



جامعة قناة السويس  
معهد الدراسات الأفروآسيوية للدراسات العليا



المعالجة الاتصالية للأزمات في الممرات الملاحية الدولية:

أزمة جنوح السفينة إفرجين بقناة السويس

نموذجاً

إعداد الباحثة/

مرورة محمد جلال

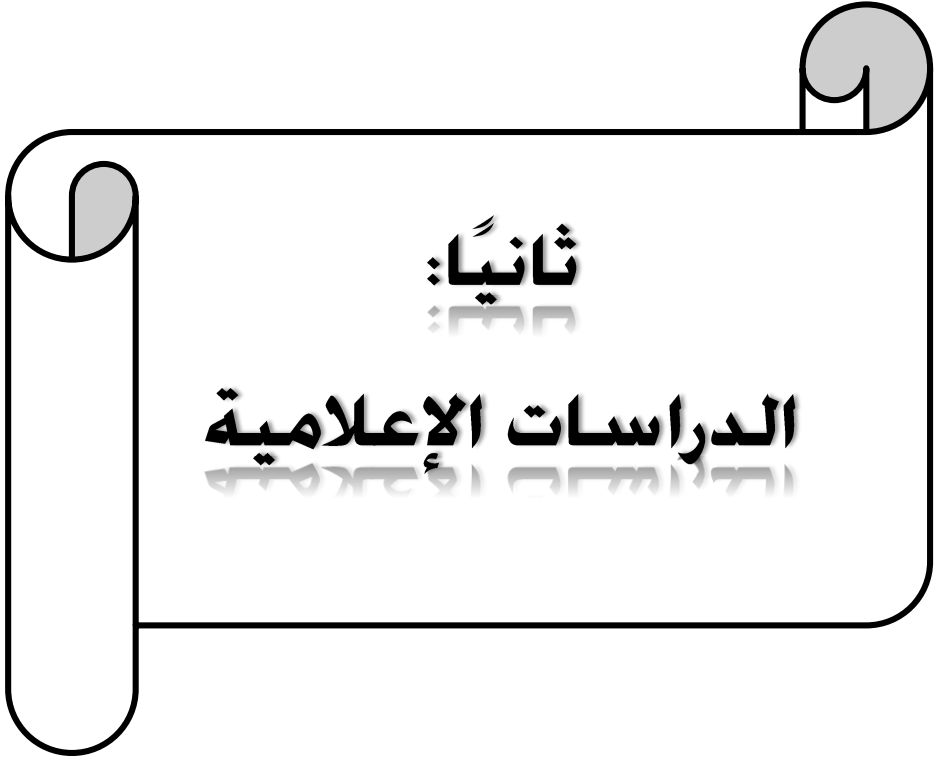
مجلة الدراسات الأفروآسيوية

مجلة علمية فصلية محكمة

يصدرها معهد الدراسات الأفروآسيوية للدراسات العليا

جامعة قناة السويس

العدد السابع (يناير - فبراير - مارس ٢٠٢٤م)



## المعالجة الاتصالية للأزمات في الممرات الملاحية الدولية: أزمة جنوح السفينة إفرجيفن بقناة السويس نموذجًا

إعداد الباحثة/ مروة محمد جلال

### مستخلص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على الأزمات والكوارث والقضايا التي تواجهها قناة السويس باعتبارها أهم مجرى ملاحى في العالم، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، وكانت عينة الدراسة هي جميع المضامين الاتصالية الصادرة عن هيئة قناة السويس خلال أزمة السفينة GIVEN EVER في الفترة من ٢٠٢١/٣/٢١ وحتى انتهاء الأزمة في ٢٠٢١/٧/٧، وخلصت الدراسة إلى أنه جاءت دورية تحديث الأخبار بنسبة ١٠٠٪، وتنوعت الأساليب الاتصالية المستخدمة في الأزمة؛ حيث جاء في المقدمة "الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على الفيس بوك" بنسبة (٦٦,٢٪)، كما جاء قالب "الأخبار" في المرتبة الأولى بنسبة (٧٢,٢٪) من القوالب الفنية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي للأزمة.

## Summary

**Researcher Name:** Marwa Mohamed Galal

**Study Name:** Communication handling of crises in the International Shipping Waterways: The EVER GIVEN ship stranding in the in the Suez Canal as a model

The study aimed at identifying the crises, disasters and issues facing the Suez Canal;

The study used and relied on the case study method. The study sample was all the communication contents issued by the Suez Canal Authority during the EVER GIVEN ship crisis from 21/3/2021 until its end on 7/7/2021. The study concluded that the periodicity of the news update was 100%, and the communication methods used in the crisis varied;

Sample. The results revealed that the communication messages were characterized by similarity in content by (100%), then a similarity in direction by (90.7%) of the total study sample. The messages were presented using the integration strategy with a rate of (100%),

## المقدمة

تتناول الدراسة الحالية الأداء الاتصالي في أوقات الأزمات التي تعرضت لها قناة السويس باعتبارها واحدة من أهم الممرات الملاحية العالمية والأزمات التي مرت بها إدارة هذا المجرى الملاحي الحيوي المهم، لا سيما وأن ملامح أزمة جنوح السفينة إفرجيفين وتداعياتها لا تزال حاضرة في الأذهان على المستويين المحلي والدولي، والتي أدت بدورها إلى تغيرات سريعة ومتعاقبة حولت من جنوح السفينة في قناة السويس ليس مجرد حادث بحري قابل للحدوث في أى مكان من العالم، بل بؤادر أزمة متعددة الأطراف السياسية على الصعيدين الداخلي والخارجي حيث كانت الحكومة وهيئة قناة السويس تحت ضغط الوقت خسائر المالية وجسامة الوضع والرأي العام المحلي والدولي الضاغط على الدولة فضلاً عن إتاحة الفرصة للمشككين والراغبين في إحباط الرأي العام وزعزعة ثقته في القيادة السياسية.

أما على الصعيد الخارجي فقد كان الترقب سيد الموقف بالنسبة لكثير من الدول، حيث كان الجميع يترقب بؤادر أزمة اقتصادية كانت قد بدأت تلوح في الأفق فعلى مدار ستة أيام كانت هناك العديد من الوحدات البحرية والمهندسين والبحريين والخبراء في محاولة لتعويم السفينة إفرجيفين، إلا أنه كانت هناك أيضاً مئات من الصحف والتقنوات الفضائية وعدسات المصورين التي تترقب بتلهف تطورات الوضع على مدار الساعة، وتنتظر صدور البيانات الرسمية عن هيئة قناة السويس لتحيط العالم خبراً بمستجدات الأمور لحظة بلحظة.

## الدراسات السابقة:

قبل إجراء الدراسة، قامت الباحثة بمسح شامل للتراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة في مجال إدارة الأزمات والاتصال أثناء الأزمات كذلك في مجال الممرات الملاحية الدولية.

وقد تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسين، حيث تناول المحور الأول الدراسات في إدارة الأزمة في العلاقات العامة، وقد تناول المحور الثاني الدراسات التي تناولت الأزمات في الممرات الدولية، ويمكن عرضها على النحو التالي:

## المحور الأول: الدراسات التي تناولت إدارة الأزمة:

١- دراسة حمدي محمود (٢٠٢٢)<sup>(١)</sup> "المعالجة الإعلامية لعينة من المواقع الإخبارية لأزمة السفينة الجانحة إفرجيفن بقناة السويس":

تحليل المضمون لعينة من المواقع الإخبارية، في الفترة من ٢٠٢١/٣/٢٣ إلى ٢٠٢١/٧/٧، وأهم ما توصلت إليه الدراسة من النتائج، جاءت أساليب الإقناع المستخدمة في الأزمة أولاً الوضوح والضمنية، يليها تقديم الأدلة والشواهد ثم ترتيب الحجج الإقناعية.

