

الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة وواقع إدارة الأزمات
بالتطبيق علي قطاع النقل الجوي – شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً

إعداد

لينا عصام مشهور

المعيدة بكلية الإعلام جامعة فاروس بالإسكندرية

تحت إشراف

د/ علاء طلعت

مدرس الإعلام – كلية الآداب
جامعة الزقازيق

أ.د/ علي عجوة

أستاذ العلاقات العامة والإعلان
كلية الإعلام – عميد كلية الإعلام الأسبق
جامعة القاهرة

الملخص:

هدف البحث إلي رصد الأساليب الاتصالية الحديثة التي أستخدمت لمواجهة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران، والتعرف علي مفهوم إدارة الأزمة، ووسائل مواجهتها، ودور الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة في إدارتها، وكانت عينة الدراسة التحليلية تتمثل في رصد وتحليل الأزمات الثلاثة التالية: أزمة إختطاف طائرة مصر للطيران الرحلة رقم 181 بتاريخ 29 مارس 2016، أزمة إضراب طياري مصر للطيران بتاريخ 11 مايو 2016، وأزمة سقوط طائرة مصر للطيران الرحلة رقم M804 بتاريخ 19 مايو 2016، واستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون.

وأشارت نتائج البحث إلي أن توفرت عناصر البحث وسهولة الاستخدام علي موقع Facebook، بتكرارات بلغت (3)، وبنسبة 75%، بينما توفرت نفس العناصر علي موقع Twitter، بتكرارات بلغت (4)، وبنسبة 100%، فقد كان هناك (صندوق لمحركات البحث، وتوفرت خريطة الموقع، وتوفرت علامات إرشادية لسهولة الدخول والخروج، بينما لم تتوفر روابط لأقسام الموقع)، علي موقع Facebook ، فى حين توافرت جميع العناصر علي موقع twitter، وإتسمت مواقع الدراسة الخاصة بمؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعل، حيث توافرت عناصر التفاعل الثلاثة (الإعجاب – التعليق – المشاركة)، علي كلا الموقعين، بتكرارات بلغت (3) وبنسبة 100%.

الكلمات المفتاحية:

(الاستراتيجية – الاتصال – الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة – إدارة الأزمات).

Summary

The aim of the research is to monitor the modern communication methods used to cope with crises at Egypt Air, to identify the concept of crisis management, and the role of communication strategies in modern management. The sample of the analytical study is to monitor and analyze the following three crises: the crisis of the hijacking of EgyptAir flight 181 on 29 March 2016, the crisis of the EgyptAir pilots on 11 May 2016 and the crash of EgyptAir flight number M804 on

19 May 2016. The researcher used the content analysis tool. The results indicated that the search elements and ease of use were available on Facebook, with frequencies of (3) which is equivalent to 75%, while the same elements were available on Twitter, with frequencies of (4) which is equivalent to 100%.

On Facebook there were (a search engine box, a sitemap provided, signs of easy entry and exit, no links to sections of the site) available, While all the items were available on Twitter.

EgyptAir pages on social network sites were very interactive. The three elements of interaction (likes, comments, shares) were available on both sites with frequencies of (3) which is equivalent to 100%.

Keywords: Strategies - Communication - Modern communication strategies - Crisis management.

مقدمة:

تعيش مختلف المجتمعات في ظل العولمة مجموعة من التحولات التكنولوجية، والاتصالية التي جعلتها تواجه العديد من التحديات والأزمات، نتيجة لاكتساح تلك الأزمات المختلف مجالات الحياة وإن كانت بدرجات متفاوتة، ويمكن القول إن الأزمات أصبحت سمة من سمات الحياة المعاصرة والتطور البشري. وعلي مستوى منظمات ومؤسسات الأعمال وفي ظل العولمة واقتصاد السوق المفتوح، باتت كل المنظمات باختلاف مجالات أعمالها وأحجامها معرضة لأزمات قد تلحق بها أضراراً وخسائر مادية

ومعنوية هائلة وأحياناً تقضي عليها، لذا فإن التسليم بحقيقة أن الأزمات تشكل جزءاً من حياة الأفراد والمجتمعات والمنظمات بل والدول، يمثل مدخلاً مناسباً للتعامل مع الأزمة وإدارتها بطريقة علمية. ومواجهة الأزمات أحد التحديات المرتبطة بكفاءة الاتصال في المؤسسات والمنظمات، فكفاءة وفاعلية الاتصال أوقات الأزمات يمكن أن يُحول التهديدات الناجمة عن تلك الأزمات إلى فرص لتأكيد سمعة المنظمة وزيادة مصداقيتها، وبالتالي الخروج بمكاسب مادية ومعنوية، وقد أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة إلى خلق واقع جديد في التعامل مع الأزمات واستراتيجيات الاستجابة لها، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجداً يفوق في كثير من الأحيان وسائل الإعلام التقليدية، التي باتت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأزمات والكوارث⁽¹⁾.

قد باتت وسائل الإعلام الاجتماعي أول من يلجأ إليها الجمهور لمعرفة المزيد من المعلومات عن حادث أو أزمة ما، فهي توفر له سيل من المعلومات متنوعة المصادر والمضامين ومقدمة بأشكال مختلفة سواء نصية أو عبر الوسائط المتعددة، علاوة على إمكانية التفاعل مع المضمون ونشره وتبادل الآراء حوله مع الآخرين.

مشكلة الدراسة:

تعتبر الأزمات تحدياً للإنسان الذي غالباً ما يكون بالأساس هو محور الأزمة، فهو بالضرورة يكون سبباً في نشوء الأزمة وتصاعدها والتعامل معها ومعالجتها، هذه الأزمات بطبيعتها تتفاوت في طبيعتها وحجمها وتشعبها وخطورتها ومدى تأثيرها على الإنسان كل حسب موقعه من الأزمة. وتعتبر المؤسسة مهما كان نوعها صورة مصغرة للمجتمع الكبير، تضم مجموعة من الفاعلين يعملون وفقاً لنظام معين، تسعى إلى تحقيق أهداف معينة وجدت من أجلها، وأثناء سيرها العادي قد تعترضها

¹ - شيماء سالم. " إدارة اتصالات الأزمة - حالة تطبيقية - " ، ط1، (الإمارات: دار الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع، 2014 ، ص112.

أزمات ما، كالأزمات الاقتصادية أو المالية أو أزمات مهنية وغيرها، وهنا يظهر دور الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة ومن أهمها فى عصرنا الحاضر شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها القلب النابض لعمليات التسيير فى المؤسسات أثناء الأزمات، فهي من العناصر الهامة المرتبطة بوضع المؤسسة وبمراحل التحضير لمواجهة الأزمة، والتي يتم تسخيرها وتجنيدتها فى مختلف مراحل الأزمة بشكل مقصود، إما من أجل الوقاية أو العلاج أو تحسين الأوضاع وإعدادتها إلى ما كانت عليه.

وتجدر الإشارة إلى الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي فى مراحل إدارة الأزمات داخل المؤسسة، حيث تبرز أول مرحلة فى الاستعداد السابق لوقوع الأزمة والذي يتجسد فى التحضير والاستعداد الفني والمادي والبشري، فالغاية من الاستعداد والتحضير المسبق هو الوقاية من حدوث الأزمات أو التقليل من آثارها، أما بالنسبة لمرحلة وقوع الأزمة فإن الاتصال عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي يرتبط بنوع الجمهور المستهدف، والذي يتحدد من خلال الجمهور الأكثر تأثراً بالأزمة، من هنا تعمل المؤسسة علي التحكم فى مسار رسائلها الإعلامية من حيث المصدر وقنوات الاعلام ومضمون الخطاب الاعلامي الذي توجهه للجمهور الداخلي والخارجي.

فى ضوء ما تقدم.. وبناء على ما سبق ذكره، تظهر معالم الإشكالية التى نعالجها فى التساؤل الجوهري التالى: ما الدور الذي تقوم به الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة فى إدارة الأزمات بقطاع النقل الجوي؟

تساؤلات الدراسة:

- 1- مالمقصود بإدارة الأزمات؟ وكيف يمكن مواجهتها؟ وما دور الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة فى إدارتها؟
- 2- ما الدور الذي يمكن أن تلعبه الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة فى التعامل مع الأزمات بمؤسسة مصر للطيران؟
- 3- كيف يمكن التغلب علي المعوقات والتحديات المختلفة التي تواجه الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة فى تغطية الأزمات بمؤسسة مصر للطيران؟
- 4- ما أهداف المضامين الإعلامية لوسائل الاتصال الحديثة فى عرض ومعالجة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران؟
- 5- ما الأساليب الاتصالية التي أستخدمت لمواجهة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران؟
- 6- ما السمات والخصائص المطلوبة فى استراتيجيات الاتصال الحديثة عند إدارة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران؟

أهمية الدراسة:

- 1- تمثل الدراسة تدعيماً لمجال الأبحاث الخاصة بتأثير استخدام الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة ومن أهمها شبكات التواصل الاجتماعي فى إدارة الأزمات داخل المؤسسات.
- 2- أهمية وسائل الاتصال الحديثة وخطورة دورها، وارتفاع معدلات استخدام أدواتها وتطبيقاتها (الشبكات الاجتماعية - المدونات -الخ) خاصة بين فئة الشباب فى الدول العربية.

