

التكليف الخامس لمقرر دراسات نقدية 2

د. أشرف الفندي

نقد ورقة بحثية من حيث : الدراسات السابقة

إعداد : بسمة العنمي



تمهيد أهمية الدراسات السابقة

- توفير الخلفية النظرية.
- تحدد الفجوات البحثية.
- توجيه أسئلة البحث
- الاستفادة من التوصيات
- تجنب التكرار

عنوان الدراسة

السياحة بين الاعلام التقليدي والاعلام الرقمي الجديد
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. دعاء احمد البنا

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون

ملخص البحث:

تعد هذه الدراسة من الدراسات التحليلية التي تعتمد على منهج التحليل من المستوى الثاني، حيث قام الباحثون بجمع أكثر من سبعين دراسة عربية وأجنبية، واجروا لهم تحليل مستوى ثانٍ بهدف رصد موضوعات وأهداف الدراسات والاطر النظرية التي اعتمدت عليها والمناهج المتبعة بها. وامتدت الفترة الزمنية للدراسات السابقة من عام 2013 إلى 2023م.

حيث تم استعراض مدى تأثير كل نوع من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على دعم السياحة وتسويق الوجهات السياحية، ورصد الفوائد والتحديات التي تواجه وسائل الإعلام المختلفة في المجال السياحي، إلى جانب رصد الإستراتيجيات الفعالة لتوظيف كل منها في مجال الجذب السياحي عبر تلك الوسائل. كما عملت الدراسة على تقديم نظرة شاملة لتأثير التطورات التكنولوجية على وسائل الإعلام الرقمي ودورها في صناعة السياحة والترويج للوجهات السياحية خلال الفترة المحددة للدراسات السابقة. وأوصت الدراسة بضرورة التواصل والتعاون بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، لتحقيق التوازن والتكامل في الجهود التسويقية والترويجية، مما يساهم في تعزيز صناعة السياحة وتحسين تجربة السائح بشكل شامل ومستدام.

الكلمات المفتاحية:

السياحة، الإعلام التقليدي، الإعلام الرقمي الجديد، التنمية السياحية، التسويق السياحي.

Abstract:

This study is one of the analytical studies that rely on a second-level analysis approach, as more than seventy Arab and foreign studies were collected, and a second analysis was conducted on them with the aim of identifying the subjects, objectives, theoretical frameworks, and methodologies adopted. The time period of the previous studies ranged from 2013 to 2023AD.

The extent of the impact of each type of traditional and new media on supporting tourism and marketing tourist destinations was reviewed, in addition to the clear benefits and challenges facing the media in the tourism field, and monitoring the various strategies for employing each of them in the field of tourist attraction through these media. As the study provided a comprehensive overview of the impact of technological developments on digital media and their role in the tourism industry and promotion of tourist destinations during the specified period of the previous studies. The study also recommended the necessity of communication and cooperation

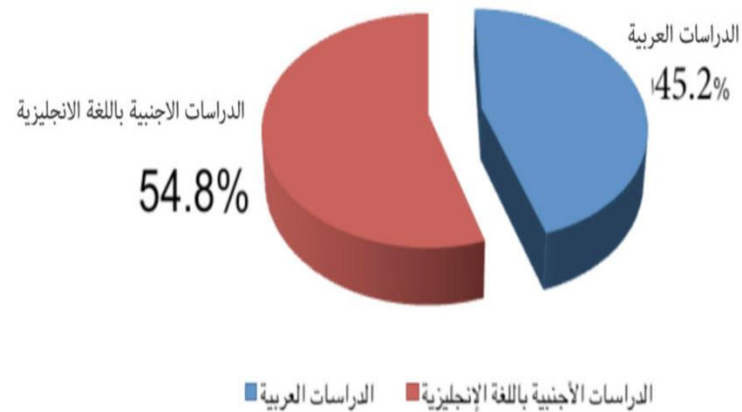
أولاً: شمولية التغطية للأبحاث الحديثة

غطت الدراسة أكثر من 70 بحثاً حديثاً (2013-2023) شملت أبحاثاً عربية وأجنبية في مجال الإعلام السياحي، مع التركيز على تأثير الإعلام الرقمي والتقليدي في السياحة.

مثال تم تحليل دراسات مثل (إبراهيم، 2017) عن دور الفيسبوك في التسويق السياحي، و(أفروهام، 2016) عن إصلاح الصورة الذهنية للسياحة المصرية أثناء الأزمات.