٢- دراسة زينب الحسيني (٢٠٢١)<sup>(٢)</sup> "أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس":

سعت الدراسة إلى التعرف على أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس، وشملت عينة الدراسة مواقع (France 24, Sky News, RT Arabic, Arabic, CNN Arabic)، وتوصلت الدراسة إلى تصدر الإطار المحدد في الترتيب الأول يليه الإطار العام حسب تصنيف الإطار الإعلامي المستخدم، وتصدر إطار الإستراتيجية، وإطار المسؤولية والاهتمامات الإنسانية حسب تصنيف الإطار الإعلامي تبعاً لسياق المواقع الإخبارية عينة الدراسة.

٣- دراسة أمينة حلمي رشاد (٢٠٢١)<sup>(٣)</sup> "تقييم عملية تقويم إدارة الاتصالات الأزمة: دراسة حالة على أزمة سقوط الطائرة الروسية":

كشفت الدراسة عن أزمة سقوط الطائرة الروسية ومتابعة عملية تقويم إدارة اتصالات الأزمة.. وجاءت أهم النتائج مؤكدة على وجود نقاط قوة في اتصالات مرحلي اكتشاف إشارات الإنذار والوقاية والاستعداد، إلى جانب قيام وزارة الطيران المدني بقطاعها بعدد من الاتصالات الداخلية والخارجية مع جماهيرها وذلك من خلال شبكات اتصالية متعددة والعمل على اختبارها وتقويمها ومدى وجود تنسيق في الاتصالات بالجماهير الداخلية والخارجية للمنظمة.

## المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الممرات الملاحية الدولية:

١- دراسة إيمان عصام (٢٠٢٢)<sup>(٤)</sup> "أطر تقديم جنوح سفينة فرجين بقناة السويس بالصحف الإلكترونية وتغريدات مستخدمي تويتر: دراسة مقارنة":

استهدفت الدراسة رصد وتحليل أطر معالجة حادث جنوح سفينة إيفرغيفن بقناة السويس في الصحف الإلكترونية المصرية واليابانية (صحيفة الأهرام وصحيفة أساهي شيمبون)، ومقارنتها بأطر معالجة الحادث في موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، وتحدت العوامل التي شكلت معالجة صحيفتي الدراسة ومغردي تويتر للحادث في طبيعة الوسيلة الإعلامية، حيث برز تأثير السياسة التحريرية في مقابل المحتوى الذي أنتجه الجمهور عبر تويتر، وطبيعة الحادث، والانتماءات الفكرية، ونمط الممارسة الصحفية.

٢- دراسة ماهر لطيف (٢٠٢٢)<sup>(٥)</sup> "حادثة جنوح ناقلة الحاويات إيفرغيفن وعلاقتها بحرب الناقلات":

أكدت الدراسة على أن أهمية قناة السويس تعطي قيمة إستراتيجية تعلي من قيمة مصر ومن مكانتها في العالم وتوسع القاهرة من خلالها مجال نفوذها وتأثيرها في القارة الإفريقية وفي الأمة العربية. أثبتت الدراسة أن مصر بدونها لن تصبح مثل أي دولة إفريقية أخرى، وتوصي الدراسة بالتأكيد على ضرورة تطوير قناة السويس وبناء منطقة تبادل تجاري حولها حتى لا تفقد أهميتها الإستراتيجية التي تتفوق بها على جيرانها.

٣- دراسة عبير محمد رياض (٢٠٢٢)<sup>(٦)</sup> "استخدام منهج التخلي عن الموازنة في إدارة الأزمات بالتطبيق على هيئة قناة السويس: أزمة السفينة ايفرجيفن":

سعت الدراسة إلى توضيح دور منهج التخلي عن الموازنة في مساعدة الإدارة على تخطي الأزمات بكفاءة وفعالية وذلك من خلال تقديم دليل من الواقع العملي بدراسة حالة إدارة هيئة قناة السويس لأزمة السفينة "إفرجيفن" والتي بدأت في ٢٣ مارس وانتهت ٢٩ مارس ٢٠٢١. حيث يركز البحث على مقارنة أهم المفاهيم والمبادئ التي يبنى عليها المنهج، واختبار مدى تطابقها بممارسات الهيئة إبان إدارة الأزمة.

## التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- أبرزت الدراسات السابقة أهمية استخدام إدارات العلاقات العامة في مختلف المؤسسات.
- ٢- ركزت الدراسات الخاصة بالمرات الملاحية على دراسة المشكلات الفنية والسياسية والاقتصادية الخاصة بهم.
- ٣- ندرة الدراسات العلمية التي اهتمت بالعلاقة المباشرة بين إدارة الأزمات والمرات الملاحية.
- ٤- أكدت معظم الدراسات السابقة على الدور الفعال لوسائل الاتصال الرقمية أثناء التعامل مع الأزمة.

## ١- مشكلة الدراسة:

من خلال الدراسات السابقة حول دور الاتصال في مجالي الأزمات والمرات الملاحية وعمل الباحثة في إدارة العلاقات العامة بهيئة قناة السويس، أمكن التوصل إلى فجوة بحثية ترتبط بأداء المؤسسة خلال الأزمة الطارئة التي تعرضت لها تحتاج إلى بحث وتفسير ومن ثم أصبحت الحاجة ملحة إلى تبني وجود إستراتيجية لإدارة العلاقات العامة واستخدام خطة محكمة للقيام بالمعالجة الاتصالية للأزمات وتطبيق مراحل نموذج إدارة الأزمة للاستفادة من نتائج هذه الدراسة في مواجهة أية أزمات مستقبلية.

## ٢- أهمية الدراسة:

- ١- الأهمية العالمية لقناة السويس وتأثير هذه الأزمة على مصر في مختلف الأصعدة.
- ٢- الاهتمام الإعلامي الدولي والمحلي والأفراد على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي بمتابعة تطورات الأزمة.
- ٣- ندرة الدراسات الأكاديمية في المكتبات الخاصة بالجامعات المصرية حول أزمة السفينة.

## ٣- أهداف الدراسة:

- ١- رصد طرق وأساليب معالجة الأزمات والكوارث والقضايا التي واجهها قناة السويس باعتبارها أهم مجرى ملاحى في العالم.
- ٢- تحليل الاستجابة الاتصالية للعاملين في قناة السويس أثناء الأزمات ومدى انعكاسه على سمعة القناة.



