

## إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعى

د. هويدا الدر \*

مقدمة :-

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافى والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام.<sup>(1)</sup>

وتعد إدارة الأزمات مسألة قائمة بحد ذاتها منذ القدم حيث كانت ولا زالت مظهراً من مظاهر التعامل الإنساني مع المواقف الطارئة أو الحرجة التي يواجهها الإنسان لما قد يواجهه من تحدى الطبيعة أو غيره من البشر. ويشير مفهوم الأزمة إلى وجود موقف مشكل، يتسم بالتشابك والتعقيد والتداخل، ومحدودية وضيق الوقت المخصص لمواجهة الأزمة، إضافة إلى الغموض وعدم وضوح الرؤيا لدى متخذي القرار، يصاحب ذلك الخوف والاضطراب والغضب الشديد والعنف أحياناً لدى الجمهور، وعادة يكون للأزمة مؤشرات سابقة، حتى لو بدت في مرحلة تفاقمها كما لو كانت فجائية. وفي أوقات الأزمات تزيد الحاجة إلى دقة المعلومات واستيفائها واستجلائها على نحو واضح ومفهوم، وهو نفسه العنصر الذي يغيب عادة أثناء الأزمة فيزيد بالتبعية من صعوبتها ومن حدة الإرباك الذي تسببه لكافة الأطراف المعنية بتلك الأزمة.<sup>(2)</sup>

وقد أكتشف الخبراء والإعلاميون الإمكانيات الهائلة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات والكوارث وتقديم المساعدة ودعم الروح المعنوية للمواطنين حيث يزداد اعتماد الجمهور على المواقع الإلكترونية الرسمية للدولة أثناء الأزمات لما تمثله لديهم من سرعة و مصداقية في نقل الحدث ومتابعة الأزمة وبعث الشعور بالاستقرار والأمان، وعلى الجانب الآخر فإن المعلومات المقدمة للجمهور من خلال وسائل الإعلام التقليدية قد تكون في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات متحفظة وبطيئة وغير دقيقة.

\* مدرس بقسم الاعلام بكلية الاداب- جامعة المنوفية

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وتعد مشاركة الجمهور القاعدة الأساسية في ظل تطور الإعلام الجديد فهي المعيار الأول والأجدر بالاهتمام في إدارة الأزمات حيث تضمن التفاعلية وتبادل الأدوار الإتصالية، فالجمهور يفرض الواقع الحالي من خلال المشاركة وسرعه نقل الحقائق، ومن هذا المنطلق يبرز دور السلطات في إدارة الأزمات من خلال المواقع الإلكترونية الرسمية بقدر مهم من الموضوعية والشفافية والردود الفعلية السريعة والتفاعل مع الجمهور وإشراكه منذ الوهلة الأولى للأزمة.

وتعد أزمة السيول من الأزمات الطبيعية التي تجتاح المملكة العربية السعودية، وقد بدأت كوارث السعودية مع السيول عام ٢٠٠٩، عندما راح ضحيتها أكثر من ١٠٠ مواطن ومقيم في جدة، ومع ذلك ما يزال الخوف من خطر السيول قائمًا، مع توقع أن تجتاح مدن وقرى السعودية، وهذه السيول التي خلفت قتلى ومصابين وخسائر مادية تُقدر بملايين الدولارات؛ تغرق الأنفاق والطرق الرئيسية، وتحتجز السعوديين داخل سياراتهم، وتؤدي إلى تعطيل مرافق الحياة كافة. ومع اعتبار مشاهد إنقاذ السعوديين للأشخاص والعائلات العالقة وسط السيول مادة دسمة على شبكات التواصل الاجتماعي، لا يغفل السعوديون عن تحميل الجهات الرسمية مسؤولية الكوارث الناجمة عن السيول، مع إدراكهم أن سبب فشل مشاريع البنى التحتية أمام السيول هو الفساد، وقد شهد الخريف السابق لهذا الشتاء وقوع ضحايا للسيول، وهو ما يجعل السعوديين متخوفين من عدم جاهزية بلادهم لمواسم الامطار .

ويحظى موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" بزيادة عددية هائلة في اعداد مستخدميه حول العالم عاما بعد عام حيث أشارت إحصاءات موقعي Mashable<sup>(٣)</sup>، Statista<sup>(٤)</sup> الى وصول عدد مستخدمي تويتر خلال عام ٢٠١٦ الى ٣١٧ مليون مستخدم نشط وأشار الى وجود مؤشرات تتوقع وصول عدد مستخدمي مواقع التواصل عبر تويتر في العالم العربي إلى ٤٠٠ مليون مستخدم خلال عامي ٢٠١٨-٢٠١٩ .

ومن هذا المنطلق يبرز دور الجهات الرسمية في مخاطبة الجمهور وتوعيته وإطلاعه على كافة التطورات المتعلقة بأزمة السيول من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتي من أهمها الحسابات الرسمية لموقع تويتر لما لها من أهمية بالغة في إدارة الأزمات بالإضافة إلى أهمية التعرف على أنماط التماس الجمهور للمعلومات من خلال هذه المواقع الرسمية .

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

### تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها:-

تعتبر الأزمة مشكلة إدارية في أساسها، إلا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي تهتم وسائل الإعلام بنقل أخبارها، ما يجعل هذه الوسائل عنصراً مهماً في إدارتها وإحتوائها، إذ تؤدي ظروف الأزمة إلى أهمية الدور الوسيطى (Intermediary Role) الذي تقوم به وسائل الإعلام وخاصة فيما يتعلق بفرية نقل الحدث من موقعه بالعمق والشمول الذي يساعد على فهم أبعاد الأزمة وتطوراتها وآثارها المختلفة، إضافة إلى الإبتعاد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها، والإهتمام بالتحليلات والتعليقات الإخبارية عنها، كما تؤدي الأزمة إلى دعم ومساندة أدوار وسائل الإعلام، إذ تجذب اهتمامها واهتمام الرأي العام الذي يصبح أكثر تعرضاً لها، وهو ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز دائماً بالإستخدام المكثف لوسائل الإتصال.<sup>(٥)</sup>

ويلعب الإعلام الجديد دوراً كبيراً فى نقل الخبر وكيف يؤثر ذلك على إدارة الأزمات، وتمثل شبكات التواصل الاجتماعى القلب النابض لفريق إدارة الأزمات ومن أهم أدواته المؤثرة، ويعد تويتر المصدر الأول للأخبار لشريحة واسعة من الناس. ليس هذا فحسب بل أن تويتر أصبح في كثير من الأحيان الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي يتم من خلالها نشر الأخبار العاجلة عن ما جرى من تطورات وأزمات سواء كانت محلية او إقليمية او عالمية ليتبعها بعد ذلك مواكبة الأحداث عبر باقى وسائل الإعلام الأخرى، كما تزداد أهمية متابعة الحسابات الرسمية لتويتر خلال الأزمات بإعتباره من أكثر شبكات التواصل الاجتماعى ذات الحضور المؤثر خلال فترة الأزمات، فكما أن تطبيقات تويتر تنتشر بنسبة كبيرة بين العديد من الفئات الإجتماعية.<sup>(٦)</sup>

وعلى الرغم من ان موقع تويتر لا يسمح بأكثر من ١٤٠ حرف في التغريدة، إلا أن عملية البحث تتميز بالسهولة من خلال موقع جوجل حيث يتيح تويتر ميزة البحث searchable من خلال الهاشتاج الذى يظهر للمستخدم بسهولة وهو الامر الذى يفسر ظهور هاشتاجات خلال ساعات قليلة من اطلاق الامتات حول العالم وليس اقتصارها على الدولة فقط.<sup>(٧)</sup> مما يساعد على توسيع البيئة الاتصالية من المجموعة الى الأشخاص Group-to-Individual بنفس سهولة الاتصال من شخص الى مجموعة Individual-to-Group، حيث ترسل للمجموعات بكل الأحجام والأنواع تغريدات قد تكون معنونة بروابط لمحتوى أكبر في مدونات او مقاطع فيديو أو حتى مواقع الإعلام التقليدي.<sup>(٨)</sup> كما يظهر تويتر معدلاً منخفضاً من التبادلية Reciprocity أى متابعة المستخدم لمتابعك في

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

المقابل بشكل تبادلي، مما يجعل تويتر مصدراً للمعلومات أكثر من كونه موقعاً للتواصل الاجتماعي.<sup>(٩)</sup>

ويتصدر السعوديون قائمة أكبر شعوب العالم تغريداً على تويتر، وكشفت دراسة حديثة قام بها قسم الإحصائيات **BI Intelligence** في موقع **Insider Business** ان السعودية تصدر دول العالم من حيث نسبة مستخدمي تويتر النشطين مقارنة بحجم مستخدمي الانترنت فيما يوازي (٤١%) من مستخدمي الانترنت في المملكة يغردون على شبكة تويتر بانتظام، وتقول الإحصائيات الحديثة ان عدد مستخدمي تويتر في السعودية يصل إلى خمسة ملايين مستخدم، وظهرت نتائج مسح الكتروني محلي أن السعوديين أكثر استخداماً لتويتر مقارنة بالشبكات الأخرى وانهم يقضون ما بين ٢ الى ٣ ساعات لمتابعته يومياً<sup>(١٠)</sup>، ووفقاً لإستطلاع رأى قد أعدته منظمة الصليب الأحمر الأمريكي بمشاركة عدة مؤسسات فقد خلصت الى نتائج تؤكد أهمية الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في الاستجابة لحالات الطوارئ، حيث اظهر الاستطلاع أن نحو نصف المشاركين استخدموا تلك الشبكات في حالات وقوع الكوارث من اجل التواصل مع الأقارب والأصدقاء والجهات المسؤولة.<sup>(١١)</sup>

ومن منطلق هذه الأهمية والمتابعة الكثيفة لتويتر وخاصة من جانب المواطنين السعوديين فإنه يجب عدم تجنب دور شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع تويتر عند حدوث الكوارث او الأزمات بل يقتضى الامر توظيفها لتكون من بين أهم القنوات لنقل الخبر، فإدارة الأزمة بشفافية ومصداقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون له عوائد إيجابية على المدى الطويل من ناحية توطيد العلاقة مع الجمهور مما يتطلب أهمية بناء إستراتيجية وسياسة لإدارة الأزمات وخاصة على المدى البعيد، بالإضافة الى التخطيط والمتابعة الحثيثة لتطورات الأزمة وتداعياتها المختلفة ومتابعة إستفسارات وتعليقات ومطالب الجمهور دون إهمال، فالرد السريع من أهم مقتضيات إدارة الأزمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

ويزداد إلتماس المواطنين للمعلومات من خلال المواقع الرسمية أثناء الأزمات ويتخذون أساليباً وطرقاً مختلفة في عملية الإلتماس لهذه المعلومات قد ترتبط بأسلوب إدارة الأزمة أو عادات وأنماط متابعة الوسيلة الإعلامية ذاتها، فالمواطن هو المستهدف الأول من إدارة المواقع وتقديم المعلومات خلال فترات الأزمة المختلفة .

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

من كل ما سبق تبلورت مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على استراتيجيات إدارة المؤسسات الرسمية السعودية للآزمات من خلال دراسة تحليلية لحساباتها الرسمية على موقع تويتر بالإضافة إلى محاولة التعرف على دور هذه الاستراتيجيات في التماس المواطن للمعلومات من خلال دراسة ميدانية على عينة من المواطنين المتابعين لهذه الحسابات عبر تويتر خلال أزمة السيول في المملكة العربية السعودية.

### الدراسات السابقة

قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة إلى محورين رئيسيين :-

**المحور الأول:-** دراسات تناولت إدارة واستخدام المنظمات والمؤسسات لشبكة تويتر أثناء الأزمات والكوارث الطبيعية:-

١- دراسة مى عبد اللطيف، "كفاءة الإستراتيجيات الإتصالية للإستجابة للآزمة في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة - دراسة حالة" ٢٠١٧ (١٢)

تهدف الدراسة الى التعرف على طبيعة ونوعية الإستراتيجيات الإتصالية التي تستخدمها المنظمة للإستجابة للآزمات من خلال تحليل نوعية الإستمالات المستخدمة فى الرسائل الإتصالية الموجهة للجمهور باستخدام نموذج تحليل موقف الأزمة وبالتطبيق على أزمة إضراب الطلاب بالجامعة الأمريكية بالقاهرة. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قدرها ٤٠٠ مفردة من الطلاب بالجامعة، وتوصلت الدراسة الى كفاءة وفاعلية الإتصالات التي استخدمتها الجامعة خلال الأزمة من حيث المصادقية - الدقة - الشمول - السرعة والتي أثرت إيجابياً على عواطف الطلاب وإتجاهاتهم ونواياهم السلوكية نحو الجامعة .

٢- دراسة خالد فيصل القرم، "إستخدام وسائل التواصل الإجتماعى فى التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية" ٢٠١٧ (١٣)

تهدف الدراسة إلى تقييم الدور الاتصالي للمؤسسة الصحية فى التوعية حيال مرض كورونا من خلال استخدام وسائل التواصل الإجتماعى كأداة للتوعية وتقييم درجة المشاركة فى التوعية. وتم تطبيق الدراسة على المنصات الإلكترونية للمدن العلمية ومستشفياتها بمدينة الرياض باستخدام أسلوب المسح الشامل وأداة تحليل مضمون للرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية، وكشفت الدراسة أن ٧٣% من المدن الطبية بمدينة الرياض لا تملك منصات على شبكات التواصل الإجتماعى وأن ٦٠% منها لم تستخدم

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد مرض كورونا مما يؤدي ضعف المنظومة  
الإتصالية للتواصل مع المجتمع المحلي مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية.

٣- دراسة Sarahc. Vos & Marjorie M. Buckner، "رسائل وسائل الإعلام  
الإجتماعية خلال الأزمات الصحية : مرض أنفلونزا الطيور" ٢٠١٦ (١٤)

تهدف الدراسة الى التعرف على إطار عمل الأزمة ومخاطر الاتصال في حالات  
الطوارئ وتقييم الرسائل المرسلة عبر تويتر للمواطنين وقد استخدمت الدراسة أداة تحليل  
المضمون لعدد (٢٥,٥٨٨) تغريدة حول فيروس انفلونزا الطيور للتعرف على مدى دور  
هذه التغريدات في تكوين فهم وإدراك الأزمة الصحية وهل تتضمن محتوى يسمح لهم  
بتطوير الممارسة في حالة تحول الحدث إلى أزمة. وتوصلت النتائج الى ان نسبة كبيرة من  
التغريدات احتوت على معلومات ضعيفة تخاطب الحواس وعدد قليل من التغريدات احتوت  
على رسائل فعالة من شأنها مساعدة الجمهور على فهم الأزمة والاستجابة لها بشكل  
مناسب.

