

SHARJAH GOVT
MEDIA BUREAU



دليل المتحدث الرسمي

SGMB.ae

دليل المتحدث الرئسي

المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة
المركز الدولي للاتصال الحكومي - قسم الدراسات والبحوث
دولة الإمارات العربية المتحدة، الشارقة، 2022

المركز الدولي للاتصال الحكومي

هو أول مركز متخصص في مجال الاتصال الحكومي في المنطقة العربية والعالم، وهو مبادرة نوعية واستراتيجية، ومؤسسة فكرية علمية معرفية بحثية وتطبيقية متخصصة، ومرجعاً مهماً في كافة مجالات الاتصال الحكومي محلياً وإقليمياً ودولياً.

ويشكل المركز مرجعية عالمية وإقليمية ومحلية في مجال الاتصال الحكومي توفر آليات لتوثيق مخرجات المنتدى الدولي للاتصال الحكومي وتحويلها إلى برامج ومناهج للممارسة المبدعة. وهو ضمان فكري وعلمي نظري وتطبيقي لاستمرار المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة في دعم وتقديم الجديد في مجال الاتصال الحكومي، بالإضافة إلى رفد هذا المجال بكل ما يحتاجه من بحوث وتدريب وعلاقات دولية بين الخبراء، وذلك في سبيل التطوير المستمر لمهارات موظفي الاتصال الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة، والمنطقة، والعالم.

ويطلق المركز عدداً من المبادرات السنوية - التي تعد الأولى من نوعها في الوطن العربي - والتي تسهم في النهوض بالجوانب النظرية والتطبيقية لمنظومة الاتصال الحكومي على جميع الأصعدة. ومن هذه المبادرات: المنتدى الدولي للاتصال الحكومي، جائزة الشارقة للاتصال الحكومي، الدبلوم المهني في الاتصال الحكومي، الرخصة السنوية للاتصال الحكومي، والشبكة العربية للاتصال الحكومي.

المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة

تأسس المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة وفق توجيهات ورعاية صاحب السمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي، عضو المجلس الأعلى، حاكم الشارقة، لتعزيز مكانة الإمارة إعلامياً على المستوى المحلي والإقليمي والدولي وبلورة الفكر الإعلامي للإمارة.

وتستهدف رسالة المكتب الإعلامية تطوير منظومة متكاملة تتسم بالمسؤولية والمهنية، ورسم سياسة الاتصال الحكومي ووسائل التواصل الاجتماعي بما يتوافق مع معايير الأداء العالمية، وتوفير قاعدة بيانات وافية عن قطاع الإعلام واحتياجاته التأهيلية، وتمثيل الإمارة إعلامياً وقت الأزمات والطوارئ.

وفي الوقت الذي تولي فيه إمارة الشارقة القطاع الإعلامي أهمية بالغة كونه يشكل رديفاً رئيساً للتطوير والبناء، يحرص المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة على مواكبة قفزات التطوير النوعية التي تشهدها الشارقة ودعم حضورها الإعلامي وتعزيز تواصلها مع مختلف وسائل الإعلام المحلية والدولية.

ومنذ انشاء المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة تم إطلاق العديد من البرامج والمبادرات التي تساند خطوات الشارقة نحو تحقيق التنمية المستدامة، وتستهدف تطوير منظومة الاتصال الحكومي في المنطقة والارتقاء بالعمل الإعلامي.

المحتويات

10 مقدمة

12 مفهوم المتحدث الرسمي في سياق الاتصال الحكومي

13 أدوار ومهام ووظائف المتحدث الرسمي

14 المواصفات الشخصية والمهنية للمتحدث الرسمي

1. الجاذبية ونشر الألفة في التعامل مع الآخرين 14
2. الاهتمام والحماس 14
3. الهدوء والأبقة وحسن التصرف 14
4. امتلاك مهارات الذكاء الاجتماعي 14
5. امتلاك مهارات إدارة الوقت 14
6. سرعة البديهة 14
7. إتيكيت التعامل 14

15 الجوانب الاتصالية للمتحدث الرسمي

1. السمات الاتصالية للمتحدث الرسمي 16
2. مهارات الحديث الفعال 16
3. مهارات الحوار الفعال 16
4. الاتصال المباشر الناجح 19

21 المعرفة التكنولوجية للمتحدث الرسمي

1. الميكروفون 22
2. الكاميرا الفوتوغرافية 22
3. كاميرا الفيديو 22
4. الرسومات الإنفوغرافية التوضيحية 22
5. منصات التواصل الاجتماعي 22
6. التدوين المكتوب Blogs 22
7. التحليلات الاجتماعية Social Analytics 22
8. منصات المؤتمرات المرئية والصوتية 22

23 الأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي

1. أسس التعامل مع وسائل الإعلام 24
2. تنظيم المؤتمرات الصحفية والأدوار المتوقعة للمتحدث الرسمي 25
3. كتابة البيانات الصحفية 27
4. أسس المقابلات الإعلامية وأساليبها المختلفة للمتحدثين الرسميين 29
5. دور المتحدث الرسمي أثناء الأزمات 30
6. كيفية التعامل مع الأبناء السيئة حول المؤسسة 31
7. كيفية التعامل مع الأسئلة العدائية والمدرجة من الصحفيين 31
8. مهارات التحدث عبر المنصات الرقمية 32
9. نموذج المتحدث الرسمي لوزارة الصحة ووقاية المجتمع خلال أزمة كورونا 33

37 فريق عمل المتحدث الرسمي

1. مهام ومسؤوليات فريق عمل المتحدث الرسمي 38
2. إدارة فريق عمل المتحدث الرسمي 39

مقدمة

يمثل المتحدث الرسمي للجهة الحكومية النافذة التي تطل منها تلك الجهة على الإعلام، والأطراف ذات العلاقة، والمجتمع بعامة، وبخاصة في أوقات الطوارئ والأزمات. فالمتحدث الرسمي هو التجسيد الاعتباري والمهني للجهة الحكومية التي يمثلها، ويمكن له أن يكون إما مصدر قوة ورفعة للمؤسسة الحكومية، أو سببا لكارثة ماحقة، قد تلحق الكثير من الضرر بالجهة الحكومية، وقد تعدى في تأثيرها حدود السياق الذي ظهر فيه المتحدث. ومن هنا، فإن إعداد متحدثين رسميين أكفاء وقادرين على التعامل الفاعل مع المواقف المختلفة للجهات الحكومية بكل ثقة واقتدار يعد شرطا أساسيا من شروط نجاح الاتصال الحكومي، وتحقيقه لأهدافه المرجوة.

ومن هذا المنطلق، جاء هذا الدليل الذي أعدته اللجنة الأكاديمية للمركز الدولي للاتصال الحكومي التابع للمكتب الإعلامي لحكومة الشارقة، ليعزز الجوانب الأكثر أهمية في عمل المتحدث الرسمي من حيث الكفاءات، والمهارات، والاتجاهات، والسلوكيات، والمعارف التي لا بد أن يمتلكها وهو يؤدي وظيفته على المستويين اليومي والاستراتيجي. ومن المؤكد أن هذا الجهد المعرفي يعكس بشكل كبير حرص المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة على توثيق ونشر المعايير والمبادئ المهنية والأخلاقية التي تحكم عمل المتحدث الرسمي، ووضعها في متناول الجهات الحكومية بهدف الاسترشاد بها في أنشطتها اليومية والاستراتيجية.

لقد تضمن هذا الدليل جوانب مهمة من جوانب عمل المتحدث الرسمي شملت مواصفاته وأدواره، ومهاراته الشخصية، والاتصالية، ومعارفه التكنولوجية، وأدائه الإعلامي في سياقات متنوعة. ولعل هذه الجوانب تعكس الأبعاد المتشابهة والمعقدة للمهام التي يؤديها المتحدث الرسمي، وسبل تحقيق النجاح فيها بناء على مواصفات وكفاءات شخصية ومهارات ومعارف مهنية لا بد أن يمتلكها ويوظفها في التواصل مع الأطراف ذات العلاقة، بما فيها الجهات الإعلامية، والمنظمات الأهلية، وأفراد المجتمع بعامة. فلا يمكن للمتحدث الرسمي أن يؤدي مهامه بالشكل المناسب دون أن يمتلك مهارات الحديث والتواصل الفعال أمام وسائل الإعلام، وإتقان أساليب ومنهجيات الإقناع، وتوصيل الرسائل بشكل مباشر ومقتضب، وتوظيف المساعدات المرئية، وإتقان لغة الجسد والإيماءات، ومهارات الاستماع، وضبط سرعة الحديث في المنابر العامة بما يعكس ثقته ومصداقية الجهة الحكومية التي يمثلها. ولا يمكن للمتحدث الرسمي أن يؤدي هذه المهام الاتصالية دون امتلاك مواصفات شخصية فريدة تمكنه من التواصل الفعال، وتوظيف أدوات الإقناع، وهي تشمل الجاذبية والشغف بالموضوع، والهدوء واللباقة وحسن التصرف، وسرعة البديهة، وحسن إدارة الوقت.

ومن الجوانب المهمة التي يتضمنها الدليل ما يتصل بالأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي، والتي تتضمن التعامل مع وسائل الإعلام، حيث ينبغي للمتحدث الرسمي أن يقوم بعمله استنادا لقدر عالي من الثقة، والدقة، والقدرة على إعداد الملفات الإعلامية المناسبة، والمتابعة، وبناء الجسور مع وسائل الإعلام، والقدرة على التعامل الفاعل مع الإشاعات والأخبار المفبركة، والتي تمس الجهة الحكومية. كما يتضمن الأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي العمل مع الفريق المساند في إدارة الاتصال الحكومي في الأعداد للمؤتمرات الصحفية وتنفيذها ومتابعة نتائجها، والتضير الجيد للمقابلات التلفزيونية والإعلامية، والتعامل مع الأزمات والأخبار السيئة، وإعداد الردود المناسبة للأسئلة المرحجة، وإتقان مهارات التواصل عبر المنصات الرقمية. ويشير الدليل إلى أنه رغم أن المتحدث الرسمي لا يتولى التعامل مع الجوانب التكنولوجية المتعلقة بأدائه الإعلامي، إلا أنه لا بد له من امتلاك المعارف المناسبة بالأدوات التكنولوجية المستخدمة في صناعة ونشر الرسائل الإعلامية، مثل الأجهزة الصوتية، والكاميرات الفوتوغرافية، وكاميرات الفيديو، والمونتاج، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتجهيزات المؤتمرات عن بعد، وغيرها. فهذه المعرفة التكنولوجية تمكن المتحدث الرسمي من تحقيق أداء فاعل ونجاح في السياقات الإعلامية المختلفة التي يظهر فيها سواء كانت مؤتمرات صحفية، أو بث مباشر على منصات التواصل الاجتماعي، أو مقابلات تلفزيونية أو إذاعية، أو برامج بودكاست صوتية.