## ٤- تساؤلات الدراسة:

## أولاً: تساؤلات الدراسة الخاصة بالقائم بالاتصال:

- ١- ما الأهمية الإستراتيجية لقناة السويس في النقل البحري العالمي؟
- ٢- ما الأزمات والكوارث والقضايا التي تواجهها قناة السويس باعتبارها أهم مجرى ملاحى في العالم؟
- ٣- كيف استجاب فريق الإعلام والعلاقات العامة في أثناء الأزمة؟
- ٤- كيف أثرت الاستجابة الاتصالية للعاملين في قناة السويس على سمعة القناة أثناء الأزمة؟
- ٥- كيف حددت إدارة العلاقات العامة الإستراتيجية المناسبة في التغطية الإعلامية لحادث السفينة؟
- ٦- كيف تم توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير المعالجات الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في هيئة قناة السويس؟
- ٧- ما المقترحات لتطوير البرامج والأنشطة الاتصالية لمواجهة تلك الأزمات في المستقبل؟
- ٨- ما حدود المعلومات التي كانت تقدمها إدارة العلاقات العامة بقناة السويس عن أزمة السفينة؟
- ٩- ما الأساليب الإقناعية التي تم استخدامها في تنفيذ الحملات الإعلامية تجاه أزمة السفينة؟
- ١٠- هل يوجد خطة تم وضعها لإدارة الأزمة والمنبثقة من الخطة الشاملة لإدارة الأزمة الخاصة بقناة السويس؟
- ١١- ما الأنشطة الاتصالية التي قامت بها قناة السويس في الاتصال بكل من بالجمهور الداخلي والخارجي أثناء الأزمات؟

## ثانياً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ١- ما البيانات الأساسية التي ارتكزت عليها الأنشطة الاتصالية الخاصة بأزمة السفينة إفرجيفن؟
- ٢- ما الموضوعات المتعلقة ودورية تحديث البيانات والمعلومات بالمحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن؟
- ٣- ما معدل نشر صفحات هيئة قناة السويس الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ٤- ما القوالب الفنية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ٥- ما عناصر الإبراز المستخدمة في المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ٦- ما المصادر المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ٧- ما اللغات المستخدمة وأشكال الاتصال المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ٨- ما التنوع والتشابه وإستراتيجيات عرض الرسائل داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ٩- ما أهم أهداف الرسائل داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ١٠- ما أسلوب المعالجة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ١١- ما المدخل الإقناعية داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ١٢- ما الأساليب الإقناعية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ١٣- ما الأطر المرجعية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ١٤- ما الإستراتيجيات المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟
- ١٥- ما مدى التفاعل مع المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس؟

### متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: المعالجة الاتصالية للأزمات والمتغير التابع: أزمة جنوح السفينة إفرجيفن.

### نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية وتعتمد الدراسة على منهج دراسة الحالة.

### مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

المضامين الاتصالية الصادرة عبر الصفحات الرسمية الصادرة من هيئة قناة السويس خلال أزمة السفينة إفرجيفن في الفترة من ٢٠٢١/٣/٢١ وحتى انتهاء الأزمة نهائياً بخروج السفينة من قناة السويس في ٢٠٢١/٧/٧، بالإضافة إلى عينة من النخبة وأعضاء لجنة إدارة الأزمة بهيئة قناة السويس. وتم تحليل عينة مما نشر عن الهيئة أثناء الأزمة في كل من:

أ- الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على الفيس بوك.

ب- الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على اليوتيوب.

ت- الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على تويتر.

### أدوات جمع البيانات:

- ١- تعتمد الدراسة على استمارة تحليل المضمون.
- ٢- استمارة مقابلة متعمقة موجهة إلى النخبة من العاملين بهيئة قناة السويس والمعنيين بإدارة أزمة السفينة إفرجيفن، وبنظام الحصر الشامل بلغ عددهم (٩) وتم تصنيفهم على النحو المبين.

## نتائج الدراسة:

## الإطار النظري للدراسة:

## توظيف نظرية الاستجابة الاتصالية للمنظمة وقت الأزمة في الدراسة:

Situational Crisis تعد نظرية اتصالات الأزمة الموقفية Communication Theory (SCCT) من النظريات التي تركز على كيفية توظيف الاستجابة الاتصالية الملائمة خلال موقف الأزمة والاستجابة الاتصالية وهي ما يجب أن تفعله المؤسسة من إجراءات بهدف حماية سمعتها وسمعة علامتها التجارية. وتفترض هذه النظرية إن سمعة المؤسسة تتوقف على مدى إسناد أو عدم إسناد أصحاب المصالح مسؤولية الأزمة للمؤسسة من عدمه، كما تفترض النظرية إن سمعة المؤسسة قبل الأزمة ومدى قدرتها على الاستجابة لتهديدات أصحاب المصالح من شأنه التأثير على موقف الأزمة. ووفقاً لهذه النظرية فإن موقف الأزمة يتألف من أربعة محاور تستخدم لتقييم الأثر المحتمل للأزمة على سمعة المؤسسة وتمثل هذه المحاور في: نوع الأزمة، ومدى الضرر الناجم عن الأزمة، ومدى وجود تاريخ سابق للشركة مع أزمات مماثلة أو مشابهة، ومدى مسؤولية الشركة عن الأزمة.

ومن ثم فإن عملية توظيف الاستجابة الاتصالية الملائمة، يعتمد على اختيار أنسب الاستجابات الاتصالية وفقاً لتلك المحاور<sup>(٧)</sup>.

وتشير هذه النظرية إلى أن إدراك الجمهور وأصحاب المصالح للأزمة من شأنه التأثير على استجاباتهم نحو الشركة من خلال التأثير على مدركاتهم نحو سمعة المؤسسة، ومن ثم يمكن تحديد مسؤولية الشركة عبر ثلاث مستويات للمسؤولية:

**الأولى:** المسؤولية الضعيفة للشركة، حيث تكون الأزمة التي تسببت فيها عوامل طبيعية.

**الثانية:** مسؤولية متوسطة كما في حالة وقوع حادث عرضي كالحوادث التقنية.

**الثالثة:** المسؤولية القوية حيث تكون الشركة سبباً رئيساً للأزمة خلال سياسات أو قرارات خاطئة<sup>(٨)</sup>.

وتعتمد نظرية اتصالات الأزمة الموقفية على عدة مداخل تشمل:

## أ- نظرية الإسناد Attribution Theory

وتقدم نظرية الإسناد تصورا منطقيًا للعلاقة بين إستراتيجيات الاستجابة للأزمة وموقف الأزمة. ووفقا لذلك يرى Coombs إنه خلال الأزمة تعمل الشركة على إسناد أسباب الأزمة لشخص أو جهة معينة<sup>(٩)</sup>، وهو ما يدفع الشركة لاختيار موقف معين أو إستراتيجية اتصالية معينة تفسر من خلالها للجمهور علاقتها بالأزمة ورد فعلها تجاهها<sup>(١٠)</sup>.

## ب- الإدارة بالعلاقات Relationship Management

إن المنظور الجديد للعلاقات العامة اهتم بتحويل العلاقة من التركيز على الاتصال إلى الاهتمام بالتحول إلى إدارة علاقات الشركة بجمهورها<sup>(١١)</sup>.

## ج - نظرية إضفاء الشرعية:

تتم هذه النظرية بالتركيز على البيئة المحيطة بالشركة والجمهور الذي يؤثر فيها ويتأثر بها من خلال القيم والأعراف والقواعد المتعارف عليها<sup>(١٢)</sup>.

## د - المدخل الرمزي لاتصالات الأزمة ويتلخص في الآتي<sup>(١٣)</sup>:

موقف الأزمة وإستراتيجيات الاستجابة للأزمة والمواءمة بين موقف الأزمة وإستراتيجية الاستجابة للأزمة.

## - إستراتيجيات الاستجابة للأزمة:

تهدف إستراتيجيات الاستجابة للأزمات بث رسائل اتصالية هدفها التعامل مع الأزمة وتقليل الأثر السلبي الناجم عن الأزمة، وأبرزها خطر تحديد السمعة<sup>(١٤)</sup>.

