تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة

د/ندية عبد النبي القاضي(*)

مقدمة:

تعرضت السياحة في مصر لأزمة طاحنة، وكانت لها تداعيات كبيرة على النظام الاقتصادى المصرى برمته، وقد جاءت هذه الأزمة عقب حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء في الحادي والثلاثين من أكتوبر عام 2015، والتي راح ضحيتها 224 من ركابها من السياح الروس وطاقمها في رحلتها المتجهة من مطار شرم الشيخ الدولي إلى مطار مدينة سان بطرسبرج الروسية، وقد أثار هذا الحادث ضجة عالمية وجدلا واسعا في الأوساط الدولية والسياسية، وتلقت السياحة في مصر بهذه الحادثة ضربة قاسية خاصة مع ترجيح بريطانيا والولايات المتحدة فرضية انفجار قنبلة أدت إلى سقوط الطائرة الروسية بعيد أقلاعها من منتجع شرم الشيخ السياحي، وقد أعقب هذا الحادث أن أقلعت عشرات الطائرات من مطار شرم الشيخ لنقل وإجلاء الرعايا والسياح من مصر بعد قرار بريطانيا وروسيا إجلاء رعاياهما السياح من مصر, بالإضافة إلى إجلاء سياح إيطاليا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

وقد أدت الأزمة إلى ضربة قوية لمساعي وجهود إنعاش الاقتصاد المصري ولصناعة السياحة في مصر التي عانت سابقا بشدة بسبب الاضطرابات السياسية والأمنية في البلاد خلال السنوات الماضية منذ ثورة 25 يناير 2011 ومع تصاعد هجمات الإرهابيين في شمال سيناء، لاسيما وأن قطاع السياحة يساهم بنحو 12%

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنوفية.

من الناتج المحلي الإجمالي لمصر ويشكل نحو 15% من مواردها من العملات الأجنبية حيث تعد مصدرا مهما للعملات الأجنبية بالنسبة لمصر.

كما يقدم فرص عمل لآلاف المصريين، علاوة على تنشيط الصناعات المغذية التي يعتمد عليها هذا القطاع، مثل الصناعات الغذائية والحرف اليدوية والمفروشات والنقل وغيرها، وقد تكبد قطاع السياحة في مصر منذ هذه الأزمة خسائر تصل قيمتها إلى ملايين الدولارات يوميا استنادا إلى مصادر رسمية، بل إن هذه الخسائر امتدت آثارها إلى هذه الجوانب بسرعة كبيرة، مما انعكس بصورة سلبية حادة على أداء القطاع الاقتصادي ومعدلات نموه، وحجم وبنية استثماراته وعلى أوضاع النقد الأجنبي والاحتياطي النقدي والميزانية، وميزان المدفوعات، مما ترتب عليه كلفة اقتصادية واجتماعية باهظة .

وقد استحوذت أزمة سقوط الطائرة الروسية فوق سيناء على اهتمام وسائل الإعلام الدولية والمحلية، نظراً لما تمثله مصر من أهمية في هذه المنطقة، وكذلك يأتي هذا الاهتمام في ظل التوترات والنزاعات التي تشهدها هذه المنطقة من العالم حيث فرضت الأزمة نفسها بقوة على أجندة وسائل الإعلام والجمهور وأصبحت تحظى بمعدلات متابعة عالية، وهو ما يؤكد على أهمية دراسة دورالإعلام وفاعليته في معالجة مثل هذه الموضوعات، وذلك نظراً للدور البارز الذي تقوم به هذه الوسائل في صنع وتشكيل الصورالذهنية لدي الأفراد عن دول وشعوب العالم، إذ أنها تعد المصدر الرئيسي للمعلومات عن الدول الأخرى والأحداث العالمية الهامة حيثُ تقدم هذه الوسائل يومياً سيلا من الأخبار والمعلومات ووجهات النظر التي من شأنها أن تُؤدي إلي خلق أو تدعيم صور ذهنية لكافة الدول الأخرى وشعوبها وزعمائها وقادتها[1]، بل ويزداد دورها هذا خلال الأزمات والكوارث .

لذا تأتي هذه الدراسة لتهتم بمعرفة تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة المصرية للتغطية الإعلامية لمواقع الصحف الغربية الدولية خاصة الأمريكية

والإنجليزية لحادث سقوط الطائرة الروسية، هذه الحادثة التي فرضت نفسها بقوة على الساحة الدولية من حيث أسبابها، تداعياتها, بجانب التعرف على مقترحات المبحوثين عينة الدراسة بشأن تفعيل دور الإعلام المصري ومواقعه الإلكترونية في تنمية السياحة في مصر.

أولا :مشكلة الدراسة :

في ضوء المشكلات والقضايا التي يواجهها الاقتصاد المصري، يحظى موضوع دعم وتنشيط السياحة باهتمام كبير من جانب الأكاديميين والإعلاميين ومتخذي القرار والتنفيذيين، وذلك انطلاقا من الدور المهم والمؤثر للسياحة في الاقتصاد المصري حيث أثبتت – صناعة السياحة – في كثير من الدول السياحية المتقدمة والنامية أنها محرك أساسى للاقتصاد القومى، وسبيل فعال من سبل تنشيط الدورة الاقتصادية .

ويتزايد طموح بعض الباحثين إلى دور إعلامي أكثر فعالية لدعم السياحة الوافدة إلى مصر, ويزداد التأكيد على هذا الدور بعد الآثار التي تعرضت لها السياحة عقب حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء في أكتوبر 2015، والذي يعد من أسوأ حوادث الطيران، والذي أثار ضجة عالمية وجدلا في الأوساط الدولية السياسية والإعلامية، بل واستحوذ على اهتمام الرأي العام العالمي ووسائل الإعلام الدولية بكافة أشكالها وأنواعها، ومن بينها الصحف الدولية ومواقعها على الإنترنت والتي تباينت فيما بينها في تغطيتها لهذا الحادث.

ونظراً لأهمية وسائل الإعلام الدولية بشكل عام والصحف الدولية بشكل خاص، ودورها الذى تقوم به كوسيط إعلامى يتخطى الحدود الوطنية ليصل إلى الرأى العام العالمى كله، حيث تقدم معالجات متنوعة ما بين الأخبار والمواد التفسيرية والتحليلية ومواد الرأى، وتساهم بدورها في وضع أجندة الأحداث وأطر معالجتها لكثير

من دول العالم خاصة في أوقات الأزمات والصراعات، ولذلك فإنها تقوم بدور كبير في تشكيل عقول المواطنين من خلال ما تطرحه من تصورات حول القضايا والشعوب والدول وتقوم بنشرها على الرأى العام بما يؤثر على مواقفه تجاهها وتصنيف الآخرين كأعداء أو كأصدقاء [2].

ومن هذا المنطلق يبدو واضحا أهمية الوقوف على تقييم التناول الإعلامي الغربي لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية من وجهة نظر الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة للتعرف على الطريقة التي تم من خلالها معالجة الحادث في مواقع الصحف الغربية الدولية ومدى تأثيرها على السياحة المصرية، إضافة إلى التعرف على آرائهم بِشأن الدور الذي ينبغي أن يقوم به الإعلام المصري ومواقعه الإلكترونية في دعم التنمية السياحية في مصر مستقبلا .

ثانيا : أهمية الدراسة : -

1- تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع ذاته والذي نال معالجة مكثفة في وسائل الإعلام الدولية والمحلية وهو حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية، واستمرار هذه التداعيات إلى الآن.

2- الدور المتزايد الذي تقوم به وسائل الاتصال التفاعلية "الإنترنت" في تقديم المعلومات عن كافة القضايا والأحداث المحلية والدولية, بل ويزداد هذا الدور في فترات الأزمات والصراعات، وبالتالي فإن دراستها تمثل أهمية خاصة .

3- أهمية دراسة مواقع الصحف الغربية الدولية, كأحد وسائل الإعلام الغربي الذى أثر سلبيًا على سمعة الشعوب العربية والإسلامية مما يتطلب رد فعل إعلامي عربي لتصحيح صورة هذه الشعوب بدلاً من الصورة النمطية السائدة عن هذه المنطقة من العالم.

4- أهمية قطاع الإعلاميين، حيث تعتبر هذه الفئة من أفراد النخبة الفكرية في المجتمع ولها دورها الملموس فيه, فمن المهم التعرف علي تقييمهم للتناول الغربي لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء, والتعرف على مقترحاتهم لكيفية دعم وسائل الإعلام المصرية ومواقعها الإلكترونية للسياحة المصرية.

5- أهمية العاملين في القطاع السياحى, فهم طرف أصيل في موضوع البحث, حيث يمثلون شريحة مهمة، وقطاعاً فاعلاً في المجتمع, ويقدر عددهم بالآلاف, وهم الأكثر تأثراً وتضررا من تداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء, حيث تمس حياتهم بشكل مباشر، وما قد تؤدى إليه الأزمة من بطالة وتؤثر مباشرة على دخل هؤلاء الأفراد ومستقبلهم الوظيفي، لذا فمن المهم مشاركتهم في وضع الخطط والاستراتيجيات بل وفي مرحلة التنفيذ.

6- قلة الدراسات الإعلامية العربية التي تناولت تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للتغطية الإعلامية لحادث تحطم الطائرة المصرية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية في مواقع الصحف الغربية الدولية .

7 – يصعب تقديم رؤية مستقبلية لتفعيل دور وسائل الإعلام المصرية ومواقعها الدولية في التنمية السياحية في مصر دون رصد رؤى الإعلاميين أنفسهم وكذلك العاملين في قطاع السياحة الذين تمسهم القضية بشكل مباشر .

ثالثا : أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في رصد تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته علي السياحة المصرية، وفي إطار هذا الهدف العام تبرز عدة أهداف فرعية من أهمها ما يلي :-

أ- بالنسبة للدراسة التحليلية :

1- التعرف علي موقف مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) من حادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته على السياحة المصرية من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من مواقع هذه الصحف الغربية الدولية، ورصد أهم الأطر الصحفية التي قدمتها مواقع هذه الصحف الدولية عن حادث تحطم الطائرة الروسية .

2- محاولة رصد الواقع الحالي للسياحة المصرية عقب حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء كما قدمته مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) .

ب- بالنسبة للدراسة الميدانية :

1- التعرف على تقييم الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة المصرية عينة الدراسة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته علي السياحة المصرية .

2- قياس درجة ثقة الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة "عينة الدراسة" في المعلومات التي ترتبط بالأزمات في الصحف الإلكترونية الدولية .

3- إمداد صانع القرار بنتائج قد تفيد في التوصل لرؤية تؤدى إلى تفعيل دور الإعلام المصري في تنمية السياحة المصرية، وإبراز صورة حقيقية جديدة للمقصد السياحي المصري بعيدا عن الأزمة .

رابعا : الدراسات السابقة: سوف يتم عرض الدراسات السابقة من خلال عدة محاور هي :

- المحور الأول : الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التنمية السياحية .

- المحور الثاني : الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للأزمات في القطاع السياحي .

– المحور الثالث : دراسات تناولت الصحافة وعلاقتها بالأزمات .

المحور الأول : الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التنمية السياحية:

(1) استهدف أحمد رضا غريب (2016)[3] التعرف على دور الإعلام في تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي العراقي، وفي تنمية الوعي السياحي بشكل عام، وقد توصلت الدراسة أن لوسائل الإعلام المختلفة دور كبير في التأثير على اتجاهات وأفكار الجمهور من خلال تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي، ومن ثم قد تؤثر على السلوكيات تجاه السياحة وتجذب أكبر عدد ممكن من السياح سواء من داخل البلد أو من الخارج .

(2) هدفت دراسة أماني رضا عبد المقصود (2015)[4] إلى رصد وتحليل دور الإعلام التليفزيوني في تنمية السياحة العربية من خلال دراسة الكيفية التي استثمرت بها الدول العربية للقنوات الفضائية التابعة لها لتنمية السياحة الوافدة إلى دولها، وأظهرت النتائج اهتمام القنوات الفضائية العربية بدعم عناصر التنمية السياحية من خلال المضمون المقدم، كما ظهر من خلال مقابلة الخبراء أن أهم معوق يعيق التنمية السياحية في مصر في الفترة الحالية هو عدم توافر الأمن والاستقرار وخاصة مع تكرار الحوادث الإرهابية التي تحدث على فترات مختلفة .

(3) وتوصلت الشيماء نشأت السيد مرتضى (2015)[5] في دراستها عن مواقع التوصل الإجتماعي كأداة للتسويق السياحي في مصرإلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تستغل أيضاً بشكل جيد في التسويق السياحي على الرغم من الاعتقاد بأن المسوقين يمكن أن يساهموا بإعادة مكانة مصر في الفترة الحالية عن طريق وضع استراتيجية تسويقية لمواقع التواصل الاجتماعي لتوفير فرصة لهذه المنظمات على المنافسة في سوق السياحة.

(4) واستهدفت دراسة أمل هانى عبدالحميد شعير (2014)[6] التعرف على دور

الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تنشيط السياحة الثقافية في مصر، وتوصلت إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الوسائل الهامة والقوية للمشاركة في سوق السياحة العالمى، وتعزيز فرص التنمية السياحية، ويعتبر الإعلان على شبكات التواصل من أهم عناصر التسويق السياحى، لأنه يمثل حلقة وصل بين منتجى الخدمات والسلع والسائحين المستهدفين وبدونه يكون منتجى الخدمات والسلع غير مفيد لأن السائح لا يملك أى معلومات عما تم تنظيمه من برامج وخدمات.

(5) واستهدفت دراسة سعيد محمد باقر الرمضان (2011)[7] تقييم الإعلام السياحي ومدى تأثيره على صناعة السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام السعودي يحتاج إلى جهود أكبر لنشر الثقافة السياحية المرتكزة على المنهج العلمي والدراسات الدقيقة لأوضاع السياحة الداخلية واحتياجاتها الفعلية، وأن الإعلام السياحي يمتلك قدرة كبيرة على تغيير ثقافات المتلقين، وهذا التأثير مقترن بما يقدم على أرض الواقع من خدمات سياحية .

(6) وحاولت دراسة ناوي كمال (2010)[8] التعرف على الدور الذي يقوم به التليفزيون الجزائري في دعم السياحة، ومدى فعالية البرامج والأساليب التي يستخدمها التليفزيون الجزائري من أجل تطوير وزيادة عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، وأظهرت النتائج أن هذه البرامج السياحية لا تساهم في دعم السياحة بسبب ضعفها وافتقادها للأساليب الإقناعية، كما أثبتت الدراسة عدم فعالية هذه البرامج السياحية في التفاعل مع الجمهور، إضافة إلى عدم الاهتمام من قبل التليفزيون الجزائري بالترويج السياحي داخل قنواته .

(8) استهدفت دراسة كلين جاكوب وآخرون (2010)[9] معرفة تأثير " الإنترنت " على تشجيع الجمهور المستخدم له للقيام بأنشطة سياحية وزيارة الأماكن التي

تتناولها هذه المواقع الإلكترونية، وقد أظهرت النتائج أن الموقع الإلكتروني يكون أكثر جاذبية عندما يكون مصاحباً بصوت ضوضاء الشارع، وعندما تكون هناك إمكانية استعراض الموقع من خلال خاصية Navigation 360، وقد ثبت أنه كلما كانت الوسيلة تتمتع بقدر أكبر من الثراء في المكونات الإعلامية التي تشتمل عليها فإن احتمالية زيارة مدينة " فينسيا " تزداد في هذه الحالة لدى المبحوث .

(9) استهدفت دراسة أحمد إبراهيم محمد (2009)[10] التعرف على دور تقنية الواقع الافتراضي وتطبيقاتها في المجال السياحي، ودورها في تسويق المنتج السياحي عامة والمصري خاصة، وكيف أن الفنادق المصرية ووكالات السفر تستخدم الواقع الافتراضي تقنية إلكترونية للتسويق، وقد توصلت الدراسة إلى أن الواقع الافتراضي وسيلة تسويقية ناجحة، ويمكن عن طريقها تسويق المنتج السياحي المصري وأنه وسيلة لتنشيط السياحة إذا تم استغلاله بشكل صحيح .

(10) سعت دراسة تامر أحمد عبد العزيز (2008)[11] إلى تقييم الموقع الإلكتروني للأجهزة السياحية الرسمية في مصر، وقد أظهرت الدراسة أن الموقع الإلكتروني لهيئة تنشيط السياحة المصرية له عدد من المميزات الإيجابية إلى جانب بعض السلبيات التي يعاني منها، ومن الجوانب الإيجابية أن الموقع يقدم معلومات جيدة عن الحياة الثقافية في مصر، والأماكن التي يمكن أن يحصل فيها السائح على الراحة والاستجمام، ومن الجوانب السلبية للموقع أن التفاعلية بين الموقع الإلكتروني والمستخدمين له ضعيفة جدا، كما يحتوي الموقع على وصف ضئيل جدا عن مصر، وهو ما لا يعكس الصورة الإيجابية لها كدولة تتمتع بالريادة والقيادة في منطقة الشرق الأوسط .

(11) سعت دراسة دينا أمين النعيمي (2007)[12] إلى دراسة وسائل الإعلان السياحي في اليمن، والتعرف علي أوجه قصور الإعلان السياحي في "اليمن"،

وتوصلت الدراسة إلي أنه على الرغم من أن وزاره السياحة اليمنية والهيئة العامة للتنمية السياحية، والمجلس الأعلى للسياحة ومجلس الترويج السياحي بالعمل جنباً إلي جنب لترويج السياحة في "اليمن". فلا يزال الإعلان السياحي يواجه تحديات ممثلة في ضعف الوعي بين المواطنين، وعدم مشاركة الحكومة بشكل كافٍ في تكاليف الإعلان، بالإضافة إلي ندرة المتخصصين في مجال الإعلان وندرة المادة الإعلانية.

(12) وسعت دراسة أحمد محمد الباز (2006)[13] إلى إبراز الدور الذي تقوم به قنوات التليفزيون المحلية في عملية تنشيط السياحة الداخلية، وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج من أهمها : وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين مشاهدة البرامج السياحية بالقنوات التليفزيونية المحلية والقيام برحلات سياحية داخلية، وافتقار البرامج السياحية بقنوات التليفزيون المحلية إلى عناصر الجذب والتشويق، وإلى كوادر متخصصة في مجال الإعلام السياحي والتي من خلالها يمكن إنتاج برامج سياحية وفق أسلوب علمي مدروس، وأن التليفزيون يعد أهم وسائل الاتصال السياحي الجماهيري المهمة، والتي إن أحسن استغلال إمكاناته فسيكون له دور بارز في تنشيط حركة السياحة في مصر " بوجه عام وحركة السياحة الداخلية بوجه خاص " .

(13) واستهدفت دراسة محمد علي الغامدي (2005)[14] معرفة وجهة نظر الجمهور في البرامج السياحية المقدمة في القناة الأولى بالتليفزيون السعودي، وقد أوضحت النتائج أن الجمهور السعودي جمهور نشط وأنه يعتبر التليفزيون أقل مصدر للمعلومات السياحية مقارنة بغيره من المصادر الأخرى، وبالتالي فهو الأقل تأثيراً على قراراته السياحية، كما أكدت الدراسة على ضرورة مراعاة احتياجات الجماهير المستهدفة وأفضلياتها في الشكل والمضمون وأوقات البث للبرامج والمضامين السياحية .

(14) وسعت دراسة نهى أبو الغيط داوود (2005)[15] إلى التعرف على دور الإعلام كوسيلة رئيسة من وسائل الاتصال لرسم صورة ذهنية للمقصد السياحي، واتجهت الدراسة إلى التركيز على السوق الإنجليزي لأنه أحد الأسواق الرئيسة والمغذية للسوق المصري وللروابط العديدة بين البلدين، وذلك من خلال إبراز دور الإعلام في التأثير على الجانب المعرفي لمتخذي قرار السفر، وأظهرت النتائج أن الصورة الذهنية عن المقصد السياحي المصري بنيت أساساً لدى البريطانيين من خلال وسائل الإعلام الجماهيري المختلفة، وأن للإعلام الخارجي دوراً كبيراً في الترويج للسياحة المصرية، فلا سياحة بدون إعلام، حيث أصبح للإعلام الآن سطوة كبيرة وتأثير كبير وواضح جداً على السياحة بجميع وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية والمسموعة المرئية للترويج للدولة .