ومن الضروري الإشارة هنا إلى أن المتحدث الرسمي لا يقوم بدوره المركزي في توصيل وجهة نظر الجهة الحكومية، ونشر منجزاتها والدفاع عن مواقفها بمفرده، بل يقوم بذلك بمساعدة واسعة من فريق متكامل في إدارة الاتصال الحكومي يتولى تخطيط وإدارة الأنشطة الإعلامية، وتنسيق الفعاليات، والمقابلات التلفزيونية، وتوفير البيانات والمعلومات والمواد الإعلامية التي يحتاجها المتحدث الرسمي في أداء مهامه، مما يؤكد على أن المتحدث الرسمي لا يعمل بمفرده، بل هو جزء من فريق اتصال حكومي متكامل يستند في عمله على الإدارة والتنسيق بمستويات مهنية رفيعة.

ويطيب لأعضاء اللجنة الأكاديمية للمركز الدولي للاتصال الحكومي أن يتقدموا بالشكر الجزيل للمكتب الإعلامي لحكومة الشارقة على إتاحة هذه الفرصة لهم للمشاركة في إعداد هذا الدليل الذي يؤمل أن يساهم في تطوير أداء المتحدث الرسمي بما يخدم أهداف الاتصال الحكومي في إمارة الشارقة وفي كافة إمارات الدولة بعامة.

المؤلفون يوليو 2022

أدوار ومهام ووظائف المتحدث الرّسمي:

يقوم المتحدث الرسمي الحكومي بعدة أدوار ومهام يمكن تلخيصها كما يلي:

- عقد المقابلات والمؤتمرات الصحفية المنتظمة أو الخاصة.
- إدارة النّشاطات اليومية لمهامه في إطار إدارة الاتصال الحكومي التي يعمل فيها.
- الإسهام في وضع السياسات والاستراتيجيات الفاعلة في التعامل مع وسائل الإعلام والجمهور.
- الإجابة على استفسارات الصحفيين والإعلاميين في مختلف وسائل الإعلام.
- ترتيب المقابلات والجلسات الإعلامية للصحفيين مع الإدارة العليا والمسؤولين في الجهة التي يمثلها.
- العمل مع إدارة الاتصال الحكومي في تخطيط وإدارة الحملات الإعلامية والإعلانية لتوجيه رسائل ثابتة وطويلة الأمد.
- إطلاع المسؤولين على العلاقات مع وسائل الإعلام، وردود الفعل المحتملة للسياسات المقترحة.
- المشاركة في إعداد البيانات الصحفية ونشرات الحقائق ومطبوعات الجهة الحكومية وغيرها من المواد.
- تقييم الأداء الإعلامي بعد حدث أو أزمة لها علاقة بالجهة الحكومية.
- التفاعل مع الجمهور عبر الانترنت من خلال الحسابات الاجتماعية الخاصة بالجهة الحكومية.
- الرد على ما ينشر أو يذاع عن الجهة الحكومية التي يمثلها في وسائل الاعلام المختلفة

مفهوم المتحدث الرّسمي في سياق الاتصال الحكومي:

المتحدث الرسمي هو الشّخص الذي ترشحه الجهة الحكومية وتعتمده للتحدث باسمها أمام الرّأي العام، فضلا عن دوره الحيوي في تحسين صورة المنظمة أمام كل من الجمهور الداخلي والخارجي (فرجاني، 2015، 35). والمتحدث الرّسمي هو المسؤول المكلف بإذاعة ما يراه مناسباً من أخبار، ومعلومات، واتجاهات، وقرارات، تتعلق بالجهة الحكومية التي يمثلها وسياساتها، ومواقفها المختلفة تجاه القضايا المختلفة التي تهتم الحكومة، أو تهتم الرّأي العام ووسائل الإعلام. (البقمي، 2015، 15).

الجوانب الاتصالية للمتحدث الرسمي:

المتحدث الرسمي هو القائم بالاتصال الأول في الجهة الحكومية التي يعمل فيها، وعليه امتلاك مهارات وسمات اتصالية فاعلية من أجل تحقيق النجاح في مهامه.

1. السمات الاتصالية للمتحدث الرسمي
2. مهارات الحديث الفعّال
3. مهارات الحوار الفعّال
4. الاتصال المباشر الناجح

المواصفات الشخصية والمهنية للمتحدث الرسمي:

يعمل المتحدثون الرسميون على الترويج لمنجزات الجهات الحكومية التي يعملون فيها، ويدافعون عن سمعتها أثناء الحوادث والأزمات. ولا بد أن يتمتع المتحدثون الرسميون بمجموعة خصائص وصفات مميزة أهمها:

1. الجاذبية ونشر الألفة في التعامل مع الآخرين.
2. الاهتمام والحماس: الذي يجعل المتحدث الرسمي مقنعا ومؤثرا، وصادقا ومتقنا لما يتحدث فيه.
3. الهدوء واللباقة وحسن التصرف.
4. امتلاك مهارات الذكاء الاجتماعي: المتمثلة في القدرة على التواصل مع الآخرين، وبناء علاقات تسودها المحبة والالتزام، ومن ثم القدرة على التعامل معهم بسهولة وإقناعهم بأفكاره ورغباته عن طريق التأثير فيهم. وتشمل مهارات الذكاء الاجتماعي:
 - مهارة التحدث والحوار.
 - مهارة التعرف إلى العادات والمعايير الاجتماعية.
 - مهارة الاستماع الجيد.
 - مهارة الشعور بالآخرين.
 - مهارة تبادل الأدوار.
 - القدرة على ترك انطباع جيد.
 - تجنب الجدل.
5. امتلاك مهارات إدارة الوقت (Time Management): واستخدامه بفعالية؛ كتحديد الوقت المناسب للنشاط الصحيح، من خلال الآتي:
 - تحديد أولويات العمل والإنجاز.
 - وضع أهداف واقعية قابلة للتحقق.
 - التركيز أثناء أداء مهمة ما إلى حين إنهائها، وعدم الانشغال بما يعيق الاستمرار في إنجازها.
 - تحديد أوقات للراحة في الجدول اليومي.
 - التأكد من إنجاز كل المهام في أوقاتها المحددة.
 - التطوير المستمر من مهارة التنظيم.
6. سرعة البديهة وإدراك ما يتطلبه العارض الطارئ من رد فعل مناسب.
7. اتيكيت التعامل: ويعتمد على عدة مهارات أهمها: مهارة التحدث، ومهارة الاستماع، والابتسامه بأسلوب لبق ومهذب، والاستخدام المناسب للغة الجسد، وتجنب إظهار الغضب.

1. السمات الاتصالية للمتحدث الرسمي:



• **المصادقية:** من خلال نقل الصورة الحقيقية والصادقة عن واقع الجهة الحكومية والجهود التي تبذلها في خدمة جمهورها، من خلال:

- تجنب الأجوبة المضللة
- تفادي التعامل مع الأسئلة التي لا يمتلك لها إجابات موثوقة.
- تصحيح الأخطاء عند اكتشافها
- الاستعداد للإجابة عن الأسئلة الصعبة
- عدم التستر على الموضوع، عند التعامل مع الأنباء السيئة.

• **الدقة في نقل المعلومات.**

• **المعرفة التامة بالموضوع والمشكلة التي يتحدث فيها، وطبيعة الأحداث وتداعياتها.**

• **الإلمام بغنون ومهارات الاتصال والتواصل الفعال والتعامل مع وسائل الإعلام**

• **الإلمام بطبيعة عمل المنظمة، معاشياً لما يحدث داخل المنظمة.**

• **التحضير الجيد والتأكد من معرفتك للرسائل التي تريد توصيلها،**

• **التكلم بوضوح باستخدام لغة يستطيع الجمهور فهمها واستيعاب الأفكار والمعلومات التي يتحدث حولها.**

2. مهارات الحديث الفعال:



تعتبر مهارات الحديث من المهارات الهامة بالنسبة للمتحدث الرسمي الحكومي الذي يتضمن عمله قدرًا من التعامل مع الآخرين سواء في صورة مقابلات أ، مؤتمرات صحفية أو أحاديث هاتفية أو عبر وسائل المؤتمرات من بعد. ولا بد للمتحدث الرسمي أن يراعي الجوانب التالية عند المشاركة في الحديث:

- التوقف عن الكلام بين لحظة وأخرى أثناء الحوار حتى يعطي فرصة للمستمع للتعبير على الرسالة أو فهمها.
- مراقبة حركات وتعابير وجه المستمع جيداً حتى يتبين مدى فهمه للرسالة ودرجة اهتمامه به.
- الإنصات الجيد لتعليقات المستمعين، وعدم إعطاء أو غير مهتم بتعليقاته.
- النظر إلى وجه المستمع وتجنب الانشغال بأي شيء يؤثر على انسياب عملية الاتصال.
- استخدام نبرة الصوت التي تناسب المسافة بين المتحدث الرسمي وبين المستمع .
- تجنب استخدام الألفاظ التي تحمل أكثر من معنى أو المصطلحات الفنية التي قد يجهلها المستمع.

3. مهارات الحوار الفعال:



يتطلب عمل المتحدث الرسمي المشاركة في حوارات إعلامية (إذاعية وتلفزيونية واجتماعية) أو حوارات شخصية مباشرة (ندوات ومؤتمرات) تتعلق بالقضايا التي ترتبط بالجهة الحكومية التي يعمل فيها، وهو ما يعني ضرورة تمكن المتحدث الرسمي من المساهمة في تقديم وجهة النظر الحكومية وإقناع الأطراف الأخرى والمشاركة الجمهور العام بكل من يقول.

مهارات الحوار الفعال للمتحدث الرسمي

- تركيز الجهد الأساسي في محاولة فهم وجهة نظر الطرف الآخر.
- الاستماع للآخرين واكتساب القدرة على التلخيص والتوضيح.
- العمل على تفهم وجهة نظر الآخرين
- توجيه الأسئلة التي تساعد على فهم الآخرين والاستماع الجيد للإجابة عنها.
- خلق جو من الثقة الطيبة مع الطرف الآخر من خلال الاستخدام المناسب للغة الجسم والكلمات المشجعة والتجارب الإيجابية السابقة.