وقد توصل Benoit's & Czerwinski إلى أنه لا يمكن تطبيق إستراتيجيات إصلاح السمعة بشكل مؤثر وفعال في كافة مواقف الأزمات التي تمر بها الشركات نتيجة اختلاف موقف الأزمة ونوع الأزمة وطبيعة الاستجابات الاتصالية الملائمة للأزمات في كل موقف وهو ما يتوافق مع نظرية الاتصالات.

## الأزمة الموقفية<sup>(١٥)</sup>:

ويتفق الباحثون على أن مرحلة الأزمة تعد مرحلة مهمة من حيث إنها بمثابة إثبات لقدرة الشركة أو عدم قدرتها على حماية سمعتها وسمعة علامتها التجارية، كما أن سمعتها الطيبة لدى جمهورها قبل الأزمة تعد بمثابة رصيد قوي ومؤثر بالنسبة للشركة خلال مرحلة الأزمة وبعد الأزمة<sup>(١٦)</sup>.

ويرى Coombs ضرورة أن تقسم الشركة إستراتيجياتها الخاصة بالاستجابة الاتصالية للأزمة إلى إستراتيجيات أساسية وإستراتيجيات ثانوية كالتالي<sup>(١٧)</sup>:

### الإستراتيجيات الأولية وتشمل:

- إستراتيجية الإنكار.
- إستراتيجية التهوين.
- إستراتيجية إعادة البناء.

### الإستراتيجيات الثانوية وتشمل:

- إستراتيجية الدعم والتذكير.
- إستراتيجية الإنكار: وتسعى هذه الإستراتيجية إلى التخلص من مسؤولية تحمل الأزمة من خلال إنكارها والسعي لإقناع الجمهور بعدم وجودها من خلال عدد من التكتيكيات التي تشمل:

- الهجوم والتصدي لمن يزعم إن هناك أزمة.
- التوضيح من خلال توضيح سبب عدم وجود الأزمة من قبل الشركة.
- التهديد والتلويح باستخدام القوة لمن يزعم بوجود أزمة مثل المقاضاة وفضح المزاعم.

**إستراتيجية التهوين:** وتهدف هذه الإستراتيجية للتقليل والحد من مسؤولية الشركة نحو الأزمة والتقليل من تداعياتها وذلك من خلال:

- الاعتذار عبر التأكيد بعدم وجود نية مسبقة أو تعمد لتقليل مسؤولية الشركة عن الأزمة.
- التبرير من خلال التقليل من شأن الضرر الذي أحدثته الأزمة عبر مقارنة حوادث أخرى مماثلة بحوادث أخرى مماثلة أحدثت أضرارا أكبر وإثبات أن الأزمة تعرضت لكثير من التهويل والمبالغة.

**إستراتيجية إعادة البناء:**

وتهدف هذه الإستراتيجية إلى ترميم علاقتها بالجمهور أصحاب المصالح من خلال تقديم التعويضات والهدايا ومواساتهم في مصابهم والإحساس بالندم والاعتذار الكامل وتقديم الوعود بعدم تكرار الأزمة مستقبلا.

**إستراتيجية الدعم والتذكير:**

وتشمل تذكير الجمهور بأعمال الشركة وسمعتها السابقة من قبل، وإبراز الخسائر التي تعرضت لها الشركة والظهور في دور الضحية أيضا، والإشادة والمدح بمساندة الأطراف الخارجية.

**الدراسة التحليلية:**

عرض نتائج الدراسة التحليلية حيث تم إجراء مسح للأساليب الاتصالية الخاصة بالمعالجة الاتصالية للأزمات في الممرات الدولية: أزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس نموذجاً، وذلك في الفترة من ٢٠٢١/٣/٢١ إلى ٢٠٢١/٧/٧ وتم تحليلهم من خلال ثلاث محاور هم: البيانات الأساسية عن الأزمة، المقابلة المتعممة مع قيادات هيئة قناة السويس المنوط بهم إدارة الأزمة، المحتوى الاتصالي للأزمات من داخل الإدارات المختصة بالهيئة من حيث الشكل والمضمون، وقد قامت الباحثة بعرض تفصيلي لتساؤلات الدراسة التحليلية والميدانية متمثلة في الوسائل الاتصالية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس، الاستجابة الاتصالية للعاملين في قناة السويس لانعكاسه على سمعة القناة، التعرف على كيفية التصرف في المواقف الطارئة والأزمات التي تحدث لقناة السويس، أهم الإستراتيجيات التي تستخدمها إدارة العامة في التغطية الإعلامية في إدارة الأزمات الخاصة بقناة السويس، أهم أشكال المعالجة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في قناة السويس، توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير المعالجة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في قناة السويس.

وقد أجرت الباحثة مقابلات متعمقة مع عدد من قيادات الهيئة لاستقصاء الجهود الإعلامية في معالجة الأزمة عبر وسائل الاتصال المتاحة لدى الهيئة، وقد قامت الباحثة بمقابلة عدد (٩) من القيادات المنوط بها إدارة أزمة السفينة إفرجيفن، كما تم تحليل المضامين الاتصالية الصادرة عن هيئة قناة السويس في صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي.

## المبحث الأول:

## المعالجة الاتصالية لأزمة السفينة إفرجيفن

## الأنشطة الاتصالية التي قامت بها هيئة قناة السويس أثناء أزمة السفينة إفرجيفن:

حرص السيد الفريق أسامة ربيع على التواجد في المؤتمر الصحفي يوم الجمعة الموافق ٢٠٢١/٣/٢٦ واعتذر عن عدم تواجده اليومين السابقين في وسائل الإعلام للرد على تساؤلاتهم واستفساراتهم حيث كان منشغلا بالعمل مع أفراد فريقه في الموقع، وبدأ يتحدث عن مجموعة من السيناريوهات والبدائل التي تسعى الهيئة للعمل من خلالها في محاولة لاحتواء الموقف ووعد الإعلاميين بإصدار بيان صحفي كل ١٢ ساعة لعرض كل جديد يطرأ أثناء العمل على حل الأزمة، كما وعد السيد الفريق الصحفيين بإتاحة الفرصة للإعلاميين من خلال جولة بحريه الاقتراب من السفينة وتصويرها بأنفسهم حتى لا تكون قناة السويس هيا الطرف الوحيد الذي ينقل الصورة وإتاحة الفرصة للإعلاميين لينقلوا الصورة مباشرة بأنفسهم في محاولة من الهيئة لإثبات المصداقية والشفافية.

تم عقد مؤتمر صحفي للإعلاميين في مركز المحاكاة وذلك لإتاحة الفرصة للإعلاميين لحضور مناورة بحرية في مركز المحاكاة في محاولة من الهيئة لتوضيح حجم العمل القائم في الموقع وطبيعة الإجراءات التي تتخذها الهيئة على أرض الواقع.

عقد مؤتمر صحفي للسيد رئيس الجمهورية في نادي الشاطئ على ضفاف القناة لتعلن مصر أمام العالم أجمع أن المصريين هم الأقدر على إدارة هذا المرفق العالمي بحرفية ومهارة عالمية.

عقد مؤتمر صحفي حضره مدير الإدارة القانونية للهيئة والسيد الربان سيد شعيشع والذي كان مسئول عن التحقيقات حول أسباب الحادث كذلك حضره السيد جورج صفوت المتحدث الرسمي لهيئة قناة السويس للرد عن أسئلة واستفسارات الصحفيين وعرض رؤية الهيئة التي كانت تلتزم التفاوض السلمي مع ملاك السفينة مع الحفاظ على الإجراءات القانونية لحماية حقوق قناة السويس ومصر.<sup>(١٨)</sup>

فور العلم بوقوع الحادث عكف قسم الصحافة والإعلام على إعداد بيان معتاد بأنه يوجد موقف في قناة السويس وجاري التعامل معه، في صباح اليوم التالي أصدرت هيئة قناة



السويس بياناً مقتضباً وفي اليومين التاليين كان كل من في الموقع منهمك بالتعامل مع الحادث الجلل، اكتفى قسم الصحافة والإعلام بإصدار فيديوهات قصيرة بدون تعليق توضح بالصورة سير الأعمال في موقع العمل<sup>(١٩)</sup>.