3- أهمية الدور الذي تقوم به الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي في نجاح أي شركة أو مؤسسة، حيث أن الجمهور يقوم بمتابعة ما تنتشره شبكات التواصل الاجتماعي حول الأزمات الخاصة بكل مؤسسة.

4- رصد وتحليل وتقييم علاقة الجمهور بالاستراتيجيات الاتصالية الحديثة - شبكات التواصل الاجتماعي - في الوقت الراهن، والكشف عن أسلوب تعامل الجمهور مع المضمون الذي تقدمه هذه الشبكات.

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف علي مفهوم إدارة الأزمة، ووسائل مواجهتها ، ودور الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة في إدارتها.
- 2- رصد الأساليب الاتصالية الحديثة التي أستخدمت لمواجهة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران.
- 3- الوقوف علي السمات والخصائص المطلوبة في الاستراتيجيات الحديثة عند إدارة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران.
- 4- تحليل الدور الذي يمكن أن تلعبه الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة في التعامل مع الأزمات بمؤسسة مصر للطيران.
- 5- تحليل المعوقات والتحديات المختلفة التي تواجه الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة في تغطية الأزمات بمؤسسة مصر للطيران.
- 6- الكشف عن أهداف المضامين الإعلامية لوسائل الاتصال الحديثة في عرض ومعالجة الأزمات بمؤسسة مصر للطيران.

دراسات سابقة:

1- دراسة يوسف محمد الدسوقي إبراهيم (2018) ⁽²⁾، بعنوان " العلاقة بين المزايا التسويقية المدركة لمواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل الإلكتروني: دراسة تطبيقية علي مستخدمي صفحة الفيس بوك في قطاع الإلكترونيات بمصر، يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين المزايا التسويقية المدركة لمواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل الإلكتروني، استخدمت الدراسة المنهج المسح لعينة عشوائية قوامها 280 مفردة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج، من أهمها:

²- يوسف محمد الدسوقي إبراهيم. " العلاقة بين المزايا التسويقية المدركة لمواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل الإلكتروني: دراسة تطبيقية علي مستخدمي صفحة الفيس بوك في قطاع الإلكترونيات بمصر "، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، 2018).

وجود علاقة ارتباط معنوية بين المزايا التسويقية المدركة لمواقع التواصل الاجتماعى وجميع أبعاد ارتباط العميل الإلكتروني.

2- دراسة عمر سالم سالم محمد، (2018) (3)، بعنوان: " اتجاهات الشباب الليبي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعى فى بناء العلاقات الاجتماعىة "، هدفت الدراسة إلى تقصي درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعى كأداء فى بناء العلاقات الاجتماعىة بين الشباب الليبي، ومعرفة الفوارق فى درجة الاستخدام فى ضوء عدد من المتغيرات، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى، وتكونت العينة من مجموعة من الشباب الليبي بلغت حجمها 400 مفردة، وقد قامت على أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: اعتماد الشباب الليبي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، ذلك لزيادة المعلومات والمعارف ومواكبة الأحداث، وذلك لما تقدمه من معلومات فى شتى المجالات، ثم تأثير إيجابى للفيسبوك من وجهة نظر المبحوثين حيث يرى أنه يساعد فى بناء العلاقات الاجتماعىة، وفى ربط علاقات وثيقة بين الأفراد فى المجتمع الليبي، وكذلك يساعدهم فى مشاركة الآخرين فى الأحزان.

3- دراسة نسمة إبراهيم محمد (2017) (4)، بعنوان: " دور إدارة العلاقات العامة فى تعظيم كفاءة إدارة الوقت أثناء الأزمة: دراسة ميدانية بالتطبيق على بعض المحافظات السياحية فى جمهورية مصر العربية "، استهدفت الدراسة إبراز دور إدارة العلاقات العامة فى تعظيم كفاءة إدارة الوقت أثناء الأزمة، والتعرف على أثر أبعاد إدارة العلاقات العامة على أبعاد إدارة الوقت أثناء الأزمة، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفى التحليلى لهذا الغرض، واستخدمت قائمة استقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين فى الإدارة العليا والوسطى فى المنتجعات والفنادق السياحية المصرية الذى تمثل عددهم فى (955) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: يوجد أثر إيجابى ذو دلالة إحصائية لأبعاد إدارة العلاقات العامة على أبعاد إدارة الوقت أثناء الأزمة.

4- دراسة ماريانا جودت سلامة عوض (2017) (5)، بعنوان: " دور تكنولوجيا المعلومات والنظم الخبيرة فى فاعلية إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية على شركة مصر للطيران "، استهدفت الدراسة عرض دور تكنولوجيا المعلومات والنظم الخبيرة فى فاعلية إدارة الأزمات داخل شركة مصر للطيران للخطوط الجوية، واتبعت الباحثة المنهج الوصفى التحليلى إلى جانب أسلوب البحث الميدانى باستخدام الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية للبحث، وقد تم استخدام أسلوب الحصر الشامل للعاملين بإدارة الأزمات فى شركة مصر للطيران، وقد اعتمدت الباحثة على عينة قوامها (60) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: توجد علاقة ذات معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والنظم الخبيرة وفاعلية إدارة الأزمات بشركة مصر للطيران، تتوافر العناصر الأساسية التى تتصف بها الإدارة الفعالة للأزمات بشركة مصر للطيران.

3- عمر سالم سالم محمد. " اتجاهات الشباب الليبي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعى فى بناء العلاقات الاجتماعىة "، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2018).

4 - نسمة إبراهيم محمد. " دور إدارة العلاقات العامة فى تعظيم كفاءة إدارة الوقت أثناء الأزمة: دراسة ميدانية بالتطبيق على بعض المحافظات السياحية فى جمهورية مصر العربية "، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة قناة السويس: كلية التجارة، قسم إدارة أعمال، 2017).

5 - ماريانا جودت سلامة عوض. " دور تكنولوجيا المعلومات والنظم الخبيرة فى فاعلية إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية على شركة مصر للطيران "، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة الزقازيق: معهد الدراسات والبحوث الآسيوية، قسم إدارة الأعمال، 2017).

5- دراسة خورانا (Khurana N) (2015) (6)، بعنوان: " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب" استهدفت الدراسة خلق مستوى هائل من الوعي في أوساط الشباب الذين يتعرضون لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، والبحث في نتائج استخدام هذه المواقع سلباً وإيجاباً على الشباب، ومساعدة الشباب لفهم استخدام هذه المواقع والشبكات بكفاءة، استخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، علي عينة قوامها 100 مفردة، وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج، من أهمها: هناك فروقاً ذات دلالات إحصائية بين آراء الشباب في أن شبكات التواصل الاجتماعي توفر منصات تواصل اجتماعية ومهنية عبر مختلف المناطق، وإنها تحدث تغييرات جذرية في عملية التواصل بين الناس بشكل ملفت في جميع المناطق.

6- دراسة vuyisile sikelela hlatshwayo (2014) (7)، بعنوان: استخدام الشباب في سوازيلاند لشبكات التواصل الاجتماعي"، استهدفت الدراسة البحث في انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب في سوازيلاند والبحث في آثار وسائل الإعلام الاجتماعية على الأداء المدرسي، وخاصة من قبل الشباب، وأعقب ذلك بعد الكارثة في سوازيلاند الشهادة الصغرى في بداية عام 2012 من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب قوامها 100 مفردة، وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج، من أهمها: إن الشباب يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعي للتواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات، هذا النشاط الاجتماعي الذي يحظى بشعبية في أوساط الشباب له سلبياته وإيجابياته.

7- دراسة Sabine Einwiler،Christine Korn (2013) (8)، بعنوان: " التغطية الإعلامية حول المنظمات في المواقف الحرجة: تحليل التأثير على الموظفين، والاتصالات المؤسسية"، استهدفت الدراسة البحث في أثر التغطية الإعلامية علي المنظمات أوقات الأزمات وتحليل هذا التأثير من خلال أداء الموظفين الاصليين بها، حيث تم إجراء دراسة مسحية ميدانية علي عينة من 14 شركة تعرضت لأزمات وحظيت بتناول إعلامي والبحث في كيفية تأثر الأداء الوظيفي للعاملين بتلك الشركات أثناء الأزمات التي تتعرض لها منظماتهم وتحظي بجدل إعلامي ، وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج، من أهمها: أن هناك علاقات ارتباطية دالة إحصائياً بين كلٍ من (الأداء الوظيفي للعاملين والأزمات التي تتعرض لها منظماتهم وبين المعالجة الإعلامية التي تحظي بها تلك الأزمات).

8- دراسة Azi Lev-On (2012) (9)، بعنوان: " وسائل الاتصال، المجتمع، الازمات، خريطة الاستخدامات والإشباع في بيئة وسائل الاعلام المعاصرة "، استهدفت الدراسة التعرف علي كيفية تناول وسائل الإعلام لأزمات المهاجرين والمشردين بسبب الكوارث الطبيعية وكيفية استخدام هؤلاء المشردين لوسائل الإعلام والبقاء علي إطلاع علي أحدث وأهم المستجدات حول أوضاعهم واستخدام التلفزيون كوسيلة اتصال من قبل الحكومة لإصدار البيانات والتصريحات الخاصة، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية علي عينة عشوائية من المجتمع الفلسطيني الذين تم تشريدتهم بسبب الحرب والغارات علي غزة من خلال استخدام أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج، من

6- Khurana N, **The Impact of Social Networking Sites on the Youth**, Journal of Mass Communication Journalism Volume 5 , Issue 12 , 1000285, ISSN: 2165-7912 , 2015.