الإقناع: تتمثل المهمة الرئيسة في الاتصالات التي يشارك فيها المتحدث الرسمي في تحقيق أعلى درجة من الإقناع بما يقوله في أوساط الإعلاميين والرأي العام، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال:

- استخدام الحقائق والبيانات التي تدعم الأفكار والمقولات التي يقدمها المتحدث الرسمي.
- تقديم أمثلة لحالات وأوضاع استخدمت فيها نفس الأساليب بنجاح.
- المباشرة في تقديم المعلومات والابتعاد عن الإسهاب والتفاصيل الثانوية
- اختصار الرسالة قدر المستطاع.
- التركيز على الأفكار الرئيسية أولاً.
- توضيح ارتباط الإحصائيات والبيانات الأخرى التي يستعين بها المتحدث الرسمي بالموضوع الأساسي
- تجنب اللغة المسيئة، والمحافظة على مستوى لائق من الاحترام للآخرين

استخدام وسائل المساعدة المرئية

تساهم المساعدات المرئية في تعزيز جهود المتحدث الرسمي في تقديم رسالة واضحة ومركزة ومقنعة في السياقات الاتصالية التي يعمل فيها، وهي تشمل:



الصور



التقارير المكتوبة



النشرات المطبوعة



الرسوم البيانية
والرسوم التخطيطية



الخرائط



الرسوم المعلوماتية
"انفوجرافيك"



الرسوم
والصور التوضيحية

4. الاتصال المباشر الناجح



التواصل من خلال العين

يدل الاتصال البصري مع الآخرين على الثقة بالنفس، ويفتح آفاقاً واسعة للمتحدث الرسمي للتواصل مع الجماهير المختلفة، ويساعد على تكوين العلاقات الجيدة، ويحقق التفاعل المطلوب من خلال:

- التواصل بثبات من خلال العين.
- تجنب أخطاء التواصل بالعين مثل:
 - التحديق في أفراد الحضور لفترة طويلة .
 - النظر بعيداً أو حول المكان دون النظر إلى من يتم توجيه الحديث لهم .
 - التركيز على شخص واحد فقط من الحضور

اخطاء لغة الجسد

- الجلسة غير المريحة.
- الاقتراب الشديد من المستمعين وعدم مراعاة المسافات والخصوصية
- التجهم.
- التهديد.
- ثني الذراعين.

استخدام الصوت في اللقاءات الإعلامية والمقابلات والأحاديث المباشرة: على المتحدث الرسمي أن يراعي الجوانب التالية في أحاديثه الصوتية لوسائل الإعلام أو الجمهور:

- تعديل قوة الصوت بناء على الموقف بحيث يرفع صوته قليلاً في المواقف الخاصة بالتفاعل مع المجموعة، وخفضه عند التحدث إلى شخص واحد، مع التأكد من كون الصوت دائماً على درجة من القوة تجعل الآخرين يسمعون به سهولة.
- الاستفادة من درجة قوة الصوت للتأكيد بشكل أكبر على نقطة مهمة يريد المتحدث الرسمي توصيلها
- خفض الصوت عند التحدث عن نقاط معينة يكون له تأثير تعزيز انتباه المستمعين وتقريبه.
- تعديل طبقة الصوت حتى يكون هناك تنوع في طبقاته، وهو ما يجعل صوت المتحدث الرسمي من الأصوات المستحب الاستماع إليها، كما يزيد الرسالة بكثير من الطاقة.

سرعة الكلام

- تمثل سرعة الكلام معدل عدد الكلمات التي ينطق بها المتحدث الرسمي في إطار زمني محدد ويكون حديثه مفهومًا للآخرين.
- الاستعانة بسرعة ثابتة في الكلام من الممكن أن تساعد على التحدث بكفاءة مع مجموعات مختلفة من الناس.
- ينبغي أن يغير المتحدث الرسمي في بعض الأحيان سرعة الكلام قليلاً، وفق طبيعة الجمهور الذي يخاطبه.
- يساعد تغيير سرعة الكلام على إضفاء شكل وأهمية خاصة للكلمات الأساسية. انطق الكلمات بوضوح.
- استخدم التوقيفات من حين لآخر في الرسالة.
- التوفيق بين سرعة كلامك وسرعة كلام الأطراف المستمعة



التعامل مع الأسئلة والملاحظات

على المتحدث الرسمي أن يجيب عن الأسئلة الموجهة إليه بشكل مباشر ومختصر. واستخدام الخطوات التالية في التعامل مع الأسئلة:

- بدء الإجابة عن السؤال بشكل إيجابي.
- تقديم تفاصيل أكثر .
- إيراد الأمثلة أو القصص عند الحاجة لجذب الانتباه والمشاركة الوجدانية.
- اختتام الحديث بملخص مختصر للإجابة يتكون من جملة واحدة.
- مهارات الحوار الفعال للمتحدث الرسمي
- تركيز الجهد الأساسي في محاولة فهم وجهة نظر الطرف الآخر.
- الاستماع للآخرين واكتساب القدرة على التلخيص والتوضيح.
- العمل على تفهم وجهة نظر الآخرين
- توجيه الأسئلة التي تساعد على فهم الآخرين والاستماع الجيد للإجابة عنها.
- خلق جو من الثقة الطيبة مع الطرف الآخر من خلال الاستخدام المناسب للغة الجسم والكلمات المشجعة والتجارب الإيجابية السابقة.

المعرفة التكنولوجية للمتحدث الرسمي:

رغم أن مهارات المتحدث الرسمي الأساسية تتركز في الجوانب الاتصالية والإنسانية والفكرية التي تحدد مستوى قدرته على التعامل الفاعل مع وسائل الإعلام والجمهور العامة، وتوصيل وجهة نظر الجهة الحكومية لجميع الأطراف في سياقات إعلامية متنوعة، إلا أنه يحتاج كذلك لمستوى مقبول من المعرفة التكنولوجية بأدوات وأساليب الإنتاج الإعلامي بما ينعكس إيجاباً على دوره الاتصالي كممثل للجهة الحكومية التي يعمل فيها. وتغطي المعرفة التكنولوجية للمتحدث الرسمي الأدوات والأنظمة التكنولوجية التالية:

الإيماءات

هي حركات الجسم المؤكدة لحديث المتحدث الرسمي وما يريد أن يرسله من كلمات. والإيماءات تعزز نجاحه في الحديث للآخرين، لأنها:

- توضح وتؤكد الكلمات التي ينطقها
- تجسم الأفكار التي يعبر عنها.
- تنقل حماسه للآخرين.
- تؤثر في نظرة الآخرين للموضوعات التي يطرحها
- تضمن مشاركة الآخرين العاطفية والوجدانية مع ما يقوم بتقديمه

أنواع الإيماءات

- **الإيماءات الوصفية:** وهي التي تستخدم لتوضيح حديث المتحدث الرسمي.
- **إيماءات مؤكدة:** وتستخدم في تأكيد المقصود بحديث المتحدث الرسمي.
- **إيماءات باقتراحات:** وهي تلك التي تمثل رموزاً لأفكار يمكن أن تساعد الطرف الآخر على الحديث.
- **إيماءات مشجعة:** وهي تلك المستخدمة في حفز الآخرين على إعطاء ردود فعل مناسبة

التغذية الراجعة: تمثل التغذية الراجعة وسيلة مهمة تساعد المتحدث الرسمي في التحقق من فاعلية أبحاثه الإعلامية وكل ما ينشر حول القضايا التي يطرحها، ويمكن أن يستفيد المتحدث الرسمي من التغذية الراجعة فيما يلي:

- التأكد من أن المتلقي قادر على الاستمتاع إليه عندما تريد أن تتحدث.
- أن يكون كلامه محدداً وشاملاً في نفس الوقت، دون إسهاب أو تفصيل.
- التأكد من أن المتلقي قادر على استيعاب ما يقوله المتحدث الرسمي.
- تجنب التعميم والتركيز على حالات وأوضاع وسلوكيات محددة
- الحرص على أن يتضمن الحديث دائماً أفكاراً ومشاعر إيجابية.



الأداء الإعلامي: للمتحدث الرسمي:

1. أسس وقواعد التعامل مع وسائل الإعلام
2. تنظيم المؤتمرات الصحفية والأدوار المتوقعة للمتحدث الرسمي
3. كتابة البيانات الصحفية
4. أسس المقابلات الإعلامية وأساليبها المختلفة للمتحدثين الرسميين
5. دور المتحدث الرسمي أثناء الأزمات
6. كيفية التعامل مع الأبناء السيئة حول المؤسسة
7. كيفية التعامل مع الأسئلة العدائية والمحرجة من الصحفيين
8. مهارات التحدث عبر المنصات الرقمية
9. أبرز النماذج للمتحدث الرسمي: (نموذج المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة ووقاية المجتمع بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال جائحة كورونا).



1. الميكروفون من حيث أنواعه ووظائفه وطرق استخدامه في الحصول على صوت ذي جودة عالية في الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية واللقاءات الإعلامية والصحفية.



2. الكاميرا الفوتوغرافية من حيث أنواع الكاميرات الرقمية وكيفية عملها وشروط نجاح الحصول على صور بجودة مهنية عالية، والملحقات المرتبطة بالكاميرات الفوتوغرافية، وأنواع اللقطات والزوايا والبرمجيات المستخدمة في تحرير الصور.



3. كاميرا الفيديو من حيث مكوناتها واللقطات والحركات والزوايا، والإضاءة، وفنون المؤثرات البصرية، وطريقة استخدام الكاميرات في صناعة محتوى الفيديو، وتحريره باستخدام برمجيات معينة.



4. الرسومات الإنفوغرافية التوضيحية من حيث أنواع الرسومات المعلوماتية وأدوات صنعها وعناصر التصميم المستخدمة فيها وكيفية توظيفها في خدمة الاتصال الحكومي.



5. منصات التواصل الاجتماعي من حيث أنواعها وكيفية التعامل معها ومنهجية التواصل من خلالها، ومتطلبات صناعة المحتوى فيها وكيفية توظيفها في خدمة الاتصال الحكومي.



6. التدوين المكتوب Blogs من حيث المفهوم والأنماط المكتوبة والصوتية والفيديو، وأساليب توفير المحتوى لها، وكيفية استخدامها في تعزيز الاتصال الحكومي.



7. التحليلات الاجتماعية Social Analytics من حيث أدواتها ومنهجيات تحليلها واستخدامها في رفع مستوى التفاعل مع الجماهير في الإعلام الشبكي والشبكات الاجتماعية لخدمة الاتصال الحكومي.



8. منصات المؤتمرات المرئية والصوتية من حيث أنواعها وخصائصها وأدواتها وكيفية استخدامها في التواصل مع الأطراف المختلفة الإعلامية وغير الإعلامية.





1. أسس التعامل مع وسائل الإعلام:

على المتحدث الرسمي أن يراعي القواعد التالية في التعامل مع وسائل الإعلام والإعلاميين:

- الحرص على تقديم الرسائل الأساسية بشكل فعال في مقاطع صوتية سهلة الفهم، بطريقة واضحة وموجزة.
- يجب أن يكون المتحدث الإعلامي على دراية كاملة بمهام المؤسسة، والإلمام بمختلف الحقائق المهمة حولها من خلال:

أ. بناء الثقة:

- ينبغي أن يقتنع ممثلو وسائل الإعلام بأن ما يقوله المتحدث الرسمي لهم صحيح، ويمثل الحقيقة.
- عدم المخاطرة بسمعة المؤسسة بسبب مواد إعلامية غير دقيقة، أو وقائع لم يتم التحقق منها بعناية.
- التأكيد على أن ما يقوله المتحدث سيُفسر بشكل صحيح ومن أن المحتوى الإعلامي سيُنقل بدقة وفي الإطار المناسب.