(15) استهدفت شيماء السيد سالم (2002)[16] التعرف على دور الاتصال الشخصي والممثل في جهات السياحة الرسمية وغير الرسمية والتليفزيون في تنشيط السياحة الداخلية وانعكاساتها على حركة السياحة الداخلية، وأظهرت الدراسة أن معظم أفراد عينة المسئولين السياحيين يرون أن التعاون بين جهات السياحة الرسمية وغير الرسمية من جهة وبين التليفزيون من جهة ثانية ضعيف في إطار تنشيط السياحة الداخلية، وأن المضمون الذي تقدمه البرامج السياحية يتشابه في كل القنوات التليفزيونية عينة الدراسة حيث تركز معظم البرامج على أنواع معينة من السياحة كالسياحة الثقافية والشاطئية والترفيهية وسياحة الآثار بينما يتم إغفال السياحة العلاجية والدينية والنهرية وسياحة الصحارى وغيرها من الأنواع الأخرى، وأن معظم البرامج أغفلت مناقشة قضايا التنمية السياحية وإنجازاتها والصعوبات التي تواجهها.

(16) واستهدفت دراسة صابرين جابرعبد الجليل (2000)[17] تقييم دور القنوات الفضائية المصرية في تنشيط حركة السياحة الدولية في مصر في الأسواق

السياحية للدول المصدرة لترويج المنتج السياحى المصرى، وأوضحت النتائج أن الأقمار الصناعية أدت خدمات اتصالية كان لها أكبر الأثرعلى النشاط السياحى المصرى، وأن الدور الذى تقوم به القنوات الفضائية المصرية في تنشيط حركة السياحة الدولية إلى مصر لا تزال محدودة، كما كان لثورة الاتصال المتمثلة في ظهور الأقمار الصناعية أكبر الأثر على النشاط السياحى في مصر والعالم .

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للأزمات في القطاع السياحي :

(17)استهدفت مى سيد محمد جاد الرب(2016)[18]البحث في كيفية إدارة الأزمات في قطاع السياحة المصرى و تأثيره على تحسين الصورة الذهنية لمنظمات السياحة، وتوصلت النتائج إلى وجود قصور واضح لدى المنظمات السياحية في إدارة الأزمات بكفاءة في أجهزتها الإعلامية، وعدم وجود إدارة أو وحدة تنظيمية لإدارة الأزمات في معظم منظمات القطاع السياحى في مصر.

(18) وهدفت أسماء محمد أحمد محمد (2015)[19] إلى التعرف على دور التسويق السياحي في إدارة الأزمات في مصر، وأظهرت النتائج وجود قصور في الجهود التسويقية السياحية أثناء الأزمات في مصر في الآونة الأخيرة، ويرجع ذلك لعدة أسباب من بينها : عدم وجود إدارة متخصصة لإدارة الأزمات في القطاع الرسمي والخاص تستخدم الأسلوب العلمي في إدارة الأزمة، كذلك عدم الاهتمام بالتسويق الإلكتروني، وأيضا معوقات خاصة ببحوث التسويق، علاوة على ذلك المعوقات المتعلقة بالجانب الأمني، وكذلك تحذيرات السفر التي تصدرها الدول ضد مصر.

(19) وناقشت دراسة Lexow & Edelhiem(2004)[20] تأثير الأحداث السلبية التي تعرض في وسائل الإعلام على قرارات السائح بالسفر، ومن أهمها التقارير الإخبارية التي تناولت أحداثا سلبية مختلفة في مناطق متنوعة من العالم مثل

التقارير التي تناولت أحداث الحادى عشر من سبتمبر 2001 والتقارير التي تناولت أزمة مرض السارس والذى انتشر في الفترة من مارس حتى يونيو 2003 وكان لها تأثير سلبى كبير على حركة السياحة في دول شرق آسيا، وأثبتت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام لها دور رئيسى في عملية صنع القرار لدى السائح والخاص بسفره نحو وجهة معينة دون أخرى بالرغم من العوامل الإدراكية والدافعية المختلفة الموجودة لدى السائح والتي تساهم في اتخاذه القرار بالسفر نحو مقصد سياحى معين دون آخر.

(20) وحاولت نرمين على السيد إبراهيم (2004)[21] التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في قطاع السياحة، و أشارت النتائج إلى أنه تم استخدام مجموعة من الوسائل الاتصالية في الحملات الإعلامية والتنشيطية، وقد جاء في مقدمة الوسائل التي استخدمت المجلات السياحية المتخصصة يليها القنوات الفضائية المصرية، ثم الصحف الدولية المصرية فالمطبوعات فالإنترنت.

(21) استهدفت دراسة نهي أبو الغيط (2003)[22] التعرف على دور الإعلام السياحى في ظل الأزمة الراهنة وأثبتت الدراسة أن الإعلام السياحى بجميع وسائله له دور فعال في إبراز الصورة الحقيقية ومعالم الدولة السياحية ويمكن من خلاله خلق وعى سياحى وجذب وترويج وتنمية الصورة السياحية للدولة، ويزداد تأثيرا في فترات الأزمات حيث يقوم بإبراز الصورة الحقيقية والعمل على تنشيط السياحة ورسم صورة جديدة للمقصد بعيدا عن تلك الأزمة ومحاولة عدم ربط النشاط السياحى بتلك الأزمة وبالتالى فلا يقل دور الإعلام السياحى عن غيره من الوسائل لتحسين الصورة والوضع السائد في ذلك الوقت.

(22) وهدف أسامة محمد عبد السلام خليل النواوى (2000)[23] إلى دراسة المعالجة الصحفية للأزمات السياحية، وتوصلت النتائج إلى أن الصحافة المصرية لم تلتزم بمسئوليتها تجاه الأزمات السياحية، ولم يكن للصحافة دور فعال في معالجة

الأزمات التي واجهت قطاع السياحة.

المحور الثالث : دراسات تناولت الصحافة وعلاقتها بالأزمات:

(23) سعت دراسة أحمد ناصر السليمى (2016)[24] إلى تسليط الضوء على المعالجة الصحفية لأحداث العنف التي شهدتها مملكة البحرين في الآونة الأخيرة في ظل ثورات الربيع العربي, وأظهرت النتائج تباين مواقف الصحف البحرينية المختلفة تجاه تغطيتها لأحداث العنف التي شهدتها مملكة البحرين، واتضح ذلك من خلال مسارات البرهنة المختلفة وأنواعها، والقوى الفاعلة والأطر الصحفية التي أبرزتها المعالجات الصحفية المقدمة بشأن القضية موضوع الدراسة.

(24) واستهدفت دراسة صفاء عبد الحميد عبد السميع (2015)[25] رصد وتحليل تغطية الصحف الإلكترونية للأزمة الدستورية، وأزمة العنف داخل الجامعات بعد ثورة 30 يونيو 2013، وأظهرت النتائج اعتماد صحف الدراسة على أطر الصراع وعدم الإستقرار السياسي والنتائج الاقتصادية في معالجة أخبار أزمتى الدراسة .

(25) استهدفت دراسة مهيرة عماد فتحى محمد (2015)[26] رصد وتحليل خطاب الصحف المصرية لأزمات القارة الأفريقية وتحديد وسائل إبرازها ومسارات البرهنة والقوى الفاعلة، واستخدمت أسلوب المسح الشامل على مختلف الفنون الصحفية، وأظهرت النتائج أن هناك اتفاق كبير بين الأطروحات التي قدمتها الصحف المصرية تجاه أزمات القارة الأفريقية، وكذلك في اعتماد صحف الدراسة على أطر معينة ومن أهمها : الصراع وعدم الاستقرار السياسي والنتائج الاقتصادية .

(26) وقامت سهام محمود عبد العزيز عويس (2015)[27] بدراسة أطر معالجة الصحف المصرية للأزمات دراسة حالة لأزمتى حديد التسليح والمبيدات المسرطنة، وأظهرت النتائج أن أهم الأطر كانت : الصراع والمسؤولية والنتائج الاقتصادية والحقائق المجردة .

(27) واستهدف كريم محفوظ فتوح محمد(2015)[28]التعرف على دور الصحف المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمة السورية، وأكدت النتائج على الدور الهام الذي تلعبه الصحافة في معالجة الأزمات,وعلى دورها في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمة السورية نتيجة اعتماده على الصحف المصرية في استقاء معلوماته حول الأزمة .

(28) هدفت دراسة غادة عبد التواب اليماني (2013)[29] إلى التعرف على أطر معالجة الأزمات المجتمعية في الخطاب الصحفي، وأظهرت النتائج تباين حجم الاهتمام بالأزمات المجتمعية الراهنة طبقا لتفاوت اهتمام صحف الدراسة بمشكلات المجتمع، حيث رصدت الدراسة تنوع واختلاف الأطروحات المقدمة في الخطاب الصحفي وأهدافها عند معالجة الأزمات المجتمعية في مصر .

(29) استهدفت دراسة ياسمين أسامة عبد المنعم (2013)[30] التعرف على أطر المعالجة الصحفية الأمريكية والبريطانية لأزمة الاستقطاب السياسي في المجتمع المصري، وأظهرت النتائج أن إطار الصراع السياسي جاء في المرتبة الأولى بين الأطر الإعلامية التي وظفتها الصحف الأمريكية والبريطانية المدروسة .

(30) وحاولت الأميرة سماح فرج عبد الفتاح (2011)[31] التعرف على أطر معالجة التليفزيون المصري والصحف للأزمات السياسية والاقتصادية والأمنية، وكانت أهم النتائج أن الصحف وقفت على الحياد فيما يتعلق بالأزمات الاقتصادية، واتبعت أسلوب التهويل في عرض جرائم الإرهاب .

(31) وكانت دراسة سحر فاروق (2010)[32] حول الأطر الإعلامية لخطاب الأزمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق على وباء أنفلونزا الخنازير، وكانت أهم نتائجها أن صحف الدراسة أبرزت الإطار المدعم للقيادة السياسية ورموزها بمستويات وحدود متباينة، وكان ترتيب أهم الأطر التي تم توظيفها، إطار بث الطمأنينة والتهدئة، ثم الإطار المعلوماتي، ثم النقدي، ثم الوقائي .

(32) واستهدفت دراسة سماح متولي محمد (2009)[33] التعرف على معالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية وعلاقتها بمستوى معرفة الجمهور لهذه الأزمة واتجاهاته نحوها، وتوصلت إلى أن خطاب كل من جريدتي الوفد، والأسبوع كان سلبيا تجاه الأزمة وتجاه إجراءات الحكومة لمواجهتها، في حين اتسم خطاب الأهرام بالطابع الإيجابي الدعائي المؤيد للحكومة .

(33) استهدفت هناء فاروق صالح (2007)[34] التعرف على أطر معالجة الأزمات المسيئة للرسول والإسلام في الصحافة الدولية، وتوصلت إلى أن أزمة الإساءة للرسول والإسلام ارتبطت بالسياق الأعم والأشمل لصورة الإسلام الموجودة في الثقافة الغربية بصفة عامة وفي وسائل الإعلام بصفة خاصة، وأن الأطر التي قدمت بها الصحف الدولية رؤيتها لأزمة الإساءة للإسلام تمثلت في الصراع، والمسئولية، والآثار الاقتصادية، والذات في مواجهة الآخر، والضحية، والمقارنة.

(34) وكانت دراسة ثروت فتحى كامل (2007)[35] حول إدارة الصحف المصرية للأزمة الثقافية: دراسة حالة لأزمة احتراق قصر ثقافة بنى سويف، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف الثلاث اهتمت بإبراز كارثة حريق قصر ثقافة بنى سويف من تناول الصحف لأنشطة وزارة الثقافة وأوضاع هيئات قصور الثقافة والضحايا والمصابون، واستقالة وزير الثقافة ورئيس هيئة قصور الثقافة والمحاكمات والتحقيقات التي صاحبث الكارثة، وأن المصادر الرسمية تصدرت قائمة المصادر التي اعتمدت عليها الصحف في معالجة الأزمة .

(35) قام Durham Frank 2007[36] بدراسة تغطية صحيفة الفينانشال تايمز The financial times لأزمة العملة التايلاندية عام 1997 للتعرف على كيفية تأطير صحافة المال والاقتصاد لدور الدولة أثناء الأزمة، وأوضحت الدراسة أن صحيفة الفينانشال تايمز اعتمدت على المصادر النخبوية في تغطية الأزمة ، وأنها دعمت سياسات صندوق النقد الدولي التي تقوم على تحرير السوق،

واعتبرت الدراسة أن عملية بناء الأخبار في صحيفة الفينانشال توضح لنا كيف تؤدي الصحافة الاقتصادية دورها في عصر العولمة .

(36) ركزت دراسة Billgen – Nadin (2006) [37] على تحليل الأطر التي استخدمتها صحيفتين: إحداهما ألمانية والأخري أمريكية في معالجة أزمة شركة باير Beyer والتي حدثت عام 2001 عندما اضطرت لسحب إحدي المضادات الحيوية من السوق، ووجدت الدراسة اهتماماً أكثر بالأزمة في الصحيفة الألمانية، وأن هناك اختلافا في معظم الأطر والأطروحات التي قدمتها الصحيفتان تجاه الأزمة، بينما اعتمدت الصحيفتان على المصادر النخبوية خصوصا موظفو الشركة مع تقديم وجهة نظر المرضي .

(37) واستهدفت دراسة دينا درويش (2006)[38]التعرف على دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الأداء الحكومي أثناء الأزمات، وأظهرت النتائج ان الصحف المصرية اتسمت تغطيتها بالطابع الخبرى، واتخذت الصحف القومية الاتجاه المحايد للحكومة تجاه أزمتى اغتيال السفير المصرى وحريق قصر ثقافة بنى سويف، والاتجاه المؤيد للحكومة تجاه تفجيرات شرم الشيخ، بينما اتخذت الصحف الحزبية والخاصة الإتجاه المعارض للأداء الحكومى أثناء أزمتى اغتيال السفير المصرى في بغداد وحريق بنى سويف، والإتجاه المحايد إلى حد ما إزاء أزمة تفجيرات شرم الشيخ

(38) قام عادل صادق 2006[39] بدراسة دور الصحافة المصرية في إدارة الأزمات، دراسة مسحية على أزمة 11 سبتمبر 2001، واستخدم تحليل المضمون وتحليل الخطاب لعينة من صحف الأهرام والوفد والأهالي والأسبوع، وتوصل إلى أن هناك مساحات اتفاق كبيرة بين الأطروحات التي قدمتها الصحف الأربعة عبر مواد الرأي حول أسباب ونتائج الأزمة .

(39) واستهدفت دراسة إبراهيم محمد أبو المجد (2006)[40]، التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء أزمة تفجيرات دهب، وأشارت النتائج إلى أن القنوات الفضائية تأتي في الترتيب الأول بالنسبة لمصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في المعرفة بتطورات الأزمة محل الدراسة، تلاها الصحف القومية، ثم التليفزيون المصري، ثم الأقارب والأصدقاء، ثم الراديو المصري، تلاه الصحف الحزبية، ثم الإنترنت، ثم الصحف الخاصة، تلاها الإذاعات الأجنبية، وأخيراً الصحف الأجنبية، كما تبين أن ترتيب المبحوثين لمصادر المعلومات التي يثقون بها بدرجة كبيرة لمتابعة تطورات هذه الأزمة كان على النحو السابق تماماً.

(40) واهتمت دراسة Al-Sagaf (2006)[41] بالأزمة العراقية في المواقع الالكترونية تطبيقا علي موقع قناة العربية والذي انتهي إلي أن الأزمة قد جذبت الجمهور من كل الدول العربية لقراءة أحداثها علي موقع العربية، وأن هذا المواقع قد أتاح فرصة للقراء للتعليق على أخبار وأحداث الأزمة بشكل تفوق به علي موقع قناة الجزيرة وإذاعة (بي بي سي).

(41) وسعت دراسة عادل عبد الغفار (2003)[42]، لمعرفة مصادر المعلومات المختلفة التي اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث11سبتمبر وتوابعها، وتوصلت الدراسة إلى أن التليفزيون المصري والصحف القومية جاءا في الترتيب الأول كأهم مصادر المعلومات الوطنية التي تم الاعتماد عليها في متابعة هذه الأحداث، وظهر الإنترنت كأحد مصادر المعلومات المهمة بين الطلاب، واتسمت تقديرات العينة لشبكة الإنترنت بالتقديرات المرتفعة فيما يتصل بمتغيرات درجة الثقة ودرجة التوازن، ودرجة الحالية، ودرجة العمق في مقابل التقديرات المتفاوتة التي منحوها للتليفزيون المصري .

(42) ركزت دراسة كيم سانجا Kim, Sunghae (2003)[43] على معرفة أداء

الصحافة الاقتصادية الغربية للأزمة المالية الكورية 1997 من خلال تحليل 240 مقالة في صحف : فينانيشال تايمز- وول ستريت جورنال . نيويورك تايمز- واشنطن بوست، وأظهرت الدراسة أن الصحافة الغربية تحيزت بقوة للموضوعات السلبية، وركزت على العوامل الداخلية مثل فساد النظام السياسي أكثر من العوامل الخارجية مثل التحولات الهيكلية في السوق، كما أنها اعتمدت على المصادر الأمريكية .

(43) واستهدفت دراسة مها الطرابيشي (2001)[44]، معرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات عامة وأزمة سقوط الطائرة المصرية، وأوضحت النتائج أن محددات تفضيل الجمهور المصري لوسائل الإعلام المختلفة عموماً يعود لتناولها للمعلومات بالتحليل والتفسير في المقام الأول، ثم سرعتها في نقل الأحداث، ثم عمق المعالجة، تليها الموضوعية وعدم التحيز، ثم دقة البيانات والمعلومات، وأخيراً مدى الحرية المتاحة أمام كل وسيلة في التعبير عن وجهة نظرها، وتبين أيضاً تقارب درجات الثقة بين معالجة وسائل الإعلام المختلفة لحادث سقوط الطائرة المصرية.

التعليق على الدراسات السابقة : من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين الآتي :-

1- أكدت الدراسات السابقة في المحور الأول على الدور الكبير لوسائل الإعلام في دعم و تنمية السياحة، لكن تباينت هذه الدراسات السابقة فيما يتعلق بمدى نجاح هذه الوسائل في القيام بهذا الدور وذلك من دراسة لأخرى حسب ظروف كل دراسة والمجتمع الذي أجريت فيه، وقد كانت معظم هذه الدراسات تتعلق بدور التليفزيون في التنمية السياحية (دعم – ترويج – إعلان)، كما تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها هذه الدراسات، ومن أهمها نظرية الثراء الإعلامي .

2- توصلت بعض الدراسات إلى أن الإنترنت وسيلة تسويقية ناجحة في مجال التنمية

السياحية، حيث يتمتع بالكثير من الإمكانيات والمميزات الفنية التي تؤهله ليكون وسيلة إعلامية ثرية من حيث المحتوى والمضمون .

3- أكدت بعض دراسات المحور الثاني أن الإعلام السياحي ما زال يحتاج إلى جهود كبيرة من قبل القائمين عليه، واتفقت نتائج بعضها على غياب التخطيط العلمي في التعامل مع الأزمات بالقطاع السياحى ودعت إلى ضرورة وجود خطط استراتيجية للتعامل مع الأزمات المختلفة .

4- تنوعت الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة للأزمات, وتفاوت اهتمام صحف الدراسة بهذه الأزمات، واعتمدت غالبيتها على نظرية الأطر، وقد أكدت غالبيتها على الدور المهم الذي تلعبه الصحافة في أوقات الأزمات .

5- ندرة الدراسات العربية أو الأجنبية التي تناولت أثر تغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء و تداعياته على السياحة المصرية .

6- جاءت الدراسات كثيرة ومتنوعة من حيث الهدف والأهمية والمنهج المستخدم واختيار العينة مما أفاد الباحثة في تحديد المشكلة البحثية، وفي صياغة الفروض النابعة من طبيعة وخصوصية الدراسة، وفي تحديد أساليب قياس المتغيرات، وفي تحديد العينة المناسبة لهذه الدراسة، كما أفادت الباحثة في مناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها بالدراسات السابقة.

ومما تقدم تتضح مكانة هذه الدراسة على خريطة البحوث السابقة، حيث ترتاد موضوعا جديدا يرتبط بتقييم دور الإعلام الدولي في معالجة الأزمات .

خامسا : الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على ثلاثة من المداخل النظرية المتكاملة : هى مدخل تحليل الإطار الإعلامى ومدخل التحليل الثقافي ومدخل البناء الاجتماعي للواقع.

1- **تحليل الإطار الإعلامي** Framing Analysis:

يتمثل الفرض الرئيسي للنظرية كما وضعه عالم الاجتماع جوفمان 1974 في أن وضع الأحداث في إطار معين يكسبها معني، وذلك من خلال تنظيم المعلومات المرتبطة بها بطريقة معينة تضفي عليها قدرا من الاتساق، وإهمال الجوانب الأخرى المتعلقة بهذه الأحداث، مما يؤثر بدوره على الأفكار التي يكونها الجمهور عنها وبالتالي يؤثر على كيفية إدراك الجمهور للأحداث وتقييمهم لها وسلوكهم نحوها[45] .

