

تقييم دور الصحافة الإلكترونية في تنشيط السياحة المحلية في مصر

Mayaada Mohameed Abdel Hamid
Faculty of Tourism and Hotel Management

المستخلص

إن السياحة أصبحت مصدراً مدرراً للموارد المالية وعاملاً من عوامل التنمية الاقتصادية فيجب أن يكون لها إعلامها المتخصص لإبراز المنتج السياحي للدولة؛ وبناءً على ذلك يهدف البحث إلى إلقاء الضوء على الصحافة الإلكترونية وتفسير وتحليل الوضع القائم بها، وذلك لتقييم دورها في تنشيط السياحة المحلية في مصر، وتقديم المقترحات لتطويرها. كما اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتوزيع استمارات الإستقصاء على (28) من القيادات الصحفية والصحفيين والمحريين من المؤسسات الصحفية عينة البحث الصحف العامة، والصحف السياحية، كما تم توزيع استمارات الإستقصاء على (50) من السائحين المحليين. وتوصلت الدراسة إلى وجود صحافة إلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر، ووجود أساليب متبعة لتقييم دور الصحافة الإلكترونية في التنشيط السياحي، ولكن يوجد ضعف في الإمكانيات المالية وضعف في الكفاءة البشرية القادرة على التكيف مع الصحافة الرقمية. وتوصي الدراسة بتنوع استخدام وسائل الصحافة الإلكترونية مثل صحافة الفيديو، الذكاء الاصطناعي... إلخ، تخصيص مساحة كبيرة للموضوعات والأنشطة السياحية وتدريب وتأهيل كوادر متميزة في مجال الصحافة الإلكترونية.

الكلمات الدالة: الصحافة الإلكترونية- السياحة المحلية- التقنيات الحديثة- التنشيط السياحي- وسائل الإعلام

مقدمة

تعد السياحة واحدة من الأنشطة والموارد الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم، وخاصة في الوقت الراهن؛ وبالنظر إلى السياحة في مصر يتضح لنا أنها تمتلك مقومات وجوانب سياحية هائلة ومتنوعة تجعلها تحتل مكانة سياحية متقدمة في العالم متى ما توافرت المتطلبات والإحتياجات التي تساعد في تحقيق ذلك. وللصحافة الإلكترونية دوراً مهماً وكبيراً في إحداث نقلة نوعية دائمة للسياحة في مصر، وذلك من خلال المتابعة والتغطية وإبراز الأنشطة والمجالات والمعالم السياحية (الودعاني، 2021).

مشكلة البحث

تعتبر مصر من الدول التي تمتلك معالم سياحية تستحق أن تكون وجهة لكل سائح خاصة السائح المحلي لما تتمتع به من بيئة سياحية وطبيعية تمتاز بها عن العديد من الدول الأخرى، فبرز هنا أهمية وسائل الإتصال والإعلام المختلفة والتي أهمها الصحافة الإلكترونية التي تقوم بدور فعال في تكوين الرأي العام والتأثير فيه وأيضاً تشكيل اتجاهات الأفراد نحو العديد من الأماكن السياحية المختلفة ونشر الأنشطة السياحية بالدولة، ورغم ذلك إلا أنها لم تلق الإهتمام الكافي من قبل الدولة.

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في إلقاء الضوء على وسيلة من وسائل الإعلام وهي الصحافة الإلكترونية؛ حيث تعتبر أداة من أدوات التوعية والتنقيف السياحي، فضلاً عن قدرتها على توصيل الرسائل الإعلامية إلى جمهور عريض متباين الإتجاهات وذلك بإستخدام وسائل وأساليب الصحافة الإلكترونية المختلفة. حيث ركزت الدراسة على تقييم واقع الصحافة الإلكترونية المصرية، والدور الذي تلعبه في تنشيط السياحة المحلية، والوسائل المستخدمة والوقوف على المعوقات التي تواجهها، وتقديم المقترحات لتطويرها مما يعزز دورها في المجال السياحي.

أهداف البحث

- 1- توضيح دور الصحافة الإلكترونية في تنشيط السياحة المحلية في مصر.
- 2- الكشف عن الوسائل الأساليب المتبعة لتنشيط وتقييم دور الصحافة الإلكترونية في تنشيط السياحة المحلية في مصر.
- 3- حصر أغراض استخدام الصحافة الإلكترونية في السياحة.
- 4- إلقاء الضوء على الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر، وتقديم المقترحات لتطويرها.

الإطار النظري للدراسة

لقد تطورت وسائل الإتصال تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة، وقد أسهم هذا التطور في ظهور وسائل إعلام جديدة تتميز عن الوسائل التقليدية بالعديد من المميزات ومن هذه الوسائل الصحافة الإلكترونية.

1- الصحافة والتكنولوجيا الإعلامية الجديدة

يمثل الإعلام الرقمي ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا الإتصال والمعلومات، حيث يشير مفهوم الإعلام الرقمي إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية بكافة صورها، مما أسفر عن تحول كبير في الممارسات الصحفية، وفي تحسين نوعية المضمون المقدم. وبالتالي ظهور وسيلة إعلامية جديدة تمتاز بالسرعة في تلقي الأخبار العاجلة، وتضمينها للصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقيتها، فضلاً عن حدوث تفاعل مباشر بين القارئ وال كاتب بدءاً بأسلوب جمع المراسلين المعلومات وتقديمهم الأخبار، مروراً بكيفية تكوين مؤسسات الأخبار بنياتها الخاصة، وصولاً إلى سرعة تطور التقنيات العالمية، على نحو جعلها تخترق النسيج الإجتماعي بأشكال وإمكانات جديدة (عبد العال، 2021).