ب. الدقة:

- التحقق من الوقائع قبل الإدلاء بالتصريح. وإذا لم تتوافر الإجابة عن سؤال ما يجب التعامل بحكمة مع وسائل الإعلام وأن يعد الصحفيين بالحصول عليها ثم يعادتها إليهم مرة أخرى.
- الحرص على دقة المعلومات والإحصائيات وهو ما سينعكس على مصداقية المتحدث الإعلامي لدى وسائل الإعلام.

ج. إعداد الملفات الإعلامية:

- تجهيز ملف إعلامي متكامل حول المعلومات الأساسية عن المؤسسة وإنجازاتها ومشاريعها الحالية والمستقبلية لإرسالها للصحفيين ووسائل الإعلام وقتما يتطلب ذلك.

د. المتابعة وتأسيس علاقة جيدة مع وسائل الإعلام:

- تقوية العلاقات مع وسائل الإعلام، سواء على مستوى العلاقات الشخصية مع القائمين بالاتصال، أو مستوى العلاقات العامة مع المؤسسات الإعلامية.

هـ. التعامل مع الشائعات والأخبار الزائفة حول المؤسسة:

- تحديد آلية واضحة لرصد وتتبع الشائعات والأخبار المتداولة بمواقع التواصل الاجتماعي ومختلف وسائل الإعلام حول المؤسسة التي تمثلها.
- المبادرة بتوفير المعلومة الصحيحة قبل انتشار الشائعات وتداولها بما يلحق الضرر بسمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.

و. دراسة وسائل الإعلام وتحليل محتواها:

- دراسة طبيعة وخصائص الصحفيين وما هي المؤسسات الإعلامية المهتمة بالمؤسسة .
- تجهيز جدول أو سجل يُظهر الجهة التي تستطيع تقديم أفضل تغطية إعلامية للمؤسسة التي تمثلها.

ز. إرشادات حول طبيعة المواد الإعلامية التي تغطيها وسائل الإعلام المحلية:

- تحديد من يقدم تغطية جيدة للمسائل المهمة بالنسبة للمؤسسة التي تمثلها.
- تحديد الصحفيين الذين ينبغي أن نركز أسلوبنا للوصول إليهم.
- تحديد تحيزات كل مصدر إن وُجدت؟ وكيفية التغلب عليها بما يخدم أهداف المؤسسة.

2. تنظيم المؤتمرات الصحفية والأدوار المتوقعة للمتحدث الرسمي:



يقصد بالمؤتمر الصحفي: «لقاء منظم يجري إعداده من قبل هيئة من الهيئات أو جهاز من الأجهزة أو مؤسسة من المؤسسات العامة أو الخاصة كأداة مصممة لصناعة الأخبار حول المؤسسة وتدعم رسالتها من خلال وسائل الإعلام، والتي تكون في الوقت المناسب وذات أهمية وبارزة وذات صلة بعمل المؤسسة».

أ. مرحلة الإعداد للمؤتمر الصحفي:

- التخطيط للمؤتمر الصحفي قبل أسبوعين على الأقل من انعقاده، إذا كان ذلك ممكناً.
- اختيار تاريخ لا يتعارض مع أي أحداث أخرى ذات أهمية إعلامية أو سياسية أخرى قد تنعكس على حضور واستجابة وسائل الإعلام.
- تحديد وسائل الإعلام المناسبة ذات العلاقة الوثيقة بالقضية أو الحدث أو المؤسسة ككل.
- تجهيز قائمة بالأشخاص الذين سيتم دعوتهم من الصحفيين والإعلاميين، والشخصيات العامة والمسؤولين والمهتمين.
- توجيه الدعوات قبل انعقاد المؤتمر بوقت كاف، متضمنه اسم المدعو والزمان والمكان للمؤتمر بكل دقة.
- تحديد عنوان المؤتمر والهدف منه ورقم اتصال بالمختصين لمزيد من المعلومات.
- التأكد من استلام الدعوات، بتذكير الجميع قبل ميعاد المؤتمر بأسبوع من انعقاد المؤتمر الصحفي.
- إعداد بيان صحفي أولي موضحاً الأسباب وراء تنظيم المؤتمر الصحفي، ومدى أهمية الموضوع لوسائل الإعلام.
- تحديد ماذا سيناقش ويطرح من قضايا متوقعة وتجهيز الردود المتوقعة حولها.
- نشر الخبر الثاني يوم انعقاد المؤتمر لتحديد المكان والزمان.
- ضمان شمول الخبر الثالث ملخصاً لأحداث المؤتمر بعد انعقاده.

ب. مرحلة تجهيز موقع المؤتمر الصحفي:

- تجهيز موقع المؤتمر الصحفي بفترة مناسبة من موعد الانعقاد.
- التأكد من تجهيز العدد الكافي من المقاعد للحضور، واختير أنظمة الصوت والإضاءة وأجهزة العرض المناسبة.

ج. مرحلة انعقاد المؤتمر الصحفي:

- الترحيب بالحضور وتعريفهم بالمتحدث الرئيسي (أو المتحدثين).
- عرض موضوع المؤتمر وأهم الرسائل التي ترغب في توصيلها لوسائل الإعلام.
- فتح الباب أمام المناقشات وطرح الأسئلة.
- اختتام المؤتمر الصحفي وتقديم الشكر للحضور على حضورهم واستجابتهم للدعوة.
- الحرص على التواجد بعد المؤتمر الصحفي لتأكيد المعلومات والإجابة على أي أسئلة.
- الحرص على أن تكون التصريحات قصيرة وموجزة أي ألا تتجاوز المدة الزمنية للمؤتمر الصحفي 20-30 دقيقة.

د. مرحلة المتابعة الإعلامية لنتائج المؤتمر الصحفي:

بعد انتهاء انعقاد المؤتمر يتم اتخاذ مجموعة من الإجراءات:

- متابعة الأخبار الصحفية والتغطيات الإعلامية التلفزيونية والرقمية حول المؤتمر الصحفي.
- التأكد من نجاح وصول الرسالة الإعلامية والتدخل السريع في حالة وجود أي لبس أو خطأ بالمعلومات.
- إعداد ملف إعلامي متكامل لتوثيق المؤتمر، وحرص على توجيه الشكر للصحفيين وكافة الفئات المشاركة.
- الحرص على تأسيس علاقات إيجابية مع مختلف وسائل الإعلام والبناء عليها مستقبلاً.
- تقديم تقرير شامل للمسؤولين عن التغطية الإعلامية للمؤتمر وتقييمها.

تنظيم المؤتمرات الصحفية الافتراضية عبر شبكة الإنترنت:

تبقى المؤتمرات الصحفية الوجيهة أداة فعالة للغاية لمشاركة أخبار المؤسسة بشكل خاص مع وسائل الإعلام والجمهور، ولكن فرضت الظروف الاستثنائية التي أحدثتها جائحة فيروس كورونا المستجد، الاعتماد على تنظيم المؤتمرات الصحفية الافتراضية.

إرشادات تنظيم مؤتمر صحفي افتراضي:

1. الجاهزية:

- الحرص على التخطيط التفصيلي لعمل المتحدث الرسمي، مهتماً للغاية عند تنظيم أي حدث،
- تكوين فكرة واضحة عن أهداف المؤتمر الصحفي، ووضع جدول زمني للتحضير.
- إعداد سيناريو مفصل للمؤتمر الصحفي وفهم جميع الإجراءات قبل وبعد البث الافتراضي.
- تحديد وسائل الإعلام التي يريد المتحدث الرسمي دعوتها إلى المؤتمر الصحفي وموعده، وكيفية دعوتها.
- تحديد موعد انعقاد المؤتمر الصحفي؟ وهل التوقيت مناسب للصحفيين والمؤسسات الإعلامية؟
- توفير خطة احتياطية في حالة وجود صعوبات فنية للبث على المنصات الرقمية؟
- اختيار المنصة الرقمية المناسبة عبر الإنترنت بالترام مع استخدام برامج مثل Zoom و Microsoft Teams و Skype
- إلخ ، حيث يعتمد اختيار النظام الأساسي الأكثر ملاءمة لك بناءً على عدة معايير أهمها:
- تحديد النظام الأساسي الأكثر توافقاً مع المؤسسة وأنها يناسب نوع المؤتمر الصحفي الذي تنظمه.
- التأكد من عمل النظام الأساسي بسلاسة على كل نظام تشغيل مشترك.
- معرفة عدد المشاركين المتوقع في المؤتمر الصحفي.
- تحديد ما إذا كان المتحدث (المتحدثون) يحتاج إلى مشاركة عرض تقديمي (PowerPoint) أو فيديو.
- معرفة إمكانية تفاعل المشاركين بنشاط وطرح الأسئلة أثناء الحدث.
- تحديد ما إذا كان هناك أي مشاركين من دول أخرى ومدى توافق موعد انعقاد المؤتمر مع توقيتات العمل لديهم.
- إرسال إرشادات للمشاركين حول كيفية الاتصال بالمؤتمر الصحفي.
- تزويد المشاركين بالعديد من خيارات الاتصال، والتي عادة ما تتضمن رابطاً مباشراً يرسل عبر بوابة البث أو عبر الهاتف الذكي أو عبر البريد الإلكتروني.
- تقديم تفاصيل واضحة ودقيقة عن جهة الاتصال التي يمكن للمشاركين الاتصال بها في حالة وجود مشاكل فنية أو أسئلة.
- ربط البث بالترام مع العرض المباشر على منصات التواصل الاجتماعي.

2. الاستعداد الجيد:

- اختبار أدوات الاتصال بالحدث وقنوات القبول للمشاركين وجودة الصوت والفيديو ومنصة البث المحددة.
- تخصيص وقت لإجراء بروفة مع المنظمين والمتحدثين، لاكتشاف أي أخطاء يمكن حلها قبل الحدث الفعلي نفسه.

3. المنظمون في الظل:

لا يعني مجرد انعقاد المؤتمر الصحفي عبر الإنترنت أن يكون المتحدث الرسمي بحاجة إلى قوة بشرية أقل لضمان نجاح الحدث. على الرغم من أن حجم الفريق المنظم سيعتمد إلى حد ما على عدد المشاركين، فمن المحتمل أن يحتاج إلى شخص ما ليكون مسؤولاً عن الدعم الفني، وقد تحتاج إلى مقدم، وسيحتاج إلى شخص يدير الغرفة الافتراضية التي يوجد بها المؤتمر يحدث، إلخ.



