



جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علوم الاتصال والإعلام

دور الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية

في إدارة آثار الأزمة المالية العالمية

(دراسة ميدانية)

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام
من قسم علوم الاتصال والإعلام

إعداد الباحث
أحمد فوزي السيد محمد

إشراف
أ.د/ سوزان القليني
أستاذ الإعلام وعميد المعهد الكندي للإعلام

إشراف مشارك
د. سلوى سليمان
مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب - جامعة عين شمس

صفر ١٤٣٤هـ - ديسمبر ٢٠١٢م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ
فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا

صدق الله العظيم

[سورة النساء : الآية ١١٣]

شكر وتقدير

أُتقدم بالشكر الجزيل والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة/ سوزان القليني - أستاذ الإعلام وعميد المعهد الكندي للإعلام؛ لإشرافها على الرسالة ولتوجيهاتها القيمة وإرشاداتها السديدة التي أسهمت في إنجاز هذه الرسالة وإظهارها إلى حيز الوجود، وعلى دعمها غير المحدود للبحث والباحث: **اكاديميا وعلميا وإنسانيا، كما أتقدم بخالص الشكر للدكتورة/ سلوى سليمان -** على تعاونها معي في إنجاز هذا البحث منذ بداية عملي بهذه الدراسة.

وأُتقدم بجزيل الشكر والتقدير للدكتور/ صفوت العالم - الأستاذ المساعد بكلية الإعلام / جامعة القاهرة، والدكتور / عصام فرج - وكيل أول الوزارة بالمجلس الأعلى للصحافة؛ لقبولهما أن يكونا ضمن لجنة الحكم والمناقشة رغم كثرة أعبائهما وضيق وقتها، كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى كل من قدم لي العون طوال فترة إعداد هذه الرسالة، وأخص بالشكر الأستاذ الدكتور/ على عجوة - أستاذ الإعلام بكلية الإعلام / جامعة القاهرة - على توجيهاته الرشيدة لي في مجال البحث العلمي، والدكتور/ أحمد سمير عبد الغني - المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة الأزهر - على تعاونه المثمر معي في إنجاز هذه الدراسة. فأسأل الله أن يجزيهم عني وعن زملائي الباحثين جميعاً خير الجزاء.

الباحث

فهرس المحتويات

أرقام الصفحات	المحتويات
٥ ح	فهرس المحتويات
٦ ط	فهرس الجداول
س	فهرس الأشكال
٧ ص	مقدمة
٧٢ +	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
٣ ٤	تمهيد
٣	مشكلة الدراسة
٤ ٣	أهمية الدراسة
٥ ٤	أهداف الدراسة
٤٦ ٥	الدراسات السابقة
٢٢ ٦	• دراسات حول الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية
٤٦ ٣٣	• دراسات حول الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة وإدارة الأزمات
٤٩ ٤٦	التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها وما تضيفه إليها الدراسة الراهنة
٥٦ ٤٩	النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة
٦٠ ٥٧	تساؤلات الدراسة وفروضها
٥٧	• تساؤلات الدراسة
٦٠ ٥٨	• فروض للدراسة
٦٥ ٦٠	الإجراءات المنهجية للدراسة

أرقام الصفحات	المحتويات
٦١ ٦٠	• نوع الدراسة
٦١	• منهج الدراسة
٦٢ ٦١	• أدوات جمع البيانات
٦٣ ٦٢	• مجتمع الدراسة
٦٤ ٦٣	• عينة الدراسة
٦٥ ٦٤	• إجراءات الصدق والثبات
٦٧ ٦٥	• المعالجة الإحصائية للبيانات
٧٠ ٦٧	- التعريفات الإجرائية للدراسة
٧١ ٦٠	- الصعوبات التي واجهت الباحث
٧٢ ٦١	- الخلاصة
٩٥ ٦٣	الفصل الثاني: مفهوم الأزمة المالية العالمية ودور الإعلام في إدارة الأزمات
٧٥ ٦٤	- تمهيد
٨٠ ٦٥	- مفهوم الأزمة بشكل عام
٨١ ٨٠	- مفهوم الأزمة المالية
٨٢ ٨١	- أنواع الأزمات المالية
٨٤ ٨٢	- أبعاد الأزمة المالية العالمية الراهنة
٨٧ ٨٤	- أسباب الأزمة المالية العالمية وجذورها
٩٤ ٨٧	- تداعيات الأزمة المالية على الاقتصاد العالمي وعلى الاقتصاد المصري