7- vuyisile sikelela hlatshwayo, **youth usage of social media Swaziland , a report for the Swaziland**, chapter of the media institute of southern Africa (mesa), 2014

8 - Christine Koran , Sabine Enwalled , (2013) "**Media coverage about organizations in critical situations: Analyzing the impact on employees**", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 18 Is: 4, pp.451 – 468.

9-Aziz Lev-On, " **Communication, community, crisis: Mapping uses and gratifications in the contemporary media environment**, New Media & Society February 2012 vol. 14 no. 1 98-116.

أهمها: أن هناك تنوعاً في تناول وسائل الإعلام المختلفة لأزمات المهاجرين تختلف باختلاف الوسيلة والإمكانيات.
مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

مفهوم الاستراتيجيات:

- الاستراتيجية هي " مجموعة من النشاطات المتعلقة باختيار الوسائل والاعتماد علي الموارد من أجل تحقيق هدف معين " (10).

مفهوم الاتصال:

- الاتصال هو " عملية تفاعلية تتضمن طرح تبادل الأفكار والآراء والمعلومات والأخبار بين طرفين أو أكثر " (11).

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

- تعرف شبكات التواصل الاجتماعي علي أنها: " هي مواقع الكترونية اجتماعية على الإنترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي " (12).

- وتعرف أيضاً بأنها: " شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم " (13).

مفهوم الأزمة:

- تعرف الأزمة علي أنها: " كل موقف أو حدث يؤدي إلى إحداث تغييرات إيجابية وجادة في النتائج وهي حدث أو تراكم لمجموعة من أحداث غير متوقع حدوثها تؤثر في نظام المؤسسة أو جزء منه وهي من الناحية العملية انقطاع عن العمل كلياً أو جزئياً لمدة تطول أو تقصر لسبب معين يتبعها تأثير الكيان وتحوله (14).

- وتعرف أيضاً علي أنها: " خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام كله كما يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام، وهي نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأثيرات أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام وتشكل تهديداً صريحاً وواضحاً لبقاء المنظمة أو النظام نفسه " (15)

نوع ومنهج الدراسة:

10 - محمد محمود مصطفى. " التسويق الاستراتيجي للخدمات " ط1، (عمان: دار المناهج، 2003)، ص 12.
- فضيل دليو. " الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله "، (القاهرة: دار النشر والتوزيع، 2003)، ص 11.15

12- عباس مصطفى صادق. " الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات "، (القاهرة: دار الشروق للنشر والطباعة، 2008)، ص 218.

13- عبد الرزاق محمد الدليمي. " الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية "، ط1، (عمان: دار وائل للنشر، 2011)، ص 183 .

14- السيد سعيد. " استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث "، ط1، (القاهرة: دار العلوم للنشر، 2006)، ص 31.

15- عبد العزيز عبد المنعم خطاب. " إدارة الأزمات الأمنية "، (القاهرة، 2003 ص7

ينتمي هذا البحث إلى مجال البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف المواقف والظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها تطبيقاً على الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبعها المؤسسات فى إدارة الأزمات، باستخدام الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة، التي تخدم عملية مواجهة المؤسسات للأزمات، من هنا كان المنهج المستخدم هو منهج المسح بالعينة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع وعينة الدراسة التحليلية فى الأزمات الثلاثة التي تناولتها الدراسة بالتحليل وهي:

- 1- أزمة إختطاف طائرة مصر للطيران الرحلة رقم 181 بتاريخ 29 مارس 2016.
- 2- أزمة إضراب طياري مصر للطيران بتاريخ 11 مايو 2016
- 3- أزمة سقوط طائرة مصر للطيران الرحلة رقم M804 بتاريخ 19 مايو 2016.

شبكات التواصل الاجتماعي من منظور مفاهيمي:

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

- تعرفها خديجة عبدالعزيز علي إبراهيم: علي أنها " مواقع علي الإنترنت تقدم للأفراد خدمة التواصل المستمر بكل أشكال التفاعل من تبادل الملفات ودردشة ورسائل ومحادثات وذلك بهدف استمرار الاتصال الاجتماعي وتبادل المصالح المشتركة وهؤلاء الأفراد قد يكونون متجانسين أو غير متجانسين لكن تجمعهم علاقات اجتماعية أو تعليمية مشتركة وقوية " (16).
- ويعرفها Boyd and Ellison: أنها " خدمات تعتمد علي الإنترنت وتسمح للأفراد بما يلي(17):
 - بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
 - تظهر لائحة المستخدمين الذين يشاركون مع بعضهم.
 - عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام.
- ويعرفها Lxue Bai & Oliver Yao: أنها " مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة فى شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية " (18).
- كما يمكن تعريفها علي أنها " شبكات قائمة علي مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة علي وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم " (19).

خديجة عبدالعزيز علي إبراهيم. " واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فى العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر : 16-

دراسة ميدانية "، مجلة العلوم التربوية، العدد 3، 2، (جامعة سوهاج: كلية التربية، يوليو 2014)، ص425.

17-Boyd, D and M ,Ellison, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship" Journal of **COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION** (On-line), Volume 13, Issue 1, p32.

18 -LXue Bai a and Oliver Yao. (2010): Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks,College of Business and Economics, Lehigh University, p2.

19 -Amy Y. Chou, David C. Chou. (2009):Information System Characteristics and Social Network Software ,p336. [online] www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf.

- وتُعرف أيضاً علي أنها " تلك العملية التي تتألف من أدوات التواصل الاجتماعى عبر شبكة الإنترنت، والمحتوى المنشور والمتبادل عبر تلك القنوات بين الجهات المختلفة (أفراد / أفراد)، أو (أفراد / منظمات)، أو (منظمات/ منظمات) " (20).

أهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

- 1- أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي انعكاسات كبيرة علي قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان.
 - 2- فرضت مواقع التواصل الاجتماعي نفسها وبقوة علي المجتمعات، كما أحدثت ضجة كبيرة نتيجة لما قدمته من سهولة ويسر فى التواصل بين الناس.
 - 3- تبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي فى أنها تساعد مستخدميها علي متابعة كل ما هو جديد فى مجالات الحياة المتعددة (21).
 - 4- تنمي لدي مستخدميها روح المبادرة والحوار واتساع الأفق .
 - 5- تنمي العديد من المهارات لدي مستخدميها كمهارات البحث والتفكير، والمهارات الحياتية كالاتصالات، والتحدث والعرض والإقناع والحوار والتفاوض واتخاذ القرارات وغيرها (22).
- أشكال شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي: (23):**

- 1- شبكات اجتماعية كبيرة مثل: (My space، Facebook).
 - 2- مدونات (blogs): من أفضل الأشكال المعروفة فى شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 3- موسوعات (wikls): مواقع تسمح للأشخاص بإضافة محتوى أو تحرير معلومة عليها.
 - 4- البودكاست (المدونة الصوتية): ملفات الصوت والفيديو المتاحة من خلال الاشتراك بالخدمة عن طريق (apple itunes).
 - 5- المنتديات (forums): هي عبارة عن مساحات للحوار الإلكتروني غالباً ما تدور حول موضوع أو اهتمام محدد.
 - 6- المدونات الصغيرة (Microblogging).
- إيجابيات شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام: (24):**

²⁰-Kietzman, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011): "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media", Business Horizons, 54(3), p241.

²¹ - أحمد حمودة. " دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني فى القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، 2013)، ص101.

²² - علي معبد. " أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية بكلية التربية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية علي تنمية الوعي السياسي وبعض المهارات الحياتية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية التربية، 2012)، ص51.

²³ - Mayfield, A (2010) . " What is Social media " , e-book, iCrossing.com, United Kingdom . Available: <http://www.pdfio.com/k-75620.html>, p6.

²⁴- راجعت الباحثة ما يلي:

- صفاء محمد علي. " فاعلية مقرر الكتروني فى تنمية التنور البيئي والتفكير المنظومي ومهارات التواصل الإلكتروني لدي بعض طلاب كلية التربية بالوادي الجديد"، مجلة كلية التربية، العدد89، (جامعة أسيوط: كلية التربية، 2007)، ص 118.