ويعتبر وضع الإطار هو المستوي الثاني من مستويات وضع الأجندة، حيث أنه يشارك الأجندة في جذب انتباه واهتمام الجمهور إلي القضايا والسياسات العامة، بل ويمتد تحليل الإطار إلي ما وراء الأجندة للتعرف على تأثير الإطار على إدراكهم وأفكارهم واتجاهاتهم نحو القضية والعناصر المختلفة التي تتشكل منها[46]، فالإطار الذي تقدم به القصة الإخبارية أو تُعرض به قضية ما يؤثر على إدراك الجمهور لها، وغالبا يكون متحيزا بسبب انتقاء جانب معين من الواقع وتجاهل أو تهميش سائر الجوانب الأخرى وصرف الانتباه عنها، فالإطار لا يصنع المحددات الخارجية للموضوع فقط بل يملى أيضا تنظيما معينا للمعلومات المتعلقة بالموضوع[47].

والأطر تتأثر بالأيديولوجيا والاتجاهات السياسية والتوجه السياسي للوسيلة الإعلامية ذاتها وكذلك المصادر الخارجية مثل الفاعلين السياسيين، السلطات، جماعات المصالح، النخب وغيرها من المصادر[48]، فمن خلال التركيز على إطار بعينه تستطيع النخب السياسية تحويل وتغيير الرأي العام في المجتمع، وحشد التأييد لسياساتها وتحقيق أهدافها[49].

وتستفيد الدراسة الحالية من هذا المدخل في التعرف على أبرز الأطر التي وظفتها مواقع الصحف الغربية الدولية محل الدراسة في تقديم صورة الحدث، والتعرف على مدى ارتباط الأطر السائدة في هذا الحدث (حادث تحطم الطائرة) بالأطر الشائعة التقليدية التي سادت من قبل والتي أكدتها الدراسات السابقة، ومدى ارتباطها بالعوامل المؤثرة في الإطار سواء مهنية تتعلق بالأيديولوجية التي تحكم عمل الجريدة والتوجه السياسى لها أو مرتبطة بالعاملين فيها والقيم التي تحكم انتقائهم للأخبار .

2- مدخل التحليل الثقافي:-

يعد مدخل التحليل الثقافي جهداً علمياً منظماً للإجابة عن السؤال المتعلق بكيفية تكوين المعرفة، حيث تؤثر وسائل الإعلام في إدراك المعاني التي تكونها عن العالم من حولنا، وبذلك تتضح أهمية دراسة دور وسائل الإعلام والإنتاج الثقافي في تكوين الوعي الاجتماعي خاصة تجاه الدول الأخرى التي قد لا تربط القارئ أي خبرة مباشرة بها مما يزيد من اعتماده على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات(50).

ولا يقتصر مدخل التحليل الثقافي في التركيز على المحتوى الإعلامي فقط، وإنما يمتد تركيزه إلى علاقة هذا المحتوى بالسياقات المحيطة به من سياق إعلامى وسياسي واجتماعي وثقافي، ويركز هذا المدخل على دراسة الأفكار السائدة في المجتمعات من خلال تحليل الصور النمطية التي تتشكل عند مجتمع ما عن نفسه وعن الآخرين(51)، حيث يصبح للخطاب الإعلامي دوراً مهماً في تحديد الأولويات العامة وتوجيه اهتمامات الجمهور تجاه قضايا معينة، وفي إعادة انتاج المفاهيم والقيم وتشكيل القوالب النمطية وصياغة تصورات عامة بشأن القضايا المختلفة مما يسفر عن تشكيل توجهات واهتمامات الرأى العام وتختلف هذه التصورات والمفاهيم والقيم من مجتمع لآخر وفقا لاختلاف السياق الثقافي السائد في كل مجتمع(52).

وتستفيد الدراسة الحالية من هذا المدخل في تحليل المضمون الصحفي عن حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة في مصر, لمعرفة الاتجاهات العامة المقدمة عنه من خلال ربطه بالسياق الثقافي الذى تعمل فيه الصحف الغربية الدولية وتفسير تأثير ذلك على النص الصحفي.

3- مدخل البناء الاجتماعي للواقع:-

يهتم هذا المدخل بدراسة دور وسائل الإعلام في بناء صور عن الواقع وتقديم حقائق ومعان عنه للأفراد، ويتمثل الفرض الأساسى لهذا المدخل في أننا نعيش في عالم اجتماعي غامض لا يوجد فيه معنى محدد للأفعال والأشياء والأحداث المختلفة، هذا المعنى يمكن فرضه وتوليه من قبل أشخاص لديهم نوع من السيطرة على وسائل الإعلام في مكان وزمان معينين، لذلك فإن المعنى المقدم للأشياء والأحداث يتأثر بعوامل خارجية مثل الملكية، وعناصر داخلية مثل الاعتبارات المهنية، فوسائل الإعلام تقدم تصورات عن العالم وتستخدمها في بناء معان للقضايا الاجتماعية والسياسية[53]، كما يفترض هذا المدخل أن المؤسسات الاجتماعية المختلفة هي التي تصنع المعنى وتمرره لوسائل الإعلام، والتي بدورها تقدمه للجمهورالذي يعتمد على وسائل الإعلام في بناء الصور عن العالم المحيط به، وهو ما دفع وسائل الإعلام والمؤسسات الاجتماعية المختلفة إلى تشكيل صور معينة عن الشعوب والمجتمعات المختلفة وتقديمها للجماهير على أنها الواقع الحقيقى، ويمكن بالتالى أن تقوم هذه الوسائل بعمل تغييرات في هذا الواقع، وهنا تكمن خطورة الوسائل الإعلامية وهذا هو جوهر ما يقوم عليه الإطار النظري الحالي[54].

ووفقاً لهذا المدخل تعد الرسائل الإعلامية هي مفتاح الأفراد لفهم وإدراك الظواهر الاجتماعية من خلال تقديم قوالب معينة عن هذا الواقع خاصة عندما تتعلق هذه الأخبار بموضوعات غير مألوفة بالنسبة للقارئ ولا يمكنه التحقق منها في وقتها، وبالتالى فإن هذه الأخبار لا تعكس الواقع بصدق وإنما تقدم إعادة لإنتاج صورة العالم

الخارجى، وتتأثر هذه العملية بالسياقات السياسية والثقافية والاجتماعية التي تعمل فبها الصحيفة أو أى وسيلة إعلامية أخرى، ومن ثم يقدم هذا الواقع للجمهورالذى يتبناه كحقائق اجتماعية مشكلة ومعدة مسبقا وجاهزة للاستهلاك[55]، والدراسة الحالية تستفيد من هذا المدخل في تحديد البعد الذى يقوم به أصحاب القوى المختلفة من تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات والأفكار التي تحددها هذه القوى وفقا لمصالحها الخاصة وتريد تحقيقه من أهداف تترجم إلى معان من خلال المحتوى المقدم في وسائل الإعلام سواء المحلية أو الدولية.

سادسا : تساؤلات الدراسة :

1 – تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ما المجالات والموضوعات المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء والتي جاءت في مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) ؟
- ما نوعية الفنون التحريرية التي حظيت باهتمام خطاب مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز– الجارديان) المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء ؟
- ما نوعية المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) في تقديمها للموضوعات المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية ؟
- ما وظائف المضامين المقدمة في مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان)عن حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية ؟

- ما أهم الأطر التي اعتمدت عليها مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) في طرحها للموضوعات المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية ؟

2 – تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ما مدى حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة مواقع الصحف الدولية ؟
- ما أسباب حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة مواقع الصحف الدولية ؟
- ما أهم مواقع الصحف الدولية التي يحرص المبحوثون عينة الدراسة على متابعتها؟
- ما مدى ثقة العينة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة المصرية في مواقع الصحف الدولية ؟
- ما تقييم الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية ؟
- ما رؤى الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة لمدى تأثر السياحة المصرية بمعالجة مواقع الصحف الغربية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء ؟
- ما رؤى الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة بشأن الدور الذي ينبغي أن يقوم به الإعلام المصري ومواقعه الإلكترونية في التنمية السياحية في مصر ؟

سابعا : فروض الدراسة :

1- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كلٌ من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز–الجارديان) وتقييمهم لتغطية مواقع الصحف لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء.

2- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) ورؤيتهم لمدي تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء .

3- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) ومدي ثقة كل منهما في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية .

4- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) واتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته على السياحة المصرية .

5- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في تقييم تغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء .

6- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء والثقة في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية .

7- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقاً للنوع والسن وعدد سنوات الخبرة .

8- تختلف معدلات تعرض كلّ من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف باختلاف النوع والسن وعدد سنوات الخبرة .

ثامنا : نوع الدراسة :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات الخاصة بجمهور المبحوثين من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في تقييمهم لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته على السياحة المصرية، بجانب ذلك دراسة بعض المتغيرات التي قد ترتبط بهذا التقييم كالسن والنوع والخبرة، مما يعطى مجالا للمقارنات بين استجابات المبحوثين وفقا للمتغيرات والفئات المختلفة.

تاسعا : منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، وفي إطار هذا المنهج تم عمل مسح خطاب عينة من المضامين الإعلامية المقدمة في مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة إزاء حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية خلال فترة التحليل، ومسح الأطر الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الصحف، والوقوف على أساليب المعالجة الصحفية للأزمة، كما تم تطبيق هذا المنهج على عينة من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للتعرف علي آرائهم بشأن تقييم معالجة مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته علي السياحة المصرية، ورؤاهم لكيفية تفعيل دور وسائل الإعلام المصرية ومواقعها في دعم وتنشيط السياحة في مصر .

عاشرا : مجتمع الدراسة والعينة:

1- بالنسبة الدراسة التحليلية :

طبقت هذه الدراسة علي عينة من المضامين الإعلامية المقدمة في مواقع الصحف الدولية، وقد اختارت الباحثة مواقع الصحف الدولية نظراً لأهميتها ودورها الذى تقوم به كوسيط إعلامى يتعدى الحدود الوطنية ليصل إلى الرأى العام العالمى

كله، ولكونها أداة من أدوات الاتصال الثقافي، ودورها الكبير والمتعاظم في ظل العولمة إما في تدعيم الحوار الحضارى والتعاون واحترام الخصوصيات الثقافية أو العكس من حيث إثارة النزاعات والصراعات الدينية والثقافية[56]، كما أن هذه الوسائل تقوم بدور كبير في تشكيل الرأي العام العالمي تجاه القضايا والأحداث الدولية .

وقد تم تحديد مواقع الصحف الدولية في موقعي صحيفتي الجارديان البريطانية ونيويورك تايمز الامريكية، و قد تم اختيار هذين الموقعين لاعتبارات موضوعية من أهمها : أن لها قدراً واسعاً من الانتشار، وكذلك لاهتمامهما بقضايا منطقة الشرق الأوسط، كما كان لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية حضور مكثف في هذين الموقعين، وقد تم تحليل كافة فنون التحرير الصحفي التي تناولت الحادث في هذين الموقعين.

- الإطار الزمني لعينة الدراسة التحليلية :

وقد امتد الإطار الزمني الذي أجريت فيه الدراسة التحليلية منذ الأول من شهر نوفمبر وحتى 30 نوفمبر 2015، ويرجع ذلك إلى أهمية هذا التوقيت لدراسة المضمون الإعلامي المقدم عن حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية، نظراً لأن هذه الفترة كانت بعيد الحادث مباشرة، حيث اشتدت الأزمة خلال هذه الفترة وتصاعدت حدتها وتداعياتها على الاقتصاد المصري، كما شهدت هذه الفترة اهتمام مكثف من وسائل الإعلام المحلية والدولية بالحادث وكل ما يتعلق به بداية من تصريحات المسئولين المصريين حول إجراءات مصر في مواجهة آثار وتداعيات الحادث على السياحة وعلى الاقتصاد المصري، وانتهاءً بردود الأفعال الدولية تجاه الحادث، مما يستدعى النظر إلى الكيفية التي تعاملت بها مواقع الصحف الدولية مع هذا الحادث وما تبعه من تاثيرات على السياحة المصرية.

2- بالنسبة للدراسة الميدانية:

اختارت الباحثة التطبيق على السوق السياحي المصري نظراً لأهمية ربط البحث العلمى بالمجتمع ومحاولة تطويره وفقا لما يسفر عنه البحث من نتائج يمكن أن تساهم في تنشيط حركة السياحة الوافدة الى مصر، لذا فقد تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية طبقية بأسلوب التوزيع المتساوي، وقد بلغ إجمالي العينة 400 مفردة بواقع 200 مفردة للإعلاميين (الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي)، 200 مفردة للعاملين في قطاع السياحة في مصر، وذلك وفقاً للتوصيف الذى يوضحه الجدول التالي:

جدول (1)

وصف عينة الدراسة

المتغيرات		إجمالي	
		ك	%
العمل	الإعلاميين	200	50
	العاملين بالسياحة	200	50
	الاجمالى	400	100
النوع	ذكور	274	68.5
	إناث	126	31.5
	الاجمالى	400	100
السن	أصغر من 25 سنة	26	6.5
	من 25- 40 سنة	227	56.8
	من 40 - 55 سنة	138	34.5
	أكبر من 55 سنة	9	2.2
	الاجمالى	400	100
الخبرة	أقل من 5 سنوات	71	17.8
	من 5 الى 10 سنوات	141	35.2
	من 10 الى 15 سنة	81	20.2
	أكثر من 15 سنة	107	26.8
	الاجمالى	400	100

- **النطاق الزمني:** تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهر ديسمبر 2015.

حادي عشر: أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل الكيفي للخطاب الصحفي بوصفه أكثر ملائمة لطبيعة الدراسة، وكذلك بوصفه قادراً على تحديد مرتكزات خطاب مواقع الصحف الدولية عينة الدراسة فيما طرحته من مضامين إعلامية عن الحادث، بالإضافة إلى قدرته على تحليل المواقف والحجج والبراهين التي استند إليها الخطاب في طرحه للحادث خلال فترة الدراسة، كما اعتمدت الدراسة على استمارة استقصاء في الدراسة الميدانية طبقت على الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مصر في مدينتي الغردقة وشرم الشيخ .

الصدق والثبات :

قامت الباحثة باختبار صدق صحيفة الاستقصاء من خلال عرضها على المحكمين من أساتذة الإعلام والسياحة والفنادق(*) لاختبار مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف البحث، وبعد الأخذ بآرائهم قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة على الاستمارتين، واعتمدت الباحثة في قياس الثبات على إعادة الاختبار مع نفسها على 40 مفردة بواقع 10% من حجم العينة، وحققت إعادة الاختبار نسبة اتساق عالية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.17 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات إسمية Nominal ، وترتيبية Ordinal، ووزنية Scale، وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي :

(1) **المقاييس الوصفية** وتشمل : الجداول والتوزيعات التكرارية ومتوسط الوزن المرجح .

(2) **الاختبارات الإحصائية:** التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة، وشملت: اختبار كا^2 Pearson Chi2، اختبار T.Test، اختبار (F) One Way ANOVA، الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي والمعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيا بينها ، كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون ومعامل ارتباط سبيرمان .

نتائج الدراسة

أولا : نتائج الدراسة التحليلية :

1- المجالات والموضوعات المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية في موقعي صحيفتي الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان): تناول خطاب موقعي صحيفتي الدراسة أسباب حادث تحطم الطائرة الروسية وما ترتب عليه من تداعيات وذلك كما يلي :

أ- بالنسبة لموقع صحيفة " النيويورك تايمز":

أرجع خطاب صحيفة النيويورك تاريمز الأمريكية أسباب تحطم الطائرة إلى عدة أسباب طرحت كتفسيرات محتملة لتحطم الطائرة الروسية فى شبه جزيرة سيناء هي : عطل فنى، أو خطأ بشرى، أو انفجار داخلى، أو قذيفة صاروخية، ثم رجحت أن يكون السبب الرئيسي لتحطمها إلى عمل إرهابي، واستمرت الصحيفة في خطابها على هذا الطرح، فقالت إن تنظيم داعش المتطرف – الذى يتواجد فى سيناء – ادعى تدميره للطائرة، ورغم شكوك المحققين فى حقيقة هذا الإدعاء، فإنهم لم يستبعدوا أن يكون التنظيم قد زرع قنبلة على متن الطائرة، خصوصا أن داعش دعا للجهاد ضد روسيا بعد انخراطها فى الحرب السورية، كما أن زرع الخوف هو استراتيجية أساسية يعمل بها طوال الوقت، وأكد خطابها في موضع

آخر أن الرئيس الروسي "بوتين" أعلن أن سبب التحطم قنبلة تزن كيلوجراما من مادة الـ"تي إن تى"، كما أن هناك تصريحات خرجت من الحكومة البريطانية تشير إلى أن تحطم الطائرة كان بفعل عمل إرهابي .

وانتقدت الصحيفة في كثير من الأحيان إجراءات الحكومة المصرية عقب الحادث، كما انتقدت تقرير مصر بشأن حادث الطائرة والذي جاء في وقت تواجه فيه الحكومة المصرية انتقادات لفشلها في نشر أي معلومات حول التحقيق الذي تقوده مصر، وللتقليل من احتمال سقوط الطائرة بسبب قنبلة وقارنته في كثير من الأحيان بالإجراءات العالمية وأشادت بالعالمية، حيث أوضحت أن التحقيق الذي أجرته مصر بشأن سقوط الطائرة الروسية في سيناء يعد من أسوأ التحقيقات حول حوادث الطائرات في التاريخ وأكثرها إحباطا، ويعكس التناقضات والضبابية والتضليل التي تتبعها مصر منذ بداية التحقيق في الحادث.

وذكر خطاب الصحيفة : أن هذا التقرير المبدئي يحتوي على معلومات واقعية ضئيلة، ويفتقر لأي أدلة جنائية، ولم يفي بمعايير الأدلة الأساسية المطلوبة للتحقيق في الحادث، موضحة أنه التحقيق الأكثر إحباطا لأن كل قطعة من حطام الطائرة يمكن رؤيتها وفي متناول المحققين، وهناك محققون آخرون يمتلكون خبرة طويلة في العثور على أدلة حول حوادث تفجير في ظل ظروف أكثر صعوبة من هذا الحادث، وأوضحت الصحيفة أن التحقيق أكد أنه لا صحة لشبهة إرهابية أو تدخل غير مشروع في سقوط الطائرة، ليناقض ذلك التقارير الروسية والغربية والتي أكدت أن الحادث جاء نتيجة عمل إرهابي.

واستعرض موقع الصحيفة آثار الحادث فذكر أن السياح البريطانيين بدأوا يختفون من مدينة شرم الشيخ بعد حادث تحطم الطائرة الروسية منذ عشرة أيام، بعدما قررت العديد من البلدان ومن بينها بريطانيا تعليق رحلاتها الجوية إلى مدينة شرم الشيخ بسبب مخاوف انفجار الطائرة، كما أن السياح الروس بدأوا مغادرة المدينة، فبعد عشرة أيام من حادث تحطم الطائرة

الروسية ومقتل 224 شخصا، حلت الخسائر على المدينة، بالإضافة إلى الاضطراب السياسي الذي يلعب دورا كبيرا بهذه الخسائر.

وأضاف خطاب الصحيفة أن هذا الحادث سيؤدي إلى حدوث أزمات ستعانيها مصر, وأول هذه الأزمات أزمة اقتصادية بعد هذه الكارثة التي حلت بالسياحة المصرية بعد أن قرر الرئيس الروسي ترحيل السياح الروس وحظر السفر إلى شرم الشيخ، مما هدد الكثير من شركات السياحة المصرية بالتوقف، خاصة أن السياحة الروسية تمثل أكثر من 40% من السياحة في مصر، وثاني هذه الأزمات ما ظهر بعد قيام أصحاب الشركات بإعطاء إجازات لبعض العمال وإغلاق بعض البازارات، وثالث هذه الأزمات ظهور بوادر أزمة دبلوماسية تلوح في الأفق بين مصر وروسيا بعد تقارب قوي منذ تولى الرئيس عبد الفتاح السيسي الحكم، ثم عاد خطاب الصحيفة يؤكد من جديد في تقاريره أن الآثار خطيرة على مصر وأنها ظهرت بالفعل على مستوى القطاعات الاقتصادية المختلفة.

وتدعيما لما سبق ذكره عن آثار الحادث حرص موقع النيويورك تايمز على تقديم توقعات الخبراء والمتخصصين عن تداعياته مفادها التأكيد على أن للحادث تأثير سلبي على الاقتصاد المصري وعلى موارد مصر من العملة الصعبة وعلى إيراد الموازنة العامة للدولة، وعلى الاستثمارات الأجنبية، وأن الموقف صعب والأصعب ما هو قادم، لأن الأزمة لن تنتهي قريباً، ودعت الصحيفة إلى عدم الإفراط في التفاؤل بشأن التوقعات المستقبلية بشأن الحادث، كما أوضح موقع الصحيفة بأن مصر تعانى من آثار الحادث في قطاعات السياحة والبطالة والبورصة والتصدير وتراجع الاستثمارات الأجنبية في مصر، وأن العاملين بقطاع السياحة مهددون بالتشرد، وتميز الخطاب بالتهويل والمبالغة فيما يتعلق بخطورة الحادث وآثاره على مصر، وأن للحكومة دوراً كبيراً ومسئولية عن هذه الآثار نتيجة الخلل والقصور في الأجهزة الحكومية والأمنية .