2- مفهوم الصحافة الإلكترونية

اقتحاماً لعصر المعلومات والانفجار المعرفي، ووقفاً إلى المستقبل واستثماراً أفضل للتكنولوجيا المتقدمة والإمكانات المتاحة دخلت الصحافة طور جديد تحت مسمى الصحافة الإلكترونية التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر في كافة أجزائها، وفي الإنتاج الصحفي، حتى الأرشيف أصبح إلكتروني حيث تخزن الصحيفة على شكل معطيات إلكترونية. وتُعرف الصحافة الإلكترونية بأنها "نوع من الإتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني الإنترنت وشبكات المعلومات والإتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لإستقصاء الأنباء ومعالجتها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة" (إلهام، 2011).

3- أنواع الصحافة الإلكترونية

ويمكن تقسيم الصحافة الإلكترونية إلى عدة أشكال:-

أ- الصحف الإلكترونية من الصحف الورقية، وهي مواقع للصحف الورقية على شبكة الإنترنت وهذا النوع من الصحف يأخذ أحد الأشكال الآتية:-

- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي الكامل بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

ب- المواقع الإخبارية كالبوابات الإعلامية، وتختص هذه المواقع في نشر الأخبار والتحليلات والتحقيقات التي أعدت خصيصاً للنشر على شبكة الإنترنت وتحدثت المواد على مدار الساعة، ويعمل في هذه البوابات محررون ومراسلون مهتمون يمكن تسميتهم بصحفي الإنترنت.

ج- الصحف الإلكترونية التي لا ترتبط بأصل مطبوع وإنما توجد فقط على شبكة الإنترنت. وهذه الصحف يومية ويتم تحديث موادها الإخبارية آنياً (يوسف، 2017).

4- الصحافة الإلكترونية في مصر

شهد الميدان الصحفي في مصر عدة محاولات لتوصيل الصحيفة إلى قرائها عبر الوسائل الإلكترونية، بغية توفير الوقت الذي تستغرقه عملية توصيل الصحيفة إلى القراء عبر شبكات التوزيع. فعلى مستوى الصحافة المصرية فإن صحيفة الجمهورية هي أول صحيفة مصرية تنشر نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت وذلك منذ عام 1979م، وتلتها جريدة الأهرام بإنشاء موقع لها على الشبكة عام 1998م، وجاءت مؤخرًا جريدة الأخبار في إنشاء موقع لها عام 2000. (أمين، 2007) وكانت التقنية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية في البداية هي تقنية الصورة، وسرعان ما قامت به الصحف من تحديث الأنظمة، وتم استخدام تقنيات أخرى أكثر تطوراً كالنص الفائق، واستخدام الوسائط المتعددة في بعض الموضوعات.

ويتمثل دور الصحافة الإلكترونية في صناعة السياحة في الآتي:-

أ- المساهمة في دفع عجلة التنمية السياحية.

ب- نشر الوعي السياحي بين المواطنين.

ج- جذب انتباه السياح وإيصال الرسالة الإعلامية وترسيخها لديهم.

د- الإتاحة للمستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها المنتج السياحي في مصر.

ه- التوعية للمحافظة على المناطق السياحية في الدولة.

و- تشجيع المواطنين للعمل في مجال السياحة.

ي- الإهتمام بالتشريعات الصادرة في مجال السياحة لتعريف المواطنين بها.

- ز- شجيع القطاع الخاص في مجال السياحة لزيادة مشاركته في إنشاء مناطق سياحية جديدة وخصوصاً في المناطق النائية التي تتمتع بعناصر الجذب السياحي.
- ح- إدراك المواطن لأهمية السياحة كنشاط اجتماعي بنظرة واعية يدرك من خلالها ما هو ايجابي يمكن تحقيقه وما هو سلبي يجب تجنبه (هدى، 2018).

5-دراسة مقارنة بين الصحف الإلكترونية العامة والسياحية في تنشيط السياحة المحلية في مصر -أحجم الإهتمام:-

-**الصحف العامة:** تخصيص قسم خاص للسياحة يقوم بنقل بعض الأخبار المتعلقة بالنشاط السياحي يقوم عليه متخصصون محترفون من أهل الخبرة في الصحافة والسياحة معاً، وجود عنصر الإبهار لجذب القارئ لمتابعة القراءة، فهو يقوم على عنصرين هامين أولهما اختيار الصورة ذات الجودة العالية جداً ثم الإخراج الفني المتميز (السيد، 2021). والتنوع في معالجة ومناقشة الموضوعات والقضايا السياحية؛ فهناك المعلومات العامة عن أشهر الأماكن السياحية حول العالم مشمولة بمجموعة من الصور عالية الجودة، فضلاً عن وجود مراسلون ينقلون كل ما يتعلق بالسياحة من أحداث ومؤتمرات وإنشاءات جديدة يتم افتتاحها.

-**الصحف السياحية:** عبارة عن صفح متخصصة في مجال السياحة والسفر، وهي صحف ليس فقط كحلقة وصل مع السائح ولكن أيضاً العاملين في صناعة السياحة ومنظمي الرحلات وشركات الطيران والفنادق والمنتجعات السياحية، تقوم بنشر أخبار عن السياحة المصرية وتغطية فريدة لكافة المؤتمرات. وتلقي الضوء على كافة المقاصد السياحية في مصر بالكلمة والصورة مع توفير كل المعلومات التي يحتاجها السائح والمسافر سواء فنادق ومطاعم ووسائل النقل...إلخ. بالإضافة إلى عرض جميع أنماط السياحة في مصر والأنشطة والحفلات السياحية، ونقل كل المستجدات بالمجال السياحي. ومناقشة مشكلات القطاع السياحي ووضع تطورات وأفكار تساعد في النهضة السياحية. فهي بمثابة المرآة التي تعكس الواقع وفتح آفاق جديدة للنهوض بالقطاع السياحي.