- 1- إبقاء المستخدمين على تواصل مستمر مع الأقارب والأصدقاء والزملاء فى العمل .
 - 2- إيصال المعلومات وتتبع الأخبار حول ما يدور فى ساحة الأحداث المحلية والعالمية .
 - 3- التعرف على تقاليد وثقافات وعادات الشعوب.
 - 4- تبادل الآراء والأفكار والمعلومات الثقافية والتعليمية بهدف زيادة الوعي.
 - 5- نقل ما يدور حول العالم من أحداث مدعوم بالصور ومقاطع الفيديو.
 - 6- نشر التوعية بين أفراد المجتمع فى شتى المجالات مثل التعليم، والصحة، والبحث العلمي.
 - 7- تبادل الخبرات التجارية والصناعية.
 - 8- تقديم النصائح فى مختلف التخصصات العلمية والمهنية التي تخدم الصالح العام.
 - 9- تسويق وعرض المنتجات والتعريف بالعروض الترويجية لزيادة الدخل.
- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسات النقل الجوي:**

- 1- ترجع أهمية مواقع التواصل الاجتماعي فى استعمال شركات النقل الجوي هذه الشبكات لأغراض متعددة، كدراسة سلوك العملاء، وإجراء بحوث تسويق افتراضية، ودراسة حاجات ورغبات العملاء، وقياس درجة الرضا، والإعلان⁽²⁵⁾.
 - 2- وجدت المؤسسات أن مواقع التواصل الاجتماعي متاحة لعرض صور الخدمات المقدمة والتعريف بها، ويمكننا حصر هذا الاستخدام فى العناصر التالية: البحث عن عاملين أكفاء، التعرف على التقنيات الحديثة، والمنافسة القائمة والحصول على المعلومات⁽²⁶⁾.
 - 3- يتم التواصل بين العملاء وتلك المؤسسات عبر شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام أربعة أنواع من الأجهزة هي الحواسيب، الهواتف الذكية، أجهزة الأيباد، وأجهزة أخرى متصلة بالإنترنت، وذلك عن طريق المحادثة والتفاعل من خلال نشر المعلومات ومشاركتها⁽²⁷⁾.
- أهم التقنيات الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي بمؤسسات النقل الجوي:**

- 1- **مخطط رحلات ياهو Yahoo! Trip Planner:** أطلق هذا الموقع عام 2006، وبحلول ديسمبر 2006 تضمن الموقع أكثر من 600 ألف برنامج رحلة حول العالم، ويقوم المستخدم بتدوين مخطط للرحلة التي يتخيلها أو يتوقعها⁽²⁸⁾.
- 2- **ترافيل موس Travelmuse:** يتيح هذا الموقع مشاركة المسافرين (العملاء) من خلال عدة مراحل هي⁽²⁹⁾:
 - قيام فريق الإدارة بتدوين برنامج رحلة إفتراضى.

- بسمة شوقي نصيف. " موقع الفيسبوك ودوره فى تطوير مجال التعلم عبر الإنترنت فى ضوء متطلبات عصر المعرفة "، المؤتمر السنوي (العربي السادس - الدولي الثالث): تطوير برامج التعليم العالي النوعي فى مصر والوطن العربي فى ضوء متطلبات عصر المعرفة، (القاهرة: 13 - 14 أبريل 2011)، ص217.

²⁵- ردينة عثمان. " إدارة خدمات النقل الجوي "، (عمان: دار المناهج، 2009)، ص 104.

²⁶- منال شوقي عبدالمعطي. " اقتصاديات النقل السياحي "، (الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر والتوزيع، 2010)، ص207.

²⁷- ثابت عبدالرحمن إدريس. " كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية: مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم "، (القاهرة: الدار الجامعية، 2006)، ص 291.

²⁸- <http://travel.yahoo.com>.

²⁹- <http://www.travelmuse.com/agent-unsupported.htm>.

- يترك المجال للمستخدمين بالتعديل فى البرنامج طبقاً لطموحاتهم واحتياجاتهم.
- يقوم فريق الإدارة بعمل مسح للتعديلات الجادة ثم إعادة تدشينها من جديد للعملاء لإبداء ملاحظاتهم الأخيرة.
- 3- **Dopplr**: تقوم فكرة هذا الموقع علي تجميع قواعد بيانات ضخمة من العملاء المسجلين، ويسمح هذا الموقع للعملاء بتخطيط رحلاتهم من زاوية فريدة من نوعها⁽³⁰⁾.
- 4- **TripIt**: يقدم الموقع مقترحات لمقصد واحد يتضمن كافة تفاصيل وعناصر الرحلة التي يرغبها العميل⁽³¹⁾.
- 5- **Nile guide** نايل جايد : يتضمن هذا الموقع نوعين من المستخدمين، وهما (المقاصد السياحية العالمية، والجمهور)⁽³²⁾.
أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي⁽³³⁾:

- 1- موقع "الفيسبوك" facebook.com.
 - 2- موقع تويتر Twitter.com.
 - 3- اليوتيوب YouTube.
 - 4- واتساب: Whats App.
 - 5- الانستجرام: Instagram.
 - 6- ماي سبيس MySpace.
 - 7- لينكدان: Linkedin.
 - 8- جوجل: Google.
- إدارة الأزمات ومعالجتها إعلامياً:

الأزمة من المفاهيم الواسعة الإنتشار، حيث أصبح يمس بشكل أو بآخر جميع جوانب الحياة، وإرتبط وجودها بوجود الإنسان علي الأرض، فهي ليست سمة من سمات العصر الحالي، فالأزمة وُجدت منذ بدء الخليقة وعُرفت فى مختلف العصور بشكل يتناسب مع طبيعة كل عصر إلى أن وصلت ذروتها فى عصرنا الحالي، بدءاً من الأزمات التي تواجه الفرد، مروراً بالأزمات التي تمر بها الحكومات والمؤسسات، وإنهاءً بالأزمات الدولية.

تعريف الأزمة:

وعرفها البعض بأنها " انقطاع فى مسار النمو الإقتصادى حتى انخفاض الانتاج أو عندما يكون النمو الفعلى أقل من النمو الاحتمالى " ⁽³⁴⁾.

والأزمة هي " حدث أو إدعاء أو مجموعة من الظروف الطارئة التي تهدد سلامة أو سمعة أو بقاء فرد أو منظمة " ⁽³⁵⁾.

³⁰ -<http://www.dopplr.com>.

³¹ -<http://www.tripit.com>.

³² - <http://www.nileguide.com>.

³³ - Carter, B. & Levy, J. (2012) . " Facebook Marketing : Leveraging Facebook's Features for Your Marketing Campaigns ", (3rd), Library of Congress, U.S.A. p.5.

³⁴ - محمد عبد الغنى هلال. " مهارات ادارة الازمات " ، (القاهرة: مركز تطوير الأداء والتنمية، 2004)، ص51.

أسباب حدوث الأزمات (36):

- سوء الفهم: يعتبر أحد الأسباب فى نشوء الأزمات وهذا يعود لنقص فى المعلومات والتسرع فى اتخاذ القرارات قبل إتضاح الحقائق.
- تعارض المصالح: حينما تختلف وجهات النظر أو تختلف المصالح ينشأ الصراع.
- الرغبة فى الإبتزاز: تقوم جماعات الضغط وأيضا جماعات المصالح باستخدام مثل هذا الأسلوب وذلك من أجل جنى المكاسب غير العادلة من الكيان الإدارى.
- سوء التقدير: وهى التى تعنى إعطاء المعلومات قيمة وتقدير مخالف للحقيقة.
- الإشاعات: من أهم مصادر الأزمات عادة ما يكون مصدرها الوحيد هو إشاعة اطلقت بشكل معين، وتم توظيفها بشكل معين.
- سوء الإدارة: وأسبابها تعود لعدم وجود نظام للتخطيط والمراقبة ونظم المعلومات.
- الأزمات المخططة: بعض القوى المنافسة للكيان الإدارى تعمل على تتبع مسارات عمل هذا الكيان، ومن خلال التتبع تتضح لها الثغرات التى يمكن إحداث أزمة من خلالها.
- تجاهل إشارات الإنذار المبكر: وهى التى تشير إلى إمكانية حدوث أزمة مثل شكاوى العملاء التى يمكن أن تكون مؤشراً لوجود فشل أو جوانب قصور فى المنظمة ككل.
- الأخطاء البشرية: هى تعنى أخطاء تعود لإنعدام قدرة أو رغبة أطراف الأزمة على التعامل مع حقائق الأزمة.

مراحل تطور الأزمات:

- 1- مرحلة الشعور بالأزمة: وتسمى بالمرحلة الإنذارية، أينما يتم ظهور عدد من المؤشرات تمثل إنذار مبكر بإمكانية حدوث الأزمة.
- 2- مرحلة الأزمة الحقيقية: فى هذه المرحلة تظهر المؤشرات التى تحتم التدخل الفورى.
- 3- مرحلة حل الأزمة: عادة ما يتم حل الأزمة فى المراحل السابقة، حيث تحاول الإدارة حل الأزمة فى كل مرحلة لكسب الجهد والوقت والتكلفة.

إدارة الأزمات:

الأسلوب العلمى لمواجهة وإدارة الأزمات: (37):

- 1- الدراسة المبدئية لأبعاد الأزمة : ويكون الهدف منها تحديد العوامل المشتركة فى الأزمة وتحديد أسباب الاحتكاك الذى أشعل الموقف وتحديد المدى الذى وصل إليه من حيث ترتيب العوامل

³⁵-Sapril, Caroline (2003), "Effective crisis management: Tools and best practice for new millennium", journal of communication mangment vol 7, no 4 . pp 348- 355.

³⁶- راجعت الباحثة ما يلي:

- مرياح ملكية. " إستراتيجية إدارة الأزمات وفعالية التسيير"، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2008)، ص 45.
- غادة أشرف السيد. " بناء نموذج لإستراتيجيات المتحدث الرسمي فى إدارة الأزمات الداخلية فى مصر"، دراسة إستشراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي: كلية الأداب بقنا ، 2014)، ص 125.
- عبد اللطيف الهميم . " إدارة الأزمة بقيادة الصراع فى الموروث الإسلامى المعاصر"، (عمان: دار عمان للنشر والتوزيع، 2004)، ص 207

³⁷ - محمد عبدالغنى هلال. مرجع سابق، ص 125.

المشتركة والمؤثرة حسب خطورتها مع تحديد القوى المؤيدة والعارضة لكي نستطيع تحديد نقطة البداية للمواجهة.