ب – موقع **صحيفة "الجارديان ":**

اتفق خطاب صحيفة الجارديان البريطانية مع خطاب صحيفة النيويورك تايمز الأمريكية في أن عملا إرهابيا وراء تحطم الطائرة، وذكرت الصحيفة في خطابها المعنون " كيف وصلت العبوة الناسفة إلى داخل الطائرة الروسية؟ "، إذا كان الكلام صائبًا وتم تهريب قنبلة إلى داخل الطائرة، فإن ذلك يعني أن شخصًا استغل تراخي الإجراءات الأمنية بالمطار وتمكن من المرور بالمتفجرات إلى داخلها، رغم أنه ليس مسافرًا على متن الطائرة على الأرجح .

واستشهدت على ذلك بقول الباحث السياسي والخبير الأمني " زاك جولد" : (إنها طائرة سياحية ولكي يحمل أحد الأشخاص المسافرين القنبلة فلابد أن تكون هناك قوة كبيرة ساهمت في تجنيده، أو قدرة متطورة على تزوير جواز سفر روسي والاندساس بين الركاب، أو بيع متفجرات لشخص من المعلوم مسبقًا أنه سيكون على متن الطائرة) وتابع جولد (إذا كانت هناك قنبلة بالفعل فأعتقد أن الطريقة الوحيدة لوضعها داخل الطائرة هي أن يكون موظفًا أو أحد العاملين بالمطار هو من وضعها، أو شخص تمكن من تهريبها للطائرة)، وفي موضع آخر ذكر خطابها بأن الكسندر بورتنيكوف – مدير جهاز الأمن الروسي – أبلغ الرئيس فلاديمير بوتين أنه يستطيع أن يؤكد بثقة أن الإرهابيين مسؤلون عن تفجير الطائرة عبر قنبلة زُرعت على متنها من قبل تنظيم "داعش"، معتبرة أن سيناء باتت منطقة خطيرة، وأن التشدد الديني السني والشيعي على حد سواء بحاجة لهزيمته ميدانيا، وأن مصر قاومت حقيقة وقوع اعتداء بقنبلة على متن الطائرة الروسية تسبب في إجلاء السياح وتعليق رحلات الطيران إلى هذا البلد التي تشكل السياحة قطاعاً حيوياً بالنسبة لاقتصاده، وأوضح خطاب الصحيفة في تقرير آخر أن تحليل الصندوقين الأسودين في الطائرة سمح بترجيح احتمال تحطم الطائرة بقنبلة، وأن عملاً إرهابياً قد أدى إلى تحطم الطائرة بعيد إقلاعها من مطار شرم الشيخ، وهاجمت الصحيفة مسؤلو المطار بشرم الشيخ، وحملتهم مسئولية ما حدث نتيجة تقصيرهم في الإجراءات الأمنية .

ثم ذكر خطاب "الجارديان" البريطانية أنه مما ترتب على هذا الحادث أن عددًا من الدول الأوروبية أوقفت رحلاتها إلى شرم الشيخ، وذلك بعد إعلان بريطانيا توقف رحلاتها إلى مصر مبررة ذلك بتزايد احتمالات وجود عبوة ناسفة أسقطت الطائرة الروسية في سيناء، موضحة أن تداعيات قرار بريطانيا بوقف رحلاتها إلى مصر زاد من مخاوف بعض الدول، مما أدى إلى وقف بعض الدول الأوروبية رحلاتها إلى شرم الشيخ، ورصدت الصحيفة البريطانية مواقف 10 دول من رحلات طيرانها بعد حادث الطائرة.

وأما عن آثار الحادث الأمنية وتداعياته على المستوى المصري: فقد تحامل موقع صحيفة الجارديان في عرضه لآثار الحادث على مصر، وانتقدت الصحيفة التقرير الذي أصدرته مصر حول تحطم الطائرة الروسية المنكوبة في وقتٍ سابق، وذكرت أنه بعد أسبوع كامل من تحطم الطائرة الروسية، تحدث المسؤول المصري عن التحقيق دون أن يعطي معلومات عن ملابسات الحادث، واعترفت صراحة بوجود آثار سلبية للحادث على مصر، واتصف الخطاب بالتهويل من آثار الأزمة على المستوى المصري ودعمت خطابها إلى حد كبير بالإحصائيات والتقارير الرسمية، حيث رأى خطابها أن هناك تحديات تواجه الاقتصاد المصري من جراء الأزمة وأنه على مصر مواجهتها، وأن السلطات المصرية احتاجت إلى تهدئة المخاوف الأمنية لحلفائها الأجانب مثل روسيا وبريطانيا، حرصًا منها على النهوض بالقطاع السياحي الذي تضرر كثيراً في الآونة الأخيرة .

وبذلك تظهر نتائج الدراسة التحليلية لخطاب الصحيفتين الغربيتين أن هناك اتفاقا كبيرا إن لم يكن تاما في الأطروحات التي قدمها خطابهما عن أسباب الحادث وتداعياته.

2- الفنون التحريرية التي اعتمد عليها خطاب موقعي الصحيفتين عينة الدراسة:

جاءت الفنون الخبرية في مقدمة الفنون المستخدمة حيث جاءت نسبتها 51% من إجمالي الفنون، وجاء "التقرير الصحفي" في الترتيب الأول في موقعي الصحيفتين، واعتمدت عليه الصحيفتان في تقديم موضوعات حادث تحطم الطائرة، ويعتبر هذا الفن ملائم للموضوع حيث اهتمت التقارير المقدمة بعرض الوقائع والأحداث مع عرض خلفياتها بما يمكن القارئ من فهم الحادث وتأثيره، وهو ما يتضح معه اهتمام موقعي صحيفتي الدراسة بالحادث، وقد تميزت التقارير بأنها مدعمة بالحجج والبراهين العقلية من أرقام وإحصائيات ومقارنات وخلفيات معلوماتية وتاريخية وأمثلة واقعية عن الحادث، كما اعتمد الموقعان على "التسلسل المنطقي للأحداث"، حيث اهتمت صحيفتا الدراسة "بأساليب الإقناع المنطقية" بشكل أساسي، ولجأت الصحيفتان إلى "الاستشهاد بالمصادر الحية" كالمسئولين والمتخصصين في موقع صحيفة النيويورك تايمز, و"المصادر غير الحية " كالتقارير الرسمية في الترتيب الأول، بينما جاء الإقناع بالاعتماد على الأرقام والإحصاءات والبيانات بصفة أساسية في المرتبة الثانية خاصة في موقع صحيفة الجارديان .

وجاء "الخبر الصحفي" في الترتيب الثاني بين الفنون المستخدمة في صحف الدراسة واعتمدت "الصحيفتان" على المصادر الرسمية بصورة أكبر فيما يتعلق بالأخبار، وكثيراً ما ارتبطت هذه المصادر بنقد الأوضاع في مصر والتحامل عليها، واتسمت هذه الأخبار إلى حد كبير بالمتابعة للوقوف على آخر تطورات الحادث مثل متابعة التحقيقات التي تجريها السلطات المصرية بشأن الحادث، وتداعيات الأزمة على المستوى المصري .

أما " المقال " فجاء في الترتيب الثالث في صحف الدراسة مما يؤكد اهتمام هذه الصحف بتناول الموضوعات والقضايا المصرية وعرضها من خلال المقالات، كما يعكس ذلك اهتمام وسائل الإعلام الغربية بالحادث وتحليله وذلك من خلال

عرض وجهات النظر المختلفة تجاهه وتفاصيلها، ويلاحظ اعتماد المقالات في الصحيفتين على استخدام الأرقام والإحصائيات والمقدمات والنتائج والتحليل مما يساعد في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الحادث ونحو هذه المنطقة من العالم، ويساهم في إعادة إنتاج الواقع مرة أخرى .

وتراجع اهتمام صحيفتي الدراسة بفني " الحوار والتحقيقات " إلى الترتيب الرابع والخامس، حيث جاءا في ترتيب متأخر بين الفنون الصحفية المستخدمة في صحف الدراسة .

3 – المصادر التي اعتمد عليها موقعا صحيفتي الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان):

تنوعت المصادرالتي اعتمد عليها موقعا صحيفتي الدراسة في هذا الإطار، وكانت أهمها : المصادر الرسمية أولا, ثم الخبراء والمتخصصون على المستوى الغربي في مجال السياسة والطيران والسياحة ثانيا، وأحياناً رجال الأعمال والخبراء والمتخصصون في الاقتصاد، وأخيرا العاملون بقطاع السياحة في أحيان أخرى, وقد تم تدعيم التقارير والتحقيقات بالوثائق والمستندات، حيث اهتمت الصحيفتان بعمل تقارير عن تاريخ الأحداث الإرهابية في مصر وأثرها على السياحة المصرية، أما الحوارات فكانت أغلبها مع مسئولين ومع خبراء ومتخصصين على المستوى الدولي في تفسير وتحليل مثل هذه الأحداث، وبذلك استعانت الصحيفتان الدوليتان الغربيتان (النيويورك تايمز والجارديان) بعدة مصادر غربية بالأساس للتعليق على الأحداث مع التركيز على المصادر الرسمية، وكانت النيويورك تايمز هى الأكثر استعانة بالمتخصصين، وتؤكد هذه النتيجة أن وسائل الإعلام الغربية ما زالت تأخذ معلوماتها من مصادر (نمطية), وتعمل في منظومة القيم الاخبارية التي تستخدمها وكالات الأنباء الدولية الغربية, والتي طالما روجت لنمط من العرب وربطتهم بالإرهابيين، بالإضافة إلى عامل جيوبولوتيكى شديد الأهمية وهو عامل المصلحة، والذى تمثل في

مصالح بريطانيا والولايات المتحدة في المنطقة [57], حيث أن الإعلام الدولي هو أحد أدوات السياسة الخارجية ويعكس المواقف الرسمية لهذه الدول، كما أنه أداة أساسية من أدوات إدارة الصراع، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Durhan Frank (2007)[58]، ودراسة " ثروت فتحي كامل " (2007)[59]، ودراسة بيلجن نادين (2006)[60]، ومع دراسة kim,sunghaa (2003) التي توصلت إلى اعتماد الصحف الغربية على المصادر الرسمية الأمريكية في تغطيتها للأزمة الكورية عام 1997[61].

4 – الوظائف التي تضمنها الخطاب الصحفي في موقعي صحيفتي الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) :

كشفت الدراسة عن تنوع الوظائف التي مارسها خطابا موقعي صحيفتي الدراسة **(النيويورك تايمز – الجارديان)** فجاءت وظيفة "الإعلام والإخبار" في الترتيب الأول في موقعي صحيفتي الدراسة، مما يتضح معه اهتمام الصحيفتين بتغطية الأحداث وتقديم تفسيرات للحادث ودلالتها لبلورة وجهة نظر القارئ حولها, في حين جاءت وظيفة "الشرح والتفسير" في الترتيب الثاني في خطاب صحيفتي الدراسة، ويلاحظ أن خطاب الصحف احتوى على إستراتيجية متكاملة لمعالجة الحادث ترتكزعلى طرح أسبابها ونتائجها وتوقعات مستقبلية بشأنها, واهتمت صحف الدراسة "بنقد" الإجراءات والخطوات التي انتهجتها الحكومة المصرية تجاه الحادث، وجاءت صحيفة النيويورك تايمز في الترتيب الأول تليها الجارديان, حيث جاءت معارضة في كثيرٍ من الأحيان لإجراءات الحكومة بشأن الحادث, وأكدت على أن السلطات المصرية لا تزال مصرة على عدم التعامل مع الواقع, وحظي الهدف المتمثل في" طرح وجهات نظر متعددة" بالترتيب الرابع، وكانت كلها تتناول اتجاهاً واحداً يتفق مع التوجهات الرسمية الغربية والتي تؤكد على أن الحادث كان نتيجة لعمل إرهابي, ويلاحظ قلة اعتمادهما على "عرض جانبي الموضوع" حيث لجأتا إلى عرض الجانب

الذي تراه مناسباً لوجهتي نظرهما، وجاء في الترتيب الأخير الهدف المتمثل في" أكثر من هدف "حيث تعددت الأهداف من نشر الموضوعات المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية، مثل الإخبار والإعلام والنقد الشديد لمصر، وهنا يبدو تأثير انتماء صحيفتي الدراسة واضحاً على طبيعة خطابهما تجاه الحادث, الذي تميز بالتحيز للمصالح الغربية والتحامل على مصر، ويبدو ذلك واضحاً في لغة التقارير والمقالات التي قدمها موقعا الصحيفتين، وبذلك تؤكد هذه النتائج ارتباط الصحافة الدولية وسياستها بالسياسة الرسمية للدولة التي تصدر عنها، اذ التزما موقعا صحيفتي الدراسة بدعم الموقف الرسمى الصادر عن دولتيهما التي تصدرا عنها، إذ التزمت النيويورك تايمز بدعم الموقف الأمريكى، ونفس الشيء عبرت الجارديان عن الموقف البريطاني من الحادث، ومن المعروف أن هاتين الدولتين دائما ما يتخذا نفس الموقف تجاه الأحداث والقضايا الدولية .

5- الأطر التي اعتمد عليها خطاب موقعي صحيفتي الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) :

تنوعت الأطر التي اعتمد عليها موقعي صحيفتي الدراسة في خطابهما بشأن حادث تحطم الطائرة، وكان أهم هذه الأطر ما يلي :

1- اتضح اعتماد موقعي الصحيفتين على إطار "**الإرهاب**" في الترتيب الأول كفاعل رئيسي حيث أكد خطاب الصحيفتين على أن كلا من لندن وواشنطن تميلان إلى تفسير يعزز وجود قنبلة في الطائرة زُرعت على متنها من قبل تنظيم "داعش"، بدليل اعلان تنظيم "ولاية سيناء" التابعة لتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، مسؤوليتها المبدئية عن إسقاط الطائرة، دون إيضاح التفاصيل، وكيفية إسقاطها وأن هذا التنظيم هو من يقف وراء الحادث بنسبة كبيرة، وذلك لسببين رئيسيين:

أ- إن ثمة انفجار قد حدث ناجماً عن عمل إرهابي, وأن الطائرة قد تحطمت وافترشت الأرض على مسافة ما يقارب من 5 كيلو مترا, ما يعنى أن هناك عملاً إرهابياً بالفعل، بخلاف ما أثير عن الاشتباه بعطل فني أودى بالطائرة إلى هذا المشهد المأساوي.

ب- أكدت جهات التحقيق الروسية أن سقوط الطائرة كان جراء عمل إرهابي تسبب فيه خطأ أمني بمطار شرم الشيخ، وأكد خطاب النيويورك تايمز أن توارد أخبار عن سقوط الطائرة كان نتاج لعمل إرهابي، سيجعل السياح ينفرون ويخافون من المجيء لمصر، وبالتالي سيتأثر الإنعاش الوليد للسياحة التي تناضل الحكومة لجعلها أفضل، ولذلك فمن المحتمل أن يغير السياح وجهتهم ويذهبوا للمغرب الأقل اضطرابا .

ونقل خطاب الصحيفة عن المسؤولين البريطانيين والأمريكيين قولهم إنهم يزدادون ثقة بأن السبب في سقوط الطائرة هو متفجرات تم وضعها على متن الطائرة، ما جعل أكثر من بلد يصدر قرارا بإيقاف الرحلات إلى شرم الشيخ بسبب القلق الأمني، وغادر آلاف السياح المنتجع، وبينهم روس وبريطانيون، الذين يشكلون النسبة الأعلى من السياح هناك.

2- واحتل "إطار **النتائج الاقتصادية**" الترتيب الثاني، حيث عمل خطاب موقعي صحيفتي الدراسة على استعراض النتائج الاقتصادية المترتبة جراء حادث تحطم الطائرة الروسية، حيث أكد خطاب الصحيفتين على أن هذا الحادث أدى إلى كارثة حلت بالسياحة المصرية بعد أن قرر الرئيس الروسي حظر السفر إلى شرم الشيخ، بالتزامن مع تصريحات خرجت من الحكومة البريطانية تشير إلى أن تحطم الطائرة كان بفعل عمل إرهابي، وكذلك إعلان عدد كبير من الدول بتعليق رحلاتها إلى مصر, حيث ذكر خطاب النيويورك تايمز إن كون الطائرة أقلعت من مدينة شرم الشيخ السياحية وتحطمت فى صحرائها وأثرت بالسلب على دخل

مصر من السياحة، وجعل اقتصادها على المحك، نظرا لاعتماده بشكل كبير على مجال السياحة، الذى تأثر بأعوام من الصراعات المدنية وعدد من الهجمات الإرهابية التى أبعدت الزائرين عنها، وأن قطاع السياحة المصري قد يتكبد خسائر تصل قيمتها إلى أربعة ملايين دولار يوميا استناداً إلى مصادر رسمية مصرية، وقيام أصحاب الشركات بإعطاء إجازات لبعض العمال وإغلاق بعض البازارات، مما سيعرض مصر لأزمة اقتصادية خاصة أن هذا القطاع يعد أهم قطاعات الاقتصاد المصري وأحد الموارد الرئيسية للعملات الأجنبية في البلاد، كما أن هذا الحادث قد سدد ضربة قوية لمساعي وجهود إنعاش الاقتصاد المصري، لاسيما وأن قطاع السياحة يعد مصدراً هاماً للعملات الأجنبية بالنسبة لمصر، كما يقدم فرص عمل لآلاف المصريين، علاوة على تنشيط الصناعات المغذية التي يعتمد عليها قطاع السياحة، وأنه ربما ينتظرالسياحة في مصر مستقبل مظلم بعد تعليق الدول الرئيسية التي تمد سوق السياحة المصرية بالسائحين رحلاتها إلى مصر وإعادة سائحيها إلى بلادهم على نحو دفع بالرئيس الروسي فلاديمير بوتين إلى أن يحذو حذوهم ويعلق جميع الرحلات الروسية إلى مصر بعد توصيات من الاستخبارات الروسية ونصائح من قادة غربيين، وتحديدا ذكر خطاب النيويورك تايمز أن حادث الطائرة الروسية أضر بقطاع السياحة، فتركه محطما، مشيرا إلى أنه مع خسارة السياح فإن الحكومة تحرم من مصادر ضرورية للعملة الصعبة بعد أن كان منتجع شرم الشيخ استثناء هو عامل جذب لملايين السياح الروس والأوروبيين الذين تغريهم الشواطئ الجميلة والعطلات الرخيصة والطيران المباشر.

3- "إطار **المسئولية**" احتل هذا الإطار الترتيب الثالث، واتضح ذلك في خطاب موقعي صحيفتي الدراسة، والذي أكد على مسئولية الدولة المصرية عن التسبب في الحادث، فهناك اتفاق بين الصحيفتين على أن الدولة بتقصيرها في إجراءاتها

الأمنية تسببت في هذا الحادث من خلال غياب الدور الرقابي المنوط بها القيام به، وكذلك تباطؤ الدولة في اتخاذ قرارات بشأن مواجهة الأزمة، وتقصيرها في تفعيلها للدور الرقابي، وبلورة إستراتيجية لمواجهة الأزمة، وعلى وجه الخصوص حمل خطاب صحيفة الجارديان البريطانية العاملين بمطار شرم الشيخ الدولي المسئولية لتقصيرهم في اتخاذ الإجراءات الأمنية اللازمة لتأمين المطار والسائحين، وأنه إذا كانت هناك قنبلة بالفعل فالطريقة الوحيدة لوضعها داخل الطائرة هي أن يكون موظفًا أو أحد العاملين بالمطار هو من وضعها، أو شخص تمكن من تهريبها للطائرة، كما ذكر خطاب النيويورك تايمز أن زيارة الرئيس السيسي لشرم الشيخ جاءت في وقت تواجه فيه حكومته انتقادات لفشلها في نشر معلومات حول التحقيق والتقليل من احتمال سقوط الطائرة بسبب قنبلة، مما جعل صورة مصر ومسئوليها كفاعل رئيسي في خطابي الصحيفتين يتسم بطابع شديد السلبية والتقصير في أداء الدور المنوط بها .

