



## دورة إدارة الأزمات الإعلامية بالمحاكاة: أزمة متصاعدة ومؤتمر صحفي مصور

28 فبراير – 4 مارس 2027  
أونلاين



## دورة إدارة الأزمات الإعلامية بالمحاكاة: أزمة متصاعدة ومؤتمر صحفي مصور

المرجع: 120615\_182854 التاريخ: 28 فبراير – 4 مارس 2027 المكان: أونلاين الرسوم: Euro 1900

دورة إدارة الأزمات الإعلامية بالمحاكاة دورة تطبيقية مدتها 5 أيام، تعيش فيها أزمة واحدة تتصاعد يوما بعد يوم، من أول منشور على منصات التواصل حتى مؤتمر صحفي مصور أمام صحفيين متدربين، وهي موجهة إلى فرق العلاقات العامة والاتصال المؤسسي والمتحدثين الرسميين. وتعود منها بدليل الاتصال في الأزمة مجربا في المحاكاة. وتقدم هذه الدورة من ميركوري للتدريب.

### نبذة عن الدورة

يبدو خطط الأزمات مقنعة على الورق، ثم تتعثر في الساعات الأولى لأن الفريق لم يجربها تحت الضغط. لمتابعة الدورة يجب أن تعمل في الاتصال أو العلاقات العامة أو تتحدث باسم جتهك. وتدريب في فريق أزمة يتلقى مستجدات متتالية ويرد عليها في وقت محدد.

### لمن هذه الدورة

- المسؤولون عن الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة وصياغة البيانات
- المسؤولون عن الحديث باسم الجهة أمام وسائل الإعلام
- المسؤولون عن حسابات الجهة على منصات التواصل والرد على الجمهور
- أعضاء فرق الأزمات والطوارئ المسؤولون عن قرارات الاتصال
- المسؤولون عن الاتصال الداخلي مع الموظفين أثناء الأحداث الحرجة

لا تناسب هذه الدورة من يبحثون عن محاضرات ونقاشات عامة مع خبراء القطاع، فالأُنسب لهم مؤتمر متخصص، ولا من يحتاجون إلى أساسيات العلاقات العامة والكتابة الصحفية، فالأُنسب لهم دورة تأسيسية في الاتصال المؤسسي.

### الكفاءات المستهدفة

- تفعيل فريق الأزمة: تجمع الفريق وتوزع الأدوار وتحدد من يعتمد الرسائل في الساعة الأولى
- البيان الأولي: تصدر بيانا قصيرا دقيقا قبل اكتمال المعلومات
- رصد المنصات: تتابع ما يقال عن جتهك وتميز الشائعة من الانتقاد المشروع
- صياغة الرسائل: تبني رسائل رئيسية موحدة لكل جمهور وتحدثها مع تطور الأزمة
- الظهور الإعلامي: تدير مؤتمرا صحفيا وتجيب عن الأسئلة الصعبة دون الخروج عن الرسائل
- المراجعة بعد الأزمة: تقيم الاستجابة وتحول الدروس إلى تعديلات في الدليل

## ما ستتمكن من إنجازه

بنهاية الدورة ستتمكن من:

- انطلاقاً من سجل مخاطر جهتك، تحديد السيناريوهات الأكثر احتمالاً لأن تتحول إلى أزمة إعلامية
- بالنظر إلى منشور متداول ضد جهتك، صياغة بيان أولي واعتماده ضمن الوقت المحدد في المحاكاة
- باستخدام جدول الرسائل الرئيسية، إعداد ما يقال للموظفين والعملاء والإعلام دون تناقض
- انطلاقاً من قائمة الأسئلة المتوقعة، تحضير المتحدث لمؤتمر صحفي وإجراؤه أمام الكاميرا
- بالنظر إلى تسجيل المحاكاة، تحديد نقاط الضعف في الاستجابة وكتابة تقرير الدروس المستفادة

## محتوى الدورة

### اليوم 1: الاستعداد وفريق الأزمة

- مراحل الأزمة الإعلامية وما يتغير في الاتصال عبر كل مرحلة
- سيناريوهات الأزمات المحتملة من سجل المخاطر
- تشكيل فريق الأزمة ومصفوفة الأدوار وصلاحيات اعتماد الرسائل
- قوالب البيانات المعدة مسبقاً وقوائم التواصل
- إطلاق المحاكاة وتوزيع المشاركين على فرق الأزمة

### اليوم 2: الساعات الأولى والبيان الأولي

- استقبال البلاغ الأول وتقدير خطورة الموقف
- البيان الأولي المؤقت: ما يقال وما لا يقال قبل اكتمال المعلومات
- السرعة والدقة والوضوح في الرد الأول
- التنسيق بين الاتصال والشؤون القانونية والعمليات قبل النشر
- الجولة الأولى من المحاكاة ومراجعة البيانات الصادرة