٤- دراسة Tilly A.Gurmand & Nicole Ellenberger، "الوصول الى المجتمع  
العالمي: نتائج تحليل مضمون استخدام المنظمات لتويتر بعد زلزال هايتي ٢٠١٠"  
٢٠١٥ (١٥)

تهدف الدراسة الى التعرف على الأساليب التي استخدمتها المنظمات من خلال  
وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في تويتر للتواصل مع المواطنين أثناء الأزمات ومدى  
التغير في استخدام هذه الوسائل بعد وقوع أزمة الزلزال عام ٢٠١٠. وقد قام فريق بحثي  
بتحليل مضمون (٦,٦١٦ تغريدة) من حساب تويتر الخاص بستة منظمات رائدة في مجال  
الإغاثة في هايتي، وأشارت النتائج من خلال تحليلات كاي إلى تغير الطرق التي استخدمت  
بها المؤسسات حساباتها عبر تويتر بمرور الوقت حيث انخفضت معدلات استخدام  
المنظمات لاستراتيجيات محددة لنشر المعلومات من خلال تويتر فتتبع ما بين إشراك  
المواطنين من خلال التشجيع على التفاعل واستخدام التغريدات كآلية لجمع التبرعات  
وسلطت الدراسة الضوء على أهمية تعظيم دور تويتر لتشجيع التواصل الفعال مع المجتمع  
العالمي خلال الكوارث والأزمات .

٥- دراسة Patric R. Spence & al، "التباين في محتوى تويتر عبر مراحل الكوارث الطبيعية: مؤشرات حول الاتصال أثناء الأزمات" ٢٠١٥ (١٦)

تهدف الدراسة الى التعرف على الطرق التي تعمل بها وسائل الإعلام الاجتماعية (تويتر) كقنوات للمعلومات عبر مراحل الكوارث والأزمات بالتطبيق على أزمة إعصار ساندى من خلال تحليل مضمون (٢٧,٢٥٩ ألف تغريدة) عبر هاشتاج ساندى #Sandy. وتوصلت الدراسة الى ارتفاع نسبة التغريدات التي تحتوى على عروض فعالة بشكل جاد وندرة المعلومات الخاصة بجهود الإخلاء وتحديد المواقع ولم يتم الكشف عن اى معلومات خاصة بالرعاية الصحية، كما توصلت الدراسة الى ان المعلومات اتخذت مراحل خلال الأزمة حيث بدأت في أول الأزمة (المرحلة الحادة) ثم تبدأ في التبدد مع ازدياد واقع الحدث تصبح العروض العاطفية المتعلقة بالخوف والقلق الأكثر شيوعاً.

٦- دراسة Seag Euncho & Han Woo Park، "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال زلزال اليابان ٢٠١١ كيف شكل تويتر الاتصال أثناء الأزمات" ٢٠١٣ (١٧)

تهدف الدراسة الى استكشاف دور وسائل الإعلام الاجتماعية خلال زلزال ٢٠١١ في اليابان حيث تم إجراء دراسة تحليل مضمون لعينة عشوائية من التغريدات التي نشرتها الحكومة اليابانية خلال ٤٠ ساعة بعد وقوع الزلزال (٥٦٨ تغريدة). وأشارت النتائج الى المنظمات الحكومية قامت بإنشاء حسابات على تويتر لم تكن متواجدة قبل الزلزال وان هذه الحسابات قامت بدورها ومسئوليتها تجاه الكارثة إلا أنها كانت رسائل أحادية متكررة ركزت على المعلومات عن الزلزال، وعلى الجانب الآخر ارتفعت نسبة التغريدات ذات التجارب الشخصية للأفراد من خلال تكرار قضايا السلامة وتحفيز ردود الأفعال العاطفية.

٧- دراسة International Communication Association، استخدام تويتر أثناء أزمة فيضانات باكستان ٢٠١٠ " ٢٠١٠ (١٨)

تهدف الدراسة الى التعرف على استخدامات الجمهور لشبكة تويتر خلال أزمة الفيضانات في باكستان ٢٠١٠ ومدى استخدام الروابط من خلال وسائل الإعلام التقليدية وقد قامت الدراسة بإجراء تحليل مضمون (42.814) تغريدة من خلال البحث في تويتر تم جمعها من خلال برنامج Apl Twitter Search، توصلت النتائج الى ان اغلب التغريدات التي نشرت من خلال تويتر حول الفيضانات كانت تقليدية كما كشفت النتائج عن

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

تفضيل المستخدمين الربط بين وسائل الإعلام التقليدية وتويتر أثناء الكوارث لإضفاء المصداقية والثقة في المعلومات، وأشارت الدراسة الى أهمية إضفاء الشرعية على وسائل الإعلام الاجتماعي في الدول النامية .

**المحور الثاني:- دراسات تناولت استخدام الجمهور لشبكة تويتر واتجاهاتهم نحو المصداقية:-**

١- دراسة إبراهيم العمران، "موثوقية المعلومات على تويتر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة الملك سعود: دراسة ميدانية" ٢٠١٧ (١٩)

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى موثوقية معلومات تويتر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك سعود من خلال تطبيق استبيان على عينة قدرها (٣٦٤ مفردة). وتوصلت النتائج إلى أن تغريدات المتحدث الرسمي للمؤسسات الحكومية أو الخاصة أكثر موثوقية من الحسابات الأخرى لدى عينة الدراسة حيث ان المشاركة بأسماء حسابات مستعارة تشكك في موثوقية المعلومات على تويتر، وتوصلت الدراسة الى ان من اهم المعوقات التي تواجه موثوقية المعلومات على تويتر هي الرغبة في السبق الصحفي دون التأكد من مراجع المعلومات المنشورة.

٢- دراسة Swasy, Alecia، "العوامل التي تؤثر على التبائن في تويتر في الغرف الإخبارية" ٢٠١٦ (٢٠)

تهدف الدراسة الى قياس العوامل التي تؤثر على انتشار وتبني تويتر لدى الصحفيين في مجال نشر الأخبار وجمع المعلومات، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة ونظرية الابتكار من خلال المقابلات المتعمقة لعينة من الصحفيين (٥٠ صحفياً) في أربع صحف، وتوصلت الدراسة الى ارتفاع نسبة الاعتماد على تويتر باعتباره موقعا إعلاميا وعالمياً يعمل على إعادة تشكيل التواصل بين الصحفيين ويوفر اشباعاً فورياً ومشاركة للقصص مع جمهور عالمي أوسع.

٣- دراسة عبد الله محمد الوزان، "استخدامات طلبة الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والاشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي: دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية" ٢٠١٥ (٢١)

تهدف الدراسة الى التعرف على مدى استخدام طلبة الجامعات لموقع تويتر والاشباعات المتحققة منه في مجال الوعي البيئي حيث قام الباحث بتطبيق صحيفة استبيان



## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

على عينة من الطلاب بالجامعة السعودية (٣٠٠ مفردة)، اتضح من خلال النتائج أن تويتر يأتي في المرتبة الأولى بالنسبة لوسائل الإعلام الجديد تلاه اليوتيوب لسهولة استخدامه وصدق معلوماته، كما اتضح ان هناك علاقة طردية بين استخدام طلاب الجامعة لتويتر ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة بالإضافة الى وجود علاقة دالة إحصائيا بين الاشباعات التي يحققها تويتر وخاصة الاشباعات الإعلامية واشباعات المشاركة في الرأي وزيادة المعلومات .

### ٤- دراسة Davaid Westerman & Patric R. Spence et al. "وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للمعلومات : حادثة المعلومات ومصداقيتها" ٢٠١٤ (٢٢)

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير المعلومات المتوفرة في وسائل التواصل الاجتماعي على مصداقية المصدر. تم تطبيق الدراسة على عينة من طلبة الجامعات بالولايات المتحدة الأمريكية (١٨١ مفردة) حيث طلب منهم التعرض لثلاث حسابات تويتر حول أزمة مرض القلب وتم إجراء اختبار بعد التعرض لقياس الإدراك المعرفي والمصداقية، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الإدراك المعرفي للمعلومات والمصداقية كما أشارت نسبة كبيرة من مفردات العينة إلى أن إستراتيجية تكرار التغريدات يؤثر على مصداقية المصدر .

### وهكذا ومن خلال العرض السابق للدراسات السابقة يتضح ما يلي:-

- ١- أهمية موقع تويتر كوسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي وارتفاع معدلات التعرض له بالإضافة الى دوره الهام خلال الأزمات والكوارث الطبيعية لبساطة وسهولة استخدامه ومصداقيته وقدرته على تحقيق الادراك المعرفي لدى الجمهور المستخدم .
- ٢- تفاوتت نتائج الدراسات التحليلية للتغريدات التي يتم نشرها من خلال حسابات تويتر الرسمية من حيث أساليب إدارة الأزمة حيث ان بعض الدراسات أفادت بالدور الهام والاستراتيجيات الفعالة لإدارة الأزمة عبر مراحلها المختلفة، في حين توصلت دراسات أخرى الى وجود خلل في إدارة الأزمات من خلال تويتر كان أبرزها التكرار والتركيز على تقديم معلومات فقط والاستمالات العاطفية وعدم التوازن في تقديم المعلومات خلال فترات الأزمة أو عبر مراحلها المختلفة بالإضافة إلى عدم شرعية معلومات تويتر في بعض الأحيان وهذا التفاوت يفتح آفاق جديدة من خلال هذه الدراسة للكشف عن نتائج مؤيدة أو معارضة أو تكميلية لما سبق تناوله من خلال الدراسات السابقة.

### نظرية التماس المعلومات Information Seeking Theory

تعد هذه النظرية من النظريات التي تستهدف متلقي الاتصال (المستقبل للرسالة الإعلامية) فهي تركز على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر مختلفة، وكذلك معرفة العوامل التي تؤثر في هذا السلوك<sup>(٢٣)</sup> فعندما يشعر الفرد بحاجته إلى المعلومات فإنه يبدأ في إجراء بحث داخلي عن هذه المعلومات، والبحث الداخلي هو عملية استرداد المعلومات المخزنة في الذاكرة، وفي حالة كانت نتيجة البحث الداخلي غير مرضية عندها يبدأ الفرد عملية البحث الخارجي والتي تعنى جمع المعلومات من المصادر الخارجية والتي تمثل جوهر عملية التماس المعلومات<sup>(٢٤)</sup>.

وقد ظهر مدخل التماس المعلومات خلال النصف الثاني من القرن الماضي وكانت مراحل التماس المعلومات والاستراتيجيات الهدف الاساسي لدى كثير من الباحثين والتي تناولتها دراساتهم، ولكن هذا النموذج لم يبدأ في الحراك والتطوير الا بعد عام ١٩٨٠ حيث بدأ استخدامه في الدراسات الرئيسية وأيضاً في المنهج الكيفي<sup>(٢٥)</sup>.

وشهد مصطلح التماس المعلومات العديد من التعريفات فقد عرفه صالح خليل بأنه "السلوك في طلب المعلومات محاولاً تعريف العوامل التي تحدد ذلك السلوك"<sup>(٢٦)</sup>، كما عرف ويلسون عملية التماس المعلومات بأنها "عملية البحث عن المعلومات من أجل بعض الأهداف التي ترضى ملتمس المعلومات"<sup>(٢٧)</sup>، بينما يعرف كوهلثاو التماس المعلومات بأنه "الجهد الذي يقوم به مستعملو المعلومات للتوصل الى ما يبحثون عنه من المعلومات وذلك لتوسيع حالة المعرفة لديهم عن قضية او مشكلة معينة"<sup>(٢٨)</sup>.

ويتمثل الهدف من التماس المعلومات التزود بالمعرفة لغرض معين وهذا الغرض يختلف باختلاف المواقف والاحتياجات ومن أنواع الاحتياجات للمعلومات استخدامها في مجال العمل، وقوع المعلومات في دائرة الاهتمام، الحاجة لاتخاذ قرار، السعي وراء أفكار جديدة، الحاجة الى إثبات صحة بعض الأفكار، الحاجة إلى إعداد دراسات متخصصة<sup>(٢٩)</sup> والحاجة الى المعلومات هي التي تدفع الأفراد إلى القيام بعملية التماس المعلومات التي تسهم في الفهم والمعرفة لحل تلك المشكلات<sup>(٣٠)</sup>.

ويمكن تعريف مصطلح "الاحتياجات المعلوماتية" بوجود نقص في المعلومات لدى مستفيديها ومن ثم يلجأ لمصادر المعلومات او مؤسسات المعلومات رغبة منه

## إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

في سد هذا النقص أو تصحيحا لمعلوماته أو تحديثها بعدد من الطرق والتي يألفها المستفيد، وهذه الاحتياجات تختلف من مستفيد إلى آخر بل ومن المستفيد نفسه في فترات مختلفة<sup>(٣١)</sup> وتقسم الاحتياجات للمعلومات وفقه لطبيعتها إلى:-<sup>(٣٢)</sup>

- احتياجات معلنة Expressed Needs يطلب المستخدم ما يحتاجه من معلومات بصورة واضحة وصريحة .

- احتياجات غير معلنة unexpressed Needs يكون المستخدم على دراية بما يحتاجه من معلومات لكنه لا يطلبها بصورة واضحة وصريحة بإعتبار انه اعلم من الآخرين بالمعلومات التي تخدمه<sup>(٣٣)</sup>.

- متغيرات نظرية التماس المعلومات:-

هناك ست متغيرات أساسية في نظرية التماس المعلومات وهي:-

### - ملتمس المعلومات Information seeker

إن ملتمس المعلومات هو الذى يعرف المهمة المعلوماتية المطلوب تنفيذها، وهو الذى يختبر ويختزل المعلومات المناسبة، وهو الذى يقيم مدى التقدم الذى أحرز في عملية البحث، وهو الذى يقرر نهاية الأمر متى تكتمل عملية التماس المعلومات.

### المهمة المطلوب تنفيذها Task

ويمكن تعريف المهمة بأنها "إعلان من ملتمس المعلومات عن مشكلة يواجهها، وهذه المشكلة هي التي تقود أحداث عملية التماس المعلومات وتتضمن المهمة إيضاحاً للمشكلة المعلوماتية يتمثل عادة في شكل سؤال، وكذلك في شكل بعض السلوكيات التفاعلية الذهنية والمادية مع نظام البحث والتي نتعكس على المخرجات".

### ٣- نظام البحث Search system

يمكن تعريف نظام البحث بأنه المصدر الذى يقدم المعرفة في شكل ما يسمى بقاعدة بيانات كما يقوم بتمثيل المعرفة وتحديد طرق وأدوات وآليات الوصول إليها والتعامل معها في شكل ما يسمى بواجهة الاستخدام Inter face.

#### ٤- الحقل المعرفي:-

هو الكيان المادى للمعرفة وهو يتكون من عدة تقسيمات ومجموعة علاقات تختلف حقول التخصص فيما بينها من حيث درجة التعقيد ووضوح التعريفات تبعاً لهذه التقسيمات والعلاقات كما تختلف درجة نموها ونوع التغيير الحادث منها.

#### ٥- محيط الاستخدام Setting

يعمل محيط الاستخدام كإطار يحدد عملية التماس المعلومات ويتكون هذا الإطار من شقين: أحدهما مادي والآخر معنوي ويتضمن محيط الاستخدام المهمة المطلوب تنفيذها بشكل منفرد أو بالاشتراك مع آخرين، كما يتضمن الحالتين المادية والنفسية لملتصم المعلومات.

#### ٦- مخرجات البحث Search outcomes

محصلة التماس المعلومات تشمل كل من المنتجات ويمكن تعريفها بانها نتائج استخدام نظام ما للمعلومات ورجع صدى له وفي حالة ما إذا كانت الأمور تسير على ما يرام فإن هذه المحصلة ستكون محققة لأهداف المهمة من خلال إجابتها على الأسئلة المطروحة وحلها للأشكالية المعلوماتية. وتقدم المخرجات معلومات في النهاية تعزز مجمل العملية، كما ان لها تأثيراً معرفياً على ملتصم المعلومات لانها تؤثر على تغيير حالته المعرفية ويمكن النظر إليها باعتبارها مؤشرات تقييم تقدر بها مدى فاعلية نظام البحث.