4- وجاء **إطار "المقارنة"** في الترتيب الرابع على مستوى موقعي صحيفتي الدراسة، حيث اهتم خطاب الصحيفتين بعقد مقارنات بين حادث تحطم الطائرة الروسية وبين عدة أحداث إرهابية وأثرها على السياحة المصرية من حيث عدد السائحين، وأثرها على الاقتصاد المصري ومن حيث ردود فعل الدول المختلفة، ومن بين ما تناوله خطاب الصحيفتين تأكيد خطابهما على أن الإحصاءات الصادرة عن وزارة السياحة المصرية كشفت عن انخفاض عدد السائحين في مصر من 14.7 مليون سائح خلال الأشهر العشرة الماضية من سنة 2015، أما العائدات فلم تتجاوز 4.6 مليار دولار خلال العام الجاري، بحسب الاتحاد المصري للغرف السياحية الذي وصف عام 2015 بأنه الأسوأ في تاريخ السياحة المصرية على الإطلاق، وأنه من أبرز الحالات التي أدت إلى انهيار السياحة، فضلا عن تسببها في إحراج مصر دوليا، حيث تعرضت مصر خلال هذا العام لعدة أحداث ارهابية، ومن أهم هذه الأحداث :

- في فبراير 2014 حادث انفجار عبوة ناسفة في حافلة سياح كوريين في طابا بجنوب سيناء إلى قتل سائحين كوريين وإصابة آخرين أدى الى قيام العديد من الدول بحظر سفر رعاياها إلى طابا وإلى مناطق أخرى في مصر.
- من ضمن الكوارث أيضا، قيام مجهولين بسرقة 60 قطعة أثرية من مخزن المتحف الروماني بمنطقة مصطفي كامل بالإسكندرية، حيث كان المخزن يحتوى على مقتنيات المتحف بشكل مؤقت لحين الانتهاء من ترميمه وإعادة افتتاحه .
- يونيو 2015: فجر انتحاري نفسه في ساحة معبد الكرنك، أحد أهم الآثار الفرعونية بمحافظة الأقصر جنوب مصر، وهو الحادث الذي أثار مخاوف العديد من سفارات الدول الغربية بالقاهرة طارحا العديد من التساؤلات المتعلقة بما إذا كان يعد موجة جديدة لاستهداف السائحين والأجانب في مصر من جانب المتطرفين .
- في سبتمبر 2015 : جاء مقتل 12سائحا مكسيكيا وإصابة 10 آخرين بالخطأ خلال قيامهم برحلة سفاري بمنطقة الواحات بالصحراء الغربية كواحدة من الكوارث التي قصمت ظهر قطاع السياحة المصرى، حيث قامت قوات أمنية مصرية بقتلهم بالخطأ خلال عملية ملاحقة أمنية لبعض "الإرهابيين".

5- الإطار **الأمني** : جاء هذا الإطار في الترتيب الخامس حيث ذكر خطاب صحيفة النيويورك تايمز أن كارثة الطائرة الروسية الأخيرة تأتي بعد سلسلة من الأحداث التي هزت الثقة الدولية في الوضع الأمني الذي توفره مصر للسياح، ومن بينها أنه في أغسطس 2015 أعلن الفرع المصري لتنظيم القاعدة إعدام مواطن كرواتي تم خطفه بالقرب من القاهرة، وجاءت الواقعة بعد بضعة شهور من إحباط الشرطة محاولة اعتداء بقنبلة بالقرب من معبد الكرنك في مدينة

الأقصر السياحية، ويدخل قطاع السياحة من ضمن قائمة القطاعات الإقتصادية الأكثر تضررا نتيجة تدهور الأوضاع الأمنية، ولفت خطاب صحيفة النيويورك تايمز إلى أن نظرية انفجار قنبلة على متن الطائرة توضح تراخي الضمانات والتأمين في المطارات المصرية.

وذكرخطاب صحيفة الجارديان أن مسئولي شركات السياحة يعتبرون كارثة الطائرة الروسية الضربة الأكبر للسياحة المصرية حتى الآن، فمصريا يشكل اعتماد فرضية العمل الإرهابي في إسقاط الطائرة الروسية صفعة لتعهدات الرئيس السيسي بإعادة الأمن والاستقرار ومبرراته إبطاء مسيرة التحول الديمقراطي باستعادة الدولة ومحاربة الإرهاب واستقرار الأوضاع الأمنية في البلاد، كما ذكر خطابها أيضا أن الخروقات الأمنية بمطار شرم الشيخ وسوء التدقيق سهلا عملية زرع عبوة ناسفة على متن الطائرة وأسقطتها .

6- إطار **عدم الإستقرار السياسي** : جاء هذا الإطار في الترتيب السادس وأكد خطاب الصحيفتين من خلاله على أن عدم الاستقرار السياسي أضر بالاقتصاد المصري، وأدى إلى انهيار الاحتياطات المالية للبلاد، واستقبلت مصر في عام 2014 نحو 10 ملايين سائح، أي أقل كثيراً من عدد سياح عام 2010 الذي بلغ 15 مليونا بحسب الإعلام الرسمي، هذا على حد قول خطاب الصحيفتين، وأضاف خطاب موقع صحيفة الجارديان أن صناعة السياحة تراجعت منذ ثورة يناير 2011 التي أسقطت حسني مبارك وأعقبتها ثلاث سنوات من الاضطرابات السياسية والأمنية تصاعدت خلالها هجمات الإرهابيين خصوصا في شمال سيناء، وأثر هذا كله على السياحة وعلى وضع الاقتصاد في مصر.

7- أما "**إطار التآمر**" فقد جاء في الترتيب قبل الأخير, واستخدمه خطاب الصحيفتين تعليقا على خطاب بعض المسؤولين المصريين بأن ما يحدث من ردود فعل عقب تحطم الطائرة هو مؤامرة وفخ نصبته الدول الغربية لإفشال الرئيس عبد الفتاح

السيسي، وانتقد خطاب الصحيفتين تصريحات وزير الخارجية المصري سامح شكري حينما اتهم أجهزة استخبارات عالمية بعدم التعاون مع بلاده، و" أن بلاده لم تجد القدر الكافي الذي كانت تأمله من تعاون الدول الأخرى في مواجهة الإرهاب"، كما ذكر خطاب النيويورك تايمز: أن السلطات المصرية لا تزال مصرة على عدم التعامل مع الواقع وأن الإرهابيين استطاعوا الوصول إلى هذا الهدف الحساس، وما تزال تعول على المؤامرة الغربية التي تحاول إضعاف الرئيس عبد الفتاح السيسي، وفي موضع آخرذكر خطاب النيويورك تايمز أن وسائل الإعلام المصرية اعتبرت الأمر بمثابة مؤامرة واسعة لحرمان البلاد من السياح.

8- أما "**إطار الضحية**" فجاء في الترتيب الأخير حيث ذكرت صحيفة النيويورك تايمز أن عمال مدينة شرم الشيخ تعرضوا للمعاناة الشاقة في عام 2005، والثورة في عام 2011، والتي تركت فراغا في نسبة السياحة وصلت إلى 50 و60%، أما خطاب صحيفة الجارديان فذكر أن هذا الحادث أثر على العاملين في قطاع السياحة في مصر، والذين يقدر عددهم بالآلاف والذين أظهرتهم الصحيفة على أنهم ضحية لهذا الحادث الإرهابي .

وبذلك يتضح تعدد الأطر التي قدم بها موقعا الصحيفتين الغربيتين الدوليتين عينة الدراسة (النيويورك تايمز – الجارديان) رؤيتهما لحادث الطائرة، ما بين الإرهاب، والنتائج الاقتصادية التي ترتبت على الحادث، والمسئولية، وإطار الضحية، والمقارنة، وقد تم التركيز على إطار الإرهاب في موقعي الصحيفتين كإطار مسيطر، تلاه تركيز الصحف الغربية على النتائج الاقتصادية، ثم مسئولية مصر بالدرجة الأولى عن هذا الحادث، وتأتي هذه النتائج لتؤكد الصورة السلبية الراسخة لهذه المنطقة من العالم في الصحافة الغربية الدولية في ضوء اكتساب الصحفيين قيما مناهضة لها منذ التنشئة، وانعكاس هذا على تغطيتهم للأحداث[62]، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هناء فاروق صالح (2007) [63], ودراسة عادل صادق (2006)

التـي توصـلت إلـى أن هنـاك مسـاحات اتفـاق كبيـرة بـين الأطروحـات التـي قـدمتها الصحف حول أزمة 11 سبتمبر[64] .

وبناء على ذلك يمكن القول إن التناول الغربي لحادث سقوط الطائرة الروسية والحملات الإعلامية ضد السلطة في مصر وتحميلها مسئولية ما حدث إنما يرجع بالأساس إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الغربية الدولية كالقنوات الفضائية، والصحافة العالمية التي توزع على نطاق دولى، وإلى مواقعها على الإنترنت، والتي يتعاظم دورها في بناء وتشكيل الصورة النمطية السلبية عن هذه المنطقة من العالم لدى الرأي العام العالمى، مما يرسخ ويدعم المفاهيم الخاطئة عنها في الثقافة الغربية عامة، فلا تزال وسائل الاتصال في الدول الغربية بصفة عامة تشن حربًا ثقافية ضد العرب وتتهمهم بأنهم "إرهابيون"، " متطرفون"، وتربط بين هذه الصفات وبين العنف والصراع، بل وتعتبرهم خطر حقيقي وتهديدًا لا يُستهان به على السلام والأمن العالمي[65]، وهذه النتيجة تتفق مع معظم الدراسات السابقة التي أكدت على سلبية الصورة المقدمة عن المنطقة العربية لدى وسائل الإعلام الغربية .

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية :

1- مدى الحرص على متابعة المبحوثين عينة الدراسة لمواقع الصحف الدولية :

جدول رقم (2)

يوضح مدى الحرص علي متابعة المبحوثين عينة الدراسة لمواقع الصحف الدولية

مدى الحرص على متابعة مواقع الصحف الدولية	ك	%
بانتظام	160	40
أحيانا	185	46.2
نادرا	55	13.8
الإجمالى	400	100

يتبين من الجدول السابق عدة نتائج من أهمها : أن جميع مفردات العينة يحرصون على متابعة مواقع الصحف الدولية، منهم 40% يحرصون على متابعتها بشكل منتظم، 46.2% يتابعون تلك المواقع أحيانا وذلك في مقابل 13.8% فقط من أفراد العينة يتابعون مواقع الصحف الدولية نادراً، ولعل السبب في ذلك ربما يرجع إلى انتماء هذه الصحف لدول مهمة لها تأثير وثقل في السياسة العالمية .

- **الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدى الحرص علي متابعة مواقع الصحف الدولية :**

جدول رقم (3)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدى الحرص علي متابعة مواقع الصحف الدولية

مدى الحرص على متابعة مواقع الصحف	الإعلاميين		العاملين بالسياحة		إجمالي		كا2	مستوى معنوية د ح 2
	ك	%	ك	%	ك	%		
بانتظام	93	46.5	67	33.5	160	40	8.211	0.05
أحيانا	86	43	99	49.5	185	46.2		
نادرا	21	10.5	34	17	55	13.8		
الاجمالي	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق= 0.142

وباستقراء النتائج يتضح أن الإعلاميين أكثر حرصاً على متابعة مواقع الصحف الدولية بانتظام وذلك بنسبة 46.5 في مقابل 33.5% فقط للعاملين بقطاع السياحة، ولعل السبب في ذلك قد يرجع إلى طبيعة عمل الإعلاميين وتعرضهم المكثف لتلك المواقع بحكم عملهم، الذى يتطلب ضرورة الإحاطة بكل ما يدور حولهم فى الداخل و الخارج .

2- أسباب الحرص علي متابعة مواقع الصحف الدولية :

جدول رقم (4)

يوضح أسباب حرص المبحوثين عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الدولية

أسباب حرص المبحوثين عينة الدراسة علي متابعة مواقع الصحف الدولية	الإجمالى ن=400		الترتيب
	ك	%	
تهتم بكافة القضايا التى تهم الجمهور	183	45.8	1
تساعدنى فى تكوين آرائى تجاه القضايا المختلفة	178	44.5	2
تحرص على تقديم تغطيات شاملة للأحداث	157	39.2	3
متابعة الاحداث الهامة وقضايا الساعة	124	31	4
تعرض وجهات نظر متنوعة لكافة الموضوعات والقضايا	117	29.2	5
تقدم تفاصيل أكثر للموضوعات والاحداث الهامة	112	28	6
تستضيف شخصيات متميزة فى شتى المجالات	88	22	7
بحكم التعود على التعرض لها	63	15.8	8
الدقة والموضوعية فى طرح القضايا والموضوعات	62	15.5	9
لمعرفة مواقف الدول التى تنتمى إليها تجاه بعض القضايا والأحداث الدولية	54	13.5	10

وعن أسباب حرص كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعة مواقع الصحف الدولية فقد شكل اهتمام تلك المواقع بكافة القضايا التي تهم الجمهور الترتيب الأول بنسبة 45.8%، يليها مساعدة تلك المواقع الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في تكوين أرائهم واتجاهاتهم تجاه القضايا المختلفة بنسبة 44.5%، ثم حرص تلك المواقع على تقديم تغطيات شاملة للأحداث في الترتيب الثالث بنسبة 39.2%، وجاءت متابعة الأحداث الهامة وقضايا الساعة في الترتيب الرابع بنسبة 31%، ثم لأنها تعرض وجهات نظر متنوعة لكافة الموضوعات والقضايا في الترتيب الخامس بنسبة 29.2%، واحتل تقديم تفاصيل أكثر للموضوعات والأحداث الهامة الترتيب السادس بنسبة 28%، وجاء استضافة شخصيات متميزة في شتى المجالات الترتيب السابع بنسبة 22%، ثم بحكم التعود على التعرض لها في الترتيب الثامن، ثم للدقة والموضوعية في طرح القضايا والموضوعات في الترتيب التاسع، أما المركز الأخير فكان لمعرفة مواقف الدول التي تنتمي إليها تجاه بعض القضايا والأحداث الدولية .

- **وعن الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في أسباب الحرص على متابعة مواقع الصحف الدولية** : أشارت اختبارات كا^2 إلى عدة نتائج من أهمها : وجود فروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في الأسباب التالية، لأنها تهتم بكافة القضايا التي تهم الجمهور حيث بلغت قيمة كا^2 10.96، عند مستوى معنوية 000.، ولأنها تحرص علي تقديم تغطيات شاملة للأحداث حيث كانت قيمة كا^2 14.35، وذلك عند مستوي معنوية 0.00، ثم لأنها تساعدني في تكوين آرائي تجاه القضايا المختلفة حيث كانت قيمة كا^2 4.04, وذلك عند مستوي معنوية 0.05، ولأنها تستضيف شخصيات متميزة في شتي المجالات حيث كانت قيمة كا^2 14.918، وذلك عند مستوي معنوية 0.00, ثم لمتابعة الأحداث الهامة وقضايا الساعة حيث كانت قيمة كا^2 7.901, وذلك عند مستوي معنوية 0.01، وربما ترجع هذه النتيجة إلى اختلاف الاهتمامات بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة.

3- ترتيب أهم مواقع الصحف الدولية التي يحرص الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة علي متابعتها:

جدول رقم (5)

يوضح ترتيب أهم مواقع الصحف الدولية التي يحرص الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة علي متابعتها (ن=400)

مواقع الصحف الدولية	الترتيب								عدد النقاط	المتوسط الحسابي	ترتيب
	الاول		الثاني		الثالث		بدون ترتيب				
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
النيويورك تايمز	158	39.5	12	3	13	3.2	217	54.2	511	1.28	1
الجارديان	41	10.2	53	13.2	32	8	274	68.5	261	0.65	2
الديلي ميل	22	5.5	55	13.8	31	7.8	292	73	207	0.52	3
الواشنطن بوست	32	8	40	10	24	6	304	76	200	0.50	4
الإندبندنت	16	4	35	8.8	39	9.8	310	77.5	157	0.39	5
الهيرالد تريبيون	8	2	32	8	56	14	304	76	144	0.36	6
الصن	21	5.2	26	6.5	25	6.2	328	82	140	0.35	7
يواس إيه توداي	8	2	39	9.8	28	7	325	81.2	130	0.33	8
الفايننشال تايمز	14	3.5	19	4.8	26	6.5	341	85.2	106	0.27	9
الليموند	16	4	23	5.8	6	1.5	355	88.8	100	0.25	10
الفيجارو	7	2.8	13	3.2	33	8.2	347	86.8	80	0.20	11

بيانات الجدول السابق يتضح عدة نتائج من أهمها: أن موقع صحيفة النيويورك تايمز شكل أهم مواقع الصحف الدولية التي يحرص على متابعتها كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وذلك بمتوسط حسابي 1.28، يليه موقع صحيفة "الجارديان" بمتوسط حسابي 0.65، ثم موقع صحيفة " الديلي ميل " بمتوسط حسابي 0.52، وجاء موقع صحيفة "الواشنطن بوست" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي 0.50، وتأخر موقع صحيفة الإندبندنت ليحتل المركز الخامس بمتوسط حسابي 0.39، واحتل موقع صحيفة "الهيرالدتريبيون" الترتيب السادس بمتوسط حسابي 0.36، وجاء موقع صحيفة "الصن" بمتوسط حسابي 0.35 واحتل بها الترتيب السابع، وتأخر موقع صحيفة "يو إس إيه توداي" ليحتل الترتيب الثامن بمتوسط حسابي 0.33، وجاء موقع صحيفة "الفايننشال تايمز" في الترتيب التاسع بمتوسط حسابي 0.27، واحتل موقع صحيفة "الليموند" الترتيب العاشر بمتوسط حسابي 0.25، وتأخر موقع صحيفة "الفيجارو" ليحتل الترتيب الحادى عشر بمتوسط حسابي 0.20، ولعل هذه النتيجة منطقية إلى حد ما فموقع "صحيفة النيويورك تايمز" و"الجارديان "، "الديلي ميل" شكلوا أكثر ثلاث مواقع متابعة من قبل الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة.

4- الموضوعات التي يحرص الإعلاميون والعاملون بقطاع السياحة على متابعتها في مواقع الصحف الدولية :

جدول رقم (6)

يوضح الموضوعات التي يحرص الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعتها في مواقع الصحف الدولية

الموضوعات التى تحرص العينة على متابعتها فى مواقع الصحف الدولية	الإجمالى ن=400		الترتيب
	ك	%	
الموضوعات المتعلقة بالسياحة	292	73	1
الموضوعات السياسية	273	68.2	2
الموضوعات الرياضية	139	34.8	3
الموضوعات الاقتصادية	96	24	4
الموضوعات الفنية	93	23.2	5
الموضوعات الثقافية	92	23	6

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الموضوعات المتعلقة بالسياحة شكلت أهم الموضوعات التي يحرص كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعتها في مواقع الصحف الدولية، حيث جاءت في الترتيب الأول وذلك بنسبة 73%، تليها الموضوعات والأحداث السياسية وذلك بنسبة 68.2%، ثم الموضوعات الرياضية بنسبة 34.8%، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الرابع بنسبة 24%، واحتلت الموضوعات الفنية الترتيب الخامس بنسبة 23.2%، وتأخرت الموضوعات الثقافية لتحتل الترتيب السادس بنسبة 23%، ولعل الاهتمام بالموضوعات والأحداث المتعلقة بالسياحة شكلت أبرز اهتمامات الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة نظراً للظروف التي تمر بها السياحة بعد حادث تحطم الطائرة الروسية، وانعكاس تلك الظروف على رؤية الإعلاميين واهتمامهم بمتابعة تطورات تلك الأحداث وتداعياتها، وكذلك لأنها تمس حياة العاملين بقطاع السياحة بشكل مباشر .

- وعن الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في الحرص على متابعة الموضوعات المختلفة في مواقع الصحف الدولية :

جدول رقم (7)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في متابعة الموضوعات المختلفة في مواقع الصحف الدولية

العمل / الموضوعات	الإعلاميين ن=200		العاملين بالسياحة ن=200		إجمالى ن=400		كا^2	مستوى معنوية د ح 1
	ك	%	ك	%	ك	%		
الموضوعات المتعلقة بالسياحة	167	83.5	125	62.5	292	73	22.374	0.001
الموضوعات والاحداث السياسية	139	68.5	134	67	273	68.2	0.288	0.591
الموضوعات الرياضية	59	29.5	80	40	139	34.8	4.862	0.05
الموضوعات الاقتصادية	76	38	20	10	96	24	42.982	0.001
الموضوعات الفنية	64	32	29	14.5	93	23.2	17.162	0.001

الموضوعات الثقافية	58	29	34	17	92	23	8.131	0.01

باستقراء بيانات الجدول السابق يتضح أن هناك فروق معنوية دالة إحصائياً بين الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة في تفضيلهم للموضوعات التي يحرصون على متابعتها في مواقع الصحف الدولية، حيث شكل الاهتمام بمتابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة أهمية معنوية لدى الإعلاميين وذلك بنسبة 83.5%، في حين شكلت 62.5% للعاملين بقطاع السياحة، حيث بلغت قيمة كا^2 (22.37)، وذلك عند مستوى معنوية 0.001، وربما يرجع ذلك إلى أن الإعلاميين حرصوا في هذه الظروف على متابعة الموضوعات السياحية والآثار التي ترتبت على حادث تحطم الطائرة الروسية، وباعتبار أن متابعتهم للظروف السياسية هو أمرمعتاد لديهم، أما بالنسبة للعاملين بقطاع السياحة فحرصوا على متابعة الموضوعات والأحداث السياسية أولا في مواقع الصحف الدولية في ظل تلك الظروف، حيث بلغت قيمة كا^2 (0.288) وقيمة مستوى المعنوية 0.59 وربما يرجع ذلك اعتقادا منهم بأن حل أزمة السياحة في مصر التي أعقبت حادث تحطم الطائرة الروسية سيتم من خلال الجهود السياسية فهي العامل الأهم المؤثر لحل أزمة السياحة، لذا نلاحظ أن الاهتمام بالموضوعات السياسية شكل أهم الموضوعات التي يحرص العاملون بقطاع السياحة على متابعتها وذلك بنسبة 67%، مقابل 62.5% للموضوعات المتعلقة بالسياحة .

