

بحث مستل من رسالة ماجستير

صورة المصريين لدى السائحين الأوروبيين بعد ثورة ٢٥ يناير

The Mental Image of the European Tourists visiting Egypt about the Egyptians after the 25th of January Revolution.

دراسة ميدانية

إعداد

كرمال عادل محمد

إشراف مشارك

د / نهلة زيدان الحوراني

مدرس العلاقات العامة والإعلان

كلية الآداب - جامعة المنصورة

إشراف

أ.د / نرمين زكريا خضر

أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مقدمة البحث:-

تعرف منظمة السياحة العالمية " السياحة " بأنها نشاط الأشخاص المسافرين والمقيمين في أماكن خارج بيئتهم لمدة لا تزيد عن سنة واحدة ؛ لغرض قضاء وقت الفراغ ، أو الأعمال ، أو أغراض أخرى . وتعتبر السياحة من أهم الصناعات الضرورية لزيادة الدخل القومي ، وترتبط السياحة بصورة وثيقة بشكل وتركيب واستخدام الأرض .

وترتبط السياحة بالأساس بالأمن والحماية ، حيث يحتاج السائح للشعور بالأمن والطمأنينة وقت زيارته للمناطق السياحية ، فغياب الاستقرار والأمن يدفع كثيرا من السائحين الى إلغاء رحلاتهم والاتجاه نحو مناطق أكثر اماناً ، لذا ونتيجة لأحداث ثورات الربيع العربي فقد عانت دول سياحية كبرى مثل مصر ، من إلغاء كثير من الشركات السياحية برامجها لمصر على الرغم من الصورة الايجابية عن الثورة المصرية (ثورة يناير ٢٠١١) إلا أن غياب قطاع الشرطة عن الشارع أفقد السياحة المصرية كما كبيرا من رصيدها لدى السائح الأجنبي ، وانخفضت أعداد السائحين بنسب كبيرة جدا - للنصف تقريبا . حيث مثلت ضربة قاسمة للاقتصاد المصرى الذى يعانى من أزمة كبيرة خاصة بعد فقدته مورد هام ورئيسى للدخل فى ظل تصاعد الضغوط من البعض بالعديد من المطالب الفئوية .

الدراسات السابقة :-

تم الرجوع إلى العديد من الدراسات السابقة للاستفادة بما تناولته من موضوعات وما توصلت إليه من نتائج في إجراء هذه الدراسة ، ويمكن عرض أهم هذه الدراسات بما يفيد في بلورة أهداف البحث ومشكلتها من خلال المحورين التاليين :

المحور الاول : دراسات اهتمت بالصورة الذهنية .

المحور الثانى : دراسات اهتمت بدور الإعلام فى تشكيل الصورة الذهنية .

أولاً:- الدراسات التى اهتمت بالصورة الذهنية .

١- دراسة محمد لطفى زكريا محمد الشيمى ٢٠١٠ عن دور العلاقات العامة فى تشكيل الصورة

الذهنية للمؤسسات السياسية بالتطبيق على مجالس الوزراء والشورى والشعب^(١)

تتلخص المشكلة البحثية للدراسة فى رصد وتحليل طبيعة الوظائف والأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة فى المؤسسات السياسية المصرية بالتطبيق على مجالس الوزراء والشعب والشورى ، ورصد انعكاس هذه الأنشطة على نوعية وأبعاد الصورة الذهنية المشكلة لدى الجمهور المصرى عن المؤسسات السياسية محل الدراسة ، استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة الصورة الذهنية المدركة لدى الجمهور المصرى حول المؤسسات السياسية عينة الدراسة - مجلس الوزراء ومجلسى الشعب والشورى - واتجاهاتهم نحوها ، ومدى رضاهم عن دورها ، ومقترحاتهم لتطوير أداء مثل هذه المؤسسات ، وتم تطبيق

الدراسة على عينة مكونة من ٤٥ مفردة من الجمهور العام فى محافظات القاهرة والمنيا والمنصورة مع مراعاة شرط واحد فقط هو ان يكون سن المبحوث أعلى من ١٨ سنة ، بحيث يتمكن من ادراك ماترمى اليه الدراسة من أهداف ، كما استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع بيانات هذه الدراسة .