2- **الدراسة التحليلية للأزمة** : وهي تعمل على التفرقة الواضحة بين الظواهر والأسباب والتأكد من المصادر بحيث تحدد دور كل من العنصر البشري والعوامل الطبيعية والتكنولوجية وأسباب الحل الذي أدى إلى الأزمة، كما يتم تحديد العناصر المشتركة في صناعة .

3- **التخطيط للمواجهة والتعامل مع الأزمة** : وتبدأ بتحديد الأهداف وتنتهي بوضع عدد من الحلول وبدائلها من خلال الفهم الكامل للبيانات والتركيز على تحقيق الأهداف.

علاقة الإعلام بالأزمات:

تظهر أهمية البعد الإعلامي فيما يتعلق بالأزمات من خلال الدور الذي تقوم به أجهزة الإعلام مجتمعة في إمداد الجمهور بالبيانات والمعلومات أثناء الأزمات، كما يمتد لبعد انتهاء الأزمة أو مرحلة انحسارها بهدف احتواء أثارها ووضع تصورات بديلة في المستقبل (38).

وللاتصال الإعلامي دور في التحذير من الأزمات والكوارث واحتواء الآثار السلبية للأزمات وتوفير البيانات والمعلومات للجمهور مع وضع قواعد وأسس إرشادية للتغطية الإعلامية للزمات والكوارث بحيث لا تؤدي إلى الذعر أو اتخاذ مواقف وردود أفعال سلبية بالإضافة لتطوير قدرة المنظمات الإعلامية على إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة للحيلولة دون ظهور وانتشار الشائعات(39).

وللإعلام وظيفتان أساسيتان وقت الأزمات :

1- أن يكون الإعلام انعكاساً لمجتمع الأزمة: أي يكون معبراً عن طموحات وأمال الجماهير، ويحقق بذلك عناصر المصدقية والانجذاب إليه، والاهتمام بما يعرض بشكل كامل بل والتسليم لما يقال ويعرض عليهم بشكل مباشر (40).

2- أن يكون الإعلام موجهاً لمجتمع الأزمة: بأن يكون كما يريد قادة المجتمع أي معبراً عن تطلعات وطموح قائد المجتمع، وتوصيله على أنه قدوة ومثل أعلى ليرى المجتمع نفسه فيه (41).

دور شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة الأزمات:

شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت ذات دور تفاعلي في التعرف علي الأزمات وآليات معالجتها، فهي تمثل أداة للتواصل بين الفرد والمجتمع والدولة من خلال الأطر التي تستخدمها في عرض الأخبار المتعلقة بالأزمات، حيث تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دور الوسيلة الإعلامية التي يحتاج إليها الشباب في سعيهم نحو الحرية والديمقراطية وتكوين المفاهيم المختلفة تجاه القضايا والأزمات التي يعاني منها مجتمعهم، فهي كوسيلة اتصال يُنقل من خلالها كافة المعلومات الفورية والمسجلة بأسلوب المحاكاة الجاذبة،

38 - نوال الصفتي. مرجع سابق، ص648.

39 - محمد شومان. مرجع سابق، ص 20.

40 - نوال الصفتي. مرجع سابق، ص 652.

41 - محسن أحمد الخضيرى. مرجع سابق، ص ص 434-435.

وهذا يوفر ويولد القناعة لدى جمهور المشاهدين ويؤثر علي آرائهم ومواقفهم حول الأحداث أو القضايا والمسائل والأزمات المطروحة (42).

هناك مجموعة من السمات التي تسهم في زيادة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي معالجة الأزمات ومن بينها (43):

- 1- معرفة ومتابعة الأحداث جيداً وقت الأزمات.
- 2- الاستعانة بأراء أصحاب الثقة والشخصيات المسؤولة والقيادية حول الأزمة.
- 3- التطور بشكل سريع وملحوظ، وتوفير إمكانيات الإستزادة والتعمق والمقارنة.
- 4- الإهتمام بالأزمات من جميع جوانبها، مما يجذب إليها شرائح واسعة من المشاهدين والمتابعين.
- 5- تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالإننتشار العالمي بالبت المباشر عبر الشبكة العنكبوتية، حتى أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي قادرة على الوصول إلى جميع قارات العالم.

نتائج الدراسة التحليلية:

نعرض هنا النتائج التي انتهت إليها الدراسة التحليلية فقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من الصفحات الرسمية لمؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook - Twitter)، ويتضمن هذا المبحث استعراض أهم نتائج الدراسة التحليلية لثلاث أزمات هي (أزمة إختطاف طائرة مصر للطيران الرحلة (181) بتاريخ 29 مارس 2016 – أزمة إضراب طياري مصر للطيران بتاريخ 11 مايو 2016 - أزمة سقوط طائرة مصر للطيران الرحلة (804) بتاريخ 19 مايو 2016).

1- عناصر البحث وسهولة الإستخدام:

جدول رقم (1)عناصر البحث وسهولة الإستخدام

⁴² - ماري بيت فيكو. " المصادر الإلكترونية وسبل الوصول إليها وقضاياها "، ترجمة: نارمين أبو بكر الويشي، ط1، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2008)، ص49.

⁴³-Liu,B.F, Austin, L,&Jin, Y.(2013). **How Publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information from and source**, public Relation Review, 37, p 345.

م	عناصر البحث وسهولة الإستخدام		Facebook		twitter	
	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
1	✓	-	✓	-	✓	-
2	✓	-	✓	-	✓	-
3	✓	-	✓	-	✓	-
4	-	✓	-	✓	✓	-
إجمالي عناصر البحث وسهولة الإستخدام = 4						
3	75%	1	25%	4	100%	صفر

من متابعة بيانات الجدول السابق يمكن ملاحظة أن موقعي مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook - Twitter)، استخدمت عناصر للبحث وسهولة الإستخدام، حيث توافر (3) عناصر من إجمالي (4) عناصر تمثل عناصر البحث وسهولة الإستخدام فى موقع (Facebook)، وذلك بنسبة 75%، بينما يتوافر (4) عناصر من عناصر البحث وسهولة الإستخدام فى موقع (Twitter) وذلك بنسبة 100%، مما يعكس تفوق موقع (Twitter) فى الاهتمام بتوافر عناصر البحث وسهولة الإستخدام.

ونستعرض فيما يلي مدي مراعاة موقعي (fakebook - Twitter)، بمؤسسة مصر للطيران عناصر البحث وسهولة الإستخدام علي النحو التالي:

1- إستخدام صندوق لمحرركات البحث:

فيما يتعلق بإستخدام مواقع الدراسة Facebook - Twitter، الخاصة بمؤسسة مصر للطيران صندوق لمحرركات البحث بدرجة عالية، توافرت محرركات البحث في كلا الموقعين بنسب كاملة بلغت 100%.

محرركات البحث عبارة عن قواعد بيانات ضخمة بعناوين ومواقع، مع وصف صغير لصفحات الإنترنت المختلفة، والتي يمكن من خلالها البحث عن موضوع ما فى أي حقل من الحقول المختلفة الموجودة فى الشبكة، بهدف إيجاد دليل لهذه الصفحات، ولأنها تعمل بشكل آلي وتقوم بفرز وفهرسة كم هائل من الصفحات، فيمكن ملاحظة أنها تحتوي علي كثير من المعلومات غير المتوفرة فى الأدلة.

وتستخدم محرركات البحث مؤشرات وفهارس منتظمة التحديث لتشتغل بسرعة وفاعلية، حيث يسمح محرك البحث للمستخدم بأن يطلب المحتوى الذي يقابل معايير محددة، والقاعدة المعمول بها هنا هي تلك التي تحتوي علي كلمة أو عبارة ما، ومن هنا يستدعي قائمة بالمراجع توافق تلك المعايير، ويأخذ هذا البرنامج مؤشرات المواقع من عنوان الصفحة Page title، والكلمات المفتاحية Key words التي تحتويها.

2- خريطة للموقع:

تشير بيانات الجدول السابق إلي استخدام مواقع الدراسة، الخاصة بمؤسسة مصر للطيران خريطة الموقع بدرجة عالية، حيث توافرت في كلا الموقعين بنسب كاملة بلغت 100%.

فخريطة الموقع (sitemap) يمكن أن تكون إما مستند في أي شكل من الأشكال المستخدمة كأداة للتخطيط لتصميم مواقع الإنترنت، أو صفحة على شبكة الإنترنت تسرد الصفحات الموجودة على الموقع، والتي تنظم عادة في شكل شجري، وهذا يساعد الزوار لإيجاد الصفحات على الموقع، فهي توفر منظر شامل من أعلى إلى أسفل لمحتويات الموقع بشكل عام.

ويمكن من خلال خريطة الموقع من تحديد ملامح الموقع بشكل جذري، وأصبح من السهل علي المستخدم تحديد مساراته داخل الموقع وإرساء قواعد التصفح، مما جعل من الصعب جداً علي المستخدم أن يضل عن هدفه داخل الموقع الذي يتصفحه.

3- علامات إرشادية لسهولة الدخول والخروج:

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن كلا الموقعين يوفران علامات إرشادية لسهولة الدخول والخروج من الموقع، بنسب كاملة بلغت 100%، حيث ظهر موقع Facebook بتصميم متناسق ومنظم، يوجد به أقسام مختلفة وعلامات وإشارات تدل علي المضمون، إذ سعي الموقع إلي تنظيم المعلومات بالصفحة الرئيسية، حيث يتم عرض كافة المعلومات تحت رموز معينة يسهل من خلالها الوصول إلي ما يريده المتصفح، كما يظهر موقع Twitter بشكل متناسق أيضاً وتوجد به علامات إرشادية توضح أقسام الموقع وما يتضمنه من فعاليات وأحداث ومعلومات مختلفة.