- وأما بالنسبة لباقى الموضوعات فقد أشارت نتائج الجدول السابق أن هناك فروق معنوية دالة إحصائياً فيما بين الإعلاميين والعاملين في قطاع السياحة في تفضيلهم للموضوعات التي يحرصون على متابعتها في مواقع الصحف الدولية، وربما يرجع ذلك إلى اختلاف الاهتمامات لكل فئة منهما، ومن أهمها اختلاف طبيعة عمل كل منهما .

5- مدى حرص كلا من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية:

جدول رقم (8)

يوضح مدى حرص كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية

مدى حرص الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية	الإجمالي	
	ك	%
دائما	164	41
أحيانا	193	48.2
نادرا	43	10.8
الإجمالي	400	100

وعن مدى حرص كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن كل المبحوثين عينة الدراسة يحرصون على متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في الصحف الدولية، منهم 41% يتابعونها بشكل دائم، و48.2% يتابعونها أحيانا، وذلك في مقابل 10.8% فقط منهم يتابعون تلك الموضوعات بشكل قليل جداً أو نادرا على مواقع الصحف الغربية الدولية.

- الفروق الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدى الحرص علي متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية:

جدول رقم (9)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة علي متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية

العمل / مدى الحرص	الإعلاميين		العاملين بالسياحة		إجمالي		كا^2	مستوى معنوية د ح 2
	ك	%	ك	%	ك	%		
دائما	93	46.5	71	35.5	164	41	6.399	0.05
أحيانا	84	42	109	54.5	193	48.2		
نادرا	23	11.5	20	10	43	10.8		
الإجمالي	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق= 0.125

يتضح من الجدول السابق عدة نتائج من أهمها : وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدى حرص كل منهما على متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة، حيث بلغت قيمة كا^2 6.399 عند مستوى معنوية 0.05 وذلك عند درجة حرية (2) حيث نلحظ أن الإعلاميين كانوا أكثر اهتماماً بمتابعة الموضوعات وتطوراتها بشكل دائم وذلك بنسبة 46.5% في مقابل 35.5%فقط من العاملين بقطاع السياحة، وتتفق تلك النتيجة مع ما سبق التوصل إليه من نتائج تؤكد على أن الإعلاميين كانوا أكثر متابعة للموضوعات المتعلقة بالسياحة من العاملين بقطاع السياحة، وأيضا ربما يرجع ذلك إلى طبيعة عملهم .

6- أسباب حرص كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة علي متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية:

جدول رقم (10)

يوضح أسباب حرص المبحوثين عينة الدراسة علي متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية

أسباب الحرص على متابعة الاحداث المتعلقة بالسياحة فى مواقع الصحف الدولية	الإجمالى ن=400		الترتيب
	ك	%	
للتعرف على آخر الأخبار المتعلقة بالموضوعات السياحية	204	51	1
لأنها تقدم معالجات متكاملة ومتعمقة عن الموضوعات المتعلقة بالسياحة	201	50.2	2
لأسلوبها المتميز فى عرض الموضوعات شكلا ومضمونا	177	44.2	3
لأنها تزيد من قدرتي علي مناقشة العديد من الجوانب المتعلقة بالموضوعات السياحية	130	32.5	4
لأني تعودت على متابعة كل أخبار السياحة من خلالها	118	29.5	5
لأنها تتمتع بالحيادية و الموضوعية	85	21.2	6

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التعرف على آخر الأخبار المتعلقة بالموضوعات السياحية شكل أهم أسباب حرص كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع

السياحة على متابعة تلك الموضوعات في مواقع الصحف الغربية الدولية وذلك بنسبة 51%، يليها لأن تلك المواقع تقدم معالجات متكاملة ومتعمقة عن الموضوعات السياحية وذلك بنسبة 50.2%، ثم لتميز أسلوب تلك المواقع في عرض الموضوعات شكلا ومضمونا في الترتيب الثالث بنسبة 44.2%، والترتيب الرابع كان بسبب أن تلك المواقع تزيد من قدراتى على مناقشة العديد من الجوانب المتعلقة بالموضوعات السياحية وذلك بنسبة 32.5%، وجاءالسبب الخاص بحكم التعود على متابعة كل أخبار السياحة من خلالها في الترتيب الخامس بنسبة 29.5%، وتأخر سبب تمتع تلك المواقع بالحيادية والموضوعية ليحتل المركز الأخير بنسبة 21.2% .

- الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في أسباب الحرص علي متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية:

جدول رقم (11)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في أسباب الحرص علي متابعة الموضوعات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية

العمل / السبب	الإعلاميين ن=200		العاملين بالسياحة ن=200		إجمالى ن=400		كا2	مستوى معنوية د ح 1	معامل التوافق
	ك	%	ك	%	ك	%			
للتعرف على آخر الأخبار المتعلقة بالموضوعات السياحية	105	52.5	99	49.5	204	51	0.360	0.548	-
لأنها تقدم معالجات متكاملة ومتعمقة عن الموضوعات	146	73	55	27.5	201	50.2	82.812	0.001	0.414
لأسلوبها المتميز في عرض الموضوعات السياحية شكلا ومضمونا	125	62.5	52	26	177	44.2	54.004	0.001	0.345
لأنها تزيد من قدرتي علي مناقشة العديد من الجوانب المتعلقة بالموضوعات السياحية	48	24	82	41	130	32.5	13.174	0.001	0.179
لأني تعودت على متابعة كل أخبار السياحة من خلالها	64	32	54	27	118	29.5	1.202	0.273	-
لأنها تتمتع بالحيادية و الموضوعية	55	27.5	30	15	85	21.2	9.337	0.01	0.151

وبدراسة الفرق بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في أسباب تفضيلهم لمتابعة الموضوعات والأحداث المتعلقة بالسياحة على مواقع الصحف الغربية الدولية، وكما تشير بيانات الجدول السابق فقد تبين وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة المصرية في كل من الأسباب التالية :"تقديم المواقع لمعالجات متكاملة ومتعمقة عن الموضوعات السياحية " حيث بلغت قيمة كا^2 82.81 وقيمة معامل التوافق 0.41 وذلك عند مستوى معنوية 0.001، لذا نلحظ أن هذا السبب جاء في الترتيب الأول من وجهة نظر الإعلاميين وفي الترتيب الثالث من وجهة نظر العاملين بقطاع السياحة.

- " لأسلوبها المتميز في عرض الموضوعات السياحية شكلا مضموناً" حيث بلغت قيمة كا^2 54.004، و معامل التوافق 0.35 وقيمة مستوى المعنوية 0.001 حيث جاء في الترتيب الثانى الإعلاميون بنسبة 62.5%, في حين جاء في الترتيب الخامس لدى العاملين بقطاع السياحة بنسبة 26% فقط.
- "لأنها تتسم بالحيادية والموضوعية" حيث بلغت قيمة كا^2 9.34 وقيمة معامل التوافق 0.15 ومستوى المعنوية 0.01 حيث جاء في الترتيب الخامس لدى الإعلاميين بنسبة 27.5% واحتل الترتيب السادس لدى العاملين بقطاع السياحة بنسبة 15%.
- " لأنها تزيد من قدرتي علي مناقشة العديد من الجوانب المتعلقة بالحادث حيث بلغت قيمة كا^2 13.17 وقيمة معامل التوافق 0.18 ومستوى المعنوية 0.001 حيث احتل الترتيب الثانى لدى العاملين بقطاع السياحة بنسبة 41%.

وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق لدى كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في باقى الأسباب.

7- مدي ثقة كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية :

جدول رقم (12)

يوضح مدي الثقة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية

مدى الثقة فى دقة المعلومات المتعلقة بالموضوعات السياحية فى مواقع الصحف الغربية الدولية	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	85	21.2
أثق بدرجة متوسطة	223	55.8
أثق بدرجة قليلة	92	23
الإجمالى	400	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لديهم درجة متوسطة من الثقة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية وذلك بنسبة 55.8%، في مقابل 21.2% منهم لديهم درجة كبيرة من الثقة في تلك المواقع، و23% لديهم درجة منخفضة من الثقة في دقة المعلومت المتعلقة بالموضوعات السياحية في مواقع الصحف الغربية الدولية.

- الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدي الثقة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية :

جدول رقم (13)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدي الثقة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة في مواقع الصحف الغربية الدولية

العمل / مدى الثقة	الإعلاميين		العاملين بالسياحة		إجمالى		كا^2	مستوى معنوية د ح 2
	ك	%	ك	%	ك	%		
أثق بدرجة كبيرة	55	27.5	30	15	85	21.2	37.330	0.001
أثق بدرجة متوسطة	124	62	99	49.5	223	55.8		
أثق بدرجة قليلة	21	10.5	71	35.5	92	23		
الإجمالى	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق= 0.292

يتضح من الجدول السابق وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في مدى الثقة في دقة المعلومات المتعلقة بحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء في مواقع الصحف الغربية الدولية حيث بلغت قيمة كا^2 37.33 وقيمة معامل التوافق 0.29 وذلك عند مستوى معنوية 0.001 لذا نلحظ أن الثقة بدرجة متوسطة في دقة المعلومات المتعلقة بالسياحة في تلك المواقع هى السمة الغالبة وكانت بنسبة 62% للإعلاميين، وبنسبة 49.5% للعاملين بقطاع السياحة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عادل عبد الغفار (2003) التي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين وسائل الإعلام بشأن ثقة الجمهور فيها كمصادر للمعلومات(66).

8- تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع االسياحة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء:

جدول رقم (14)

يوضح تقييم المبحوثين عينة الدراسة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية بسيناء

تقييم المبحوثين لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية بسيناء	الإجمالي ن=400		الترتيب
	ك	%	
اتسمت بالتحيز الواضح ضد مصر	229	57.2	1
التزمت هذه التغطية بالخط السياسى العام للدول التى تنتمى إليها	202	50.5	2
لم تحقق التوازن فى العرض	194	48.5	3
غلب عليها طابع الإثارة أكثر من الدقة فى تغطيتها للحادث	150	37.4	4
لجأت إلى المبالغة و التهويل في معالجتها للحادث	136	34	5
اتسمت تغطية تلك المواقع بالسطحية والهامشية	99	24.8	6
اتسمت بالعمق و التحليل و تقديم رؤية شاملة	83	20.8	7
قدمت مواقع الصحف الدولية تغطية موضوعية ومتوازنة عن الحادث	59	14.7	8
أخرى تذكر	10	2.4	9

- وحول تقييم المبحوثين عينة الدراسة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية عينة

الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء، رأى 57.2% منهم أن " تغطية مواقع الصحف الدولية للحادث اتسمت بالتحيز الواضح ضد مصر والتحامل لضرب الإقتصاد المصري خاصة من الصحف البريطانية، ورأى 50.5% أن تغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء التزمت بالخط السياسي العام للدول التي تنتمي إليها، في حين أن 48.5% من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة يرون أن تلك التغطية لم تحقق التوازن في العرض، فهم يرون أنها أبرزت وجهات النظر الغربية على حساب وجهات نظر أخرى, وأكد 37.4% من المبحوثين أن تغطية المواقع الغربية للحادث غلب عليها طابع الإثارة أكثر من الدقة، بينما رأى 34% منهم أنها لجأت إلى المبالغة والتهويل في معالجتها للحادث، وأوضح 24.8% من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة عينة الدراسة أن تغطية المواقع الغربية للحادث اتسمت بالسطحية والهامشية، وعلى النقيض فقد أكد 20.8% أن التغطية اتسمت بالعمق والتحليل وتقديم رؤية شاملة عن كل ما يتعلق بالحادث، ورأى 14.7% فقط من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة أن مواقع الصحف الغربية الدولية قدمت تغطية موضوعية ومتوازنة عن الحادث, أما عن فئة أخرى تذكر فشملت رؤية بعض المبحوثين لآثار هذه التغطية فذكروا أن هذه التغطية أسهمت في تعميق أزمة السياحة المصرية وأنها أثرت بشكل سلبي على صورة مصر في الخارج ولدى السائحين، وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه الدراسة التحليلية من أن تغطية مواقع الصحف الغربية الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية غلب عليه التحيز وضد مصلحة مصر، وأن هذه المواقع لم تنقل ولم تقدم إلا ما اتفق مع سياسات ومصالح الدول التي تنتمي إليها، وإن تركيزها على استخدام أطر الإرهاب، وعدم الاستقرار السياسي, والأمني أثر على تقديم تغطية موضوعية وظهر فيها التحيز الواضح ضد مصر، وتؤكد أيضا على أن هناك

اتفاق بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمعالجة مواقع الصحف الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء مع نوع الأطر السائدة في الدراسة التحليلية لمواقع الصحف الغربية الدولية .

9- رؤية الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمدى تأثر السياحة المصرية بمعالجة مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء:

جدول رقم (15)

رؤية الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمدى تأثر السياحة المصرية بمعالجة مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية

رؤية المبحوثين لمدى تأثر السياحة المصرية بمعالجة مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية	ك	%
تأثرت بدرجة كبيرة	306	76.5
تأثرت إلى حد ما	82	20.5
لم تتأثر	12	3
الإجمالي	400	100

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن حوالي 97% من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة يرون أن السياحة المصرية تأثرت بتغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية، منهم 76.5 % يرون أنها تأثرت بدرجة كبيرة، و20.5% يرون أنها تأثرت إلى حد ما، وذلك في مقابل 3% فقط هم الذين يرون أن السياحة المصرية لم تتأثر بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أماني رضا عبد المقصود (2015) التي توصلت إلى أن أهم معوق يعيق التنمية السياحية في الفترة الحالية هو تكرار الحوادث الإرهابية[67]، ومع دراسة Lexow & Edlhiem (2004)، والتي أثبتت تأثير الأحداث السلبية التي تعرضها وسائل الإعلام على قرارات السائح بالسفر[68].

- **الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في رؤيتهم لمدى تأثرالسياحة المصرية بمعالجة مواقع الصحف الغربية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء :**

جدول رقم (16)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في رؤيتهم لمدى تأثر السياحة المصرية بتغطية مواقع الصحف الغربية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء

العمل / مدى التأثر	الاعلاميين		العاملين بالسياحة		إجمالي		كا^2	مستوى معنوية د ح 2
	ك	%	ك	%	ك	%		
تأثرت بدرجة كبيرة	123	61.5	183	91.5	306	76.5	52.021	0.001
تأثرت إلى حد ما	66	33	16	8	82	20.5		
لم تتأثر	11	5.5	1	0.5	12	3		
الإجمالي	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق=0.339

- يتضح من الجدول السابق وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في رؤية كل منهما لمدى تأثر السياحة المصرية بتغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية بسيناء حيث بلغت قيمة كا^2 52.02 وقيمة معامل التوافق 0.34 وقيمة مستوى المعنوية 0.001 وذلك عند درجة حرية 2 درجة لذا نلحظ أن 91.5% من العاملين بقطاع السياحة يرون أن السياحة المصرية تأثرت بالحادث بدرجة كبيرة وذلك في مقابل 61.5% فقط من الإعلاميين، وعلى العكس من ذلك نجد أن 33% من الإعلاميين يرون أن السياحة المصرية تأثرت بحادث تحطم الطائرة الروسية بسيناء إلى حد ما، في مقابل 8% فقط من العاملين بقطاع السياحة، وربما يرجع السبب في ذلك يعود إلى أن العاملين بقطاع السياحة أكثر تأثراً بالوضع الراهن للسياحة من الإعلاميين.

10- اتجاهات الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء :

جدول رقم (17)

يوضح اتجاهات الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء

الاستجابة / العبــارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك			
انهيارقطاع السياحة	244	61	107	26.8	49	12.2	2.49	83
أظهرت عجز الحكومة المصرية وفشلها في إدارة الأزمات	218	54.5	127	31.8	55	13.8	2.41	80.3
ساهمت في زيادة الشعور بخطورة الأوضاع فى مصر	221	55.2	117	29.2	62	15.5	2.40	80
أساءت إلى صورة مصر	256	64	43	10.8	101	25.2	2.39	79.7
رسخت الصورة النمطية السلبية للعرب لدى الرأي العام العالمي	199	49.8	150	37.5	51	12.8	2.37	79
ضخمت الحادث وأسبابه وكأن الإرهاب ظاهرة منشرة في مصر	194	48.5	151	37.8	55	13.8	2.35	78.3
أعطت فرصة للدول الغربية لتبرير مواقفها من مصر عقب الحادث	197	49.2	141	35.2	62	15.5	2.34	78
أثرت على مناخ الاستثمار في مصر	214	53.5	81	20.2	105	26.2	2.27	75.7
السياحة المصرية لم تتأثر بحادث تحطم الطائرة الروسية بدرجة كبيرة	39	9.8	26	6.5	335	83.8	1.26	42

- بإستقراء بيانات الجدول السابق يتضح بأن العبارات السلبية تجاه تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية جاءت في المقدمة حيث جاءت عبارة " انهيار قطاع السياحة " فى الترتيب الأول بوزن نسبي 83، يليها

أن هذه التغطية " أظهرت عجز الحكومة المصرية وفشلها فى إدارة الأزمات" بوزن نسبي 80.3، وجاء فى الترتيب الثالث " ساهمت في زيادة الشعور بخطورة الأوضاع في مصر " بوزن نسبي 80، ثم أنها " أساءت إلى صورة مصر " فى الترتيب الرابع بوزن نسبي 79.7، وجاء " رسخت الصورة النمطية السلبية للعرب لدى الرأي العام العالمي " فى الترتيب الخامس بوزن نسبي 79، وجاء فى الترتيب السادس " ضخمت الحادث وأسبابه وكأن الإرهاب ظاهرة منشرة في مصر " بوزن نسبي 78.3، ثم إنها " أعطت فرصة للدول الغربية لتبرير مواقفها من مصر عقب الحادث " وذلك بوزن نسبي 78 . كما تظهر النتائج أن هناك حياد على عبارة أنها " أثرت على مناخ الاستثمار في مصر " حيث جاءت في الترتيب الثامن بوزن نسبي 7507 . وأخيراً اتضح أن هناك إجماع من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة على معارضة العبارة القائلة بأن السياحة المصرية لم تتأثر بحادث تحطم الطائرة الروسية بدرجة كبيرة وذلك بوزن نسبي 42، وبذلك تشيرهذه النتائج إلى شيوع اتجاه سلبي لدى المبحوثين نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء.

- **الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في اتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته على السياحة المصرية .**

جدول رقم (18)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في اتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته على السياحة المصرية

العمل / المتغير	الإعلاميون (ن=200)		العاملين بالسياحة (ن=200)		ت	مستوى معنوية د.ح364
	م	ع	م	ع		
اتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية فى سيناء وتداعياته على السياحة المصرية	19.5	3.52	21.0	3.59	4.290-	0.001

- بتطبيق إختبار "ت" لمعرفة الفروق بين متوسطى درجات كل من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في اتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء وتداعياته على السياحة المصرية وكما تشير بيانات الجدول السابق يتضح وجود فروق معنوية دالة إحصائيا بين متوسطى درجات الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في اتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية للحادث لصالح العاملين بقطاع السياحة حيث بلغت قيمة ت- 4.29 وقيمة درجات الحرية 364 درجة ومستوى المعنوية 0.001، لذا نلحظ أن العاملين بقطاع السياحة يرون أن حادث تحطم الطائرة الروسية بسيناء أثر على السياحة المصرية بشكل كبير أكثر من الإعلاميين وربما يرجع ذلك إلى أنهم الأكثر تأثراً به بشكل مباشر .

