسية فيما إذا كان أردني أو أجنبي دون الخوض في تفاصيل جنسية الأجنبي. وفي ظل هذا الفقر الكمي والنوعي من البيانات فقد حاولت الدراسة معالجة ما يتوفر لديه منها لبيان مكانة متاحف الآثار الأردنية سياحياً.

مناقشة النتائج

أولاً: خصائص عينة الدراسة الاجتماعية والاقتصادية

يبين الجدول رقم (5) خصائص عينة الدراسة الاقتصادية والاجتماعية، نلاحظ من الجدول رقم (5) أن أغلب زوار المتاحف من عينة الدراسة هم من الذكور (55.4%)، وهم من فئة الشباب فقد بلغت نسبة من تراوحت أعمارهم بين (20-29) عاماً (24.6%). هذا وقد تراوحت مدة الإقامة بين (6-10) أيام عند (55.4%) من أفراد العينة. وقد كان (47.7%) من أفراد العينة من الجنسيات الأوروبية خاصة البريطانية والألمانية والإسبانية، ثم جاءت الجنسيات الأمريكية في المرتبة الثانية (30.8%) خاصة من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

الجدول (5)

خصائص عينة الدراسة الاقتصادية والاجتماعية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	55.4
	أنثى	44.6
العمر	20-29	24.6
	30-39	19.2
	40-49	18.5
	50-59	20
	60 سنة فأكثر	17.7
		23

النسبة المئوية %	التكرار	المتغير
47.7	62	أوروبي
30.8	40	أمريكي
10	13	آسيوي
3.8	5	استرالي
7.7	10	أخرى
26.2	34	اقل من 5 أيام
55.4	72	6-10 أيام
13.8	18	11-15 يوم
3.6	6	أكثر من 15 يوم

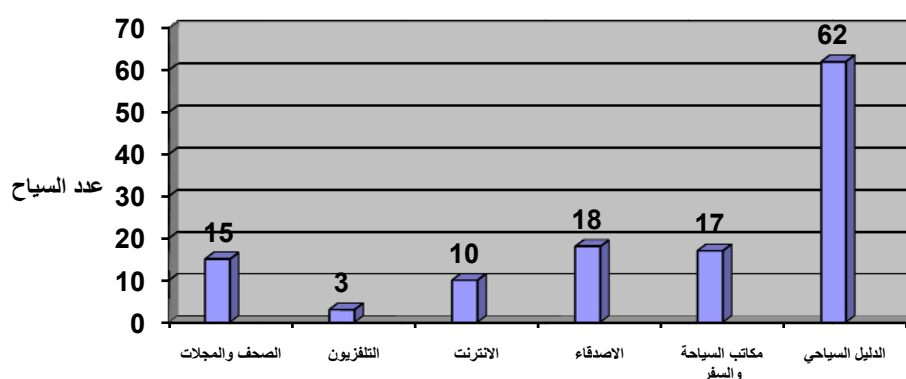
ثانياً: انطباع السياح في المتاحف الأردنية

تشير الأدبيات إلى أن المتاحف تعد عامل جذب سياحي هامة لتعزيز تجربة السياح الثقافيين على وجه الخصوص، إلا أنه ومع تنامي وازدياد عناصر الجذب والترفيه المختلفة فإن دور المتاحف أخذ يتراجع ليضعها أمام خيارين: أحدهما يعتبرها ذات دور تربوي وتعليمي والحفاظ على محتويات الأمة، والآخر يعتبرها نقاط جذب سياحي تدر دخلاً اقتصادياً إضافياً على ميزانية الدول⁽¹⁷⁾. وسنحاول من خلال الأسئلة التالية التي وجهت للسياح (عينة الدراسة) بيان مكانة المتاحف الأردنية سياحياً، في ضوء انطباعاتهم عنها بعد زيارتها:

1. طرق ووسائل معرفة السائح عن متاحف الآثار في الأردن

نلاحظ من خلال الشكل (2) ضعف دور وسائل الإعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمقروءة، وكذلك مكاتب السياحة والسفر بالتعريف بالمتاحف الأردنية. إلا أن أفضل وسيلة