4. المواد الصحفية التي تقدم بعد المؤتمر:

- إرسال بيان صحفي إلى المشاركين بالطريقة المعتادة، فقد يكون اتصال الإنترنت ضعيفاً أثناء المؤتمر، ويمكن أن ينقطع لبعض المشاركين، أو قد يشتت انتباههم.
- يفضل تزويد المشاركين بتسجيل فيديو أو صوتي للمؤتمر الصحفي أيضاً.
- بعد انعقاد حدث صحفي افتراضي، يجب توضيح من الذي يمكن للصحفيين الاتصال بالمتحدث الرسمي في حالة وجود أسئلة أخرى أو إذا كانوا يريدون البقاء على اتصال مع أي من المشاركين.

3. كتابة البيانات الصحفية



البيان الصحفي هو بيان رسمي (مكتوب أو مسجل مرئياً) تصدره المؤسسة لوسائل الإعلام الإخبارية، لتقديم معلومات محددة وموجزة عن حدث ما، للترويج للمؤسسة وموقفها والتأكيد على مواقفها للجمهور العام أو المتخصصين.

سلطان بن أحمد القاسمي يت رأس اجتماع المجلس التنفيذي

بيان صحفي

المكتب الإعلامي لصاحب السمو حاكم الشارقة

المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة

في 6 سبتمبر 2022/ ترأس سمو الشيخ سلطان بن أحمد بن سلطان القاسمي نائب حاكم الشارقة نائب رئيس المجلس التنفيذي لإمارة الشارقة، صباح اليوم الثلاثاء اجتماع المجلس التنفيذي الذي عقد في مكتب سمو الحاكم.

بحث الاجتماع العديد من الموضوعات الحكومية العامة واطلع على جملة من التقارير حول أداء الدوائر والهيئات الحكومية، بالإضافة إلى مستجدات العمل في المشروعات التنموية في مدن ومناطق إمارة الشارقة.

وناقش المجلس مشروع قانون بشأن تنظيم دائرة الزراعة والثروة الحيوانية، وبعد إبداء السادة أعضاء المجلس ملاحظاتهم حول بنود ومواد مشروع القانون وجه المجلس بالأخذ بالملاحظات واستكمال الدورة التشريعية للقانون.

وناقش المجلس تقريراً حول احتياجات المناطق السكنية في إمارة الشارقة للمنشآت التعليمية وذلك مواكبة للنمو السكاني الكبير وتوزيع الأسر في العديد من المناطق الجديدة مثل ضاحيتي الرحمانية والسيوح.

وتضمن التقرير الازدياد السكاني في المناطق والأعداد الحالية المدارس الموجودة بها الخاصة والحكومية والتي تتطلب أعداداً إضافية لمواكبة النمو الكبير ولتوفير الخيارات التعليمية للطلبة بالقرب من مساكنهم.

ووجه المجلس بالتنسيق مع الجهات المعنية الاتحادية والمحلية لوضع حلول لتوفير المنشآت التعليمية في مناطق الإمارة بما يتزامن مع الخطط المستقبلية والدراسات السكانية.

وتضمن الاجتماع الاطلاع على رد مجلس الشارقة الرياضي على توصيات المجلس الاستشاري لإمارة الشارقة حول مناقشة سياسة المجلس الرياضي حيث تضمن الرد العمل على وضع التوصيات موضع التنفيذ بالتنسيق مع الجهات المعنية.

خبر صادر عن المكتب الإعلامي لصاحب السمو حاكم الشارقة - المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة

لمزيد من المعلومات يرجى التواصل مع الأنسة عائشة العوضي:

+971527674447

4. أسس المقابلات الإعلامية وأساليبها المختلفة

للمتحدثين الرسميين:



أ. التحضير الجيد للمقابلات الإعلامية:

- الاعتماد على المقابلات الإعلامية لإيصال عدد من الرسائل الاتصالية إلى الجمهور بصفة عامة أو إلى فئة معينة منهم،
- التدريب على التحضير المسبق للمقابلة، وتجنب القراءة من الأوراق في الحديث التلفزيوني كلما أمكن.
- التدريب على تقنيات المقابلة والرسائل الأساسية التي يريد المتحدث الرسمي توصيلها.
- وضع استمارة بالموقع الإلكتروني للمؤسسة لطلب تنظيم المقابلات الإعلامية لتسهيل عملية التواصل المؤسسات الإعلامية التي يرغب المتحدث الرسمي بإجراء مقابلة أو طلب تقارير أو معلومات متخصصة.
- الحرص على نقل الرسائل الرئيسة في اقتباسات قصيرة وواضحة وبلغية تصل برسالة المتحدث الرسمي على نحو ناجح.
- ربما يحتاج المتحدث لتدوين ملاحظات مختصرة ويستفيض بالشرح والتحليل.
- الحرص على تجهيز مواد مرئية تدعم حديث المتحدث الرسمي سواء في هيئة رسوم جرافيكية، انفوجرافيك، صور، فيديو... إلخ.
- التمسك بالإيجاز والجاذبية والتنوع يحقق هدف المقابلة التلفزيونية التي يجريها المتحدث الرسمي.
- الحرص على التركيز على النظر للكاميرا أو على المكان الذي يحدده له مخرج البرنامج، ويتحقق ذلك بالتدريب والممارسة الفعلية، ويمكن في هذا الإطار الاستعانة بالأجهزة الحديثة مثل الملحق «Autocue».

ب. إجراء المقابلة التلفزيونية:

- تعتبر المقابلة التلفزيونية من أصعب المواقف وأكثرها إثارة للقلق للمتحدث الرسمي، فهي تنقل بالصوت والصورة كل تفاصيل الحوار من كلمات وعبارات ورسائل لفظية، بالإضافة إلى التعبيرات والحركات والإشارات والخلفيات المرئية التي تحتاج إلى استعداد خاص للمتحدث الرسمي. وبالتالي فإن المشاهد يسمع ويرى كل ما يدور في المقابلة التلفزيونية من حوار ومناقشات ومدخلات، وربما حالات التوتر أو الارتباك في عرض المعلومات عند إجراء المقابلة.
- احرص على الإجابات الموجزة، لتصل رسالتك إلى الجمهور دون ملل أو تشويش،
- تجنب المصطلحات الفنية أو المصطلحات المتخصصة، والحرص على ألا يمتد الحديث لأكثر من دقيقة عند الإجابة على سؤال.
- تكرار الرسائل الرئيسة حتى يتذكرها الجمهور، وعدم المشاركة بكمية زائدة من المعلومات التي تشعر المشاهد بالملل.
- الحرص على أن يكون التعليق الأخير خلال المقابلة الإعلامية واضحاً وموجزاً، مع إعادة التأكيد على وجهة نظر المتحدث الرسمي الرئيسة.
- الاستعداد للمناظرات الإعلامية.
- طرح القضية الأساسية وفق آليات وقنوات يحكمها المنطق والحجج القوية قبل كل شيء.
- الحرص على تفهم الآخرين وتقبل آرائهم أو إثبات خلاف ذلك الرأي بالدليل والبرهان.
- في حالة كثرة الحجج /أو الأمثلة بالمناظرات الإعلامية، تكون الأولوية للأدلة الأكثر صلة بالموضوع وأكثرها تأثيراً على محور المناظرة وموضوعها الرئيسي.
- يُنصح بتنظيم الحجج بما يمكن من الانتقال السلس والمنطقي بينها في ظل ضيق الوقت المخصص لكل طرف.
- دراسة بنية القضية قيد التداول في المناظرة، ونقاط القوة والضعف لدى الفريق الآخر والفترة الزمنية المخصصة لخطب المتحدثين، وطريقة تسلسل الحجج التي يعرضها كل طرف.

5. دور المتحدث الرسمي أثناء الأزمات:



- يسمح أداء المتحدثين الرسميين للجمهور بالتعرف على فعل الرد، والتحقق، وبوادر حل الأزمة، وهنا تكمن أهمية كيفية تعامل المتحدث الرسمي مع الاستفسارات العامة ووسائل الإعلام بما يساعد على ترسيخ مصداقية المؤسسة وسمعتها لدى الجمهور، كذلك يساهم في انتقال الجمهور من مرحلة الأزمة إلى مرحلة الحل والتعافي.

وهنا تتركز معايير الاختيار في معرفة المتحدث الرسمي بالموضوع، وقدرته على التحدث بوضوح وثقة.

- تقديم المعلومات المتعلقة بالحدث في أسرع وقت ممكن.
- تجهيز جميع المعلومات الوثائق والأرشيف لتدعيم الإجابة على مختلف وسائل الإعلام من أجل تحقيق إعلام سريع ومتكامل خاصة أثناء حالة الطوارئ لإمداد الجمهور بالمعلومات التي يحتاجها.
- الحرص على أن تكون المعلومات توفر قدرًا كبيرًا من الثقة لدى الجمهور وتقليل مستوى الضرر سواء الأذى النفسي أو الجسدي قصير الأمد وطويل الأمد.
- يجب على المتحدث الرسمي أن يكون مستعداً للرد على مجموعة متنوعة من الأسئلة، مثل ما يلي:
 - ما هي الحادثة أو الأزمة وما مدى خطورتها (على سبيل المثال، من وماذا وأين ومتى ولماذا وكيف)؟
 - ما هي مخاطر الصحة والسلامة للأفراد والمجتمعات حول تلك الأزمة؟
 - من يدير الحدث أو الأزمة؟ وماذا يفعلون للرد على الحادث؟
- تحقيق مستوى مناسب من الاهتمام والتعاطف، بما يساعد بتكوين علاقة طيبة مع الجمهور.
- المحافظة على الهدوء وتجنب الميل إلى الإفراط في الطمأنينة، أو التقليل من خطورة الأزمة.
- إظهار الكفاءة في الاستجابة للمساعدة وبناء الثقة والاطمئنان لدى الجمهور لتقليل الارتباك وتقديم رؤية موحدة للأزمة.
- أظهر الانفتاح والشفافية، مع تطور الحدث.
- العمل عن كثب مع فريق الإعلام لتطوير الرسائل الإعلامية وجمع الحقائق وتحديد المعلومات التي يمكن الإفصاح عنها بالوقت المناسب.
- تحديد الوقت الذي سيكون المتحدث الرسمي متاحًا لوسائل الإعلام أو الجمهور وتحديد آلية التواصل مثل بيان صحفي، أو مقابلة إعلامية، أو بث تفاعلي على المنصات الرقمية.
- مراجعة العرض التقديمي المقرر عرضه خلال المؤتمر الصحفي، والتدريب على المساعدات البصرية قبل استخدامها في المؤتمر الصحفي.
- التدريب على السرد القصصي والأمثلة وأساليب الإلقاء للبيان أمام الآخرين داخل المؤسسة قبل إلقائه علانية.
- مراجعة الردود على الأسئلة المتوقعة من الحضور جنبًا إلى جنب مع أسئلة المتابعة المحتملة.
- تجنب استخدام المصطلحات المتخصصة والمختصرات التقنية أمام الجمهور وإذا اضطر المتحدث الرسمي لذلك فعليه شرحها وتبسيطها.