4- روابط لأقسام الموقع:

فيما يتعلق بوجود روابط لأقسام الموقع ظهر تباين بين موقعي الدراسة Facebook – Twitter، حيث لم يوفر موقع Facebook روابط لأقسام الموقع، ضمن ما يتخلله من برامج علي الصفحة الرئيسية للموقع، بينما توافرت روابط لأقسام الموقع المختلفة علي صفحة Twitter.

أوضحت هذه النتائج التفصيلية مدي إهتمام مؤسسة مصر للطيران من خلال مواقعها الرسمية علي شبكات التواصل الاجتماعي، والمتمثلة في شبكتي (Facebook – Twitter)، بتوفير كافة الخدمات التي من شأنها مساعدة رواد ومستخدمي والمترددون علي تلك الصفحات في التواصل والتفاعل المستمر مع الإدارة العليا للمؤسسة من أجل التفاهم والوصول إلي افضل خدمة ممكنة يمكن للمؤسسة أن تقدمها لجمهورها.

2- طبيعة التفاعل:

جدول رقم (2)

طبيعة التفاعل

م	طبيعة التفاعل		Facebook		Twitter	
	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
1-	✓	-	✓	-	✓	-
2-	✓	-	✓	-	✓	-
3-	✓	-	✓	-	✓	-
إجمالي عناصر طبيعة التفاعل						
	3	%100	3	%100	3	صفر

من متابعة بيانات الجدول السابق يمكن ملاحظة أن موقعي مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook - Twitter)، كانت طبيعة التفاعل فيها ممثلة بنسب وتكرارات كاملة، حيث بلغت النسب 100%.

ونستعرض هنا طبيعة التفاعل في كل من موقعي المؤسسة علي شبكات التواصل الاجتماعي:

- الإعجاب:

بالنظر لبيانات الجدول السابق نجد ارتفاع التفاعل عن طريق الإعجاب، وقد يرجع ذلك إلي سهولة طريقة التفاعل من خلال الإعجاب، فلا يتطلب تفكيراً في تعليق يُكتب، أو استدعاء مشاركة علي الصفحة، الذي قد يقابل ببعض التردد، فالإعجاب لا يتطلب جهداً فكرياً.

- التعليق:

غالباً ما يتطلب التعليق قراءة متعمقة للمنشور والتفكير في الرد لترك التعليق، وتري الباحثة أن التعليق علي المنشورات وخاصة أثناء الأزمات قد يستهوي بعض فئات الجمهور لإبداء آراءه، وإن كانت في الغالب تكون ناقدة، ومستهجنة لإدارة المؤسسة وخطواتها في التعامل مع الأزمة.

- المشاركة:

تعتبر مشاركة المستخدم للمنشور علي صفحته هو أعلي درجات التفاعل مع منشورات المؤسسة، لأن في هذه الحالة المستخدم الذي شارك المنشور علي صفحته قام بالتعبير والإفصاح عن موقفه تجاه سياسة المؤسسة، كما تتطلب مشاركة المنشور متابعة منه والرد علي التعليقات التي يتلقاها علي صفحته، مما يجعله أكثر تفاعلاً ونشاطاً علي مواقع صفحات المؤسسة.

3- قالب أو شكل المنشور:

جدول رقم (3)

قالب أو شكل المنشور

م	قالب أو شكل المنشور	Facebook		Twitter	
		متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
-1	نص	✓	-	✓	-
-2	صور ثابتة	✓	-	✓	-
-3	فيديو	✓	-	✓	-
-4	وسائط فائقة	✓	-	✓	-
إجمالي عناصر قالب أو شكل المنشور 4=		4	صفر	4	صفر

من متابعة بيانات الجدول السابق يمكن ملاحظة قوالب أو أشكال المنشورات بمواقع مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي Facebook، وTwitter، حيث توافرت القوالب والأشكال للمواقع من خلال توافر (4) من عناصر قوالب وأشكال المواقع من أصل (4) عناصر وبنسبة 100% لكلا الموقعين.

ونستعرض فيما يلي قوالب وأشكال منشورات الموقع في كل من موقعي مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook - Twitter):

- النص:

فيما يتعلق بالنصوص اشترك الموقعان في استخدام أحجام مختلفة من الخطوط في العناوين الرئيسية والفرعية في الصفحة الرئيسية منهما، كما اشترك الموقعان في استخدام خطوط ذات لون أسود علي خلفيات بيضاء، بما يريح عين المستخدم، والتزم الموقعان بدقة الكتابة ومراعاة الكتابة الصحيحة من خلال مراعاة المسافة بين الأسطر، بما يخلق نوعاً من التناسق العام للنص.

- صور ثابتة:

اشتركا الموقعان في استخدام الصور الثابتة ولم يتطرقا لإستخدام الصور المتحركة إطلاقاً داخل عينة الدراسة، سواء علي الصفحة الرئيسية أو الصفحات الفرعية أو الداخلية للموقعين، وتري الباحثة أن موقعي مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook - Twitter) تستطيع توظيف إمكانيات الموقع وشبكة الإنترنت لصالحها من خلال إستغلال كافة الإمكانيات المتاحة من أجل إبراز وعرض وتوضيح ما تود المؤسسة عرضه علي الجمهور بالكيفية التي تحقق هدفها.

- الفيديو:

اشتركا الموقعان في استخدام الفيديو، فلاشك أن الفيديوهات تشكل مادة داعمة للخبر أو البيان، وتؤثر علي المستخدم، باعتبارها مشاهد حية تؤكد وتدلل علي صدق المعلومة، مما يزيد من تفاعلية المستخدمين مع

هذه المادة الحقيقية، فهي تعطي قوة للمادة التحريرية المصاحبة لها، حيث تعتبر اللقطات الحية لغة يفهمها كل من يعيش علي الكرة الأرضية، ولديها قدرة علي إلغاء الفروق بين الثقافات.

- وسائط فائقة:

تبين أن إهتمام مواقع الدراسة (Facebook – Twitter) الخاصة بمؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي بالوسائط الفائقة كان متوافراً بنسبة 100%، وتعتبر الوسائط الفائقة تطويراً للوسائط المتعددة، لأنها تقدم وسائط أغني وبدائل أكثر، فالوسائط الفائقة تحتوي علي وصلات تتيح للمستخدم التجول ليس عبر الكلمات فقط بل عبر الصور أو الفيديو أو الموسيقى أو الفيديو عن طريق وصلات سبق وضعها فيما بين هذه الوسائط، فعند النقر من جانب المستخدم علي الروابط ينتقل إلي وسائط أخرى مرتبطة بها ليتم تقديم نفس المحتوى بأكثر من وسيط.

4- طبيعة فكرة مضمون الأزمة:

جدول رقم (4)

طبيعة فكرة مضمون الأزمة

م	فكرة مضمون الأزمة	Facebook		Twitter	
		متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
1-	أزمة حدثت بالفعل	✓	-	✓	-
2-	أزمة يرتقب حدوثها	-	✓	-	✓
3-	لا يمكن تحديد ما إذا حدثت الأزمة أم أن يرتقب حدوثها	-	✓	-	✓
إجمالي عناصر فكرة مضمون الأزمة=3		1	2	1	2
		33.3%	66.7%	33.3%	66.7%

من متابعة بيانات الجدول السابق يمكن ملاحظة أن طبيعة فكرة مضمون الأزمة ينصب علي الأزمات التي حدثت بالفعل، مع تجاهل الأزمات التي يرتقب حدوثها، والأزمات التي لا يمكن تحديد ما إذا كانت قد حدثت بالفعل أم لم تحدث، حيث تم تحليل مواقع مؤسسة مصر للطيران أثناء الأزمات عينة الدراسة (أزمة إختطاف طائرة مصر للطيران الرحلة 181- أزمة إضراب طياري مصر للطيران – أزمة سقوط طائرة مصر للطيران الرحلة 804)، حيث توافرت فكرة مضمون الأزمة بشكل ضعيف، فكانت تمثل عنصر (1) من أصل (3) عناصر، وبنسبة 33.3%.

5- أسلوب تقديم المضمون:

جدول رقم (7)

أسلوب تقديم المضمون

Twitter		Facebook		م	أسلوب تقديم المضمون			
غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر					
-	✓	-	✓	-1	خبري			
✓	-	✓	-	-2	إستفهامي			
✓	-	✓	-	-3	كلاهما			
%66.7	2	%33.3	1	%66.7	2	%33.3	1	إجمالي عناصر أسلوب تقديم المضمون = 3

من متابعة بيانات الجدول السابق يمكن ملاحظة أسلوب تقديم المضمون خلال الأزمات التي مرت بمؤسسة مصر للطيران عينة الدراسة وهي أزمات (أزمة إختطاف طائرة مصر للطيران الرحلة 181 – أزمة إضراب طياري مصر للطيران – أزمة سقوط طائرة مصر للطيران الرحلة 804)، وتناولتها عبر مواقعها الرسمية (Facebook – Twitter)، حيث اعتمدت المواقع علي استخدام الأسلوب الخبري فقط فى تقديم البيانات المتتالية أثناء الأزمات المختلفة بنسبة 33.3%، والأسلوب الخبري هو أسلوب يحتمل الصدق والكذب لذاته بغض النظر عن مصدره، من هنا تري الباحثة أن اعتماد المواقع علي الأسلوب الخبري قد يرجع لأكثر من سبب، منهم أن المؤسسة قد ترصد بعض الحقائق وتنقلها للجمهور كما هي في الواقع بأخبار مؤكدة وبيانات صحيحة، ومن الممكن للمؤسسة أن تحجب بعض الأخبار أو تأجلها لأوقات أخرى تري أنها تكون أكثر مناسبة عن الوقت الحاضر لكشف كافة الأخبار والمعلومات من خلال البيانات التي تخرج للجمهور، فمن الممكن أن تكون المكاشفة بكافة الأخبار قد يضر بإدارة الأزمة أو قد يزيد من حدتها ونتائجها السلبية سواء البشرية أو المادية.

