



بسم الله الرحمن الرحيم

٥٥٥٥٥

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / سامية زكي يوسف

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتقنيات المعلومات دون أدنى

مسؤولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

**فاعلية الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الدينية الإسلامية
الرسمية في مصر وقت الأزمات وعلاقتها
باتجاهات الرأي العام نحوها**
دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراة في الآداب من قسم
علوم الاتصال والإعلام

إعداد

محمود عبد الرحمن عبد العليم محمد

إشراف

أ.د/ سلوى سليمان
أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام
د/ شيماء عز الدين
أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب - جامعة عين شمس
كلية الآداب - جامعة عين شمس

ذو الحجة ١٤٤٣ هـ - يوليو ٢٠٢٢ م



جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علوم الاتصال والإعلام

صفحة العنوان

اسم الطالب: محمود عبد الرحمن عبد العليم محمد

الدرجة العلمية: دكتوراة

القسم التابع له: قسم علوم الاتصال والإعلام

اسم الكلية: كلية الآداب

اسم الجامعة: جامعة عين شمس

سنة المنح: ٢٠٢٢

شروط عامة:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالَّذِي
وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلَحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي ۖ إِنِّي تُبْتُ
إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

سورة الأحقاف الآية (١٥)

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله حمدًا كما ينبغي لكرم وجه ربى عز جلاله، وصلاةً وسلامًا على رسولنا محمد الأمين الذي بعثه الله رحمة للعالمين، وبعد حمد الله عز وجل الذي وفقني وأعانتي على إنجاز هذه الدراسة فإن من موجبات الحمد إعطاء كل ذي حق حقه وأن ينسب الفضل لأهله، وانطلاقاً من حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم (لَا يَشْكُرُ اللَّهَ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ) أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والامتنان لأستاذتي الغالية الأستاذة الدكتورة/ سلوى سليمان أستاذ العلاقات العامة والإعلان بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس، ووكييل كلية الإعلام بجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والأداب المشرف الرئيس على هذه الرسالة حيث إنها لم تدخل وقتاً ولم تأل جهداً في تقديم يد العون والمساعدة لي طوال فترة الدراسة لأنها من علمها الغزير وخبراتها وثقافتها المتنوعة، بل وكانت خير داعم لي في إبداء النصح والتوجيه والإرشاد ليكتمل هذا العمل ويخرج في صورته النهائية، كما كانت على الجانب الإنساني نعم المعلمة التي تتمتع بروح طيبة وقلب كبير يسع كل طلابها وكل من تعامل معها وهذه حقيقة يشهد بها القاصي والداني، بالإضافة إلى الطاقة الإيجابية التي كانت تغمرني بها دائمًا وتدفعني إلى العمل والإنجاز فجزاها الله عنى خير الجزاء وأسأل الله عز وجل أن يبارك في عمرها وعلمها وذريتها وأن ينفع بها.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان بالجميل للدكتورة/ شيماء عز الدين أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس والمشرف المشارك على هذه الرسالة والتي بذلت الكثير من وقتها وجهدها وعلمهها؛ ليس فقط في مرحلة الدراسة وإنما منذ بداية الفكرة وبلورتها مروراً بمرحلة السيمinar والتسجيل؛ فضلاً عن دماثة الخلق والالتزام والدقة والانضباط والصبر وتحمل المشاق في طلب العلم وتحصيل المعرفة، ولقد تعلمت منها الكثير

فالة أسأل أن يحفظها ويوفقها دوماً لما يحبه ويرضاه وأن يجزيها عني وعن كل طلابها خير الجزاء وأن يجعل ذلك في ميزان حسناتها يوم القيمة.

كما يسعدني ويشرفني أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير لأستاذتنا الفاضلة الأستاذة الدكتورة / هبة شاهين أستاذ الإعلام بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس على تفضلها بقبول مناقشة هذه الرسالة فهو شرف كبير منحه لي، كما أنها فرصة عظيمة لأنعلم واستفيد من ملاحظاتها القيمة وآرائها البناءة وعلمها الغزير ورؤيتها الثاقبة فجزاها الله عنى خير الجزاء وأدام عليها نعمة الصحة والعافية.

