



جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

الدليل الإجرائي

لحوكمة استخدام حسابات منصات التواصل
الاجتماعي والتعامل مع وسائل الإعلام
في جامعة أم القرى



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرس المحتوى

م	المحتوى	الصّفحة
١	التّمهيد.	٣
٢	البند الأوّل: المصطلحات والتّعريفات.	٤
٣	البند الثّاني: أهداف الدّليل.	٥
٤	البند الثّالث: أهميّة الدّليل.	٥
٥	البند الرّابع: مهام المركز الإعلامى.	٦
٦	البند الخامس: مهام منسق الاتّصال والإعلام.	٦
٧	البند السّادس: آليّة فتح حساب على منصّات التّواصل الاجتماعى، وشروطها.	٧
٨	البند السّابع: آليّة إدارة الحسابات على منصّات وسائل التّواصل الاجتماعى المختلفة للجهات.	١٠
٩	البند الثّامن: آليّة التّغطية الإعلاميّة والظهور الإعلامى.	١٤
١٠	البند التّاسع: آليّة الظّهور الإعلامى على القنوات الإعلاميّة، ومنصّات التّواصل الاجتماعى.	١٥
١١	البند العاشر: الرّصد والتّقييم.	١٥
١٢	البند الحادى عشر: الأحكام العامّة.	١٦
١٣	المسوّغات النّظاميّة.	١٧
١٤	النّمادج الإلكترونيّة.	١٨

التمهيد

انطلاقاً من حرص الجامعة على تنظيم النشاط الإعلامي وتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عنها، وحوكمة المشاركات والإسهامات الخاصة بالظهور الإعلامي والحسابات الإعلامية على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة والتابعة لـ: (الكليات، والعمادات، والمعاهد، والمراكز، والإدارات)؛ عمدت الجامعة إلى توحيد الجهود من خلال دليل تنظيمي مبني على اللوائح التنظيمية ذات العلاقة؛ لتقديم الخدمات الإعلامية المتميزة للمستخدمين من داخل وخارج الجامعة.

ومن هنا اعتمد الدليل على عشرة بنود مستقلة؛ لضمان استدامة النشاط الإعلامي الجيد والمُقدّم عبر المنصات الإعلامية المختلفة؛ وذلك لتجويد الخدمات الإعلامية والظهور الإعلامي في سياق توحيد الجهود وتحقيق التعاون المشترك بين الإدارة العامة للاتصال المؤسسي داخل الجامعة والجهات الخارجية ذات العلاقة الاستراتيجية خارج الجامعة؛ مما يسهّل تبادل الخدمات الإعلامية والاتصالية، ويحقّق أفضل الخدمات للمنسوبين وأفراد المجتمع والوطن.

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

جامعة أمّ القرى

البند الأول: المصطلحات والتعريفات:

المصطلحات المذكورة في الجدول التالي تعبر عن مجموعة من المعاني؛ تُذكر في سياق التعريفات التالية:

مجموعة من البنود التنظيمية المخصصة لتقديم الخدمات الإعلامية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لجامعة أمّ القرى.	الدليل
(الوكالة، أو العمادة، أو الكلية، أو المعهد، أو المركز، أو الإدارة)؛ طالبة الخدمة الإعلامية، أو مُقدّمتها.	الجهة
الإدارة العامة للاتصال المؤسسي	الإدارة
جامعة أمّ القرى.	الجامعة
رئيس جامعة أمّ القرى، أو من يفوضه، أو من ينوب عنه.	صاحب الصلاحية
هي: وسائل التواصل الاجتماعي المُمثّلة في: (تويتر، فيسبوك، تليجرام، إنستجرام، سناب شات، لنكد إن، اليوتيوب)، أو أيّ منصّة تواصل إلكترونية؛ ترغب الجهة الاستفادة منها إعلامياً.	منصّات التواصل الاجتماعي
هو: حساب الجهة على أيّ منصّة من منصّات التواصل الاجتماعي.	الحساب
هو: ممثل الجهة لدى الإدارة العامة للاتصال المؤسسي، والمسؤول عن حسابات منصّات التواصل الاجتماعي.	منسّق الاتصال والإعلام
هو: النّاطق الرّسمي باسم الجامعة، والمكلف ب: إحاطة وسائل الإعلام بأخبار الجامعة وبياناتها، والرّد على التّساؤلات، وما يُنشر عنها من أخبار ومعلومات، والحديث لوسائل الإعلام بعد العرض على صاحب الصّلاحية.	المتحدّث الرّسمي

البند الثاني: أهداف الدليل:

يهدف الدليل إلى التالي:

