جامعة حمدان بن محمد الذكية
Hamdan Bin Mohammed Smart University

الاتصال الحكومي

د. مريم السركال

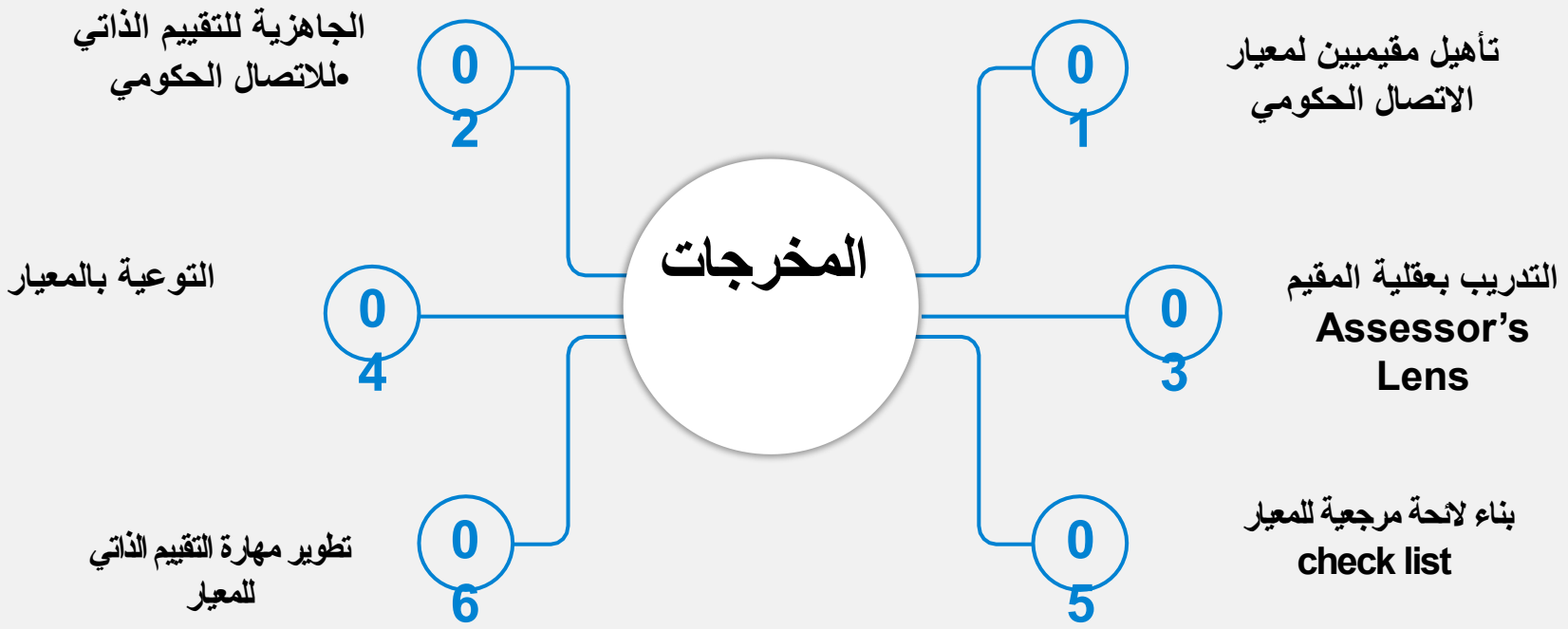
أهداف البرنامج

- فهم عناصر الاتصال الحكومي وخصائصه وأهدافه وأثره
- التمييز بين الإعلام والاتصال في الجهة
- معيار الاتصال في منظومة التميز
- الاتصال والارتباطات بالمعايير الأخرى
- الاتصال بعدسة المقيم



المتوقع

- تأهيل مقيميين لمعيار الاتصال الحكومي
- التدريب بعقلية المقيم Assessor’s Lens
- الجاهزية للتقييم الذاتي للاتصال الحكومي وليس التوعية بالمعيار


المخرجات
01
تأهيل مقيمين لمعيار الاتصال الحكومي
02
الجاهزية للتقييم الذاتي للاتصال الحكومي
03
التدريب بعقلية المقيم Assessor's Lens
04
التوعية بالمعيار
05
بناء لائحة مرجعية للمعيار check list
06
تطوير مهارة التقييم الذاتي للمعيار

(لماذا؟ ← ماذا؟ ← كيف؟ ← كيف أقيّم؟ ← كيف أُثبت؟)

اليوم الأول

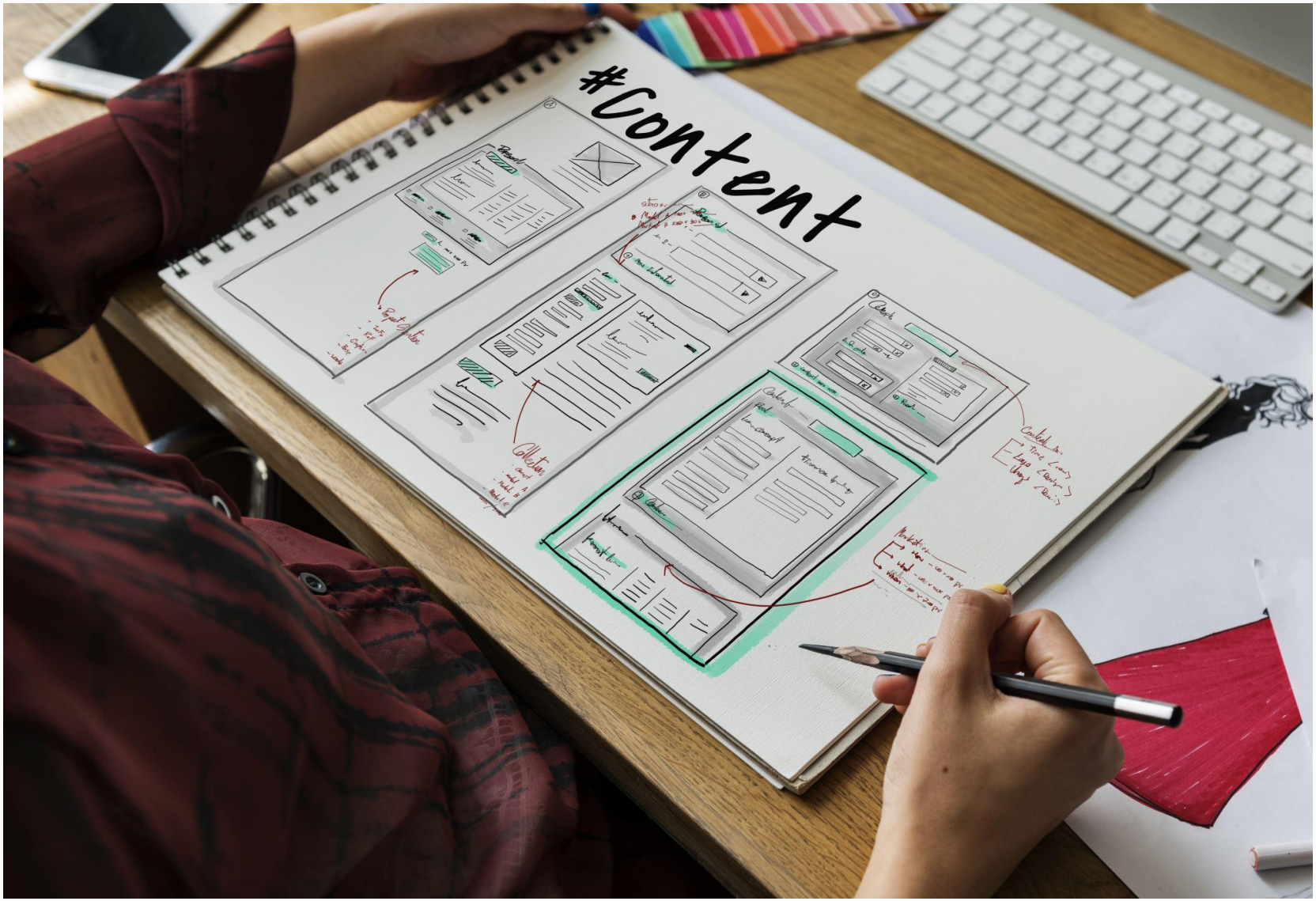
- مفهوم الاتصال
- الاتصال والاعلام
- دور الاتصال في الجهات الحكومية
- عناصر الاتصال
- خصائص الاتصال
- أهمية الاتصال
- إدارة الإتصال والأزمات

اليوم الثاني

- منظومة التميز ومعيار الاتصال
- ارتباطات الاتصال بالمعايير
- أثر الاتصال ونتائجه
- قياس الاتصال ومؤشراته
- عدسة المقيم
- نموذج استرشادي لتقييم معيار الاتصال

تعارف




#Content



الجلسة الأولى

أساسيات الاتصال الحكومي والتميز المؤسسي

مقدمة

كل رسالة تصل إلى الجمهور، وكل تفاعل بين الجهات الحكومية والمجتمع، يشكل انعكاسًا مباشرًا لقدرة المؤسسة على التميز وتحقيق أثر حقيقي. الاتصال الحكومي ليس مجرد نقل معلومات، بل هو القوة التي تصنع الفارق بين المؤسسات التي تتعامل مع التحديات بشكل روتيني، وتلك التي تحول الرؤية إلى إنجازات ملموسة. من خلال الاتصال الفعال، تتحول الأفكار إلى سياسات، والمبادرات إلى برامج ناجحة، وتترجم الاستراتيجيات إلى تجارب محسوسة لدى المجتمع، مما يعزز الثقة ويؤسس لشراكة حقيقية بين الحكومة والمواطن.

محور 1: الإطار المفاهيمي ولماذا الاتصال "ممكّن"

موقع الاتصال الحكومي في GEM 2.1

محور الممكنات (25%)
وزن منخفض (5%) وتأثير مضاعف
الفرق بين الإعلام والاتصال الحكومي
لماذا يُقيَّم الاتصال كقدرة مؤسسية وليس كنشاط إعلامي

رسالة المقيم هنا: هل الاتصال يدعم القرار والثقة وجودة الحياة؟

مفهوم معيار الاتصال الحكومي

الإطار المرجعي الذي يحدد المعايير والمبادئ الأساسية لتنظيم وتوجيه جهود الاتصال داخل الجهات الحكومية و أثر التواصل خارجها.

يهدف هذا المعيار إلى ضمان أن تكون رسائل الجهات الحكومية واضحة، دقيقة، وموجهة بشكل صحيح للجمهور المستهدف، سواء كان داخليًا من موظفين وأقسام، أو خارجيًا من المجتمع.

معيار يقيس مدى قدرة الجهة الحكومية على إدارة **منظومة تواصل فعّالة، شفافة، واستباقية مع مختلف أصحاب المصلحة** (المواطنين، المتعاملين، الإعلام، الشركاء، الموظفين)، بحيث تسهم في:

1. بناء الثقة المؤسسية
2. تعزيز الوعي بالسياسات والخدمات
3. دعم اتخاذ القرار
4. إدارة السمعة المؤسسية
5. خفض مخاطر سوء الفهم والجدل العام

النشاط

- "لماذا يعتبر اختيار الوسيلة المناسبة والجمهور المستهدف عاملاً حاسمًا في نجاح الاتصال الحكومي، وكيف يساهم ذلك في تحقيق التميز المؤسسي؟"



الإعلام مقابل الاتصال الحكومي

- الإعلام :نشر
- الاتصال :إدارة علاقة

اتصال حكومي وفق GEM	إعلام تقليدي
إدارة توقعات	أخبار
منظومة	حملات
استباق	رد فعل

من الواقع :

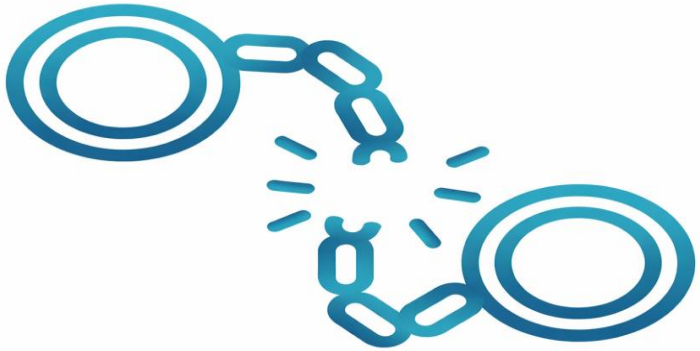
إعلان تشريعي دون شرح الأثر = إعلام

شرح الأثر + الرد على الاستفسارات + توحيد الرسالة = اتصال حكومي



الإعلام مقابل الاتصال الحكومي

- الإعلام :نشر أخبار
- الاتصال الحكومي :إدارة علاقة
- **التركيز على الأثر لا المحتوى**



أين تخسر الجهات نقاط التقييم؟

التخطيط الاستراتيجي للاتصال الحكومي

1. الارتباط بالاستراتيجية المؤسسية

التخطيط للاتصال يبدأ بفهم الرؤية والرسالة والأهداف الاستراتيجية للجهة الحكومية، ثم تحويلها إلى رسائل اتصالية واضحة ومترابطة تعكس توجهات الحكومة وتعزّز الثقة.