المحتويات	أرقام الصفحات
• الأزمة المالية العالمية الراهنة والأزمات المالية السابقة	٨٨ ٨٧
• تداعيات الأزمة المالية العالمية على الاقتصاد العالمي	٩٠ ٨٨
• تداعيات الأزمة المالية العالمية على الاقتصاد المصري	٩٤ ٩٠
• الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لمواجهة آثار الأزمة	٩٥ ٩٤
الخلاصة	٩٥
الفصل الثالث: دور الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة في إدارة الأزمات	١٤٦ ٩٦
تمهيد	٩٧
دور الإعلام في إدارة الأزمات	١٠١ ٩٨
• أنواع المعالجة الإعلامية للأزمات	٩٩
• دور الإعلام في تكوين الرأي العام وتوجيهه	١٠١ ٩٩
• مبدأ التعدد والتكامل في الأداء الإعلامي أثناء الأزمة	١٠١
الاتصال وإدارة الأزمات	١٠٦ ١٠٢
• اتصالات الأزمة وماهيتها	١٠٢
• الثقافة التنظيمية للمؤسسة ودورها في تفعيل الدور الاتصالي للعلاقات العامة أثناء الأزمات	١٠٦ ١٠٣
▪ الثقافة الاتصالية للمؤسسة	١٠٥ ١٠٤
▪ الاستقلال الاتصالي للعلاقات العامة	١٠٦ ١٠٥
دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات	١١٣ ١٠٦
• إجراءات التخطيط لاتصالات الأزمة	١١٣ ١٠٨

أرقام الصفحات	المحتويات
١١٠ + ٠٨	▪ إعداد فريق اتصالات الأزمة
١١٢ + ١٠	▪ إعداد خطة اتصالات الأزمة
١١٣ + ١٢	▪ التدريب على كيفية التعامل مع الأزمات
١٢٢ + ١٣	• الإستراتيجيات الإدارية للعلاقات العامة في مواجهة الأزمات
١١٥ + ١٤	▪ إدارة المخاطر المستقبلية
١١٩ + ١٥	▪ إدارة المعلومات الخاصة بالأزمات وتفسيرها
١٢٢ + ١٩	▪ إدارة الاتصال في المراحل المختلفة للأزمة
١٣٨ + ٢٢	• إستراتيجيات وأساليب الاتصال في إدارة الأزمات
١٢٤ + ٢٢	▪ الدور الإستراتيجي للاتصال في إدارة الأزمات
١٢٩ + ٢٤	▪ الإستراتيجية الإعلامية ودورها في إدارة المراحل المختلفة للأزمة
١٢٥ + ٢٤	التقسيم الرباعي لإستراتيجيات الاتصال
١٢٦ + ٢٥	التقسيم السداسي لإستراتيجيات الاتصال
١٢٩ + ٢٦	إستراتيجيات الاتصال حسب طرق حل الأزمات
١٣٨ + ٢٩	• الأساليب الاتصالية ودورها في إدارة مراحل الأزمة
١٣٠ + ٢٩	▪ أساليب التعامل مع المشكلات الناجمة عن الأزمة
١٣٤ + ٣٠	▪ أساليب الاتصال بوسائل الإعلام
١٣٨ + ٣٤	▪ أساليب الاتصال بالجمهور المستهدف
١٤٠ + ٣٨	▪ دور الإنترنت في إدارة اتصالات الأزمة