توصلت دراسات جونسون وآخرون، ١٩٩٥ إلى أنه توجد أربع فئات ابتدائية من المتغيرات الخارجية المفترض أنها تدفع الناس للحصول على المعلومات عن طريق تعزيز تصورات فائدة المعلومات وهي: العوامل الديموغرافية، والخبرة مع القضية، والبراعة، والمعتقدات حول نتائج البحث عن المعلومات. كما تم تحديد الخصائص الديموغرافية للتأثير على المعلومات مثل الجنس، السن والعامل الاقتصادي ان التجارب الشخصية تزيد من إدراك المنفعة وبالتالي احتمالية البحث عن المعلومات. وأخيراً أهمية المشكلة والتي لها تأثير على حافز الناس في البحث عن معلومات حول القضايا المختلفة.<sup>(٣٤)</sup>

#### - المراحل التي يمر بها الفرد في التماس المعلومات:-

قدمت لوبير وكريستيا نموذج التماس المعلومات مكون من ثلاث مراحل:<sup>(٣٥)</sup>

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

تبدأ المرحلة الأولى في هذا النموذج مع ظهور مداخلات عقلية وحسية تثير الإنتباه للمستخدم، وفي حال قرر المستخدم عدم تجاهلها وأعلن قدرته على اشباعها من خلال البحث الداخلي فإنه سوف ينتقل بالتالي إلى "الحاجة المعلوماتية" والتي تتبلور في الحاجة الوظيفية او المعنوية او المادية للطبيعة الاجتماعية او غير الاجتماعية فعندما يشعر الفرد بوجود حاجة ما فإنه سوف يحاول خلال هذه المرحلة تحديد حاجاته بنفسه حتى يمكنه تلبيتها في المرحلة التالية.

خلال المرحلة الثانية يقوم المستخدم بعملية التماس المعلومات من خلال شبكة الانترنت وهذا النظام النموذجي من البحث عن النصوص والصور والفيديو والأصوات وغيرها التي يتصفحها أو يبحث عنها الزائر في المواقع.

تبدأ المرحلة الثالثة عندما ينتهي المستخدم من مهمة التصفح أو البحث حيث يجد ما يبحث عنه وهو في هذا الوقت يمكن أن يستخدم المعلومات التي حصل عليها لإرضاء حاجاته المعلوماتية المثارة.

### - اهم فروض نظرية التماس المعلومات:- (٣٦)

- ١- يستخدم ملتمسو المعلومات قنوات غير محددة عندما تقل المعرفة او لا يكون لديهم إدراك أو وعى بالمعلومات التي يبحثون عنها .
- ٢- يختلف نشاط الافراد في التماسهم للمعلومات وذلك باختلاف العوامل الديموجرافية لهم وهي العمر، النوع، المهنة، التخصص، الحالة الاقتصادية والاجتماعية .
- ٣- عندما تكون الأهداف محددة لدى ملتمسى المعلومات يقوموا باستخدام قنوات ومصادر معلومات محددة.
- ٤- يثق ملتمسوا المعلومات بمصادقية المعلومات من المصادر الشخصية المباشرة أكثر من مصادر وسائل الاعلام .
- ٥- أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة.
- ٦- توجد علاقة بين إدراك الفرد في الوصول الى المعلومات وبين استخدامه لمصادر المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت .
- ٧- على عكس مدخل التماس المعلومات تفترض معظم النظريات والنماذج أن المعلومات هي دائما ما تكون جيدة لأنها تزيد من المعرفة لدى المستخدم، بينما نجد

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

مدخل التماس المعلومات يفترض أن المعلومات يمكن أن تؤدي في بعض الأحيان الى نتائج سلبية.

### تطبيق نظرية التماس المعلومات على الدراسة الحالية :-

- يفترض نموذج (التماس المعلومات) وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما أو مقارنتها بما لديها من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، وفي الدراسة الحالية فإن أزمة السيول تعد من الأزمات التي تعد حافزاً لدى المواطن للبحث والتماس المعلومات، فيما يتعلق بنوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد فقد يستخدم استراتيجيات معينة التي تعتمد على مصادر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو بإتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات.

- تؤثر بنية المجتمع بشكل واضح على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال من أجل التماس المعلومات، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة معينة كمصدر للمعلومات. ولاحظ بعض الباحثين أن بنية المجتمع تشكل عنصراً رئيسياً في السيطرة على المعلومات. فمن خلال تحديد ظروف وسائل الإعلام، تميل بنية المجتمع إلى تشكيل طريقة استخدام الأفراد لوسائل معينة، وتفضيلاتهم النسبية لبعض الوسائل على غيرها. (التطبيق عل تويتر).

### تشكلت عناصر نموذج التماس المعلومات في الدراسة الحالية كما يلي :-

- متلقى المعلومات :- المواطن السعودي .
- ا- الأحداث المراد التماس المعلومات عنها :
- أزمة السيول بالمملكة العربية السعودية
- محركات البحث :- المواقع الرسمية (تويتر)
- إجراءات التماس المعلومات عبر مراحل الأزمة المختلفة (عند الحاجة – أثناء الأزمة – بعد الأزمة).
- نتائج التماس المعلومات.

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- تختبر الدراسة العلاقات الارتباطية بين كل من معدلات التعرض لتويتر، المصادقية ودرجة الثقة في الوسيلة والمتغيرات الديموجرافية واستراتيجيات التماس المواطن للمعلومات خلال مراحل الأزمة المختلفة .

**التعريفات الإجرائية :-**

**- إدارة الأزمة :-**

محاولة لتطبيق مجموعة من الإجراءات والقواعد والأسس المبتكرة، تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة وأساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها، وذلك بهدف السيطرة على الأزمة والتحكم فيها وتوجيهها وفقاً لمصلحة الدولة<sup>(٣٧)</sup>، فإدارة الأزمة هي "نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة من التنبؤ بأمكان واتجاهات الأزمة المتوقعه، وتهيئة المناخ المناسب للتعامل معها، عن طريق اتخاذ التدابير للتحكم في الأزمة المتوقعه والقضاء عليها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة"<sup>(٣٨)</sup>

**- الحسابات الرسمية للمؤسسات الحكومية :-**

هي قنوات رسمية اتصالية بيت المواطنين والجهات الحكومية تقوم من خلالها بتحقيق التواصل مع المواطنين والمستفيدين من الخدمات، وفي الدراسة الحالية تم التطبيق على الحسابات الرسمية عبر تويتر للمؤسسات السعودية في الدراسة والتي تمثلت في امانات المناطق المتضررة من أزمة السيول (امانة المنطقة الشرقية - امارة عسير).

**نوع البحث ومنهجه:**

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية وفي إطاره تم استخدام منهج المسح والذي يعد أحد أبرز المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب تحليل المضمون باعتباره مجموعة من الخطوات المنهجية التي تسعى إلى وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً من خلال إجراء دراسة تحليلية للحسابات الرسمية لامانات المناطق المتضررة من السيول بالمملكة العربية السعودية عبر تويتر للتعرف على الاستراتيجيات المستخدمة في إدارة الأزمة. تلا ذلك إجراء دراسة ميدانية على عينة من المواطنين المتابعين للمواقع الرسمية عبر تويتر للتعرف على استراتيجيات التماس المعلومات والتعامل معها من خلال تويتر ومدى فاعلية إدارة الأزمة على استراتيجيات المواطن في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة.

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

عينة الدراسة:-

تم تقسيم عينة الدراسة إلى:

١- عينة الدراسة التحليلية ا:-

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات أسلوب الحصر الشامل لجميع التغريدات التي تم نشرها من خلال متابعة الحساب الرسمي لموقع تويتر لكل من (أمانة المنطقة الشرقية – امانة منطقة عسير) خلال مراحل مختلفة قبل واثناء وبعد انتهاء الأزمة خلال شهر (يناير فبراير مارس ٢٠١٧).

٢ -عينة الدراسة الميدانية :-

تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من المواطنين السعوديين المتابعين للحسابات الرسمية عبر تويتر خلال ازمة السيول تمثلت في (٢٠٠ مفردة) من المواطنين في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية (محافظة الدمام – محافظة الاحساء) وتم مراعاة العوامل الديموجرافية من حيث (النوع – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للاسرة) وفيما يلي توضيحاً لخصائص العينة كما يلي:-

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=٢٠٠)

خصائص عينة الدراسة		ك	%
النوع	ذكر	١٠٠	٥٠
	أنثى	١٠٠	٥٠
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٣٢	١٦
	مؤهل عال	١٢٣	٦١,٥
	دراسات عليا	٤٥	٢٢,٥
الدخل الشهري	اقل من ٥٠٠٠ ريال	٢٥	١٢,٥
	من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال	٧٥	٣٧,٥
	من ١٠٠٠٠ ريال الى ٢٠٠٠٠ ريال	٨٠	٤٠
	٢٠٠٠٠ ألف ريال فأكثر	٢٠	١٠



إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- أدوات الدراسة:-

اعتمدت الباحثة على اداتين في اطار تطبيق الدراسة كما يلي:-

١- صحيفة تحليل مضمون: -مكونة من عدة فئات تشمل الجوانب الأساسية لموضوع الدراسة:

- وحدة التحليل:- التغريدة Tweet

- فئة الشكل:- -أنواع المؤثرات البصرية – المؤثرات الصوتية -الشخصيات المحورية.

- فئة المضمون:- أسلوب المعالجه – موضوع التغريدة - أهداف التغريدة -محتوى التغريدة.

٢- صحيفة استبيان:- مكونة من مجموعة من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة.

- تساؤلات الدراسة التحليلية:-

١- تساؤلات التحليل الكمي:-

١- ما اجمالي عدد التغريدات التي تم نشرها حول أزمة السيول؟

٢- أسلوب توزيع نشر التغريدات خلال فترات الأزمة عبر تويتر؟

٣- أهم الموضوعات الرئيسية التي تناولتها التغريدات حول أزمة السيول؟

٤- ابرز الأساليب المستخدمة في ابراز التغريدات من خلال الحساب الرسمي لأمانات مناطق المملكة حول أزمة السيول؟

٥- حجم التفاعلات للجمهور من خلال الحساب الرسمي لتويتر حول التغريدات المتعلقة بأزمة السيول؟

٦- ما الاستراتيجيات التنفيذية المتبعة لإدارة أزمة السيول عبر الحسابات الرسمية لتويتر؟

٧- ما أهم إيجابيات وسلبيات إدارة أزمة السيول عبر الحسابات الرسمية لتويتر؟

تساؤلات الدراسة الميدانية:-

١- ما معدلات التعرض لموقع تويتر؟

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- ٢- ما أسباب متابعة موقع تويتر ؟
- ٤- ما هي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في التماس المعلومات عند حدوث أزمة السيول في المملكة العربية السعودية ؟
- ٥- ما معدلات التعرض للمواقع الرسمية لأمانات المناطق الجغرافية عند حدوث أزمة السيول؟
- ٦- ما هي أهم إيجابيات وسلبيات إدارة هذه المواقع لازمة السيول من وجهة نظر المواطن؟
- ٧- ما هي أكثر مراحل التماس المعلومات على مدار أزمة السيول في المملكة ؟
- ٨- ما الاستراتيجيات التي اتبعتها المواطن لالتماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية لأمانة منطقتهم على تويتر (استراتيجيات التماس المعلومات قبل الأزمة - أثناء الأزمة - بعد الأزمة).

### فروض الدراسة الميدانية

- الفرض الأول:-** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة.
- الفرض الثاني:-** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات خلال مراحل الازمة .
- الفرض الثالث:-** توجد علاقة ارتباطية بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة.
- الفرض الرابع:-** توجد علاقة ارتباطية بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة.

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
 باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

**الفرض الخامس:-** تختلف استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوثين وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة) خلال مراحل الأزمة.

**جدول رقم (٢)**

**مقاييس الدراسة**

المتغير	عدد عبارات القياس	توزيع الدرجات	الدرجة الكلية	التصنيف
إيجابيات إدارة المواقع لازمة السيول في المملكة	٥	موافق (٣ درجات) محايد (درجتان) معارض (درجة)	٥ : ١٥	منخفض (٥-٨) متوسط (٩-١١) مرتفع (١٢-١٥)
سلبيات إدارة المواقع لازمة السيول في المملكة	٥	موافق (٣ درجات) محايد (درجتان) معارض (درجة)	٥ : ١٥	منخفض (٥-٨) متوسط (٩-١١) مرتفع (١٢-١٥)
التماس المعلومات قبل الأزمة	٤	دائماً (٤ درجات) أحياناً (٣ درجات) نادرًا (درجتان) لا (درجة)	٤ : ١٦	منخفض (٤-٧) متوسط (٨-١٢) مرتفع (١٣-١٦)
التماس المعلومات أثناء الأزمة	٦	دائماً (٤ درجات) أحياناً (٣ درجات) نادرًا (درجتان) لا (درجة)	٦ : ٢٤	منخفض (٦-١١) متوسط (١٢-١٨) مرتفع (١٩-٢٤)
التماس المعلومات بعد الأزمة	٩	دائماً (٤ درجات) أحياناً (٣ درجات) نادرًا (درجتان) لا (درجة)	٩ : ٣٦	منخفض (٩-١٧) متوسط (١٨-٢٧) مرتفع (٢٨-٣٦)
معدل التعرض	٣ أسئلة	دائماً، من ستة إلى سبعة أيام، ثلاث ساعات فأكثر (٣ درجات) أحياناً، من ثلاثة إلى خمسة أيام، من ساعة لأقل من ثلاث ساعات (درجتان) نادرًا، -اقل من ثلاث أيام أسبوعياً، اقل من ساعة (درجة)	٣ : ٩	منخفض (٣-٤) متوسط (٥-٧) مرتفع (٨-٩)

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
 باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

جدول رقم (٣)

المقياس التجميعي لمعدل التعرض للمواقع الرسمية (تويتر)

إجمالي معدل التعرض	ك	%
منخفض	٨	٤
متوسط	١١٥	٥٧,٥
مرتفع	٧٧	٣٨,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤)

المقياس التجميعي لإيجابيات وسلبيات إدارة الأزمة

الدرجة	الموضوع		الإيجابيات		السلبيات	
	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض					١٦٧	٨٣,٥
متوسط	٩	٤,٥	٢٤	١٢		
مرتفع	١٩١	٩٥,٥	٩	٤,٥		
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠		

جدول رقم (٥)

المقياس التجميعي لاستراتيجيات التماس المعلومات

المرحلة	قبل الأزمة		أثناء الأزمة		بعد الأزمة	
	ك	%	ك	%	ك	%
متوسط	٥٨	٢٩%	٤٩	٢٤,٥%	٧	٣,٥%
مرتفع	١٤٢	٧١%	١٥١	٧٥,٧%	١٩٣	٩٦,٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%

إختبارات الصدق والثبات:

المقصود بالصدق التحليلي مدى صلاحية أدوات القياس لما وضعت لقياسه ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة، وقد قامت الباحثة بتحديد فئات التحليل ووحداته بدقة وللتأكد من صدق الاستمارات ثم إخضاعها للإجراءات المنهجية من حيث عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الدراسة حيث قاموا بإجراء بعض التعديلات<sup>(\*)</sup>، أما بالنسبة لثبات التحليل فيقصد به الحصول على نتائج ثابتة عند تكرار

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

القيام بإجراء الدراسة، وقد قامت الباحثة بإجراء ثبات التحليل بالتعاون مع باحثين وبلغت قيمة (0.87) وهي نسبة جيدة تدل على وضوح المقياس وصلاحيته للتحليل.

