

جامعة محمد بوضياف
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



تقنيات الاتصال

مطبوعة بيداغوجية لطلبة السنة الثالثة ليسانس اتصال وعلاقات عامة



محاضرة رقم 5

تقنيات الاتصال المكتوبة
(المتحدث الرسمي)

الدكتور اسعيداني سلامي
أستاذ محاضراً في الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال استراتيجي

أفريل 2024



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES

* المتحدث الرسمي

- مفهوم المتحدث الرسمي
- خصائص المتحدث الرسمي
- كفاءة المتحدث الرسمي في الاتصال
- المتحدث الرسمي والمؤسسة
- وظائف وأدوار المتحدث الرسمي

تقنيات الاتصال المكتوبة

أولاً. المتحدث الرسمي:

أ. من هو المتحدث الرسمي؟

يمكن القول أن المتحدث الرسمي من أكثر العناصر الأساسية أهمية، حيث انه الناطق والمتحدث باسم المنظمة ويتولى المهام الاتصالية بالجمهور ووسائل الإعلام، ويعرف المتحدث الرسمي على انه الوجه الرسمي للمنظمة والذي يتعامل مع الجمهور وأطراف الأزمة، ويضع رسالته للرد على استفسارات الجمهور، ومطالب وسائل الإعلام المختلفة، وإعداد الرسائل المتنوعة التي تتناسب مع فئات هذا الجمهور، وعادة ما يكون المتحدث الرسمي في حالة الأزمة هو ورئيس المنظمة *Chief Executive Office (CEO)*. حيث يتوافر لديه القدرة والشجاعة على التحدث والإحساس بالمسؤولية والمهارة الإدارية والاتصالية، أما في حالة عدم توافر تلك المهارة الأصلية لدى المتحدث الرسمي (*COE*) فيختار الشخص الأقدر على التعامل مع وسائل الإعلام وفهم توجهاتها، ويكون لديه قدرة إيجابية والرد على التساؤلات المختلفة الملقاة من جانب مندوبي وسائل الإعلام، وهذا قد يتوافر لدى مسئول الاتصال وممارسيها بالمؤسسة. (kitchen, 1997, p218)

وفي هذا يرى لورانس بارتون *Lawrance Barton* أن ممارسي الاتصال والعلاقات العامة من الممكن أن يواجهوا في لحظة ما أزمة تجعلهم موضع تساؤل من جانب وسائل الإعلام باعتبارهم متحدثين رسميين باسم منظماتهم. (محمود، 2002، ص98)

واختيار المتحدث الرسمي يتم وفقاً لعدد مهارات وخصائص منها: (barton , 1991, p123)

- القدرة على اكتساب المعلومات بسرعة والتعبير عنها بفعالية.
- لديه القدرة على الإقناع وتحقيق المصداقية.
- القدرة العالية على الإنصات الجيد.
- القدرة على التعبير عن المواقف المختلفة بحماس والصبر والتأني ومراعاة الدقة في عرضها.
- القدرة على اتخاذ اتجاهات معينة تؤثر في الجمهور.
- المرونة عند التعامل مع المواقف التي تحتاج إلى ذلك.
- الالتزام بالهدوء والتأني في المواقف التي بها ضغط شديد.

• القدرة العالية على العمل لساعات طويلة

كما أن اختياره يتم لعدة اعتبارات موضوعية من أهمها المعرفة الكاملة بالمنظمة، والقدرة على نقل صورة ذهنية إيجابية عنها، والتقدير الواضح لأهمية العلاقة مع وسائل الإعلام وامتلاك المقدرة الاتصالية والخبرة الواسعة التي تمكنه من التعامل مع وسائل الأزمات، إلى جانب هذا فإن الطبيعة الأزمة ذاتها ومدى خطورتها ونطاق حدوثها- على مستوى المنظمة أو الدولة أو مجموعة دول- يساهم في تحديد المتحدث الرسمي ليكون على قدر المسؤولية.