2. تحليل البيئة الاتصالية (External & Internal Analysis)

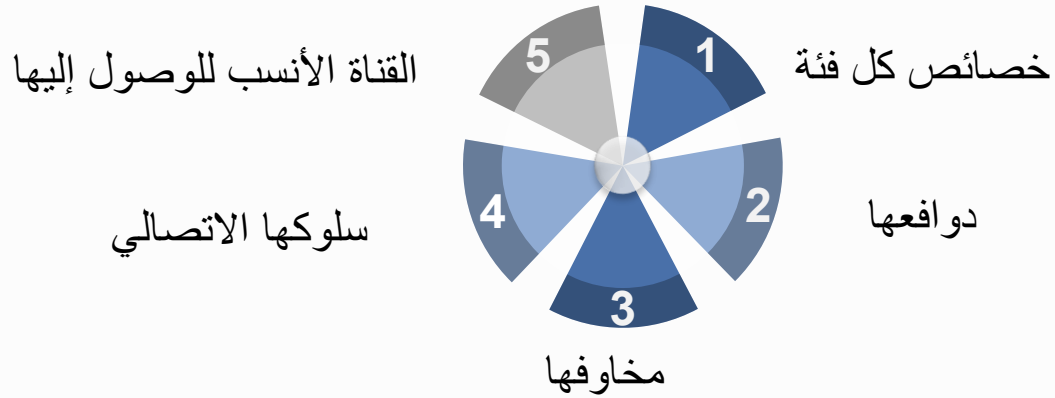
يستند التخطيط الاستراتيجي إلى تحليل شامل للبيئة الداخلية والخارجية، باستخدام أدوات مثل:

- تحليل SWOT الاتصالي
- تحليل الجمهور وفهم احتياجاته وسلوكياته
- تحليل القنوات الاتصالية الأكثر تأثيرًا
- رصد المشهد الإعلامي والقضايا المجتمعية

- هذا التحليل يمكّن الجهة من بناء خطة واقعية تستند إلى بيانات وحقائق لا إلى توقعات عامة.

3. تحديد الجمهور المستهدف بدقة

الجمهور الحكومي متنوّع: مواطنون، شركاء، موظفون، إعلام، مؤسسات مجتمع... لذلك يتطلب التخطيط الاتصالي تقسيم الجمهور إلى شرائح Segmentationوفهم:

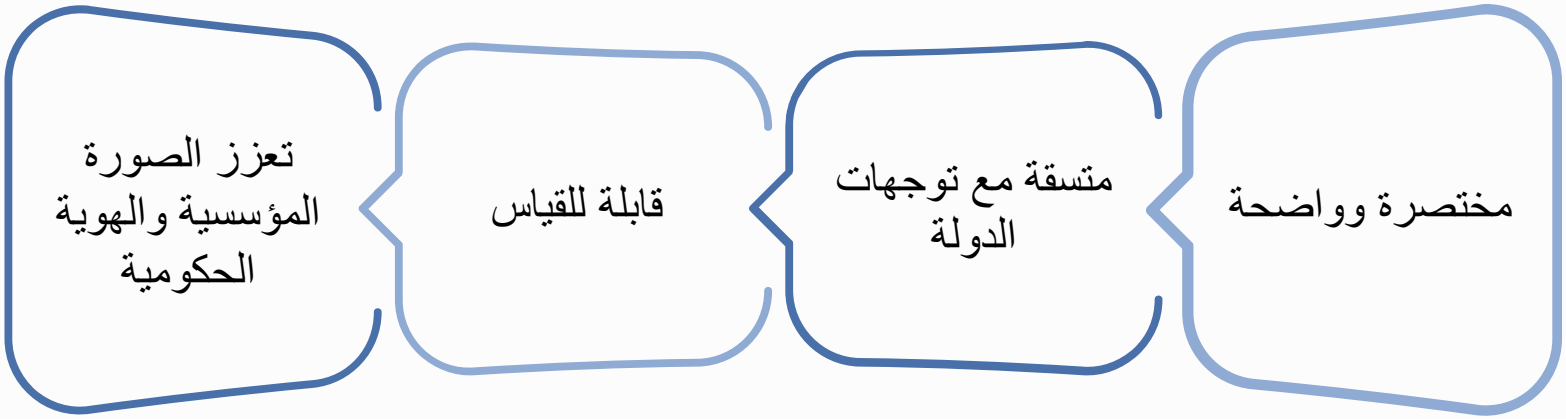


- يساعد ذلك في تصميم رسائل تختلف في أسلوبها وعمقها بحسب الجمهور.

4. بناء الرسائل الاتصالية الرئيسية

لا ينجح الاتصال الحكومي دون رسائل محورية واضحة تُبنى عليها كل الحملات الإعلامية.

وتتميّز الرسائل الاستراتيجية بأنها:



- هذه الرسائل تشكل العمود الفقري لأي حملة أو مبادرة اتصالية.

5. اختيار القنوات الاتصال الأنسب

للا يتعلق التخطيط بتعدد القنوات بل بفاعليتها. ولذلك تُدرج في الخطة:

القنوات الرقمية	وسائل الإعلام التقليدية	الاتصال الداخلي
الفعاليات الحكومية	منصات التواصل الاجتماعي	التواصل المباشر مع الجمهور

- يهدف اختيار القنوات إلى ضمان الوصول الأوسع والأدق، مع تجنّب التشتت والتكرار غير الفعّال.

6. إدارة الحملات والمبادرات الاتصال

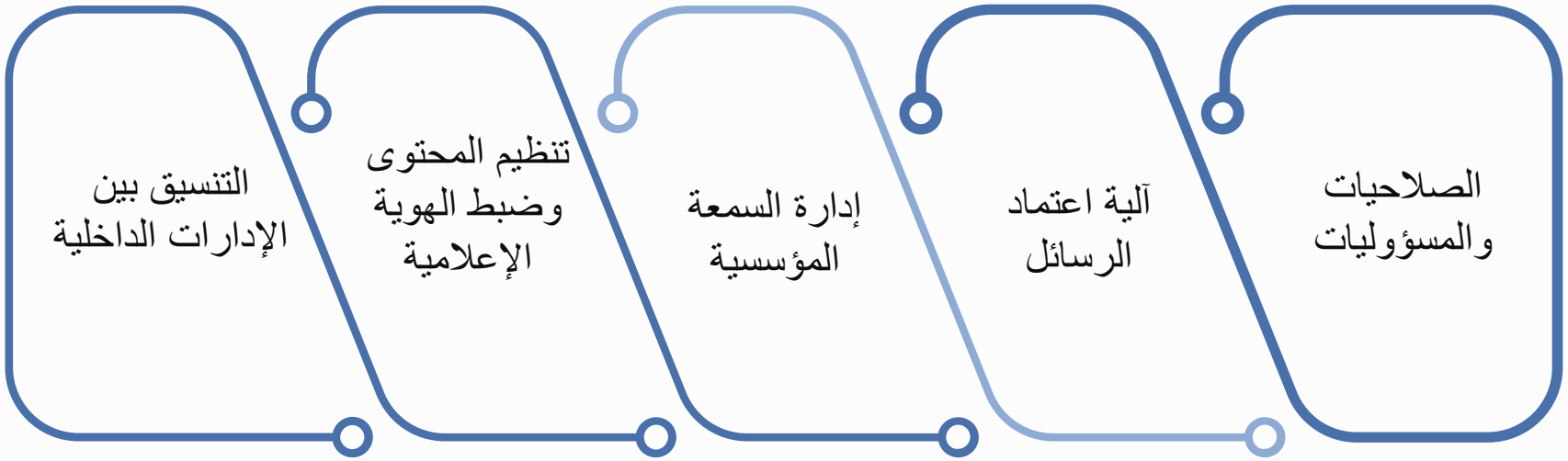
تتضمن الخطة الاستراتيجية تحديد:

- الجدول الزمني للحملات
- الفئات المستهدفة
- الرسائل الأساسية
- الأنشطة الإعلامية المرافقة
- خطة إدارة المخاطر والسيناريوهات
- خطة الاتصال لإدارة الأزمات

- إدارة الحملات ضمن إطار استراتيجي تمنع الارتجال وتضمن الاتساق والاستدامة.

7. حوكمة الاتصال الحكومي

لكي تنجح الخطة الاستراتيجية، لا بد من وجود نظام حوكمة يحدد:



- الحوكمة تمنع ازدواجية الرسائل وتضاربها، وتضمن مهنية الاتصال الحكومي.

8. مؤشرات قياس الأداء الاتصالي

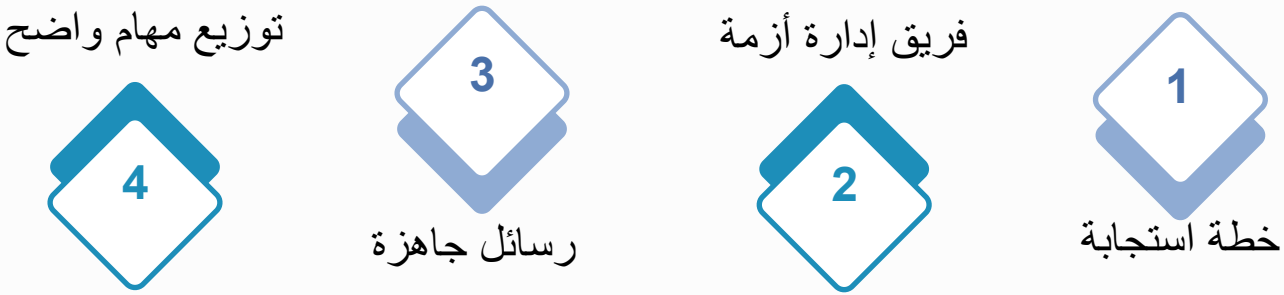
لا يمكن اعتبار أي خطة اتصالية ناجحة دون وجود مؤشرات أداء واضحة وقابلة للقياس ومن أهمها:



- قياس الأداء يساعد على تعديل المسار، التحسين المستمر، وإظهار قيمة الاتصال في نتائج التميز المؤسسي.

9. إدارة المخاطر والأزمات

جزء أساسي من التخطيط الاستراتيجي هو إعداد سيناريوهات لما قد يحدث من أزمات أو حملات مضادة، ووضع:

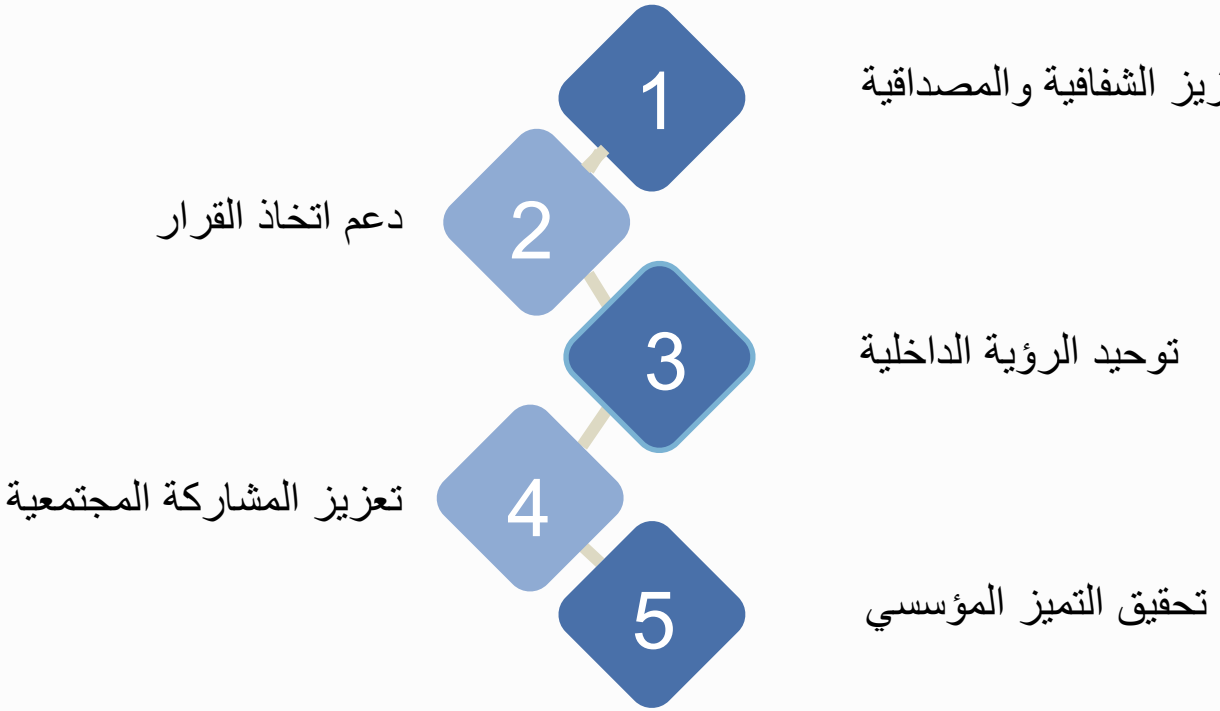


- فالاتصال أثناء الأزمات لا يمكن أن يُترك للارتجال، ويجب أن يكون مدمجًا في التخطيط الاستراتيجي.