1. نشر ثقافة الضبط والالتزام في الأنشطة الإعلامية بالجامعة والجهات التابعة لها؛ لضمان ورفع كفاءة وجودة العمل الإعلامي.
2. تنسيق الجهود الإعلامية بين الجهات داخل الجامعة وخارجها، بما يُمكن الإدارة من الإنتاجية الإعلامية بالصورة التي يمكن تقييمها وتطويرها.
3. توفير النماذج الإلكترونية، وتوضيح الإجراءات النظامية لتفعيل الحسابات في منصات التواصل الاجتماعي؛ وفقاً للأنشطة الإعلامية المختلفة.
4. تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة والجهات التابعة لها.
5. تحديد المهام والمسؤوليات المترتبة على إدارة حسابات منصات التواصل الاجتماعي.
6. تطوير الأنشطة والمنشورات الإعلامية؛ بما يتناسب مع: أهداف الجامعة، ومساراتها، وبرامجها الاستراتيجية.
7. تقنين التواصل عبر الحسابات؛ بما يُحقّق: أهداف الجامعة، ورسالتها الأكاديمية، والمجتمعية.

البند الثالث: أهمية الدليل:

تكمّن أهمية الدليل في الآتي:

1. تفادي أيّ تجاوزات، أو اجتهادات شخصية، أو ممارسات خاطئة، أو غير مرغوبة في المحتوى الاتّصالي.
2. رفع الوعي بالضوابط والبنود المستخدمة لحوكمة النشر الإعلامي.
3. ضمان جودة الرسائل الاتّصالية الصادرة من: حسابات الجامعة، والحسابات الخاصة بالجهات.
4. تحديد المسؤوليات والصّلاحيات التنظيمية لإدارة الحسابات الرّسمية لوسائل التواصل الاجتماعي للجامعة، والجهات التي تتبع لها.
5. توحيد الخطاب الإعلامي من الحسابات الرّسمية للجامعة والجهات التابعة لها؛ بما يضمن: سلامة المحتوى، وتفعيل الحملات الإعلامية المشتركة، وتحقيق أهداف التواصل الحكومي.

البند الرابع: مهامّ المركز الإعلامي:

1. إحاطة وسائل الإعلام بما لدى الجامعة والفروع المرتبطة بها من: أخبار، أو بيانات، أو إيضاحات، وكذلك التّجاوب مع ما يرد إليها من تساؤلات، وما ينشر عنها من أخبار أو معلومات تهتمّ الرأي العامّ، والرّد عليها بعد عرضها على صاحب الصّلاحيّة.
2. تعزيز الصّورة الذهنيّة الإيجابيّة للجامعة، وتطويرها، وإيصال خُطتها الاستراتيجية ومشاريعها وبرامجها إلى المجتمع الدّاخلي والخارجي.
3. إدارة الهويّة البصريّة للجامعة، ومتابعتها، وتطويرها، والإشراف على المطبوعات الخاصّة بها.
4. إنتاج الموادّ الإعلاميّة، والأفلام الوثائقية الخاصّة بالجامعة والجهات التّابعة لها.
5. تنسيق الظّهور الإعلامي للجامعة على وسائل الإعلام المختلفة.
6. إدارة المحتوى الدّاخلي للأخبار والإعلانات على موقع الجامعة الإلكتروني.
7. إدارة المحتوى الخارجي للأخبار والإعلانات؛ بالتّسيق مع وسائل الإعلام: المرئي، والمسموع؛ والنّشر على منصّات التّواصل الاجتماعي.
8. إدارة حسابات الجامعة الأساسيّة على منصّات التّواصل الاجتماعي.
9. صناعة ومراجعة واعتماد المحتوى الإعلامي والاتّصالي للعروض التّعريفية للجامعة، وأخبارها، ومشاركاتها.
10. نشر الوعي والتّثقيف حول القضايا الأكاديميّة والمجتمعيّة والبحثيّة عبر قنوات تقديم الخدمات المختلفة؛ بالتّعاون مع الجهات ذات العلاقة داخل وخارج الجامعة.

البند الخامس: مهامّ منسّق الاتّصال والإعلام:

أولاً: آليّة تعيين منسّق للإدارة العامّة للاتّصال المؤسّسي:

1. يحدّد عميد أو مدير الجهة المنسّق من خلال الرّفْع على النّمودج رقم (1).
2. تستلم الإدارة بيانات النّمودج، وتبدأ التّواصل مع الجهة من خلال المنسّق المُحدّد.
3. في حال تغيّر المنسّق للجهة، يُرفع النّمودج (1) للمرّة الثّانية من قِبَل: عميد أو مدير الجهة؛ مع إشعار الإدارة في خانة الملاحظات.

