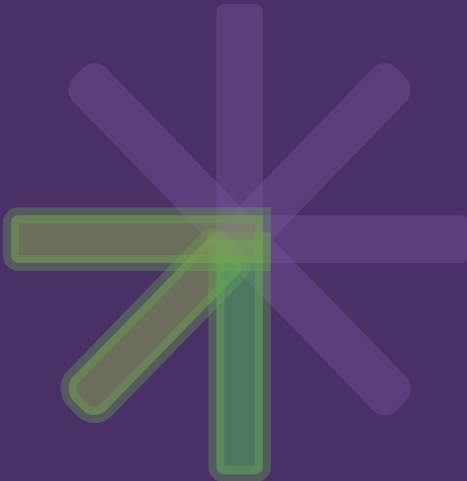


دورة العلاقات الإعلامية الحكومية: المتحدثون الرسميون والإحاطات الصحفية وتخطيط المكتب الصحفي

2 – 6 نوفمبر 2026

الدار البيضاء





دورة العلاقات الإعلامية الحكومية: المتحدثون الرسميون والإحاطات الصحفية وتخطيط المكتب الصحفي

المرجع: 27803_510 التاريخ: 2 - 6 نوفمبر 2026 المكان: الدار البيضاء الرسوم: GBP 4000

ملخص البرنامج

العلاقات الإعلامية الحكومية محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لمديري الاتصال ورؤساء المكاتب الصحفية وكبار المسؤولين، ويخرج منها كل مشارك بخطة مكتب صحفي لحاجة اتصالية واحدة قائمة. تحتاج الجهات العامة إلى إطلاع المواطنين والرد على الصحافة بدقة مع بقاء الرسائل متسقة بين المؤسسات. وينتقل البرنامج من التفويض وأدلة الجمهور إلى تصميم الرسائل والإحاطات والاستجابة للأزمات، ثم يطبق كل أداة على قضية واحدة. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في العلاقات الإعلامية الحكومية لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

يظهر ضعف التعامل مع الإعلام في الجهة العامة سريعاً في بيانات متناقضة وردود بطيئة وشائعات تملأ الصمت. أما القادة الذين يديرون العلاقات الإعلامية الحكومية بتفويض واضح ومتحدثين مهينين وآلية استجابة مجربة فيحمون ثقة الجمهور، ويوفرون للوزراء والفرق الفنية قناة موثوقة إلى الصحافة.

- اتساق الرسائل: يتحسن حين تستمد البيانات من بيت رسالة متفق عليه وتشاركها المؤسسات.
- زمن الرد على استفسارات الصحافة: يقصر حين تعد بنوك الأسئلة والبيانات المؤقتة والمذكرات الإحاطية مسبقاً.
- الثقة في المعلومات الرسمية: تقوى حين يخطط الاتصال ويستند إلى الأدلة ويقوم بدل أن يكون ردة فعل.

المبادئ والأساس المعرفي

- توصية مجلس OECD بشأن الحكومة المفتوحة: تعد الاتصال العام وظيفة حكومية أساسية، وتستند إليها أعمال التفويض في الجلستين 1 و2.
- تقرير OECD عن الاتصال العام: يوجه النهج الاستراتيجي القائم على الأهداف وفهم الجمهور والتنسيق والتقييم في الجلسات من 2 إلى 4.
- مبادئ OECD للاتصال العام: تفصل الاتصال المؤسسي عن الرسائل الحزبية وتضبط قواعد المتحدث والإحاطة في الجلستين 3 و4.



المشاركون المستهدفون

- مدبرو الاتصال الذين يضعون النهج الإعلامي لوزارة أو جهة.
- رؤساء المكاتب الصحفية الذين يديرون الإحاطات والاستفسارات والتعامل اليومي مع الإعلام.
- كبار المسؤولين الذين يتحدثون باسم الجهة أو يعتمدون البيانات العامة.
- المستشارون الذين ينسقون الرسائل بين عدة مؤسسات.
- مدبرو الأزمات والمعلومات الذين يتعاملون مع الشائعات والمعلومات المضللة.

يأتي المشاركون عادة من قطاعات الصحة والنقل والتعليم والإدارة البلدية.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تحديد تفويض الاتصال العام لمؤسسة وفصله عن الرسائل الحزبية.
2. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص التغطية الإعلامية وفجوات الجمهور استنادا إلى الأدلة.
3. سيكون المشاركون قادرين على بناء بيت رسالة ومذكرة إحاطة لقضية مختارة.
4. سيكون المشاركون قادرين على تقييم أداء المتحدث الرسمي في مقابلة تدريبية.
5. سيكون المشاركون قادرين على تصميم بروتوكول للاستجابة للآزمات والمعلومات المضللة.
6. سيكون المشاركون قادرين على تحرير خطة مكتب صحفي بمقاييس للنتائج.

