



جامعة عين شمس

كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

## دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام

عنوان

الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية في إدارة الأزمات وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحوها

إعداد

الباحثة / ريهام يحيى محمد علي إمبابي

إشراف

أ.د / سوزان القليني

د / دينا الخطاط

أستاذ الإعلام

مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام

عميدة كلية الآداب

كلية الآداب

جامعة عين شمس

جامعة عين شمس

ذو القعدة ١٤٣٩ هـ / أغسطس ٢٠١٨ م



قسم علوم الاتصال والإعلام

كلية الآداب

جامعة عين شمس

## رسالة دكتوراه

اسم الباحثة : ريهام يحيى محمد علي إمبابي .

عنوان الرسالة : الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية في إدارة الأزمات وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحوها .

الدرجة العلمية ( دكتوراه )

لجنة الإشراف

رئيساً ومسرقاً

أ.د : سوزان القليني

أستاذ الإعلام وعميدة كلية الآداب - جامعة عين شمس

مناقشةً

أ.د : خالد صلاح

أستاذ الإعلام - كلية الإعلام جامعة القاهرة

مناقشةً

د : سلوى سليمان

أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام كلية الآداب - جامعة عين شمس

تاريخ البحث : ٢٠١٨ / ٨ / ٩

أجازت الدراسة بتاريخ

الدراسات العليا :

٢٠١ / /

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

٢٠١ / /

٢٠١ / /

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

( رَبِّيْ أَفْرِغْنِيْ أَنْ أَشْكُرْ نِعْمَتَكَ الَّتِي  
أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ  
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي  
عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ )

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة النمل : من آية (١٩)

## شكر وعرفان

يقول الله تعالى ﴿لَئِن شَكَرْتُمْ لِأَزِيدُنَّكُم﴾ صدق الله العظيم  
الآية (٧) من سورة إبراهيم

وقال رسول الله صلي الله عليه وسلم  
﴿مَنْ لَمْ يَشْكُرْ النَّاسَ لَا يُشْكُرْ اللَّهُ﴾ صدق رسول الله .

نحمد الله تعالى على نعمه التي لا تعد ولا تحصى ونسجد الله شكرًا على فضله العظيم  
إنه نعم المولى ونعم النصير ، الذي منحني القوة والإرادة والصبر لإستكمال هذه الرسالة وهياً لي  
أساتذة وعلماء إجلاء بذلوا كل ما في وسعهم لنصحي وإرشادي .

انطلاقاً لقول رسولنا الكريم سيدنا محمد صلي الله عليه وسلم " من أسدى إليكم معرفة  
فكافئوه ، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له " صدق رسول الله .

أنقدم بكل الشكر والتقدير والدعاء بموفور الصحة إلى أمي و استاذتي الفاضلة  
الأستاذة الدكتورة / سوزان القليني - أستاذ الإعلام وعميدة كلية الآداب - جامعة عين شمس  
- التي شرفت وتعلمت منها الكثير ولم تخل بالجهد والنصائح وطول البال في تحطي العديد من  
العقبات والصعاب فلها مني عظيم الشكر والتقدير .

كما أنقدم بشكري وعظيم تقديرني إلى الدكتورة/ دينا الخطاط مدرس بقسم علوم الاتصال  
و والإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس على ما بذلته من جهد معى وعلى مدها يد العون  
لي، وإحاطتي بكل خبراتها ودعمها الدائم وحسن المعاملة، فكم أعطتني من طاقة إيجابية لأكمل  
بها دراستي، فجزاها الله عنى خير الجزاء.

أخص بالشكر والتقدير **الأستاذ الدكتور الفاضل/ خالد صلاح أستاذ الإعلام - كلية الإعلام** جامعة القاهرة - لتفضله بقبول مناقشة هذه الرسالة فله مني أسمى آيات التقدير والعرفان بالجميل .

كما اتوجه بخالص الشكر و التقدير **للدكتورة / سلوى سليمان - أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام** كلية الآداب علي قبول مناقشتي فلها مني أسمى آيات العرفان والتقدير فجزاهما الله كل الخير .

كل الشكر والتقدير إلى زوجي **الأستاذ / أحمد سليم وبناتي سجي ، جود وجوري** لما تحملوه معى طوال فترة إعداد رسالتي الماجستير و الدكتوراه فلهم مني جزى الشكر وعظيم العرفان بالجميل .

كما اتقدم بخالص الشكر و التقدير إلى روح أمي وأبي فجزاهما الله كل الخير ويرحمهما كما ربياني صغيراً ، وأخواتي وجميع أفراد عائلتي .

كما أتوجه بكل الشكر والتقدير إلى **الأستاذ الفاضل / عادل باسيلي** الذى تعجز الكلمات عن وصف تقديرى له فكم ساندنى وشد من أزرى فله مني كل التقدير والإحترام .

وأسأل الله تعالى التوفيق والعصمة من الخطأ وأن تكون هذه الرسالة عملاً صالحًا نافعًا محققاً الغاية المقصودة منها وأن تكون خالصة لوجهه الكريم .