وبالتالي فإن المتحدث الرسمي يعد ركناً أساسياً ضمن فريق اتصالات الأزمة أو لجنة إدارة الأزمات، لدوره في تولى إجراءات الاتصال بالجمهور و وسائل الإعلام، والتحدث باسم المنظمة عن دورها في إدارة الأزمة، والإجراءات التي اتخذتها، ولهذا يجب التركيز في اختياره، وإعداده وتدريبه على الوسائل الأساليب الاتصالية الحديثة، وكما ذكر من قبل أنّ التخطيط الشامل لإدارة الأزمات يشمل إعداد فريق من مختلف التخصصات بالمؤسسة، ومن ضمن هذا الفريق مسئول العلاقات العامة ومسئول إعلامي، وعلى هذا فمن الممكن أن يتكون من إدارة العلاقات العامة فريق فرعي لإدارة اتصالات الأزمة، يكون مدير العلاقات العامة هو قائد الفريق، ويتولى توزيع الأدوار والمسئوليات على أخصائي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسة، كأن يقسموا إلى مجموعات، منها من يختص بإدارة الاتصالات مع وسائل الإعلام، ومنها من يختص بالاتصال مع الموظفين داخل المؤسسة، وأخرى لإعداد وتحديد الرسالة الاتصالية ومتابعة مدى تناسبها مع الجمهور (رجع الصدى)، في حين يكون هناك مجموعة أخرى تتولى متابعة أحداث الأزمة وتحديد أبعادها، وإمداد الإدارة العليا بالمعلومات من موقع الأزمة، هذا فضلاً عن وجود متخصصين في استقبال آراء واستفسارات الجمهور الخارجي والرد عليها إلى جانب الاتصال بالمسؤولين والجهات المشاركة في إدارة الأزمة. (محمود، 2002، ص118)

ب. خصائص المتحدث الإعلامي

تتمثل أهم هذه الخصائص في الآتي: (Croskey, 2001, p66)

1. تؤثر مصداقية المتحدث الإعلامي في علاقته بالجمهور المستهدف من الرسالة. فالمتحدث الإعلامي عليه أن

يتمتع بالمصداقية لأنها ميزة من أهم المميزات.

2. عدم اللجوء إلى الأجوبة المضللة. فإذا ثبت أنه يعطي إجابات غير صحيحة فلن يتم تصديقه مرة أخرى.

إن الجهود الإعلامية للحكومة لا تنجح عندما تفقد وسائل الإعلام ثقتها بالمتحدث الرسمي. إذن فالتعامل

بصدق وعدم الكذب مع الآخرين من أهم الصفات التي يجب توافرها في المتحدث الإعلامي، وعليه فهناك

بعض الأشياء التي يجب الاهتمام بها عند التعامل مع وسائل الإعلام وهي: (محمود، 2002، ص120)

أ. الصدق، والدقة لأنها تؤثر على مصداقيتك.

ب. الاعتراف بعدم وجود إجابة مناسبة للأسئلة التي طرحت عليك في حالة عدم وجود إجابة لديك ومحاولة

الحصول على المعلومات التي يريدها الصحفيون حتى لو تطلب ذلك جهداً إضافياً، ومن ثم فلا ترتجل ولا تخمن.

فالإعلاميون الجيدون يتحرون الحقائق.

ج. تصحيح الأخطاء عند اكتشافها، ففي ذلك الحالة قم بالاتصال بالإعلاميين وأوضح بلطف الخطأ الذي وقع

وادعمه بالأدلة.

د. الصراحة والوضوح عند التعامل مع الصحفيين والإعلاميين قدر الإمكان. إذا تم نقل كلامك بطريقة مغلوبة في

خبر أو إذا قدمت معلومات خاطئة أو مضللة، اتصل على الفور بالصحفي وقدم حقائق وقم بتصحيح الخبر.

هـ. عند التعامل مع الأنباء السيئة لا تتستر على الموضوع. إذا كذبت أو قمت بالتستر فسوف تفقد مصداقيتك.

3. المعرفة التامة وتخصص المتحدث الإعلامي من الأشياء المهمة. ويظهر ذلك في اللجوء إلى استخدام المتخصصين

والخبراء في المجال، كما يلزم ذلك إجادة اللغتين الإنجليزية والعربية، ووجود مهارات اتصال عالية، وأن يكون

المتحدث الرسمي مسؤولاً ومسؤولية تامة عن كل ما يتحدث به أمام وسائل الإعلام، ومتمكناً من تفاصيل اللغة

الإعلامية المتخصصة التي يتكلم بها. لذلك يتوجب أن تكون البداية باختيار متخصصين في هذا المجال وتأهيلهم

حتى يتمكنوا من القيام بدورهم على أكمل وجه، وأن تمنح المؤسسات والدوائر الحكومية المتحدثين الرسميين

باسمها صلاحيات مخاطبة مديري الإدارات التابعة لها ووكلائها بمختلف الشؤون المعنيين بها والحصول منهم على

أجوبة وتوضيحات للوسائل الإعلامية حول الإشكالات والملاحظات المختلفة، من أجل توضيح الصورة الحقيقية للمؤسسة، والدور الذي قامت به بالنسبة إلى القضايا التي يتم طرحها.