كما لا يسعني إلا أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذة الدكتورة / أمانى فهمي عميد كلية الإعلام بجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب على تشريفها لي وتفضلها بقبول مناقشة هذه الرسالة حيث تمثل سعادتها مدرسة علمية متميزة في مجال الإعلام؛ وهي فرصة كبيرة لأنزود من علمها وأستفيد من خبراتها فجزاها الله عنى خير الجزاء على ما خصصته لي من وقت وجهد رغم كثرة أعبائها وضيق وقتها فلها مني كل التحية والتقدير والامتنان.

كما لا يفوتي في هذا المقام أن أشكر كل من قدم لي يد العون والدعم والمساعدة وأخص بالذكر الدكتور عماد شلبي، والدكتور رمضان إبراهيم، والدكتور محمود زكي، والدكتورة ندا منير، والدكتورة ريهام يحيى، والأستاذة هبة حزين وكل أساتذتي وأصدقائي وزملائي الأعزاء وكل من قدم لي نصيحة أو أهدى إلى دعوة صالحة أضاءت لي الطريق وكانت سبباً في إنجاز هذا العمل.

وعلى المستوى الشخصي أتقدم بخالص شكري وتقديرني لزوجتي الحبيبة ورفيقه رحلتي في هذه الحياة فهي بحق نعم الزوجة الوفية التي وقفت إلى جواري وتحملت معى بصبر وثبات كل أعباء ومتاعب الحياة وكانت ولا تزال خير معين لي بعد الله عز وجل على مواجهة كافة الصعوبات والتحديات؛ أسأل الله عز وجل أن يبارك فيها وأن يحفظها من كل مكره وسوء وأن يديم عليها نعمة الصحة والعافية وأن

يحفظ لنا عبد الله وإبراهيم وأن ينبعهما نباتاً حسناً وأن يجعلهما صالحين وقرة عين لنا، كما أشكر إخوتي الأعزاء فهم خير سند لي بعد الله تعالى، كما أتوجه إلى الله عز وجل بخالص الدعاء أن يتغمد أمي وأبي برحمته التي وسعت كل شيء وأن يغفر لهما وأن يسكنهما الفردوس الأعلى من الجنة إنه ولـي ذلك والقادر عليه.

وختاماً ما كان من توفيقٍ فمن الله وحده وما كان من خطأ أو سهوٍ أو تقصير فمني ومن الشيطان والله وحده الكمال، وأسأل الله تعالى أن يكون هذا العمل إضافةً وعلمًا ينفع به وخير ما أختم به قول الله تعالى "وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب" صدق الله العظيم.

الباحث

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
١	المقدمة
٩٤-٣	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
٣	تمهيد
٣	مشكلة الدراسة
٣	أهداف الدراسة
٤	أهمية الدراسة
٥	الدراسات السابقة
٤٧	جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة
٤٧	الإطار النظري للدراسة
٥١	آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
٥٢	توظيف النظرية في الدراسة
٥٣	نظرية اتصالات موقف الأزمة Situational Crisis Communication Theory
٦١	الاستراتيجيات الاتصالية كما قدمها تيموثي كومبس Coombs Timothy
٦٣	توظيف النظرية في الدراسة
٦٤	نموذج إدارة الأزمة عبر وسائل التواصل (STREMIL)
٦٧	توظيف النموذج في الدراسة
٦٨	الإطار المنهجي للدراسة
٦٨	مجتمع الدراسة التحليلية
٦٩	عينة الدراسة التحليلية
٧٢	مجتمع الدراسة الميدانية