ثانياً: تتشكّل مهامّ المنسّق فيما يلي:

1. التَّنسيق في كلِّ ما يتعلّق بطلب خدمات الاتّصال والإعلام التي تحتاجها الجهة؛ عبر: المراسلات الرّسميّة، واستخدام النّماذج الخاصّة بكلِّ خدمة.
2. متابعة منشورات الجهة على الموقع الإلكتروني، وحسابات التّواصل الاجتماعي، ومطابقتها مع الشّروط الخاصّة بالهويّة البصريّة، والمنشورة في دليل الهويّة على موقع الإدارة.
3. متابعة أداء الجهة في منصّة: (تواصل)، ومعالجة المتأخّر والمتعثّر فيها.
4. متابعة حسابات التّواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني الخاصّ بالجهة؛ والتّفاعل مع المستجّدات من الأحداث والمناسبات؛ وفقاً للتّوجيهات والمتّبع نظاماً في ذلك.
5. إعداد ورفع ومتابعة تقارير الجهة الخاصّة بالخدمات الاتّصاليّة والإعلاميّة، وتسليمها للإدارة.
6. متابعة المعاملات عبر: نظام مسار، أو البريد الإلكتروني، أو النّماذج والمسيرات الإلكترونيّة، وغيرها؛ والمتبادلة بين الجهة والإدارة.
7. متابعة الأدلة والتّعليمات الخاصّة بالهويّة البصريّة في المناسبات والفعاليّات.
8. متابعة كافّة الخدمات الخاصّة ب: الإعلام، والعلاقات، ومركز المستفيدين.
9. القيام بما يستجّد من أعمال بين الجهة والإدارة؛ في سياق: التَّنسيق، وترتيب المبادرات، وتفعيل الحملات الاتّصاليّة والإعلاميّة: الدّاخلية، والخارجيّة.

البند السّادس: آليّة فتح وإغلاق حساب على منصّات التّواصل الاجتماعي، وشروطها:

أولاً: شروط إنشاء حساب على منصّات وسائل التّواصل الاجتماعي؛ للنّشر الإعلامي:

1. وجود مبرر أو حاجة لإنشاء الحساب.
2. أن تلتزم الجهة للإدارة بذكر خُطة مبدئيّة مُبسّطة لإدارة الحساب قبل إنشائه.
3. أن تلتزم الجهة بهويّة الجامعة في كافّة منشورات الحساب.
4. عدم استخدام الحساب لأغراض شخصيّة.
5. عدم استخدام الحساب لدعم: توجّهات، أو أفكار مخالفة للدّين، أو الوطن، أو القضايا الفكرية أو الأخلاقيّة.
6. عدم استخدام الحساب لتسويق: منتجات، أو مبادرات، أو مشاريع؛ لصالح أفراد أو جهات خارجية؛ مالم يكن ذلك ضمن: اتّفاقيّات، أو مُذكّرات تفاهم، أو عقود استشاريّة، أو مخاطبات رسميّة موثّقة.

ثانياً: آلية فتح حساب على منصات التواصل الاجتماعي:

1. يُقدّم مُنسق خدمات الاتصال للجهة طلب إنشاء حساب على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، عبر نموذج رقم (٢).
2. يُعاين الطلب من قِبَل الإدارة.
3. يُؤخذ قرار بشأن الطلب بعد موافقة صاحب الصلّاحية.
4. في حالة الرّفص تُشعر الجهة بالرّفص؛ وأسبابه.
5. في حالة القبول؛ يُفتح الحساب من خلال المعلومات الواردة في النموذج من قِبَل الإدارة بالتنسيق مع الجهة.
6. تُسلّم الجهة الحساب إلى الموظّف المسؤول عن طريق محضر تسليم بنموذج رقم (٣).

ثالثاً: ضوابط استخدام حسابات منصات التواصل الاجتماعي:

1. مراعاة أنظمة حقوق الملكية الفكرية، وعدم نشر أيّ موضوع أو محتوى إعلامي دون الحصول على حقوق النشر.
2. عدم الردّ على استفسارات الجمهور في أيّ شأن يخص الجامعة إلا بعد موافقة صاحب الصلّاحية.
3. أن تلتزم الجهة بهويّة الجامعة في كافّة منشورات الحساب.
4. عدم استخدام الحساب لأغراض شخصية.
5. عدم استخدام الحساب لدعم: توجّهات، أو أفكار مخالفة للدين، أو للوطن، أو قضايا فكرية أو أخلاقية، أو المواضيع ذات الجدل، وعدم الخوض في هذه الأمور نهائياً.
6. عدم استخدام الحساب للتسويق ل: منتجات، أو مبادرات، أو مشاريع؛ لصالح أفراد أو جهات خارجية؛ ما لم يكن ذلك ضمن: اتفاقيات، أو مُذكرات تفاهم، أو عقود استشارية، أو مخاطبات رسمية موثّقة.
7. عدم نشر الأخبار أو الفعاليّات التي تخص الجامعة ولا تخص الجهة قبل نشرها في الحساب الرسمي للجامعة.
8. عدم نشر صور الخطابات الرسمية.
9. عدم نشر أيّ موضوع للتصويت عليه، أو طرح استبانة إلا بعد موافقة صاحب الصلّاحية.