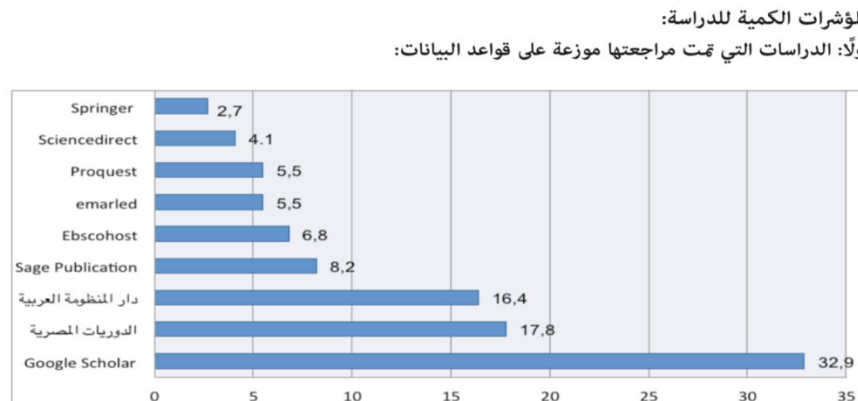
القصور: لم تذكر بعض المنصات الرقمية الناشئة مثل "تيك توك

ثانياً: أنواع دراسات وبحوث السياحة في الإعلام التقليدي والجديد من حيث لغة النشر:



ثانيا: تنوع المصادر

- اعتمدت الدراسة على **مصادر متنوعة مثل المقالات العلمية**، والدراسات الأجنبية والعربية، ورسائل الماجستير والدكتوراه، مع استخدام قواعد بيانات مثل Google Scholar و ScienceDirect.
- نسبة الكتب او التقارير الرسمية كانت قليلة واستشهدت بدراسات مثل بروكويست (ProQuest)
- نقاط ضعف:** لا يذكر البحث إن كان قد استخدم كتباً أو تقارير رسمية، مما قد يحد من شمولية المنظور.
- غياب المصادر الحكومية أو التقارير السياحية الرسمية التي قد تقدم بيانات إحصائية دقيقة

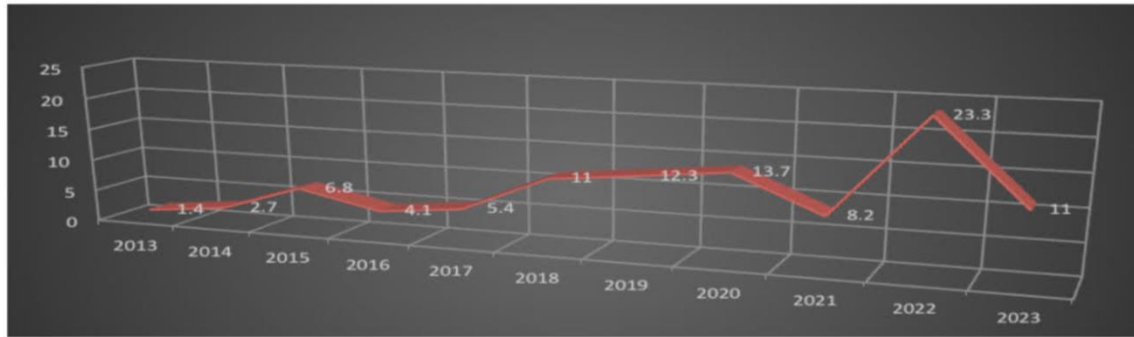


ثالثاً: التوازن بين الدراسات القديمة والحديثة

هناك توازن زمني جيد، مع التركيز على الفترة (2013-2023)، مما يضمن تغطية التطورات الحديثة في الإعلام الرقمي، مثل **(دراسة الخمراوي وعبد المعيد، ٢٠١٩ عن الاعلام المحلي في الإسكندرية)** مقابل **(دراسة محمد، ومراد ٢٠٢٢ عن المؤثرين الرقميين)**.

السلبيات: قد تكون بعض الدراسات القديمة (قبل 2013) محدودة والصلة بسياق تطور الإعلام السياحي مفقودة.