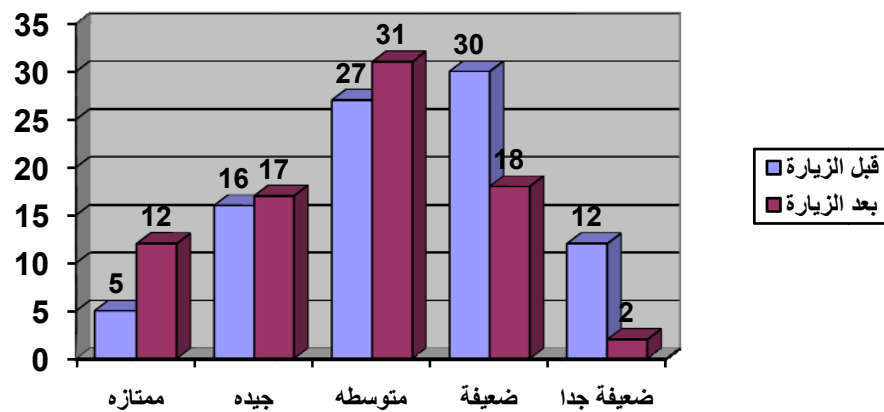
تعريف ارتبطت بالادلاء السياحيين الذين يبدأ دورهم بالتعريف بالمتحف بعد قدوم السياح، فقد أشار (69.2%) من أفراد العينة بأنهم تعرفوا على المتاحف من خلال الدليل السياحي؛ مما يعني أنها لم تدرج ضمن البرنامج السياحي المباع للسائح. ومما يدل على ذلك أيضاً أن حوالي (16.9%) فقط من أفراد العينة قد تعرفوا بالمتحف من خلال مكاتب السياحة والسفر، كما أن دور الانترنت في التعريف لم يتجاوز (11.5%) وذلك لأن المتاحف الأردنية لا تمتلك موقعاً إلكترونياً يمكن السائح من الإطلاع عليها قبل الزيارة أو الاستزادة في المعلومات بعد إتمامها، حيث يشير Minchetti⁽¹⁸⁾ إلى أنه يمكن للموقع الإلكتروني الخاص بالمتحف أن يسهم في تعزيز تجربة السائح خارج جدرانه، من خلال وضع متحف افتراضي على الانترنت، لكنه أشار إلى أن المتحف الافتراضي - الإلكتروني E-museum - لا يمكن أن يكون بديلاً عن المتحف الحقيقي لكنه قد يكون نقطة تمهيدية له.



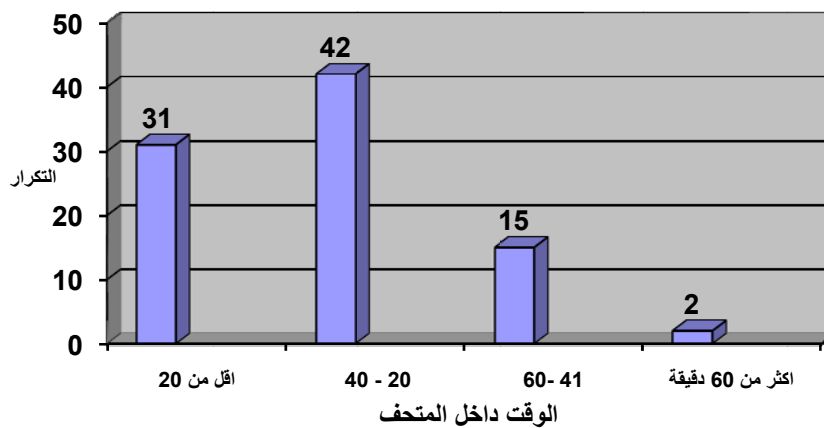
الشكل (2) وسائل معرفة السائح عن المتحف

مشاكل عدة كصغر حجم المتحف وبالتالي عدم القدرة على عرض جميع المقتنيات، فمخزن متحف جبل القلعة يحتوي على عدد كبير من القطع الأثرية الأمر الذي يصعب عرضها في مساحة المتحف الصغيرة المتوفرة للعرض، كما أن صغر مساحة ردهات وقاعات المتحف لا تمكن الإدلاء من الشرح لمجموعاتهم داخله خاصة في المواسم السياحية النشطة لما يسببه ذلك من إزعاج لهم مكتفين بجولة الزوار لمشاهدة المقتنيات وقراءة المعلومات المكتوبة حولها بمفردهم.