رابعاً: آلية مُعرِّفات الحسابات في منصات التواصل الاجتماعي:

1. أن يتضمَّن اسم المُعرِّف رمز حساب الجامعة uqu بصورة ملائمة.
2. أن يتضمَّن اسم المُعرِّف رمزيَّة لاسم الجهة صاحبة الحساب؛ على أن يكون مقتبسًا من ترجمة صحيحة لاسم الجهة باللغة الإنجليزيَّة.
3. عدم استخدام الرُّموز الشَّخصيَّة في اسم المعرف؛ سواء لموظفين أو لقيادات في الجهة.
4. أن يكون بسيطًا من حيث تركيب الاسم، ومعبرًا عن الجهة من حيث الاختصار والمعنى.

خامساً: ملكيَّة ومسؤوليَّة حسابات منصات التواصل الاجتماعي:

1. تعود ملكيَّة حساب المُعرِّفات على وسائل التواصل الاجتماعي للجهة التي يتبع لها الحساب داخل الجامعة.
2. تتحمَّل الجهة كافة المسؤوليَّة عن المنشورات الصَّادرة من الحساب، أو المفضَّلة فيه، أو المُعادة منه للحسابات الخارجيَّة.
3. تتحمَّل الجهة كافة المسؤوليَّة عن متابعتها للحسابات الخارجيَّة.

سادساً: إنشاء الحساب الرِّسمي لمسؤول جهة بالجامعة:

1. يُقدِّم منسِّق الاتِّصال والإعلام للجهة طلب إنشاء حساب على منصات وسائل التواصل الاجتماعي عبر نموذج رقم (٤).
2. يُدرَس الطلب من قبل الإدارة.
3. يُؤخذ القرار بشأن الطلب بعد مراجعة صاحب الصَّلاحيَّة.
4. في حالة الرِّفُض تُشعر الجهة بالرِّفُض، وأسبابه.
5. في حالة القبول؛ يُفتح الحساب من خلال المعلومات الواردة في النَّمُودج من قِبَل الإدارة؛ بالتَّسيق مع الجهة.
6. يُسلَّم الحساب من قِبَل الإدارة إلى الجهة الطَّالبة؛ عن طريق نموذج الاستلام رقم (٣).
7. يكون الحساب في مسؤوليَّة الجهة، ويُراعى في استخدامه شروط النُّشر، وآليَّة الاستخدام والملكيَّة الواردة في: (ثانيًا، وثالثًا، ورابعًا) من البند الخامس.

سابعاً: آلية إغلاق الحسابات في منصات التواصل الاجتماعي:

في حالة الرغبة في إغلاق حساب رسمي موجود لإحدى جهات الجامعة أو المسؤولين في منصات التواصل الاجتماعي؛ يُراعى ما يلي: يُدرَس الطلب من قبل الإدارة.

1. لا يُحذف الحساب أو يُعطّل أو يُغلق بصورة مفاجئة دون الحصول على موافقة صاحب الصلّاحية حيال ذلك.
2. يقوم المنسّق بتعبئة النموذج رقم (٥)؛ والذي يُعد طلب إغلاق رسمي لحساب الجهة في إحدى منصات التواصل الاجتماعي.
3. يُدرَس الطلب من قبل الإدارة.
4. يُؤخذ القرار بشأن الطلب بعد مراجعة صاحب الصلّاحية.
5. في حالة الرفض تُشعر الجهة بالرفض، وأسبابه.
6. في حالة القبول؛ يستكمل المنسّق إغلاق الحساب، وإشعار الإدارة في حالة الانتهاء من التنفيذ.
7. للإدارة التّقدّم لصاحب الصلّاحية بطلب إغلاق إحدى الحسابات؛ وذلك في حالة وجود أسباب تستدعي ذلك.

ثامناً: آلية كتابة كلمة المرور للحساب:

1. لا تقل الكلمة عن ستّ خانات.
2. أن تحتوي الكلمة على حرف كبير واحد على الأقل.
3. أن تحتوي الكلمة على رقم واحد على الأقل.
4. أن تحتوي الكلمة على رمز واحد على الأقل.
5. تجنب سهولة الكلمة أو تداولها؛ وذلك حفاظاً على سرّيّة الحساب ومعلوماته.
6. تُسحب صلاحيّات الدُخول من المنسقين الذين تنتهي مسؤوليّاتهم؛ مع ضرورة تغيير الرّقم السّري للحساب؛ تبعاً لذلك.