أرقام الصفحات	المحتويات
١٤٥ - ٢٤٠	الرؤى المستقبلية لإدارة الأزمات من المنظور الإعلامي
١٤٦	الخلاصة
٣١٩ - ٢٤٧	الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية
١٥١ - ٢٤٨	تمهيد
١٥٧ - ٢٥١	خصائص عينة الدراسة
٢٠٠ - ٢٥٧	تفسير الإجابات على تساؤلات الدراسة
٢١١ - ٢٠١	. نتائج المقاييس التجمعية للدراسة.
٣١١ - ٢١١	نتائج اختبارات فروض الدراسة
٣١٩ - ٢١١	تفسير العلاقات الارتباطية البينية للمقاييس التجمعية العامة للدراسة
٣٣٨ - ٢٢٠	النتائج العامة للدراسة
٣٤٠ - ٢٣٩	مقترحات الدراسة
٣٥١ - ٢٤١	مراجع ومصادر الدراسة
٣٧٩ - ٢٥٢	ملاحق الدراسة

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
١	عدد مفردات مجتمع الدراسة الخاص بالمؤسسات الحكومية في مصر .	٦٣
٢	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين حسب نوع القطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة.	١٥١
٣	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين حسب نوع الجنس.	١٥٢
٤	التوزيع التكراري والنسبي لمفردات العينة حسب السن.	١٥٢
٥	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين حسب نوع نشاط المؤسسة.	١٥٣
٦	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين حسب المؤهل الدراسي.	١٥٤
٧	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين حسب مستوى سنوات الخبرة.	١٥٤
٨	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين حسب المستوى الوظيفي.	١٥٥
٩	التوزيع التكراري والنسبي للمبحوثين بكل مؤسسة من المؤسسات محل الدراسة.	١٥٦ + ٥٥٥
١٠	مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمة المالية العالمية.	١٥٧
١١	مفاهيم الأزمة المالية العالمية لدى المبحوثين.	١٥٨
١٢	مدى تأثير تداعيات الأزمة المالية العالمية على المؤسسات محل الدراسة.	١٦١ + ٥٥٩
١٣	الجهة التي قامت بإعداد خطة إدارة اتصالات الأزمة.	١٦٣
١٤	الإجراءات التي اتخذتها المؤسسات محل الدراسة في التخطيط لإدارة اتصالات الأزمة قبل وقوع الأزمة المالية العالمية.	١٦٦ + ٦٤٤
١٥	مدى تحديد إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة لإستراتيجيات الخطاب الاتصالي لمواجهة الأزمة المالية العالمية.	١٦٨
١٦	أنواع مضامين الخطاب الاتصالي المستخدمة في إدارة الأزمة المالية العالمية في مرحلة ما قبل ظهور تداعياتها.	١٧٠ + ٦٦٩
١٧	أنواع مضامين الخطاب الاتصالي المستخدمة في إدارة الأزمة المالية العالمية في مرحلة ظهور آثارها وتداعياتها.	١٧٣ + ٧٢٢
١٨	أنواع مضامين الخطاب الاتصالي المستخدمة في إدارة الأزمة المالية	١٧٥ + ٧٢٤

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
	العالمية في مرحلة التعامل على المدى الطويل عند انتهاء الأزمة.	
١٩	مدى قيام الإدارة العليا بالمؤسسات محل الدراسة بإعداد غرفة التحكم لحل المشكلات الناجمة عن الأزمة المالية العالمية الحالية.	١٧٧
٢٠	الأساليب الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة في التعامل مع المشكلات الناجمة عن الأزمة من خلال غرفة التحكم الخاصة بالأزمات.	١٧٨ + ٧٧
٢١	الأساليب الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة في الاتصال بالجمهور المستهدف أثناء الأزمة.	١٨٠
٢٢	الأساليب الاتصالية التي استخدمتها العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة في الاتصال بوسائل الإعلام أثناء الأزمة.	١٨١
٢٣	مدى استخدام المؤسسات محل الدراسة للوسائل الاتصالية في تنفيذ الحملة الإعلامية تجاه الأزمة.	١٨٣ + ٨٢
٢٤	الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة في الاتصال بالجمهور الداخلي أثناء الأزمة.	١٨٥
٢٥	الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة في الاتصال بالجمهور الخارجي عند وقوع الأزمة.	١٨٧
٢٦	الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة في الاتصال بوسائل الإعلام أثناء الأزمة.	١٩٠ + ٨٩
٢٧	إجراءات الاتصالية التي اتخذتها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة في الاتصال بالجمهور المستهدف ووسائل الإعلام بعد انتهاء الأزمة المالية العالمية.	١٩٢
٢٨	مدى مشاركة المبحوثين في جلسات التقييم المرحلي للجهود الإعلامية والاتصالية ل خطة إدارة اتصالات الأزمة.	١٩٤
٢٩	مدى مشاركة المبحوثين في تقييم الأدوار الاتصالية التي قامت بها إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة تجاه الجمهور المستهدف ووسائل الإعلام.	١٩٥