﴿ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوْكِلْتُ وَإِلَيْهِ أَنِيبٌ ﴾

# فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات
أ	فهرس المحتويات
هـ	فهرس الجداول
ن	فهرس الأشكال
١	المقدمة
٥٤-٣	<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة</b>
٥	تمهيد
٥	مشكلة الدراسة
٥	أهمية الدراسة
٦	أهداف الدراسة
الدراسات السابقة :	
٧	• دراسات تناولت الأساليب الاتصالية في المؤسسات الحكومية
٢١	• دراسات تناولت إدارة الأزمات المجتمعية
٣٨	مدى استفادة الباحثه من الدراسات السابقة
٤٠	النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة
تساؤلات الدراسة وفرضها :	
٤٥	• تساؤلات الدراسة
٤٦	• فرض الدراسة

رقم الصفحة	المحتويات
الإجراءات المنهجية للدراسة :	
٤٧	• نوع الدراسة
٤٧	• منهج الدراسية
٤٧	• مجتمع الدراسة
٤٨	• عينة الدراسة
٥٠	• أدوات الدراسة
٥١	• المعالجة الإحصائية للبيانات
٥٢	• إجراءات الصدق والثبات
٥٣	التعريفات الإجرائية
٥٤	الصعوبات التي واجهت الباحثة
٥٤	الخلاصة
١٠٩-٥٥	<b>الفصل الثاني : الأساليب الاتصالية في إدارة الأزمات المجتمعية</b>
٥٧	تمهيد
٥٨	أولاً : طبيعة وخصائص الأزمات وأنواعها
٧٢	ثانياً: طبيعة الأساليب الاتصالية وخصائصها وأنواعها وقت الأزمات
٧٨	ثالثاً : دور الأساليب الاتصالية في إدارة الأزمات
١٠٢	رابعاً : الأساليب الاتصالية وتأثيرها على تشكيل الرأي العام أثناء الأزمة
١٠٥	خامساً : السيناريوهات المستقبلية لإدارة الأزمات المجتمعية من المنظور الإعلامي
١١٠	الخلاصة

رقم الصفحة	المحتويات
١٦٨-١١١	<p><b>الفصل الثالث : <u>الأساليب الاتصالية المستخدمة في الوزارات المصرية وقت الأزمات</u></b></p> <p><b>(نتائج الدراسة التحليلية)</b></p>
١١٣	تمهيد :
	<b>نتائج الدراسة التحليلية للأساليب الاتصالية للوزارات المصرية وقت الأزمات التالية :</b>
١١٤	○ وزارة الموارد المائية والري - <b>أزمة السيول</b>
١٣٢	○ وزارة الصحة والسكان- <b>أزمة تسعيرة الدواء</b>
١٤٣	○ وزارة البترول والثروة المعدنية- <b>أزمة ارتفاع أسعار الوقود وأنابيب البوتاجاز</b>
١٥٦	○ وزارة الكهرباء والطاقة - <b>أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء</b>
١٦٩	خلاصة
٢١٧-٢٧٠	<p><b>الفصل الرابع : اتجاهات الرأي العام المصري نحو الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية</b></p> <p><b>( نتائج الدراسة الميدانية )</b></p>
١٧٢	تمهيد :
١٧٢	<b>المحور الأول: نتائج المقابلة المعمقة</b>
١٨١	المحور الثاني : نتائج الدراسة الميدانية من خلال قياس اتجاهات الرأي العام
٢١٨	الخلاصة

رقم الصفحة	المحتويات
٢٤٨-٢١٩	<b>الفصل الخامس : <u>الفرض ومناقشة نتائج الدراسة والمقترحات</u></b>
٢٢١	أولاً : اختبار فروض الدراسة
٢٤٣	ثانياً : مناقشة نتائج الدراسة
٢٤٩	ثالثاً : مقترحات الدراسة
٢٥٠	مراجع الدراسة
٢٦٧	الملحق

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
٤٨	يعرض توزيع إجمالي عدد السكان في كل محافظة من محافظات الدراسة	١.
٤٩	يعرض توزيع عينة الدراسة على كل محافظة من محافظات الدراسة	٢.
٥٠	يعرض توزيع عينة الدراسة في كل محافظة من محافظات الدراسة حسب النوع	٣.
١١٤	توزيع الأساليب الاتصالية المستخدمة أثناء أزمة السيول ٢٠١٨/٢٠١٧	٤.
١١٧	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية بأزمة السيول	٥.
١٢٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر الإبراز المستخدمة (صور ورسوم) بأزمة السيول	٦.
١٢١	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول ٢٠١٧	٧.
١٢٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً للتنوع في رسائل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	٨.
١٢٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً للهدف من الرسائل داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	٩.
١٢٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمراحل الإقناع بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	١٠.
١٢٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأستملالات المستخدمة داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	١١.
١٢٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأطر المرجعية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	١٢.
١٢٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً للاستراتيجيات بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	١٣.
١٣٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأطر الإعلامية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	١٤.