٧٢	عينة الدراسة الميدانية
٧٤	التساؤلات والمتغيرات والفرضيات المتعلقة بالدراسة
٧٨	اختبار الصدق والثبات
٨١	المعالجة الإحصائية للبيانات
٨٢	المقاييس التجميعية للدراسة الميدانية
٨٨	التعريفات والمفاهيم النظرية والإجرائية للدراسة
٩١	التعريفات الإجرائية لصحيفة تحليل المضمون
٩٣	الخلاصة
١٣٣-٩٥	الفصل الثاني فاعلية الأنشطة الاتصالية في مواجهة الأزمات بالمؤسسات
٩٥	تمهيد
٩٥	الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية
٩٨	الوسائل والأساليب المستخدمة في الأنشطة الاتصالية
١٠٠	الأنشطة الاتصالية بالمؤسسات الرسمية
١٠٣	أهداف استخدام الأنشطة الاتصالية
١٠٤	مفهوم الأزمة والمفاهيم المتشابهة
١٠٨	الخصائص والسمات المميزة للأزمة
١١٠	تأثيرات الأزمة
١١٠	مداخل دراسة الأزمات
١١٢	أنواع الأزمات
١١٤	أسباب حدوث الأزمات
١١٨	استراتيجيات مواجهة الأزمات في الإدارة الحديثة
١٢٠	طرق الحديثة لمواجهة الأزمات
١٢٢	فريق إدارة الأزمة
١٢٤	الأنشطة الاتصالية ودورها في المراحل المختلفة للأزمة

١٢٧	الاستراتيجيات الاتصالية لمواجهة الشائعات في المراحل المختلفة للأزمات
١٢٩	الأنشطة الاتصالية ودورها في تشكيل الرأي العام وقت الأزمات
١٣٣	الخلاصة
١٦٢-١٣٤	الفصل الثالث العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية
١٣٤	تمهيد
١٣٥	وظائف العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الرسمية
١٣٥	أولاً: وظائف العلاقات العامة
١٣٦	ثانياً: دور العلاقات العامة في مراحل إدارة الأزمات في المؤسسات
١٣٦	العلاقة بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات
١٣٧	مفهوم إدارة الأزمة
١٣٨	الشروط الالزامية للنجاح في إدارة الأزمات
١٣٩	أولاً: دور العلاقات العامة في مرحلة ما قبل حدوث الأزمة (المرحلة الأولى)
١٤٣	ثانياً: دور العلاقات العامة في أثناء الأزمة (المرحلة الثانية)
١٤٥	ثالثاً: دور العلاقات العامة في مرحلة ما بعد الأزمة (المرحلة الثالثة)
١٤٧	تقييم الأزمة
١٥٠	التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة
١٥٧	العلاقات العامة والإنترنت
١٥٨	استفادة العلاقات العامة من الإنترت
١٦٠	أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية عبر شبكات التواصل الاجتماعي
١٦٢	الخلاصة

٢٩٠-١٦٣	<p style="text-align: center;">الفصل الرابع</p> <p style="text-align: center;">الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية</p> <p style="text-align: center;">"نتائج الدراسة التحليلية"</p>
١٦٣	تمهيد
١٦٣	التصويف العام للصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة
١٦٦	عينة الدراسة
١٧١	النتائج العامة للدراسة
١٧١	المبحث الأول: أزمة فيروس كورونا
٢٢٠	المبحث الثاني: أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة
٢٥٤	المبحث الثالث: أزمة الرسوم المسيئة للرسول ﷺ
٢٨٣	المبحث الرابع: أزمة سد النهضة
٢٨٩	الخلاصة
٣٨٣-٢٩١	<p style="text-align: center;">الفصل الخامس</p> <p style="text-align: center;">اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات الإسلامية الرسمية</p> <p style="text-align: center;">"نتائج الدراسة الميدانية"</p>
٢٩١	تمهيد
٢٩٢	المبحث الأول: النتائج العامة للدراسة الميدانية
٣٣٧	المبحث الثاني: نتائج اختبارات الفروض البحثية
٣٦٣	المبحث الثالث: مقابلة متعمقة مع مسئولي الإعلام بالمؤسسات عينة الدراسة
٣٦٣	تمهيد
٣٦٤	أولاً: الأزهر الشريف
٣٧٠	ثانياً: دار الإفتاء المصرية
٣٧٧	ثالثاً: وزارة الأوقاف
٣٨٢	الخلاصة