2. حجم المعلومات التي حصل عليها السائح عن المتحف
يتبين من خلال الشكل رقم (3) أن حجم المعلومات التي حصل عليها السائح عن المتحف قبل زيارته للأردن كانت بمستوى ضعيف عند (77.3%) من عينة الدراسة، ولكن (22.3%) من أفراد العينة أشاروا إلى أن حجم المعلومات التي حصلوا عليها كانت مقبولة. كما أن مستوى المعلومات بعد مشاهدته للمتحف لم تختلف كثيرا عن مستواها قبل الزيارة، وذلك لأن أسلوب عرض مقتنيات المتاحف الأردنية تعاني من



الشكل (3) مستوى المعلومات التي حصل عليها السائح عن المتحف



الشكل (4) مدة زيارة السائح داخل المتحف

متاحف الأردن لم ترضي طموح ما يقارب من نصف أفراد العينة، وهذا بالطبع سيؤثر في جاذبية المتاحف سياحيا، فهؤلاء سيكون لهم دور مؤثر في زيارة المتاحف الأردنية، خاصة إذا أخذنا في الاعتبار أن ما نسبته (92.3%) من أفراد عينة

وحول مدى قابلية الزوار (عينة الدراسة) لزيارة هذه المتاحف مرة أخرى إذا تسنى لهم ذلك في المستقبل فقد أشار (64%) من أفراد العينة عن رغبتهم في زيارتها ثانية، أما (66%) أشاروا إلى عدم رغبتهم في ذلك، مما يشير إلى أن

بالنسبة لقلة المكوث في متحف جبل القلعة فيعود ذلك إلى وجود فترتي ازدحام في اليوم الواحد، أحدهما صباحية من الثامنة وحتى الحادية عشرة، والأخرى مسائية بعد الرابعة خصوصاً في الموسم السياحي النشط، وذلك بحكم موقعه في قلب العاصمة عمان التي تعد مكان الإقامة الرئيسي لزوار المملكة الذين يبدعون برنامجهم السياحي صباحاً أو يذهبونه مساءً في هذا الموقع الأثري الهام، خاصة بالنسبة للمجموعات السياحية الأجنبية القادمة عن طريق مكاتب السياحة والسفر، مما كان لذلك آثار سلبية على المتحف وزواره كالازدحام والتلوث والإزعاج وإرباك العاملين، وعدم مقدرة الزوار في الحصول على معلومات كافية عن مقتنيات المتحف

يشير Harrison⁽²⁰⁾ في دراسته إلى أجراها على زوار متاحف هاواي أن السياح الذين يزورون متاحف خارج بلادهم قلما يزورونها في بلدهم الأم. ولكن هذه الدراسة أثبتت عكس ذلك حيث تبين أن (91.5%) من عينة الدراسة قد زاروا متاحف في بلدهم الأم، مقابل (8.5%) لم يقوموا بذلك.

4. مدى رضا الزوار عن خدمات المتحف

الدراسة لم يزوروا أي من المتاحف الأردنية من قبل، مقابل (7.7%) قاموا بذلك.

3. مدة زيارة السائح (الوقت) داخل المتحف

يشير Lambert⁽¹⁹⁾ إلى أن طول الوقت الذي يمضيه السائح في المتحف مؤشر على أنه عنصر جذب سياحي رئيسي، وكلما قصر الوقت دل ذلك على أنه عنصر جذب ثانوي أو أنه لم يكن بالحسبان عند التخطيط للرحلة. وقد بينت هذه الدراسة أن الوقت الذي قضاه السياح عينة الدراسة داخل المتحف لم تتجاوز (20 - 40) دقيقة عند (46.9%) من عينة الدراسة، وأن (28.5%) امضوا وقتاً أقل من عشرون دقيقة، و(24.6%) امضوا وقتاً امتد بين (41 - 60) دقيقة. أما من أمضى وقتاً امتد أكثر من ساعة فلا يوجد أحد من أفراد عينة الدراسة وهذا ما يمكن توضيحه في الشكل (4). ويعني ذلك أن المتاحف الأردنية كانت عنصر جذب سياحي ثانوي للغالبية العظمى من عينة الدراسة.