ب-وسيلة الإبراز

- **الصحف العامة:** من أبرزها نص مدعوم بالصور وضعف الإعتماد على صحافة الفيديو.
- **الصحف السياحية:** من أبرزها استخدام نص مدعوم بالصور، واستخدام صحافة الفيديو للترويج للمعالم السياحية.

ج-المعوقات

-**الصحف العامة:** صغر المساحة المخصصة للمجال السياحي، فضلاً عن نشر ما يتعلق بالسياحة على فترات طويلة مقارنة بالصحف السياحية التي تعمل على مدار اليوم، ضعف الميزانية المالية لعرض الفيديوهات والتقارير عن كل ما يستجد عن السياحة في مصر والترويج لها (السيد، 2021).

-**الصحف السياحية:** لم تحظى بالإهتمام اللائق بالنسبة للدولة، لم يحظى الصحفي السياحي بالخبرة كصحفي فلايد من امتلاك الخبرة الصحفية. وقلة الإهتمام بالنسبة لإستخدام وسائل الصحافة الإلكترونية (كنشر النصوص على شاشة التلفاز، وشبكة المحمول).

منهجية البحث

انتهج البحث المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمد على توزيع استمارات الإستقصاء على (28) من القيادات الصحفية من المديرين ورؤساء الأقسام والصحفيين والمحريين من المؤسسات الصحفية عينة البحث سواء العامة (الأهرام، اخبار اليوم، اليوم السابع، المصري اليوم، الوفد)، أو السياحية (أبو الهول، Tourism Daily News). وتضمنت الإستمارة في صورتها المبدئية المحاور التالية: دور الصحافة الإلكترونية والوسائل المستخدمة في تنشيط السياحة المحلية في مصر وأساليب تقييمها، والمشكلات التي تواجه الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر. وتوزيع استمارات الإستقصاء على (110) من السائحين المحليين. وقدرت العينة الصالحة للتحليل (100) استمارة. وتضمنت الإستمارة في صورتها المبدئية المحاور التالية: وسائل الصحافة الإلكترونية الأكثر متابعة، أسباب اعتماد السائح المحلي على الصحافة الإلكترونية في السياحة.

تحليل قوائم الإستقصاء الموجهة إلى المسنولين عن الصحافة الإلكترونية في مصر

وفيما يلي عرض للنتائج الإحصائية التي أسفرت عنها عملية تفرغ قائمة الإستقصاء:-

1-أكثر وسائل الصحافة الإلكترونية فعالية في تنشيط السياحة المحلية في مصر

تزداد أهمية الصحافة الإلكترونية بتوفرها على أدوات التعليق والتفاعل مع تلك المواد الإعلامية مثل الصوت والصورة والفيديو، بل توفر هذه المواقع في بعض الأحيان فضاءات جديدة للتدوين والحوار يمكن أن تلعب دوراً مهماً حول مصر وتنشيط السياحة بها.

جدول رقم (1)

وسائل الصحافة الإلكترونية الأكثر فعالية لتنشيط السياحة المحلية

الوسائل	التكرار
نشر النصوص على شاشة التلفاز	18
الصحافة المنشورة على شبكة الإنترنت	27
شبكة المحمول	23
وسائط العرض	16
أخرى	-

* إمكانية اختيار أكثر من إجابة

يتضح من الجدول السابق أن (27) من أفراد العينة قد أجمع على أن الصحافة المنشورة على شبكة الإنترنت من أكثر الوسائل المستخدمة لتنشيط السياحة المحلية في مصر وقد تتخذ بعض الأشكال الآتية:-

-الموقع الإلكتروني: فمن خلال الموقع الإلكتروني الرسمي للجريدة (بدرين، 2011) يتم تقديم معلومات تعريفية عن مصر من خلال الربوتاج المكتوب عن المناطق السياحية المدعم بالصور والفيديو حيث تعطي نظرة واقعية للسائح المحلي عن المنطقة السياحية وتحفزه لزيارتها لما تتمتع به البيانات الصحفية بالثقة والمصداقية (عبد العزيز، 2012).

-المدونة الإلكترونية: يستطيع السائح مستخدم الإنترنت يتحول من قارئ ورائر لصفحات الشبكة العنكبوتية إلى فاعل في إنتاج مضامينها، من خلال نشر تجاربه السياحية الخاصة وإبداء آرائه حول وجهة سياحية معينة، وإعطاء نصائح لمن يطلبها (Grefe, 2015). وهي معلومات تتمتع بالمصداقية، وتروج بثقة قارئها، لكونها نابعة من تجربة مستخدم الإنترنت وليس لها هدف تجاري.

-الشبكات الاجتماعية: مثل ماي سبيس وفيس بوك، وسجلت عدد من الصحف المصرية تواجهها عبر الشبكات الاجتماعية من خلال فتح صفحة خاصة بالصحيفة والعمل من خلالها على إلقاء الضوء على الجغرافيا السياحية لمصر، ومقومات كل محافظة والنادق والقرى السياحية والخدمات السياحية المختلفة والمواقع المتاحة، فيعمل ذلك على تسهيل التواصل مع السياح المحليين مستخدمين الإنترنت وبالتالي تنشيط السياحة المحلية.