فيما يتعلق بدور العلاقات العامة في المقر الرئيسي لهيئة قناة السويس بالإسماعيلية، فقد لعبت دوراً هاماً من خلال استقبال الوفود والرد على تساؤلاتهم واستفساراتهم عن أزمة السفينة إفرجيفن عن طريق أفراد العلاقات العامة المدربين للرد على كافة أسئلتهم واستفساراتهم بوضوح وشفافية وبما يتماشى مع السياسة العامة للهيئة أثناء إدارة الأزمة، فضلاً عن تقديم الدعم اللوجستي للعلاقات العامة ببيور توفيق، فضلاً عن تنظيم المؤتمرات والاحتفالات الخاصة بهيئة قناة السويس، وبنهاية الأزمة والوصول للتسوية القضائية اهتمت هيئة قناة السويس بالإعلان عن نهاية الأزمة وخروج السفينة لاستكمال رحلتها من خلال حفل مهيب تضمن تبادل الكلمات من السيد الفريق رئيس الهيئة والسيد مالك السفينة الياباني تم التوقيع على بنود التسوية القضائية أمام وسائل الإعلام العالمية وتكريم عدد من العاملين الذين ساهموا بجهودهم المشرفة في تعويم السفينة وفي منظر رمزي مهيب تم تنسيق عبور السفينة في نهاية الحفل ليحيها السيد الفريق رئيس الهيئة للمرة الأخيرة قبل خروجها من قناة السويس ومعه مجموعة من السادة المرشدين وقباطنة هيئة قناة السويس الأبطال الذين لعبوا دوراً مهماً في إنجاح مهمة تعويم السفينة إفرجيفن ولتكتمل الصورة المشرفة لهيئة قناة السويس بحرفية وإتقان<sup>(٢٠)</sup>.

في يوم الجمعة تم عقد المؤتمر الصحفي الأول في مدينة السويس، حيث كان لابد من توفير الإمكانيات اللوجستية لعقد المؤتمر بالتنسيق بين العلاقات العامة والصحافة. حيث كانت مسئولية العلاقات العامة توفير كل الإمكانيات المطلوبة من الصوت وشاشات العرض وتنظيم مكان تواجد الفريق ووسائل نقل الإعلاميين من القاهرة والإسماعيلية إلى مدينة السويس كذلك توفير ترجمة فورية للصحفيين الأجانب، كما أكد السيد رجب عزام على دور العلاقات العامة ببيورتوفيق طوال فترة جنوح السفينة تمثل في الدعم اللوجستي للعاملين في موقع الأزمة، فضلاً عن استقبال الخبراء الأجانب وتوفير الإقامة المناسبة لهم، كذلك توفير وسائل النقل التي يحتاجها الخبراء الأجانب في الموقع، وتوفير الأطقم الطبية والمطافي لأي ظروف طارئة قد تحدث، كذلك تنسيق زيارة وزير البيئة لموقع الحادث للقاء السيد الفريق في مكتب سيادته ببيورتوفيق فيما يخص الملف البيئي في القناة لمواجهة شائعة أن مياه الصابورة بالسفينة قد تسببت في حدوث تلوث في القناة<sup>(٢١)</sup>.

تنوعت الأنشطة الاتصالية التي تبنتها هيئة قناة السويس أثناء إدارتها لأزمة السفينة إفرجيفن حيث تنوعت ما بين:

١- الاعتماد على البيانات الإعلامية الرسمية الصادرة عن هيئة قناة السويس على صفحات الهيئة الرسمية والموثقة.

٢- التفاعل المباشر مع الإعلاميين من خلال المؤتمرات الصحفية التي عقدها السيد الفريق بنفسه للرد على أسئلة السادة الصحفيين وتوضيح رؤية الهيئة حول السيناريوهات المقترحة لحل الأزمة بوضوح وحيادية كذلك مداخلات السيد الفريق في القنوات الفضائية لتوضيح الموقف وطمأنة الرأي العام.

٣- توفير فرصة المشاركة والتفاعل المباشر ليدرك الإعلاميون حجم العمل المبذول في موقع الأزمة من خلال تنظيم جولة بحرية للصحفيين بالقرب من موقع السفينة فضلاً عن حضور مناورة بحرية بمركز المحاكاة لتوضيح الجهود المبذولة لتعويم السفينة.

٤- الأنشطة الاحتفالية الخاصة بهيئة قناة السويس مثل الاحتفال بالعاملين المشاكين في عملية التعويم لشكرهم والامتنان لجهوداتهم، وتنظيم احتفال عالمي مهيب للإعلان عن نهاية الأزمة والتوصل للتسوية القضائية لحضور ممثلين عن ملاك السفينة وضيوف وصحفيين أجنب لتحضر هيئة قناة السويس مشهد خروج السفينة بسلام من قناة السويس في الأذهان بحرفية وكفاءة وبما يخدم الصورة الذهنية الإيجابية لهيئة قناة السويس، لاسيما مشهد تحية السيد الفريق للسفينة ومعه كوكبة من مرشدي هيئة قناة السويس.

٥- اهتمت هيئة قناة السويس بعرض مستجدات الأحداث لحظة بلحظة من خلال صفحاتها الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام البيانات والفيديوهات والإنفوجرافات والمؤتمرات لضحد الشائعات وتصحيح المعلومات المغلوطة أولاً بأول.

### المعوقات الاتصالية التي واجهت هيئة قناة السويس أثناء إدارة أزمة السفينة إفرجيفن:

اتفق كل أفراد العينة أن وسائل الإعلام والسوشيال ميديا أثناء التعامل مع الأزمة شكلت في جانب منها ضغطاً على الإدارة في هيئة قناة السويس، حيث أوضح الفريق أسامة ربيع أنه خلال الأزمة لاسيما في الأيام الأولى لم يكن مهتماً بما يقال في وسائل الإعلام أو السوشيال ميديا، حيث كان منشغلاً بالعمل على تجاوز الأزمة بالفعل أكثر من الكلام وحاول

الجميع التركيز على إيجاد الحلول والعمل الجاد المستمر دون الالتفات للكلام السلبي المحبط الذي انتشر في ذلك الوقت وأنه حرص ألا تتسلل مشاعر اليأس والإحباط إلى العاملين في الموقع حتى لا تشتت جهودهم وتضيع سدى<sup>(٢٢)</sup>.