٤٢٤-٣٨٤	الفصل السادس مناقشة أهم نتائج الدراسة والمقتراحات
٣٨٤	تمهيد
٣٨٥	أولاً: مناقشة النتائج العامة للدراسة التحليلية
٣٩٩	ثانياً: مناقشة النتائج العامة للدراسة الميدانية
٤٠٨	ثالثاً: نتائج اختبارات فروض الدراسة
٤١٠	رابعاً: مناقشة النتائج العامة للمقابلة المتمعنة
٤١٧	خامسًا: حدود الدراسة
٤١٨	سادسًا: المقتراحات
٤٤٥-٤٢٥	قائمة المصادر والمراجع
٤٢٥	أولاً: المصادر والمراجع العربية
٤٣٢	ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية
٤٧٣-٤٤٦	ملحق الدراسة
٤٥٠-٤٤٦	ملحق رقم (١): استماراة تحليل المضمون
٤٦٢-٤٥١	ملحق رقم (٢): استماراة استبيان
٤٦٥-٤٦٣	ملحق رقم (٣): دليل المقابلة المتمعنة
٤٧٠-٤٦٦	ملحق رقم (٤): البيانات الشخصية لمسؤولي الاتصال بالمؤسسات عينة الدراسة
٤٧٣-٤٧١	ملخص الدراسة باللغة العربية
2-4	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
1	مستخلص الدراسة باللغة الانجليزية

فهرس الجداول

جدول رقم ١: فات التحليل.....	٧١
جدول رقم ٢: خصائص عينة الدراسة (ن=٤٣٣).....	٧٣
جدول رقم ٣: معاملات ثبات ألفا كرونيخ لمحاور الدراسة "العينة الاستطلاعية ن=٤٠".....	٨٠
جدول رقم ٤: عدد المنشورات الخاصة بالأزمات على صفحات المؤسسات عينة الدراسة.....	١٦٦
جدول رقم ٥: القالب الإعلامي للمنشورات أثناء أزمة كورونا.....	١٧١
جدول رقم ٦: مدى وجود عناوين بالمنشورات أثناء أزمة كورونا.....	١٧٥
جدول رقم ٧: شكل الصورة أثناء أزمة كورونا.....	١٧٧
جدول رقم ٨: نوع الفيديو أثناء أزمة كورونا.....	١٨٠
جدول رقم ٩: نوع الرابط بالمنشورات أثناء أزمة كورونا.....	١٨٣
جدول رقم ١٠: طريقة عرض المنشور بالصفحات أثناء أزمة كورونا.....	١٨٥
جدول رقم ١١: أهداف المعالجة الإعلامية بالمنشور أثناء أزمة كورونا.....	١٨٧
جدول رقم ١٢: مدى وجود تعليقات على المنشورات أثناء أزمة كورونا.....	١٩٦
جدول رقم ١٣: تعليقات إيجابية للمتابعين أثناء أزمة كورونا.....	١٩٧
جدول رقم ١٤: تعليقات سلبية للمتابعين أثناء أزمة كورونا.....	١٩٨
جدول رقم ١٥: تعليقات محايدة للمتابعين أثناء أزمة كورونا.....	١٩٩
جدول رقم ١٦: طبيعة تفاعل المؤسسة مع تعليقات المستخدمين على المنشور أثناء أزمة كورونا.....	٢٠٠
جدول رقم ١٧: لغة المنشور بالصفحات أثناء أزمة كورونا.....	٢٠١
جدول رقم ١٨: الاستعلامات المنطقية المستخدمة أثناء أزمة كورونا.....	٢٠٢
جدول رقم ١٩: الاستعلامات العاطفية المستخدمة أثناء أزمة كورونا.....	٢٠٥
جدول رقم ٢٠: الاستعلامات العاطفية والمنطقية المستخدمة أثناء أزمة كورونا.....	٢٠٧
جدول رقم ٢١: الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الاتصالية للمؤسسات أثناء أزمة كورونا.....	٢١٠
جدول رقم ٢٢: مدى وجود هاشتاج بالمنشورات أثناء أزمة كورونا.....	٢١٧
جدول رقم ٢٣: عدد الهاشتاجات بالمنشورات أثناء أزمة كورونا.....	٢١٨
جدول رقم ٢٤: متوسطات تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات أثناء أزمة كورونا.....	٢١٩
جدول رقم ٢٥: القالب الإعلامي بالمنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٢٠
جدول رقم ٢٦: مدى وجود عناوين أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٢٢
جدول رقم ٢٧: شكل الصورة بالمنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٢٣
جدول رقم ٢٨: نوع الفيديو بالمنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٢٦
جدول رقم ٢٩: نوع الرابط داخل المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٢٩
جدول رقم ٣٠: طريقة عرض المنشور بالصفحات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٣١
جدول رقم ٣١: أهداف المعالجة الإعلامية بالمنشور أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٣٣
جدول رقم ٣٢: مدى وجود تعليقات على المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٣٧
جدول رقم ٣٣: تعليقات إيجابية على المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٣٨
جدول رقم ٣٤: تعليقات سلبية على المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٣٩
جدول رقم ٣٥: تعليقات محايدة على المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٣٩
جدول رقم ٣٦: تفاعل المؤسسة مع تعليقات المستخدمين أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٤٠
جدول رقم ٣٧: لغة المنشور أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٤١
جدول رقم ٣٨: الاستعلامات المنطقية المستخدمة أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٤٢
جدول رقم ٣٩: الاستعلامات العاطفية أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٤٤
جدول رقم ٤٠: الاستعلامات العاطفية والمنطقية أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٤٦
جدول رقم ٤١: الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الاتصالية للمؤسسات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي.....	٢٤٧