البند السابع: آلية إدارة الحسابات على منصات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة للجهات:

تُدار الحسابات الرّسميّة للجهات التابعة للجامعة من خلال منسّق الاتّصال والإعلام، أو من يفوضه عميد أو مدير الجهة؛ مع إشعار الإدارة بذلك، على أن يتحمّل عميد أو مدير الجهة مسؤوليّة المحتوى المنشور، والتّوجيه بشأنه؛ وفقاً للبنود المذكورة في الدليل، ولا يُسمح باستخدام الحسابات الرّسميّة على الهواتف المحمولة الشّخصيّة.

أولاً: متابعة الحسابات:

1. تُتابع الحسابات الرّسميّة فقط، وذات العلاقة بالجامعة أو الجهة.
2. يُمنع متابعة الحسابات الشّخصيّة الخاصّة بالأفراد أو الحسابات التي ليس لها علاقة بالجامعة أو الإشارة إليها.
3. يُمنع متابعة الحسابات المخالفة: اجتماعيّاً، أو سياسيّاً، أو تعليميّاً، أو غيرها من الحسابات المخالفة للأنظمة والتّعليمات في المملكة العربيّة السّعوديّة.
4. يُمكن متابعة حسابات الفعاليّات؛ مثل: المؤتمرات، أو المعارض؛ والتي يوجد بشأنها توجيه من صاحب الصّلاحيّة.

ثانياً: إعادة نشر المحتوى أو التّفصيل:

1. إعادة النّشر أو التّفصيل لحساب الجامعة الرّسمي فقط؛ ما لم يوجد توجيه واضح من صاحب الصّلاحيّة.
2. لا يُسمح بالإشارة عند إعادة النّشر أو التّفصيل للحسابات التي تخصّ جهات خارج الجامعة، أو الحسابات الشّخصيّة للأفراد؛ ما لم يوجد توجيه واضح من صاحب الصّلاحيّة.

ثالثاً: حظر الحسابات:

- تُحظر الحسابات على منصّات التّواصل الاجتماعي في الحالات التّالية:
1. الحسابات الإعلانيّة والتّجاريّة التي لا علاقة لها بالجامعة، ولا يوجد فيها توجيه رسمي من صاحب الصّلاحيّة.
 2. الحسابات مجهولة المصدر، أو التي تُسيء للجامعة.
 3. الحسابات المخالفة: اجتماعيّاً، أو سياسيّاً، أو تعليميّاً، أو غيرها من الحسابات المخالفة للأنظمة والتّعليمات في المملكة العربيّة السّعوديّة.

رابعاً: النّصوص الكتابيّة المستخدمة في الحسابات:

1. تُستخدم النّصوص المكتوبة باللغة العربيّة الفصحى، والسّليمة: مضموناً، ولغةً، وتعبيراً.
2. يُسمح باستخدام الكتابة باللغة الإنجليزيّة في حالة الاحتياج لمخاطبة المستفيدين.
3. تُستبعد الكلمات المخالفة: اجتماعيّاً، أو سياسيّاً، أو تعليميّاً، أو غيرها من الكلمات المخالفة للأنظمة والتّعليمات في المملكة العربيّة السّعوديّة.
4. تُستبعد الرّموز المخالفة: اجتماعيّاً، أو سياسيّاً، أو تعليميّاً، أو غيرها من الرّموز المخالفة للأنظمة والتّعليمات في المملكة العربيّة السّعوديّة.

5. يعدّ وسم (#جامعة_أم_القرى) هو الوسم الرّسمي الوحيد المعتمد للجامعة، ويُستخدم ضمن النُّصوص المكتوبة والمنشورة من الحساب.
6. يمكن إعادة المحتوى المكتوب في حساب الجامعة الرّسمي، والحسابات ذات العلاقة داخل الجامعة وخارجها، ويُمنع إعادة المحتوى المكتوب للحسابات الشّخصية الخاصّة بالأفراد، أو حسابات الإعلانات التّجارية؛ ما لم يوجد توجيه واضح من صاحب الصّلاحيّة.

خامساً: التّصاميم:

1. يُراعى استخدام التّصاميم الإعلانيّة؛ وفقاً للقوالب والألوان والخطوط المتوافقة مع الهويّة البصريّة للجامعة، والمعلن عنها على الموقع الإلكتروني للإدارة.
2. يُراعى استخدام شعار الجامعة؛ وفقاً للهويّة البصريّة للجامعة، والمعلن عنها على الموقع الإلكتروني للإدارة.
3. يُمنع إضافة شعارات للتّصاميم مخالفة: اجتماعيًّا، أو سياسيًّا، أو تعليميًّا، أو غيرها من الشّعارات المخالفة للأنظمة والتّعليمات في المملكة العربيّة السّعوديّة.
4. يُراعى التّأكّد من أخذ الموافقات والاعتمادات على التّصاميم الخاصّة بالجامعة، أو الجهات من عميد أو مدير الجهة قبل النّشر على منصات التّواصل الاجتماعيّ.