أساسيات ومبادئ "الاتصال الحكومي"



دور الاتصال الحكومي في الجهات الحكومية



أهمية الاتصال

- تمكين السياسات
- إدارة التوقعات
- تعزيز الثقة المجتمعية

من الواقع :

خلال جائحة كوفيد-19، لم يكن التميز في القرار فقط،

بل في **الاتصال الموحد اليومي** الذي عزّز الثقة ورفع الالتزام المجتمعي.

مبادئ الاتصال الحكومي

- الشفافية
- المصداقية
- الاتساق
- الاستجابة
- إدارة مخاطر الاتصال

عناصر معيار الاتصال الحكومي

المحور 3: عناصر المعيار (Core Capabilities)

- الرؤية والأهداف
- الهيكل التنظيمي وحوكمة الاتصال
- القنوات والرسائل
- التخطيط والتنفيذ
- المتابعة وقياس الأثر

*** دمج كل عنصر مع سؤال تقييمي مباشر.**

عناصر معيار الاتصال الحكومي

1. الرؤية والأهداف الاتصالية

- تحدد الجهة الحكومية الغرض من الاتصال وأهدافه الاستراتيجية بما يتوافق مع أهداف المؤسسة العامة.
- تساعد الرؤية الاتصالية على توجيه جميع الرسائل والحملات بشكل متسق، وضمان أن كل جهد اتصالي يسهم في تحقيق النتائج المرجوة.
- تعتبر هذه الخطوة أساس التخطيط الاتصالي، إذ بدون تحديد واضح للأهداف، تصبح جهود الاتصال عشوائية وغير فعالة.

2. الهيكل التنظيمي للاتصال

- يشير إلى توزيع المسؤوليات والمهام داخل المؤسسة لضمان تنفيذ خطة الاتصال بكفاءة.
- يوضح من المسؤول عن إعداد الرسائل، من يدير الحملات، ومن يتابع أثر الاتصال.
- تنظيم الاتصال داخليًا يضمن سرعة الاستجابة ويعزز انسجام الرسائل مع السياسة العامة للمؤسسة.

3. قنوات ووسائل الاتصال

- تتضمن جميع الوسائل المستخدمة لنقل الرسائل إلى الجمهور المستهدف، سواء كانت رقمية، إعلامية، اجتماعية، أو مباشرة.
- اختيار القنوات المناسبة يعتمد على طبيعة الرسالة والجمهور ووقت التوصيل، لضمان وصول الرسالة بفاعلية.
- هذا العنصر يعكس قدرة الجهة على الوصول إلى جمهورها بطريقة استراتيجية ومؤثرة.

أولاً: قنوات الاتصال الحكومية

تتنوع قنوات الاتصال الحكومي لتشمل مزيجًا متعدد المصادر يستهدف مختلف فئات الجمهور. أهم هذه القنوات:

1. القنوات التقليدية Mass Media

تشمل التلفزيون، الإذاعة، الصحف الورقية، المؤتمرات الصحفية، والنشرات. ما زالت هذه القنوات مؤثرة في إيصال رسائل حكومية مهمة إلى جمهور واسع في وقت قصير.

تتميّز بالموثوقية والانتشار، وتستخدم عادة للإعلانات الرسمية، البيانات الحكومية، الحملات الوطنية، والرسائل العاجلة.

ورغم صعود القنوات الرقمية، لا تزال الوسائل التقليدية تُعد الأساس في إدارة الأزمات أو الاتصال عالي المخاطر.

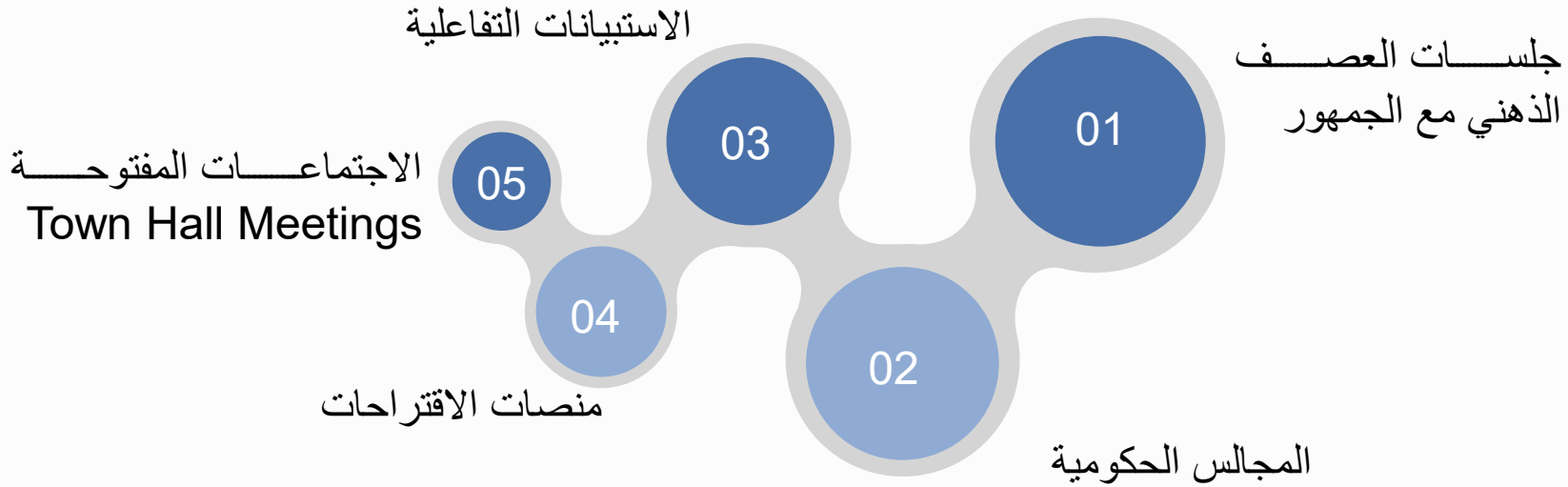
وتتجه الحكومات الحديثة نحو التكامل بين هذه الوسائل والمنصات الرقمية لتعظيم الأثر الاتصالي.

2. القنوات الرقمية Digital Channels

- تشمل مواقع الجهات الحكومية، منصات التواصل الاجتماعي، التطبيقات الحكومية، الرسائل النصية، البريد الإلكتروني، البث الرقمي، والذكاء الاصطناعي للمحادثة.
- هذه القنوات تمنح الحكومة قدرة أكبر على التواصل اللحظي، واستهداف الجمهور بدقة، وقياس الأثر بسهولة عبر مؤشرات التحليل الرقمي.
- كما تُعد قناة أساسية لبناء علاقة مستمرة مع الجمهور، وليست فقط وسيلة نقل معلومات.
- تُستخدم كثيرًا في حملات التوعية، الحملات السلوكية، الخدمات الإلكترونية، والاستشارات العامة Public Consultation

3. القنوات التفاعلية مع الجمهور Engagement Channels

مثل:

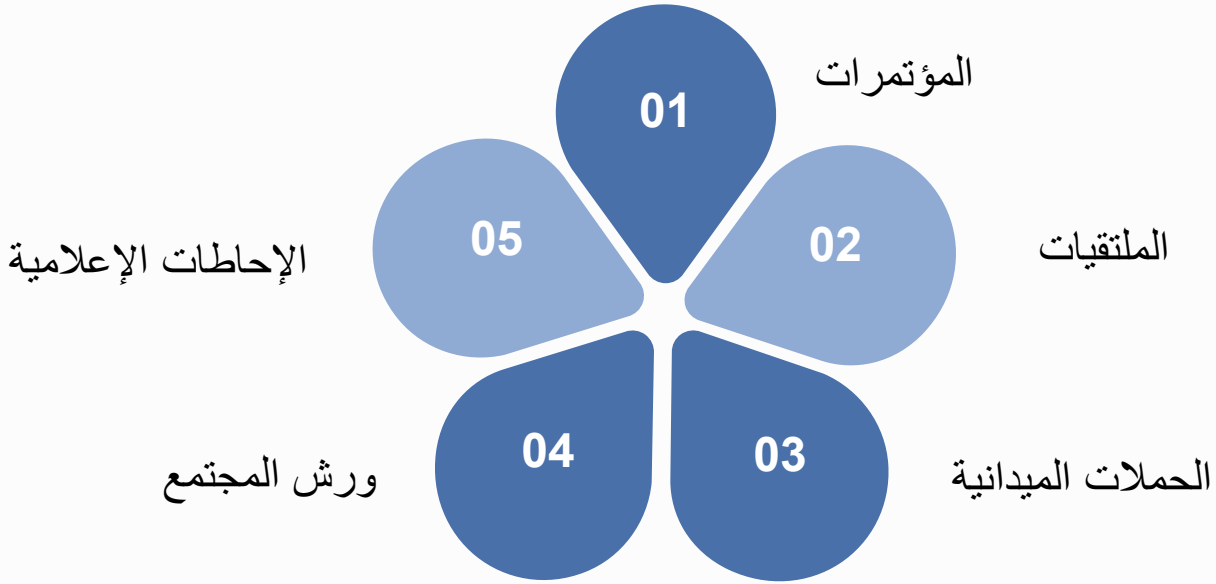


- هذه القنوات تساعد في دمج الجمهور في صناعة القرار، وتقليل فجوة الثقة، وجمع بيانات واقعية حول آراء الناس وتوقعاتهم.

وتعتبر إحدى الأدوات الحديثة في بناء حكومة تشاركية Participatory Government

4. العلاقات العامة والفعاليات PR & Events

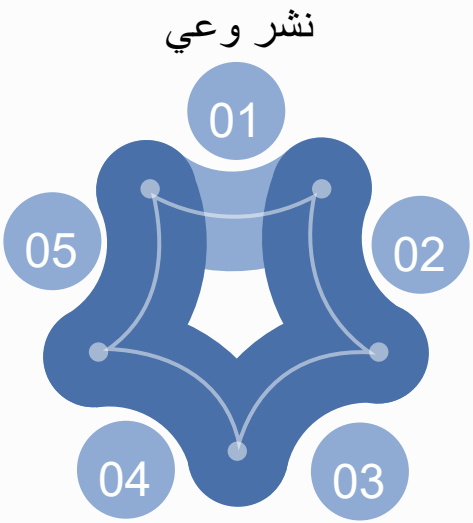
تشمل:



تساهم في تعزيز الصورة المؤسسية ومخاطبة فئات يصعب الوصول إليها عبر القنوات الرقمية، مثل كبار السن أو الموظفين في الميدان.
وتعد أحد أكثر قنوات الاتصال تأثيرًا لأنها تربط الحكومة بالجمهور مباشرة دون وسيط.

إدارة الحملات الحكومية عملية استراتيجية تهدف إلى إيصال رسائل محددة لجمهور محدد عبر قنوات مختارة، خلال فترة زمنية معينة، مع القدرة على قياس النتائج بدقة.

1. تحديد الهدف للحملة يشمل:



- يجب أن تكون الأهداف ذكية SMART وقابلة للقياس.

2. تحليل الجمهور Audience Analysis

من أهم مراحل إدارة الحملات، وتشمل تحديد:

الفئات المستفيدة	احتياجاتهم	دوافعهم
مخاوفهم	القنوات المناسبة لهم	اللغة والأسلوب الأنسب

- يساعد ذلك في صياغة رسالة دقيقة ومؤثرة.

7. قياس الأداء والتأثير Evaluation & Impact يشمل:

01 مدى الوصول Reach	02 التفاعل Engagement
03 التغيير السلوكي	04 مستوى رضا الجمهور
05 العائد من الاستثمار الاتصالي ROI	

- تسمح هذه النتائج بتحسين الحملات المستقبلية ورفع النضج الاتصالي.

حملة حكومية لتغيير إجراء خدمي



- قبل الاتصال:
  - شكاوى مرتفعة
  - فهم منخفض للإجراء
- التدخل :
  - فيديو توضيحي
  - رسائل موحدة
  - متحدث رسمي
- بعد الاتصال:
  - انخفاض الشكاوى 40%
  - زيادة رضا المتعاملين

هذه ليست حملة...
هذه **دليل أثر**.

4.رسائل الاتصال



- تمثل محتوى الاتصال نفسه، ويجب أن تكون واضحة، دقيقة، وموجَّهة بما يتوافق مع أهداف المؤسسة.
- صياغة الرسائل بعناية يضمن فهم الجمهور المستهدف للمعلومات ويعزز الثقة والمصداقية.
- الرسائل هي العمود الفقري لأي خطة اتصالية، حيث تحدد مدى تأثير الاتصال على المستفيدين.

5. التخطيط والتنفيذ

1. يشمل وضع استراتيجيات الاتصال، جداول زمنية للحملات، توزيع الموارد، وتحديد المسؤوليات.
2. التخطيط الجيد يضمن أن الرسائل تصل في الوقت المناسب وبالطريقة المثلى، ويقلل من التداخل أو الهدر في الجهود.
3. التنفيذ الفعال يعكس قدرة الجهة على ترجمة الخطط النظرية إلى واقع عملي ملموس.