6. كيفية التعامل مع الأبناء السيئة حول المؤسسة:



تؤثر الأخبار السلبية على سمعة المؤسسة والعلامة التجارية ويرتكز جزء من عمل المتحدث الرسمي وفريق العلاقات العامة على التعامل الفعال مع الأخبار والأحداث السلبية المتعلقة بعمل المؤسسة، فعندما تقع الحوادث، تظهر المشكلات. فلا يوجد عمل آمن تماماً من الأحداث السلبية المحتملة التي قد تؤثر على علاقة المؤسسة بعملائها، ومع ذلك، فإن المهم هو فهم كيفية التعامل مع هذه المشكلات عند حدوثها، حتى يتمكن المتحدث الرسمي وفريقه من تخفيف الضرر وضمان عدم تأثر الصورة الذهنية للمؤسسة بهذه الأخبار، ويعتبر عدم الصدق مصدر قلق كبير في الاعتذار عن المشكلة أو الضرر الناجم عنها، والعمل من أجل الحد من التداعيات المتعلقة بالأزمة أمرًا ضروريًا لبقاء وإعادة بناء سمعة المؤسسة وهنا توجد بعض النصائح للمتحدث الرسمي للتعامل مع هذه الأزمات:

- **تعيين فريق استجابة:** يجب أن يكون لعملك بالفعل فريق استجابة سريع قبل أن تضرب الأزمة والتأكد من أن الأشخاص المناسبين يتدثرون نيابة عن المؤسسة « من المهم أن تكون المؤسسة قادرة على الاستجابة بسرعة والتحدث بصوت واحد»
- **وضع إستراتيجية متكاملة لفريق عمل وفق مهام محددة ونهج استباقي أو تفاعلي في التغطية الإعلامية للحدث.**
- **صياغة رسالة إعلامية واضحة** تركز على جمع كل الحقائق حول الحادث، يجب أن تكون صياغة الردود بما يتسق مع شفافية الموقف وتوضيح وما فعلته المؤسسة حيال ذلك - دون إلقاء اللوم على الجهات الخارجية والانفتاح على الجمهور والاعتذار له عن الأضرار، وتحمل المسؤولية عن الحدث، ووضح أنه لن يحدث مرة أخرى»
- **تحديد ومعالجة الأطراف المتضررة:** يجب تحديد الأشخاص الذين يحتاجون إلى معرفة الوضع، مثل الموظفين وأصحاب المصلحة وشركاء الأعمال والعملاء ووسائل الإعلام
- **مراقبة الوضع:** يعد تقييم صورة المؤسسة أمرًا مهمًا بشكل خاص بعد الأزمات والأخبار السيئة سيحتاج المتحدث الرسمي إلى مراقبة الاتصالات الواردة والصادرة لمعالجة تساؤلات أو مخاوف الجمهور، وأصحاب المصلحة عن منظمة ما في أي وقت معين ومراقبة الاتجاهات السلبية قبل أن تصبح مشكلة أكبر وتتقل إلى وسائل الإعلام.
- **مراجعة الموقف كاملاً واستخلاص الدروس منه بمجرد انتهاء الأزمة.**

7. كيفية التعامل مع الأسئلة العدائية والمرحجة من الصحفيين:



- توقع الأسئلة الصعبة أو العدائية التي يمكن أن يقابلها خلال المقابلات الإعلامية أو المؤتمرات الصحفية وإعداد تصور محدد للإجابة عليها.
- إذا تم طرح أسئلة سلبية على المتحدث الرسمي أو تناولت موضوعات مثيرة للجدل، يجب على المتحدث الرسمي يظل هادئًا ومتناسكًا حتى لا ينعكس ذلك على أدائه أثناء المؤتمر الصحفي.
- قد تكون الإجابة المناسبة عن سؤال صعب أو يحتوي على مغالطات ما يلي: «هذا سؤال جيد، ولكنه ليس ضمن مجال هذا المؤتمر الصحفي، فنحن نركز اليوم على...».
- إذا كان السؤال منطقيًا ولكنك لا تملكون الجواب عنه فلا بأس بالاتصال لأحد عناصر فريق العمل من المتخصصين قد يعرف الإجابة والعودة إلى الصحفي لاحقاً.
- تجنب عبارة «لا تعليق» لأن هذا يبدو أمام الصحفيين أنك غير جدير بالثقة.»
- إذا تم تقديم معلومات أو إحصائيات غير مألوفة لك أو يشك بمصداقيتها، فعلى المتحدث الرسمي أن يقول إنه ليس على دراية بها وبالتالي لا يمكنك التكهن بها.

- إبطاء وتيرة التحدث: عندما يكون المتحدث الرسمي متوترًا أو متحمسًا، فقد يبدأ في التحدث بسرعة أكبر.
- التدريب على محتوى المقابلة، والسرعة. أثناء المقابلة، إذا لاحظ المتحدث الرسمي أن خطابه قد تسارع، فلتوقف مؤقتًا ويطأ.
- تجنب استخدام اللغة السلبية حتى لو كان المحاور لديه بعض المواقف الهجومية نحوك أو حتى داخل المؤتمرات الصحفية، -على المتحدث الرسمي الحوص على أن يكون صادقًا، لا يحاول إخفاء المعلومات السلبية. بدلاً من ذلك، فعليه أن يدع القائم بإجراء المقابلة يعرف ماذا يقوم به لحل المشكلة أو الأزمة.
- تجنب تكرار أي لغة سلبية قد يستخدمها المراسل الصحفي أو القائم بإجراء الحوار، لأن هذا أسلوب شائع في العمل الإعلامي ومع ذلك، من المهم ألا يتستر المتحدث على المعلومات السلبية أو يتجنب الأسئلة الصعبة أيضًا.
- الحرص على الرد على المزاعم والالتزامات السلبية وتفنيدها دون تكرارها: تكرار أي رسالة يعزز تأثيرها، إذا كرر المتحدث اتهامًا سلبيًا، فقد بحسب هذا جزء من الرسالة الرسمية للمتحدث.
- استخدام مصطلحات إيجابية أو محايدة واحرص على اقتراح قواعد أساسية لضمان النظام والسماح لمن لديهم وجهات نظر معارضة فرصة أن يسمع.
- توفير وقت متساو لوجهات النظر المخالفة بين الحاضرين. هذا سوف يساعد امتصاص حالة الغضب والعداء والبعد في الرد باستخدام عبارات مثل «أنا أتفهم سبب غضبك، إجابتكإلخ».

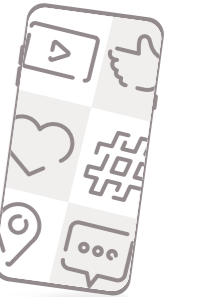
8. مهارات التحدث عبر المنصات الرقمية:



وفرت وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية خيارات متنوعة ومميزة لإيصال الرسائل والاستفادة من التعليقات من جماهير متنوعة، ونشر الأخبار العاجلة من أجل تغطية متعمقة.

التحدث عبر موقع فيسبوك:

- يمكنك الاعتماد على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي pages، كخيار أمثل لمشاركة البيانات الصحفية مع مستخدمي منصة فيسبوك، لمشاركة الروابط والصور ومقاطع الفيديو ونماذج المحتوى الأخرى.
- الحرص أن تكون العناوين الرئيسية على فيسبوك قصيرة، وموجزة ومعبرة، وتوصي المنصة باستخدام 40 حرفًا لصياغة عنوان مميز.
- يمكن للمتحدث الرسمي الاعتماد على خاصية البث المباشر على (Facebook Live) للوصول إلى أكبر عدد من المتابعين.



- تتيح خاصية البث المباشر عبر المنصات الرقمية التفاعل السريع للمتحدث الرسمي مع الجمهور ما يلي :
 - يمكنك تلقي أسئلة الجمهور والرد عليها مباشرة حول البيان الإعلامي من المتحدث الرسمي.
 - إعداد إحاطة إعلامية عن حدث إخباري عاجل.
 - استضافة مقابلة أو حلقة نقاش أو أي أشكال أخرى إبداعية من المحتوى المباشر.
 - الإعلان عن الفعالية في وقت مبكر، لتساعد في زيادة الترقب والمتابعة.
 - اختيار عنوان مميز حتى يترقب الجمهور الفيديو الخاص بك.
 - الحرص كمتحدث رسمي على طرح الأسئلة وتجاوب مع الجمهور لمزيد من التفاعل مع البث المباشر.

- استخدام خاصية القصص Stories لنشر مقاطع الفيديو والصور لعرض أهم المقتطفات من البيان الصحفي، أو مشاركة بعض الأفكار السريعة، أو نشر الصور ذات العلاقة المؤتمر الصحفي.

موقع (Twitter):



- الحرص على أن يكون للمتحدث حساب رسمي موثق على موقع Twitter لعرض القرارات الخاصة بمؤسستك، المشاركة في المحادثات وتقديم تحليلات عن أحداث الساعة، ومتابعة ما ينشر حول المؤسسة ونشر البيانات الصحفية.
- الاعتماد على الإيجاز الشديد للتغريدة المنشورة بالتركيز على جوهر الموضوع والفكرة الرئيسية بالبيان الصحفي، باستخدام 280 حرفًا فقط، ومدة مقاطع الفيديو في حدود دقيقتين و20 ثانية.
- الحرص على تدعيم البيان الصحفي على تويتر بالصور والنصوص والمستندات والفيديو.
- تنويع المؤثرات البصرية التي تعتمد عليها لإبراز المحتوى، بإرفاق الصور أو مقاطع الفيديو أو الرسومات في تغريدتك على ويمكن للمتحدث الرسمي إضافة صور متعددة إلى منشور.
- إضافة عناصر أخرى إلى تغريدات المتحدث الرسمي حيث يستفيد من ميزات Twitter التي تتيح لك إرفاق صور GIF، أو إجراء استطلاعات رأي، أو إضافة الرموز التعبيرية أو وسم Hashtags.....إلخ.

9. نموذج المتحدث الرسمي لوزارة الصحة ووقاية المجتمع

خلال أزمة كورونا:



ظهر فيروس كورونا المستجد عام 2019 م في مدينة ووهان الصينية، وسرعان ما تحول إلى أزمة دولية، كجائحة عالمية أثرت بالسلب على حركة الحياة في أنحاء العالم، وأثرت على النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، مما دفع الحكومات إلى اتخاذ إجراءات استثنائية في محاولة لتجسيم انتشار الفيروس.

شكل الزخم الكبير من المعلومات المشكوك في صحتها على منصات التواصل الاجتماعي تحدياً كبيراً أمام الجهات الرسمية بكم كبير من الأخبار المزيفة دفعت رئيس منظمة الصحة العالمية للقول: «نحن لا نقاتل فيروسا بل وباء معلوماتياً».