كذلك تحدثت الأستاذة مروة ماهر رئيس الصحافة والإعلام عن مجموعة من المعوقات التي واجهتهم تمثلت في<sup>(٢٣)</sup>:

- ضغط وسائل الإعلام بحثاً عن الجديد في الموقف دون فهم لطبيعة الموقف الذي كانت تمر فيه ساعات أو حتى أيام دون تغيير في الموقف ودون جديد يذكر.
- معظم الصحفيين الذين كانوا مسئولين عن تغطية الحدث معظمهم كانوا صحفيين غير متخصصين وغير مدركين لطبيعة العمل الفني في قناة السويس واهتمامهم بالسبق الصحفي بصرف النظر عن صحة المعلومة أدى لانتشار معلومات كثيرة لا أساس لها من الصحة.
- انتشار الكثير من الشائعات والأقاويل بسبب لجوء وسائل الإعلام للتحدث مع مصادر غير مسئولة سواء من داخل الهيئة أو خارجها ممن يعتبرون أنفسهم خبراء أو محللين، الأمر الذي جعل كلام كثير يتم تداوله أثناء الأزمة ليس مصدره كلام موثق من هيئة قناة السويس.
- الطبيعة الأمنية لتأمين المجرى الملاحي لقناة السويس وخصوصاً مع حادث السفينة جعل من الصعوبة إصدار تصريحات أمنية لتواجد الصحفيين في موقع الحادث للتصوير أو عمل مقابلات صحفية.
- طبيعة الموقع الذي حدثت فيه الأزمة حيث كانت الشبكة غير متاحة في أوقات كثيرة كذلك كانت إمكانيات قسم الصحافة بسيطة بسبب البعد عن المقر الرسمي للهيئة بالإسماعيلية.

## المبحث الثاني:

## نتائج تحليل المضمون الاتصالي

تحليل كل ما يصدر عن هيئة قناة السويس من بيانات وأخبار على صفحاتها الرسمية الموثقة خلال فترة الأزمة بداية من ٢٠٢١/٣/٢٣ وحتى ٢٠٢١/٧/٧ وفقا لاستمارة تحليل المضمون النتائج العامة للدراسة:

١- كانت دورية تحديث الأخبار المتعلقة بالأزمة كل ما يظهر جديد بنسبة ١٠٠٪.

٢- تنوعت الأساليب الاتصالية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيف بقناة السويس من داخل الإدارات المختصة الهيئة حيث جاء في المقدمة "الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على الفيس بوك" بنسبة (٦٦,٢٪)، يليها "الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على تويتر" بنسبة (٨٠,٢٧٪)، ثم "الصفحة الرسمية لهيئة قناة السويس على اليوتيوب" بنسبة (٥,٣٪) وأخيرا تم إصدار كتاب بنسبة (٠,٧٪). وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة حمدي محمود (٢٠٢٢)، حيث جاء إطار "مصادر حكومية رسمية" في المرتبة الأولى، ويتضح من هذه النتيجة أن الجمهور يعطي مصداقية كبيرة لهذا الإطار.

٣- جاء قالب "الأخبار" في المرتبة الأولى بنسبة (٧٢,٢٪) من القوالب الفنية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيف بقناة السويس، يليها "تقرير فيديو" بنسبة (١٩,٢٪)، ثم "المؤتمرات الصحفية" بنسبة (٦٪). أما في الترتيب الرابع جاء قالب "فيلم تسجيلي" بنسبة (١,٣٪) وأخيرا كل من "النشرات الصادرة عن الهيئة والبيان الإعلامي بنسبة (٠,٧٪).

واتفقت نتيجة الدراسة بشكل جزئي مع نتيجة دراسة ريهام إمبائي (٢٠١٨) حيث جاءت درجة اعتماد المبحوثين على الأساليب الاتصالية في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات الأخبار "في المرتبة الأولى"، يليها المؤتمرات الصحفية الذي جاء في المرتبة الثانية ثم الزيارات الميدانية يليها الحملات الإعلامية ثم البيان الإعلامي ويليهما باقي الأساليب الاتصالية المستخدمة، وترى الباحثة أن السبب في ذلك يرجع لاختلاف طبيعة الأزمة بين الدراستين.

٤- تنوعت عناصر الإبراز المستخدمة في المحتوى الاتصالي للأزمة، حيث تم عدم الاستفادة من إمكانات الوسيلة بنسبة (٧٨,١٪) في المقام الأول حيث كانت معظم الأساليب الاتصالية المستخدمة من

قبل الهيئة عبارة عن أخبار وبيانات صحفية بينما تميزت الفيديوهات باستخدام كل من الموسيقى والمؤثرات الصوتية معا بنسبة (١٦,٦%)، يليها الاستعانة بالموسيقى بنسبة (٠,٧%) وأخيرا " الاستعانة بمؤثرات صوتية" بنسبة (٠,٧%)، كما كشفت الدراسة عن عدم وجود مقدم للرسالة بنسبة (٩٦,٧%) أولا، يليها العاملين بالهيئة بنسبة (١٠%)، أما في الترتيب الثالث جاء رئيس الهيئة الفريق أسامة ربيع بنسبة (٣%)، يليها الخبراء الأجانب بنسبة (٢%).

٥- المصادر المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس:

### أولاً: مصادر رسمية:

جاء المركز الإعلامي للهيئة بنسبة (٩٦%)، يليه رئيس هيئة قناة السويس بنسبة (٤٣,٧%) ثم المسئولين بالهيئة بنسبة (١٧%)، وجاء في الترتيب الرابع رئيس الجمهورية بنسبة (٦,٦%) ثم الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي لرئيس الجمهورية بنسبة (٢%)، وأخيرا كل من تقارير رسمية، متحدث رسمي للهيئة، الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصري بنسبة (١,٣%)

### ثانياً: مصادر إعلامية:

حيث تم الاستعانة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس بوسائل إعلام محلية بنسبة (٠,٧%) وتمثلة في قناة DMC

### ثالثاً: مصادر غير رسمية:

حيث تم الاستعانة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس ببعض الأجانب بنسبة (١٦,٧%) على سبيل المثال عرض كلمة السيد MR : YUKITO HIGAKI رئيس مجلس إدارة الشركة المالكة للسفينة البنمية بتاريخ ٧ يونيو ٢٠٢١.

٦- تميز المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس باستخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة (٦٤,٩%)، يليها اللغة الإنجليزية بنسبة (٢٩,٨%)، ثم اللغة العربية ومترجمة إلى الإنجليزية بنسبة (٣,٣%) بينما جاءت اللغة الفرنسية بنسبة (٣,٣%)، وأخيرا اللغة العربية ومترجمة إلى اللغة اليابانية بنسبة (٠,٧%)، واختلفت نتيجة الدراسة مع نتيجة دراسة ريهام إمبابي (٢٠١٨)، حيث استخدمت اللهجة العامية المصرية بنسبة ١٠٠% في كل الرسائل الاتصالية، ويرجع السبب في ذلك لاختلاف نوعية الجمهور المستهدف.

ما كشفت الدراسة عن أن أنواع الاتصال اللغوي داخل المحتوى الاتصالي للأزمة كان لصالح الاتصال اللفظي بنسبة (٧٧,٥%) في المقام الأول، يليها الاثنين معا بنسبة (١٦,٥%) وأخيرا لغة الاتصال غير اللفظي بنسبة (٦%) وجاءت أشكال الاتصال اللفظي التي تتسم بالقوة في المقدمة باستخدام ألفاظ قاطعة بنسبة (٦٤,٩%) في المقام الأول، يليها التحدث بلغة الإثبات بنسبة (٣٥,٨%)، ثم "تفخيم الكلمات الإيجابية" بنسبة (٣١,١%)، وأخيرا "استخدام تعبيرات مجازية" بنسبة (١٩,٢%).

٧- **أولاً:** التنوع في رسائل حيث تميزت بتنوع في زاوية المعالجة بنسبة (٦٨,٢%) في مقابل تنوع في أشكال المعالجة بنسبة (١٩,٢%) من إجمالي عينة الدراسة.