وتشير الدراسة فى نتائجها إلى مايلى :-

قد أوضحت نتائج الدراسة أن الصورة الذهنية لمجلس الشعب جاءت محايدة فى المقام الأول ، وجاءت الصورة السلبية فى المرتبة الثانية متفوقة على الصورة الايجابية ، مما يعنى صورة المجلس سلبية أكثر منها ايجابية ، بينما تفوقت الصورة السلبية على الصورتين المحايدة والايجابية . وجاءت فى المرتبة الاولى فى كل من مجلس الوزراء والشورى ، وتلتها الصورة المحايدة ثم الايجابية ، مما يعنى سلبية الصورة الذهنية المدركة عن المؤسسات السياسية فى مصر

٢- دراسة هبه محمد عفت ٢٠٠٨ عن صورة المرأة الريفية فى المسلسلات العربية التى يقدمها التلفزيون المصرى وعلاقته بادراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها (١) .

واستهدفت الدراسة الى دراسة وتحليل الصورة التى تقدم بها المرأة الريفية فى المسلسلات العربية التى يقدمها التلفزيون المصرى ، ومعرفة أوجه الاختلاف أو التشابه بين الواقع الذى يقدمه التلفزيون وأعماله الدرامية لصورة المرأة الريفية وبين الواقع الفعلى لها ، ومعرفة مدى تأثير التعرض للأعمال الدرامية التى تظهر فيها المرأة الريفية على ادراك الجمهور المصرى للواقع الاجتماعى لها ، واختبار فروض نظرية الغرس الثقافى بالنسبة للصورة التى تقدم بها المرأة الريفية فى المسلسلات العربية وعلاقة ذلك بادراك الجمهور لهذه الصورة . وهى دراسة تحليلية حيث قامت الباحثة بتطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ فردا من الجمهور العام ، وأجريت هذه الدراسة على محافظتى القاهرة والجيزة وعلى ستة أحياء سكنية تمثل المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة .

وخلصت الدراسة فى أهم نتائجها إلى مايلى :-

أهم ماخلصت إليه الدراسة التحليلية :-

- أن المرأة الريفية تظهر فى المسلسلات التلفزيونية وهى غالبا فى مرحلة الشباب حيث تكون المرأة ليس لها أدوار اجتماعية مؤثرة أو قضايا ومشكلات سوى فى هذه المرحلة العمرية .
- ظهر المستوى التعليمى للمرأة الريفية بالمسلسلات التلفزيونية وهى غالبا أمية . أما بالنسبة لطبيعة عمل المرأة الريفية ظهرت فى المسلسلات التلفزيونية وهى ربة منزل .
- جاءت المسكلات الاجتماعية فى مقدمة المسكلات التى تعاني منها المرأة الريفية بالمسلسلات التلفزيونية وقد جاء فى مقدمتها مشكلات الأسرة الممتدة ، بينما جاءت المسكلات الصحية فى الترتيب الأخير .

أهم ما خلصت إليه نتائج الدراسة المسحية للجمهور :-

- اعترضت بنسبة ٧١،٨ % من المبحوثين على أن طريقة كلام المرأة الريفية بالمسلسلات التلفزيونية هي نفس طريقة كلامها في الحقيقة ، بينما وافقت نسبة ٢٤،٨ % على ذلك وجاءت نسبة ٣،٥ % كنسبة محايدة . وافقت ٩٢،٥ % من المبحوثين على أنه يمكن الاستعانة بحكمة المرأة الريفية في حل كثير من المشكلات التي تواجهها الأسرة .
- أكدت نسبة ٦١،٣ % من المبحوثين على أن صورة المرأة الريفية بالمسلسلات التلفزيونية هي صورة غير واقعية ، بينما أكدت نسبة ٢١،٣ % من المبحوثين أن صورتها واقعية .

المحور الثاني :- دراسات اهتمت بدور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية لمصر .

١- دراسة غادة صقر (٢٠١٥) بعنوان صورة الشرطة المصرية كما تعكسها صحافة المواطن واتجاهات الجمهور نحوها بعد ثورة ٣٠ يونيو .iii

سعت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة المواطن في تناول القضايا الخاصة بجهاز الشرطة ؛ و التوصل إلى درجة الثقة في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن واهتمام الجمهور بها ؛ و التعرف على أهم المضامين المقدمة عن جهاز ؛ و الوقوف على مدي مشاركة صحافة المواطن في تشكيل صورة الجمهور اتجاه جهاز الشرطة .

و اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي ويتم من خلال تحليل استمارات استبيان التي تقدم الى عينة البحث لإستطلاع رأيهم و إتجاهاتهم :

كما اعتمدت الدراسة على عينة من المواطنين المصريين قوامها ٤٠٠ مفردة ثم اختيارها عشوائياً من فئات وشرائح مختلفة للمجتمع المصري وقد تم مراعاة المتغيرات على مستوى (السن - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي وكذلك النوع).