- البريد الإلكتروني: يمكن من خلاله ارسال الرسائل الإخبارية لعدد كبير من المسجلين بالصحيفة، تمكن مستخدمين الإنترنت من الإطلاع الدوري على المستجدات المتعلقة بالسياحة في الدولة، فهي نشرات إخبارية بسيطة ومختصرة، تضم مجموعة متنوعة من المقالات عن نشاطات الصحف والمعلومات عن المنتج السياحي المعروف...إلخ، تصدر بانتظام وبشكل دوري وترسل عن طريق البريد الإلكتروني للمشاركين (عثمان، 2018). في أغلب الأحيان يتم تصميم جرافيك الرسائل الإخبارية في شكل مبسط يعتمد على النص فقط، أو يتم تدعيمها باستخدام الصور. وقد أسفر الجيل الثاني من الإنترنت (الويب 2.0) على إمكانية تقنية إضافة الفيديو والصوت في الرسائل الإخبارية للإبلاغ عن المستجدات من المعارضات السياحية الجديدة (نورة، 2019).

بينما أشارت (23) من أفراد العينة إلى استخدام الصحافة المنشورة على شبكة المحمول، وبرزت نتائج البحث إلى أن الهاتف النقال أصبح يشكل وسيلة كثيراً ما تستخدم في الإتصال السياحي لإرسال الرسائل النصية القصيرة للسياح الفعليين أو المحتملين (أبو عيشة، 2018) لإطلاعهم على المستجدات الرياضية والحفلات والجوانب الثقافية لتنشيط السياحة في مصر كما يقدم معلومات عن تحديث الموقع الإلكتروني عبر الرسائل القصيرة. ويمكن من خلاله الولوج للإنترنت ومشاهدة الفيديو...إلخ. أو قد تكون نسخاً من الصحف.

وفي المقابل أشار عدد (18) من أفراد العينة إلى استخدام الصحيفة الإلكترونية المعتمدة على نشر النصوص على شاشة التلفاز، وأوضحت نتائج البحث إلى أنها تتخذ شكل النصوص المتلفزة وهي إحدى أشكال النشر الإلكتروني، فهي عملية تقدم نوعاً من الصحافة المقروءة على الشاشة، وتستخدم العديد من الفنون والمهارات الصحفية المعروفة، خاصة فن الخبر والتقرير، مع تنوع مهارات المادة الخبرية (Narasimha, 2019). وتتميز تلك الخدمة الإعلامية بالوضوح وبساطة المعلومات السياحية المقدمة لتصل إلى ذهن المتلقي بصورة مباشرة، وتهدف إلى تزويده بمعلومات عن المؤسسة الصحفية والمناطق السياحية وتعريفه بالمرافق وتسهيلات بلوغها ومعلومات عن عادات المنطقة وتقاليدها. فضلاً عن تقديم الخدمات الإتصالية حيث يتمكن القارئ من التواصل مع الموقع الإلكتروني للصحيفة.

بينما احتلت وسائل العرض نسبة ضعيفة مثلت (16) من أفراد العينة، حيث يقوم القارئ بالإطلاع على الصحيفة من خلال جهاز قارئ، وهذا الجهاز الذي يستخدم في قراءة الصحيفة الإلكترونية؛ حيث تجمع بين النص والصور ولقطات الفيديو عن المناطق والأنماط السياحية المختلفة في مصر.

2- دور الصحافة الإلكترونية في تنشيط السياحة المحلية في مصر

أصبحت الصحافة الإلكترونية تستخدم الوسائط الإلكترونية، والتي أصبح لها دوراً مهماً وكبيراً في إحداث نقلة نوعية داعمة للسياحة في مصر، وذلك من خلال المتابعة والتغطية وإبراز الأنشطة والمجالات والمعالم السياحية (الودعاني، 2021).

جدول رقم (2)

أهمية الصحافة الإلكترونية في تنشيط السياحة المحلية في مصر

التكرار	الأهمية
27	عرض جوانب الجذب السياحي في مصر
25	فعاليات ونشاطات
23	مشاريع سياحية
22	الإعلان عن خدمات وعرض برامج وأسعار
-	أخرى

* امكانية اختيار أكثر من إجابة

يوضح الجدول السابق أن عرض جوانب الجذب السياحي قد استأثر بنسبة مرتفعة حيث مثل (27) من أفراد العينة، وأشارت تلك العينة إلى أن الصحافة الإلكترونية قامت بإبراز الآثار والمزارات التاريخية والمناطق السياحية، التعريف بأنواع السياحة المتوفرة في مصر فأصبحت تلقى الضوء على الجغرافيا السياحية لمصر من أسوان والأقصر إلى الإسكندرية ومن طابا إلى مطروح والتي تتضمن المقومات السياحية لكل محافظة، وشم الشيخ والوادي الجديد، والسياحة العلاجية في واحة سيوة، وسياحة مراقبة الطيور والدراجات، وزيارة المتحف المصري الكبير حيث توجيه الأفراد نحو الآثار المصرية التي لا مثيل لها. وتضمنت أيضاً استعراض الرحلات التعريفية لطلاب الجامعات والمدارس والمدونين والصحفيين للتعرف على السياحة في مصر.

وفي المقابل نجد الفعاليات والنشاطات مثلت (25) من أفراد العينة، والتي اشتملت على نشر المبادرات للترويج للسياحة المحلية من قبل وزارة السياحة مثل مبادرة "اعرف بلدك"، التي تتناول الموضوعات السياحية والأثرية المختلفة. بينما مثلت المشاريع السياحية (23) من أفراد العينة، تناولت الصحافة الإلكترونية سواء (العامة أو السياحية) المشاريع السياحية مثل تقديم خطط التنمية السياحية والمشروعات الإستثمارية والتركيز على ما تقوم به الدولة من خطط لتشجيع تنمية السياحة، وكذلك المشاريع السياحية التي يتم تنفيذها (مصطفى، 2015)، فعلى سبيل المثال، ربط المقاصد السياحية في مصر عن طريق مشروعات النقل سواء النقل الجوي أو النقل بالسكك الحديدية، فضلاً عن المشروعات الأثرية مثل تطوير طريق الكباش واكتشافات مقبرة سفارة مما يساهم ذلك في جذب أكبر عدد من السياح المحليين. بينما جاء الإعلان عن خدمات وعرض برامج وأسعار في المركز الأخير على نحو (22) من أفراد العينة.