جدول رقم ٤٢: مدى وجود هاشتاج في المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي ٢٥٢
جدول رقم ٤٣: عدد الهاشتاجات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي ٢٥٢
جدول رقم ٤٤: متى تفاعل الجمهور مع المنشورات أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي ٢٥٣
جدول رقم ٤٥: القالب الإعلامي للمنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٥٤
جدول رقم ٤٦: مدى وجود عناوين بالمنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٥٦
جدول رقم ٤٧: شكل الصورة بمنشورات الصفحات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٥٦
جدول رقم ٤٨: نوع الفيديو بالصفحات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٥٨
جدول رقم ٤٩: نوع الرابط بالمنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٥٩
جدول رقم ٥٠: طريقة عرض المنشور أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٠
جدول رقم ٥١: أهداف المعالجة الإعلامية للأزمات بالمنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦١
جدول رقم ٥٢: مدى وجود تعليقات على المنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٥
جدول رقم ٥٣: تعليقات إيجابية على المنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٥
جدول رقم ٥٤: تعليقات سلبية على المنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٧
جدول رقم ٥٥: تعليقات محايدة على المنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٧
جدول رقم ٥٦: تفاعل المؤسسة مع تعليقات المستخدمين أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٨
جدول رقم ٥٧: لغة المنشور أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٦٨
جدول رقم ٥٨: الاستعلامات المنطقية المستخدمة أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٧٠
جدول رقم ٥٩: الاستعلامات العاطفية المستخدمة أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٧١
جدول رقم ٦٠: الاستعلامات العاطفية والمنطقية أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٧٣
جدول رقم ٦١: الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الاتصالية أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٧٥
جدول رقم ٦٢: مدى وجود هاشتاج بالمنشورات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٨٠
جدول رقم ٦٣: عدد الهاشتاجات أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٨١
جدول رقم ٦٤: متى تفاعل الجمهور مع المنشور أثناء أزمة الرسوم المسيئة ٢٨٢
جدول رقم ٦٥: درجة الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك ٢٩٢
جدول رقم ٦٦: مدى متابعة أخبار وتطورات الأزمات عينة الدراسة ٢٩٣
جدول رقم ٦٧: أسباب متابعة الصفحات الرسمية للمؤسسات وقت الأزمات ٢٩٤
جدول رقم ٦٨: مدى التفاعل مع منشورات صفحات المؤسسات أثناء الأزمات ٢٩٦
جدول رقم ٦٩: رد الفعل عند التعرض لمنشور (post) حول أحد الأزمات ٢٩٦
جدول رقم ٧٠: درجة اهتمام المؤسسات الإسلامية الرسمية بأزمتي كورونا والعدوان الإسرائيلي على غزة ٢٩٨
جدول رقم ٧١: الموضوعات التي تابعها المبحوثون على الصفحة الرسمية للأزهر أثناء جائحة كورونا ٢٩٩
جدول رقم ٧٢: الموضوعات التي تابعها المبحوثون على الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف أثناء جائحة كورونا ٣٠١
جدول رقم ٧٣: الموضوعات التي تابعها المبحوثون على الصفحة الرسمية لدار الإفتاء أثناء جائحة كورونا ٣٠٢
جدول رقم ٧٤: الموضوعات التي تابعها المبحوثون على الصفحة الرسمية للأزهر أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة ٣٠٣
جدول رقم ٧٥: الموضوعات التي تابعها المبحوثون على الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة ٣٠٥
جدول رقم ٧٦: الموضوعات التي تابعها المبحوثون على الصفحة الرسمية لدار الإفتاء أثناء أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة ٣٠٦
جدول رقم ٧٧: درجة الثقة في محتوى الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية ٣٠٧