6. المتابعة وقياس الأثر

1. يقيس مدى فعالية الاتصال في تحقيق أهدافه باستخدام مؤشرات الأداء وبيانات التحليل.
2. يساعد هذا العنصر على تحديد نقاط القوة والضعف في استراتيجيات الاتصال، وتقديم توصيات للتحسين المستمر.
3. قياس الأثر يجعل الاتصال أداة استراتيجية مستمرة للتطوير والتميز المؤسسي.

مكتسباتكم عن إكسبو 2020 دبي



الاتصال وتحويل التحديات إلى فرص

الاتصال الناجح يسهم في تحويل التحديات إلى مكاسب استراتيجية.

في الإمارات مثال بارز هو **إكسبو 2020 دبي**: انطلق في وقت ما بعد الجائحة، وكان تحدي عالمي، لكن الإمارات حولته إلى حدث تاريخي جذب ملايين الزوار وأظهر للعالم قدرتها على القيادة في الظروف الصعبة.



ما دور الاتصال ؟

إستراحـــة



محور 3: معيار الاتصال

تعريف معيار الاتصال الحكومي

مبادئ المعيار (الشفافية – الاتساق – الاستجابة – إدارة المخاطر)

أين يظهر المعيار في نتائج التميز (الثقة، السمعة، النتائج المجتمعية)





Government Communication الاتصال الحكومي

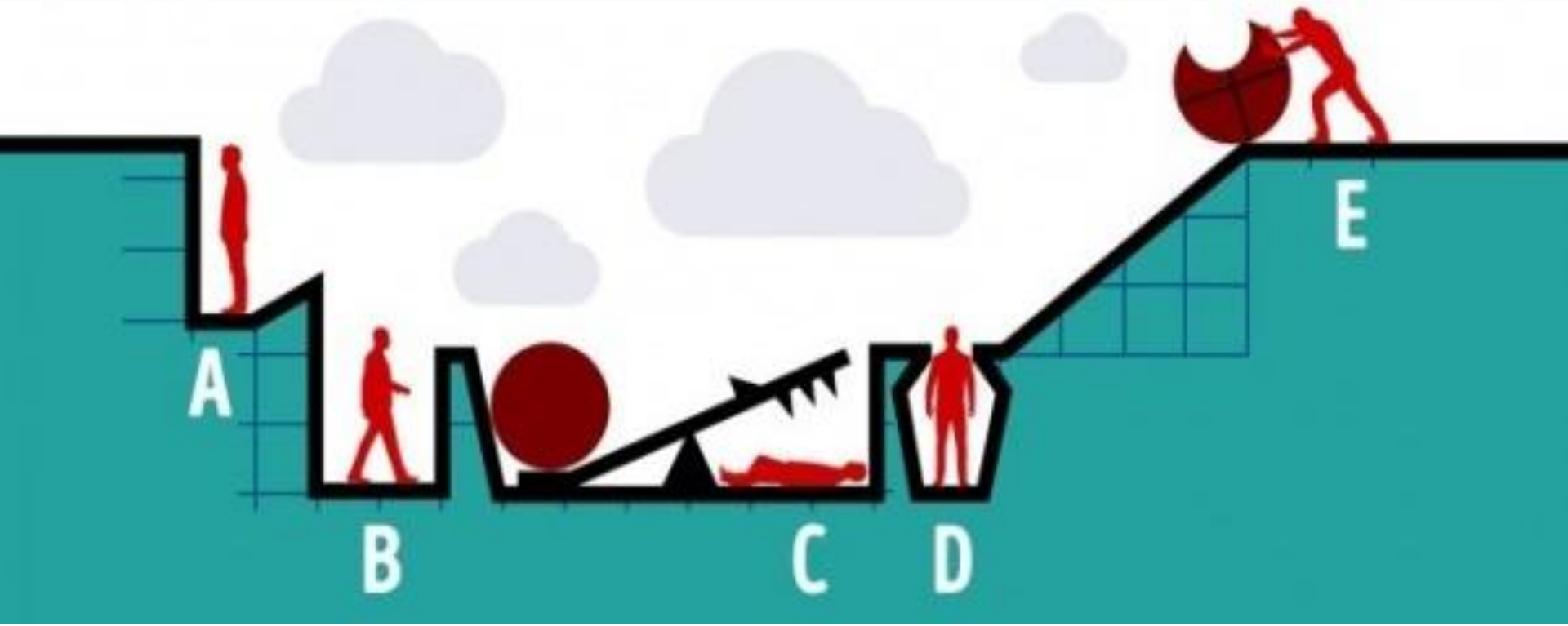
المنظومة الإماراتية تنظر للاتصال على أنه:

1. وظيفة قيادية، وليس إعلامية فقط.
2. مسؤولية استراتيجية داعمة للتخطيط الحكومي.
3. عنصر رئيسي في التميز وعرض النتائج.

وتطلب المنظومة توفر:

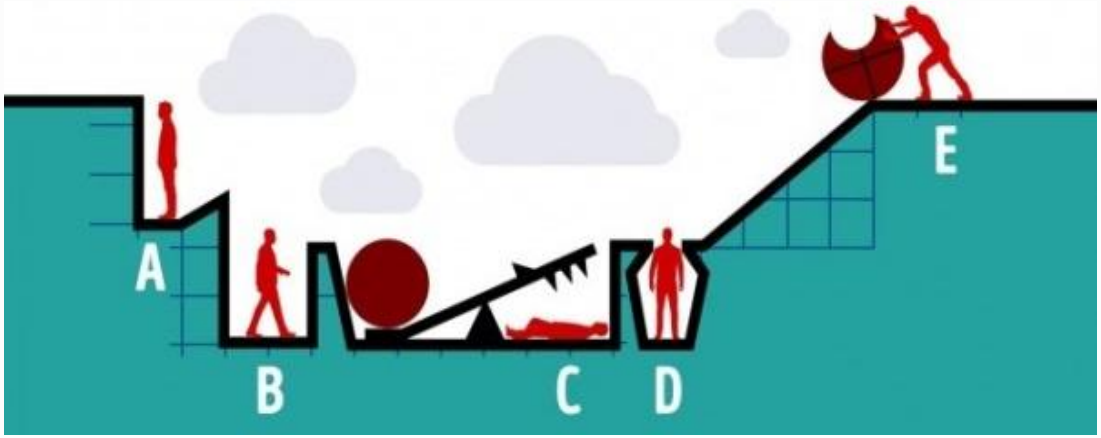
1. خطة اتصال متكاملة.
2. حوكمة واضحة.
3. مؤشرات أداء مرتبطة بالاتصال.

من الذي سيُضرب بهذه الكرة؟!



الإجابة:

سيتم ضرب الشخص D في الرأس من قِبل الكرة، أما الشخص C فسيتم صفعه بقوة من قِبل المسامير عندما تمر الكرة من الأعلى، كما أن الشخص B سيتم ضربه من قِبل الكرة، نتيجةً لتأرجح الكرة .



الاتصال الحكومي ضمن منظومة التميز المؤسسي

يظهر دور الاتصال الحكومي في منظومات التميز من خلال عدد من المسارات التكاملية:

1. دعم تحقيق الرؤية والأهداف الاستراتيجية

يتكامل الاتصال الحكومي مع منظومة التميز عبر دوره في توصيل الرؤية الاستراتيجية للجهة وتحويلها إلى رسائل واضحة يفهمها الموظفون والجمهور على حد سواء.

2. تعزيز ثقافة مؤسسية داعمة للتميز

الاتصال الفعّال يعزز ثقافة المشاركة، المبادرة، والشفافية داخل المؤسسة؛ وهو ما تدعو له نماذج التميز

3. تحسين تجربة المتعامل ورفع مستوى الرضا

الاتصال الحكومي جزء أساسي من تجربة المتعامل Customer Experience، سواء عبر القنوات الرقمية، مراكز الخدمة، أو وسائل التواصل الاجتماعي.

4. ضمان الشفافية والمساءلة

معايير التميز المؤسسي تعتمد على مبدأ الشفافية، والذي يعمل الاتصال الحكومي على ترجمته عمليًا عبر نشر المعلومات، شرح القرارات، وإدارة القضايا والأزمات بشكل مسؤول.

5. تعزيز الشراكات وقيمة المشاركة المجتمعية

منظومة التميز المؤسسي تقوم على بناء شراكات فعالة مع أصحاب المصلحة. يلعب الاتصال الحكومي دورًا رئيسًا في تحديد هؤلاء الشركاء، التواصل معهم، إشراك المجتمع، وإدارة العلاقة معهم بشكل مبني على البيانات والتحليل.

6. إدارة الصورة المؤسسية والسمعة الحكومية

التميز المؤسسي يعتمد بشكل كبير على سمعة الجهة وصورتها الذهنية لدى الجمهور. الاتصال الحكومي مسؤول عن إدارة هذه الصورة من خلال التخطيط الاتصالي، إبراز الإنجازات، توضيح المبادرات، وحماية المؤسسة وقت الأزمات كل ذلك يعزز من تقييم الجهة في محاور التميز المتعلقة بالنتائج والسمعة.

7. توظيف التقنيات الحديثة لتعزيز الفعالية

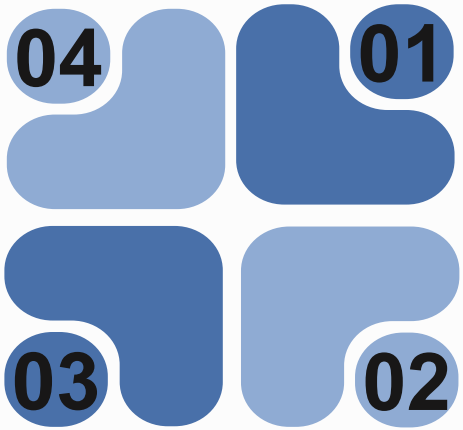
المنظمات المتميزة توظف الأدوات الرقمية والبيانات في تطوير أدائها وهنا يبرز الاتصال الحكومي عبر استخدام البيانات التحليلية، منصات التواصل، أنظمة مراقبة الإعلام، والذكاء الاصطناعي لتوجيه الرسائل وتحسين الفاعلية هذا يعكس نضج الجهة في الابتكار، وهو معيار أساسي في التميز.

أين يظهر معيار الاتصال الحكومي؟

يبرز الاتصال الحكومي كعامل مؤثر في الأداء والنتائج **كممكن** وفيها يظهر الاتصال بوضوح عبر عدة محاور:

1. نتائج الثقة المجتمعية

هذا الجزء يقيس مدى ثقة الجمهور في الخدمات الحكومية، وتأتي هذه الثقة غالبًا نتيجة لفعالية الاتصال الحكومي في:



01 توضيح المعلومات والإجراءات بدقة.

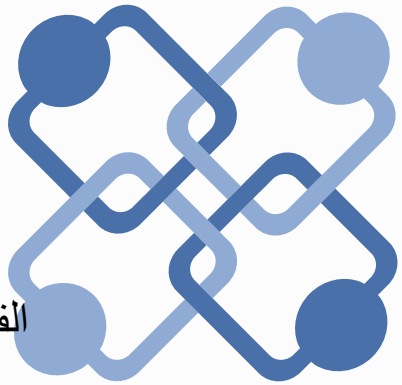
02 إدارة التواصل مع الجمهور وقت التغيير أو الأزمات.

03 تقديم رسائل تعزز الشفافية والمصداقية.

04 كلما ارتفعت جودة الاتصال، زادت الثقة المجتمعية، وهو مؤشر رئيس في DGEP

2. التواصل مع أصحاب المصلحة

يعد معيارًا واضحًا لمدى قدرة الجهة الحكومية على إدارة علاقتها مع:



- الإعلام.
- الشركاء.
- المجتمع.
- الفئات المستهدفة بالخدمات.

ويتم تقييم الاتصال هنا على أساس:

وضوح الرسائل.

جودة إدارة العلاقة مع وسائل الإعلام.



اتساق المحتوى.

تنوع قنوات الاتصال.

3. إدارة السمعة المؤسسية

يعتمد على قياس "الصورة الذهنية" للجهة عبر أدوات مختلفة منها

01 تحليل التغطية الإعلامية.

02 استطلاعات رضا الجمهور.

03 تقارير منصات التواصل الاجتماعي.

04 هنا يظهر الاتصال باعتباره الجهة المسؤولة عن بناء السمعة والمحافظة عليها.

4. النتائج الإعلامية والاتصالية

يشمل هذا المؤشر:



عدد حملات الاتصال وتأثيرها.

مستوى التفاعل عبر المنصات الرقمية.

نسبة الوصول للمستفيدين.

جودة المحتوى وانتظام نشره.

- هذه النتائج تُعد دليلًا مباشرًا على نضج الاتصال الحكومي.