وقامت الباحثة بتصميم إستمارة استبيان تتضمن بدورها الأبعاد الرئيسية للدراسة والأبعاد الفرعية المرتبطة بها ، و تم استخدام هذه الاداة في استطلاع رأي الجمهور العام لمعرفة ملامح الصورة المتكونه لرجال الشرطة بعد ٣٠ يونيو ، ودور صحافة المواطن في تناول صورة رجال الشرطة .

وتوصلت الباحثة الى العديد من النتائج منها :-

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصورة الذهنية لرجال الشرطة لدى الجمهور المصري وبين كثافة استخدامهم لصحافة المواطن .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية للجمهور المصري عينة الدراسة المتضمنة كلاً من (النوع، ومحل الإقامة ، والمستوي التعليمي ،والسن) بين الصورة الذهنية لرجال الشرطة لدى الجمهور المصري .

٢- دراسة محمود الدسوقي (٢٠١٥) بعنوان " صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير وآليات تحسينها

iv .

تناولت الدراسة الصورة الذهنية للشرطة عقب ثورتى ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣ وتركزت أهمية الدراسة حول تأثير وسائل الإعلام فى تكوين الصورة الذهنية عن جهاز الشرطة واستخدم الباحث منهج المسح كأحد الأساليب الوصفية وبغلت حجم العينة ٤٠٠ مفردة من الجماهير و ٢٥ من رجال الشرطة واستخدم الباحث استمارة استبيان للطبيق على الجمهور العام واستمارة للمقابلة المتعمقة مع رجال الشرطة .

وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها :-

- ٥ جاءت مواقع التواصل الإجتماعى فى مقدمة الوسائل الإعلام التى يتم متابعتها بشكل دائم بنسبة ٨٠ % وتبين أن الاتصال الجماهيرى من خلال وسائل الإعلام هو الأقدر على تشكيل صورة رجل الشرطة وجاء الإعلاميون والصحفيون الشخصيات الأكثر تأثيرا فى تكوين اتجاهات الجمهور نحو جهاز الشرطة .
- ٥ جاءت نتيجة المقابلات المتعمقة بنسبة ١٠٠% على أن وسائل الإعلام لها دور كبير فى التأثير على المواطنين لما تمتلكه من أدوات وتقنيات كما رأت نسبة ٥٢% أن وسائل الإعلام لا تراعى المصادقية فى نقل صورة رجل الشرطة .

تعقيب الباحثة على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها :-

- وجدت الباحثة ندرة فى الدراسات السابقة التى تناولت الصورة الذهنية عن المصريين وخصوصا بعد ثورة ٢٥ يناير .
- لم تهتم أى من الدراسات السابقة بالربط بين الصورة المكونه لدى السائحين وقرارهم لزيارة مصر .
- لم تجد الباحثة أى تراث علمى تتول المشكلة البحثة محور الدراسة .
- اعتمدت معظم دراسات الصورة الذهنية على استمارة الإستقصاء كأداة أساسية لجمع البيانات الميدانية فى اطار الاعتماد على منهج المسح المستخدم على نطاق واسع فى البحوث الاعلامية والاجتماعية .
- تتعدد المتغيرات التى تؤثر على وسائل الاعلام فى تقديمها لصورة الدول والشعوب ويأتى فى مقدمتها التوجهات السياسية لوسائل الاعلام وطبيعة العلاقات بين الدول التى تنتمى إليها وسائل الاعلام والدول الاخرى .

مشكلة البحث :-

تتلور مشكلة الدراسة فى الكشف عن ملامح وسمات وخصائص الصورة الذهنية للمصريين لدى السائحين الأوربيين القادمين إلى مصر بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير ، والتعرف على مدى وجود دور للثورة فى تعديل تلك الصورة عما كانت عليه قبل أحداث ثورة ٢٥ يناير ، و ذلك من خلال دراسة مدى وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام خلال أحداث ثورة ٢٥ يناير ومدى تأثير وسائل الإعلام على صورة المصريين لديهم ، وكذلك الكشف عن مدى وجود علاقة بين مدى متابعة السائحين الأوربيين لتطورات الأوضاع فى مصر ، و مدى إيجابية أو سلبية صورة المصريين لديهم .

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة فى التساؤل التالى :- ما صورة المصريين عند السائحين الأوربيين

بعد ثورة ٢٥ يناير ؟

أهمية البحث :-

تتبع أهمية الدراسة من النقاط التالية :-

١. أهمية السياحة كمصدر رئيسى للدخل القومى المصرى ، وذلك بوصفها أحد الموارد التى يعتمد عليها الاقتصاد المصرى .
٢. مايشهده المجتمع المصرى من أحداث ترتب عليها حدوث تطور ملحوظ فى مؤشرات الأداء لقطاع السياحة فى مصر .
٣. أهمية الصورة الذهنية للشعوب باعتبارها أحد أهم العناصر الرئيسية لبناء وتشكيل وانطباعات ومعتقدات ومدركات كل شعب عن الآخر بما يساهم فى بناء العلاقات ما بين هذه الشعوب .