جدول رقم ٧٨: الآثار المعرفية المترتبة على متابعة صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية وقت الأزمات	٣٠٩
جدول رقم ٧٩: الآثار الوجدانية المترتبة على متابعة الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية	٣١٣
جدول رقم ٨٠: السلوك المترتب على متابعة منشورات الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية	٣١٨
جدول رقم ٨١: اتجاهات المبحوثين نحو الصفحة الرسمية للزهر الشريف أثناء الأزمات	٣٢٢
جدول رقم ٨٢: اتجاهات المبحوثين نحو الصفحة الرسمية لدار الإفتاء أثناء الأزمات	٣٢٥
جدول رقم ٨٣: اتجاهات المبحوثين نحو الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف أثناء الأزمات	٣٢٨
جدول رقم ٨٤: مدى إسهام منشورات الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية الإسلامية في حل الأزمات	٣٣٢
جدول رقم ٨٥: مقترنات زيادة فاعلية المنشورات بالصفحات الرسمية للمؤسسات عينة الدراسة (ن=٤٣٣)	٣٣٣
جدول رقم ٨٦: معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات	٣٣٧
جدول رقم ٨٧: معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة الجمهور لتلك الصفحات وقت الأزمات	٣٣٩
جدول رقم ٨٨: معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات	٣٤٢
جدول رقم ٨٩: معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في محتوى صفحات المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية على فيسبوك والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة الجمهور لصفحات تلك المؤسسات	٣٤٤
جدول رقم ٩٠: معنوية العلاقة الارتباطية بين تقييم المبحوثين درجة اهتمام المؤسسات الدينية الرسمية بالأزمات واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات	٣٤٧
جدول رقم ٩١: معنوية العلاقة الارتباطية بين تقييم المبحوثين درجة اهتمام المؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية بالازمات والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على متابعة الجمهور لصفحات المؤسسات عينة الدراسة	٣٥٠
جدول رقم ٩٢: معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات بحسب النوع	٣٥٤
جدول رقم ٩٣: معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات بحسب السن	٣٥٥
جدول رقم ٩٤: معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات بحسب نوع التعليم	٣٥٦
جدول رقم ٩٥: معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات بحسب مستوى التعليم	٣٥٧
جدول رقم ٩٦: مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات بحسب مستوى التعليم	٣٥٩
جدول رقم ٩٧: معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات عينة الدراسة وقت الأزمات بحسب المستوى الاقتصادي	٣٦٠