1. إشراك أصحاب المصلحة (الشراكات) Stakeholders

يعد الاتصال أداة رئيسية في:

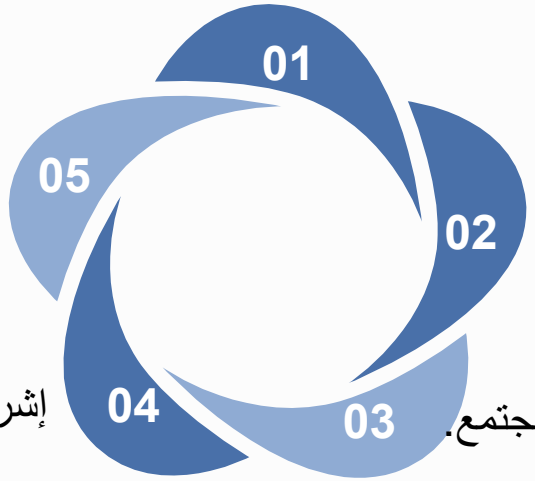
01 تحديد احتياجات الجمهور.

02 إنشاء قنوات فعالة للتواصل.

03 متابعة التوقعات المتغيرة للمجتمع.

04 إشراك أصحاب المصلحة في التخطيط وصنع القرار.

05 الاتصال هنا ليس عملية جانبية بل أداة استراتيجية لإدارة العلاقة مع المجتمع.



2. معيار النتائج المجتمعية Society Results

في هذا المعيار، يقاس أثر الجهة الحكومية على المجتمع، ويتضمن ذلك:

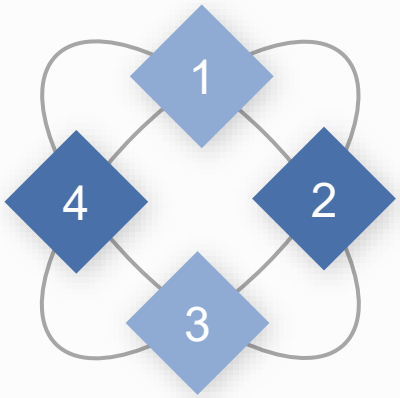
- درجة وعي المجتمع بالخدمات والحقوق.
- مستوى الرضا عن شفافية الجهة.
- الثقة في الرسائل الحكومية.

- جميع هذه النتائج تعتمد مباشرة على قوة الاتصال الحكومي.

الاتصال يظهر هنا ضمن النتائج التشغيلية مثل:

جودة المحتوى الاتصالي.

تفاعل المتعاملين عبر القنوات الرقمية.



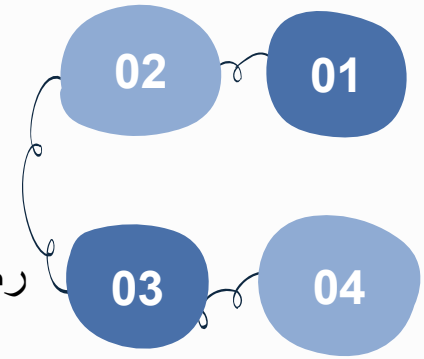
عدد المبادرات الإعلامية.

فعالية إدارة الأزمة.

- هذه النتائج تستخدم كنقاط قياس لتعزيز مستوى التميز المؤسسي.

2. معيار النتائج المجتمعية Community Results

يعتمد هذا المعيار على قياس:



01 وعي المجتمع بسياسات وبرامج الحكومة.

02 هنا يظهر الاتصال باعتباره أحد أهم روافع التميز.

03 رضا المواطنين عن قنوات الاتصال الحكومية.

04 مستويات الثقة في الأداء الحكومي.

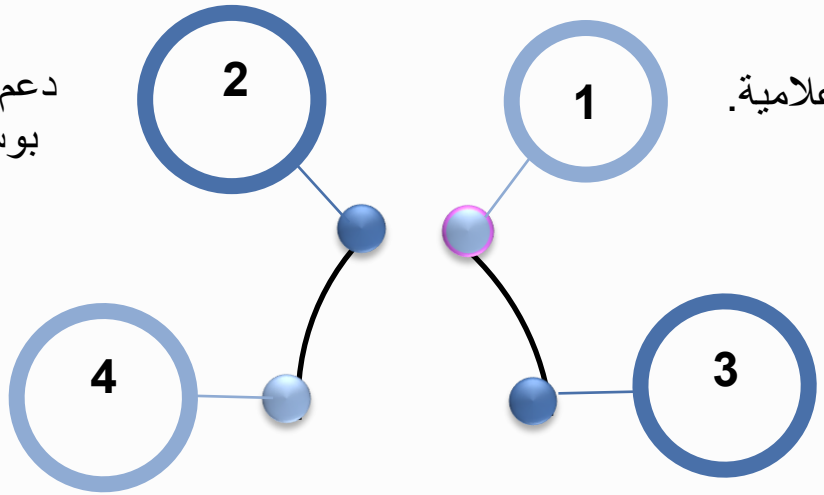
أمثلة مؤشرات أداء الاتصال :

1. زيادة استخدام قنوات خدمة حكومية
2. ارتفاع نسبة التسجيل في مبادرة (حملة)
3. خفض المخالفات (ترويج)
4. زيادة الالتزام بإجراءات معينة (وعي وتثقيف)
5. تغيّر أنماط السلوك المجتمعي

هذا المستوى هو الذي تعتمده نماذج التميز كدليل على الأثر الحقيقي للاتصال.

3. معيار الكفاءة في إدارة الأزمات Crisis Management

في هذا المجال، تلزم المنظومة الجهات بتقديم أدلة فعّالة على:



- الاتصال الحكومي يقوم بدور مركزي في حماية السمعة، السيطرة على الموقف، وضمان استمرار الخدمات.

الاتصال في الأزمات

القيادة في الأزمات وصنع القرارات تحت الضغط من أدق وأصعب المواقف التي يواجهها القائد. في الإمارات شفنا هالشي بشكل عملي خلال جائحة **كورونا (كوفيد-19)**، حيث كان القرار يتخذ بسرعة فائقة ما بين إغلاق، حجر صحي، ودعم اقتصادي. حكومة الإمارات نجحت في تحويل التحدي إلى قصة نجاح عالمية، من خلال قدرتها على اتخاذ قرارات مدروسة وسريعة، مثل إطلاق **المستشفيات الميدانية**، وإطلاق برنامج **التطعيم الوطني** الذي جعل الدولة من أوائل الدول في نسب التلقيح.



الاتصال في الأزمات: من الإطار إلى السيناريو

إدارة السمعة الحكومية

مؤشرات الأداء أثناء وبعد الأزمة



شكراً لكم


2
اليوم الثاني

الاتصال وجودة الحياة



ما المطلوب في معيار الاتصال الحكومي؟

الانتقال من:

مخرجات (عدد حملات – منشورات – بيانات صحفية)
إلى:

نتائج وأثر (ثقة، سلوك، وعي، تقليل مخاطر)



1. وجود إطار منهجي لإدارة الاتصال المؤسسي

يتعين على الجهة تقديم إطار يوضح:

- كيف تُدار عمليات الاتصال داخليًا وخارجيًا.
- السياسات والإجراءات المعتمدة.
- آليات التنسيق بين وحدات الاتصال وبين الإدارات الأخرى.
- مدى ارتباط خطط الاتصال بالخطة الاستراتيجية للجهة.

➢ يُظهر هذا المتطلب أن الجهة تعمل وفق منهجية واضحة ومعتمدة وليست جهودًا فردية أو موسمية.

2. خطة اتصال استراتيجية متكاملة

يجب أن يتضمن الملف خطة اتصال مبنية على:

تحليل أصحاب المصلحة.

تحليل السمعة المؤسسية.



تحديد الرسائل المفتاحية.

وضع مؤشرات لقياس الأثر.

تحديد القنوات والأدوات المناسبة.

- وجود خطة استراتيجية يوثق التمكين المؤسسي، وأن الاتصال جزء من منظومة القرار وليس نشاطًا تكميليًا.

3. إدارة فعّالة لأصحاب المصلحة

يجب أن يظهر الملف كيفية قيام الجهة بـ:

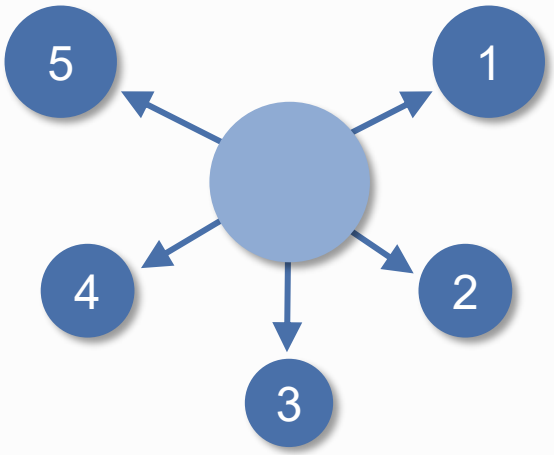
- تحديد أصحاب المصلحة وتصنيفهم.
- التواصل الفعال معهم حسب احتياجاتهم.
- تعزيز الشراكات والاستماع لملاحظاتهم.
- توثيق آليات التغذية الراجعة.

- هذا المتطلب مرتبط بشكل مباشر بمعايير التميز، لأنه يدل على أن الاتصال يسهم في رفع رضا وثقة الفئات المعنية.

4. بناء وإدارة السمعة المؤسسية

يركز هذا المتطلب على:

1. وجود رؤية واضحة للسمعة المستهدفة.
2. إدارة المخاطر السمعة.
3. التواصل الاستباقي والشفاف.
4. إبراز إنجازات الجهة بطريقة مدروسة.
5. إدارة السمعة تُعد أحد أهم مكوّنات الاتصال في نماذج التميز الحديثة.

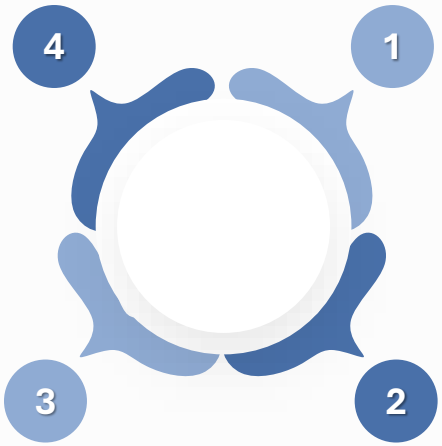


5. الاتصال الداخلي ودوره في تعزيز ثقافة العمل

يتوجب توضيح:

كيف تدعم الجهة الاتصال بين الموظفين والإدارة.

وجود قنوات اتصال داخلية فعّالة (نشرات – اجتماعات – منصات رقمية).



هذا يعكس قدرة الجهة على تحقيق الاتساق الداخلي بين الموظفين ورسالة المؤسسة.

دور الاتصال الداخلي في تعزيز الانتماء والإنتاجية.

6. الاتصال الخارجي وجودة المحتوى الإعلامي

يشمل إبراز:

1. الحملات الإعلامية التي نفّذتها الجهة.
2. تنويع الوسائل بما يتناسب مع الجمهور.
3. جودة الرسائل ووضوحها.
4. مدى التزام المحتوى بالمعايير المهنية.

- هذا المتطلب يوضح قدرة الجهة على الوصول والتأثير في المجتمع.

7. الابتكار في الاتصال الحكومي

يُبرز الملف:

1. المبادرات الاتصالية الإبداعية.
2. استخدام التقنيات الحديثة (ذكاء اصطناعي، تفاعلات رقمية، منصات جديدة).
3. الأساليب المبتكرة في التواصل وإدارة المحتوى.
4. إظهار الابتكار أصبح شرطًا أساسيًا في نماذج التميز.

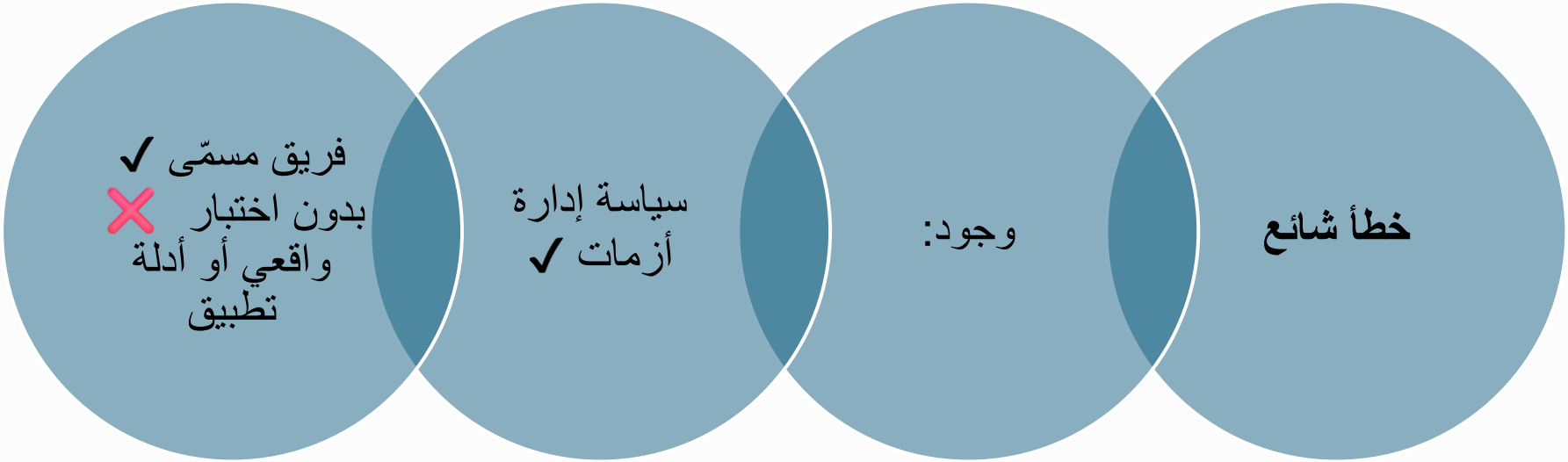
8. إدارة الأزمات من منظور الاتصال الحكومي

من المتطلبات الأساسية:

1. وجود خطة اتصال أثناء الأزمات.
2. سرعة الاستجابة ووضوح الرسائل.
3. توثيق الإجراءات التي تم اتباعها خلال حالات الطوارئ.
4. أمثلة واقعية تثبت كفاءة الأداء الاتصالي أثناء الأزمات.