أهداف البحث :-

١. التعرف على العوامل التى تشكل الصورة الذهنية عن المصريين لدى السائحين .
٢. التعرف على ملامح صورة المصريين لدى الأوربيين القادمين الى مصر بعد ثورة ٢٥ يناير .
٣. التعرف على دور وسائل الإعلام فى تشكيل الصورة الذهنية لدى الأوربيين عن المصريين .
٤. التعرف على تأثير وسائل الإعلام على قرار تجنب الأوربيين زيارة مصر .

تساؤلات البحث :-

- س١- ما العوامل التى تشكل الصورة الذهنية عن المصريين لدى السائحين ؟
- س٢- ما ملامح صورة المصريين لدى الأوربيين القادمين الى مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ؟
- س٣- ما دور وسائل الإعلام فى تشكيل الصورة الذهنية لدى الأوربيين عن المصريين ؟

الإطار النظري للدراسة (الإعتداد على وسائل الإعلام) .

استطاعت وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من موضوعات أن تجعل الإنسان المعاصر يعرف الكثير عن العالم الذي يعيش فيه بشكل لم يحدث في أي عصر من العصور . وقد انعكست هذه المعرفة علي الصورة الذهنية التي تتكون عند الإنسان عن أشياء كثيرة ومجتمعات متباينة . وإذا كانت هذه الصور ليست بنفس درجة وضوح وتكامل الواقع الذي تعبر عنه في أذهان الجماهير ، فبعضها قد لا يزيد عن مجرد ظلال باهتة لم تتضح معالمها ، إلا أنها في نهاية الأمر تمثل رصيد الفرد من الخبرات والتجارب غير المباشرة^(١) .

وهناك مجموعة من العوامل التي تهيئ لوسائل الإعلام القيام بدورها في تشكيل الصور الذهنية ، منها^(٢) :

١- الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وامتدادها الأفقي والرأسي وقدرتها البالغة علي الاستقطاب والإبهار : حيث أسهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مد واتساع نطاق تغطية وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ، كما أسهمت في تغيير شكل وأسلوب عمل وسائل الإعلام بصفة عامة .

٢- استيلائها علي أوقات الأفراد ومناقستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري .

٣- تعد وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات عن الدول الأجنبية والأحداث العالمية حيث تقدم هذه الوسائل يوميا تيارا من الأخبار ووجهات النظر والصور والعناوين التي من شأنها أن تؤدي إلي خلق وتدعيم صور ذهنية ليس فقط للدول التي تصدر منها ولكن أيضا لكافة الدول .

٤- وكذلك تعد اللغة التي تستخدمه وسائل الإعلام مادة خام مهمة في تشكيل الصور ، وتعتبر اللغة والصورة ذات تأثير بالغ لاسيما في المجالات التي يكون لدي الأفراد خبرة شخصية محدودة نحوها .

الإجراءات المنهجية للبحث :-

منهج البحث :-

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الميدانية ، التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة ، وتتمثل الظاهرة موضع الدراسة فى الصورة الذهنية للمصريين لدى السائحين الأوروبيين القادمين الى مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ، واتبعت الدراسة منهج المسح لعينة من السائحين الأوروبيين.

عينة البحث :

تم سحب عينة الدراسة الميدانية بطريقة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة كما يلى :-

(١):- تحديد جنسيات السائحين الأوروبيين لعينة الدراسة ، وفى اطار هذه الخطوة يتم مراعاة أن

تمثل جنسيات السائحين كافة أنحاء القارة الأوروبية وذلك من خلال توزيع مفردات العينة على خمس دول أوروبية تغطى مساحة القارة الأوروبية وهى :-

- احدى دول شمال قارة أوروبا مثل الدنمارك .
- احدى دول جنوب قارة أوروبا مثل ايطاليا .
- احدى دول شرق أوروبا مثل رومانيا .
- احدى دول غرب أوروبا مثل أسبانيا .
- احدى دول وسط أوروبا مثل سويسرا .

الأدوات المستخدمة فى البحث :-

تعتمد الدراسة على صحيفة استبيان محكمه يتم تصميمها لتحقيق أهداف الدراسة و الإجابة على تساؤلاتها واختبار فروضها .