-كما قامت الباحثة أيضا بإجراء اختبار لصدق الاستمارة الميدانية من خلال عرضها على عدد من المحكمين وتم تعديل بعض البنود بناء على ما أبدوه من ملاحظات كما تم إجراء اختبار قبلي Pre-test على عينة تمثل ١٠% من حجم العينة الأصلية وهي (٢٠ مفردة) وتم تعديل بعض المقاييس والبدائل والأسئلة لتسهيل الفهم والاستجابة ثم قامت الباحثة بإجراء إعادة تطبيق الاستمارة على (١٠%) من عينة الدراسة بعد أسبوعين من التطبيق الأول، وبلغت نسبة الثبات (٩١%) وهي نسبة جيدة يمكن الوثوق بها .

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- حساب الوزن النسبي للبنود المقاسة علي مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج X ١٠٠، ثم قسمة النتائج علي الحد الأقصى لدرجات المقياس. وتم استخدامه مع عبارات الإيجابيات والسلبيات والأساليب المتبعة لالتماس المعلومات حول أزمة السيول وأساليب البحث عن المعلومات وأوجه الاستفادة من التماس المعلومات
- ٤- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٤، ومتوسطة ما بين ٠,٤-٠,٧، وقوية إذا بلغت ٠,٧ فأكثر. وتم استخدامه لقياس العلاقة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات إثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية، وكذلك بين إيجابيات إدارة

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات، وأيضاً بين سليات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات، وكذلك بين بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات.

٥- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وتم استخدامه لاختبار معنوية الفروق بحسب النوع في استراتيجيات التماس المعلومات قبل وأثناء وبعد الأزمة

٦- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وتم استخدامه لاختبار معنوية الفروق بحسب المستوى التعليمي والدخل الشهري للأسرة في استراتيجيات التماس المعلومات قبل وأثناء وبعد الأزمة

٧- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

### نتائج الدراسة:-

تقوم الباحثة من خلال هذا المحور باستعراض نتائج كل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية كما يلي:-

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية :-

أ- اجمالي عدد التغريدات التي تم نشرها حول أزمة السيول :-

- بلغ اجمالي عدد التغريدات التي تناولت أزمة السيول (٤٠٢ تغريدة) عبر حسابي أمانتي كل من منطقة عسير والمنطقة الشرقية موزعه كالتالي:-

- (٣٠٤) تغريدة من خلال حساب أمانة المنطقة الشرقية بنسبة (٧٥,٦%) و(٩٨) تغريدة) من خلال حساب أمانة منطقة عسير وبنسبة (٢٤,٤%)، ومن الملاحظ الفرق بين النشر عبر حساب تويتر لدى الأمانتين حيث ارتفعت نسبة النشر لدى حساب أمانة المنطقة الشرقية بنسبة أكبر .

ب- توزيع نشر التغريدات عبر تويتر حول أزمة السيول :-

- الحساب الرسمي لآمانة منطقة عسير :-

تم نشر التغريدات على مدار فترة الأزمة خلال شهرى فبراير ومارس ولم يرد أى نشر للتغريدات قبل الأزمة (شهر يناير) أو بعد انحسار الأزمة تماما (نهاية شهر مارس وأوائل شهر ابريل)، وارتفعت نسبة النشر خلال منتصف شهر فبراير ٢٠١٧ باجمالى (٩١%) من التغريدات التي تناولت الأزمة في حين انحصر النشر خلال شهر مارس لتصل النسبة إلى (٣,١%) فقط. ولعل هذا يعد قصورا وعدم توازن في معالجة الأزمة من خلال تويتر حتى تم التكتيف فقط في النشر أثناء الأزمة ولم يتم النشر قبل أو بعد الأزمة لتهيئة الجمهور أو تقديم المستخلصات والدروس والرؤى المستقبلية لتجنب الأخطار المقبلة في حالة التكرار.

- الحساب الرسمي لآمانة للمنطقة الشرقية :-

لم يختلف الأمر كثيرا حيث انه على الرغم من كثافة التغريدات حول الأزمة من خلال الحساب الرسمي إلا أن تم تكتيف التغريدات خلال شهر فبراير (٦٥,٨%) و شهر مارس (٣٤,٢%)، وبالتالي تشابهت أساليب المعالجة اللازمة ن حيث الاهتمام بكثافة النشر خلال مرحلة أثناء الأزمة .

### ج- الموضوعات الرئيسية التي تناولتها التغريدات حول أزمة السيول :-

#### - الحساب الرسمي لأمانة منطقة عسير:-

تنوعت موضوعات التغريدات من حيث تناولها لازمة السيول وكانت ابرز الموضوعات المنشورة حول إبراز الجهود التي تبذلها الأمانات والبلديات لمعالجة أزمة السيول وبنسبة (٥٠,٧%) تلا ذلك الموضوعات المتعلقة بتحذير المواطنين والمقيمين من أخطار السيول وبنسبة (١١,٩%) تلاها موضوعات تتعلق بالخطط والاستعدادات التي يتم أخذها لمواجهة الأزمة وبنسبة (١١,١%) تلا ذلك نشر إعلانات للتوعية وبنسبة (٨,٢%) ثم نشر موضوعات تتعلق بتصريحات يصدرها المسؤولين بالأمانات والبلديات وبنسبة (٦,٧%) تم متابعة المسؤولين من واقع الأماكن وبنسبة (٦,٧%) وأخيرا انخفضت نسبة الأخبار او التفسيرات والتحليلات حول الأزمة مثل اقتراح حلول واقعية أو وضع خطط مستقبلية وبنسبة (٢,٩%) أو توضيح الأسباب الرئيسية لازمة وبنسبة (١,٤%).

#### - الحساب الرسمي لأمانة المنطقة الشرقية :-

تنوعت أيضا الموضوعات التي تطرقت إليها التغريدات حول أزمة السيول في المنطقة الشرقية وكان أبرزها أيضا إبراز الجهود المبذولة وخاصة في أكثر المناطق المتضررة وبنسبة (٧٤,٧%) تلا ذلك إطلاق تغريدات خاصة بتحذير المواطنين وبنسبة (٧,٨%) تلا ذلك إبراز الاستعدادات والخطط المستقبلية وبنسبة (٥,٥%) ثم متابعة المسؤولين بنفس النسبة (٥,٥%) تلا ذلك تصريحات المسؤولين وبنسبة (٣,٦%) ثم تقديم البيانات والمعلومات وبنسبة (٢,١%) وأخيرا توضيح الأسباب بنسبة ضئيلة (٠,٥%).

### د- ابرز الأساليب الإخراجية المستخدمة في إبراز التغريدات من خلال الحساب الرسمي لأمانات مناطق المملكة حول أزمة السيول :-

تنوعت الأساليب المتبعة في إدارة الأزمة من خلال الموقع الرسمي لأمانات المناطق كما يلي:-

#### - الحساب الرسمي لتويتر امانة منطقة عسير:-

اتضح من خلال تحليل النتائج ان ابرز الأساليب المستخدمة في تويتر تمثلت في إدراج صور عبر التغريدات توضح الجهود المبذولة من ارض الواقع لمواجهة الأزمة وذلك بنسبة (٨٤%) من اجمالي الأساليب المستخدمة، وكانت تستخدم بمعدل من صورة



## إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

الى خمس صور في التغريدة الواحدة تلا ذلك إدراج مقاطع فيديو قصيرة وبنسبة (٥١,٤%) ثم استخدام الإحصائيات والأرقام التوضيحية تلا ذلك إطلاق هاشتاج وعقد مقارنات توضح الوضع قبل وبعد انحسار الأزمة وبنسبة (٢,٧%) لكل منهما .

### - الحساب الرسمي لتويتر امانة المنظمة الشرقية :-

تمثل أسلوب إدراج صور عبر التغريدات المرتبة الأولى أيضا وبنسبة (٥١,١%) من اجمالي الأساليب المستخدمة تلا ذلك إطلاق هاشتاج وبنسبة (٢٣,٣%) ثم استخدام إحصائيات وأرقام للتوضيح وبنسبة (٩,٦%) تلا ذلك إدراج فيديو وبنسبة (٦,١%) تلا ذلك استخدام أسلوب ثم إدراج مقاطع توضح المشاركة من خلال وسائل الإعلام (الصحف والقنوات المحلية) وبنسبة (٢,٦%)، تلاها الكتابة عبر التغريدة باستخدام البنت الضخم وبنسبة (٢,٢%) وأخيرا إدراج مقارنات توضح الوضع قبل وبعد انحسار الازمة وبنسبة (١,٧%) .

### هـ حجم التفاعلات للجمهور من خلال الحساب الرسمي لتويتر حول التغريدات المتعلقة بأزمة السيول

ارتفعت نسبة التفاعل من خلال الحسابات الرسمية للتغريدات التي تم نشرها عبر أمانات المناطق حول تناول أزمة السيول فبلغت (١٢٠٢٧) تفاعلات (تفضيل – إعادة نشر التغريدة) في الحساب الرسمي لأمانه المنطقة الشرقية و(١٤٩٠) تفاعلات (تفضيل – إعادة نشر التغريدة) في الحساب الرسمي لأمانة منطقه عسير .

### ٦- الاستراتيجيات التنفيذية المتبعة لادارة أزمة السيول عبر الحسابات الرسمية لتويتر

- ١- إستراتيجية الهدف حيث تركزت الأهداف الرئيسية في نشر المحتوى المتعلق بالأزمة والجهود المبذولة للمعالجة .
- ٢- إستراتيجية تحديد الجمهور المستهدف حيث خاطبت التغريدات الجمهور العام بكافة فئاته المواطن والمقيم الذين يحتمل تعرضهم لإخطار السيول .
- ٣- إستراتيجية تحفيز عملية المتابعة والتنسيق والتواصل مع الجهات ذات العلاقة والتقييم من خلال نشر الجهود المبذولة لتصريف المياه وفتح الأنفاق ومتابعة البلاغات ونشر الأرقام والإحصائيات بالإضافة إلى تصريحات المسؤولين ومتابعتهم للازمة من موقع الحدث.

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

**٧- إيجابيات إدارة الازمة:-**

- ١- صياغة الرسائل بطريقة واضحة وبسيطة من خلال استخدام عبارات مختصرة .
- ٢- استخدام الصور الثابتة والفيديوهات التي توضح الجهود المبذولة ومتابعة المسؤولين من مواقع الحدث
- ٣- النقل الحي والمباشر للقاءات مع المسؤولين عبر وسائل الاعلام الأخرى سواء المحلية أو الوطنية مما يحقق المصداقية، واتضح ذلك في حساب أمانة الشرقية التي نشرت لقاءات المسؤولين عبر القناة الإخبارية السعودية وتلفزيون الدمام وجريدة اليوم .
- ٤- استخدام هاشتاج مما يسهل حصد اكبر قدر من المعلومات. على سبيل المثال، هاشتاج أمطار الشرقية - ضاحية الملك فهد - الدمام - الخبر .
- ٥- نشر أساليب تقديم البلاغات والأرقام المختصرة والتطبيقات التي من الممكن تطبيقها.
- ٦- تقديم بعض الاحصائيات والبيانات الرقمية مما يعمق من أهمية المحتوى المقدم ويؤكد المصداقية.

**٨- سلبيات إدارة الازمة:-**

- أ - افترقت إدارة الأزمة من خلال تويتر استخدام المنهجية العلمية من حيث المتابعة والبحث المباشر بتوازن خلال مراحل الأزمة، فأرتفعت نسبة النشر والإهتمام خلال مرحلة نضج الأزمة في حين لوحظ الانخفاض في مرحلة بداية الأزمة وفي مرحلة إنحسارها وإختفاؤها والتي كانت تتطلب الإهتمام بالنشر خاصة فيما يتعلق بالخطط المستقبلية والدروس المستفادة وطرق التعامل مع أزمات مشابهة.
- ب- انخفاض نسبة المعالجة التفسيرية لأسباب الأزمة والقوى الصانعة لها وتوضيحها للجمهور حيث تم إبراز الأسباب بنسب ضعيفة وتركزت حول أسباب متعلقة بالصيانة وفساد المقاولين ومفاجأة وقوع أزمة السيول في المملكة.
- ج- أهتمت نسبة كبيرة من التغريدات بإبراز التحليلات من خلال تصريحات المسؤولين وصانعي القرار إلا أن محتوى التصريحات أتخذ إتجاها نحو الإشادة بالجهود المبذولة أكثر من توضيح الأسباب والخطط لزيادة وعي وإدراك الجمهور.
- د- انخفاض نسبة التفاعل من الجمهور (رجع الصدى) سواء من حيث الرد على الاستفسارات أو إتاحة خاصية البث المباشر لآراء الجمهور ومشكلاتهم البارزة مع الأزمة.

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ثانياً:- نتائج الدراسة الميدانية:-

استعرضت الباحثة نتائج الدراسة من خلال محورين رئيسيين:-

المحور الأول:- النتائج العامة للدراسة

المحور الثاني:- نتائج اختبار فروض الدراسة وفيما يلي عرضاً لهذه النتائج

المحور الأول:- النتائج العامة للدراسة:-

أولاً:- أنماط تعرض عينة الدراسة لموقع تويتر:-

أ - بداية استخدام المبحوثين موقع تويتر:-

جدول رقم (٧)

بداية استخدام المبحوثين موقع تويتر

ك	%	بداية استخدام موقع تويتر
٢	١	اقل من عام
٤	٢	من عام لاقبل من عامين
٥	٢,٥	عامين لاقبل من أربعة أعوام
٢٥	١٢,٥	ثلاث أعوام الى اقل من أربعة أعوام
١٦٤	٨٢	أربعة أعوام فأكثر
٢٠٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة بداية استخدام موقع تويتر من جانب عينة الدراسة حيث اشارت (٨٢%) من عينة الدراسة الى ان بداية استخدامهم لتويتر قد بدأت منذ أربعة أعوام فأكثر مقابل انخفاض نسبة حداثة استخدام تويتر لدى نسبة ضئيلة من العينة ولهذا دلالة على أهمية الموقع لدى اغلب عينة الدراسة باعتباره جزء من أنشطتهم الأساسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق النتيجة الدراسة في هذا الصدد مع العديد من الدراسات التي توصلت إلى ارتفاع نسبة مستخدمي موقع تويتر من السعوديين لتصل إلى (٦٨%) حيث يستخدم معظمهم تويتر من ثلاث سنوات فأكثر<sup>(٣٩)</sup>.