**ثانياً:** التشابه في رسائل حيث تميزت بالتشابه في المضمون بنسبة (١٠٠%) يليها التشابه في الاتجاه بنسبة (٩٠,٧%)، وأخيرا تشابه سمعي بنسبة (٣٠,٥%) من إجمالي عينة الدراسة.

**ثالثاً:** إستراتيجيات عرض رسائل حيث تميزت إستراتيجية التكامل بنسبة (١٠٠%).

٨- **الهدف من الرسائل داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس:**

**أولاً:** التأثير على المعرفة حيث تميزت بتقديم معلومات بنسبة (١٠٠%)، يليها دعم موقف معين بنسبة (٦٩,٥%)، وأخيرا "توضيح صورة معينة" بنسبة (٥٤,٣%) من إجمالي عينة الدراسة.

**ثانياً:** التأثير على الرأي العام حيث تميزت التأثير الإيجابية بنسبة (١٠٠%) مقابل تعبئة الرأي العام بنسبة (٤٥,٧%) من إجمالي عينة الدراسة.

**ثالثاً:** التأثير على السلوك حيث تميزت دعم سلوك معين بنسبة (٥٦,٣%)، يليها "تغير اتجاه" بنسبة (٣٢,٥%) وأخيرا "البحث عن حل" بنسبة (٥٥,٣%) من إجمالي العينة.

٩- **أسلوب المعالجة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس.**

تميزت أسلوب المعالجة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفرجيفن بقناة السويس بالأسلوب المباشر بنسبة (١٠٠%).

١٠- **تنوعت المداخل الإقناعية داخل المحتوى الاتصالي للأزمة، حيث جاء في المقدمة المدخل القانوني بنسبة (٧٦,٢%)، يليها المدخل السياسي بنسبة (٧٢,٢%)، ثم**

"المدخل القومي" بنسبة (٦٧,٥%) ، وأخيرا "المدخل الاقتصادي" بنسبة (٣١,٨%). وقد اختلفت نتيجة الدراسة مع نتيجة دراسة حمدي محمود (٢٠٢٢)، حيث إن معظم المواقع استخدمت الوضوح والضمنية كأسلوب من أساليب الإقناع، يليها تقديم الأدلة والشهود، يليها عرض الرأي المؤيد والمعارض يليها استخدام الاتجاهات الموجودة لدى الجمهور. وترى الباحثة أن الاختلاف قد يرجع لاختلاف العينة المستخدمة في هذه الدراسة عن عينة دراسة حمدي محمود.

١١- تنوعت الأساليب الإقناعية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي للأزمة فحاء الاتجاه المؤيد بنسبة (١٠٠%)، كما جاءت الاستمالات المنطقية بنسبة (١٠٠٪) وقامت الباحثة بتقسيم الاستمالات المنطقية إلى (عرض وجهة نظر واحدة) بنسبة (٩٤%) في المقام الأول، يليها عرض أرقام وإحصائيات بنسبة (٩٧,٧%)، ثم أدلة واقعية وشواهد بنسبة (٣١,٨%) وأخيرا عرض جانبي للموضوع بنسبة (٦٪).

### الأطر المرجعية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفريجشن بقناة السويس:

اتضح أن الأطر المرجعية المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي لأزمة السفينة إفريجشن بقناة السويس كان لصالح تصريحات رسمية بنسبة (٩١,٤%) في مقابل نصوص قانونية بنسبة (٧٤,٨%).

١٢- تنوعت الإستراتيجيات المستخدمة داخل المحتوى الاتصالي للأزمة فحاء في المقدمة توضيح الأزمة بنسبة (٩٨,٧%)، والتي اتفقت مع نتيجة دراسة لها الأسدودي "تصدرت إستراتيجية التوضيح موقف المؤسسة في الأزمات"، يليها التركيز على القانون بنسبة (٧٤,٨%)، ثم التركيز على استخدام التكنولوجيا بنسبة (١٧,٢%)، يليه (التعريف بالفوائد) بنسبة (٦%)، أما في الترتيب الخامس جاء كل من التعريف بالأساليب العلاجية والتعريف بالأسباب بنسبة (٤%)، وأخيرا تصحيح مفاهيم خاطئة بنسبة (١,٣٪).

## خاتمة الدراسة

مثل حادث جنوح سفينة إيفرغيفن بقناة السويس في عام ٢٠٢١ حدثا استثنائيا، حيث تعطلت حركة الملاحة تماما لمدة ستة أيام من ٢٣ حتى ٢٩ مارس ٢٠٢١، حيث حظي باهتمام عالمي كبير نتيجة التداعيات الاقتصادية البالغة التأثير على حركة التجارة الدولية، كما نال الحادث اهتمام وسائل الإعلام العالمية، فضلا عن تفاعل وسائل التواصل الاجتماعي بين المستخدمين من مختلف الدول. وبذلك سعت هذه الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل المعالجة الاتصالية للأزمات في الممرات الدولية، كما يتضح من خلال تطبيقاتها العملية لإدارة الأزمات في قناة السويس، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة وتمثلت عينة الدراسة في تحليل مضمون جميع الرسائل الاتصالية الصادرة عن هيئة قناة السويس في كل الوسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة السفينة إفرجيفن في الفترة من ٢٠٢١/٣/٢١ وحتى انتهاء الأزمة نهائياً بخروج السفينة من قناة السويس في ٢٠٢١/٧/٧، بالإضافة إلى عمل مقابلة متعمقة مع عدد ٩ من المسؤولين بهيئة قناة السويس أثناء إدارة الأزمة، واستخدمت الدراسة نظرية اتصالات الأزمة الموقفية.

**مقترحات الدراسة:** من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تقترح الباحثة عدد من المقترحات على النحو التالي:

- ١- العمل على توحيد الخطاب الرسمي لمنع الشائعات أثناء التعامل مع الأزمة وبصفة خاصة عند التعامل مع الأزمات الدولية.
- ٢- التأكيد على وسائل الإعلام المختلفة بضرورة الاعتماد على مصادر وجهات رسمية فقط أثناء تغطيتها لهذا النوع من الأزمات.
- ٣- إلزام وسائل الإعلام أثناء الأزمات بعرض المضمون الصحفي بأكبر قدر من المصداقية والحيادية، وتوظيف الأشكال الصحفية الاستقصائية التي تتناول الأحداث بالتحليل والتفسير.
- ٤- تطوير إستراتيجيات اتصالية واضحة ومحددة، ومعدة سلفا لإدارة أزمات هيئة قناة السويس.
- ٥- على هيئة قناة السويس التنوع في أنشطتها الاتصالية، للوصول لكافة شرائح الجمهور وكذلك توظيف التطبيقات الاتصالية التفاعلية للرد على أسئلة الجمهور، ودحض الشائعات.
- ٦- لرصد الدقيق لكل ما يبث من أخبار عن أزمات هيئة قناة السويس، والرد الفوري على أي أخبار غير صحيحة، بالشرح والتوضيح، ونشر الحقائق.
- ٧- ضرورة عمل تقييم شامل لكافة لأسطة الاتصالية المستخدمة بعد انتهاء الأزمات، لتجنب تكرار الأخطاء.



