



جامعة المجمعة
Majmaah University

الدليل الإجرائي للمركز الإعلامي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

— المركز الإعلامي —
MEDIA CENTER

WWW.MU.EDU.SA



- مقدمة :

بسم الله والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين , نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين , وبعد :

يسر الفريق العامل بالمركز الإعلامي أن يقدم لكم التحية والتقدير .

ويسعدنا أن نقدم الدليل الإجرائي لعمل المركز الإعلامي , والخدمات التي يتشرف بتقديمها , أو المساهمة فيها , وذلك في إطار المهام والصلاحيات والاختصاصات المتاحة , ومن أجل مزيدٍ من التواصل والتعاون مع الجميع لما فيه المصلحة العامة , مع الاستمرار في بذل جهد تخطيطي يرتقي بما يقدمه المركز من خدمات , وما يقوم به من واجبات ومسؤوليات ومهام , وما يطبقه من إجراءات وتنظيمات بما يتوافق مع أهداف الجامعة , وخطتها , وبرامجها , وهيكلها التنظيمي .

ونتطلع بالمركز لمزيدٍ من التطوير في التنظيمات الإدارية للوصول لأفضل مراحل الإتقان في العمل , وتطبيق المهام والواجبات على أعلى معايير الجودة في الأداء والتميز في تقديم الخدمات وتنظيم المناسبات , وذلك بتعاون ومشاركة جميع وحدات الجامعة , ومن خلال ما يُقدّم لنا من مقترحات وأفكار وآراء تكون دائماً محل تقديرنا وامتناننا .

والله الموفق ,,,

- مهام وواجبات المركز -

التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة :

بناءً على توجيهات رئيس الجامعة بعدم إرسال أخبار ، أو تصريحات ، أو إعلانات ، وعدم التعامل مع أي من وسائل الإعلام المختلفة إلا عن طريق المركز الإعلامي بحكم الاختصاص ، وذلك بهدف توحيد مصدر أخبار الجامعة ، ومنعاً للازدواجية فيما يصدر عن الجامعة من أخبار أو تصريحات ، مما قد يعطي انطباعاً غير جيد عن الجامعة ، ونشر أخبار ، أو مقالات ، أو نشاطات ، ومناسبات ، أو طرح آراء وأفكار يرغب نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة ، وصحيفة الجامعة (تواصل) ، أو عن طريق بوابة الجامعة الرئيسية يتم ذلك من خلال التعامل مع برنامج مراسلات ، وعن طريق منسق العلاقات والإعلام الجامعي في وحدات الجامعة المختلفة.

الرد على ما يُنشر في وسائل الإعلام المختلفة :

- في حال رصد المركز الإعلامي انتقاد أو تجريح أو تشهير موجّه لأحد الجهات داخل الجامعة في أي وسيلة إعلام يتم عمل الإجراءات التالية :
- 1- جمع البيانات والمعلومات الخاصة بما تم طرحه للتنسيق في كتابة الرد ، والتوضيح المناسب .
 - 2- يتم التأكد من الجهة ذات العلاقة من صحة البيانات التي جمعها واعتمادها من قبلهم .
 - 3- يتم نشر الرد عن طريق المتحدث الرسمي للجامعة ، تنفيذاً للأمر السامي الكريم ، والذي يوجه كل الجهات الحكومية التي كُتِبَ عنها أمر يُنافي الحقيقة المبادرة فوراً بالرد وفق ما لديها من معلومات .



الحملات الدعائية :

عند الرغبة في القيام بحملة دعائية أو توجيه دعوات لأفراد المجتمع بجميع فئاتهم خارج الجامعة من خلال لوحات أو مطبوعات في الميادين العامة والشوارع لمناسبة ، أو مؤتمر ، أو حفل ، أو معرض ، أو للبرامج الدراسية والدورات التدريبية يتم عمل التالي :

١- يتم التنسيق مع المركز الإعلامي وأخذ الموافقة بذلك .
٢- يتم مخاطبة شركات الدعاية والإعلان لتحديد الطريقة والسعر المناسب .