11- رؤية الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام المصرية ومواقعها لدعم وتنشيط السياحة المصرية مستقبلا:

جدول رقم (19)

يوضح رؤية الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام المصرية ومواقعها لدعم وتنشيط السياحة المصرية

الدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام المصرية ومواقعها لدعم وتنشيط السياحة المصرية	الإجمالى ن=400		الترتيب	كا^2	مستوى معنوية د ح 1
	ك	%			
التجديد في شكل ومضمون كل ما يقدم عن السياحة في كل وسائل الإعلام و مواقعها على الإنترنت	247	61.8	1	22.090	0.001
الإهتمام بالإعلان السياحي في كل وسائل الإعلام المحلية والدولية ومواقعها على الإنترنت	189	47.2	2	1.210	0.271 غير دالة
اهتمام وسائل الإعلام بالمتابعة المستمرة لكل ما يقدم في وسائل الإعلام الدولية ومواقعها عن مصر والرد عليه بشكل فوري	184	46	3	2.560	0.110 غير دالة
التعمق في عرض الأحداث بتفاصيلهاوتقديم رؤية شاملة لها	168	42	4	10.240	0.001
مناقشة قضايا التنمية السياحية وكل ما يتعلق بها في وسائل الإعلام ومواقعها	149	37.2	5	26.010	0.001
تخصيص مساحات يومية بوسائل الإعلام المختلفة خاصة بتشجيع السياحية الوطنية، ونشر الوعي السياحي	140	35	6	251.915	0.001
استغلال الإمكانيات التقنية في المواقع الإلكترونية في مجال التنمية السياحية	131	32.8	7	47.610	0.001
الإهتمام بعرض آراء وإنطباعات االعاملين بقطاع السياحة و الجمهور عن القضايا والموضوعات السياحية	104	26	8	92.160	0.001
تشكيل لجنة إعلامية متخصصة تقوم بالاتصال بوسائل الإعلام للتعاون في إنتاج مواد إعلامية خاصة بالتنمية السياحية	102	25.5	9	96.040	0.001
أن تنوع وسائل الإعلام في مصادر معلوماتها	73	18.2	10	161.290	0.001
إعداد كوادر إعلامية مدربة ومؤهلة لتغطية الموضوعات المتعلقة بالسياحة	54	13.5	11	213.160	0.001

- لتحديد الدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام المصرية ومواقعها لدعم وتنشيط السياحة الوافدة إلى مصر مستقبلا من وجهة نظر كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه يجب أن يتم "التجديد في شكل ومضمون كل ما يقدم عن السياحة المصرية في وسائل الإعلام و مواقعها على الإنترنت " حيث شكل أهم أولويات المبحوثين عينة الدراسة لدعم السياحة المصرية وذلك بنسبة 61.8%، يليها " ضرورة الإهتمام بالإعلان السياحي في كل وسائل الإعلام المحلية والدولية ومواقعها على الإنترنت باعتباره وسيلة من وسائل الإعلام الناجحة في مخاطبة الجمهور في مجال التنمية السياحية" حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 47.2%.، ثم " الاهتمام بالمتابعة المستمرة لكل ما يقدم في وسائل الإعلام الدولية ومواقعها على الإنترنت والرد على ما يسيئ إلى صورة مصر فورا " في الترتيب الثالث بنسبة 46%، وجاء في الترتيب الرابع " ضرورة التعمق في عرض الموضوعات السياحية بتفاصيلهاوتقديم رؤية شاملة لها " وذلك بنسبة 42%، وجاء "مناقشة وسائل الإعلام المصرية لقضايا التنمية السياحية وكل ما يتعلق بالسياحة المصرية في وسائل الإعلام ومواقعها " في الترتيب الخامس بنسبة 37.2%، أما الترتيب السادس فقد طالب بضرورة " تخصيص مساحات يومية بوسائل الإعلام المختلفة ومواقعها خاصة بتشجيع السياحة الوطنية، ونشر الوعي السياحي " بنسبة 35%، وجاءت أهمية "إستغلال الإمكانيات التقنية في المواقع الإلكترونية لدعم التنمية السياحية" في الترتيب السابع بنسبة 32.8%، وتأخر" الإهتمام بعرض آراء وإنطباعات االعاملين بقطاع السياحة والجمهور عن القضايا والموضوعات السياحية " لتحتل الترتيب الثامن بنسبة 26%، أما الترتيب التاسع فرأى " تشكيل لجنة إعلامية متخصصة تقوم بالاتصال بوسائل الإعلام للتعاون في إنتاج مواد إعلامية خاصة بالتنمية السياحية " وذلك بنسبة 25.5%، وجاء "

ضرورة أن تنوع وسائل الإعلام ومواقعها مصادر معلوماتها" في الترتيب العاشر بنسبة 18.2%، وجاء في الترتيب الأخير ضرورة " إعداد كوادر إعلامية مدربة ومؤهلة لتغطية الموضوعات المتعلقة بالسياحة " وذلك بنسبة 13.5%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الشيماء نشأت السيد (2015) والتي أكدت على ضرورة استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي[69]، ودراسة أمل هاني عبد الحميد (2014) التي أكدت على أهمية دور وسائل التواصل على الانترنت في تنشيط السياحة الثقافية في مصر حيث يعد من الوسائل الهامة والقوية في المشاركة في سوق السياحة العالمي[70]، ودراسة محمد باقر رمضان (2011) التي أكد فيها أن الإعلام السعودي يحتاج إلى جهود أكبر لنشر الثقافة السياحية[71]، ودراسة أحمد إبراهيم (2009) التي توصل فيها إلى أهمية الواقع الافتراضي في التسويق السياحي[72]، كما تتفق مع دراسة نهى أبو الغيط (2003) التي توصلت إلى الدور الهام لوسائل الإعلام في الترويج للسياحة أثناء الأزمات وذلك بترويج وتنمية الصورة السياحية للدولة لجذب السائحين المرتقبين[73].

- وقد أشار اختبار (كا2) إلى وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة فى رؤية كل منهما للدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام المصرية ومواقعها على شبكة الانترنت لدعم وتنشيط السياحة المصرية وتفاوت وجهات النظر فى ترتيب الأولويات التى ينبغى على وسائل الإعلام ومواقعها الالتزام بها لدعم السياحة المصرية، وربما يرجع ذلك إلي اختلاف الاهتمامات و الخبرات بين المبحوثين عين الدراسة .

نتائج فروض الدراسة :

الفرض الأول :

- **توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية وتقييمهم لتغطية مواقع الصحف لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء .**

جدول رقم (20)

يوضح العلاقة بين تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية وتقييمهم لتغطية مواقع الصحف لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء

المتغير	معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
تقييم تغطية مواقع الصحف لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء	0.229	طردي	ضعيف	0.01

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

- وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة دالة احصائيا بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية وتقييمهم لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء، حيث كانت (ر) 0.229وهي دالة عند مستوى معنوية 0.01. وبذلك ثبتت صحة هذا الفرض .

الفرض الثاني :

- **توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية ورؤيتهم لمدى تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء .**

جدول رقم (21)

يوضح العلاقة بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية ورؤيتهم لمدى تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء

المتغيـــر	معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
رؤية المبحوثين لمدي تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء	0.033	لا توجد علاقة		

- يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية ورؤيتهم لمدي تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء، حيث كانت قيمة (ر) 0.033 وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05، وبذلك ثبتت عدم صحة هذا الفرض .

الفرض الثالث :

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية ومدي ثقة كل منهما في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية .

جدول رقم (22)

يوضح العلاقة بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية والثقة في المعلومات المقدمة فيها عن السياحة المصرية

المتغير	معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
الثقة في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية	0.357**	طردي	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية والثقة في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية, حيث كانت قيمة (ر) 0.357، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.01. **وبذلك ثبتت صحة هذا الفرض .**

الفرض الرابع :

- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض كل من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف واتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية .

جدول رقم (23)

يوضح العلاقة بين معدل تعرض كل من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية واتجاهاتهم نحو تغطيتها لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية

المتغير	معدل تعرض كل من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
اتجاهاتهم نحو تغطية مواقع الصحف الدولية لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية	-0.056	لا توجد علاقة		

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل تعرض كل من الاعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية واتجاهاتهم نحو تغطية هذه المواقع لتداعيات حادث تحطم الطائرة الروسية, حيث كانت (ر) -0.056 وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05. **وبذلك ثبت عدم صحة هذا الفرض .**

الفرض الخامس :

- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في تقييم تغطية مواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء:

جدول رقم (24)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في تقييم تغطية لواقع الصحف الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء

العمل / التقييم	الإعلاميين ن=200		العاملين بالسياحة ن=200		إجمالى ن=400		كا2	مستوى معنوية د ح 1	معامل التوافق
	ك	%	ك	%	ك	%			
قدمت تغطية موضوعية متوازنة	35	17.5	24	12	59	14.7	3.838	0.147	-
اتسمت بالتحيز الواضح ضد مصر والتحامل لضرب الإقتصاد المصري	170	85	59	29.5	229	57.2	125.921	0.001	0.489
اتسمت تغطية تلك المواقع بالسطحية والهامشية	22	11	77	38.5	99	24.8	40.605	0.001	0.304
لم تحقق التوازن في العرض	142	71	52	26	194	48.5	81.073	0.001	0.411
التزمت هذه التغطية بالخط السياسي العام للدول التى تنتمى إليها	105	52.5	97	48.5	202	50.5	0.640	0.424	-
اتسمت بالعمق والتحليل و تقديم رؤية شاملة	45	22.6	38	19	83	20.8	0.745	0.388	-
لجأت إلى المبالغة و التهويل في معالجتها للحادث	81	40.5	55	27.5	136	34	7.531	0.01	0.136
غلب عليها طابع الإثارة على الدقة في المعلومات	73	36.5	77	38.5	150	37.4	1.232	0.540	-
أخرى تذكر	1	0.5	9	4.5	10	2.4	6.609	0.05	0.127

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في كل من العناصر التالية :-

- " اتسمت بالتحيز الواضح ضد مصر " حيث بلغت قيمة كا^2 125.92 وقيمة معامل التوافق 0.48 وذلك عند مستوى معنوية 0.001، ولذا نلحظ أن 85% من الإعلاميين يرون أن تغطية المواقع للحادث اتسمت بالتحيز الواضح ضد مصر والتحامل لضرب الاقتصاد المصري وذلك في مقابل 29.5% للعاملين بقطاع السياحة، وربما يرجع ذلك إلى أن الإعلاميين أكثر إدراكاً لتأثير التغطية الإعلامية لحادث تحطم الطائرة في مواقع الصحف الغربية على الاقتصاد المصرى .
- "أن التغطية الإعلامية لم تحقق التوازن في العرض " حيث بلغت قيمة كا^2 81.07، وقيمة معامل التوافق 0.41 ومستوى المعنوية 0.001 ونلحظ أن 71% من الإعلاميين يرون ذلك في مقابل 26% فقط من العاملين بقطاع السياحة .
- لجأت إلى المبالغة والتهويل في معالجتها للحادث " حيث بلغت قيمة كا^2 7.53، وقيمة معامل التوافق 0.14 وذلك عند مستوى معنوية 0.001 لذا نجد أن 40.5% من الإعلاميين يرون ذلك في مقابل 27.5% من العاملين بقطاع السياحة وربما يرجع ذلك إلى أن تقييم الإعلاميين جاء على أسس علمية مدروسة، وإلى اختلاف المتغيرات الديموجرافية بينهما .
- " اتسمت التغطية بالسطحية والهامشية " حيث بلغت قيمة كا^2 40.61 وقيمة معامل التوافق 0.30 ومستوى المعنوية 0.001 حيث نلحظ أن 38.5% من العاملين بقطاع السياحة يرون أن التغطية الإعلامية اعتمدت على التشويه والتضليل في مقابل 11% فقط من الإعلاميين الذين يرون ذلك.

وعلى الرغم من ذلك فقد أوضحت النتائج عدم وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في باقى عناصر التقييم حيث نلحظ تقارب وجهات نظر كلا من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في تلك العناصر، **وتأسيسا على ما سبق يقبل هذا الفرض جزئيا .**

الفرض السادس :

- **توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الدوليةلحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء والثقة في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية .**

جدول رقم (25)

يوضح العلاقة بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للتغطية مواقع الصحف الغربية لحادث تحطم الطائرة الروسية والثقة في المعلومات المقدمة فيها عن السياحة المصرية

المتغير	تقييم تغطية مواقع الصحف لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
الثقة في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية	0.215	طردي	ضعيف	0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة دالة احصائيا بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للتناول لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء ومدى ثقة كل منهما في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية، حيث كانت قيمة (ر< 0.3) 0.215وهي دالة عند مستوى معنوية 0.01 . **وبذلك ثبتت صحة هذا الفرض** .

الفرض السابع :

-توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقاً للنوع – السن – الخبرة وتم التحقق من صحة هذا الفرض كما يلي:

1 – بالنسبة للنوع:

- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقاً للنوع

جدول رقم (26)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقا للنوع

العمل / النوع	الإعلاميين		العاملين بالسياحة		الإجمالي		كا2	مستوى معنوية د ح 1
	ك	%	ك	%	ك	%		
ذكور	98	49	176	88	274	68.5	70.490	0.001
إناث	102	51	24	12	126	31.5		
الاجمالي	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق= 0.387

ويتضح وجود فروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في النوع, حيث كانت قيمة كا^2 70.490 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001, وذلك لارتفاع عدد الذكور العاملين في قطاع السياحة عن عدد الإناث العاملات في قطاع السياحة، في حين هناك تقارب بين عدد الذكور وعدد الاناث من الإعلاميين، وبذلك يتم قبول هذا الجزء من الفرض .

2- بالنسبة للسن :

- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقاً للسن :

جدول رقم (27)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقا للسن

العمل / السن	الإعلاميين		العاملين بالسياحة		الإجمالي		كا2	مستوى معنوية د ح 3
	ك	%	ك	%	ك	%		
أصغر من 25 سنة	5	2.5	21	10.5	26	6.5	49.679	0.001
من 25- 40 سنة	86	43	141	70.5	227	56.8		
من 40 - 55 سنة	103	51.5	35	17.5	138	34.5		
أكبر من 55 سنة	6	3	3	1.5	9	2.2		
الاجمالي	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق= 0.355

ويتضح وجود فروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في السن, حيث كانت قيمة كا^2 70.490 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001, وذلك لارتفاع عدد العاملين في قطاع السياحة كانوا أكثر في الفئة العمرية من 25 الى 40 سنة أي فئة الشباب، في حين كان أكثر الإعلاميين بالفئة العمرية من 40 الى 55 سنة، وبذلك يتم قبول هذا الجزء من الفرض .

3- بالنسبة للخبرة :

- توجد فروق معنوية دالة إحصائياً بين كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقاً لعدد سنوات الخبرة

جدول (28)

يوضح قيمة كا^2 لدلالة الفروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقا للخبرة

العمل / الخبرة	الإعلاميين		العاملين بالسياحة		إجمالي		كا2	مستوى معنوية د ح 3
	ك	%	ك	%	ك	%		
أقل من 5 سنوات	20	10	51	25.5	71	17.8	35.788	0.001
من 5 الى 10 سنوات	63	31.5	78	39	141	35.2		
من 10 الى 15 سنة	40	20	41	20.5	81	20.2		
اكثر من 15 سنة	77	38.5	30	15	107	26.8		
الاجمالي	200	100	200	100	400	100		

معامل التوافق= 0.287

ويتضح وجود فروق بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في الخبرة، حيث كانت قيمة كا^2 70.490 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001, وذلك لارتفاع سنوات الخبرة لأعلى من 10 سنوات لدى الإعلاميين، وبذلك يتم قبول هذا الجزء من الفرض .

وتأسيسا على ما سبق نقبل هذا الفرض حيث ثبت وجود تأثير دال للنوع والسن و الخبرة بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة .

الفرض الثامن :

تختلف معدلات تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية باختلاف النوع، السن، سنوات الخبرة، وتم التحقق من صحة هذا الفرض كما يلي :

1- بالنسبة للنوع :

تختلف معدلات تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية باختلاف النوع .

جدول رقم (29)

يوضح الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في معدل تعرض المبحوثين عينة الدراسة لمواقع الصحف الدولية

المتغير	ذكور (ن=274)		إناث(ن=126)		ت	مستوى المعنوية د.ح 398
	م	ع	م	ع		
معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية	9.3	1.72	8.6	1.97	3.593	0.001

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع

السياحة لمواقع الصحف الدولية لصالح الذكور, حيث كانت قيمة (ت) 3.593 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.01.، مما يدل على تأثير النوع على معدل تعرض كلا من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية، **وبذلك يقبل هذا الجزء من الفرض .**

2- بالنسبة للسن :

تختلف معدلات تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية وفقا للسن .

جدول رقم (30)

يوضح الفروق في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية باختلاف الفئات العمرية

المتغير	مصدرالتباين	مجموع المربعات	د . ح	المتوسط الحسابي	ف	مستوى معنوية
معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية	بين المجموعات	43.000	3	14.333	4.159	0.01
	داخل المجموعات	1364.898	396	3.447		
	مجموع	1407.897	399			

من خلال الجدول السابق يتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية، حيث كانت قيمة (ف) 4.159، عند مستوى معنوية0.01 ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء الإختبار البعدي (LSD) لمعرفة مصدر الفروق وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (31)

يوضح إختبار(LSD) للمقارنات المتعددة بين الفئات العمرية في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية

الفئات العمرية		الإجمالي	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	أصغر من 25 سنة	من 25- 40 سنة	من 40 – 55 سنة	أكبر من 55 سنة
تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الغربية الدولية	اصغر من 25 سنة	26	8.2	1.80		-0.6787	-1.0491*	-2.0684*
	من 25- 40 سنة	227	8.8	1.98			-0.3703	-1.3896*
	من 40 – 55 سنة	138	9.2	1.65				-1.0193*
	أكبر من 55 سنة	9	10.2	1.64				
	الإجمالي	400	8.9	1.88				

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج من أهمها : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية أصغر من 25 سنة وبالفئة العمرية من 40 إلى أقل من 55 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية لصالح الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 55 سنة عند مستوى معنوية 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية أصغر من 25 سنة وبالفئة العمرية من أكبر من 55 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية لصالح الفئة العمرية أكبر من 55 سنة عند مستوى معنوية 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من 25 إلى 40 سنة وبالفئة العمرية من أكبر من 55 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية لصالح الفئة

العمرية أكبر من 55 سنة عند مستوى معنوية 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من40 إلى 55 سنة وبالفئة العمرية من أكبر من 55 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية لصالح الفئة العمرية أكبر من 55 سنة عند مستوى معنوية 0.05.، **وبناء على ذلك يقبل هذا الجزء من الفرض .**

3- بالنسبة لسنوات الخبرة :

تختلف معدلات تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية وفقا لسنوات الخبرة :

جدول رقم (32)

يوضح الفروق في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية وفقا للخبرة

الفروق تبعا للخبرة	مصدر التباين	مجموع المربعات	د . ح	المتوسط الحسابي	ف	مستوى معنوية
معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية	بين المجموعات	54.767	3	18.256	5.343	0.001
	داخل المجموعات	1353.131	396	3.417		
	مجموع	1407.897	399			

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف سنوات الخبرة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الغربية الدولية, حيث كانت قيمة (ف) 5.343، و هي دالة عند مستوى معنوية 0.001، ولمعرفة مصدر التباين تم اجراء الإختبار البعدي (LSD) لمعرفة مصدر الفروق وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (33)

يوضح اختبار(LSD) للمقارنات المتعددة بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة وفقا للخبرة

الفئات العمرية		الإجمالي	متوسط	انحراف معياري	أقل من 5 سنوات	من 5- 10 سنة	من 10- 15سنة	أكبر من 15 سنة
كثافة تعرض المبحوثين لمواقع الصحف الدولية	أقل من 5 سنوات	71	8.4	1.83		0.3644-	0.8543*-	0.9936*-
	من 5 الى 10 سنوات	141	8.7	1.89			0.4899-	0.6292*-
	من 10 الى 15 سنة	81	9.2	1.99				0.1393-
	اكثر من 15 سنة	107	9.4	1.68				
	الإجمالي	400	8.9	1.88				

يتضح من الجدول السابق عدة نتائج من أهمها : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذو سنوات الخبرة أقل من 5 سنة وذو سنوات الخبرة من 10-15 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية لصالح ذو سنوات الخبرة من 10 – 15 سنة عند مستوى معنوية 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذو سنوات الخبرة أقل من 5 سنة وذو سنوات الخبرة أكثر من 15 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف والقنوات التليفزيونية الدولية لصالح ذو سنوات الخبرة من أكثر من 15 سنة عند مستوى معنوية 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذو سنوات الخبرة من 5-10 سنوات وذو سنوات الخبرة أكثر من15 سنة في معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية لصالح ذو سنوات الخبرة من أكثر من 15 سنة عند مستوى معنوية 0.05، وبذلك يتم قبول هذا الجزء

من الفرض .