الصعوبات التى واجهتها الباحثة فى تطبيق الدراسة :-

- قلة عدد السائحين الأوروبيين فى مصر من بعد الثورة ومع تصاعد الأحداث الإرهابية فى سيناء .
- عدم تعاون العديد من الجهات المعنية فى الحصول على عينة الدراسة .

- سعت الباحثة للحصول على عينتها من خلال تطبيق مجموعة من الإستمارات بشكل الكترونى بمساعدة Google Drive للوصول إلى عينة الدراسة سواء المتاحين فى مصر أو التواصل مع آخرون فى بلادهم من خلال بريدهم الالكترونى وذلك من خلال الحصول على عناوين بريدهم الالكترونى من بعض شركات السياحة وبشكل غير رسمى .

المعالجة الإحصائية للبيانات :-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية ، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلى، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " .

النتائج العامة التى توصل إليها البحث

١. عكست نتائج الدراسة أهمية وسائل الإعلام سواء المسموع أو المرئى أو المقروء ودورها الفعال لدى عينة الدراسة .

٢. أوضحت النتائج ترتيب أولويات واهتمامات الجمهور عينة الدراسة من السائحين الأوروبيين من التعرض لوسائل الإعلام ، وترى الباحثة فى ترتيب تلك الاوليات يرجع إلى ارتفاع المستوى الإقتصادى فى الدول الأوروبية فينصب اهتمام عينة الدراسة على الترفيه بنسبة كبيرة فى شكل الإهتمام بالأحداث الرياضية ويليه الإقتصادية لمتابعة الأوضاع والحالة الإقتصادية التى تؤثر عليه بشكل كبير فيما ترجع الباحثة الإهتمام الضئيل بالأحداث السياسية والأمنية يرجع إلى استقرار تلك الدول بشكل عام باستثناء بعض الدول مثل اوكرانيا فى شرق اوربا واليونان فى جنوب اوربا .

٣. وترى الباحثة فى نتائج الدراسة اعتماد عينة الدراسة على الحصول على المعلومات والتسليية وقضاء وقت الفراغ وتعكس النتيجة ترتيب أولويات واهتمامات الجمهور عينة الدراسة من السائحين الأوروبيين من التعرض لوسائل الإعلام ، وترى الباحثة فى ترتيب تلك الاوليات يرجع إلى ارتفاع المستوى الإقتصادى فى الدول الأوروبية فينصب اهتمام عينة الدراسة على الترفيه بنسبة كبيرة ، كما لم تعتمد عيني الدراسة على وسائل الإعلام فى زيادة الثقافة المعرفية فى

مجالات اهتمامهم لنضج العينة فكريا حيث تلجأ لمصادر موثوق بها للحصول على معلوماتهم للتأكد من صحتها ومصدرها .

٤ . توافقت نتائج الدراسة مع العديد من الدراسات التي قامت على دراسة أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور فى تشكيل معارفه وآراءه وكانت التلفزيون بنسبة ٤٢.٢٥ % ، وفى دراسة أخرى بنسبة ٩٠.٢ % ودراسة أخرى بنسبة ٩٤ % على التلفزيون والفضائيات فى متابعة الاحداث وتشكيل المعارف كما تلى التلفزيون الإنترنت بنسبة ٨٣ % ثم الراديو بنسبة ٦٣ % .

٥ . ، وتفسر الباحثة أن عينة الدراسة تلجأ للوسيلة الأسرع فى الحصول على المعلومات وذلك من المواقع الإخبارية على الإنترنت لسهولة الحصول على المعلومات والبحث عن المعلومات بشكل دقيق و فى اى وقت حيث أن اخبار الثورة فى مصر حيث جاء فى المقدمة المواقع الإخبارية الالكترونية بنسبة ٩٠.١ % ، ثم فى المرتبة الثانية الأسرة بنسبة ٨٠.٢ % ، ثم فى المرتبة الثالثة القنوات الإخبارية الدولية بنسبة ٨٠.٢ % ، ثم فى المرتبة الرابعة الصحف والمجلات بنسبة ٧٩.٩ % ، ثم فى المرتبة الخامسة مواقع التواصل الاجتماعى بنسبة ٧٩.٩ % ، ثم فى المرتبة السادسة الكتب والدراسات بنسبة ٧٠.١ % ، ثم فى المرتبة السابعة الأصدقاء والمعارف بنسبة ٦٠.٢ % ، ثم فى المرتبة الثامنة القنوات الفضائية بنسبة ٥٩.٦ %