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ب- معدل التعرض الاسبوعي لموقع تويتر

جدول رقم (٨)

معدل التعرض الاسبوعي لموقع تويتر

معدل التعرض الاسبوعي	ك	%
من ستة الى سبعة أيام	١١٢	٥٦
من ثلاثة إلى خمسة أيام	٤١	٢٠,٥
اقل من ثلاث أيام أسبوعيا	٤٧	٢٣,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق ارتفاع معدلات التعرض الاسبوعي لتويتر حيث أفادت حوالى نصف العينة إلى الاستخدام للشبكة على مدار أيام الأسبوع (من ستة إلى سبعة أيام) في حين ورد التعرض (اقل من ثلاث أيام) في المرتبة الثانية تلا ذلك التعرض (من ثلاثة الى خمسة أيام) في المرتبة الثالثة مما يؤكد أهمية التعرض للشبكة من جانب معظم مفردات عينة الدراسة.

ج- معدل التعرض اليومي لموقع تويتر

جدول رقم (٩)

معدل التعرض اليومي لموقع تويتر

معدل التعرض اليومي	ك	%
اقل من ساعة	٢٤	١٢
من ساعة لأقل من ثلاث ساعات	٩٤	٤٧
ثلاث ساعات فأكثر	٨٢	٤١
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق ارتفاع معدلات التعرض اليومي لتويتر حيث أفادت ٤٧% من عينة الدراسة أنهم يتعرضون لتويتر (من ساعة إلى اقل من ثلاث ساعات) تلا ذلك التعرض (ثلاث ساعات فأكثر) في المرتبة الثانية وبفروق بسيطة تلا ذلك التعرض لساعات منخفضة (اقل من ساعة) في المرتبة الأخيرة ولهذه دلالة على احتلال تويتر جزء هام من الأنشطة اليومية لدى عينة الدراسة .

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

وهكذا من خلال نتائج كل من جدول (٦)، (٧)، (٨) يتضح ارتفاع معدلات التعرض لدى عينة الدراسة لموقع تويتر حيث يمكن ان نطلق عليهم الجمهور النشط والذي تم تعريفه من خلال موقعي Mashable و Statista بأنه المستخدم الذي يدخل على الحساب الخاص به عبر موقع التواصل الاجتماعي تويتر على الأقل مرة واحدة في الشهر<sup>(٤٠)</sup>، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات التي توصلت إلى أن السعوديون سجلوا أعلى نسبة نمو عالمية من حيث استخدام تويتر، كما كشفت دراسة مؤسسة Smiocast ان مدينة الرياض احتلت المرتبة العاشرة في قائمة المدن العالمية الأكثر نشاطاً على تويتر<sup>(٤١)</sup>، كما أكدت دراسة Fang & Ha (٢٠١١) أن الشباب يقضون (٢٠ ساعة) فأكثر في المتوسط أسبوعياً في متابعة تويتر<sup>(٤٢)</sup>، وأكدت النتائج للدراسات العربية أن الشباب يتعاملون مع تويتر بصفة يومية ويقضون في استخدامه وقتاً يتراوح بين الساعة والساعتين وما هو أكثر من ثلاث ساعات يومياً<sup>(٤٣)</sup>.

د- أسباب متابعة تويتر لدى عينة الدراسة:-

جدول رقم (١٠)

أسباب متابعة تويتر لدى عينة الدراسة (ن = ٢٠٠)

أسباب المتابعة	ك	%
الحصول على الإخبار الجارية والأحداث	١٣٩	٦٩,٥
التعبير عن الآراء	١٣٤	٦٧
التتقيف	١٣١	٦٥,٥
مصدر هام للتماس المعلومات اثناء الازمات	١٣٠	٦٥
تكوين صداقات ومتابعين جدد.	١١٠	٥٥
التفاعل مع الاخرين .	١٠٦	٥٣
التسلية والترفيهية	٨٧	٤٣,٥

اتضح من بيانات الجدول السابق أن حوالي (٧٠%) يستخدمون موقع تويتر كمصدر إخباري للحصول على الإخبار والإحداث الجارية تلا ذلك استخدام تويتر للتعبير عن الآراء في المرتبة الثانية ثم التتقيف في المرتبة الثالثة، أما استخدام تويتر كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات فقد ورد في المرتبة الرابعة تلا ذلك استخدام تويتر لأسباب اجتماعية للحصول على صداقات جديدة في المرتبة الخامسة ثم التفاعل مع الآخرين في المرتبة السادسة وأخيرا وردت التسلية والترفيه في المرتبة الأخيرة، وتتفق الدراسة في هذا

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الصدد مع العديد من الدراسات التي توصلت إلى ارتفاع نسبة استخدام الشبكات الاجتماعية كمصادر إخبارية لأنها سهلة وسريعه في الوصول إلى المحتوى<sup>(٤٤)</sup>، كما أكدت دراسة Fang & Ha (٢٠١١) إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تحولت إلى مصادر أساسية للأخبار والأنباء وان الشباب يستخدمها كوسيلة إخبارية في المقام الأول<sup>(٤٥)</sup>.

هـ مميزات شبكة تويتر من وجهة نظر عينة الدراسة

جدول رقم (١١)

مميزات شبكة تويتر من وجهة نظر عينة الدراسة (ن=٢٠٠)

مميزات شبكة تويتر	ك	%
الحصول على معلومات مركزة وقصيرة	١٤٨	٧٤
حدائثة المعلومات	١٢٩	٦٤,٥
التنوع في المعلومات والمصادر من خلال روابط تفصيلية	١١٥	٥٧,٥
سهولة الوصول الى الشبكة	١١٠	٥٥
سهولة التفاعل مع الاخرين	١٠٥	٥٢,٥
دقة المعلومات	٨٠	٤٠

اتضح من بيانات الجدول السابق أن شبكة تويتر تتميز بمجموعة من المميزات الإعلامية والتقنية من وجهة نظر عينة الدراسة حيث أفاد حوالي (٧٥%) من مفردات العينة أن من ابرز مميزات تويتر هي المعلومات القصيرة والمركزة والتي وردت في المرتبة الأولى تلا ذلك حدائثة المعلومات في المرتبة الثانية ثم التنوع في المصادر تلاها سهولة الوصول إلى الشبكة في المرتبة الرابعة ثم سهولة التفاعل في المرتبة الخامسة وأخيرا دقة المعلومات بنسبة ٤٠%، وتتفق الدراسة في هذا الصدد مع العديد من الدراسات التي توصلت إلى أن من أهم أسباب اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام الجديد تمثل في النقل الحى للإحداث بالإضافة إلى الأنية والتفاعلية<sup>(٤٦)</sup>، بالإضافة إلى صدق المعلومات والسرعه في نقل الأخبار<sup>(٤٧)</sup>.

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ثانياً:- أنماط تعرض المبحوثين للحسابات الرسمية عبر تويتر خلال أزمة السيول:-  
أ- المصادر الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون في التماس المعلومات عند حدوث  
أزمة السيول في المملكة

جدول رقم (١٢)

المصادر الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون في التماس المعلومات عند حدوث أزمة السيول  
في المملكة (ن = ٢٠٠)

المصادر الإعلامية	ك	%
تويتر	١٩٩	٩٩,٥
اليوتيوب	١٦٢	٨١
القنوات التلفزيونية	١٥٥	٧٧,٥
الفيس بوك	١٢٧	٦٣,٥
الاتصال الشخصي	٩١	٤٥,٥
الصحف اليومية	٣٣	١٦,٥
القنوات الاذاعية	٣٠	١٥

اتضح من بيانات الجدول السابق أن موقع تويتر قد تصدر المرتبة الأولى في قائمة المصادر الإعلامية حيث اعتمدت عليه كل مفردات العينة في التماس المعلومات أثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية تلا ذلك الاعتماد على اليوتيوب في المرتبة الثانية ثم الاعتماد على القنوات التلفزيونية تلاها الفيس بوك ثم الاتصال الشخصي في المرتبة الخامسة تلا ذلك الصحف اليومية ثم القنوات الإذاعية بنسب منخفضة. وقد توصلت دراسات مشابهة إلى أن القنوات التلفزيونية تتصدر علاقة المبحوثين في وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية أما الصحف الورقية فقد كانت ذات قياسات نسبية ضعيفة<sup>(٤٨)</sup>.

ب- مدى متابعة عينة الدراسة للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة  
السيول

جدول رقم (١٣)

مدى متابعة عينة الدراسة للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول

مدى المتابعة	ك	%
دائماً	١٥٧	٧٨,٥
أحياناً	٣٢	١٦
نادراً	١١	٥,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

يوضح الجدول السابق ارتفاع نسبة التعرض لدى عينة الدراسة لموقع تويتر خلال أزمة السيول في المملكة العربية السعودية بصدد دائمة وبنسبة (٧٨,٥%) تلا ذلك التعرض أحيانا في المرتبة الثانية ثم التعرض نادرا في المرتبة الثالثة وبنسبة ضعيفة. مما يحمل دلالة حرص الباحثين على متابعة القنوات الرسمية من خلال موقع تويتر .

ج- معدل التعرض الاسبوعي للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول

جدول رقم (١٤)

معدل التعرض الاسبوعي للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول

معدل التعرض الاسبوعي	ك	%
من ستة إلى سبعة أيام	١٣٥	٦٧,٥
من ثلاثة إلى خمسة أيام	٤٦	٢٣
اقل من ثلاث أيام أسبوعيا	١٩	٩,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق كثافة التعرض الاسبوعي للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول حيث أفادت (٦٧,٥%) من مفردات العينة أنهم تعرضوا لهذه المواقع خلال الأزمة على مدار أيام الأسبوع (من ستة إلى سبعة أيام) في حين ورد التعرض (من ثلاثة إلى خمسة أيام) في المرتبة الثانية وبنسبة (٢٣%) تلا ذلك التعرض المنخفض في المرتبة الثالثة وبنسبة ضئيلة .

د- معدل التعرض اليومي للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول

جدول رقم (١٥)

معدل التعرض اليومي للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول

معدل التعرض اليومي	ك	%
اقل من ساعة	٩٢	٤٦
من ساعة لأقل من ثلاث ساعات	٦٧	٣٣,٥
ثلاث ساعات فأكثر	٤١	٢٠,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

- يوضح الجدول السابق انخفاض معدلات التعرض اليومي للمواقع الرسمية لأمانة المنطقة (تويتر) عند وقوع أزمة السيول حيث أفادت (٤٦%) من عينة الدراسة



استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

أنهم يتعرضون لتويتر (أقل من ساعة) تلا ذلك التعرض المتوسط (من ساعة لأقل من ثلاث ساعات) في المرتبة الثانية تلا ذلك التعرض المكثف (ثلاث ساعات فأكثر) في المرتبة الأخيرة، و لعل هذا يتناسب مع طبيعة تويتر الذي يقدم معلومات قصيرة ومكثفة قد لا تتطلب زمناً أكبر للتعرف عليها، كما أن المبحوث قد لا يتعرض لهذه المواقع فقط كمصدر للمعلومات وإنما تتنوع الممارسات والأنشطة عبر تويتر.

**ثالثاً:- تقييم المبحوثين لإدارة الحسابات الرسمية (تويتر) لأزمة السيول:-**

أ - أهم الإيجابيات في إدارة المواقع الرسمية (تويتر) لأزمة السيول

جدول رقم (١٦)

أهم الإيجابيات في إدارة المواقع الرسمية (تويتر) لأزمة السيول

الترتيب	الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	١٠٠					١٠٠	٢٠٠	المتابعة المستمرة لكل المستجدات على مدار الأزمة
٢	٩٧,٣	٤	٨			٩٦	١٩٢	الاستعانة بروابط مشاهدة فيديو
٣	٩٦,٥			١٠,٥	٢١	٨٩,٥	١٧٩	مصادقية المعلومات
٤	٩٥,٣	٣	٦	٨	١٦	٨٩	١٧٨	استخدام أساليب إدارة للموقع جذابة
٥	٩٣	٣	٦	١٥	٣٠	٨٢	١٦٤	اكتمال المعلومات.

- تمثلت أهم الإيجابيات في إدارة المواقع الرسمية لازمة السيول عبر تويتر من وجهة نظر مفردات العينة في المتابعة المستمرة لكل المستجدات حيث بلغت اعلي وزن نسبي في الإيجابيات (١٠٠%) تلا ذلك استعانة المواقع بروابط فيديو توضح تطورات الأزمة وبوزن نسبي (٩٧,٣%) ثم مصادقية المعلومات في المرتبة الثالثة تلاها استخدام الأساليب الجذابة في تقديم المعلومات وأخيراً اكتمال المعلومات المقدمة من خلال هذه المواقع وبوزن نسبي (٩٣%).

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
 باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ب- أهم السلبيات في إدارة المواقع الرسمية (تويتر) لأزمة السيول

جدول رقم (١٧)

اهم السلبيات في إدارة المواقع الرسمية (تويتر) لأزمة السيول

الترتيب	الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	٦٢,٨	٤١,٥	٨٣	٢٨,٥	٥٧	٣٠	٦٠	عدم استخدام أنماط جذابة
٢	٥٧,٥	٥٧	١١٤	١٣,٥	٢٧	٢٩,٥	٥٩	تكرار المعلومات
٣	٣٩,٨	٨٥	١٧٠	١٠,٥	٢١	٤,٥	٩	افتقاد المصداقية
٤	٣٨,٧	٨٧	١٧٤	١٠	٢٠	٣	٦	عدم توافر معلومات دقيقة.
٥	٣٦	٩٣,٥	١٨٧	٥	١٠	١,٥	٣	عدم حداثة بعض المعلومات

- تمثلت أهم السلبيات في إدارة المواقع الرسمية لازمة السيول عبر تويتر من وجهة نظر بعض مفردات العينة في عدم استخدام أنماط جذابة حيث بلغت أعلى وزن نسبي (٦٢,٨) تلا ذلك تكرار المعلومات ووزن نسبي (٥٧,٥) ثم افتقاد المصداقية في المرتبة الثالثة تلاها عدم توافر معلومات دقيقة. وأخيراً عدم حداثة بعض المعلومات المقدمة من خلال هذه المواقع ووزن نسبي (٣٦).

ج- درجة الثقة لدى المبحوثين في المعلومات المقدمة عبر الحسابات الرسمية (تويتر)

جدول رقم (١٨)

درجة الثقة لدى المبحوثين في المعلومات المقدمة عبر الحسابات الرسمية (تويتر)

درجة الثقة		ك	%
أثق بها بدرجة كبيرة		١٥٧	٧٨,٥
أثق بها بدرجة متوسطة		٤٣	٢١,٥
الإجمالي		٢٠٠	١٠٠

- ارتفعت درجة ثقة أغلب مفردات عينة الدراسة في المواقع الرسمية (تويتر) حيث أفاد ٧٨% منهم أنهم يثقون بها بدرجة كبيرة وأفاد ٢١,٥ من العينة أنهم يثقون بهذه المواقع بدرجة متوسطة، وتتفق الدراسة في هذا الصدد مع دراسة دينا عرابي، بسنت العقباوى (٢٠١٢) والتي توصلت إلى أن صدق المعلومة الخبرية تعد من أهم أسباب اعتماد الشباب على موقع التواصل الاخبارى.<sup>(٤٩)</sup>

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

د-مدى كفاية المعلومات عن أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية على تويتر

جدول رقم (١٩)

مدى كفاية المعلومات عن أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية على تويتر

مدى كفاية المعلومات	ك	%
كافية جدا	١٢٠	٦٠
كافية الى حد ما	٨٠	٤٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

- يوضح الجدول السابق أن اغلب مفردات العينة ترى أن المعلومات التي قدمتها الحسابات الرسمية عبر تويتر عن أزمة السيول كانت كافية بالنسبة لهم بنسبة (٦٠%) وكافية الى حد ما بنسبة (٤٠%)، وتتفق الدراسة مع نتائج دراسة مطهر على عقيدة (٢٠١٠) والتي توصلت الى ارتفاع كفاية المعلومات لدى الأكاديميين من خلال شبكة الانترنت بنسبة ١٠٠% (٥٠)

رابعاً:- انماط التماس المعلومات لدى المبحوثين حول أزمة السيول من خلال الحسابات

الرسمية (تويتر):-

أ - مراحل التماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية (تويتر)

جدول رقم (٢٠)

مراحل التماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية (تويتر)

مراحل التماس المعلومات خلال الأزمة	ك	%
في بداية ظهور الأزمة للتعرف على الأسباب	٥٧	٢٨,٥
أثناء حدوث الأزمة للتعرف على الإجراءات التي يجب اتباعها	١٢٦	٦٣
بعد الأزمة للتعرف على الرؤى المستقبلية	١٧	٨,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

- يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة التماس المعلومات من خلال المواقع الرسمية (تويتر) أثناء فترة حدوث الأزمة للتعرف على الإجراءات المتبعة وبنسبة (٦٣%) تلا ذلك التماس المعلومات في بداية الأزمة في المرتبة الثانية وتضاءلت نسبة التماس المعلومات في مرحلة ما بعد الأزمة لتصل إلى (٨,٥%) .