وبحسب المسؤولين عن إدارة المتحف في جبل القلعة فإن أحد الأسباب التي تقلل من مدة مكوث الزائر في المتحف صغر حجمه، وقلة المعروض من المقتنيات وعدم تنوعها. أما

الجدول (6)

النسب المئوية لآراء عينة الدراسة بخدمات المتحف

المجموع	النسب المئوية لإجابات عينة الدراسة %					الفقرة
	جيد جداً	جيد	مقبول	ضعيف	ضعيف جداً	
100	10	21.5	46.9	16.2	5.4	مساحة قاعات وردهات المتحف الداخلية
100	14.6	32.3	33.8	17.7	1.5	المعلومات المتوفرة حول مقتنيات المتحف
100	30	21.5	41.5	2.3	4.6	رسوم الدخول إلى المتحف
100	34.6	27.7	26.9	6.2	4.6	نظافة المتحف
100	41.5	29.2	20.8	8.5	0	مدى ودية ومساعدة موظفي المتحف للزوار
100	21.5	33.8	36.2	6.9	1.5	لغة موظفي المتحف لمساعدة الزوار

(21.5%) أشاروا بأنها جيدة جداً، و(33.8%) بأنها جيدة. أما أقل مستويات الرضا عن خدمات المتاحف فقد كانت عند الفقرة الخاصة بمساحة قاعات وردهات المتحف الداخلية بنسبة (31.5%) موزعة بين جيدة جداً بنسبة (10%) وجيدة بنسبة (21.5%) أما النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة (46.9%) فقد أشاروا بأن حجم المتاحف مقبول. أما مستوى رضا الزوار عن البطاقات التعريفية حول مقتنيات المتحف فقد جاءت في المرتبة قبل الأخيرة من حيث رضا الزوار بنسبة بلغت (46.9%) تراوحت بين جيدة جداً عند (14.6%)، وجيدة عند (32.3%).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن رضا الزوار عن متاحف الآثار الأردنية والخدمات التي تقدمها كانت الأعلى عند الفقرة الخاصة بمدى ودية ومساعدة موظفي المتحف للزوار، حيث أشار (70.8%) من أفراد عينة الدراسة بأن هذه الخدمة تراوحت بين جيدة جداً بنسبة (41.5%) وجيدة بنسبة (29.2%). ثم جاءت في المرتبة الثانية الفقرة الخاصة بنظافة المتحف فقد أشار (62.3%) من أفراد العينة بأن النظافة كانت بين جيدة جداً بنسبة (34.6%) وجيدة بنسبة (27.7%). ثم جاءت الفقرة الخاصة بلغة الموظفين داخل المتحف في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (55.3%)، منهم

نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى أهم النتائج المتمثلة بما يلي:

1. لا تعد متاحف الآثار في الأردن عنصر جذب سياحي رئيسية وإنما عنصر ثانوي مكمل لعناصر أساسية تتمثل في المواقع الأثرية والتراثية.
2. هناك مشاكل خاصة بالبيانات المتعلقة بزوار المتاحف الأثرية الأردنية من الناحية الكمية والنوعية، فباستثناء متحف الآثار الأردني ومتحف الحياة الشعبية ومتحف مادبا ومتحف العقبة لا يتوفر على موقع وزارة السياحة أية بيانات عن المتاحف الأخرى على الرغم من كثرة عددها، كما أن البيانات الموجودة لا تهتم إلا بجنسيات الزوار فيما إذا كانوا أردنيين أو أجانب دون التفصيل في جنسيات هؤلاء الأجانب.
3. لموقع المتحف دور هام في استقطاب الزوار فالمتاحف الواقعة بالقرب أو داخل المواقع الأثرية تأتي في المرتبة الأولى من حيث عدد الزوار بالمقارنة مع تلك الواقعة بالقرب من المراكز الحضرية للمدن.
4. غالبية زوار المتاحف الأردنية من الأجانب القادمين مع المجموعات السياحية الذين تعرفوا على المتحف من خلال الدليل السياحي بنسبة (69.2%)، والغالبية العظمى منهم (62.3%) لم يكونوا على دراية بزيارة المتاحف لكونها لم تكن مدرجة على برامجهم السياحية قبل قدومهم.
5. تبين من خلال الدراسة ضعف دور وسائل الإعلام ومكاتب السياحة والسفر في تسويق المتاحف الأردنية، خاصة وأن الأردن يملك تنوعاً في المتاحف من ثقافية وتراثية وطبيعية وعسكرية والتي لم ترقى حتى الآن في اعتبارها منتج سياحي بحد ذاته.
6. أدركت إدارات المواقع الأثرية في الأردن أن المتاحف لا تشكل عنصر جذب سياحي بحد ذاتها، فقد كان أفراد المجموعات السياحية يدفعون رسوم دخول للمواقع الأثرية بشكل منفصل عن تلك التي تدفع للمتاحف التي تقع بداخلها، لذا عمدت إدارات المواقع إلى دمج رسوم الدخول

لكل منهما في تذكرة واحدة عند الدخول إلى الموقع الأثري، وبالتالي فإن رسوم الدخول إلى المتحف قد دفعت سواء زار السائح المتحف أم لم يفعل.

التوصيات

تتلخص توصيات الدراسة بناء على نتائجها بما يلي:

1. ضرورة الاهتمام أكثر بالبيانات الخاصة بزوار المتاحف من حيث الكم والنوع بشكل تفصيلي ذلك حسب الجنسيات والأشهر كي يساعد ذلك في تحقيق نتائج أفضل للدراسات المتحفية مستقبلاً.
2. بما أن أكثر المتاحف الأردنية زيارة تلك الواقعة بالقرب من المناطق الأثرية فثمة صعوبة تواجه المتحف الوطني الجديد الواقع في وسط مدينة عمان (رأس العين) والبعيد عن المواقع الأثرية في جذب الزوار بشكل كبير، لذا توصي الدراسة بأن يتبع هذا المتحف إستراتيجية التنسيق مع الادلاء السياحيين أو هيئة تنشيط السياحة أو مكاتب السياحة والسفر لوضعه على برامج السياحة المنفذة في الأردن.
3. ضرورة التنسيق بين مكاتب السياحة والسفر والمتاحف في تحديد موعد زيارة المجموعة السياحية كي لا يخلق ذلك ازدحاماً وإزعاجاً داخل المتحف في وقت واحد خاصة في ظل صغر حجم المتاحف الأردنية بوضعها الحالي.
4. في ظل تنامي عناصر الجذب السياحي المختلفة ووجود التنافس الشديد بينها في جذب زوارها، صار لزاماً على المتاحف تبني استراتيجيات جديدة قد تساهم في الحفاظ على زوارها من السياح ومنها: إنشاء موقع الكتروني للمتحف يمكن السائح من التعرف على مقتنياته قبل الزيارة أو التوسع في المعرفة بعد عودته إلى بلده الأصلي، وكذلك من خلال استحداث نشاطات مختلفة داخل مبنى المتحف أو بالقرب منها كالمطاعم وصالات العرض والمعارض الفنية وغيرها. وإن يتوفر لدى كل متحف ادلاء من المتخصصين في الدراسات الاثرية كي يقدم المتحف ومقتنياته للزوار بشكل أكثر رقياً واستيعاباً.