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
١٣١	توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر التفاعلية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة السيول	١٥
١٣٣	توزيع الأساليب الاتصالية المستخدمة أثناء أزمة تسعييرة الدواء	١٦
١٣٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية بأزمة تسعييرة الدواء	١٧
١٣٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر الإلراز المستخدمة (صور ورسوم) بأزمة تسعييرة الدواء	١٨
١٣٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعييرة الدواء	١٩
١٣٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً للمداخل الإقناعية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعييرة الدواء	٢٠
١٤٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأستمالة المستخدمة داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعييرة الدواء	٢١
١٤٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً للإطر الإعلامية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعييرة الدواء	٢٢
١٤٤	توزيع الأساليب الاتصالية المستخدمة أثناء أزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	٢٣
١٤٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية المطروحة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز.	٢٤
١٤٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	٢٥

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
١٥٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً للتتنوع في رسائل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	٢٦
١٥٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً للمداخل الإقناعية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	٢٧
١٥٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأستمالة المستخدمة داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	٢٨
١٥٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً للإستراتيجيات بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	٢٩
١٥٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً للآخر الإعلامية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز.	٣٠
١٥٦	التوزيع التكراري والنسبة للأساليب الاتصالية المستخدمة أثناء أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣١
١٥٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٢
١٦١	توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر الإبراز المستخدمة (صور ورسوم) أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٣
١٦١	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٤
١٦٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً للتتنوع في رسائل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٥

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
١٦٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً للهدف من الرسائل داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٦
١٦٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً للمداخل الإقناعية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٧
١٦٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأستمارات المستخدمة داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٨
١٦٧	توزيع عينة الدراسة طبقاً للإستراتيجيات بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٣٩
١٦٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأطر الإعلامية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٤٠
١٨٠	نتائج المقابلة المعمقة	٤١
١٨٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً للحالة الاجتماعية	٤٢
١٨٣	توزيع عينة الدراسة المهنية	٤٣
١٨٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً النوع والمحافظة	٤٤
١٨٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى اهتمام المبحوثين بمتابعة الأزمات التي يمر بها المجتمع الآن	٤٥
١٨٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى متابعة الأزمات التي يمر بها المجتمع عبر تلك الوسائل الإعلامية	٤٦

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
١٨٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى ترتيب الوسائل الإعلامية التي يفضلها المبحوثون عند متابعة الأزمات المجتمعية	٤٧
١٩٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة اعتمادك على الأساليب الاتصالية الخاصة باوزارات الدولة في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات التي يمر بها البلد	٤٨
١٩٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم الأزمات المجتمعية التي قام المبحوثون بمتابعتها من خلال الأساليب الاتصالية المختلفة الخاصة بوزارات الدولة	٤٩
١٩٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى ترتيب الأزمات التي تباعها المبحوثون خلال العام ٢٠١٧ من حيث أهميتها في التغطية الإعلامية	٥٠
١٩٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم أسباب متابعة المبحوثون للأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية في أوقات الأزمات المجتمعية التي يمر بها مصر خلال عام ٢٠١٧	٥١
١٩٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب أزمة تسعيرة الدواء	٥٢
١٩٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب أزمة السيول	٥٣
١٩٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب ارتفاع أسعار الوقود	٥٤
٢٠١	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب ارتفاع أسعار الكهرباء	٥٥
٢٠٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأهداف التي تحققها الأساليب الاتصالية في تقديم المعلومات في أوقات الأزمات المجتمعية للمبحوثين	٥٦
٢٠٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة الثقة في الأساليب الاتصالية المستخدمة لتعطية الأزمات المجتمعية	٥٧

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
٢٠٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً لفاعلية الأساليب الاتصالية التي تستخدمها الوزارات المصرية وقت نشوب الأزمة	٥٨
٢٠٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى إستقادة المبحوثين من متابعة الأساليب الاتصالية التي تقدمها الوزارات المصرية وقت الأزمات المجتمعية.	٥٩
٢٠٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى تقييم المبحوثين لما تقدمه الأساليب الاتصالية من معلومات أوقات الأزمات	٦٠
٢٠٨	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى مناقشة المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات التي تحصلوا عليها في أوقات الأزمات المجتمعية	٦١
٢٠٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى مساهمة الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات محل الدراسة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمة تسعيرة الدواء	٦٢
٢١١	توزيع عينة الدراسة طبقاً توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى مساهمة الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات محل الدراسة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمة السيول.	٦٣
٢١٣	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى مساهمة الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات محل الدراسة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمة ارتفاع أسعار الوقود	٦٤
٢١٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى مساهمة الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات محل الدراسة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	٦٥
٢٢٢	اختبار (ت) للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور - إناث) حول اتجاه الرأي العام نحو أزمة تسعيرة الدواء بعد تعويم الجنيه المصري	٦٦
٢٢٣	يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاقي والاختلاف بين فئات العمر حول اتجاه الرأي العام نحو أزمة تسعيرة الدواء بعد تعويم الجنيه المصري	٦٧