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
 باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ب- الاستراتيجيات العامة لالتماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية  
 على تويتر

جدول رقم (٢١)

الاستراتيجيات العامة لالتماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية على  
 تويتر (ن = ٢٠٠)

الترتيب	الوزن النسبي	لا	نادرا	أحيانا	دائما	الدرجة	الأساليب
١	٨٨,٦	٥	٦	٦٤	١٢٥	ك	اتعمد البحث والتماس المعلومات بقصد من خلال تحديد المواقع .
		٢,٥	٣	٣٢	٦٢,٥	%	
٢	٨١,٩		٤٧	٥١	١٠٢	ك	أكون قاعدة معرفية واستمر في عملية البحث لتوسيع دائرة افكاري.
			٢٣,٥	٢٥,٥	٥١	%	
٣	٨٢,١		٤٧	٤٩	١٠٤	ك	التمس المعلومات عندما ابحت عن أشياء أخرى بالصدفة أثناء نشاطى اليومى على تويتر
			٢٣,٥	٢٤,٥	٥٢	%	
٤	٧٨	٢٧	٢٦	٤٣	١٠٤	ك	أشارك في مجموعات نقاش من خلال الموقع
		١٣,٥	١٣	٢١,٥	٥٢	%	

- يوضح الجدول السابق الاستراتيجيات المتبعة من جانب عينة الدراسة لالتماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية لتويتر في المرحلة الأولى للبحث، حيث ورد في المرتبة الأولى البحث الهادف بقصد من خلال تحديد المواقع التي يتم من خلالها التماس المعلومات وبوزن نسبي (٨٨,٦)، تلا ذلك تكوين قاعدة معرفية لتوسيع دائرة الأفكار في المرتبة الثانية ثم البحث من خلال الصدفة والذي ورد في المرتبة الثالثة وأخيرا التفاعل والمشاركة من خلال النقاش مع الآخرين من خلال الموقع ووزن نسبي (٧٨). وتختلف النتائج في هذا الصدد مع دراسة مطهر على عقيدة (٢٠١٠) حيث توصلت إلى أن الاستشارة مع الآخرين والتفاعل تأتي في المرتبة الثانية كإستراتيجية للالتماس المعلوماتى. (٥١)

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
 باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

ج- أساليب التماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية لأمانة المنطقة

جدول رقم (٢٢)

أساليب التماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية لأمانة المنطقة

(ن = ٢٠٠)

الترتيب	الوزن النسبي	لا	نادرا	أحيانا	دائما	الدرجة	
						الأساليب	الدرجة
١	٩٧,٦%			١٩ ٩,٥%	١٨١ ٩٠,٥%	ك	تقرأ التغريدة كاملة
٢	٨٦,١%	٧ ٣,٥%	٢٣ ١١,٥%	٤٤ ٢٢%	١٢٦ ٦٣%	ك	مشاركة المعلومات (إعادة التغريدة)
٣	٨٣,٩%	٩ ٤,٥%	٢٨ ١٤%	٤٦ ٢٣%	١١٧ ٥٨,٥%	ك	المشاركة بإضافة رد أو تعليق
٤	٨٢,٥%	١٤ ٧%	١٦ ٨%	٦٦ ٣٣%	١٠٤ ٥٢%	ك	الإعجاب بالتغريدة
٥	٨٢,٥%	١١ ٥,٥%	٢١ ١٠,٥%	٦٥ ٣٢,٥%	١٠٣ ٥١,٥%	ك	استخدام الروابط للانتقال لمواقع أخرى
٦	٧٢,١%	١٦ ٨%	٣٨ ١٩%	٩٩ ٤٩,٥%	٤٧ ٢٣,٥%	ك	اختيار أجزاء من التغريدة

- يوضح الجدول السابق أساليب التماس المعلومات من خلال المواقع الرسمية (تويتر) خلال أزمة السيول بعد مرحلة البحث، حيث ارتفعت نسبة حرص المبحوثين على استخدام المعلومات فجاءت قراءة التغريدة كاملة من خلال الموقع كأعلى وزن نسبي في المرتبة الأولى وبنسبة (٩٧,٦%) تلا ذلك التفاعل من خلال إعادة نشر التغريدة في المرتبة الثانية ثم المشاركة من خلال إضافة الرد أو التعليق في المرتبة الثالثة تلاها تسجيل الإعجاب بالتغريدة ثم استخدام روابط للانتقال لمواقع أخرى وأخيرا جاء اختيار أجزاء من التغريدة كأقل أساليب استخدام المعلومات .

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
 باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

د- استخدام المعلومات والإجراءات المتبعه بعد إتمام البحث من خلال الحسابات الرسمية لأمانة المنطقة حول أزمة السيول:-

جدول رقم (٢٣)

استخدام المعلومات والإجراءات المتبعه بعد إتمام البحث من خلال الحسابات الرسمية لأمانة المنطقة حول أزمة السيول (ن = ٢٠٠)

الترتيب	الوزن النسبي	لا	نادرا	أحيانا	دائما	الدرجة	
						استخدام المعلومات	الدرجة
١	٩٧,٦		٤	١١	١٨٥	ك	اتخاذ تدابير واحتياطات
			%٢	%٥,٥	%٩٢,٥	%	لتفادي الأزمة
٢	٩٧,٣		٢	١٨	١٨٠	ك	الشعور بالأمن
			%١	%٩	%٩٠	%	والاستقرار
٣	٩٦,٥		٥	١٨	١٧٧	ك	الإحاطة بكل المستجدات
			%٢,٥	%٩	%٨٨,٥	%	
٤	٩٥,١	٢	٢	٢٩	١٦٧	ك	اتخاذ قرارات بشأن
			%١	%١٤,٥	%٨٣,٥	%	الوقاية من الأزمة
٥	٩٤,٩		٢	٣٧	١٦١	ك	تتبادل المعلومات عبر
			%١	%١٨,٥	%٨٠,٥	%	تويتر
6	%٩١,٥	٢	٧	٤٨	١٤٣	ك	القدرة على المناقشة
			%١	%٣,٥	%٧١,٥	%	ومساعدة الآخرين
7	%٨٩,٦		٢٥	٣٣	١٤٢	ك	فحص المعلومات للتأكد
			%١٢,٥	%١٦,٥	%٧١	%	منها
8	%٨٨,٥		٩	٧٤	١١٧	ك	تتبادل المعلومات عبر
			%٤,٥	%٣٧	%٥٨,٥	%	وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى (فيسبوك - تويتر - الواتس اب)
9	%٨١,٩		٣١	٨٣	٨٦	ك	تتبادل المعلومات عبر
			%١٥,٥	%٤١,٥	%٤٣	%	الاتصال الشخصي

يتضح من الجدول السابق استخدام الباحثين للمعلومات التي التمسوها من خلال الحسابات الرسمية لتويتر حول أزمة السيول بنسبة كبيرة وتنوعت هذه الاستخدامات ما بين

## إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

تحقيق منافع لهم أو إجراء اتصالات تفاعلية مع الآخرين أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي كما يلي:-

- ورد اتخاذ التدابير للوقاية من الأزمة في المرتبة الأولى وبوزن نسبي مرتفع بلغ (٩٧,٦) تلا ذلك تحقيق المعلومات الشعور بالأمن والاستقرار لدى المواطنين وبوزن نسبي (٩٧,٣) ثم الإحاطة بكل المستجدات تلا ذلك اتخاذ قرارات بشأن الوقاية من الأزمة في المرتبة الرابعة .

- وردت مجموعة من الاستخدامات التفاعلية مثل تناقل المعلومات عبر تويتر تلتها المناقشة ومساعدة الآخرين ثم فحص المعلومات وتناقلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأخيرا تناقل المعلومات عبر الاتصال الشخصي بين المواطنين.

هـ- مدى صعوبة للحصول على المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية على تويتر

### جدول رقم (٢٤)

مدى صعوبة للحصول على المعلومات حول أزمة السيول

من خلال الحسابات الرسمية على تويتر

مدى الصعوبة	ك	%
بدرجة كبيرة	١٣	٦,٥
بدرجة متوسطة	٧٦	٣٨
لم أجد الصعوبة	١١١	٥٥,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من نصف مفردات العينة لم توجد صعوبات في التماس المعلومات من خلال الحسابات الرسمية عبر تويتر في حين واجهت نسبة (٣٨%) من المواطنين صعوبات بدرجة متوسطة وواجهت نسبة ضئيلة صعوبات بدرجة أكبر، تمثلت أهم الصعوبات التي واجهت المواطنين في تكرار المعلومات في المرتبة الأولى تلا ذلك الصعوبات اللغوية ثم البطء في تنزيل بعض المعلومات وصعوبة الوصول إلى المواقع وأخيرا قلة المعلومات.

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

و- الإجراءات المُتخذة عند التماس المعلومات حول أزمة السيول من خلال الحسابات الرسمية  
على تويتر:-

جدول رقم (٢٥)

الإجراءات المُتخذة عند التماس المعلومات حول أزمة السيول

من خلال الحسابات الرسمية على تويتر (ن=٨٩)

الإجراءات	ك	%
تكرار البحث.	٥٣	٢٦,٥
البحث في مواقع أخرى .	٤٢	٢١
البحث في مصادر معلومات أخرى	١٦	٨
إعادة صياغة السؤال	٧	٣,٥

أفاد (٢٦%) من مفردات عينة الدراسة الذين واجهوا صعوبات في التماس المعلومات من خلال الحسابات الرسمية أنهم اتخذوا إجراءات لمواجهة تمثلت في تكرار البحث في المرتبة الأولى ثم البحث في مواقع أخرى أو مصادر معلومات أخرى وأخيرا إعادة صياغة مفاتيح البحث للحصول على نتائج مختلفة. وتتفق النتائج في هذا الصدد مع دراسة مطهر على عقيدة (٢٠١٠) والتي توصلت إلى أن أهم إجراءات المتابعة لدى عينة الأكاديميين في التماس المعلومات تمثلت في إعادة صياغة مفاتيح البحث ثم البحث في مواقع أخرى وتكرار البحث<sup>(٥٢)</sup>.

ز- مقترحات الاستفادة من الحسابات الرسمية على تويتر كمصدر لالتماس المعلومات أثناء الأزمات :-

جدول رقم (٢٦)

مقترحات الاستفادة من الحسابات الرسمية على تويتر كمصدر لالتماس المعلومات أثناء

الأزمات (ن=٢٠٠)

المقترحات	ك	%
الجاذبية والتنوع	١٢٨	٦٤
متابعة الأحداث أول بأول (الآنية - الحالية)	٦٥	٣٢,٥
دقة المعلومات	٣٣	١٦,٥
المصادقية .	١٩	٩,٥



## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

يوضح الجدول السابق أهم مقترحات عينة الدراسة الاستفادة من الحسابات الرسمية على تويتر كمصدر للتماس المعلومات أثناء الأزمات حيث أفاد (٦٤%) منهم إلى أن الجاذبية والتنوع من أهم المقترحات تلا ذلك الأنية في المرتبة الثانية تلتها دقة المعلومات وأخيرا المصادقية.

### المحور الثاني:- نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات

جدول رقم (٢٧)

معنوية العلاقة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات

متغيرات الارتباط	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التماس المعلومات قبل الأزمة	**٠,٦٢٩	٠,٠٠٠
التماس المعلومات أثناء الأزمة	*٠,٤٥٥	٠,٠٠٠
التماس المعلومات بعد الأزمة	**٠,٢٤٢	٠,٠٠١

\*\* دال عند مستوى معنوية ٠,٠١

تكشف بيانات الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات أتضح ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وهي علاقة طردية متوسطة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٦٢٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٠. وبالتالي توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات في مرحلة ما قبل الأزمة فكلما زاد معدل التعرض لموقع تويتر كلما زاد استخدام استراتيجيات البحث عن المعلومات وتحديد الهدف وتكوين قاعدة معرفية لدى المواطن عن الأزمة.

- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وهي علاقة طردية متوسطة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٤٥٥، وهي

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٠. وبالتالي توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات في مرحلة أثناء الأزمة فكلما زاد معدل التعرض لموقع تويتر الرسمي كلما زاد استخدام استراتيجيات التماس المواطن للمعلومات .

- توجد علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وهي علاقة طردية متوسطة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٤٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١. وبالتالي توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات في مرحلة ما بعد الأزمة فكلما زاد معدل التعرض لموقع تويتر الرسمي كلما زاد استخدام استراتيجيات التماس المواطن للمعلومات ولكن بمعدلات أقل وهو ما يتناسب مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية حيث انخفضت معدلات نشر أخبار بعد انحسار الأزمة وارتبط ذلك باستراتيجيات التماس المعلومات لدى المواطن خلال تلك المرحلة على الرغم من أهميتها لتكوين رؤى مستقبلية خاصة في حالة تكرار الأزمة على المدى البعيد .

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات أثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية.

جدول رقم (٢٨)

معنوية العلاقة بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات أثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
٠,٠٠٢	**٠,٢١٦

\*\* دال عند مستوى معنوية ٠,٠١

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات أثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

(٠,٠٠٢) وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢١٦)، ويتضح من ذلك انه كلما زادت معدلات تعرض المواطن للحسابات الرسمية عبر تويتر كلما زادت درجة الثقة لديه في هذه الحسابات كمصدر هام للحصول على المعلومات أثناء الأزمة .

وبالتالي ثبتت صحة الفرض الثاني القائل علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات أثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الازمة .

### جدول رقم (٢٩)

معنوية العلاقة بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية  
من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات

متغيرات الارتباط	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التماس المعلومات مرحلة بل الأزمة	٠,٠٢٦	٠,٧١١
التماس المعلومات مرحلة أثناء الأزمة	*٠,٢٢٧	٠,٠٠١
التماس المعلومات مرحلة بعد الأزمة	*٠,٣١٦	٠,٠٠٠

\*\* دال عند مستوى معنوية ٠,٠١

تكشف بيانات هذا الجدول أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات اتضح ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات أثناء الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٢٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١. وبالتالي توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، ما يعنى أنه كلما زاد تقييم المبحوثين لإيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية زاد التماسهم للمعلومات أثناء الأزمة.