الهوامش

- (4) Kotter, 2001
- (5) Van Der Brog and Zago, 1995
- (6) الشياح والمحيسن، 2008.
- (7) Leiper, 1990
- (8) Touche, 1989

- (1) EIU, 1993
- (2) دعيس، 1990.
- (3) Kelly, 2007

- | | |
|---|------------------------|
| Culley, 2010 (15) | Leiper, 1990 (9) |
| مديرية الإحصاء السياحي، وزارة السياحة، 2012. (16) | عبد اللطيف، 1993. (10) |
| Tufts and Milne, 1999 (17) | Bruner, 1993 (11) |
| Minchetti, 2002 (18) | Stever, 1999 (12) |
| Lambert, 2011 (19) | Minchetti, 2002 (13) |
| Harrison, 1997 (20) | عامر، 2005. (14) |

المصادر والمراجع

- Harrison, J. 1997. Museum and touristic expectation. *Annals of tourism research*. 24 (1): 23-40.
- Kelly, L. 2007. Visitors and learner: Adult Museum visitors learning identities. University of Technology. Sydney.
- Kotler, N. 2001. New ways of experiencing culture: the role of museums and marketing implications, *Museum management and curatorship*, 19 (4): 417-425.
- Lambert, T. S. 2011. Gazing from home: Cltural tourism and Art museums, *Annals of Tourism Research*, 38 (2): 403-421.
- Leiper, N. 1990. Tourist Attraction Systems, *Annals of tourism research*, 17 (2): 367- 384.
- Minchetti, V. Moretti, A. and Micelli. S. 2002. Reengineering the museum's role in the tourism value chain: towards an it business model, *Information technology and tourism*, 4: 131-143.
- Steven, T. and Simon, M. 1999. Museums: A supply-side perspective, *Annals of tourism research*, 26 (3): 613-631.
- Touche, R. 1989. Museums Funding and Services: The visitor perspective, Report of a survey carried out by Touche Ross Management Consultants, London.
- Tufts, S. and Milne, S. 1999. Museums: A supply-side perspective, *Annals of tourism research*, 26 (3): 613-631.
- Van der Brog, J. and Zago, M. 1995. Museum Management. *Quaderni Ciset*, 10.
- الشباب، عاطف والمحيسن، زيدون، 2008، علم الآثار والمتاحف الأردنية، الأردن، منشورات وزارة الثقافة.
- دعيس، محمد يسري، 1990، متاحف التراث الشعبي والجذب السياحي: دراسة في انثروبولوجيا المتاحف (متحف التراث السيناوي)، مصر، الإسكندرية، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ط1.
- عامر، رانيا، 2005، البعد الثقافي للمتحف ودوره في التنمية السياحية: دراسة في انثروبولوجيا السياحة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الانثروبولوجيا.
- عبد اللطيف، مازن، 1993، المتاحف الأثرية في الأردن: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.
- الموقع الإلكتروني للمتحف الأردن <http://jordanmuseum.jo/ar/node/347> تم الدخول إلى الموقع بتاريخ 2013/8/26.
- مديرية الإحصاء السياحي، وزارة السياحة والآثار، 2012، www.mota.gov.jo
- Bruner, E. 1993. Special Issue museums and tourism, *Museum Anthropology*, 17(3).
- Culley, S. 2010. Museums and tourists: A Quantitative look at Curator Perceptions of Tourism. published Master Thesis. Waterloo, Ontario, Canada.
- EIU. 1993. The marketing for cultural tourism in Europe. *EIU travel and tourism*, 6, 30-46.

The Role of Jordanian Archaeological Museums in as Tourism Attracting

*Akram Atef Rawashdeh**

ABSTRACT

This study aims of investigating the role of Jordanian archeological museums in attracting tourists and explaining their perceptions about this role in four museums: Jordan Archaeological Museum in Amman, the Archaeological Museum of Madaba, the Archaeological Museum of Umm Qais in Irbid, and the archaeological Museum of Jerash. The study involved a distribution of a questionnaire to a sample of foreign visitors to these museums (130 visitors). These questionnaires were analyzed by using the statistical package for social science (SPSS) to extract the frequencies, and means. It was concluded that museums in Jordan are not considered as a tourist attraction in itself, but as part of the tourism industry as a whole. The location of the museum played a key role in attracting visitors, in which tourist guides would lead to them instead of being included in tourism programs sold for tourists before their visit. The study also found that there is a lack of visitors statistic studies related to museums, so addition to that further development and caring are needed.

Keywords: Jordanian Museums, Cultural Tourism, Tourism Attraction, Heritage Tourism.

* Department of Tourism and Travel, Faculty of Tourism and Hotel Management, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
Received on 29/10/2012 and Accepted for Publication on 21/1/2014.