## الهوامش

- (١) حمدي محمود (٢٠٢٢)، "المعالجة الإعلامية لعينة من المواقع الإخبارية لأزمة السفينة الجانحة إيفرجيفين بقناة السويس"، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الثامن عشر، فبراير، *مجلة الدراسات، الإعلامية*، العدد ١٨.
- (٢) زينب الحسيني (٢٠٢١)، "أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، *مجلة البحوث الإعلامية* ع ٥٩، ج ٤، ٢٠٢١.
- (٣) أمنية حلمي رشاد (٢٠٢١)، "تقييم عملية تقويم إدارة الاتصالات الأزمات: دراسة حالة على أزمة سقوط الطائرة الروسية"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، القاهرة: المعهد الدولي العالمي للإعلام بالشروق، ١٨٤.
- (٤) إيمان عصام (٢٠٢٢) "أطر تقديم جنوح سفينة "إيفرغيفن" بقناة السويس بالصحف الإلكترونية وتغريدات مستخدمي تويتر: دراسة مقارنة"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٧٩٤.
- (٥) ماهر لطيف (٢٠٢٢)، "حادثة جنوح ناقلة الحاويات إيفرغيفن وعلاقتها بحرب الناقلات"، *مركز دراسات الوحدة العربية*، لبنان: المستقبل العربي، مج ٤٥، ٥٢٠٤.
- (٦) عبير محمد رياض (٢٠٢٢)، "استخدام منهج التخلي عن الموازنة في إدارة الأزمات بالتطبيق على هيئة قناة السويس: أزمة السفينة إيفرجيفن"، *المجلة العلمية للدراسات والمحاسبة*، القاهرة: جامعة قناة السويس، كلية التجارة، ع ١٤، مج ٤.
- (٧) Kyhn, H.S.(2008).Situational Crisis Communication Theory: With Scandinavian Airlines' Its Use In A Complex Crisis Grounding Of Dash 8-Q400 Airplanes, [http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/3900/helene\\_stavem\\_kyhn-master\\_thesis.pdf](http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/3900/helene_stavem_kyhn-master_thesis.pdf)  
 رضوان: أحمد فاروق (٢٠١٢): "استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة"، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الثامن، ص ٣٥.

- ٨) Coombs, W. T. (2007). **Protecting organizational reputations during a crisis**: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163.
- ٩) Kyhn, H.S.(2008).**Situational Crisis Communication Theory: Its Use In A Complex Crisis With Scandinavian Airlines' Grounding Of Dash 8-Q400 Airplanes**, Cit
- ١٠) Kyhn, H.S.(2008).**Situational Crisis Communication Theory: Its Use In A Complex Crisis With Scandinavian Airlines' Grounding Of Dash 8-Q400 Airplanes**, Ibid.
- ١١) Chizema, Amon and Trevor Buck. (2006). **No-institutional theory and institutional change**: To wards empirical tests on the “Americanization” of German executive pay, *International Business Review*, 15: 488-504.
- ١٢) Coombs, W. T. (2006).**The Protective Powers of Crisis Response Strategies: Managing** Reputational Assets During a Crisis, *Journal of Promotion Management*, 12(3/4): 241-260.
- ١٣) Kyhn, H.S.(2008). **Situational Crisis Communication Theory: Its Use In A Complex Crisis With Scandinavian Airlines' Grounding Of Dash 8-Q400 Airplanes**, Opcit
- ١٤) Coombs, W. T. (2007). **Protecting organizational reputations during a crisis**: The development and application of situational

communication theory. Corporate Reputation Review,10(3), P 163 .

- ١٥) Walton et el., (2012). **A great day for oiled pelicans: Twitter, and the Deepwater Horizon crisis response** (White Paper), Retrieved from Public Relations Society of America: <http://www.prsa.org>
- ١٦) Coombs, W. T. (2012). **Ongoing Crisis Communication: planning, managing and responding**. 3rd edition, Thousand Oaks: Sage.
- ١٧) Coombs, W.T., Holladay. S.J(2008) **Comparing apology to equivalent crisis response strategies: Clarifying apology's role and value in crisis communication**. Public Relations Review, P ٢٥٢.

(١٨) الفريق أسامة ربيع، رئيس هيئة قناة السويس، بتاريخ ٢٠٢٢/١٠/٩.

(١٩) مروة ماهر، رئيس الصحافة والإعلام، بتاريخ ٢٠٢٢/١٠/٢٦.

(٢٠) خالد طه، رئيس العلاقات العامة، بتاريخ ٢٠٢٢/١٠/٢٥.

(٢١) رجب عزام، مسئول العلاقات العامة ببورتوفيق، بتاريخ ٢٠٢٣/١/٢٩.

(٢٢) الفريق أسامة ربيع، رئيس هيئة قناة السويس، بتاريخ ٢٠٢٢/١٠/٩.

(٢٣) مروة ماهر، رئيس الصحافة والإعلام، بتاريخ ٢٠٢٢/١٠/٢٦.

## مراجع الدراسة

- أمنية حلمي رشاد (٢٠٢١)، "تقييم عملية تقويم إدارة الاتصالات الأزمات: دراسة حالة على أزمة سقوط الطائرة الروسية"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة: المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع ١٨.
- إيمان عصام (٢٠٢٢) "أطر تقديم جنوح سفينة "إيفرغيفن" بقناة السويس بالصحف الإلكترونية وتغيرات مستخدمي تويتر: دراسة مقارنة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٧٩.
- حمدي محمود (٢٠٢٢)، "المعالجة الإعلامية لعينة من المواقع الإخبارية لأزمة السفينة الجانحة "إيفرجيفن بقناة السويس"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الثامن عشر، فبراير، العدد ١٨.
- زينب الحسيني (٢٠٢١)، "أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية ع ٥٩، ج ٤، ٢٠٢١.
- عبير محمد رياض (٢٠٢٢)، "استخدام منهج التخلي عن الموازنة في إدارة الأزمات بالتطبيق على هيئة قناة السويس: أزمة السفينة إيفرجيفن"، المجلة العلمية للدراسات والمحاسبة، القاهرة: جامعة قناة السويس، كلية التجارة، ع ١٤، مج ٤.
- ماهر لطيف (٢٠٢٢)، "حادثة جنوح ناقلة الحاويات إيفرغيفن وعلاقتها بحرب الناقلات"، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان: المستقبل العربي، مج ٤٥، ع ٥٢٠.
- Q400 Airplanes, [http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/3900/helene\\_stavem\\_kyhn-\\_master\\_thesis.pdf](http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/3900/helene_stavem_kyhn-_master_thesis.pdf)
- Chizema, Amon and Trevor Buck. (2006). No-institutional theory and institutional change: Towards empirical tests on the "Americanization" of German executive pay, International Business Review, 15: 488-504.

- 
- Coombs, W.T., Holladay. S.J(2008) **Comparing apology to equivalent crisis response strategies:** Clarifying apology's role and value in crisis communication. Public Relations Review, P 252.
- Coombs, W. T. (2012). **Ongoing Crisis Communication: planning**, managing and responding. 3rd edition, Thousand Oaks: Sage.
- Coombs, W. T. (2007). **Protecting organizational reputations during a crisis:** The development and application of situational crisis communication theory. Corporate Reputation Review, 10(3), 163.
- Coombs, W. T. (2006).**The Protective Powers of Crisis Response Strategies:** Managing<sup>yx</sup> Reputational Assets During a Crisis, Journal of Promotion Management, 12(3/4): 241-260
- Kyhn, H.S.(2008).**Situational Crisis Communication Theory:** Its Use In A Complex Crisis With Scandinavian Airlines' Grounding Of Dash 8-Q400 Airplanes, Ibid.
- Walton et el., (2012).**A great day for oiled pelicans: Twitter**, and the Deepwater Horizon crisis response (White Paper), Retrieved from Public Relations Society of America: <http://www.prsa.org>