وهو ما أثر على انتهاج المتحدثين الرسميين بالدول المختلفة لاستراتيجيات متنوعة لاحتواء الموقف وتبديد المخاوف، وتحديد مصادر رسمية للمعلومات تكون محل ثقة لدى الجمهور، وتصحيح المعلومات الخاطئة وتغيير وجهات النظر المغلوطة حول الفيروس وكيفية انتشاره واللقاحات والأدوية المتداولة لعلاج الإصابة بالمرض، ومن ثم التأثير في الرأي العام.

أهم العوامل التي أسهمت في نجاح تجربة المتحدث الرسمي للقطاع الصحي خلال أزمة كورونا

- **الشفافية والمصادقية والإجابة** على تساؤلات الجمهور وإمداده بمختلف الحقائق أولاً بأول وخلق حالة من الثقة مع الجمهور بعرض المعلومات والبيانات الصحية والتقارير حول أعداد المرضى والوفيات والأعداد التي حصلت على التطعيمات المختلفة.
- **تطوير أسلوب العملية الاتصالية** مع الجمهور وتنوعها بين اللقاءات التلفزيونية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما ساعد في إدارة الأزمة الصحية إعلامياً بنجاح وتعزيز فكرة التباعد الاجتماعي والالتزام بالإجراءات الاحترازية.
- **تنوع الحجج والاستمالات الإقناعية** في استخدام الأدلة والبراهين مما أسهم في نجاح حملات التعقيم الوطني والالتزام بالإجراءات الاحترازية وحملة التطعيم باللقاحات بما ساعد في رفع الروح المعنوية لدى الجمهور وبناء تضامن واسع بين المواطنين والمقيمين لمواجهة الوباء.

- استخدام لغات متعددة وأساليب إعلامية متنوعة تناسب تنوع الجنسيات الذي تتميز به دولة الإمارات بما يسهل من وصول الرسالة الإعلامية للمتحدث الإعلامي لمختلف فئات الجمهور حول مستجدات فيروس كورونا بعدة لغات تشمل اللغة العربية والإنجليزية والهندية « الأردو » والملايالية... إلخ، سواء عبر البث التلفزيوني والإذاعي أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- وضوح الرسالة الإعلامية من حيث جودة المعلومات ودقتها، الترتيب المنطقي للأفكار وتحديثها أولاً بأول وعرض الأخبار والمعلومات الخاصة بالأزمة بطريقة موضوعية وخاصة عند تناول السياسة العامة لدولة الإمارات العربية المتحدة، في مواجهة الفيروس وتوضيح الموقف الوبائي اليومي وأن يكون كل ما يختص بالموقف الوبائي للفيروس من خلال وزارة الصحة ووقاية المجتمع والجهات الصحية كونها المسؤولة فقط عن الإعلان عن أي معلومات صحية وإصدار واعتماد الإرشادات الصحية في الدولة، فيما يمنع على أي شخص نشر أو تداول الإرشادات الصحية في ضوء الجهود الحكومية لتعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور، وتزويدهم بالحقائق والإرشادات والإجراءات الصحية.
- الحضور الفعال في مختلف الأحداث وتبسيط المعلومات الصحية حول الفيروس والرد الدوري على وسائل الإعلام.
- تنفيذ الشائعات على نحو سريع وضبط الانفعالات في المواقف والأزمات الطارئة خلال جائحة كورونا بالإضافة إلى امتلاك معلومات وافية ومتخصصة عن جائحة كورونا محلياً وعالمياً بالاستناد على الدراسات الحديثة والإحصائيات الدقيقة من مصادر موثوق بها وذات مصداقية وثقل عالمي ومن خلال متحدثين وخبراء متخصصين، ومصادر حكومية معتمدة، بعيداً عن مروجي الشائعات والأخبار المغلوطة أو غير المعلنة رسمياً.
- الاعتماد على مختلف وسائل الإعلام المسموعة أو المقروءة أو المرئية، بالتوازي مع وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية أو وسائل تقنية المعلومات أو غيرها من طرق النشر أو التداول بالإضافة إلى الاعتماد على الوسائل الإيضاحية الحديثة لتوصيل المعلومة باستخدام الانفوجرافيك، الموشن جرافيك، الفيديوهاات بالتزامن مع استضافة الخبراء والمختصين بالمؤتمرات الصحفية.
- اتسم أسلوب المتحدث بالدقة في إثبات المصادر والأرقام والأسماء والتواريخ والإحصائيات والالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في تفسير الأحداث وتطورات الأزمة عبر تزويد الجمهور ووسائل الإعلام ببيانات متتالية عن الأزمة.

نموذج الإحاطة الإعلامية لحكومة الإمارات حول مستجدات فيروس كورونا المستجد

- بذلت قيادة دولة الإمارات جهوداً حثيثة للحفاظ على صحة وسلامة المجتمع، وذلك من خلال تمكين القطاع الصحي ودعم الكوادر المؤهلة، وتوفير كافة الموارد الطبية اللازمة لمواجهة تداعيات فيروس كوفيد-19- وكان لتعاون المتحدث الرسمي عن القطاع الصحي في الدولة مع جميع الجهات منذ بداية الجائحة على الاستباقية في تفعيل خطة الاستعداد والتأهب للأوبئة وبالتركيز على معطيات رئيسية تشمل تأهيل فرق الاستجابة والرد وضمان استدامة البنية التحتية. والعرض اليومي لتطورات الفيروس وانتشاره بحضور مختلف وسائل الإعلام والتأكيد على الالتزام بالإجراءات الاحترازية والوقاية من الخطوات الأساسية للحفاظ على الصحة والسلامة والحماية من الإصابة، والتأكيد على أهمية إجراء الفحوصات المخبرية الدورية والتي من شأنها الحفاظ على الصحة والسلامة من خلال الكشف المبكر للإصابة، ودعوة أفراد المجتمع المحافظة على الجهود الوطنية المبذولة والتحلي بالمسؤولية المجتمعية. ومن أبرز العناصر التي أسهمت في نجاح الإحاطة الإعلامية كما توضحها د. فريدة الحوسني المدير التنفيذي لقطاع الأمراض المعدية في مركز أبوظبي للصحة العامة والمتحدث الرسمي باسم القطاع الصحي ما يلي :⁽¹⁾
- سرعة الإجابة عن الأسئلة الشائعة للجمهور ووسائل الإعلام الاستعانة بمتحدثين متخصصين في علم الوبائيات والأمراض المعدية، والتعامل المستمر مع المؤسسات الصحية العالمية خلال الأزمات الصحية وتطورها.
 - إبراز الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة والتعامل مع مختلف فئات الجمهور والقنوات الإعلامية بمرونة كبيرة وفق استراتيجيات متوازنة تعزز التكامل والترابط بين الأجهزة والجهات المعنية في الدولة وبالتزام وتعاون من أفراد المجتمع.
 - تمثيل المؤسسة الصحية من خلال متحدث رسمي مؤهل ومتخصص بالأمراض الوبائية مما خلق قنوات تواصل إعلامية ناجحة وبناء الثقة مع الجمهور كهمزة الوصل مع الجمهور دون تحريف الرسالة الإعلامية
 - قدرة المتحدث الرسمي على التفاعل والإلمام الكامل بثقافة المؤسسة التي يمثلها والقيم المبادئ والأولويات التي يعبر عنها من خلال رسائل غير مباشرة قد يستشعرها الجمهور من خلال متابعتهم للمتحدث الرسمي.
 - التعامل مع الأزمات الطارئة بمرونة وتقليل حالة القلق والخوف والتعامل بإيجابية والسيطرة على الانفعالات حتى في أصعب المواقف وامتلاك القدرة على الظهور في أصعب المواقف بصورة إيجابية منها على سبيل المثال فترات الإعلان عن برنامج التعقيم الوطني من أكثر الفترات حساسية للتعامل مع الحالات الإيجابية للفيروس، والتنسيق مع فرق العمل والقدرة على تحمل الضغوط وتهيئة الجمهور للتعامل بإيجابية وتفاؤل.
 - المرونة في التعامل مع المواقف المختلفة من صحفيين وإعلاميين من خلفيات ثقافية مختلفة وتقبل الرأي الآخر حتى لو كان هناك خلاف في وجهات النظر.

⁽¹⁾ <https://www.youtube.com/watch?v=CoGSqGAVhJg&t=172s>

- استخدام لغات متعددة وأساليب إعلامية متنوعة تناسب تنوع الجنسيات الذي تتميز به دولة الإمارات بما يسهل من وصول الرسالة الإعلامية للمتحدث الإعلامي لمختلف فئات الجمهور حول مستجدات فيروس كورونا بعدة لغات تشمل اللغة العربية والإنجليزية والهندية « الأردو » والملايالية... إلخ، سواء عبر البث التلفزيوني والإذاعي أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- وضوح الرسالة الإعلامية من حيث جودة المعلومات ودقتها، الترتيب المنطقي للأفكار وتحديثها أولاً بأول وعرض الأخبار والمعلومات الخاصة بالأزمة بطريقة موضوعية وخاصة عند تناول السياسة العامة لدولة الإمارات العربية المتحدة، في مواجهة الفيروس وتوضيح الموقف الوبائي اليومي وأن يكون كل ما يختص بالموقف الوبائي للفيروس من خلال وزارة الصحة ووقاية المجتمع والجهات الصحية كونها المسؤولة فقط عن الإعلان عن أي معلومات صحية وإصدار واعتماد الإرشادات الصحية في الدولة، فيما يمنع على أي شخص نشر أو تداول الإرشادات الصحية في ضوء الجهود الحكومية لتعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور، وتزويدهم بالحقائق والإرشادات والإجراءات الصحية.



فريق عمل المتحدث الرسمي:

- نقل المعلومات بأسلوب مبسط ومشوق وتلمس ردود فعل الجمهور فيما ينقله من معلومات، وقياس الرأي العام من خلال فريق العمل متكامل للتعامل مع الأزمة من خلال فريق الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث ومسؤولو الاتصال الحكومي، خبراء في المجال الصحي والإعلامي، وفريق الرصد الإعلامي للأخبار والمعلومات لقياس ردود الأفعال من خلال استطلاعات الرأي، تفاعل الصحافة العالمية والمحلية، رصد الموضوعات الأكثر تداولاً وشيوعاً Trends من خلال حوار تفاعلي لتقليل القلق لدى الجمهور.
- تبنى استراتيجية واضحة في الظهور الإعلامي للمتحدث الرسمي وفق توقعات معروفة ومحددة مما وفر حالة من الترقب والانتظار من المجتمع لدور المتحدث الرسمي وموعد الإحاطة الإعلامية وفق استراتيجية مرنة الحديث مع وسائل الإعلام وتحديد الفئة المستهدفة من الجمهور لاختيار القنوات الإعلامية الملائمة وإجراء تقييم دوري لمختلف التغطيات الإعلامية وتحديد الأولويات في أقل مدة وأكثر تأثير، مما سهل في الوصول لكثير من الشرائح المختلفة بحضور مختلف وسائل الإعلام ثم يوزع على مختلف القنوات الإعلامية للوصول إلى أكبر شريحة من مجتمع الإمارات ومتابعة التأثير بعد نشر الإحاطة الإعلامية.
- الترجمة الفورية المكتوبة والمنطوقة للإحاطة الإعلامية للعديد من اللغات مثل الإنجليزية والأردو والفرنسية، والاعتماد على لغة الجسد وتوصيل الرسالة الإعلامية لمختلف الفئات ومنها أصحاب الهمم وضعاف السمع.
- التواصل المستمر مع الجمهور مما أسهم في بناء الثقة للمساعدة في تغيير ثقافة التباعد الاجتماعي والالتزام بالإجراءات الوقائية ومنها ارتداء الكمامات وشرح المعلومات الصحية بشكل مبسط.