سادساً: الصُّور الفوتوغرافيّة المرافقة للمحتوى المكتوب والمنشور على الحسابات:

1. يُراعى أخذ الصُّور: بشكل عرضي عالي الجودة، بكاميرا احترافيّة، ومن زوايا صالحة للظُّهور الإعلامي في موقع الحدث.
2. يُراعى مناسبة الصُّورة للمحتوى المكتوب، وارتباطها بالفعاليّة أو الحدث المُراد الإعلان عنه على منصات التّواصل الاجتماعيّ.
3. يُراعى أن تكون الصُّورة بدون إطار تصوير أو شعارات غير شعار الجامعة، كما يُراعى حقوق النّشر، وعدم أخذها من مواقع أو حسابات خارجيّة بدون التّنسيق المُسبق مع الإدارة.
4. يُمنع التّصوير الفوتوغرافي في رحاب الحرم الجامعي بمكّة والفروع بدون التّنسيق المُسبق مع الإدارة.
5. في حالة التّصوير الفوتوغرافي لأحد منسوبي الجامعة في الجهات؛ يُراعى أخذ الموافقة منه للظُّهور في منصات التّواصل الاجتماعيّ، والتّنسيق في ذلك مع الإدارة.

سابعاً: الأفلام والفيديوهات والمقاطع المرئية المُراد نشرها على الحساب:

1. أن يكون الفيديو المستخدم مناسباً للفعاليّة والنّص المذكور.
2. أن يكون بجودة عالية، وكاميرا احترافيّة مناسبة.
3. أن يُستخدم شعار الجامعة الأبيض على الخلفية الملوّنة، ويمكن إضافة شعارات أخرى لها علاقة بالفعاليّة والجامعة بعد موافقة عميد أو مدير الجهة.
4. يُراعى تنسيق الفيديو مع المحتوى المكتوب، وارتباطه بالفعاليّة أو الحدث المراد الإعلان عنه على منصّات التّواصل الاجتماعي.
5. أن تؤخذ موافقة نشر الفيديوهات من عميد أو مدير الجهة.
6. في حال رغبة الجهة بالنّشر على حسابات الجامعة الرّسميّة؛ تؤخذ موافقة الإدارة ثمّ صاحب الصّلاحيّة.
7. يُمنع تصوير الفيديو والتّصوير الجوي في رحاب الحرم الجامعي بمكّة والفروع بدون التّنسيق المسبق مع الإدارة.
8. في حالة تصوير الفيديو لأحد منسوبي الجامعة في الجهات، يُراعى أخذ الموافقة منه للظهور في منصّات التّواصل الاجتماعي، والتّنسيق في ذلك مع الإدارة.

ثامناً: الوسم المستخدم للنّشر الإعلامي:

1. تلتزم الجهة بوسم الجامعة، والوسم المعلن عنه ضمن الفعاليّات على الحساب الرّئيس للجامعة أو وزارة التّعليم.
2. عند الرغبة في استحداث وسم لفعاليّة معينة؛ يمكن للمنسّق التّواصل وأخذ الموافقة من الإدارة قبل إطلاق الوسم.
3. يجب أن يعبّر الوسم المستخدم عن الفعاليّة مع الحفاظ على خلوّه من الأفكار المخالفة للدين أو للوطن.
4. عدم استخدام رموز شخصيّة في الوسم؛ سواء: لموظفين أو لقيادات في الجهة.
5. أن يكون الوسم بسيطاً من حيث تركيب الكلمات، ومعبّراً من حيث الاختصار والمعنى.

البند الثامن: آلية التغطية الإعلامية والظهور الإعلامي:

أولاً: آلية طلب الخطة الاتصالية والإعلامية:

1. أن يُرفع النموذج رقم (٦) من منسّق الاتصال في الجهة في موعد أقصاه أسبوع؛ قبل تاريخ إقامة الفعاليّة.
2. أن تستكمل الفعاليّة الموافقة عليها من صاحب الصلاحيّة.
3. استكمال كافّة المعلومات الخاصّة بالفعاليّة المُراد الإعلان عنها.
4. أن يزود المنسّق الإدارة بالمعلومات التي تحتاجها عن الفعاليّة وتوقيتها.

ثانياً: آلية التغطية الإعلامية للمناسبات والفعاليات:

1. أن يُرفع النموذج رقم (٧) من منسّق الاتصال في الجهة في موعد أقصاه أسبوع؛ قبل تاريخ إقامة الفعاليّة.
2. أن تستكمل الفعاليّة الموافقة عليها من صاحب الصلاحيّة.
3. استكمال كافّة المعلومات الخاصّة بالفعاليّة المُراد الإعلان عنها.
4. تُستثنى من التغطية الإعلامية المناسبات الداخليّة الخاصّة بالجهة.
5. في حالة طلب الجهة للنقل المباشر للمناسبات والفعاليّات؛ يُتبع التالي:
 - تطّلع الإدارة على النموذج والموضوع المُقدّم فيه، ثم تؤخذ الموافقة من صاحب الصلاحيّة.
 - يُنسّق بين الجهة والإدارة في حالة النقل المباشر: المرئي، أو المسموع.
 - يمنع النقل المباشر من الجهات بدون التنسيق المسبق مع الإدارة.