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- توجد علاقة ارتباطية بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات بعد الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٣١٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١. وبالتالي توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، ما يعنى أنه كلما زاد تقييم المبحوثين لإيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية زاد التماسهم للمعلومات بعد الأزمة.

- لا توجد علاقة ارتباطية بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات قبل الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٠٢٦، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

وبالتالى ثبتت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إيجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة (ماعداً مرحلة ما قبل الأزمة)، وتتفق الدراسة في هذا الصدد مع دراسة مى عبد اللطيف<sup>(٣٠)</sup> والتي توصلت إلى أن كفاءة الاتصالات التي أدارت بها الجامعة الأمريكية بالقاهرة أزمتهام مع جمهورها من الطلاب أثرت إيجابياً في عواطفهم وإتجاهاتهم الجيدة نحو المؤسسة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة.

جدول رقم (٣٠)

معنوية العلاقة بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين استراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات

متغيرات الارتباط	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التماس المعلومات قبل الأزمة	٠,٢٥٥- **	٠,٠٠٠
التماس المعلومات أثناء الأزمة	٠,٢٧٧- **	٠,٠٠٠
التماس المعلومات بعد الأزمة	٠,٣٩٨- **	٠,٠٠٠

\*\* دال عند مستوى معنوية ٠,٠١

## إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

تكشف بيانات هذا الجدول أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات اتضح ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات أثناء الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0,255) وهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,000) وبالتالي توجد علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، ما يعنى أنه كلما زاد تقييم المبحوثين لسلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية يقل التماسهم للمعلومات في مرحلة قبل الأزمة.

- توجد علاقة ارتباطية بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات أثناء الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0,277) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,000)، وبالتالي توجد علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، ما يعنى أنه كلما زاد تقييم المبحوثين لسلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية يقل التماسهم للمعلومات في مرحلة أثناء الأزمة.

- توجد علاقة ارتباطية بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات بعد الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0,398) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,000)، وبالتالي توجد علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، ما يعنى أنه كلما زاد تقييم المبحوثين لسلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية يقل التماسهم للمعلومات في مرحلة ما بعد الأزمة.

وبالتالي فقد ثبتت صحة الفرض الرابع والقائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

الفرض الخامس: تختلف استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة) خلال مراحل الأزمة .

جدول رقم (٣١)

معنوية الفروق بين المبحوثين في استراتيجيات التماس المعلومات قبل الأزمة  
باختلاف خصائصهم الديموجرافية

المتغير	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	١٠٠	١٣,١٥	١,٤٣٨	T= ٠,٧٠٥-	١٩٨	٠,٤٨١
	إناث	١٠٠	١٣,٣٠	١,٥٦٧			
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٣٢	١٢,٦٩	١,٤٢٤	F= ٦,٠٧٠	١٩٧	٠,٠٠٣
	مؤهل عال	١٢٣	١٣,١٥	١,٤٨٦			
	دراسات عليا	٤٥	١٣,٨٢	١,٤٣٥			
الدخل الشهري للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ ريال	٢٥	١٢,٧٦	١,٩٨٥	F= ٠,٩٨٨	١٩٦	٠,٤٠٠
	من ٥٠٠٠ الى ١٠٠٠٠ ريال	٧٥	١٣,٢٤	١,٣٥٤			
	من ١٠٠٠٠ ريال الى ٢٠٠٠٠ ريال	٨٠	١٣,٣٥	١,٥٤٣			
	٢٠٠٠٠ الف ريال فأكثر	٢٠	١٣,٢٥	١,١١٨			

**النوع :-**

تشير بيانات الجدول السابق انه باستخدام اختبار T.test فقد تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي و النوع حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.481)وهي غير دالة إحصائياً مما يعنى ان الذكور والإناث يتساوون في معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي .

**المستوى التعليمي :-**

يتضح من بيانات الجدول السابق انه باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوث

استراتيجيات التماس المعلومات من الحسابات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

واستراتيجيات التماس المعلومات من الحسابات الرسمية حول أزمة السيول في مرحلة ما قبل الأزمة.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب المستوى التعليمي في استراتيجيات التماس المعلومات قبل الأزمة تم إجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، والذي جاءت نتيجته على النحو التالي:

جدول رقم (٣٢)

مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب المستوى التعليمي

المجموعة الأولى	المجموعة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
مؤهل عال	مؤهل متوسط	-٠,٤٥٩	٠,٢٩١	٠,١١٦
دراسات عليا	مؤهل عال	*١,١٣٥	٠,٣٣٩	٠,٠٠١
دراسات عليا	مؤهل عال	*٠,٦٧٦	٠,٢٥٥	٠,٠٠٩

\* دال عند مستوى معنوية ٠,٠٥

تشير بيانات الجدول السابق الى انه باستخدام الاختبارات البعدية تبين وجود فروق داله بين المجموعتين الاتيتين :-

- مجموعة (المستوى التعليمي المتوسط) مع مجموعة (المستوى التعليمي دراسات عليا) حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠١) وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية حيث بلغت قيمة متوسطها الحسابي (١٣,٨٢) في حين بلغ للمجموعة الثانية (١٢,٦٩). مما يعنى انه كلما زاد المستوى التعليمي للمبحوث تزداد استخدامه لاستراتيجيات التماس المعلومات في مرحلة ما قبل الأزمة حيث يزداد الوعي لدى المبحوث لتكوين قاعدة معرفية والتنبؤ بحدوث او وقوع الأزمة فيزداد التماسه للمعلومات .

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

جدول رقم (٣٣)

معنوية الفروق بين المبحوثين في استراتيجيات التماس المعلومات (أثناء الأزمة)  
باختلاف خصائصهم الديموغرافية

المتغير	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	١٠٠	١٩,٩٩	٢,٩٥٩	T= ٠,٩٤٨-	١٩٨	٠,٣٤٤
	إناث	١٠٠	٢٠,٣٩	٣,٠٠٥			
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٣٢	١٩,٦٩	٣,٢٦٧	F= ٢,٨٢٢	٢ ١٩٧	٠,٠٦٢
	مؤهل عال	١٢٣	١٩,٩٩	٢,٩١٥			
	دراسات عليا	٤٥	٢١,٠٩	٢,٨٢٧			
الدخل الشهري للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ ريال	٢٥	١٩,٥٦	٣,١٣٧	F= ٠,٧٥٠	٣ ١٩٦	٠,٥٢٤
	من ٥٠٠٠ الى ١٠٠٠٠ ريال	٧٥	٢٠,٢٧	٢,٩١٠			
	من ١٠٠٠٠ ريال الى ٢٠٠٠٠ ريال	٨٠	٢٠,٤٤	٣,٠٢٧			
	٢٠٠٠٠ الف ريال فأكثر	٢٠	١٩,٧٠	٢,٩٢٢			

تشير بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- باستخدام اختبار T.test تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات ومتغير النوع في مرحلة أثناء الأزمة حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (٠,٣٤٤). ويتضح أن المتوسط الحسابي للذكور (١٩,٩٩) والإناث (٢٠,٣٩).
- باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوث والمستوى التعليمي للمبحوث في مرحلة أثناء الأزمة حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (٠,٠٦٢) وهي غير دالة إحصائياً.
- باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوث والدخل الشهري للأسرة في مرحلة أثناء الأزمة حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (٠,٥٢٤) وهي غير دالة إحصائياً.



استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

جدول رقم (٣٤)

معنوية الفروق بين المبحوثين في استراتيجيات التماس المعلومات (بعد الأزمة)  
باختلاف خصائصهم الديموغرافية

المتغير	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	١٠٠	٣٣,٢٥	٢,٧٣٩	T= ٠,٣٣٢-	١٩٨	0.740
	إناث	١٠٠	٣٣,٣٨	٢,٧٩٥			
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٣٢	٣٢,٩٤	٢,١٥٤	F= ٢,٦٤٥	٢ ١٩٧	0.074
	مؤهل عال	١٢٣	٣٣,١١	٢,٩٥٧			
	دراسات عليا	٤٥	٣٤,١٣	٢,٤٦٤			
الدخل الشهري للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ ريال	٢٥	٣١,٦٠	٤,٥٣٧	F= ٤,٩٩٦	٣ ١٩٦	0.002
	من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال	٧٥	٣٣,٣٦	٢,٤٨٦			
	من ١٠٠٠٠ إلى ٢٠٠٠٠ ريال	٨٠	٣٣,٩٣	٢,١٣٣			
	٢٠٠٠٠ الف ريال فأكثر	٢٠	٣٢,٨٥	٢,٢٧٧			

تشير بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- باستخدام اختبار T.test تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس المعلومات ومتغير النوع في مرحلة بعد الأزمة حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (٠,٧٤٠). ويتضح ان المتوسط الحسابي للذكور (٣٣,٢٥) والإناث (٣٣,٣٨).
- باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوث والمستوى التعليمي للمبحوث في مرحلة بعد الأزمة حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (٠,٠٧٤) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوث والدخل الشهري للأسرة في

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

مرحلة بعد الأزمة حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (٠,٠٠٢) وهى قيمة دالة إحصائياً.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب الدخل الشهري للأسرة فى استراتيجيات التماس المعلومات بعد الأزمة تم إجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، والذي جاءت نتجته على النحو التالى:

جدول رقم (٣٦)

مصدر الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب الدخل الشهري للأسرة

المجموعة الأولى	المجموعة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
اقل من ٥٠٠٠ ريال	من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال	*١,٧٦٠-	٦١٩.	٠,٠٠٥
	من ١٠٠٠٠ ريال إلى ٢٠٠٠٠ ريال	*٢,٣٢٥-	٦١٤.	٠,٠٠٠
	٢٠٠٠٠ ألف ريال فأكثر	١,٢٥٠-	٨٠٤.	٠,١٢٢
من ٥٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠ ريال	من ١٠٠٠٠ ريال إلى ٢٠٠٠٠ ريال	٠,٥٦٥-	٤٣١.	٠,١٩١
	٢٠٠٠٠ ألف ريال فأكثر	٠,٥١٠	٦٧٥.	٠,٤٥١
من ١٠٠٠٠ ريال إلى ٢٠٠٠٠ ريال	٢٠٠٠٠ ألف ريال فأكثر	١,٠٧٥	٦٧٠.	٠,١١٠

\* دال عند مستوى معنوية ٠,٠٥

تشير بيانات الجدول السابق الى انه باستخدام الاختبارات البعديه تبين وجود فروق داله بين المجموعتين الآتيتين:-

- مجموعة (اقل من ٥٠٠٠ ريال دخل منخفض) مع مجموعة (من ١٠٠٠٠ إلى ٢٠٠٠٠ دخل متوسط) حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية حيث بلغت قيمة متوسطها الحسابى (٣٣,٩٣) فى حين بلغ للمجموعة الثانية (٣١,٦٠٠). مما يعنى انه كلما زاد مستوى الدخل لأسرة للمبحوث تزداد استخدامه لاستراتيجيات التماس المعلومات فى مرحلة بعد الأزمة.

وبالتالى ثبتت صحة الفرض الخامس والقائل بوجود اختلاف فى استراتيجيات التماس المعلومات لدى المبحوثين وفقا للمتغيرات الديموجرافية (المستوى التعليمى - الدخل

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

الشهرى للأسرة) خلال مراحل الأزمة، في حين لم تثبت صحته في عدم وجود اختلاف في هذه الاستراتيجيات وفقاً لمتغير النوع.

مناقشة النتائج:-

- تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدوراً هاماً في الآونة الأخيرة في مجال إدارة الأزمات بالمؤسسات الحكومية الرسمية، ويعد موقع تويتر من أهم هذه المواقع الاجتماعية التي تشكل المصدر الرئيسي لمتابعة الأحداث والمشاركة في صياغتها والتعليق عليها لدى الجمهور السعودي، حيث يتميز الموقع بالسرعة والانتشار وسهولة التفاعل بين القائم بالإتصال والجمهور المستهدف دون الحاجة إلى متطلبات تقنية عالية. وقد استهدفت الدراسة الحالية الكشف عن الإستراتيجيات التي استخدمتها المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقد اتخذت الباحثة موقع تويتر نموذجاً من خلال تحليل هذه الإستراتيجيات عبر الحسابات الرسمية لهذه المؤسسات في إدارة أزمة السيول في المملكة باعتبارها من الأزمات الطبيعية المتكررة التي تواجهها بعض مدن المملكة وتمثل مصدر قلق لدى الجمهور وتعطيل في بعض مجالات الحياة، كما قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية من الجمهور السعودي (٢٠٠ مفردة) والمتابع لحسابات تويتر الرسمية للتعرف على أساليب إلتماسهم للمعلومات من خلال هذه الحسابات على مدار مراحل الأزمة .

- من خلال رصد الاستراتيجيات المتبعة للمؤسسات الرسمية عبر حسابات تويتر وبالاعتماد على مؤشرات كمية وكيفية اتضح أن إدارة الأزمة من خلال الحسابات الرسمية عبر تويتر لم تتخذ أسلوباً منتظماً ومتوازناً حيث ارتفعت معدلات النشر خلال الأزمة وانخفضت بشكل ملحوظ في بداية الأزمة وبعد انحسارها، وتشير الدراسات إلى أن المرحلة الأولى لبداية الأزمة تعد مرحلة حاسمة في تشكيل الآراء والمعلومات حيث يكون الجمهور أكثر عرضة للبحث عن المعلومات وعدم اليقين والرغبة في ردع المخاوف<sup>(٥٤)</sup>، كما اتضح للباحثة أيضاً أن إدارة الأزمة اتسم بارتفاع معدلات الطابع الخبري من خلال نشر أخبار الجهود المبذولة لمعالجة الأزمة، وانخفضت معدلات القوالب التفسيرية والتحليلية المتعمقة وهي مهمة لتعميق الإدراك المعرفي لدى المواطن وتكوين رؤى مستقبلية ولفادى الأزمات المماثلة مستقبلاً حيث يرى العديد من الباحثين إلى أن تويتر يمكن أن يقوم بوظائف أخرى في إدارة الأزمات غير التعليقات والأخبار والتحذيرات والمعلومات السلوكية خلال حالات الطوارئ والأزمة والتي من أهمها

## إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات بإستخدام مواقع التواصل الإجتماعى

تدارك رسائل الأفراد ومنشوراتهم حول الأزمة ومحاولة بناء استراتيجيات اتصالية وابتكار سبل للتواصل لتلبية احتياجات الجماهير، وأوضحت دراسات أخرى إلى أن تويتر يمكن أن يقوم بدور هام في الحفاظ على بناء المجتمع خلال الأزمة<sup>(٥٥)</sup>.