### اليوم 3: منصات التواصل والشائعات

- رصد المنصات وقياس انتشار الموضوع
- التمييز بين الشائعة والمعلومة الناقصة والانتقاد المشروع
- مواجهة الشائعات والأخبار الكاذبة دون تضخيمها
- الرد على التعليقات والرسائل المباشرة وتصعيد الحالات الحساسة
- الجولة الثانية من المحاكاة مع مستجدات من المنصات

## اليوم 4: المتحدث الرسمي والمقابلات

- جدول الرسائل الرئيسية لكل جمهور وتحديثه
- تحضير المتحدث وقائمة الأسئلة الصعبة والإجابات
- تقنيات العبور من السؤال إلى الرسالة والتعامل مع المقاطعة
- لغة الجسد والصوت أمام الكاميرا
- مقابلات هاتفية وتلفزيونية مصورة مع ملاحظات فردية

## اليوم 5: تطبيق المؤتمر الصحفي المحاكى

- تمرين إعداد البيان المفصل وملف المؤتمر الصحفي
- تمرين المؤتمر الصحفي المصور أمام صحفيين متدربين
- تمرين الرد على مستجد أخير خلال المؤتمر
- المراجعة بعد المحاكاة وتقرير الدروس المستفادة
- استكمال دليل الاتصال في الأزمة لجهتك

## دراسات الحالة والتمارين

فيما يلي أنشطة مقترحة خلال الدورة.

- دراسة حالة: مستشفى ينتشر مقطع مصور عن خطأ طبي منسوب إليه، فتقرر متى يصدر البيان الأولي ومن يتحدث.
- دراسة حالة: شركة أغذية تسحب منتجاً من الأسواق، فتبني رسائل مختلفة للمستهلكين والموزعين والإعلام.
- تمرين: جهة حكومية تواجه شائعة عن توقف خدمة رقمية، فتصوغ الرد على المنصات وتحدد متى يلزم التصعيد.
- تمرين: مصنع وقع فيه حادث عمل، فتحضر المتحدث لمؤتمر صحفي وتقيم أدائه من التسجيل.

## ما ستعود به إلى عملك

تعود بدليل الاتصال في الأزمة، مجرباً في المحاكاة ومعدلاً بما كشفتته. وتستخدمه في شهرك الأول للعودة إلى العمل لاعتماد أدوار فريق الأزمة في جهتك، وإعداد قوائم البيانات لأكثر السيناريوهات احتمالاً، وجدولة أول تمرين داخلي.

- مصفوفة أدوار فريق الأزمة وصلاحيات الاعتماد
- قوائم البيانات الأولي والبيان المفصل
- جدول الرسائل الرئيسية وقائمة الأسئلة الصعبة
- إجراءات رصد المنصات والتصعيد

## إجابات سريعة عن الأسئلة الشائعة

### ما الذي أحتاج إلى معرفته قبل دورة إدارة الأزمات الإعلامية بالمحاكاة؟

يجب أن تعمل في الاتصال أو العلاقات العامة أو تكون مرشداً للحديث باسم جهتك، وأن تكون معتاداً على كتابة البيانات والمنشورات. ولا يلزم أن تكون قد أدت أزمة من قبل.

### بم تختلف إدارة الأزمات الإعلامية بالمحاكاة عن المؤتمرات المتخصصة في الأزمات؟

تقدم المؤتمرات محاضرات وتجارب يعرضها الخبراء. أما هذه الدورة فتضعك داخل أزمة محاكاة تتصاعد على مدى الأيام، تكتب فيها البيانات وترد على المنصات وتقف أمام الكاميرا في مؤتمر صحفي.

### متى يجب إصدار البيان الأولي في الأزمة الإعلامية؟

في أسرع وقت ممكن بعد التحقق من الحد الأدنى من المعلومات. يعترف البيان الأولي بالموقف ويذكر ما تفعله الجهة ومتى تصدر المعلومات التالية، فالصمت الطويل يترك المساحة للشائعات.

### ماذا أعود به من دورة إدارة الأزمات الإعلامية بالمحاكاة؟

تعود بدليل الاتصال في الأزمة مجرباً في المحاكاة، ويضم مصفوفة أدوار الفريق وقوالب البيانات وجدول الرسائل وقائمة الأسئلة الصعبة وإجراءات رصد المنصات، مع ملاحظات على أدائك أمام الكاميرا.

### لمديرك

بعد الدورة سيتمكن الموظف من تفعيل فريق الأزمة وإصدار بيان أولي في وقته ورصد المنصات ومواجهة الشائعات وتحضير المتحدث لمؤتمر صحفي، بعد أن مارس ذلك في محاكاة مصورة. ويعود بدليل الاتصال في الأزمة، ويستخدمه أولاً لاعتماد أدوار الفريق وإعداد قوالب البيانات لأكثر السيناريوهات احتمالاً.