خامساً: الإطار الزمني لدراسات وبحوث السياحة في الإعلام التقليدي والإعلام الجديد:



رابعاً: النقد البناء للدراسات السابقة

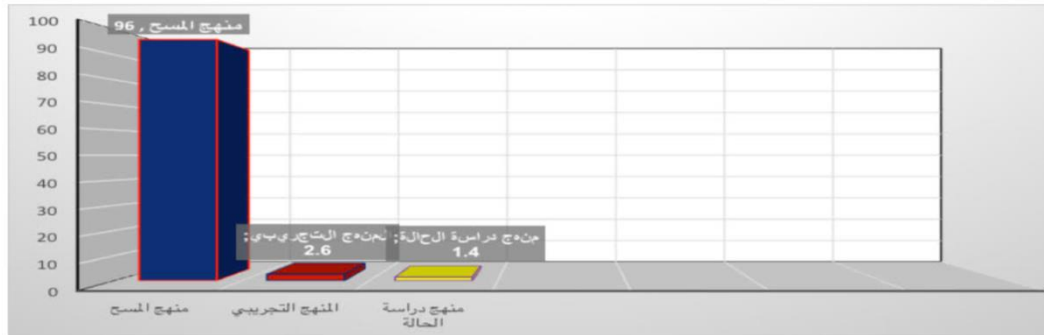
- تم تحليل نقاط القوة والضعف في بعض الدراسات، مثل فعالية وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالإعلام التقليدي. مثل (مدونات هشام ٢٠٢٢ أبرزت الدراسة فعالية الإعلام الرقمي في جذب السياح).
- عمل تحليل كمي ونوعي للدراسات (مثل تحليل المنهجيات والأطر النظرية).
- نقاط الضعف: ضعف التنسيق بين الجهات الرسمية والقطاع الخاص في الترويج السياحي (مثل دراسة الشين وآخرون ٢٠١٨).
- بعض الدراسات اعتمدت على عينات صغيرة مع افتقار بعض البحوث لإطار نظري واضح .
- غياب نقد تفصيلي للتحيزات المحتملة في الدراسات المضمنة.

خامسا: تحليل المنهجيات المستخدمة

- تم تحديد المنهجيات الشائعة (مثل المسح وتحليل المضمون) ومناقشة محدودية الدراسات التجريبية.
- دراسة (سليمان، 2022) استخدمت الاستبيانات، بينما دراسة (الغمرائي، 2019) اعتمدت على المنهج التاريخي

السلبيات: لم يتم تقييم مدى ملاءمة هذه المنهجيات للإجابة على أسئلة البحث أو تحليل تحيزاتها المحتملة

- غياب الدراسات التجريبية او الطولية التي تتابع تأثير الاعلام على السياحة بمرور الوقت.



سادسا: تحديد الفجوات البحثية

أبرزت الدراسة فجوات مثل الحاجة إلى تكامل الإعلام التقليدي والرقمي، وغياب التخطيط الاستراتيجي في بعض الحملات السياحية.

السليبيات: لم توضح الفجوات بشكل مفصل، مثل تأثير الثقافات المحلية على فعالية الإعلام السياحي أو دور
الآزمات العالمية (مثل كوفيد-19).

- عدم وجود دراسات كافية عن تأثير الذكاء الاصطناعي على التسويق السياحي.
- ندرة الأبحاث التي تقارن تكلفة وفعالية الإعلام التقليدي مقابل الرقمي.
- أوصت الدراسة بضرورة تكامل الإعلام التقليدي والرقمي، لكن لم تقدم نماذج عملية لهذا التكامل.

سابعا: إبراز الثغرات البحثية

نقص الدراسات التجريبية في قياس تأثير الاعلام الرقمي.

-(تطرق Saad, 2023 إهمال دور الإعلام المحلي (كالراديو) في المناطق الريفية.

- عدم وجود تنسيق بين الجهات السياحية.

- ندرة الأبحاث عن سياحة البئة المستدامة في العالم العربي.

السلبيات: لم تقدم توصيات محددة لكيفية معالجة هذه الثغرات في أبحاث مستقبلية.

عدم تحليل تأثير "الأخبار السلبية" (مثل الكوارث أو الأزمات السياسية) على الصورة السياحية.

المراجع

- عبد الرحمن بدوي :مناهج البحث العلمي , ط 3 ,وكالة المطبوعات , الكويت - حسن الساعاتي. (1992). تصميم البحوث الاجتماعية ومناهجها وطرقها وكتابتها، ط ٢ ، القاهرة، مكتبة سعيد رأفت،
- عامر ابراهيم قناديلجي، البحوث العلمي: دليل الطلاب في الكتابة والمكتبة والأبحاث، بغداد، مطبعة عصام - محمد النعيمي.(٢٠١٥). طرق ومناهج البحث العلمي، الرياض، الوراق للنشر والتوزيع - ناهدة الدليمي.(٢٠١٦). اسس وقواعد البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع
- محمود حسن اسماعيل، مناهج البحث الإعلامية ،القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠١١
- أحمد فاروق ، خيرت عباد ، العلاقات العامة والاتصال المؤسس عبر الإنترنت ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية، 1115



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You

بسمة العنمي) :