ثالثاً: آلية طلب نشر خبر على موقع الجامعة أو الجهة:

1. أن يُرفع النموذج رقم (٨) من منسّق الاتصال في الجهة.
2. أن تستكمل الفعاليّة كامل الموافقة عليها من صاحب الصلاحيّة.
3. استكمال كافّة المعلومات الخاصّة بالفعاليّة المراد الإعلان عنها.
4. يمنع نشر الأخبار الخاصّة بالجامعة أو الجهات التابعة لها على وسائل الإعلام: المقروءة، أو المرئيّة، أو المسموعة، أو منصات التّواصل الاجتماعيّة؛ ما لم يُنسّق مع الإدارة، وتؤخذ موافقة صاحب الصلاحيّة.

رابعاً: تعليمات اعتماد الإعلانات:

1. أن يُرفع نموذج رقم (٩) من منسّق الاتصال في الجهة.
2. أخذ الموافقة على الفعاليّة أو الحدث من صاحب الصّلاحيّة.
3. استكمال كافّة المعلومات الخاصّة بالفعاليّة المراد الإعلان عنها.
4. الالتزام بقوالب الهويّة البصريّة.
5. التّأكّد من حجز القاعة المخصّصة للفعاليّة.
6. ذكر: التّوقيت، والمكان، والفئة المستهدفة؛ في نصّ الإعلان.
7. سلامة الإعلان من أيّ نص أو مضمون مخالف لنظام الدّولة أو الجامعة.
8. أن يُقدّم طلب اعتماد الإعلان في موعد أقصاه ثلاثة أيام قبل موعد الفعاليّة أو الحدث.

البند التّاسع: آليّة الظّهور الإعلامي على القنوات الإعلاميّة ومنصّات التّواصل الاجتماعي:

1. أن يُرفع النّمودج رقم (١٠) من منسّق الاتّصال والإعلام في الجهة.
2. تطلّع الإدارة على النّمودج والموضوع المُقدّم فيه، ثم تؤخذ الموافقة من صاحب الصّلاحيّة.
3. يمنع الظّهور الإعلامي وتمثيل الجامعة؛ مالم: يُنسّق مع الإدارة، أو تؤخذ موافقة مسبقة، أو يصدر تكليف من صاحب الصّلاحيّة.

البند العاشر: الرّصد والتّقييم:

1. ترصد الإدارة كامل الأنشطة الإعلاميّة على: منصّات التّواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني الرّسمي الخاصّ بالجامعة.
2. ترصد الجهات كامل الأنشطة الإعلاميّة الخاصّة من حساباتها والموقع الإلكتروني لها.
3. يرفع منسّق الجهة تقرير الإنجاز للإدارة في حالة الحاجة لتقارير الرّصد حول مناسبة أو فعاليّة معينة.
4. تُقيّم الإدارة كامل الأنشطة الإعلاميّة للجهة على منصّات التّواصل الاجتماعي، وتبدي ملاحظاتها حولها؛ وذلك وفقاً ل: المحتوى الإعلامي، وآليّة النّشر، والامتثال للهويّة البصريّة؛ بالإضافة إلى الدليل الإجرائي لحوكمة استخدام حسابات منصّات التّواصل الاجتماعي، والتّعامل مع وسائل الإعلام.

البند الحادي عشر: الأحكام العامة:

1. تلتزم الإدارة بتقديم التقارير الدورية والسنوية عن الحملات الاتصالية والإعلامية المنفذة في الجامعة لصاحب الصلاحية.
2. تلتزم الإدارة بتقديم التقارير الدورية والسنوية عن التزام وامتثال الجهات بالهوية البصرية؛ وانعكاسها على: الموقع الإلكتروني، والحسابات الرسمية للجهات؛ وتقييمها لصاحب الصلاحية.
3. تلتزم الإدارة بتحديث النماذج الإعلامية ومتابعتها؛ وفقاً للاحتياج.
4. تلتزم الإدارة بالتواصل الخارجي والدأخلي؛ لتنفيذ الخطط الإعلامية في المناسبات المحلية والدولية.
5. تلتزم الإدارة بالنشر والتوزيع للأخبار والإعلانات والمحتوى المكتوب للقنوات الإعلامية الخارجية؛ بعد موافقة صاحب الصلاحية.
6. في حالة التغطية الإعلامية المشتركة بين الجامعة والجهات الخارجية؛ تلتزم الإدارة بالتنسيق المسبق مع الإدارة المناظرة لها خارجياً؛ لتوحيد المادة الإعلامية والاتفاق على آلية نشرها.
7. تلتزم الجهات بما جاء في بنود الدليل التنظيمي، وفي حال وجود أي مخالفات ترفع الإدارة بملاحظاتها لإدارة الجامعة؛ للنظر حيالها.
8. يُكتفى بحسابات الجهات الرسمية ل: الوكالات، والكليات، والعمادات، والإدارات، والمراكز، والكراسي البحثية، والأقسام؛ وتُلغى الحسابات الفرعية؛ مثل: الوحدات، أو الإدارات التابعة، أو الأندية التابعة للجهات.
9. تكون مسؤولية عميد أو مدير الجهة: متابعة المحتوى المنشور على الحسابات الرسمية للجهة.
10. تكون مسؤولية الإدارة: متابعة المحتوى المنشور على الحسابات الرسمية للجامعة.
11. تحتفظ الجامعة بحقوق الملكية الفكرية للمحتوى المنشور على حساباتها المعتمدة رسمياً.
12. يجب مراعاة ما ورد في المادة الثانية: الفقرة الأولى؛ البند رقم 11 من ضوابط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأجهزة الحكومية.

المُسَوِّغات النَّظَامِيَّة:

استند الدليل على المُسَوِّغات النَّظَامِيَّة؛ والمُتَّصلة ببعض التَّعاميم واللوائح المعتمدة في الجامعات السُّعُودِيَّة، وهي على النَّحو التَّالي:

1. قرار إنشاء الإدارة العامَّة للاتِّصال المؤسَّسي؛ رقم: ٤١٠٢٠٠٢٠٦٩٧، وتاريخ ١٤-٣-١٤٤١هـ .
2. قرار ضمِّ (المركز الإعلامي، ومركز رعاية المستفيدين، وإدارة العلاقات العامَّة) إلى الإدارة العامَّة للاتِّصال المؤسَّسي؛ رقم: ٤١٠٢٠١٠٥٦٦، وتاريخ ١٩-٩-١٤٤١.
3. تعميم الهويَّة البصريَّة؛ رقم: ٤٣٠٢٠٠٩٩٠٠، وتاريخ ٨-٨-١٤٣٨.
4. قرار اعتماد: الهيكل التَّنظيمي، ومهام الإدارة العامَّة للاتِّصال المؤسَّسي؛ رقم: ٤٣٠٢٠١٢٨٣٥، وتاريخ ١٤٤٣-١١-١٤٤٣.
5. اللائحة المنظمة لشؤون منسوبي الجامعات السُّعُودِيَّة، من: (أعضاء هيئة التَّدريس، ومن في حكمهم)، وقواعدها التَّنفيذِيَّة بجامعة أمِّ القُرى.
6. اللائحة المنظمة لشؤون الجامعات، والموافق عليها بالمرسوم الملكي: رقم م/٢٧، وتاريخ ٢-٣-١٤٤١.
7. ضوابط استخدام تقنيات المعلومات والاتِّصالات في الجهات الحكوميَّة؛ الموافق عليها بقرار مجلس الوزراء: رقم (٥٥٥)، وتاريخ ٢٣-٩-١٤٤٠.
8. حوكمة وتنظيم استخدام حسابات شبكات التَّواصل الاجتماعي لوزارة التَّعليم - الإصدار الأوَّل ١٤٤١.

النماذج الإلكترونية:

الباركود	الرابط الإلكتروني	اسم النموذج	رقم النموذج
	https://uq.sa/VE9kUJ	طلب منسق للجهة.	١
	https://uq.sa/CIIJh	طلب إنشاء حساب على منصات التواصل الاجتماعي.	٢
	https://uq.sa/INZoh1	محضر تسليم حساب على منصات التواصل الاجتماعي.	٣
	https://uq.sa/bpk2BY	طلب إنشاء حساب لمسؤول الجهة بالجامعة.	٤
	https://uq.sa/kqai0f	طلب إغلاق حسابات على منصات التواصل الاجتماعي.	٥

	https://uq.sa/AjuEQp	طلب الخطة الاتصالية والإعلامية.	٦
	https://uq.sa/9MsGG8	طلب التغطية الإعلامية.	٧
	https://uq.sa/Bpg00b	طلب نشر خبر.	٨
	https://uq.sa/4fmK0K	طلب اعتماد إعلان.	9
	https://uq.sa/04BX4q	طلب الظهور الإعلامي.	10




جامعة أم القرى
UMM AL-QURA UNIVERSITY

الموقع الإلكتروني | <https://uqu.edu.sa/> 

قنوات التواصل الاجتماعي | @uqu_edu 

البريد الإلكتروني | cscenter@uqu.edu.sa 

سنترال الجامعة | 0125501000 - 0125270000 - 0125426222 

خدمة الواتساب | + 966125542487 