٦ . وأظهرت النتائج اهتمامات السائحين عينة الدراسة عن الموضوعات التى تخص مصر فى وسائل الإعلام حيث أن أكثر الأخبار التى تتابعها من خلال وسائل الإعلام عن مصر حيث جاء فى المقدمة الأخبار و الموضوعات الطبية والصحية بمتوسط ٤.٧ ، ثم فى المرتبة الثانية الأخبار و الموضوعات الفنية بمتوسط ٤.٦ ، ثم فى المرتبة الثالثة الأخبار و الموضوعات الاجتماعية بمتوسط ٤ ، ثم فى المرتبة الرابعة الأخبار و الموضوعات العلمية والتكنولوجية بمتوسط ٤ ، ثم فى المرتبة الخامسة الأخبار و الموضوعات السياسية بمتوسط ٣.٩ ، ثم فى المرتبة السادسة الأخبار و الموضوعات الاقتصادية بمتوسط ٣.٤ ، ثم فى المرتبة السابعة الأخبار و الموضوعات الرياضية بمتوسط ٢.٨ .

٧. أوضحت اهتمامات السائحين عينة الدراسة عن أحداث ثورة ٢٥ يناير فى وسائل الإعلام حيث أوضحت النتائج أن السائحين تابعت أخبار مصر أثناء ثورة ٢٥ يناير حيث جاء فى المقدمة نعم بنسبة ٦٠.٢٪ ، ثم فى المرتبة الثانية لا بنسبة ٣٩.٨٪ ،

٨. عكست النتائج اهتمامات السائحين عينة الدراسة عن أخبار ثورة ٢٥ يناير وسائل الإعلام على الرغم من تقارب النسب بين القصد وغير القصد ولكن ترى الباحثة أن تلك النتيجة بديهية لعينة الدراسة سواء من تواجد منهم فى مصر أثناء الثورة أو بعدها أن يتابع الاخبار السياسية وأخبار الثورة لسلامتهم الشخصية .

٩. وجدت الباحثة فى بعض النتائج أنها منطقية وفق الإطار النظرى للدراسة حيث أن تشكيل المعارف لدى الجمهور يكون من خلال التجربة المباشرة وهى التواجد فى مصر أثناء الثورة أو غير مباشرة وتكون من خلال متابعتها فى وسائل الإعلام حيث كانت متابعتك للأخبار عن ثورة ٢٥ يناير المصرية حيث جاء فى المقدمة أحيانا بنسبة ٧٠.٣٪ ، ثم فى المرتبة الثانية نادرا بنسبة ١٩.٨٪ ، ثم فى المرتبة الثالثة دائما بنسبة ٩.٩٪

١٠. بينت النتائج اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الأخبار الخاصة بمصر وجاءت الأخبار الخاصة بالفساد فى المرتبة الاولى حيث كانت أهم الأحداث التى تعرضت لها و تابعتها فى وسائل الإعلام قبل ثورة ٢٥ يناير المصرية حيث جاء فى المقدمة الفساد بنسبة ٤٧.٥٪ ، ثم فى المرتبة الثانية البطالة بنسبة ٣٥.٤٪ ، ثم فى المرتبة الثالثة الأمن بنسبة ٣٤.٩٪، ثم فى المرتبة الرابعة احداث الكنيسة بنسبة ٦.٠٤٪

١١. وجدت الباحثة أولويات عينة الدراسة تنصب فى معرفة الحدث فقط ولذا جاء أحداث بداية الثورة ثم موقعة الجمل فى المرتبة الأولى والثانية بينما جاء معرفة آراء النخبة ورموز البلد فى تفسير الأحداث فى المرتبة الأخيره وذلك لأن عينة الدراسة تسعى لمعرفة اتجاه سير الأحداث بدون تفاصيل .

١٢. رأت الباحثة أن تلك النتائج أن أولويات السائحين تنصب فى معرفة الحدث فقط لمتابعة استقرار مصر سياسيا لذا جاء فى المرتبة الأولى الإنتخابات والثانية متابعة النظام الجديد والتأكد من قدرته على توفير الأمن والأمان .

١٣. جاءت بعض النتائج مخالف لما توقعته الباحثة وذلك لأن خصائص عينة الدراسة ولا تعتمد على مواقع التواصل الإجتماعى فى الحصول على المعلومات وقد جاءت فى مقدمة الوسائل التى تراها العينة تعكس صورة مصر والمصريين ، كما ترى الباحثة أنه يمكن تفسير تلك النتيجة على أن وسائل التواصل الإجتماعى الوسيلة الأسرع والمتاحه للجميع فى مصر لنقل الأحداث المحيطه بهم ولا وجد عليها قيود كالوسائل الإعلامية الأخرى لذا كانت ما تتعرض له عينة الدراسة على مواقع التواصل الإجتماعى يموق ما تتعرض له أيضا على الوسائل الإعلامية الأخرى .