4. جاذبية المتحدث الإعلامي المتمثلة في الجاذبية الحسية أو الجمال الجسدي وإحساس الآخرين بالألفة تجاهه من العناصر التي تضيف للرسالة الإعلامية، كما يشمل أيضاً وجود روح الدعابة لديه. فهذه العوامل تؤدي إلى زيادة تأثير الرسالة الإعلامية وزيادة قدرتها على الاقناع. فالمتحدث الإعلامي يجب أن يحافظ على روح الدعابة وقدر كبير من الصبر وقابلية للتحدث والكتابة بسرعة.

5. يتعين على المتحدث الإعلامي أن يكون قادراً على التعامل مع غير المتوقع، وأن يتدبر عدة مهام في وقت واحد، وأن يكون قادراً على التجاوب بسرعة.

6. يتعين على المتحدث الإعلامي أن يكون غير متحيز في تفاعله مع الصحفيين، أي لا يفضل البعض على الآخر. وفوق كل شيء يتعين على المتحدث الرسمي أن يكون شخصاً يتمتع بمزايا أخلاقية عالية وبالنزاهة. (Croskey, 2001, p71)

ج. كفاءة المتحدث الرسمي في الاتصال والعلاقات

يبرز السؤال المهم: كيف ستطيع المتحدث الرسمي أن يكون متصلاً بكفاءة وفعالية؟

وللإجابة عن هذا السؤال لابد أن نفهم أهمية الاتصال عند المتحدث الرسمي ومكانته في حياتنا إلى جانب فهم عملية الاتصال وأنواعه وخصائصه.

إن كفاءة المتحدث الرسمي في الاتصال من أكبر الأمور التي شغلت الباحثين والعلماء في مجال الاتصال. وبحق

فليس هناك إجابة محددة، ولكن هناك قدراً مهماً من المعلومات عن هذا الأمر: (William, 2005, p99)

• أن الاتصال الماهر يرفع من درجة النجاح والرضا للذي يقوم به **communication will raise level**

Good.of satisfaction

فمثلاً وجدت الدراسات أن نجاح الطلاب في الدراسة يرتبط إيجاباً بقدرتهم على الاتصال بكفاءة كما أن

المتصل الجيد يترك انطباعاً حسناً لدى الآخرين.

• **There is no effective way of communication.** ليس هناك أسلوب واحد مثالي أو فعال للاتصال.

من واقع خبرات الكثيرين منا سنجد أن بعض المتصلين الناجحين يستعملون النكتة ببراعة، كما أن بعضهم جاد بشكل واضح، وأن البعض يستخدم الكلمات بكثرة وبصوت مرتفع، بينما يفضل آخرون الأسلوب الهادئ المختصر. وهناك من يتخذ أسلوباً مباشراً في مقابل آخرين يفضلون الأسلوب الدبلوماسي في الخطاب. فهناك حاجة للمرونة في الاتصال لاتخاذ الأسلوب المناسب للحالة الاتصالية والجمهور المستهدف.

• **Proficiency of communication depends on** أن الكفاءة تعتمد في كل مرة على الطرف الاتصالي

context every time

ولذلك تجد اختلافاً في الأسلوب المناسب من حال إلى حال. الاتصال الجيد ليس صفة لازمة ثابتة للشخص، ولكنه قدرة على التكيف مع الطرف واستخدام الأسلوب المناسب بما يتطلبه الحال. ولهذا قد نجد أشخاصاً ذوي كفاءة جيدة في مجالات محددة دون مجالات أخرى. وحتى هذا الشخص الكفاء في مجال معين يختلف أدائه من حالة إلى حالة.