3- الشكل الصحفي المستخدم في الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر

يتنوع الشكل الصحفي المستخدم في الصحافة الإلكترونية ما بين الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، التحقيق الصحفي والمقال الصحفي.

جدول رقم (3)

أشكال عرض موضوعات السياحة المحلية

التكرار	أشكال العرض
24	الخبر
23	التقرير
4	التحقيق
20	المقال
-	أشكال أخرى

* امكانية اختيار أكثر من إجابة

تشير نتائج الجدول السابق إلى استحواد الخبر على صدارة القوالب الصحفية الأخرى، حيث مثل (24) من أفراد عينة البحث، فالخبر الصحفي مهمته نقل الأحداث والوقائع التي تؤثر في حياة الأفراد بطريقة مجردة وبدون إبداء رأي، وأشارت نتائج البحث إلى أنه كان يتناول المقومات السياحية والأثرية المصرية الفريدة والمتنوعة، افتتاح المتحف المصري الكبير، تقديم التسهيلات للرحلات الجماعية، خفض رسوم المزارات السياحية والأثرية والمتاحف للمواطنين، التوسع في المبادرات المحفزة للسياحة الداخلية، اكتشاف بعض البقايا الأثرية، تحويل بعض المناطق إلى محميات طبيعية مثل منطقة نيزك جبل كامل بالوادي الجديد، مشروع لتحويل قلب جبل أبو سمبل إلى متحف يعرض تاريخ الفراعنة (السيد، 2021).

بينما اشارت نسبة (23) من أفراد العينة إلى أن التقرير الصحفي يمثل أهمية أيضاً في تنشيط السياحة المحلية في مصر، فهو يستخدم في الأزمات السياحية، فعلى سبيل المثال، بعد تعافي القطاع السياحي بعد ظروف تفشي كوفيد (19) ساعدت التقارير الصحفية في تنشيط السياحة الداخلية التي دعمت الإقتصاد المصري وذلك حول تناولها تأجيل الحكومة دفع الضرائب والأقساط والقروض البنكية، وفواتير المياه والكهرباء، وتشجيع السياحة الشاطئية في مدن الساحل الشمالي والغردقة والجونة وشم الشيخ ونوبيع ومرسى علم، فضلاً عن الواحات وسياحة السفاري. أما المقال فقد احتل المرتبة الثالثة فقد مثل (20) من أفراد العينة فهو مادة رأي بالدرجة الأولى، يكتبه الكاتب الصحفي ليعبر عن آراءه وقناعاته ونظراته للأحداث والقضايا والأفكار، ويستعرض فيه ما يدعم وجهة نظره، بهدف التأثير في الرأي العام أو في الجمهور المستهدف.

4-أساليب الإبراز التي استخدمتها الصحافة الإلكترونية في نشرها لموضوعات السياحة المحلية

تتنوع أساليب الإبراز التي تستخدمها الصحافة الإلكترونية في تنشيط السياحة المحلية في مصر، حيث تُعد من أهم الأنشطة في تنمية السياحة المصرية، كما أن لها دور فعال في دعم ثقافة السائح ونشر التراث المصري، لذا لا بد أن تراعي الدقة أثناء تصميم الرسالة الإعلانية بحيث تلبى التوقعات المختلفة للزائرين.

جدول رقم (4)

أساليب نشر موضوعات السياحة المحلية

الأسلوب	التكرار
نص فقط	2
نص مدعوم بصور	28
نص مدعوم بمقطع فيديو	25
أشكال أخرى	-

* امكانية اختيار أكثر من إجابة

يوضح الجدول السابق أن أغلب المواد ذات الموضوعات السياحية المنشورة في الصحف الإلكترونية المصرية (العامية والسياحية) عينة الدراسة استخدمت وسيلة الإبراز (نص مدعوم بصور) بشكل كبير جداً حيث مثلت (28) من أفراد العينة، استعانت الصور بالشخصيات البارزة والتي تعتبر طريقة اقناعية تجعل المتلقي ينقاد وراء شخصيته المفضلة، وبالتالي جذبه نحو زيارة الأماكن السياحية المصرية كما ركزت الصور المدعومة بنص على عدة أنواع من السياحة المصرية وهي السياحة الثقافية، العلاجية والترفيهية. أما وسيلة الإبراز (نص مدعوم بمقطع فيديو) فمثلت (25) من أفراد العينة وترجع أهمية تلك الوسيلة في نشر أخبار السياحة في مصر والترويج لمعالمها السياحية عن طريق عرض فيديوهات توضح تلك المعالم وتشرحها بشكل جذاب ومبسط للجمهور.

5-كيفية تقييم الدور الذي تلعبه الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر

إن تقييم دور الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر سوف يؤدي إلى رفع مستوى جودة الأداء بها وزيادة القدرة التنافسية لها على الفضاء الإلكتروني.