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
٣٠	الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها المؤسسات محل الدراسة، والتي تتعلق بتقييم اتصالات الأزمة في مراحلها المختلفة.	١٩٦ + ٩٥
٣١	العقبات التي أثرت على الأداء الاتصالي لممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات محل الدراسة عند إدارة الأزمة.	١٩٨
٣٢	بناء المقاييس التجميعية العامة للدراسة.	٢٠١
٣٣	مدى وعي المبحوثين بتأثير تداعيات الأزمة على المؤسسات محل الدراسة.	٢٠٢
٣٤	مدى فعالية إجراءات التخطيط في مرحلة ما قبل وقوع الأزمة.	٢٠٣
٣٥	مدى فعالية الأساليب الاتصالية التي تم اتخاذها في التعامل مع المشكلات الناجمة عن الأزمة.	٢٠٤
٣٦	مدى كفاءة الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الحملات الإعلامية تجاه الأزمة.	٢٠٥
٣٧	مدى كثافة الإجراءات الاتصالية التي تم تفعيلها في الاتصال بالجمهور الداخلي أثناء الأزمة.	٢٠٦
٣٨	مدى كثافة الإجراءات الاتصالية التي تم تفعيلها في الاتصال بالجمهور الخارجي أثناء الأزمة.	٢٠٧
٣٩	مدى كثافة الإجراءات الاتصالية التي تم تفعيلها في الاتصال بوسائل الإعلام أثناء الأزمة.	٢٠٩
٤٠	مدى كثافة الإجراءات الاتصالية التي تم تفعيلها في الاتصال بالجمهور المستهدف ووسائل الإعلام بعد انتهاء الأزمة.	٢١٠
٤١	مدى فاعلية الإجراءات الاتصالية لتقييم اتصالات الأزمة في مراحلها المختلفة.	٢١١
٤٢	العلاقة بين نوع القطاع ومدى استخدام مضامين الخطاب الاتصالي في مرحلة ما قبل ظهور تداعيات الأزمة.	٢١٤ + ١٢
٤٣	العلاقة بين نوع القطاع ومدى استخدام مضامين الخطاب الاتصالي في مرحلة ظهور تداعيات الأزمة.	٢١٦ + ١٤
٤٤	العلاقة بين نوع القطاع ومدى استخدام مضامين الخطاب الاتصالي	٢١٩ + ١٧

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
	عند انتهاء الأزمة.	
٤٥	العلاقة بين نوع القطاع وأساليب التعامل مع المشكلات الناتجة عن الأزمة المالية.	٢٢٢ ٢٢٠
٤٦	العلاقة بين نوع القطاع والأساليب الاتصالية المستخدمة في الاتصال بالجمهور المستهدف أثناء الأزمة.	٢٢٣
٤٧	العلاقة بين نوع القطاع والأساليب الاتصالية المستخدمة في الاتصال بوسائل الإعلام أثناء الأزمة.	٢٢٥ ٢٢٤
٤٨	العلاقة بين نوع القطاع والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها في الاتصال بالجمهور الداخلي أثناء الأزمة.	٢٢٧ ٢٢٦
٤٩	العلاقة بين نوع القطاع والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها في الاتصال بالجمهور الخارجي أثناء الأزمة.	٢٢٨
٥٠	العلاقة بين نوع القطاع والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها تجاه وسائل الإعلام أثناء الأزمة.	٢٣١ ٢٢٩
٥١	العلاقة بين نوع القطاع والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها تجاه الجمهور المستهدف ووسائل الإعلام بعد انتهاء الأزمة.	٢٣٣
٥٢	العلاقة بين نوع النشاط ومدى استخدام مضامين الخطاب الاتصالي في مرحلة ما قبل ظهور تداعيات الأزمة.	٢٣٧ ٢٣٤
٥٣	العلاقة بين نوع النشاط ومدى استخدام مضامين الخطاب الاتصالي في مرحلة ظهور تداعيات الأزمة.	٢٤١ ٢٣٩
٥٤	العلاقة بين نوع النشاط ومدى استخدام مضامين الخطاب الاتصالي عند انتهاء الأزمة.	٢٤٥ ٢٤٢
٥٥	العلاقة بين نوع النشاط وأساليب التعامل مع المشكلات الناتجة عن الأزمة المالية.	٢٤٩ ٢٤٧
٥٦	العلاقة بين نوع النشاط والأساليب الاتصالية المستخدمة في الاتصال بالجمهور المستهدف أثناء الأزمة.	٢٥٣
٥٧	العلاقة بين نوع النشاط والأساليب الاتصالية المستخدمة في الاتصال	٢٥٥

