



جامعة عين شمس

كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام

بعنوان

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

أستاذ الإعلام

عميدة كلية الآداب

جامعة عين شمس

د / دينا الخطاط

مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام

كلية الآداب

جامعة عين شمس

ذو القعدة ١٤٣٩ هـ / أغسطس ٢٠١٨ م



جامعة عين شمس

كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

رسالة دكتوراة

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 (دكتوراة)

لجنة الإشراف

رئيساً ومشرفاً

أ.د : سوزان القليني

أستاذ الإعلام وعميدة كلية الآداب - جامعة عين شمس

مناقشاً

أ.د : خالد صلاح

أستاذ الإعلام - كلية الإعلام جامعة القاهرة

مناقشاً

د : سلوى سليمان

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

تاريخ البحث : ٢٠١٨ / ٨ / ٩

أجيزت الدراسة بتاريخ

الدراسات العليا :

٢٠١ / /

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

٢٠١ / /

٢٠١ / /

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي
أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي
عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ)

صدق الله العظيم

سورة النمل : من آية (١٩)

شكر وعرفان

يقول الله تعالى ﴿لئن شكرتم لأزيدنكم﴾ صدق الله العظيم

الآية (٧) من سورة إبراهيم

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم

﴿من لم يشكر الناس لا يشكر الله﴾ صدق رسول الله .

نحمد الله تعالى على نعمه التي لا تعد ولا تحصى ونسجد لله شكراً 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 صلى الله عليه وسلم " من أسدى إليكم معروفاً
فكافئوه ، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له " صدق رسول الله .

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

كما أتقدم بشكري وعظيم تقديري إلى الدكتورة/ دينا الخطاط مدرس بقسم علوم الاتصال
والإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس على ما بذلته من جهد معي وعلى مدها يد العون
لي، وإحاطتي بكل خبراتها ودعمها الدائم وحسن المعاملة، فكم أعطتني من طاقة إيجابية لأكمل
بها دراستي، فجزاها الله عني 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 اتوجهة بخالص الشكر و التقدير للدكتورة / سلوي سليمان - أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام كلية الآداب علي قبول مناقشتي فلها مني أسمى آيات العرفان والتقدير فجزاها الله كل الخير .

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

كما اتقدم بخالص الشكر و التقدير إلي 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 الذي تعجز الكلمات عن وصف تقديري له فكم ساندني وشد من أزرى فله مني كل التقدير والإحترام .

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

﴿ وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب ﴾

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات
أ	فهرس المحتويات
هـ	فهرس الجداول
ن	فهرس الأشكال
١	المقدمة
٥٤-٣	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
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 وفروضها :
٤٥	• تساؤلات الدراسة
٤٦	• فروض الدراسة

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

المحتويات	رقم الصفحة
الفصل الثالث : الأساليب الاتصالية المستخدمة في الوزارات المصرية وقت الأزمات (نتائج الدراسة التحليلية)	١١١-١٦٨
تمهيد :	١١٣
نتائج الدراسة التحليلية للأساليب الاتصالية للوزارات المصرية وقت الأزمات التالية :	
○ وزارة الموارد المائية والري - أزمة السيول	١١٤
○ وزارة الصحة والسكان - أزمة تسعيرة الدواء	١٣٢
○ وزارة البترول والثروة المعدنية- أزمة ارتفاع أسعار الوقود وأنابيب البوتجاز	١٤٣
○ وزارة الكهرباء والطاقة - أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	١٥٦
خلاصة	١٦٩
الفصل الرابع : اتجاهات الرأي العام المصري نحو الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية (نتائج الدراسة الميدانية)	١٧٠-٢١٧
تمهيد:	١٧٢
المحور الأول: نتائج المقابلة المتعمقة	١٧٢
المحور الثاني : نتائج الدراسة الميدانية من خلال قياس اتجاهات الرأي العام	١٨١
الخلاصة	٢١٨

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

فهرس الجداول

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

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 تسعيرة الدواء	١٦.
١٣٤	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية بأزمة تسعيرة الدواء	١٧.
١٣٥	توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر الإبراز المستخدمة (صور ورسوم) بأزمة تسعيرة الدواء	١٨.
١٣٦	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعيرة الدواء	١٩.
١٣٩	توزيع عينة الدراسة طبقاً للمداخل الإقناعية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعيرة الدواء	٢٠.
١٤٠	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأستمارات المستخدمة داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعيرة الدواء	٢١.
١٤٢	توزيع عينة الدراسة طبقاً للإطار الإعلامية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة تسعيرة 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 الجدول	عنوان الجداول	رقم الصفحة
٢٦.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للتنوع في رسائل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	١٥٠
٢٧.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للمداخل الإقناعية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	١٥٢
٢٨.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأستمارات المستخدمة داخل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	١٥٣
٢٩.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للإستراتيجيات بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز	١٥٤
٣٠.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للاطر الإعلامية بالأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية وأسطوانات الغاز.	١٥٥
٣١.	التوزيع التكرارى والنسبى للأساليب الاتصالية المستخدمة أثناء أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	١٥٦
٣٢.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للأفكار الرئيسية بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	١٥٨
٣٣.	توزيع عينة الدراسة طبقاً لعناصر الإبراز المستخدمة (صور ورسوم) أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	١٦١
٣٤.	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادر الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	١٦١
٣٥.	توزيع عينة الدراسة طبقاً للتنوع في رسائل الأساليب الاتصالية المستخدمة بأزمة ارتفاع أسعار الكهرباء	١٦٣

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

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

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