• **Good communication takes place when** يحدث الاتصال الناجح حينما يرضى كافة أطرافه.

all sides are satisfied):

حينما تقول ما تريد وتترك الطرف الآخر غير سعيد فإن هذا سيقبل من نجاحك. إذا رفضت طلباً من صديقك عند تقدمه لاستعارة سيارتك فإن صديقك سيعد ذلك إساءة إليه أو عدم تقدير له، وإن كان هذا الرفض سيحقق لك ما تريد. إذن هناك بعد اجتماعي متجدد في العلاقات الاجتماعية في الاتصال يؤثر على مدى كفاءة الاتصال عند مراعاة هذه العلاقات. (Dobkin, 2006,p63)

وعلى أي حال فلا ينبغي أن ننساق وراء النجاح الدائم الذي لا يتخلف حتى لا يصيبنا الإحباط. فليست كفاءة الاتصال تأتي بالضرورة بالنجاح. قد لا ينجح أكثر الأساليب مهارة في الاتصال بكفاءة، ويكفي المرء أن يحاول - بقدر ما يستطيع - إرضاء الآخرين وإشباع رغبتهم في الاتصال كما يرضي نفسه أيضاً.

د. المتحدث الرسمي والمؤسسة

إذا كنا نتحدث عن أهمية دور الاتصال الداخلي بين العاملين في المؤسسة لتحقيق الكفاءة الإدارية المطلوبة وإنجاز الأهداف. فإن الاتصال الخارجي بين المؤسسة والجمهور المستهدف لبناء جسر من التواصل بين المنشأة

والجمهور المستهدف يعتبر من النقاط المهمة في نجاح أهداف المؤسسة. ومن ثم فأى منظمة أو مؤسسة عليها أن تقوم بعملية تنشئة أو تطبيع للأفراد المعنيين، للقيام بالأدوار المختلفة، حتى يعرفوا أدوارهم والأنماط التي سيديرون على هداها.

وهنا يأتي دور المتحدث الإعلامي الناطق باسم المؤسسة التي يعمل بها في تحقيق الأهداف المنشودة بإعلام الآخرين بوجهة نظر المؤسسة إلى الجمهور المستهدف وإقناعهم والتأثير فيهم في بعض الأحيان. ولا تنصب مهمة المتحدث الإعلامي فقط في الحديث إلى العامة ولكن تصل إلى إعداد وتجهيز المعلومات الأساسية الصحيحة. كما أن موهبته تساعد في تحقيق الأهداف المرجوة عن طريق إبداء وجهة نظر المؤسسة التي يعمل بها ومحاولة إقناع الآخرين بها والتأثير عليهم.

ومن ثم فالمتحدث الإعلامي عليه أن يمتلك المهارات الأساسية لكتابة المعلومات بطريقة إقناعية، وتنظيم ذلك بطريقة صحيحة لإبراز الفكرة الأساسية مستعينا بقدر الإمكان بالعديد من الحقائق لتدعيم ما يريد الإشارة إليه مع استبعاد أي تناقض قد يظهر في الأفكار المطروحة والأكاذيب، لذلك يجب على المتحدث الإعلامي التأكد من دقة المعلومات التي حصل عليها. فكلما تم صياغة الأفكار بطريقة إقناعية، أصبح المتحدث أكثر خبرة في إقناع الآخرين بوجهة نظره.

يتم اختيار المتحدث الإعلامي الرسمي الناطق باسم المؤسسة للتحدث بالنيابة عنها. وتتجه المؤسسات والهيئات في الوقت الحالي بتوظيف متحدثين إعلاميين محترفين ممن حصلوا على دورات معتمدة في مجال الصحافة والاتصال والعلاقات العامة، ذلك لضمان أن النشرات العامة التي وضعها هؤلاء المتحدثون أكثر ملائمة للجمهور المستهدف. مع الاهتمام في ذات الوقت بقدرة الرسالة الإعلامية في الوصول إلى القنوات الاتصالية الملائمة لإحداث مستوى أفضل من التأثير في الجمهور المستهدف وتقليل أي أثر سلبي محتمل قد تتركه هذه الرسائل عليهم. يعمل المتحدث الإعلامي أيضا في بعض الأحيان كمستشار إعلامي للمؤسسة حيث يقوم بإعداد نشرات صحفية لإلقاء الضوء على إنجازات المؤسسة. ففي مجال السياسة يصمم المستشارون الإعلاميون حملات إعلامية لوضع صورة مرغوبة في عقول الناخبين.