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
	بوسائل الإعلام أثناء الأزمة.	
٥٨	العلاقة بين نوع النشاط والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها في الاتصال بالجمهور الداخلي أثناء الأزمة.	٢٥٨ ٢٥٧
٥٩	العلاقة بين نوع النشاط والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها في الاتصال بالجمهور الخارجي أثناء الأزمة.	٢٦٢ ٢٦١
٦٠	العلاقة بين نوع النشاط والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها تجاه وسائل الإعلام أثناء الأزمة.	٢٦٧ ٢٦٤
٦١	العلاقة بين نوع النشاط والإجراءات الاتصالية التي تم اتخاذها تجاه الجمهور المستهدف ووسائل الإعلام بعد انتهاء الأزمة.	٢٧١ ٢٧٠
٦٢	العلاقة بين نوع القطاع والمقاييس التجميعية العامة للدراسة.	٢٧٣ ٢٧٢
٦٣	العلاقة بين نوع النشاط والمقاييس التجميعية العامة للدراسة.	٢٧٧ ٢٧٥
٦٤	العلاقة بين مقياس مدى وعي المبحوثين بتداعيات الأزمة المالية والمقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٢٨٢ ٢٨٠
٦٥	العلاقة بين مدى فعالية إجراءات التخطيط في مرحلة ما قبل الأزمة وبين المقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٢٨٦ ٢٨٤
٦٦	العلاقة بين أساليب التعامل مع المشكلات الناتجة عن الأزمة والمقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٢٩٢ ٢٩٠
٦٧	العلاقة بين كثافة الوسائل الاتصالية المستخدمة في تنفيذ الحملة الإعلامية تجاه الأزمة والمقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٢٩٧ ٢٩٥
٦٨	العلاقة بين كثافة الإجراءات الاتصالية تجاه الجمهور الداخلي أثناء الأزمة والمقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٣٠١ ٣٠٠
٦٩	العلاقة بين كثافة الإجراءات الاتصالية تجاه الجمهور الخارجي أثناء الأزمة والمقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٣٠٥ ٣٠٤
٧٠	العلاقة بين كثافة الإجراءات الاتصالية تجاه وسائل الإعلام أثناء الأزمة وباقي المقاييس التجميعية الأخرى للدراسة.	٣٠٨ ٣٠٧
٧١	العلاقة بين كثافة الإجراءات الاتصالية تجاه الجمهور المستهدف	٣١٠

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
	ووسائل الإعلام بعد انتهاء الأزمة وكفاءة إجراءات تقييم اتصالات الأزمة في مراحلها المختلفة.	
٧٢	العلاقات الارتباطية البنينة للمقاييس التجميعية العامة للدراسة.	٣١١ ٣١٢

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٥٠	نموذج لإدارة اتصالات الأزمة	١
٥٣	النموذج المتعدد الأبعاد في اتصالات العلاقات العامة للأزمة	٢
٥٥	نموذج مارا Marra لإدارة العلاقات العامة للأزمة	٣
١١٦	الإطار الذي يسمح بتحليل بيئة المؤسسة وتصنيفها	٤