١٤. تعكست بعض النتائج زيادة مساحة حرية الرأى والتعبير من وجهة نظر عينة الدراسة لدى المصريين بعد ثورة ٢٥ يناير .

١٥. تتناقض بعض نتائج الدراسة مع بعض نتائج دراسة (نشوى حسانين ، ٢٠٠٠) والتى طبقت على مجموعة من السائحين المقيمين فى مصر عن صورة مصر وتتفق بعضها كالتالى حيث اختلفت مع النتائج بتوافر الجو الديموقراطى وحرية التعبير والرأى حيث رأت دراسة (نشوى حسانين ، ٢٠٠٠) أنه متوافر لدى المصريين مناخ ديموقراطى بنسبة ٥٠.٢ % ؛ بينما تشابهت النتائج الخاصة بضعف الأجور وتدهور الاحوال المعيشية وسوء الأحوال الإجتماعية فى نتائجها مع نتائج تلك الدراسة .

١٦. وجدت الباحثة أن النتائج تعكس مدى تغير صورة مصر والمصريين لدى الأوروبيين وذلك من خلال رؤيتهم أن الشعب المصرى استطاع بالمطالبة السلمية بحقوقه وذلك يعكس مدى تحضرالشعب المصرى كما أنهم تشكلت لديهم صورة بأن الشعب المصرى ودودين للغاية

١٧. وجدت الباحثة أن وسائل الإعلام ساهمت فى تجنب السائحين للذهاب إلى مصر بسبب تناولها لأحداث الثورة حيث جاء فى المقدمة نعم بنسبة ٨٩.٨ % ، بينما لا بنسبة ١٠.٢ % ، ولذا رأت الباحثة أهمية دراسة الموضوع من منظور تأثر الإعلام فى نقل أحداث الثورة بالمبالغة والتضخيم وأحيانا بصورة خاطئة مما أدى إلى تجنب السائحين الاوروبيين زيارة مصر بنسبة ٨٩ % .

١٨. يقبل القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مدى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة ، ومستوى ايجابية أو سلبية صورة المصريين لديهم.
١٩. يقبل القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مدى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة اتجاهات الأوروبيين القادمين الى مصر نحو أحداث ثورة ٢٥ يناير.
٢٠. ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة مدى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة و طبيعة علاقة الأوروبيين القادمين الى مصر بالمصريين بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير (ايجابية ، متوازنة ، سلبية)
٢١. ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة مدى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة وفقا للمتغيرات الديموجرافية وصورة المصريين لديهم باختلاف النوع لصالح الذكور
٢٢. ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بينبىمى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة وصورة المصريين لديهم باختلاف فئات العمرية للمبحوثين عينة الدراسة.، لصالح من ٣٦ إلى اقل من ٥٠.
٢٣. ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بينمى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة وصورة المصريين لديهم باختلاف المستوي التعليمي للمبحوثين عينة الدراسة.، لصالح المستوي التعليمي الجامعي .
٢٤. ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة بين مدى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة وصورة المصريين لديهم باختلاف الهدف من زيارة مصر
٢٥. ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بينمى اهتمام الأوروبيين القادمين الى مصر بمتابعة أحداث الثورة وصورة المصريين لديهم باختلاف عدد مرات الزيارة.، لصالح عدد مرات الزيارة لثلاث مرات.

(١) محمد لطفى زكريا محمد الشيمى ، دور العلاقات العامة فى تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات السياسية بالتطبيق على مجالس الوزراء والشورى والشعب ، رسالة ماجستير منشورة ، (كلية الاداب - جامعة المنيا ٢٠١٠) .

(٢) هبة محمد عفت ، صورة المرأة الريفية فى المسلسلات العربية التى يقدمها التلفزيون المصرى وعلاقته بادراك الجمهور للواقع الاجتماعى لها رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨) .

(٣) غادة صقر ، صورة الشرطة المصرية كما تعكسها صحافة المواطن واتجاهات الجمهور نحوها بعد ثورة ٣٠ يونيو ، مجلة بحوث الإعلام والاتصال ، عدد مارس ٢٠١٥ .

(٤) محمود ابراهيم الدسوقى : صورة جهاز الشرطة عقب ثورة يناير وآليات تحسينها ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠١٥ .

(٥) علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ط ١ (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣) ص ٢٢ .

(٦) جيهان أحمد فؤاد عبد الغني ، العلاقة بين صورة رجال وسيدات الأعمال فى الدراما التلفزيونية وإدراك الجمهور لواقعهم الاجتماعى ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٧) ، ص ١٧٢ .