وتأسيسا على ما سبق نقبل الفرض الثامن حيث ثبت وجود اختلاف بين الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة في معدل تعرضهم لمواقع الصحف الغربية الدولية باختلاف النوع والسن وسنوات الخبرة .

الخلاصة :

استهدف هذا البحث رصد تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية، وتبدو القيمة النظرية والمنهجية لموضوع الدراسة في إطار كونها ترتبط ارتباطا وثيقا بالظروف الحالية التي تمر بها مصر بعد حادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء في 31 أكتوبر 2015، واستلزم ذلك إجراء دراستين إحداهما تحليلية والأخرى ميدانية، واستندت الدراسة في إطارها النظرى على ثلاثة من المداخل النظرية المتكاملة هي مدخل تحليل الإطار الإعلامي، ومدخل التحليل الثقافي، ومدخل البناء الاجتماعي للواقع، وذلك بهدف التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف الغربية لحادث تحطم الطائرة الروسية فوق سيناء وتداعياته على السياحة المصرية، وذلك من حيث الجوانب التي تم التركيز عليها عند معالجتها للحادث وأبرز الأطر التي تم توظيفها، وتأثير السياق السياسي والثقافي على النظام الصحفي فيها، وانعكاس ذلك على المضمون المقدم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة، ففي الدراسة التحليلية تم مسح خطاب عينة من المضامين الإعلامية المقدمة في مواقع الصحف الغربية الدولية، وطبقت استمارة استقصاء في الدراسة الميدانية على الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة، وقد بلغ اجمالي العينة 400 مفردة بواقع 200 مفردة للإعلاميين، 200 مفردة العاملين بقطاع السياحة .

وقد كشفت نتائج الدراسة التحليلية على مستوى مدخل تحليل الإطار أن مواقع الصحف الغربية عينة الدراسة اتفقتا على طريقة المعالجة الصحفية للحادث، وذلك في قيامهما بدور انتقائي من خلال التركيز على بعض الجوانب المتعلقة بالحادث منها التركيز على أنه كان نتيجة عمل إرهابي معتبرة أن هذه المنطقة باتت منطقة خطيرة، وإغفالها جوانب أخرى منها جهود مصر في تحقيق الأمن والاستقرار في كافة ربوع مصر بل وفي المنطقة، كما تبين من النتائج تعدد الأطر المستخدمة في تقديم الحادث وكان أبرزها أطر الإرهاب، والنتائج الاقتصادية، وعدم الاستقرار السياسي، والأمني، والضحية .

كما اتفقت نتائج الدراسة مع ما أكد عليه مدخل التحليل الثقافي من تأثير السياقات المختلفة (السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي) التي يعمل في إطارها النظام الصحفي على المضمون المقدم به، حيث انعكس أثر انتماء الصحيفتين لدولتيهما واكتساب الصحفيين بهما قيما مناهضة لهذه المنطقة من العالم منذ النشأة، فالغرب يضع العربي في صورة سلبية نمطية انعكس هذا على تغطيتهم للحادث، فكانت التغطية غير موضوعية وغير متوازنة، بالإضافة إلى قيام هذه الصحف ومواقعها بحملات إعلامية ضد السلطة في مصر وتحميلها مسئولية ما حدث .

كما اتفقت نتائج الدراسة مع ما أكد عليه مدخل البناء الاجتماعي للواقع في أن مواقع الصحف الغربية من خلال تأثرها بالسياقات السالف الحديث عنها والتي تعمل في إطارها، قامت ببناء جديد للواقع من خلال تقديم أطر وقوالب معينة عن هذا الواقع، ففي إطار هذا المدخل قدمت مواقع الصحف الدولية الغربية صورة عن الواقع المصري تمثلت في أن مصر شهدت بعد ثورة 25 يناير 2011 حالة من عدم الاستقرار السياسي والانفلات الأمني، وانتشر بها الإرهاب حيث وقعت العديد من الأحداث الإرهابية، والتي أثرت بدورها سلبيا على صورة مصر في الخارج وما

ترتب على ذلك من تداعيات سياسية واقتصادية .

كما اتفقت نتائج الدراسة التحليلية مع توصلت إليه نتائج الدراسة الميدانية من أن 97 % من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة يرون أن السياحة المصرية تأثرت بالسلب بدرجة كبيرة بتغطية مواقع الصحف الغربية لهذا الحادث، والتي اتسمت بالتحيز ضد مصر، كما غلب عليها طابع الإثارة أكثر من الدقة والموضوعية، كما أن هذه التغطية أسهمت في تعميق أزمة السياحة، وتؤكد هذه النتيجة على أن هناك اتفاق بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمعالجة مواقع الصحف الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء مع نوع الأطر السائدة في الدراسة التحليلية، كما تؤكد أيضا ما توصلت إليه الدراسة التحليلية من أن تغطية مواقع الصحف الدولية عينة الدراسة لحادث تحطم الطائرة الروسية غلب عليها التحيز لمصلحتها، فهذه المواقع لا تقدم إلا ما يتفق مع سياسات ومصالح الدول التي تنتمي إليها، كما توصلت النتائج إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض كل من الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لمواقع الصحف الدولية ورؤيتهم لمدي تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء.

وأظهرت النتائج وجود علاقة بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة لتغطية مواقع الصحف الغربية الدولية لحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء ومدي ثقة كل منهما في المعلومات المقدمة في تلك المواقع عن السياحة المصرية .

كما توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تقييم الإعلاميين والعاملين بقطاع السياحة للوضع الراهن للسياحة المصرية ورؤيتهم لمدي تأثر السياحة المصرية بحادث تحطم الطائرة الروسية في سيناء.

وفي خاتمة الدراسة وبناء على ما تقدم، وفي إطار التحديات التي تواجه

مصر في هذه الفترة من تاريخها:

توصي الباحثة بالآتي :

1- إنشاء قسم لإدارة الأزمات في قطاع السياحة من قبل الجهات الرسمية المعنية تكون مهمته مواجهة الأزمات التي تتعرض لها السياحة في مصر من أجل تقليل آثارها السلبية على الطلب السياحي المصري، وتكون من أهم أولوياته الاهتمام بكل ما يقدم في وسائل الإعلام الدولية والرد على ما يسيئ إلى صورة مصر بشكل عام وإلى صورتها كمقصد سياحي بشكل خاص .

2- تكثيف الاهتمام باستخدام جميع وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية في دعم و تنشيط السياحة، وتوجيه الجهود بشكل خاص نحو الاستفادة من شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال وتسويق وبيع للبرامج السياحية بما يخدم مختلف المجالات والأنشطة السياحية، ولاسيما وقت الأزمات، والتركيز على العلاقات العامة والإعلان كأهم عنصران للترويج السياحي وقت الأزمات لدى القطاع الحكومي والخاص .

3- تشكيل لجنة إعلامية متخصصة تقوم بالإتصال بوسائل الإعلام للتعاون في إنتاج مواد إعلامية خاصة بدعم السياحة، ويكون أيضا من أهم مهامها :

- التجديد في شكل ومضمون كل ما يقدم عن السياحة في كل وسائل الإعلام ومواقعها على الإنترنت .
- تخصيص مساحات يومية بوسائل الإعلام المختلفة خاصة بتشجيع السياحة الوطنية، ونشر الوعي السياحي .
- متابعة التطورات الحديثة في مجال التسويق السياحي الإلكتروني والوصول إلى

العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية .

- الإهتمام بالإعلان السياحي في كل وسائل الإعلام المحلية والدولية ومواقعها على الإنترنت.

4- تنسيق الجهود بين أجهزة السياحة الرسمية والقطاع الخاص وخاصة خلال الأزمات التي تواجه السياحة لتوحيد هذه الجهود، وذلك للتقليل من آثار هذه الأزمات على القطاع السياحي .

المصادر و المراجع

أولا : المصادر :

https://www.theguardian.com/international (November, 2015).

http://www.nytimes.com/ (November, 2015).

ثانيا : المراجع :

1- هناء فاروق صالح (2007) الحق في المعرفة ما بين حرية التعبير وحماية المقدسات : دراسة حالة لأزمة الإساءة للرسول والإسلام في الصحافة الدولية، **المؤتمر السنوى الثالث عشر**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2007، ص ص 1-90.

2-**المرجع السابق**، ص 30.

3-أحمد رضا غريب (2016) دور الإعلام في تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي العراقي، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية السياحة والفنادق .

4- أماني رضا عبد المقصود (2015) دور الإعلام التليفزيوني في تنمية السياحة العربية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

5-الشيماء نشأت السيد مرتضى (2015) مواقع التوصل الإجتماعي كأداة للتسويق السياحي في مصر، **رسالة ماجستيرغير منشورة**، جامعة الفيوم، كلية السياحة والفنادق .

6-أمل هانى عبد الحميد شعير (2014) الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي في الإنترنت ودوره في تنشيط السياحة الثقافية في مصر، **رسالة ماجستيرغير منشورة**، جامعة حلوان، كلية الفنون التطبيقية .

7- سعيد محمد باقر الرمضان (2011) الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الدانمارك : الأكاديمية العربية المفتوحة، كلية الآداب والتربية، www.ao academy.org-/docs/alealamals-audi030112.doc.

8- ناوي كمال (2010) "فعالية الأساليب الترويجية في تنمية السياحة الداخلية: دراسة ميدانية على قطاع السياحة في الجزائر"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية.

9-Celine Jacob, et al.,(2010) "Media Richness and Internet Exploration", **International Journal of Tourism Research**, Vol. (12), PP.303-305. Available at www.communicationcache.com .

10- Ahmed Ibrahim Mohamed, (2009): "Virtual Reality and its Application on Tourism Marketing", **Unpublished Master Thesis**, Cairo: Helwan University, Faculty of Tourism and Hotels Management.

11- Tamer Ahmed Abdul Aziz, (2008): "Study of the Websites of the Official Tourist Authorities in Egypt", **Unpublished Master Thesis**, Cairo: Helwan University, Faculty of Tourism and Hotels Management.

12- دينا أمين النعيمي (2007) " دور الإعلان السياحي في تنشيط حركة السياحة الوافدة إلي الجمهورية اليمنية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق .

13- أحمد محمد الباز (2006)، تقييم دور البرامج السياحية بالقنوات التليفزيونية المحلية في تنشيط السياحة الداخلية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، القاهرة : جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق .

14- Mohamed Ali Al-Ghamdi,(2005), " Saudi Arabian Television (First Channel) Touristic Programs:Uses, Gratifications and Perceptions of the Programs" Effect by Saudi Tourists Who spend Their Summer Vacations Domestically", **PHD Thesis**, United States : Kansas, The University of Kansas,. Available at :http://proquest.umi.com/pqdweb?

15- نهى أبو الغيط داود (2005) " دور وسائل الإعلام في اتخاذ قرار السفر إلى مصر : دراسة تطبيقية على السوق الإنجليزي "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، القاهرة : جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق.

16- شيماء السيد سالم (2002) "دور الاتصال الشخصى و التليفزيون في تنشيط السياحة الداخلية : دراسة ميدانية "، **رسالة ماجستيير غير منشورة**، القاهرة : جامعة عين شمس، كلية الاداب .

17- صابرين جابر عبدالجليل (2000) " تقييم دور القنوات الفضائية المصرية في تنشيط حركة السياحة الدولية إلى مصر "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، القاهرة : جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق .

18- مى سيد محمد جاد الرب (2016) " أثر كفاءة إدارة الأزمات على الصورة الذهنية للمنظمة : دراسة ميدانية على قطاع السياحة المصرى، **رسالة ماجستيرغير منشورة**، جامعة قناة السويس، كلية التجارة.

19- أسماء محمد أحمد محمد (2015) " دور التسويق السياحي في إدارة الأزمات في مصر " ، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة الفيوم، كلية السياحة والفنادق .

20- Margaret Lexow & Johan Edelhiem, (2004), "Effects of Negative Media Events on tourist's Decisions",**International Tourism and Media Conference Proceedings**,24TH -26TH November, (Australia: Melbourne, Tourism Research Unit, Monash University, pp51-60.Avaialable at www. researchgate.net.

21- نرمين على السيد إبراهيم (2004) " دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات "، دراسة تطبيقية على قطاع السياحة "، **رسالة ماجستيرغير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

22- نهى أبو الغيط (2003) " الإعلام السياحى في ظل الأزمة الراهنة"، **بحث غير منشور**، القاهرة : جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق .

23- أسامة محمد عبد السلام خليل النواوى (2000) " المعالجة الصحفية للأزمات السياحية " دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الصحف المصرية اليومية في الفترة من عام 1993 الى

عام 1998، **رسالة ماجستير غيرمنشورة**، جامعة الزقازيق، كلية الآداب .

24- أحمد ناصر السليمى (2016) " المعالجة الصحفية لأحداث العنف السياسى في مملكة البحرين "، دراسة تطبيقية مقارنة على عينة من الصحف البحرينية، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب.

25- صفاء عبد الحميد عبد السميع (2015) " معالجة الصحافة الإلكترونية للأزمات وأثرها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصرى نحوها "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب.

26- مهيرة عماد فتحى محمد (2015) " أطر معالجة الخطاب الصحفي لأزمات القارة الأفريقية "، دراسة تحليلية مقارنة في الفترة من 2010 حتى 2012، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام .

27- سهام محمود عبد العزيز عويس (2015) " أطر معالجة الصحف المصرية للأزمات "، دراسة حالة لأزمتى حديد التسليح والمبيدات المسرطنة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام .

28- كريم محفوظ فتوح محمد (2015) " دور الصحف المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمة السورية " دراسة تطبيقية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الزقازيق، كلية الآداب .

29- غادة عبد التواب اليماني (2013)"أطر معالجة الأزمات المجتمعية في الخطاب الصحفي"، دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف الحزبية والخاصة، **المجلة العربية لبحوث الرأي العام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد الثاني، السنة الأولى، يوليو – سبتمبر 2013، ص ص 42- 73 .

30- ياسمين أسامة عبد المنعم (2013) " أطر معالجة أزمة الاستقطاب السياسي في المجتمع المصري في الصحافة الأمريكية والبريطانية "، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد الأول، السنة الأولى، إبريل – مايو 2013، ص ص 202- 221 .

31- الأميرة سماح فرج عبد الفتاح (2011) " معالجة التليفزيون والصحف للأزمات في المجتمع المصري وعلاقتها بتشكيل الإحساس بالخطر الجمعي "، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام .

32- سحر فاروق الصادق (2010) " الأطر الإعلامية لخطاب الأزمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق على وباء أنفلونزا الخنازير "، دراسة مسحية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 36 يوليو – ديسمبر 2010، ص ص 147 – 218 .

33- سماح متولي محمد (2009) " معالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية وعلاقتها بمستوى معرفة الجمهور بهذه الأزمة واتجاهاته نحوها "، **بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر بعنوان: الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الأول، يوليو 2009، ص ص 65 – 114 .

34- هناء فاروق صالح (2007) **مرجع سابق**، ص ص 1-90.

35- ثروت فتحي كامل (2007)، " إدارة الصحف للأزمة الثقافية " . دراسة حالة لأزمة احتراق قصر ثقافة بني سويف، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني . العدد الثاني، إبريل- يونيو 2007 ص ص 85-155.

36 - Durham ،Frank (2007) : Framing the state in Globalization : The financial Times' Coverage of the 1997 Thai Currency Crisis . **Critical studies in Media Communication** ،mar 2007 ،vol . 24 Issue 1 ، p57-76 .

37 - Billgen – Nadine - C (2006) : Bayer's Baycol/ Lipobay Crisis in the news : Themes ،**Frames and sources in Geman and American newspaper coverage**. Volume 44-04 of Dissertation Abstracts international p.1553 .

38- دينا درويش (2006) " التعرف على دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الأداء الحكومي أثناء الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب .

39- عادل صادق محمد (2006) " دور الصحافة المصرية في إدارة الأزمات "، دراسة مسحية على أزمة 11 سبتمبر 2001، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب .

40- إبراهيم محمد أبو المجد (2006) " اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات " أزمة تفجيرات دهب نموذجاً"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج7، ع2، يونيو- ديسمبر 2006، ص ص 59- 126.

41- Al-Sagaf, (2006). The War in Iraq on the Al Arabiya Website, .CMC,

42- عادل عبد الغفار (2003) " مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث الحادي عشر من سبتمبر وتوابعها"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع20، يوليو- سبتمبر 2003، ص ص 297- 335.

43- Kim, Sunghae. (2003) : The Korean Financial Crisis : Analyzing the performance of the Western Elite Financial press . **conference papers – International communication Association** ،2003 Annual Meeting ، San Diego ،CA, p,10 .

44- مها الطرابيشي (2001) " مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة "، دراسة حالة على حادث سقوط الطائرة المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج2، ع3،، ص ص 173-208.

45- PauLD.Angles ،(2002), News Framing ،**Journal of communication** ، vol. 52, No. 4 ،December, P. 875

46- Holl A. Semetko and Patti Volkenburg,(2000), Framing European Politics, **Journal of Communication**, Vol. 50, No. 2, Spring 2000,P. 93.

47- خالد صلاح الدين حسن (2001) " دور التليفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية "، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 73.

48- Dietran A. Scheufele, (1999), Framing As Theory of Media Effects, **Journal of Communication**, Vol. 49, No. 4, winter, P. 115.

49- Karen Collagher & Frank Schaull,(2001), Assessing the Democratic Debate, **Political Communication**, Vol. 18, PP. 183-212.

50- حنان عبد الفتاح بدر (2005) "صورة مصر والمصريين في الصحافة الاعلانية"، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 45.

51- Denis McquaiL (2010) Mcquail's mass com. Theory 6th elation, **London : sage publication**, p.112

52- أمال كمال طه (2001) "صورة العراق في التغطية العربية والغربية في التسعينيات: دراسة مقارنة"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 31.

53- خيرت معوض محمد عياد (2004)، الهوية العربية كمتغير في معالجة الصحافة العربية للغزو الانجلو أمريكى للعراق، **ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى العاشر، الإعلام المعاصر والهوية العربية**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص70 .

54- Jinbong choi (2006) Framing the national image of north korea in the us news meha papet prejented at the **Annual of the international com**. Akkociation Drejden ،Germany ،p. 11-12-13

55- **Ibid**: ،p.348.

56- هناء فاروق صالح (2006)" **مرجع سابق**، ص 78.

57- **المرجع نفسه**، ص 79.

58- Durham ،Frank (2007), **Op. cit**, p. 65.

59- ثروت فتحي كامل (2007)، **مرجع سابق**، ص 147.

60- Billgen – Nadine - C (2006) **Op.cit**., p. 1553.

61- Kim, Sunghae. (2003) **Op.cit**.

62- هناء فاروق صالح (2007) **مرجع سابق**، ص 80 .

63- **المرجع نفسه**، ص 81 .

64- عادل صادق محمد (2006) **مرجع سابق**، ص 232 .

65- هناء فاروق صالح (2007) **مرجع سابق**، ص 85 .

66- عادل عبد الغفار (2003) **مرجع سابق**، ص305.

67- أمانى رضا عبد المقصود (2015) **مرجع سابق**، ص275.

68- Margaret Lexow & Johan Edelhiem, (2004) **Op.cit**., p. 57.

69- الشيماء نشأت السيد (2015) **مرجع سابق**، ص301.

70- أمل هانى عبد الحميد (2014) **مرجع سابق**، ص294.

71- سعيد محمد باقر رمضان (2011) **مرجع سابق**.

72- Ahmed Ibrahim Mohamed, (2009) **Op.cit**. p. 280.

73- نهى أبو الغيط (2013) **مرجع سابق**، ص78.

(*) السادة المحكمون: (تم ترتيب السادة المحكمين حسب الحروف الأبجدية)

1- الأستاذ الدكتور/أحمد دراز : رئيس قسم التاريخ والآثار، كلية الآداب، جامعة المنوفية.

2- الأستاذ المساعد الدكتور/ صالح السيد عراقى : أستاذ الإعلام المساعد، المشرف على قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.

3- الأستاذ الدكتور/عبدالجواد سعيد : رئيس قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنوفية .

4- الأستاذ الدكتور/ فوزى عبد الغنى : عميد كلية الإعلام، جامعة فاروس.

5- الأستاذة الدكتورة /هدى محمد عبد الله : وكيلة كلية السياحة والفنادق بجامعة السادات .