كما أن المستشار الإعلامي قد يتم التعاقد معه لإبراز أداء المؤسسة أو الشركة المتعاقدة معه. فعلي سبيل المثال عندما تسعي المؤسسة إلى وضع برامجها للجمهور. ففي تلك الحالة تحتاج إلى خبرة المستشارين الإعلاميين للمساعدة في هذه العملية. وقد انتشر مفهوم المتحدث الإعلام Spokesman في عصرنا الحديث بشكل واسع وقد قامت المؤسسات الإعلانية باستغلال فكرة المتحدث الإعلامي أو الناطق باسمها للترويج للمنتج أو الخدمة التي تقدمها وإقناع الجمهور بها. وعلى خلاف من يقوم بالإدلاء بشهادات شخصية عن المؤسسة أو الهيئة أو الدولة، فإن وظيفة المتحدث الإعلامي تعتمد في الأساس على تمثيل وإبراز وضع المؤسسة بشكل لائق. وتختار بعض المؤسسات والشركات بعناية فائقة متحدثين إعلاميين يمتلكون الخبرة الكاملة والدراية التامة بأهداف المؤسسة لتدعيمها وتطويرها.

وقد وظفت بعض الدول المتحدث الإعلامي بشكل أفادها في تحقيق الأهداف التي سعت إليها، بينما لم تستطع دول أخرى الاستفادة الكاملة بدور المتحدث الإعلامي وتوظيفه بالشكل المطلوب.

هـ. وظائف وأدوار المتحدث الرسمي

ينبغي على المسؤول الصحفي كي يكون متحدثا فعالا، أن تكون لديه علاقة وثيقة، مبنية على الاحترام المتبادل، مع المسؤول الحكومي، سواء كان رئيسا للوزراء أو رئيسا أو وزيرا أو رئيس وكالة حكومية أخرى. ويتعين على المتحدث الرسمي أن يكون ملما بمعتقدات المسؤول وأن يتوفر له الاتصال المباشر به. كما يجب أن يكون المتحدث الرسمي قادرا على الدخول إلى الاجتماعات ومقاطعة المسؤول لإيصال الأنباء العاجلة إليه دون المرور بالمسؤول عن جدولة مواعيده أو بمساعد آخر. ومع أن هذه المرونة قد تشوش الجدول المنظم للمسؤول، فإنها تؤدي إلى حكومة تستطيع أن تستجيب بسرعة للإعلام.

كما يتعين أن يكون للمتحدث الإعلامي دور في اتخاذ القرارات. وإذا لم يشارك المسؤول الصحفي، كمتحدث رسمي في وضع السياسة فسواجاه صعوبة في فهم سياق السياسات وتوضيحها لوسائل الإعلام. من المهم جدا أن يكون المتحدث جزءا من الفريق الاستراتيجي. فإذا كان هناك مسؤول حكومي يعتزم أن يتخذ إجراءً فإنه بحاجة إلى معرفة كيف سيفهم الناس هذا الإجراء. ومن الأفضل أن يكون المتحدث الإعلامي موجودا على طاولة الاجتماع،

وأن يساهم في المناقشة في مراحل الصياغة الأولية بدلا من محاولة تدارك الأمر فيما بعد أو مواجهة ردود فعل شعبية سلبية.

وتتمثل أهم الأنشطة التي يقوم بها المتحدث الإعلامي في الآتي:

- العمل كمتحدث رسمي يعقد جلسات إعلامية منتظمة أو خاصة.
- إدارة النشاطات اليومية للمكتب الصحفي.
- الإسهام في وضع السياسات ووضع الاستراتيجيات لنقلها إلى وسائل إعلام والجمهور.
- التعامل مع الاستفسارات الصحفية.
- ترتيب المقابلات والجلسات الإعلامية للصحفيين مع المسؤولين الحكوميين.
- تخطيط وإدارة الحملات الإعلامية لتوجيه رسالة ثابتة وطويلة الأمد.
- إطلاع المسؤولين على العلاقات الصحفية وردود الفعل الإعلامية المحتملة للسياسات المقترحة.
- الإشراف على كتابة الخطب، أو مراجعة الخطب ورسائلها على الأقل.
- الإعداد للأحداث events كالمؤتمرات الصحفية.
- إعداد البيانات الصحفية ونشرات الحقائق وغيرها من المواد.
- الإشراف على مطبوعات المؤسسة داخليا وخارجيا.
- التقييم بعد وقوع الحدث، إذا لم يكن الحدث قد حقق مفعوله وتقرير كيفية تحسين الأداء في المرة المقبلة.