(٧) نهى حسين محمد ، دور العلاقات العامة فى تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات رجال الأعمال، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الآداب - جامعة المنيا ، ٢٠٠٨) .

(٨) الأميرة سماح فرج عبد الفتاح ، صورة الشباب فى الدراما العربية التى يقدمها التلفزيون المصرى ، رسالة ماجستير (القاهرة : قسم الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ٢٠٠٧) .

(٩) محسوب حاجي عبد الله ، دور وسائل الإعلام فى تكوين الصورة الذهنية عن الصعيد لدى الشباب المصرى ، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠٧) .

(١٠) نشوى حسانين حافظ: دور قناة النيل الدولية فى تشكيل الصورة الذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجنب المقيمين: دراسة مسحية ، رسالة دكتوراة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٠.

ملخص البحث

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الميدانية وتهدف الي التعرف على الصورة الذهنية المتكونه عن المصريين لدى السائحين الأوروبيين القادمين إلى مصر بعد ثورة ٢٥ يناير، وقد أجريت الدراسة الميدانية علي عينة من السائحيين المتواجدين بمصر قوامها ٤٠٠ مفردة وزعتها الباحثة كالتالى (احدى دول شمال قارة أوروبا - احدى دول جنوب قارة أوروبا - احدى دول شرق أوروبا - احدى دول غرب أوروبا - احدى دول وسط أوروبا) ، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى من خلال أداة الإستبيان للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها . وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج نذكر منها : ١ .توافقت نتائج الدراسة مع العديد من الدراسات التى قامت على دراسة أهم وسائل الإعلام التى يعتمد عليها الجمهور فى تشكيل معارفه وآراءه وكانت التلفزيون بنسبة ٤٢,٢٥ % ، وفى دراسة أخرى بنسبة ٩٠,٢ % ودراسة أخرى بنسبة ٩٤ % على التلفزيون والفضائيات فى متابعة الاحداث وتشكيل المعارف كما تلى التلفزيون الإنترنت بنسبة ٨٣ % ثم الراديو بنسبة ٦٣ . ٢% . أوضحت اهتمامات السائحين عينة الدراسة عن أحداث ثورة ٢٥ يناير فى وسائل الإعلام حيث أوضحت النتائج أن السائحين تابعت أخبار مصر أثناء ثورة ٢٥ يناير حيث جاء فى المقدمة نعم بنسبة ٦٠,٢ %، ثم فى المرتبة الثانية لا بنسبة ٣٩,٨ %، ٣ .وجدت الباحثة أن وسائل الإعلام ساهمت فى تجنب السائحين للذهاب إلى مصر بسبب تناولها لأحداث الثورة حيث جاء فى المقدمة نعم بنسبة ٨٩,٨ % ، بينما لا بنسبة ١٠,٢ % ، ولذا رأيت الباحثة أهمية دراسة الموضوع من منظور تأثر الإعلام فى نقل أحداث الثورة بالمبالغة والتضخيم وأحيانا بصورة خاطئة مما أدى إلى تجنب السائحين الاوروبيين زيارة مصر بنسبة تخطت ٨٩ . % .

ABSTRACT

The current study of field studies aimed at identifying the mental image formed on the Egyptians with European tourists coming to Egypt after the revolution of January 25, was the field study conducted on a sample of tourists who are in Egypt number Single 400 and distributed by the researcher as follows (one north of the continent of Europe - one of South continent of Europe - one of Eastern Europe - one of Western Europe - one of central Europe), and the researcher used the descriptive approach through questionnaire tool to answer the questions of the study and verification of hypotheses. The study found several results, including: 1. coincided results of the study with many of the studies conducted on the study of the most important media relied on by the public in the formation of knowledge and views television and was increased by 42.25%, In another study, by 90.2% and other study by 94% on the TV and satellite channels in the follow-up events and the formation of knowledge as Internet TV was followed by 83% and radio by 63%. 2. concerns of tourists, explained the study sample from the events of January 25 revolution in the media, where results showed that tourists followed news Egypt during the revolution of January 25, where he was at the forefront Yes by 60.2%, and in the second place by 39.8% do not, 3. I found the researcher that the media contributed to avoid the tourists to go to Egypt because of dealing with the events of the Revolution, where he was at the forefront Yes by 89.8%, while 10.2%, so the researcher saw the importance Bunting topic from the perspective of the media affected by the transfer of the events of the revolution of exaggerating amplification and sometimes wrongly leading Europeans to avoid tourists visit Egypt exceeded by 89%.