جدول رقم (5)
الأسلوب المتبع لتقييم الصحافة الإلكترونية

الأسلوب	التكرار
تقارير المتابعة الإلكترونية	24
عقد لقاءات دورية للقيادات الصحفية والصحفيين والمحريين	22
اجتهاد شخصي من جانب فريق العمل بسؤال المعارف والأصدقاء	24
المشاهدة الجادة لوسائل الصحافة الإلكترونية من قبل لجنة متخصصة	23
إجراء استقصاء إلكتروني بصورة منتظمة	19
الإعتماد على تعليقات الزوار	27
أخرى	2

* امكانية اختيار أكثر من إجابة

من الجدول السابق يتضح أنه جاء في مقدمة الأساليب المتبعة حالياً لتقييم الدور الذي تلعبه الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر الإعتماد على تعليقات الزوار حيث مثلت (27) من أفراد العينة، في حين جاء إجراء استقصاء إلكتروني بصورة منتظمة في المرتبة الأخيرة حيث مثل (19) من عينة الدراسة. في حين تساوت إجابات أفراد العينة لتوضيح أن تقارير المتابعة الإلكترونية والاجتهاد الشخصي من جانب فريق العمل من الأساليب المتبعة حالياً في التقييم. كما مثلت عقد لقاءات دورية للقيادات الصحفية والصحفيين والمحريين (22) من أفراد العينة. وأشار (2) من أفراد العينة أن الأسلوب المتبع حالياً لتقييم الصحافة الإلكترونية هو وجود لجنة ملمة لتقييم تطبيق وسائل الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر.

تحليل الإجابات على الأسئلة المفتوحة

من وجهة نظرك المشكلات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر؟

تم ترتيب المشكلات التي تعوق الصحافة الإلكترونية على النحو التالي:-

- 1- ضعف الإمكانيات المالية ومثلت (28) من أفراد العينة وإن توافرها يتيح تطوير المحتوى الصحفي الإلكتروني خاصة تطبيق آليات الذكاء الاصطناعي.
- 2- ضعف الكفاءة البشرية ومثلت (22) من أفراد العينة، وهي القدرة على التكيف مع الصحافة الرقمية.
- 3- التطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الرقمية ومثلت (20) حيث يجب ملاحقة تلك التطورات لتحديث منصاتها وصفحاتها الإلكترونية، وقنواتها الخاصة على الويب باستمرار خاصة في ظل ضعف الإمكانيات المادية.

تحليل قوائم الاستقصاء الموجهة إلى السائحين المحليين في مصر

وفيما يلي عرض للنتائج الإحصائية التي أسفرت عنها عملية تفرغ قائمة الاستقصاء:-

1- الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

إن عينة البحث من السائحين المحليين كانت على النحو التالي (40%) من الإناث، في حين بلغت نسبة الإناث (60%). كما اشتملت عينة البحث على فئات عمرية مختلفة، وذلك على النحو التالي: من 20 إلى 29 بلغت نسبتها 36%، من 30 إلى 39 بلغت نسبتها 42%، من 40 إلى 49 بلغت نسبتها 14% ومن 50 فما فوق بلغت نسبتها 8%.

2- أكثر وسائل الصحافة الإلكترونية المفضلة بالنسبة لك ؟

تهتم الصحافة الإلكترونية بالمعالم السياحية للدولة وعرضها من خلال استخدام العديد من الطرق المشوقة والجذابة. فضلاً عن تعريف السائح المحلي بأهمية السياحة والاتجاه نحو المجالات السياحية.

جدول رقم (8)

وسائل الصحافة الإلكترونية الأكثر متابعة

الوسائل	التكرار
نشر النصوص على شاشة التلفاز	40
الصحف المنشورة على شبكة الإنترنت	92
شبكة المحمول	70
وسائط العرض	20
أخرى	-

* امكانية اختيار أكثر من إجابة

من الجدول السابق يلاحظ أنه قد جاء في مقدمة وسائل الصحافة الإلكترونية الأكثر متابعة الصحف المنشورة على شبكة الإنترنت حيث مثلت (92) من أفراد العينة، وأشارت أفراد العينة أن السبب يرجع إلى (انخفاض التكلفة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، سرعة الوصول إلى المتصفحين، الكونية التي تتمتع بها وقدرتها على تخطي حدود المسافة والزمن، القدرة على الإندماج الصوت والصورة والكلمة، الفورية والسرعة التي تتمتع بها، التفاعلية بين الجمهور وممارسي الخدمة) (نورة، 2019). يليها شبكة المحمول بواقع (70) من أفراد العينة، وأشارت العينة أن تلك الوسيلة تشجع المشاركة والحوار حول الممارسات الاتصالية لمتابعة الصحف، فضلاً عن التغطية الفورية والدقيقة للموضوعات ونفي الشائعات والأخبار المغلوطة. كما جاءت في المرتبة الثالثة صحافة نشر النصوص على شاشة التلفاز حيث مثلت (40) من أفراد العينة. في حين مثلت (20) من أفراد العينة صحافة وسائط العرض المختلفة.

3-أسباب اعتماد السائح المحلي على الصحافة الإلكترونية في السياحة ؟

يهتم العديد من الأفراد بمتابعة الصحافة الإلكترونية لما لها دور كبير وبارز في التزويد بكافة المعلومات والحقائق المتعلقة بالسياحة، وتحري الموضوعية في هذه المعلومات والصدق والدقة، فضلاً عن استخدام كافة أساليب الإقناع خاصة بعد توافر العديد من الوسائط الإلكترونية مما ساعد ذلك على جذب عدد كبير من السائحين خاصة المحليين.

جدول رقم (9)

أغراض استخدام الصحافة الإلكترونية في السياحة

الأغراض	التكرار
البحث عن معلومة سياحية	90
معرفة رأي الأشخاص	72
التخطيط قبل السفر	30
الحصول على مستجدات السياحة	80
أخرى	-

* مكانية اختيار أكثر من إجابة

يتضح من الجدول السابق أن (90) من أفراد العينة أشاروا إلى أن البحث عن معلومة سياحية احتلت المكانة الأولى من بين أغراض استخدام الصحافة الإلكترونية في السياحة، ويعود ذلك إلى عرض صور حية وواقعية عن الأماكن السياحية مع تسليط الضوء على الأماكن السياحية وطرق الوصول إليها براً أو بحراً أو جواً، وتنوعها في عرض المزارات السياحية. مع عرض فيديوهات خاصة للتعريف بالأماكن السياحية في مصر وهي الأكثر قدرة على إيصال الحقائق وأكثر الأدوات العاكسة للواقع وسهولة التحميل والتبادل مع إضافة مؤثرات صوتية وغيرها من مميزات الفيديو التي يمكن اضافتها عبر برامج المونتاج وغيرها. في حين أشارت (30) من أفراد العينة أنها تستخدم الصحافة الإلكترونية للتخطيط قبل السفر وذلك يرجع إلى الاعتماد على مصادر أخرى غير الصحافة الإلكترونية.