هيكل البرنامج

اليوم 1: مبادئ الاتصال العام والتفويض

ما الذي يميز العلاقات الإعلامية الحكومية عن الرسائل الحزبية، وماذا يتيح التفويض؟

- دليل قراءة توصية OECD بشأن الحكومة المفتوحة
- بيان تفويض الاتصال العام
- خريطة أصحاب المصلحة والجمهور
- ورقة مسح المشهد الإعلامي
- مخطط أدوار المكتب الصحفي ومسؤولياته

اليوم 2: أدلة الجمهور وتشخيص التغطية الإعلامية

كيف تستخدم أدلة الجمهور للحكم على مواطن القوة والضعف في عمل المكتب الصحفي؟



- جدول أدلة فهم الجمهور
- نموذج تدقيق التغطية الإعلامية
- شبكة تشخيص فجوات الرسائل
- تقييم ذاتي لجاهزية المتحدث الرسمي
- سجل إشارات المعلومات المضللة

اليوم 3: تصميم الرسائل وإعداد المتحدث الرسمي

كيف تبني الرسائل وتختبر ويؤديها المتحدثون المختلفون بصورة موحدة؟

- بيت الرسالة الأساسية
- أداة بناء بنك الأسئلة والأجوبة
- نموذج المذكرة الإحاطية
- بروتوكول التمرين على المقابلات الصحفية
- تقويم تنسيق الرسائل بين الجهات

اليوم 4: الإحاطات والاستجابة للأزمات وتخطيط المكتب الصحفي

كيف يخطط المكتب الصحفي للإحاطات ويستجيب حين يسبق الخبر الحقائق؟

- ورقة سير الإحاطة الصحفية
- مكتبة البيانات المؤقتة
- بروتوكول الاستجابة للأزمات والمعلومات المضللة
- خطة الكوادر والمناوبات في المكتب الصحفي
- بطاقة تقييم الأداء الإعلامي

اليوم 5: تطبيق الأدوات على خطة مكتب صحفي واحد

هل تتماسك أدوات التفويض والأدلة والرسائل والاستجابة في حاجة اتصالية واحدة؟

- تطبيق تشخيص الجلسة 2 على القضية المختارة
- بناء بيت الرسالة من نموذج الجلسة 3
- تشغيل ورقة الإحاطة من الجلسة 4 في تمرين تدريبي
- تسجيل النتائج ببساطة التقييم
- إنجاز خطة المكتب الصحفي



المنهجية

يقوم البرنامج على التمارين المنظمة المستندة إلى مذكرات إحاطية مجهولة المصدر ومقتطفات من التغطية الصحفية وحالات مكتوبة قصيرة من جهات الصحة والنقل والبلديات. يعمل المشاركون في فرق مكاتب صحفية صغيرة على قضية واحدة، ويتمرنون على المقابلات والإحاطات مع أقرانهم، ويتلقون ملاحظات الميسرين على كل رسالة وبيان وخطة.

- نشاط مقترح: التمرين على إحاطة صحفية مع صحفيين يؤدي أدوارهم زملاء وتسجيل جودة الإجابات.
- نشاط مقترح: تدقيق مجموعة من مقتطفات التغطية وحصر فجوات الرسائل.
- نشاط مقترح: صياغة بيان مؤقت لشائعة سريعة الانتشار.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة مكتب صحفي لحاجة اتصالية واحدة قائمة. وتضم بياناً للتفويض وخريطة للجمهور وبيت رسالة وبنكا للأسئلة والأجوبة وورقة سير للإحاطة وبروتوكول للاستجابة وبطاقة تقييم. وتستخدم الخطة في العمل لإحاطة القيادة وتنسيق المؤسسات وتوجيه الفترة الإعلامية التالية.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب التدريب على العلاقات الإعلامية الحكومية المسؤولين الذين لم يعملوا في مكتب صحفي؟

نعم، فالبرنامج يفترض معرفة بعمل الجهات العامة، ويبني مهارات العلاقات الإعلامية الحكومية من التفويض وتصميم الرسائل صعوداً.

على أي نماذج تقوم العلاقات الإعلامية الحكومية في هذا البرنامج؟

تقوم على توصية مجلس OECD بشأن الحكومة المفتوحة وتقرير OECD عن الاتصال العام ومبادئ OECD للاتصال العام.

كيف تستخدم خطة المكتب الصحفي في العلاقات الإعلامية الحكومية داخل العمل؟

تستخدمها لإحاطة القيادة والاتفاق على الأدوار والرسائل بين المؤسسات وتخطيط الإحاطات والاستجابات للفترة التالية.

بماذا تختلف العلاقات الإعلامية الحكومية عن برنامج في الدبلوماسية الرقمية؟

تركز على المتحدثين والإحاطات وتخطيط المكتب الصحفي للجمهور المحلي، بينما تركز الدبلوماسية الرقمية على التفاعل عبر الإنترنت مع جمهور أجنبي.