- هذا يعزز قدرة الجهة على الاستعداد والتعامل مع الظروف الاستثنائية.

من الإطار النظري إلى السيناريو التطبيقي:



ليس:

هل لديكم دليل؟

كيف ينظر المقيم للأزمة؟

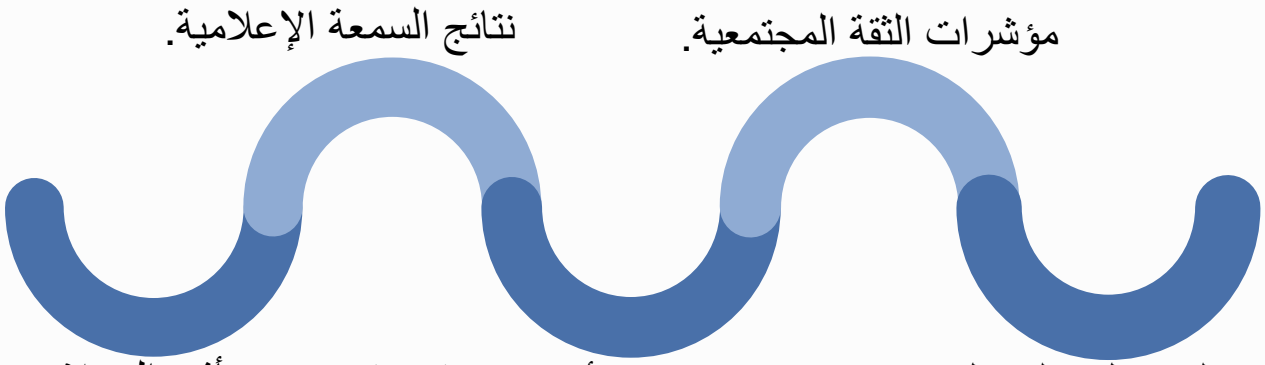
هل أنتم **جاهزون**؟

هل جُرّب النظام؟

هل تم التعلم بعد الأزمة؟

9. مؤشرات الأداء والنتائج الموثقة

يتطلب الملف تقديم أدلة رقمية مثل:



- كل هذه المؤشرات تؤكد أن الاتصال يحقق نتائج قابلة للقياس والتحسين.

10. ممارسات مقارنة (Benchmarking)

يشترط إبراز:

1. مقارنة أداء الجهة مع جهات أخرى رائدة.
2. الاستفادة من أفضل الممارسات العالمية.
3. تطوير الأداء الاتصالي بناءً على المقارنات.
4. هذا يعزز صورة الجهة ككيان متعلم ومطوّر.

نشـــاط

إنطباع الفريق عن الاتصال والتواصل المرتبط بالصورة أدناه (منخفض الهدير)





الاتصال وقياس الأثر (النتائج)

قياس الاتصال الحكومي



كيف نثبت الأثر؟

- قياس الثقة
- قياس الفهم
- التفاعل
- السمعة

- Trust Indicators
- Engagement Metrics
- Understanding Levels
- Behavioural Indicators

مثال إماراتي:

استطلاعات ما بعد المبادرات

- تحليل التفاعل الرقمي

✓ دليل على نضج القياس.

المحور 6: قياس الأثر والأدلة

- الانتقال من الوصف إلى الأثر
- أدوات القياس الأربعة (Reach – Engagement – Understanding – Sentiment)
- خريطة أثر الاتصال (Communication Impact Map)

الانتقال من الوصف إلى الأثر القابل للقياس

لماذا تُعد هذه فجوة شائعة؟

كثير من الجهات الحكومية:

تُقدّم خطط اتصال ممتازة

تُوثّق حملات ورسائل وقنوات
❌لكنها لا تُثبت الأثر الحقيقي على المجتمع، الثقة، أو جودة الحياة



المقيم لا يسأل: ماذا فعلتم؟
بل يسأل: ماذا تغيّر بسبب ما فعلتم؟



من النشاط إلى الأثر

- المنشورات ≠ أثر
- الأخبار ≠ ثقة
- الحملات ≠ تغيير سلوك

مؤشرات الأداء

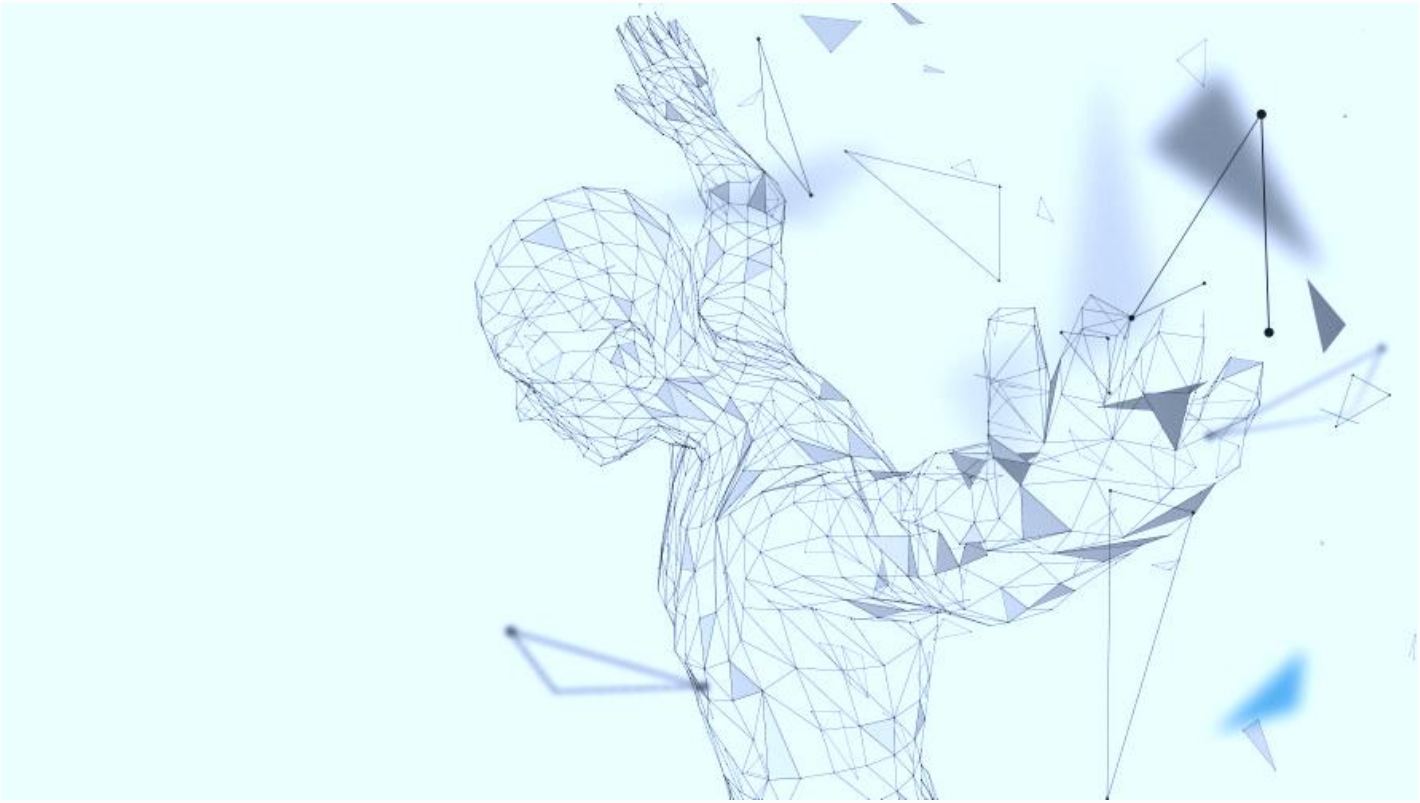
- رضا الجمهور
- مستوى الالتزام

"الاتصال الحكومي في GEM 2.0: الموقع والدور والأثر"



الاتصال الحكومي ومنظومة التميزGEM

قدرة مؤسسية لإدارة العلاقة مع المجتمع بما يدعم الثقة والتكامل وجودة الحياة



المدخل الاستراتيجي

- الاتصال الحكومي في GEM 2.0 يُعد قدرة تمكينية
- يركز على بناء الثقة والتكامل
- يدعم تحقيق جودة الحياة

لماذا الاتصال الحكومي معيار تمكين في GEM 2.0؟

- الإتصال الحكومي يدعم:
- الثقة
- التماسك المجتمعي
- الجاهزية
- استمرارية السياسات

- Government Communication as an Institutional Enabler الاتصال كقدرة وممكن مؤسسي
- Trainer of Trainers (TOT) – Evaluation Ready جاهزية المقيم لتقييم الاتصال

رسالة للمقيم:

الاتصال الحكومي هنا مكّن نجاح السياسات، ولم يكن نشاطاً إعلامياً.

موقع الاتصال الحكومي في منظومة التميز



أثر عرضي على بقية المعايير



معيار الاتصال الحكومي – 5%



25% –محور الممكنات

لماذا وُضع الاتصال الحكومي ضمن "الممكنات"؟

- محور الممكنات (25%)
- معيار الاتصال الحكومي (5%)
- أثر مضاعف

مثال إماراتي:
المبادرات الوطنية الكبرى (مثل الاستراتيجيات طويلة المدى)
تعتمد على **اتصال متدرج ومتسق** بين الجهات الاتحادية والمحلية.

دور الاتصال الحكومي في دعم التميز

1. يختزل مخاطر السمعة والأزمات

يسهم الاتصال الحكومي الفعّال في حماية سمعة الجهة من خلال إدارة استباقية للمعلومات والرسائل قبل وأثناء وبعد وقوع الأزمات.

2. يبني الثقة العامة تجاه الخدمات والسياسات

الثقة العامة هي أحد أهم مؤشرات التميز الحكومي، والاتصال الفعّال هو الأداة الرئيسة لبنائها فعندما تقدم الجهة معلومات واضحة، دقيقة، ومتسقة حول خدماتها وسياساتها، يشعر الجمهور بالطمأنينة تجاه نوايا الحكومة وشفافيتها.

3. يحسن النتائج المؤسسية عبر وعي الجمهور

نتائج الأداء الحكومية تعتمد بشكل كبير على وعي الجمهور بدوره والتزامه بالإجراءات والخدمات المقدمة ومن خلال الاتصال الحكومي المخطط والقائم على تحليل الجمهور، يمكن رفع مستوى الوعي بما يؤدي إلى تحسين التفاعل، تقليل الأخطاء في استخدام الخدمات، وزيادة الامتثال للإجراءات.

4. يعزز المشاركة المجتمعية Citizen Engagement

المشاركة المجتمعية هي ركيزة أساسية في الحكومات الحديثة، والاتصال الحكومي هو بوابة تحقيقها وبناء علاقة تفاعلية بين المواطنين والجهات الحكومية إذ تمكّن القنوات الاتصالية الرقمية والورش التفاعلية واستطلاعات الرأي من إشراك الجمهور في تصميم السياسات وصياغة الخدمات.

5. يرفع درجة الشفافية الحكومية

تعتبر الشفافية أحد أهم معايير التميز، وهي عنصر لا يتحقق إلا باتصال حكومي فعّال ومفتوح من خلال نشر المعلومات، عرض البيانات، وتوضيح القرارات والمخرجات بشكل مستمر، يشعر الجمهور بأن الحكومة تعمل بنزاهة ومسؤولية.

وزن المعيار وأثره



- وزن منخفض لكن تأثير شامل•
- داعم لبقية المعايير•

فكرة الجوهرية: **قيمة الاتصال لا تُقاس بحجمه، بل بقدرته على إحداث تغيير واسع ومنهجي**—بوصفه **ممكّناً للتميّز** من خلال التكامل، الانسيابية، وتسريع الأثر.

قياس أثر الاتصال وتضمينه في ملف التميز

أولاً: لماذا يعتبر قياس الأثر الاتصالي ضرورة استراتيجية؟

1. إثبات القيمة المؤسسية للاتصال

يسمح القياس بإثبات أن الاتصال الحكومي ليس عملاً شكليًا أو تزيينيًا، بل يؤدي إلى نتائج قابلة للقياس مثل رفع الوعي، تحسين رضا الجمهور، أو خفض شكاوى الجمهور.

2. تحسين اتخاذ القرار المؤسسي

تساعد نتائج القياس في تعديل الخطط الاتصالية، وإعادة توزيع الموارد، وتحديد القنوات الأكثر تأثيرًا.