بينما أشارت (80) من أفراد العينة على استخدام الصحافة الإلكترونية من أجل الحصول على مستجدات السياحة نظراً لما تتمتع به الصحافة الإلكترونية من تقديم كل ما هو جديد عن السياحة وتقريبهم من محيطهم من خلال اكتشاف مناطق كانوا يجهلونها من قبل ما يولد لديهم فضول لزيارة تلك المناطق. وفي المرتبة الأخيرة جاءت معرفة رأي الأشخاص كأحد أسباب استخدام الصحافة الإلكترونية في السياحة حيث مثلت (72) من أفراد العينة.

4-أيهما تفضل الصحافة التقليدية أم الصحافة الإلكترونية ؟

جدول رقم (10)

أنواع الصحافة المفضلة

النوع	التكرار	النسبة
الصحافة التقليدية	22	22
الصحافة الإلكترونية	78	78
الإجمالي	100	100

تشير نتائج الجدول السابق ارتفاع الاعتماد على الصحافة الإلكترونية حيث مثلت (78%) من أفراد العينة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنها أصبحت إحدى وسائل الإعلام الجديد الذي أصبح أسهل وأكثر انتشاراً في مصر، وتعتبر تلك الصحافة مصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة مع التطوير المستمر في التطبيقات الذكية، والاتصال بشبكة المعلومات وما يتصل بها من مصادر متعددة غنية بالأخبار والمعلومات متعددة الأشكال من نصوص وصور ومقاطع فيديو ووسائط متعددة، فضلاً عن توافر أرشيف إلكتروني صحفي متكامل (يوسف، 2017) في حين مثلت (الصحافة التقليدية) نسبة (22%) كأحد أنواع الصحافة التي تعتمد عليها أفراد العينة.

نتائج البحث

- 1- إن الصحافة الإلكترونية سواء (العامة أو السياحية) أصبح لها دور هام في حياة الأفراد وفي المجال السياحي بصفة خاصة، وذلك لكونها أداة هامة لتنشيط السياحة المحلية في مصر، إلى جانب دورها الرئيسي في التأثير على اتجاهات وآراء الرأي العام وحثه على القيام بسلوك معين.
- 2- أوضحت النتائج أنه يوجد وسائل مختلفة للصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر أبرزها كان الصحافة المنشورة على شبكة الإنترنت.
- 3- تصدر الخبر الصحفي المكانة الأولى من ضمن الأشكال الصحفية المستخدمة في المادة الصحفية لعرض موضوعات السياحة الداخلية، بينما جاء التقرير الصحفي في المركز الثاني.
- 4- تصدر الخبر الصحفي المكانة الأولى من ضمن الأشكال الصحفية المستخدمة في المادة الصحفية لعرض موضوعات السياحة الداخلية، بينما جاء التقرير الصحفي في المركز الثاني. كما يعتبر النص المدعم بصور من أهم وسائل الإبراز التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة، يليه النص المدعم بالفيديو.
- 5- أشارت النتائج أن أغلب المادة الصحفية التي تناولت تنشيط السياحة المحلية في مصر اقتصر على عرض جوانب الجذب السياحي في مصر حيث مثلت النسبة الأكبر من أفراد عينة البحث.

مقترح لتطوير الصحافة الإلكترونية لتنشيط السياحة المحلية في مصر: ويشمل الآتي:-

أ- تطوير البنية الإلكترونية: إن من المعوقات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في مصر هو عدم تطويرها، ولذلك يجب تخصيص ميزانية لتطوير البيئة الرقمية التي تتيح حفظ الملفات من النصوص والصور والفيديوهات بكافة أنماطها، مع إمكانية استرجاعها على المدى الزمني البعيد.

ب- إطلاق خدمات إخبارية جديدة: حيث يجب عدم الاعتماد على وسائل محددة ولكن يجب تفعيل خدمات مثل خدمة الواتس أب، وتطبيقات آيفون وأندرويد للهواتف المحمولة كحلقة وصل بين الصحيفة والسائحين المحليين.

ج- تطوير صحافة الهاتف المحمول: يجب توفير خدمات الرسائل العاجلة وتوفير نسخ للتصفح عبر الهواتف لكافة إصدارات الصحف الرقمية.

د- الأرشيف الرقمي المتكامل: إن توافره سوف يتيح قاعدة بيانات ضخمة لكافة إصدارات المؤسسة الصحفية، ويسمح للجُمهور بتحميل المواد الرقمية السياحية تلقائياً.

هـ- صحافة الفيديو: يجب الإهتمام بها حيث تعرض مقاطع الفيديو على موقع الصحيفة وموقع اليوتيوب، تضم تلك المقاطع تقارير إخبارية مصورة وصور تسجيلية وبرامج حوارية متكاملة والتي لها دور هام في إبراز المقومات السياحية في مصر.

و- تطوير صحافة الوسائط المتعددة: يجب أن تمتلك كل صحيفة من صحف الدراسة قناة نشطة على اليوتيوب لنشر الفيديوهات السياحية التي تنتجها، فضلاً عن تقنية الجرافيك والنص والصور والرسوم في عرض المادة الصحفية.