- ومن خلال الدراسة الميدانية للتعرف على استراتيجيات الجمهور السعودي في التماس المعلومات من المواقع الرسمية لمؤسسات الدولة في فترة أزمة السيول اتضح أهمية موقع تويتر لدى النسبة الأعلى من عينة الدراسة كمصدر للمعلومات والمتابعة المستمرة لكافة المستجدات بإعتباره يقدم معلومات جديدة وأنية ومركزة، وتمثل المرحلة خلال الأزمة أكثر المراحل متابعة وهي ما يطلق عليها المرحلة الحادة التي يسعون من خلالها للترقب وتزداد فيها معدلات التخوف، أما عن أهم استراتيجيات البحث من خلال تويتر فقد برزت إستراتيجية تحديد المواقع ومتابعتها ومحاولة تكوين قاعدة معرفية مما يؤكد نتائج العديد من الدراسات إلى أن موقع تويتر فعال أثناء الأزمات ويلعب دورا هاما في تجنب المخاطر وإدارة الأزمة، واتضح أيضا استراتيجيات قراءة التغريدات كاملة والتفاعل من خلال نشاط إعادة التغريدات مما يؤكد ان أنشطة موقع تويتر التفاعلية قادرة على تحقيق التفاعل بين القائم بالاتصال والجمهور وان الجمهور لم يعد المتلقى السلبي بل هو جمهور ايجابي ينبغي العمل على تلبية احتياجاته ومتابعة تفاعلاته من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

اختبرت الدراسة الميدانية خمس فروض تتعلق بنظرية التماس المعلومات حيث أثبتت الدراسة ما يلي:-

- وجود علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض الباحثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وهي علاقة طردية متوسطة بين معدلات تعرض الباحثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات في مرحلة ما بعد الأزمة فكلما زاد معدل التعرض لموقع تويتر الرسمي كلما زاد استخدام استراتيجيات التماس المواطن للمعلومات ولكن بمعدلات اقل. وهو ما يتناسب مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية حيث انخفضت معدلات نشر أخبار بعد انحسار الأزمة وارتبط ذلك باستراتيجيات التماس المعلومات لدى المواطن خلال تلك المرحلة على الرغم من أهميتها لتكوين رؤى مستقبلية خاصة في حالة تكرار الأزمة على المدى البعيد .

## استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدلات تعرض المبحوثين للمواقع الرسمية عبر شبكة تويتر ودرجة الثقة فيها كمصدر للمعلومات أثناء أزمة السيول في المملكة العربية السعودية.

- ثبتت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إجابيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة (ماعداً مرحلة ما قبل الأزمة).

- ثبتت صحة الفرض الرابع والقائل بوجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين سلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية من وجهة نظر المبحوث وبين الاستراتيجيات المستخدمة في التماس المعلومات خلال مراحل الأزمة ما يعنى أنه كلما زاد تقييم المبحوثين لسلبيات إدارة أزمة السيول من خلال المواقع الرسمية يقل التماسهم للمعلومات في مرحلة ما بعد الأزمة.

- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين متغيرات الدراسة وهي معدلات التعرض لدى الجمهور للحسابات الرسمية، مدى الثقة في الحسابات الرسمية، إجابيات إدارة الأزمة، سلبيات إدارة الأزمة، المتغيرات الديموجرافية (المستوى التعليمي والدخل الشهري للأسرة وبين متغير استراتيجيات التماس المعلومات حول أزمة السيول خلال مراحل الأزمة المختلفة) فيما عدا متغير النوع حيث لم تثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوع المبحوث وأساليب التماس للمعلومات من خلال الحسابات الرسمية.

### توصيات الدراسة:-

- أهمية اتباع المنهج العلمى في إدارة الأزمات عبر موقع تويتر من خلال الحسابات الرسمية باعتبارها من أهم المصادر التي يعتمد عليها المواطنين للحصول على المعلومات في فترات الأزمات.

- الاهتمام بالتوازن في نشر المعلومات عبر تويتر خلال مراحل الأزمات المختلفة وخاصة المراحل الأخيرة التي تتطلب الاهتمام بنشر الخطط المستقبلية والدروس المستفادة.

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- ابتكار استراتيجيات أكثر فاعلية وتقديماً للمعلومات عبر تويتر مثل نشر الخرائط التفاعلية واللقاءات والمتابعه مع الجمهور والروابط الالكترونية التي تقدم نماذج لازمات مشابهة .
- الاهتمام بتطبيق الاستراتيجيات التنفيذية الفعالة لإدارة الأزمات والتي من أهمها :-
  - أ- استراتيجية "الاستماع الفعال" من خلال تطوير المواقف وتعزيز الاستجابات والمتابعة المستمرة لآراء الجمهور والاستماع له ومراقبة ردود أفعاله ومحاولة ايصالها للجهات المعنية
  - ب- استراتيجية "الحفر العميق" عبر تحليل وتفسير أبعاد الحدث وتداعياته مع الوصول إلى استنتاجات جديدة ووضع مقترحات وحلول للأزمة .
- أهمية دراسة استراتيجيات التماس الجمهور للمعلومات باستمرار لأهميتها في تقديم أفضل أساليب إدارة للحسابات الرسمية للمؤسسات السعودية والتي تعد مصدراً رئيسياً للمواطن أثناء الأزمات كما ينبغي للمؤسسات الرسمية أن تدرك التحول في تدفق المعلومات من النماذج الخطية إلى النماذج المتصلة بالشبكات وزيادة التواصل مع المواطن الذي يميل إلى مصداقية الحكومة والمواقع الرسمية وخاصة إذا كان مصدر الأزمة خارجياً فمن الأرجح للجمهور أن يقبل استراتيجيات الأزمة التي يقدمها له القادة من المنظمات الحكومية الرسمية حتى لو بدت تقليدية بدلاً من اللجوء إلى الاستراتيجيات التيسيرية التي تقدمها مصادر خارجية.

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

مراجع الدراسة:-

- (١) مها عبد المجيد، "الإعلام الجديد وإدارة الأزمات"، ورقة علمية مقدمة في الملتقى العلمي: الإعلام الامنى ودوره في إدارة الأزمات"، (عمان: الأردن في الفترة من ٢٥-٢٧ يونيو ٢٠١٢) ص. ٣
- (٢) شريف اللبان، احمد إبراهيم، " دور الإعلام في إدارة الأزمات، الأزمة السورية نموذجاً "، " المركز العربى للبحوث والدراسات " من خلال الموقع الالكتروني [www.acrseg.org](http://www.acrseg.org)
- (3) Seth, Figerman, "Twitter will have nearly 400 million users by 2018" available at <http://Mashable.com/27/05/2014Twitter-Users:Growth-2018>
- (4) The statistics portal number of monthiy active twitter users 2010-2016 available at [com/statistics/282087LNumberofmonthly-active-twitterusers/](http://com/statistics/282087LNumberofmonthly-active-twitterusers/)
- (5) Kristi, Hines, "How to use social media for crisis management "In [www.socialmediaexaminer.com/q/wg\\_june\\_2010](http://www.socialmediaexaminer.com/q/wg_june_2010)
- (٦) خالد عكاشة، "دبلوماسية الهاشتاج.. كيد الكبار على تويتر" من خلال الموقع الالكتروني [www.dostor.org/1360095](http://www.dostor.org/1360095)
- (٧) محمد بن على السويد، "استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية -دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض"، " بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والاشكالات المهنية"، (جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، ٢٠١٦).
- (٨) إيمان عبد المنعم محمد عزب، "استخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والاشباع المتحققة منه -دراسة ميدانية مقارنة"، "ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٦).
- (10) Jolie, odell , "How we use Social Media During Emergencies" (2011)  
نقلا من المصدر محسن الافرنجي، "استراتيجيات استخدام الشبكات الاجتماعية " من خلال الموقع الالكتروني [www.ar.ajr.com](http://www.ar.ajr.com) مجلة الصحافة التابعة لمعهد الجزيرة للإعلام
- (١١) فهد الشعلان، "إدارة الأزمات: الأسس -المراحل -الآليات"، (الرياض، ١٩٩٩) ص. ٢٩
- (١٢) مي محمود عبد اللطيف، "كفاءة الاستراتيجيات الاتصالية للاستجابة اللازمة في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة: دراسة حالة " في " مجلة بحوث العلاقات العامة والشرق الأوسط " (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ١٦، سبتمبر ٢٠١٧) ص. ٢٦٣-٣١٠

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

(١٣) خالد فيصل القرم، " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا : دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومشتقاتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية " في " *مجلة بحوث العلاقات العامة والشرق الأوسط* " ، (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ١٤ ، مارس ٢٠١٧) ص.ص. ٢٢٥-٢٠٥

- (14) Vos, Sarah & Buckner, Marjorie M., "Social Media messages in an emerging health crisis: Tweeting bird flu" In "*Journal of health communication*" (vol. 21, 2016) p.p.301-308
- (15) Gurman, Tilly A. & Ellenberger, Nicole, "Reaching the global community during disasters: Findings from a content analysis of the organizational use of Twitter after the 2010 Haiti earthquake" In "*Journal of health communication*" (Vol.20,2015)p.p.687-696
- (16) Spence, Patric R., Lachlan, Kenneth A. "Variability in Twitter content across the stages of a natural disaster: Implications for crisis communication" In "*Communication Quarterly*"(Vol.63,No.2, April-June 2015)p.p.171-186
- (17) Euncho, Seong, "Social media use during Japan 2011 earthquake: How Twitter transform the locus of crisis communication" In "*Media International Australia*" (No.149,2013)
- (18) "Twitter and Disaster :The uses of Twitter during the 2010 Pakistan floods" In "*International Communication Association*"
- (١٩) إبراهيم بن عبد الله العمران، "موثوقية المعلومات على تويتر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة الملك سعود : دراسة ميدانية " في " *المجلة العربية للدراسات المعلوماتية* "، (العدد ٧ يناير، ٢٠١٧) ص.ص. ٩٣-١٥٦
- (20) Swasy,Alecia,"Alittle bird told me : Factors that influence the diffusion on Twitter in Newsrooms" In "*Journal of Broadcasting & Electronic Media*",(Vol.60,No.4,Dec.2016)p.p.643-656
- (٢١) عبد الله محمد الوزان، " استخدامات طلبة الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر) والاشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي : دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية " في " *مجلة بحوث العلاقات العامة والشرق الأوسط* " (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ٩ ، ٢٠١٥) ص.ص. ٦٤-١٠١
- (22) Westerman, Davaid & Spence, Patric , "Social media as Information source: Recency of update and creditability of information" In "*Journal of computer-Mediated communication*" (No.19,2014)p.p.171-183



إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

- (٢٣) صالح خليل أبو اصبح "إستراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته"، (عمان : دار مجد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥) ص ١٠٧.
- (24) Susanne, Loeber & Alexandra, Cristea, www.information seeking process model Technis Che Universitiet EINDHOVER, available at:  
<http://infest.icee.org/periodical16,3/6>
- (25) Margarite, Maria, "Factors affecting access to and use of scholarly scientific information", (*The payson center for International Development and Technology Transfer, 2006*) p. 20
- (٢٦) صالح خليل أبو اصبح، "قضايا إعلامية"، (عمان : دار مجد لاوى للنشر والتوزيع، ١٩٩٥) ص ٣٠.
- (27) Robert, Janneke, "Information seeking behavior: A conceptual framework" In "*SA. Jnl. library and Information Science*", (vol.73, No.3, 2006) p.147
- (28) Kuhlthau, C. C, "Inside the search process: Information seeking from the users perspective" In "*Journal of the American society of information Science*" (VOL. 42, NO. 1, 1997) P. P. 361-371
- (29) Jawahar, Francics, "A methodology for the Identification of information need of users" In "*IFIA Journal*", (vol.23, No.1, 1997) p.p. 41-51
- (٣٠) رباح فوزة محمد، "احتياجات سلوك البحث عن المعلومات لدى المستخدمين في مجال علم النفس"، "ماجستير غير منشورة"، (جامعة القاهرة : كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠٠٠) ص. ٣٩
- (31) Devadason F.J. & Pratap Lingam, "A methodology for the identification of information needs of users" In "*IFIA Journal* ", (vol. 23, No. 1, 1997) p. 41
- (٣٢) إيمان السيد جمعة رمضان، "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية"، "دكتوراه غير منشورة"، (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية، قسم الاعلام التربوي، ٢٠١٦) ص.ص ٧٣-٧٥
- (33) Lapinski, Maria, "Determinants of information seeking about air Quality risks among Youth in U.S Mixico Border Community " *Conference paper*" In "*International Communication Association , 2006* " p.p.1-30
- (34) Loeber, Susanne & Cristea, Alexandre, "Information Model, Technische process universities' Eindhoven" In "*Educational Technology & Society*", (vol. 62, No. 3, 2003) p.p. 47-48
- (٣٥) إيمان السيد جمعة رمضان، "مرجع سابق" ص.ص ٨٦-٨٨.

استراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

(36) <http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog.post6684.htm/>

(٣٧) فهد الشعلان، " مرجع سابق " ، ص ٢٩ .

(٣٨) احمد إبراهيم، " إدارة الأزمات .. الأسباب والعلاج " ، (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٢) ص ٣٥ .

(٣٩) ايمان العزب، " مرجع سابق " (2016)

(40) \* Seth, Figerman, " Twitter will have nearly 400 million users by 2018" **available at** <http://Mashable.com/2014/05/27/Twitter-Users:Growth-2018/>

\*\* The statistics portal number of monthly active twitter users 2010-2016 **available at** [com/statistics/282087 L Number of monthly –active-twitter users/](http://com/statistics/282087L-Number-of-monthly-active-twitter-users/)

(٤١) محمد السويد، " مرجع سابق " ص.ص. ٢-٤

(42) Fang, Ha, (2011) "*op.cit*"

(٤٣) محمد السويد، " مرجع سابق " ص. ٥٨

(٤٤) ريم المجلى، "مدى اعتماد الشباب السعودي على الشبكات الاجتماعية كمصادر إخبارية : دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الجامعية"، "ماجستير غير منشورة" (الرياض : جامعة الامام محمد بن سعود، كلية الدعوة والإعلام، ١٤٣٤).

(45) Fang, Ha, (2011) "*op.cit*"

(46) *Ibid*

(٤٧) دينا عرابي، بسنت العقباوى، "مصادقية المضمون الخبرى لمواقع التواصل الاجتماعى لدى الشباب: دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي"، "ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال بعنوان "الإعلام الجديد -التحديات النظرية والتطبيقية"، (الرياض: جامعة الملك سعود، ٢٠١٢)

(٤٨) محمد السويد، " مرجع سابق " ص ٥٩ .

(٤٩) دينا عرابي، بسنت العقباوى، "مرجع سابق" ص ٢٣ .

(٥٠) مطهر على عقيدة، " التماس الأكاديميين للمعلومات العلمية على شبكة الانترنت : دراسة ميدانية مقارنة بين مصر واليمن "، "ماجستير غير منشورة" ، (جامعة أسيوط : كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٠) ص ١٥٦ .

(٥١) المرجع السابق، ص. ١٥٧ .

(٥٢) المرجع السابق، ص. ١٥٩ .

إستراتيجيات المؤسسات الرسمية السعودية في إدارة الأزمات  
بإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

---

(٥٣) مى عبد اللطيف، "مرجع سابق"

- (54) Spence, Patric R., Lachlan, Kenneth A., "Variability in Twitter content across the stages of a natural disaster: Implications for crisis communication" In "*Communication Quarterly*" (Vol. 63, No. 2, April-June 2015) p.p.171-186
- (55) Macias, W., Hilyard, K., & Friemuth, V., "Blog function as risk and crisis communication during Hurrica Katrina" In "*Journal of computer –mediated communication*" (Vol. 15, 2009) p.p. 1-13.