

دور الإعلام في تحسين الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحي في أوقات الأزمات السياسية

محمد سليمان عبد الحميد

مدرس بقسم الدراسات السياحية

كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

Msa04@fayoum.edu.eg

الملخص:

مرت مصر في الآونة الأخيرة بالعديد من الأزمات السياسية والتي كان لها أكبر الأثر على الصورة الذهنية التي تكونت عنها كمقصد سياحي غير آمن في تلك الفترات، مما أثر بدوره بشكل كبير على قطاع السياحة فيها، وظهر هذا جلياً في مؤشرات السياحة المصرية، وحجم الاستثمار السياحي، والوضع التنافسي لمصر كمقصد سياحي على مستوى العالم في تلك الفترات، الأمر الذي يتطلب البحث عن الوسائل التي يمكن من خلالها تحسين الصورة الذهنية لمصر في فترات الأزمات عامة والأزمات السياسية على وجه التحديد. ولعل من أهم الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في تحقيق ذلك هو الإعلام، باعتباره من أهم العناصر التي لها تأثير وفاعلية في أي مجتمع من المجتمعات، فهو يؤثر ويتأثر بكل الظروف المحيطة في المجتمع سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية، إلى جانب دوره الكبير في بناء وتحسين الصورة الذهنية للدول السياحية خاصة في الأوقات التي تشهد مجموعة من التطورات والأحداث والأزمات السياسية في تلك الدول.

ومن ثم يهدف هذا البحث لدراسة وتحليل حالة قطاع السياحة المصري في أوقات الأزمات السياسية، ودراسة دور الإعلام في تحسين الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحي في تلك الفترات. ولكي يمكن تحقيق ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، لمناقشة نتائج الدراسة وتحليلها باستخدام مجموعة من المقاييس الإحصائية وتقديم مجموعة من المقترحات. ولقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير سلبي للأزمات السياسية التي شهدتها مصر في الآونة الأخيرة على قطاع السياحة المصري، إلى جانب وجود عدة معوقات لاستخدام الإعلام السياحي بفاعلية كأداة لتحسين الصورة الذهنية لمصر في فترات الأزمات السياسية، فضلاً على أن هناك دور كبير للإعلام في تحسين الصورة الذهنية لمصر كمقصد سياحي وتنمية السياحة فيها. الكلمات الدالة: الإعلام، الإعلام السياحي، الصورة الذهنية، الأزمات السياسية، السياحة، مصر.