ز- زيادة فعالية شبكات التواصل الإجتماعي: من المفترض به أن تستخدم صحف الدراسة فيسبوك وتويتر وتيليجرام وانستجرام ويوتيوب للترويج والتنشيط عن السياحة المحلية في مصر، ونشر المحتوى المتعلق بالمعالم السياحية المختلفة، والأخبار العاجلة والأنيبة عن التطويرات السياحية في مصر. فضلاً عن تلقي رسائل واستفسارات القراء عبر الرسائل المباشرة ونشر التجارب السياحية المختلفة في مصر.

ح- صحافة الذكاء الاصطناعي: يجب أن تعتمد صحف الدراسة على أنظمة الذكاء الاصطناعي والتي تساعد على إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي في الموضوعات المعتمدة على بيانات، التصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبية للغة بشكل تلقائي، اكتشاف الأخبار الزائفة وفحص المعلومات والحقائق، تحويل المعلومات بسرعة وكفاءة إلى أشكال بيانية، كل ذلك يساعد على جودة المحتوى الصحفي المقدم وزيادة فعاليته، فضلاً عن توفير المرشد الصحفي للرد على كافة الاستفسارات وشرح المعالم السياحية المختلفة عن مصر، وذلك سوف يساعد على تنشيط حركة السياحة المحلية المصرية.

التوصيات

أولاً: التوصيات الموجهة إلى الصحافة الإلكترونية (العامة-السياحية)

1- تخصيص مساحة كبيرة في وسائل الإعلام المختلفة للموضوعات والأنشطة السياحية في مصر لئتم تغطيتها بشكل مناسب، ويجب تعدد المادة الإعلامية التي تتناول الأنشطة السياحية ويساهم ذلك في نشر النشاط السياحي في مصر والتعريف به.

2- تنوع استخدام وسائل الصحافة الإلكترونية والإستفادة من الوسائط المتعددة وأهمها الفيديو في بث الأنشطة السياحية وتوضيح الأماكن السياحية الجديدة في مصر والتي تعتبر بديل إرشادي للمصريين وللأسر للتعرف من خلالها على الأماكن التي يمكن زيارتها والإستمتاع بها.

3- تواصل وسائل الإعلام بإستمرار مع المسؤولين في السياحة والجهات الرسمية ذات العلاقة للحصول على المعلومات والبيانات نظراً لتعدد الأنشطة السياحية في مصر على مدار السنة.

ثانياً: التوصيات الموجهة إلى الدولة

يجب استحداث قسم الإعلام السياحي في كليات الإعلام في مصر لتخرج كوادر متخصصة في الإعلام تساهم في تنظيم العمل الإعلامي في السياحة والتعريف بها عربياً وعالمياً.

Evaluation The Role of Electronic Journalism in Stimulating Local Tourism in Egypt

Abstract

Tourism has become a source of financial resources and a factor of economic development, so it must have its specialized media to clarify the tourism product of the state. The research aims to clarify the role of the electronic press and the methods used to activate and evaluate its role in activating local tourism in Egypt, and to submit proposals for its development. The research also relied on the descriptive analytical approach, and the distribution of survey forms to (28) press leaders, journalists and editors from the press institutions of the research sample, public newspapers, and tourist newspapers, and the survey forms were distributed to (50) local tourists. The study found that there is an electronic press to stimulate local tourism in Egypt, and that there are methods used to assess the role of electronic journalism in tourism activation, but there is a weakness in financial capabilities and a weakness in human competence capable of adapting to digital journalism. The study recommends the diversity of the use of electronic journalism such as video journalism, artificial intelligence... etc., allocating a large space for tourism topics and activities, and training and qualifying distinguished cadres in the field of electronic journalism.

Keywords: Electronic Journalism - Local Tourism - Modern Technologies - Tourism Activation - Media

المراجع

- أبو عيشة، فيصل (2018)، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- إلهام، بوثلجي (2011)، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، ص. 31.
- أمين، عبد الواحد (2007)، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص.118.
- السيد، سارة (2021)، تحليل السيميولوجي للصورة الإعلانية السياحية في الصحف الإلكترونية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (58)، المجلد (4).
- الودعاني، أسعد يحيى (2021)، معالجة الصحافة الإلكترونية لموضوعات السياحة في المملكة العربية السعودية، جامعة أم درمان الإسلامية: كلية الإعلام، مجلد 6، العدد 8، ص.215.
- بدرين، أمال (2011)، استراتيجية الاتصال في المؤسسات السياحية الجزائرية عبر المواقع الإلكترونية، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، ص.43.
- عبد العال، إسراء (2021)، واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لإتجاهات التطوير وإشكاليات التحول، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد (33)، ص.245.
- عبد العزيز، لمياء (2017)، الصحافة الرقمية وتأثيرها على إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد العاشر.
- عثمان، محاسن (2018)، توظيف الإعلام الرقمي في الترويج للسياحة الأثرية، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان، ص.39.
- مصطفى، أماني (2015)، دور الإعلام التلفزيوني في تنمية السياحة العربية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (2)، المجلد (10).
- نورة، إغالون (2019)، دور الإتصال الرقمي في تنمية السياحة في الجزائر، مجلة الإتصال والصحافة، العدد (1)، مجلد (6)، ص.ص.1-19.
- هدى، بلمتوك (2018)، دور الإعلام المحلي في الترويج للوجهات السياحية، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، ص.36.
- يوسف، ليث (2017)، المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ص.69-71.

Greffe, X. (2015), Culture Web: Création , Contenus, Économie Numérique , France : Dalloz Edition, p.62.

Narasimha, R. (2019), effective public relations and media strategy, third edition, PHI Learning Pvt. Ltd. P.532.