3. تعزيز التنافسية في منظومات التميز المؤسسي

الجهات التي تقدم بيانات قياس دقيقة تُحقق نقاطًا أعلى لأنها تُظهر نضجًا إداريًا واتصاليًا.

4. دعم بناء السمعة المؤسسية

السمعة تُبنى عبر بيانات تُثبت مصداقية الجهة في تواصلها مع الجمهور واستجابتها لاحتياجاته.

ثانياً: ماذا نقيس في الاتصال الحكومي؟ (مستويات القياس الأربعة)

يُقسّم قياس أثر الاتصال إلى أربع طبقات مترابطة:

1. قياس الوصول Reach يركّز على :-

- كم شخص شاهد الرسالة؟
- ما حجم الجمهور الذي وصلت إليه الحملة؟
- ما نسبة التغطية الإعلامية؟



أمثلة مؤشرات الاتصال:

1. عدد المشاهدات
2. عدد القراء
3. عدد الانطباعات الرقمية Impressions
4. عدد القنوات المشاركة في التغطية
5. هذا المستوى يقيس النطاق وليس التأثير النهائي.

2. قياس التفاعل Engagement

يقيس جودة تفاعل الجمهور مع الرسائل الحكومية. **أمثلة المؤشرات:**

الإعجابات والتعليقات

نسبة فتح الرسائل الإلكترونية



المشاركات

عدد زيارات الموقع

مدة مشاهدة الفيديو

- هذا المستوى يكشف مدى اهتمام الجمهور ومشاركته الفعلية.

3. قياس الفهم والاتجاهات Understanding & Sentiment

يركّز على تغيير المعرفة أو الاتجاهات تجاه المبادرة الحكومية.

أمثلة المؤشرات:

1. هل فهم الجمهور الرسالة؟
2. هل انخفضت الشائعات؟
3. هل تغيرت نظرته؟
4. ما معدل الرضا الاتصالي؟

4. تحليل المشاعر Sentiment Analysis

1. هذا المستوى يقيس التأثير الإدراكي والعاطفي لدى الجمهور.
2. قياس التغيير السلوكي Behavior Change
3. الأقوى والأهم لأنه يقيس التحوّل الفعلي في السلوك المستهدف.

المحور 4: نضج الاتصال الحكومي (Maturity Model)

مستويات النضج الخمسة (تشغيلي → تحويلي)

أمثلة سلوكية لكل مستوى

كيف يميّز المقيم بين مستوى وآخر؟

كيف يتم تقييم نضج الاتصال

1. المستوى التشغيلي (Operational)

ممارسات اتصال فردية أو قطاعية، إجراءات ردّ فعل لحالات إعلامية أو طلبات، ولا توجد سياسات أو تنسيق مركزي.

مؤشرات قياس قصيرة:

- غياب خطة اتصال موثقة.
- رسائل متناقضة بين وحدات الجهة.
- قنوات الاتصال مُدارة على مستوى فردي (مسؤول حسابات فقط).
- استجابة إعلامية عشوائية فور حدوث الحدث.

2. المستوى المنهجي Managed / Policy-driven

وجود سياسات، أدلة عمل، وعمليات متفق عليها لإدارة المحتوى والرسائل والقنوات. تنسيق أساسي بين وحدات الجهة.

مؤشرات قياس:

- وثيقة سياسة اتصال معتمدة.
- نماذج رسائل (Templates) ودليل هوية إعلامية موحّد.
- وجود سجل خطط سنوية للحملات.
- آلية تنسيق/اعتماد sign-off للمحتوى.

3. المستوى الاستباقي Proactive / Data-driven

الخطة الاتصالية مبنية على تحليلات بيانات: استماع اجتماعي، أبحاث جمهور، تحليل أداء الحملات، وتخطيط مبكر للحملات المرتبطة بالفعاليات والأجندات.

مؤشرات قياس:

- وجود نظام رصد إعلامي Social Listening
- تقارير تحليلية دورية (شهرية/ربع سنوية).
- حملات مبنية على بيانات احتياجات الجمهور (surveys, analytics).
- استخدام اختبارات A/Bللمحتوى.

4. المستوى الاستراتيجي Strategic / Integrated

الاتصال مدمج في التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة؛ الرسائل والأهداف الاتصالية مرتبطة بأهداف الأداء المؤسسي، وتُستخدم لقيادة تغيير السياسات وتحقيق نتائج مؤسسية قابلة للقياس.

مؤشرات قياس:

- ارتباط مؤشرات الاتصال بمؤشرات الأداء الرئيسية للمؤسسة (KPIs/Critical Success Factors)
- مشاركة فريق الاتصال في اجتماعات التخطيط الاستراتيجي.
- وجود خرائط أثر communication impact mapsتوضح كيف تدعم الرسائل الأهداف.

5. المستوى التحويلي Transformational / Predictive & Prescient

الاتصال ليس استجابة أو دعمًا فحسب، بل قوة محركة للتغيير: يستخدم التنبؤات Predictive Analytics لرصد اتجاهات الرأي العام قبل ظهورها، ويُدير السمعة استباقيًا، ويؤسس لسرديات طويلة الأمد تدعم التحول المؤسسي.

مؤشرات قياس:

- نظام تنبؤي لرصد المشاعر والاتجاهات Social Sentiment Forecast
- خطط اتصالية مبنية على سيناريوهات مستقبلية Futures Scenarios
- تكامل AI/ML في تخصيص الرسائل وتوقيتها.
- دلائل على تقليل الأزمات أو تحويل الأزمات إلى فرص عبر استباقية الاتصال.

نضج الاتصال الحكومي



Level 1: إعلام تشغيلي
Level 2: حملات ورسائل
Level 3: إطار مؤسسي
Level 4: قياس وتكامل
Level 5: استباقي وأثر

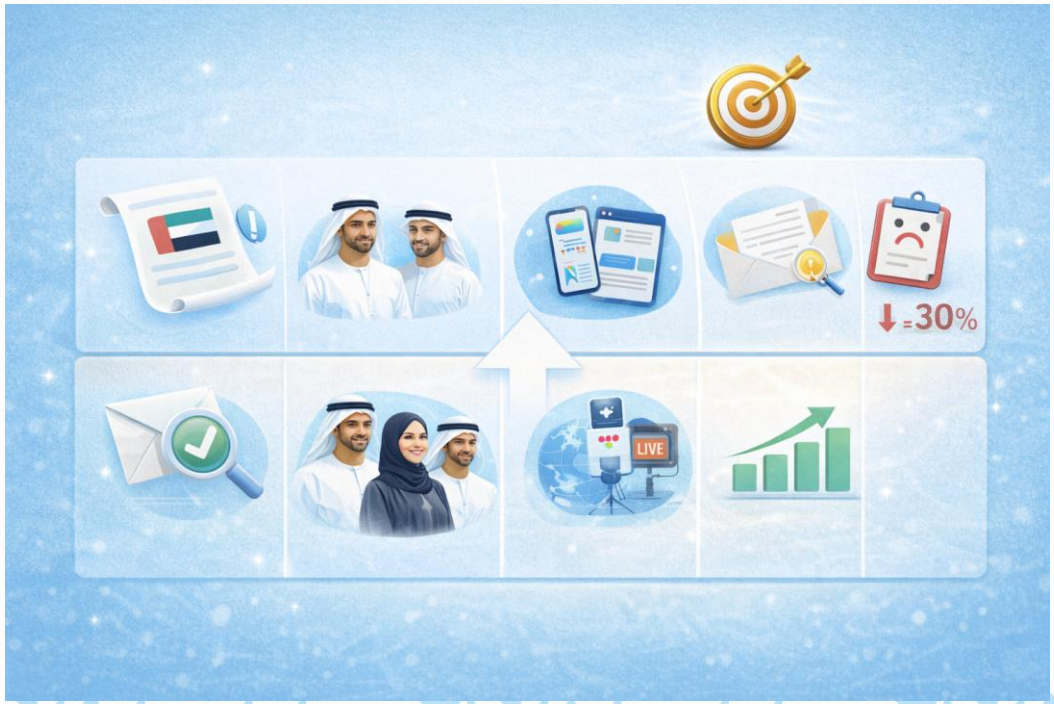
استخدام Rubric

- تقييم ذاتي
- تحليل فجوات
- تحديد أولويات التحسين

- Policy أطر وسياسة
- Governance حوكمة
- Measurement قياس ومتابعة
- Integration تكامل وتربط
- Evidence أدلة

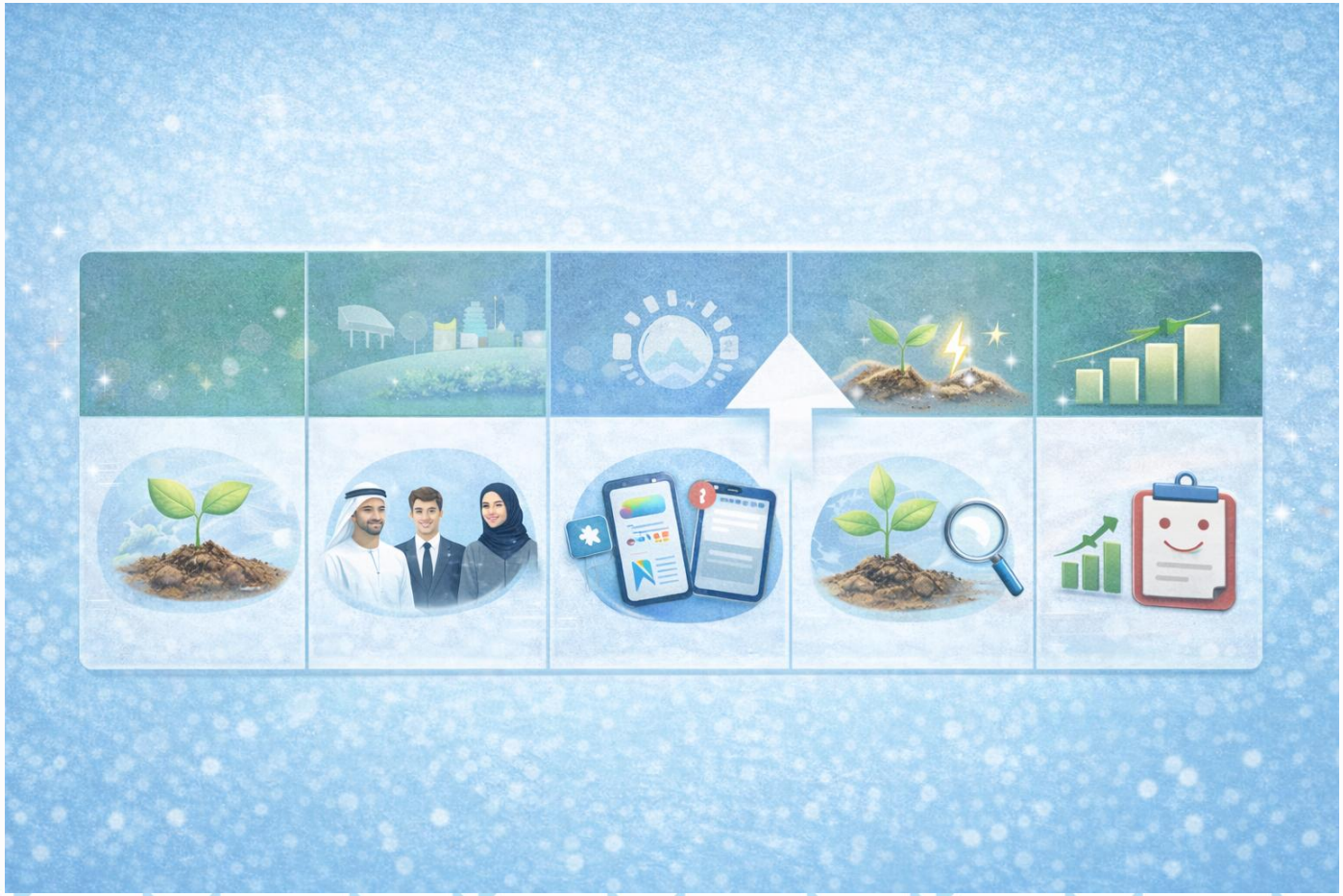
أداة تطبيقية: خريطة أثر الاتصال
Communication Impact Map

مؤشر القياس	النتيجة المتوقعة	القناة	الجمهور	الرسالة
↓ الشكاوى 30%	تقليل الاستفسارات	السوشيال + الموقع	المتعاملون	توضيح سياسة جديدة
↑ مؤشر الثقة	رفع الثقة	الإعلام	المجتمع	رسالة شفافية



نشاط الفريق

1. إختر مبادرة حكومية
2. حدد خريطة أثر الاتصال لها



كيف يفكر المقيم؟

ماذا يقيّم المقيم فعلياً؟

- هل يوجد إطار مؤسسي؟
- هل يوجد قياس؟

أسئلة المقيم غير المعلنة

- هل الرسائل متناسقة بين الإدارات؟
- هل يوجد إطار حوكمة؟
- هل يتم قياس الأثر؟

مثال إماراتي:
جهة تصدر بيانات ممتازة
لكن كل إدارة تستخدم لغة مختلفة
❌ هذا يُسجَّل كنقطة ضعف في الاتصال المؤسسي.