6- هدف مضمون الأزمة:

جدول رقم (6)

هدف مضمون الأزمة

م	هدف مضمون الأزمة	Facebook	Twitter
---	------------------	----------	---------

غير متوفر	متوفر	غير متوفر	متوفر		
-	✓	-	✓	الإعلام والإعلان	1-
-	✓	-	✓	التوعية	2-
-	✓	-	✓	التواصل	3-
صفر	100%	3	صفر	100%	3
إجمالي عناصر أهداف مضمون الأزمة 3 =					

من متابعة بيانات الجدول السابق يمكن ملاحظة هدف مضمون الأزمات التي مرت بمؤسسة مصر للطيران عينة الدراسة وهي أزمات (أزمة إختطاف طائرة مصر للطيران الرحلة 181 – أزمة إضراب طياري مصر للطيران – أزمة سقوط طائرة مصر للطيران الرحلة 804)، وتناولتها عبر مواقعها الرسمية (Facebook – Twitter)، حيث توافرت أهداف المضمون الخاص بالأزمات فى (3) عناصر من أصل (3) عناصر وبنسبة 100%.

ونستعرض فيما يلي أهداف مضمون الأزمات فى كل من موقعي مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook - Twitter):

- الإعلام والإعلان:

يتضح من خلال الجدول السابق أن مؤسسة مصر للطيران قد أنشأت مواقعها الرسمية علي شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الإعلام بكل سياسات المؤسسة وبرامجها، وخطواتها فى إدارة الأزمات والمواقف المختلفة التي قد تتعرض لها أثناء مسيرتها اليومية، وكذلك كان لها هدف إعلاني، من خلال عرض برامجها الدعائية والإعلانية علي صفحاتها دون توقف، بهدف الترويج لسياستها وتقديم كافة العروض التي تبغي من خلالها نيل رضا جمهورها.

- التوعية:

إشترك الموقعان فى وجود التوعية ضمن أهداف مضمون منشورات الأزمات فى مواقع مؤسسة مصر للطيران، حيث توافر عنصر التوعية ضمن بيانات الجدول السابق بنسبة 100%.

فالتوعية هي معرفة لشيء أو فهم الموقف أو الموضوع فى الوقت الحاضر معتمداً علي المعلومات أو الخبرة أو التجربة، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة للتوعية بين أوساط المجتمع المختلفة، وذلك باتخاذها منبراً لطرح القضايا والأزمات، ومن هذا المنطلق يمكن الحشد والتضامن فى قضية أو أزمة ما، فالأعلام أصبح دوره محوري بين أوساط المجتمع وي طرح استراتيجيات تمكن المنصرين فى التواصل والحشد وتحديد الرؤى لتحقيق الأهداف.

- التواصل:

اتفقا موقعا مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي علي وجود التواصل ضمن أهداف منشورات الأزمات، حيث توافر عنصر التواصل بنسبة 100%.

فمواقع التواصل الاجتماعي بمؤسسة مصر للطيران يعتبر كأحد أشكال التواصل الاجتماعي علي شبكة الإنترنت ليس بثنأ إحادياً ولا إجبارياً، مثلما كان فى السابق، ولكنه إعلام يتسم بالتفاعل والتواصل بين مختلف طوائف الجمهور المستخدم، يختار الناس فيه احتياجاتهم، ويشاركون ليس بالرأى فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد مشارك، وهو تواصل وإعلام حول الجميع إلي مستخدمين، وهو ليس إعلام صحفيين وكتاب وقراء، ولكنه مجتمع متواصل ومتفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم وآرائهم ويحصلون من خلاله علي ما يحتاجون من فكر أو رأى.

خاتمة البحث:**أولاً: نتائج البحث:**

- 1- توفرت عناصر البحث وسهولة الاستخدام علي موقع Facebook، بتكرارات بلغت (3)، وبنسبة 75%، بينما توفرت نفس العناصر علي موقع Twitter، بتكرارات بلغت (4)، وبنسبة 100%، فقد كان هناك (صندوق لمحركات البحث، وتوفرت خريطة الموقع، وتوفرت علامات إرشادية لسهولة الدخول والخروج، بينما لم تتوفر روابط لأقسام الموقع)، علي موقع Facebook ، فى حين توافرت جميع العناصر علي موقع twitter.
- 2- إتسمت مواقع الدراسة الخاصة بمؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعل، حيث توافرت عناصر التفاعل الثلاثة (الإعجاب – التعليق – المشاركة)، علي كلا الموقعين، بتكرارات بلغت (3) وبنسبة 100%.
- 3- حرصت مؤسسة مصر للطيران علي إستخدام كافة القوالب والأشكال فى عرض منشورات الأزمات علي مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها، حيث توافرت جميع القوالب والأشكال (نص – صور ثابتة – فيديو – وسائط فائقة) بتكرارات بلغت (4) وبنسبة 100% لكلا الموقعين.
- 4- إقتصرت طبيعة فكرة مضمون الأزمة علي مواقع مؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي (بالأزمات التي حدثت بالفعل)، بتكرارات بلغت (1) وبنسبة 33.3%، فى حين لم تتوافر فكرة مضمون (الأزمات التي يرتقب حدوثها، ولا التي يمكن تحديد ما إذا حدثت أم يرتقب حدوثها) بتكرارات بلغت (2) وبنسبة 66.7%.
- 5- إقتصر أسلوب تقديم المضمون الخاص بمنشورات الأزمات التي مرت بمؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي بالأسلوب الخبري فقط بتكرارات بلغت (1) وبنسبة 33.3%.
- 6- كان الهدف من مضمون منشورات الأزمات التي مرت بمؤسسة مصر للطيران علي شبكات التواصل الاجتماعي فى كلا الموقعين هو (الإعلام والإعلان – التوعية – التواصل) بتكرارات بلغت (3) وبنسبة 100%.

ثانياً: التوصيات والمقترحات:

- 1- الاهتمام بوسائل الاعلام الحديثة، خاصة شبكات التواصل الاجتماعي، كأحد المتطلبات الرئيسية فى إدارة الأزمات، حيث تعمل تلك المنظومة الإعلامية علي نقل الأحداث بلا مبالغة أو تضليل، محاربة الشائعات عند التعامل مع الأزمات، توعية الجمهور وتوجيه الرأي العام بما هو مطلوب منه عن

- طريق البيانات الصحفية المتتالية التي تخرج بشكل رسمي من مواقع المؤسسة علي شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- رفع مستوي التنسيق وزيادة فعاليته بين الأجهزة المعنية بإدارة الأزمات إعلامياً، حسب طبيعة الأزمة، ووضع تنظيمات وأدوار لفرق إدارة الأزمات وتفعيلها حسب متطلبات الموقف الراهن.
 - 3- انشاء إدارة إعلامية مستقلة متخصصة بإدارة الأزمات، حيث تشكل من قيادات وكوادر ذات صلة بإدارة الأزمات.
 - 4- ضرورة تأهيل الكوادر البشرية القادرة علي التعامل مع الأزمات إعلامياً، عن طريق تطوير برامج تدريبية نظرية وعملية متنوعة، واختيار واستقطاب الكوادر المؤهلة والمتخصصة في الوسائل الإعلامية الحديثة وتقنياتها.
 - 5- مراعاة تقارب أعضاء الفريق الواحد في العلم والفكر ومن الممكن في العمر أيضاً، لاتاحة فرص النقاش الفعال، والخروج بقرارات صحيحة في الغالب.
 - 6- الاستفادة من الخلفية التاريخية لبعض الأزمات المماثلة، وحصر نتائجها والاستفادة منها بشكل فعال، لتفادي القصور في الأزمات السابقة، والاستفادة من تجارب الآخرين.