1. مهام ومسؤوليات فريق عمل المتحدث الرسمي

2. إدارة فريق عمل المتحدث الرسمي



1. مهام ومسؤوليات فريق عمل المتحدث الرسمي:

هناك بعض الخبرات التي يمكن أن تكون ضمن فريق عمل المتحدث الرسمي والتي يرتبط وجودها بطبيعة الموقف أو القضية أو الازمة التي يتم التعامل معها، ومنها:

المحرر الإعلامي:

تحرير البيانات الصحفية والأخبار التي يتم التصريح بها في المؤتمرات الصحفية أو إرسالها إلى وسائل الإعلام. وتأتي أهميته في الحالات التي تتطلب إصدار بيانات بصورة دورية عند متابعة قضية أو أزمة وإحاطة وسائل الاعلام بتطوراتها.

باحث:

- البحث عن المعلومات وتدقيقها سواء المعلومات التي تخص القضية أو الأزمة، والمعلومات التي تخص المنظمة وأعمالها وأنشطتها، والمعلومات المرتبطة بمجال عمل المنظمة والسوق أو المجتمع الذي تعمل من خلاله، وكذلك المعلومات ذات الصلة الدولية.
- توفير نتائج البحوث والدراسات والإحصائيات المناسبة ووضعها في متناول المتحدث الرسمي لاستخدامها في توصيل وجهة نظر الجهة الحكومية للإعلام والمجتمع.
- توفير التحليلات للبيانات Data Analytics المتعلقة بمستويات التفاعل مع الرسالة الاتصالية للجهة الحكومية لتدعيم موقف الجهة الحكومية بحيث يستفيد منها المتحدث الرسمي في تدعيم موقف الجهة الحكومية في وسائل الإعلام.

منتج محتوى:

- إنتاج المواد الإعلامية لكي تكون صالحة للنشر الرقمي أو إرسالها لوسائل الاعلام، ومن مهامه توفير المحتوى الإعلامي الصحفي والإذاعي والتلفزيوني والرقمي متعدد الوسائط للمتحدث الرسمي لمشاركته مع وسائل الإعلام والأطراف الأخرى فيما يتعلق بالقضايا التي يتحدث حولها المتحدث الرسمي ويتضمن ذلك إنتاج النصوص الرقمية التفاعلية، إنتاج الصور الرقمية وتحريرها، وإنتاج تغطيات الفيديو والأفلام القصيرة وتحريرها.
- تدعيم المحتوى الحكومي على الإنترنت وتحديثه باستمرار لمساعدة المتحدث الرسمي على توظيفه في علاقاته الإعلامية.

مسئول تواصل اجتماعي:

ويتولى مهمه إدارة ومتابعة حسابات التواصل الاجتماعي الرسمية للمنظمة والتفاعل مع مستخدميها والرد عليهم، وكذلك متابعة ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة حول القضية أو الأزمة، إلى جانب متابعة الوسوم الخاصة بالموضوع ورصد انتشارها والتفاعل معها.

مترجم ومدقق لغة:

ويتولى مهام الترجمة إلى اللغة الأجنبية المطلوب التواصل من خلالها مع وسائل الإعلام والتي غالباً ما تكون الإنجليزية، وكذلك مدقق لغة للتحقق من سلامة اللغة العربية المستخدمة.

خبير قانوني:

الرصد القانوني للقرارات الخاصة بالقضية، وكذلك التأكد من سلامة الموقف القانوني لما يصدر عن المنظمة من معلومات وتصريحات ومدى التزامها بقوانين المعلومات والإعلام في الدولة، والتأكد من التزام ردود أفعال المنظمات والجمهور من حيث التزامها القانوني.

استشاري تواصل:

تقديم استشارات التواصل الفعال للمتحدث الرسمي من حيث الظهور الإعلامي والتفاعل مع الإعلام والرأي العام، والتمكن من أدوات التواصل خلال المؤتمرات الصحفية، والتعامل المهني والنفسي السليم مع المواقف المختلفة. وكذلك التمكن من الظهور الإعلامي عبر البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وإجراء المداخلات الهاتفية مع البرامج باحترافية.

فني (تقني):

توفير الخدمات والتجهيزات الفنية من أجهزة تسجيل صوتي وكاميرات وأجهزة حاسوب لتيسير تفاعل المتحدث الرسمي مع الإعلام والمجتمع دون حدوث أخطاء فنية وبخاصة في حال استخدام وسائل وبرمجيات التواصل الصوتية والبصرية للمؤتمرات واللقاءات.

2. إدارة فريق عمل المتحدث الرسمي:



يقوم المتحدث الرسمي في الجهات الحكومية بمهامه ضمن فريق متكامل من العاملين في إدارة الاتصال الحكومي ويتولى توفير المساندة الإعلامية والمعرفية واللوجستية لضمان نجاح تلك المهام. ولا يعمل المتحدث الرسمي بالضرورة كرئيس للفريق، بل هو عضو مركزي فيه، وجميع أفراد الفريق، بمن فيهم المتحدث الرسمي، يتبعون لإدارة الاتصال الحكومي في الجهة الحكومية.

وتتضمن إدارة فريق عمل المتحدث الرسمي جانبين، هما الجانب الاستراتيجي المتعلق بالأنشطة ذات المردود الاستراتيجي Strategic بعيد المدى، والعمليات Operational المتعلقة بالفعاليات القصيرة المدى، والتي يؤديها المتحدث الرسمي:

الجانب الاستراتيجي في إدارة الفريق المساند للمتحدث الرسمي، ويشمل:

- التخطيط الاستراتيجي لعمل المتحدث الرسمي لتحقيق أهداف إدارة الاتصال الحكومي والجهة الحكومية بعامه.
- وضع المؤشرات الاستراتيجية لعمل المتحدث الرسمي بما فيها مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs
- إستقطاب الكفاءات والمواهب الإعلامية والإدارية للفريق المساند للمتحدث الرسمي ضمن خطط توظيف واضحة.
- وضع خطة سنوية لإدخال ودمج التقنيات والتجهيزات والموارد الرأسمالية التي تساند عمل المتحدث الرسمي مثل الكاميرات وأجهزة الحاسوب وأنظمة الاتصال وصناعة المحتوى الإعلامي وتحديثها وفقاً لتطور العمل الإعلامي.
- تأسيس قواعد البيانات والموارد الإعلامية وأرشفتها إلكترونياً بهدف ضمان وصول المتحدث الرسمي إليها عند الحاجة.
- وضع استراتيجية لبناء علاقات الشراكة والتشباك مع المؤسسات الإعلامية والأطراف ذات العلاقة لتسهيل تعاون المتحدث الرسمي معها
- بناء القدرات المهنية والمعرفية للمتحدث الرسمي وللفريق بشكل دوري من أجل مواكبة التحولات التكنولوجية في التواصل وصناعة المحتوى وإدارة الفعاليات والأنشطة
- اعتماد الخطط التقييمية الاستراتيجية للأداء من خلال البحوث وأدوات التقييم المختلفة للتحقق من تحقيق أهداف استراتيجية مثل بناء السمعة، وتحقيق الانتشار الإعلامي، وتعزيز الهوية المؤسسية للجهة الحكومية.

جانب العمليات /اليومي في إدارة الفريق المساند للمتحدث الرسمي، ويشمل:

- وضع الخطة اليومية لعمل المتحدث الرسمي من حيث الفعاليات والأنشطة التي يشارك فيها
- ضمان توفير المواد البشرية والفنية اللازمة لإنجاح عمل المتحدث الرسمي في المؤتمرات الصحفية والمقابلات الإعلامية، وغيرها.

- مد المتحدث الرسمي بالمواد الإعلامية التي يحتاجها في مشاركته الإعلامية مثل الصور والفيديوهات والنصوص الصحفية والرسومات التوضيحية والإنفوغرافية.
- مد المتحدث الرسمي بالبيانات البحثية والحقائق العلمية التي يحتاجها في سياقات تعامله مع وسائل الإعلام
- تقديم الدعم الفني واللوجستي للمتحدث الرسمي عند قيامه بالتواصل مع الإعلام والأطراف ذات العلاقة عبر منصات التواصل الاجتماعي وأنظمة المؤتمرات من بعد.
- تحديد المهام التي يقوم بها الفريق وفقاً لاختصاصاته ومجالات عمله التي قد تكون فنية أو إعلامية أو بحثية أو لوجستية/تنظيمية.
- رصد وتوثيق الأنشطة الإعلامية للمتحدث الرسمي ووضعها في متناول إدارة الاتصال في الجهة الحكومية
- تطوير أجندة شهرية للأنشطة والفعاليات التي تتطلب مشاركة لمتحدث الرسمي من مقابلات إعلامية ومؤتمرات صحفية وحوارات صحفية.
- بناء إجراءات عمل قياسية Standard Operating Procedures واضحة مع الفريق بما يضمن تحقيق المستهدفات
- وضع قواعد واضحة لتقسيم العمل Division of Labor داخل الفريق من أجل ضمان التداخل في المهام وتجنب التكرار في العمل وتحقيق أعلى درجات المسؤولية.

شروط نجاح المتحدث الرسمي في العمل مع أعضاء الفريق المساند

- كما أشرنا سابقاً، فإن المتحدث الرسمي لا يكون بالضرورة رئيساً للفريق المساند، بل هو عضو مركزي فيه، ويحتاج دائماً لبناء علاقات تنسيقية مستدامة وشفافة مع أعضاء الفريق، من خلال:
- الاتصال الفعال مع أعضاء الفريق بشكل ثنائي الاتجاه وتفاعلي ومتوازن وواضح.
- التقدير المستمر لمساهمات أعضاء الفريق في نجاح مهام المتحدث الرسمي في سياقات إعلامية وإدارية مختلفة.
- الشفافية في التعامل مع أعضاء الفريق من حيث أهداف المهام والمتطلبات والأطر الزمنية والمساهمات المطلوبة.
- التخطيط المسبق في التعامل مع المهام المبرمجة بشكل يكون فيه أعضاء الفريق على اطلاع مسبق بالمتطلبات والاحتياجات.
- تبني المنهج التعاوني Collaborative في التعامل مع أعضاء الفريق
- التقييم المستمر للأداء واستخلاص العبر والدروس.