مبادئ تُترجم مباشرة إلى درجات

- الشفافية
- المصداقية
- الاتساق
- سرعة الاستجابة
- إدارة المخاطر الاتصالية

مثال إماراتي:
الشفافية في إعلان التحديات (وليس الإنجازات فقط)
تُحتسب كنضج مؤسسي، لا كنقطة ضعف.

الشفافية والمصداقية

- وضوح الرسائل
- إعلان التحديات

الاتساق المؤسسي

- لغة واحدة
- خطاب موحد

سرعة الاستجابة

- الاستجابة في الأزمات
- وضوح المصدر

حوكمة الاتصال الحكومي

الحوكمة والقدرة المؤسسية

هل الاتصال "منظّم" أم "اجتهادي"؟

- سياسة اتصال معتمدة
- صلاحيات واضحة
- آلية اعتماد الرسائل
- تنسيق داخلي

مثال إماراتي:
جهة تعتمد "ناطق رسمي"
- دليل رسائل
- تنسيق مع القيادة

✓ تُقيَّم كنضج مؤسسي.

قحارتسإ



نضج الاتصال المؤسسي



- سياسات
- حوكمة
- تكامل

الأدوار والمسؤوليات

- ناطق رسمي
- فرق اتصال
- قنوات اعتماد الرسائل
- علاقة القيادة بالاتصال

سياسات الاتصال

- إطار مكتوب
- معتمد من القيادة

الاتصال كأداة تكامل لا تنافس

- رسائل مشتركة
- خطاب حكومي موحد
- عدم ازدواجية

- رسائل موحدة
- حملات مشتركة
- لغة حكومية واحدة

مثال إماراتي:
حملات التوعية الوطنية التي تشارك فيها أكثر من جهة بنفس الرسائل الأساسية
✓ تُحسب كتكامل مؤسسي عالي.



- مبادرات وطنية مشتركة

الاتصال في المبادرات الوطنية



- شرح الأثر
- إدارة التوقعات
- تعزيز الالتزام المجتمعي

الاتصال الحكومي في الأزمات



للحظة التي تُصنع فيها السمعة

- مصدر واحد Single Source of Truth
- سرعة Speed vs Accuracy
- وضوح Rumour Management
- إدارة شائعات

مثال إماراتي:
في الأزمات الخدمية أو الطارئة،
التأخير في الاتصال يُسجَّل كضعف حتى لو كان الإجراء صحيحاً.

الاتصال الحكومي في الأزمات - من الواقع



الشفافية وقت الحروب تقلل التوتر ولا تزيده ؟



الإحاطات الإعلامية والرسائل التحذيرية والتنبيهات



الاتصال الحكومي في الأزمات - الإعلام



الاتصال الحكومي في الأزمات - تواصل القيادة





الاتصال الحكومي في الأزمات رسالتنا للعالم





- الثقة
- الاستمرارية

إدارة السمعة الحكومية

- ناتج تراكمي
- مرتبط بالثقة
- يتأثر بسرعة الاتصال

منظومة التميز الحكومي GEM 2.0



المحور الثالث : الممكنات % 25

3.4 المعيار الحادي عشرة: الاتصال الحكومي % 5

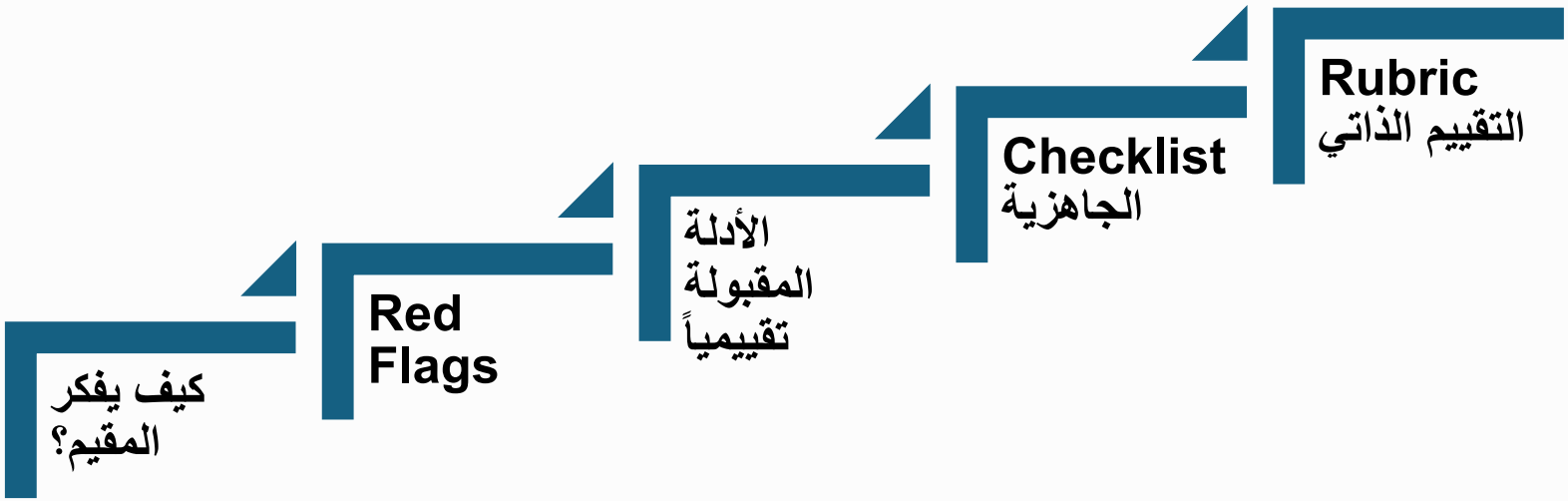
تعمل الجهة الحكومية الرائدة على وضع خطط وسياسات اتصال مؤسسي فعالة وذلك للترويج لبرامجها ومبادراتها واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والرسائل الإعلامية لدعم استراتيجياتها وتوجهاتها وأولوياتها الوطنية.

أهم المبادئ المرتبطة بالمعيار:

- **الترويج الحكومي:** وضع خطط ترويجية تدعم المبادرات والبرامج الحكومية الكبرى وإدارة حمالات اتصالية مبتكرة تدعم الأهداف الاستراتيجية وتعزز سمعة المؤسسة.
- **التواصل الاجتماعي:** يتضمن كافة الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوعات تخص الجهة وتهم الجمهور.
- **الرسائل الإعلامية:** وثيقة اتصالية تزود المتحدثين الرسميين بالحقائق والأرقام حول قضية معينة
- **إدارة الأزمات الإعلامية :** التخطيط والاستعداد للتعامل مع الازمات الإعلامية بشكل فعال وسريع للحد من تصاعد النبرة السلبية لتداول الموضوع محل الازمة.

النتائج والأثر: عدد الحملات الإعلامية، المواقع الالكترونية، التواصل الاجتماعي، مقياس نجاح الحملات الإعلامية، عدد الزوار، عدد المترددين ، الاعجاب، المقاطع الترويجية، الأفلام ، اجندة الاحداث، البحث، الفلاتر، ملاحظات الجمهور،

المحور 7: عقلية المقيم والتقييم الذاتي



أدوات قياس –سياق إماراتي

- استطلاعات ما بعد المبادرات
- تحليل التفاعل الرقمي
- قياس الفهم والوضوح



أمثلة قياس إماراتية

كيف يبدو التميز عملياً؟

- استطلاعات
- تحليل تفاعل

- استطلاعات رضا
- تحليل التفاعل الرقمي

مثلة:

- اتصال تشريعي استباقي
- حملات تغيير سلوك
- مبادرات تكامل اتحادي–محلي
- تواصل الأزمات



المقيم لا يبحث عن الكمال
بل عن المنهجية.

الأدلة المقبولة تقييمياً

- سياسة اتصال
- تقارير قياس أداء الاتصال (حسب الخطة)
- آلية اعتماد الرسائل
- أمثلة تكامل
- إجتماعات مع شريك استراتيجي
- قياس كفاءة أو فاعلية قناة تواصل
- أمثلة قنوات تفاعلية أو تشاركية مع المجتمع

مؤشرات الاتصال

- سرعة الاستجابة ((Time to Respond
- وضوح المتحدث
- نتائج ما بعد الأزمة

بنك أسئلة التقييم



- لماذا الاتصال Enabler؟
- كيف تثبت النضج دون حملات؟

أخطاء شائعة

فجوات تُفقد نقاطاً دون أن نشعر

- ترك الاتصال لفريق واحد دون تنسيق
- عدم توثيق الرسائل
- غياب مؤشرات القياس
- شخصنة الخطاب



الجاهزية Checklist

- الاتصال قدرة
- التميز منهج

الاتصال الحكومي في GEM:

- يُقاس
- يُحلَّل
- يُحسَّن
- ويُربط مباشرة بالأثر المجتمعي



قبل زيارة المقيم

- هل لدينا سياسة اتصال؟
- هل نُقيس الأثر؟
- هل رسائلنا موحدة؟
- هل الاتصال جزء من الحوكمة؟
- عدد قنوات التواصل
- تقارير أداء الأتصال
- مبادرات الاتصال السنوية
- خطة الفعاليات والرسائل المرتبطة بها
- إدارة المحتوي وتقارير الرصد الاعلامي

عقلية المقيم



- هل الاتصال مؤسسي؟
- هل هو محكوم؟
- هل يُقاس؟
- هل هو متكامل؟

وشرات التقييم سرعة الاستجابة ((Time to Respond
- اتساق الرسائل
- وضوح المتحدث
- السيطرة على الرواية الإعلامية
- نتائج ما بعد الأزمة

Red Flagsتقييمية

- اعتماد على أشخاص
- غياب سياسة اتصال
- تضارب الرسائل
- عدم وجود قياس
- منفصل غير مترابط أو متكامل

مرجع استرشادي للتقييم الذاتي – معيار الاتصال الحكومي

1. الإطار والحوكمة

- ☐ سياسة اتصال معتمدة
- ☐ صلاحيات واضحة
- ☐ ناطق رسمي
- ☐ آلية اعتماد رسائل

2. التخطيط والتنفيذ

- ☐ خطة اتصال مرتبطة بالاستراتيجية
- ☐ تحليل أصحاب المصلحة
- ☐ رسائل مفتاحية واضحة

3. القنوات والتكامل

- ☐ تنوع قنوات
- ☐ تكامل اتحادي/محلي
- ☐ عدم ازدواجية الرسائل

4. الأزمات والسمعة

- ☐ خطة اتصال أزمات
- ☐ سيناريوهات مجرّبة
- ☐ إدارة شائعات

5. القياس والأثر

- ☐ مؤشرات وصول وتفاعل
- ☐ قياس الفهم والثقة
- ☐ تقارير تحليل دورية

6. الأدلة

- ☐ سياسات
- ☐ تقارير قياس
- ☐ أمثلة حملات ذات أثر
- ☐ شواهد تكامل وشراكات

معيار الاتصال الحكومي

المعيار: الاتصال الحكومي (5%)

المحور: الممكنات (25%)

كيف تخدم التقييم (منظور المقيم)	المبدأ المرتبط	عنصر المعيار ((GEM
يثبت فهم الجهة للاتصال كقدرة تمكينية وليس نشاطاً	بناء الثقة	الاتصال الحكومي
يربط الاتصال بتحقيق السياسات وجودة الحياة	إدارة التوقعات	الاتصال الحكومي
يوضح وعي الجهة بموقع المعيار وتأثيره العرضي	التكامل	محور الممكنات
يثبت النضج المفاهيمي المطلوب للتقييم	الاتساق المؤسسي	الاتصال الحكومي
يُظهر استعداد الجهة للتقييم لا للتسويق	الحوكمة	الاتصال الحكومي
يربط المبادئ بالسلوك المؤسسي	الشفافية – المصداقية	الحوكمة
يثبت وجود إطار مؤسسي وليس جهوداً فردية	الحوكمة	الحوكمة
يوضح وضوح الصلاحيات وتجنب تضارب الرسائل	المساءلة	الاتصال الحكومي
يثبت توثيق الممارسة واستمراريتها	الاستدامة	الاتصال الحكومي
يربط الاتصال بمعيار الشراكات	التكامل	الشراكة والتكامل
يثبت التطبيق العملي في سياق وطني	الاتساق الحكومي	الاتصال الحكومي
يبرهن جاهزية الجهة للظروف الاستثنائية	الاستجابة	الاتصال الحكومي
يربط الاتصال بالأثر طويل المدى	الثقة	الاتصال الحكومي
يلبّي متطلبات التقييم الكمي	قياس الأثر	النتائج
يثبت وجود نظام قياس	الفعالية	النتائج
يعزز مصداقية القياس	الموثوقية	النتائج
يثبت وعي الجهة بمواطن الضعف	التحسين المستمر	الاتصال الحكومي
أداة عملية قبل زيارة المقيم	الجاهزية للتقييم	الاتصال الحكومي
تعزز النضج والاتساق العام	الاستدامة	

مشروع فردي

1 تحديد نقاط القوة والإنجازات للمعيار





دمتم في تميز

د .مريـم السركـال