مراجع البحث:

- 1- المراجع العربية:
أولاً: الرسائل والبحوث العربية الغير منشورة:

- 1- أحمد حمودة. " دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى فى القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (القاهرة: جامعة الدول العربية، 2013).
- 2- إيمان صابر صادق شاهين. " استخدامات منصات الإعلام الجديد فى المجتمع المصرى " الفيس بوك نموذجاً"، رسالة دكتوراه - غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، قسم الاجتماع، شعبة إعلام، 2017).
- 3- نالة محمد زهير اليماني. " دور تكنولوجيا المعلومات الصحفية فى تطوير الخدمة الإخبارية على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي"، رسالة دكتوراه - غير منشورة، (جامعة اقلاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- 4- علي معبد. " أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية بكلية التربية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية على تنمية الوعي السياسى وبعض المهارات الحياتية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية التربية، 2012).
- 5- غادة أشرف السيد. " بناء نموذج لإستراتيجيات المتحدث الرسمى فى إدارة الأزمات الداخلية فى مصر"، دراسة إستشراقية، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة جنوب الوادى: كلية الآداب بقنا، 2014).
- 6- محمود محمد أحمد محمد. " الاتصال التفاعلى لدى مستخدمى صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوى، 2017).
- 7- منى ياسر سليمان. " استخدام الشباب المصرى للصفحات الرسمية للمنظمات غير الحكومية على الفيس بوك وعلاقته بالمشاركة المجتمعية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2017).
- 8- نهال محمد محمد الشناوى. " المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعى نحو الأزمات"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة بورسعيد: كلية التربية النوعية، 2014).
- 9- نورهان رجب أحمد حسن. " تأثير استخدام الشباب المصرى لمواقع التواصل الاجتماعى على مشاركتهم السياسية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2017).
- 10- يوسف محمد الدسوقي إبراهيم. " العلاقة بين المزايا التسويقية المدركة لمواقع التواصل الاجتماعى وارتباط العميل الإلكتروني: دراسة تطبيقية على مستخدمى صفحة الفيس بوك فى قطاع الإلكترونيات بمصر"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، 2018).
- 11- عمر سالم سالم محمد. " اتجاهات الشباب الليبى نحو دور شبكات التواصل الاجتماعى فى بناء العلاقات الاجتماعية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2018).
- 12- نسمة إبراهيم محمد. " دور إدارة العلاقات العامة فى تعظيم كفاءة إدارة الوقت أثناء الأزمة: دراسة ميدانية بالتطبيق على بعض المحافظات السياحسة فى جمهورية مصر العربية"، رسالة ماجستير - غير منشورة، (جامعة قناة السويس: كلية التجارة، قسم إدارة أعمال، 2017).

13- ماريانا جودت سلامة عوض. " دور تكنولوجيا المعلومات والنظم الخبيرة فى فاعلية إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية علي شركة مصر للطيران"، رسالة ماجستير – غير منشورة، (جامعة الزقازيق: معهد الدراسات والبحوث الآسيوية، قسم إدارة الأعمال، 2017).

ثانياً: الكتب العربية والمعربة والمترجمة:

- 1- بسام عبدالرحمن المشاقبة. " نظريات الإعلام"، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011).
- 2- بسيوني إبراهيم حماده. " دراسات فى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأى العام"، (القاهرة: عالم الكتب، 2008).
- 3- ثابت عبدالرحمن إدريس. " كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية: مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم"، (القاهرة: الدار الجامعية، 2006).
- 4- حسنين شفيق. " نظريات الإعلام وتطبيقاتها فى دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى"، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2012).
- 5- رجب السيد. " دور القيادة فى اتخاذ القرار خلال الأزمات"، (القاهرة: مطبعة الإيمان، 2000).
- 6- ردينة عثمان. " إدارة خدمات النقل الجوى"، (عمان: دار المناهج، 2009).
- 7- صالح أبو إصبع. " استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته"، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005).
- 8- عبد اللطيف الهميم. " إدارة الأزمة بقيادة الصراع فى الموروث الإسلامى المعاصر"، (عمان: دار عمان للنشر والتوزيع، 2004).
- 9- عمر مهيبيل. " إشكالية التواصل فى الفلسفة الغربية المعاصر"، (بيروت: المركز الثقافى العربى، 2005).
- 10- فضيل دليو. " الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله"، (القاهرة: دار النشر والتوزيع، 2003).
- 11- ماري بيث فيكو. " المصادر الإلكترونية وسبل الوصول إليها وقضاياها"، ترجمة: نارمين أبو بكر الويشي، ط1، (القاهرة: المركز القومى للترجمة، 2008).
- 12- محمد عبد الغنى هلال. " مهارات ادارة الازمات"، (القاهرة: مركز تطوير الأداء والتنمية، 2004).
- 13- محمد محمود مصطفى. " التسويق الاستراتيجى للخدمات" ط1، (عمان: دار المناهج، 2003).
- 14- محمد منير حجاب. " نظريات الاتصال"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010).
- 15- مرباح ملكية. " إستراتيجية إدارة الأزمات وفعالية التسيير"، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2008).
- 16- منال شوقي عبدالمعطي. " اقتصاديات النقل السياحي"، (الأسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر والتوزيع، 2010).

ثالثاً: الدوريات والمجلات:

- 1- إبراهيم محمد فرج. " اعتماد الشباب الجامعي علي وسائل الإعلام اثناء الأزمات: أزمة تفجيرات دهب نموذجاً"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 7، العدد الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو – ديسمبر 2006).
- 2- إيمان حسنى. " تعليقات المستخدمين فى الصحف الإلكترونية وصلاحياتها لتكوين رأى العام المصرى فى المداولات العامة"، **المجلة المصرية لبحوث رأى العام**، مجلد 11، العدد 3، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، اليوليه – سبتمبر 2013).
- 3- خديجة عبدالعزيز علي إبراهيم. " واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فى العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر : دراسة ميدانية"، **مجلة العلوم التربوية**، العدد 3، ج2، (جامعة سوهاج: كلية التربية، يوليو 2014).
- 4- داليا إبراهيم الدسوقي. " التماس المعلومات السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدي دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 49، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2014).
- 5- السيد عليوة. " إدارة الأزمات والكوارث، مخاطر العولمة والإرهاب الدولي"، سلسلة دليل صنع القرار كتاب رقم 2، ط2، (القاهرة: مركز القرار والاستشارات، 2002).
- 6- صفاء محمد علي. " فاعلية مقرر الكتروني فى تنمية التنور البيئي والتفكير المنظومي ومهارات التواصل الإلكتروني لدي بعض طلاب كلية التربية بالوادي الجديد"، **مجلة كلية التربية**، العدد 89، (جامعة أسيوط: كلية التربية، 2007).
- 7- وزارة الطيران المدني. " حصاد وحساب مصر للطيران فى عام 2015"، **مجلة وزارة الطيران المدني**، العدد الأول، (القاهرة: وزارة الطيران المدني، يناير 2016).
- 8- وزارة الطيران المدني. " مصر للطيران تحدث موقعها الإلكتروني"، **مجلة وزارة الطيران المدني**، العدد الأول، (القاهرة: وزارة الطيران المدني، يناير 2016).

رابعاً: المؤتمرات العربية:

- 1- بسمة شوقي نصيف. " موقع الفيسبوك ودوره فى تطوير مجال التعلم عبر الإنترنت فى ضوء متطلبات عصر المعرفة"، **المؤتمر السنوي (العربي السادس – الدولي الثالث) : تطوير برامج التعليم العالي النوعي فى مصر والوطن العربي فى ضوء متطلبات عصر المعرفة**، (القاهرة: 13 – 14 أبريل 2011).
- خامساً: مواقع الإنترنت:

- 1- <http://travel.yahoo.com>.
- 2- <http://www.dopplr.com>.
- 3- <http://www.nileguide.com>.
- 4- <http://www.travelmuse.com/agent-unsupported.htm>.
- 5- <http://www.tripit.com>.

- 6- Mayfield, A (2010) . " What is Social media " , e-book, iCrossing.com, United Kingdom ,Available: <http://www.pdfio.com/k-75620.html>.

2- المراجع الأجنبية:

- 1- Aziz Lev-On, " **Communication, community, crisis: Mapping uses and gratifications in the contemporary media environment**, New Media & Society February 2012 vol. 14 no. 1 .
- 2- Boyd, D and M ,Ellison, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship" Journal of **COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION** (On-line), Volume 13, Issue 1(2013).
- 3- Carter, B. & Levy ." **Facebook Marketing : Leveraging Facebook's Features for Your Marketing Campaigns** ", (3rd), Library of Congress, U.S.A(2012).
- 4- Christian Fuchs: **Social media: A critical introduction**, 2nd edition, London: Sage,2014.
- 5- Christine Koran , Sabine Enwalled , (2013) "**Media coverage about organizations in critical situations: Analyzing the impact on employees**", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 18 Is: 4.
- 6- Craig J. Calhoun, **Habermas and the Public Sphere**, 4st edition, England Cambridge: The MIT Press, 2012.
- 7- Harlodmah: Phantasies of the public sphere; Rethinking the Habermas of historians, **The Journal of Modern History**, Vol. 72, No.1, march 2000.
- 8- Jack Rosenberry, Lauren A, Vicker. **Applied mass communication theory: A guide for media practitioners**, 1st ED, (USA: Pearson education. 2009.
- 9- Khurana N, **The Impact of Social Networking Sites on the Youth**, Journal of Mass Communication Journalism Volume 5 , Issue 12 , 1000285, ISSN: 2165-7912 , 2015.
- 10- Kietzman, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011): "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media", Business Horizons, 54(3), (2011).
- 11- Liu,B.F, Austin, L,&Jin, Y: **How Publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information from and source**, public Relation Review, 37, 2013.

- 12- LXue Bai a and Oliver Yao. Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business and Economics, Lehigh University, (2010).
- 13- Sapril, Caroline : "**Effective crisis management: Tools and best practice for new millennium** , journal of communication mangment vol 7 , no 4, 2003.
- 14- Simon Susen: Critical notes on Habermas's theory of the public sphere, **Sociological Analysis**, Vol. 5, No. 1, Spring 2011.
- 15- vuyisile sikelela hlatshwayo, **youth usage of social media Swaziland , a report for the Swaziland**, chapter of the media institute of southern Africa (mesa), 2014.