٣- التنسيق والمتابعة مع الإدارة العامة للعلاقات والمؤتمرات لعمل اللازم ولتكون الإعلانات في اللوحات المخصصة والأماكن المناسبة بما لا يخالف الأنظمة والتعليمات ، ولمراعاة ما ورد في تعميم سمو محافظ المجمععة المبني على تعميم سعادة وكيل أمانة منطقة الرياض المبني على برقية خادم الحرمين الشريفين رئيس مجلس الوزراء ، والخاص بمنع أي ملصقات إعلامية ، أو صور في شوارع المدن وساحاتها إلا للمؤتمرات والمناسبات التي تكون تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين، أو صاحب السمو الملكي ولي العهد -حفظهما الله - .

التصوير و إنتاج الأفلام :

عند الرغبة في إنتاج فيلم إعلامي ، أو تعريفي ، أو توثيقي لأي من وحدات الجامعة المختلفة يتم عمل التالي :

١- التنسيق مع المركز الإعلامي ، وذلك للاستفادة من خبرة المركز في هذا المجال ، ومن ما يملكه من أرشيف وثائقي لجميع مناسبات وفعاليات الجامعة منذ تأسيسها .

٢- أخذ الموافقة عند الرغبة في التصوير بجميع أنواعه داخل أروقة ومباني ووحدات الجامعة، وذلك عبر تعبئة النموذج الإلكتروني ، والموجود على بوابة الخدمات الإلكترونية.

نموذج طلب التصوير داخل منشآت الجامعة «صفحة ٨»

إنشاء حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

- عند رغبة وحدة من وحدات الجامعة في إنشاء حساب عبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي يجب مراعاة عدد من الملاحظات وهي :
- 1- أن تكون تلك الحسابات مقتصرة على نشاطات وفعاليات وبرامج وأخبار الجهة فقط .
 - 2- أن يراعى أيضاً التجاوب السريع مع ما يتم طرحه من قبل المجتمع كاستفسار أو ملاحظة .
 - 3- أن تطبق آلية إنشاء الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تم تعميمها مسبقاً .

(آلية إنشاء حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ملحق بهذا الكتيب)

التغطيات الإعلامية :

- عند رغبة وحدة من وحدات الجامعة في طلب مادة إعلامية عبارة عن صور فوتوغرافية , أو تصوير تلفزيوني يوثق مناسبة , أو حدث , أو منشأة , أو صور شخصية يجب إتباع التالي :
- 1- التنسيق مع المركز الإعلامي بمدة لا تقل عن ٥ أيام عمل وذلك للتنسيق لذلك .
 - 2- تعبئة النموذج الإلكتروني الموجود على بوابة الخدمات الإلكترونية , مع توضيح الغاية من الصور , وفيما ستستعمل من أجل تحديد دقة وحجم الصور , ونوع اللقطات المطلوبة .

نموذج طلب مادة إعلامية «صفحة ٩»



طلب تصوير داخل منشآت الجامعة

لابد من تعبئة هذه الاستمارة قبل تاريخ التصوير بأسبوع

	اسم الجهة الطالبة للتصوير
تصوير فوتوغرافي <input type="checkbox"/> تصوير فيديو <input type="checkbox"/>	نوع التصوير
	الأماكن المراد تصويرها
	اسم الفيلم المراد تصويره
	اسم المؤسسة أو الشركة التي تقوم بالتصوير
كرين <input type="checkbox"/> شاريو <input type="checkbox"/> تصوير عادي <input type="checkbox"/>	الأدوات المستخدمة في التصوير
	عدد أيام التصوير
ابتداءً من يوم : / / ١٤٤ هـ وحتى يوم : / / ١٤٤ هـ	المدة الزمنية المطلوبة للتصوير
الاسم : التوقيع :	المسؤول من قبل الجهة الطالبة

المركز الإعلامي سيقوم بالتنسيق مع الأمن الجامعي والإدارة العامة للتشغيل والصيانة

* نموذج طلب تصوير داخل منشآت الجامعة (١١)

طلب مادة إعلامية

اسم الجهة الطالبة	
نوع المادة المطلوبة	<input type="checkbox"/> صور فوتوغرافية <input type="checkbox"/> تصوير فيديو
المناسبة المطلوب صورها	
تاريخ المناسبة	يوم: / / بتاريخ: ١٤٤ هـ
الغاية من الصور وفيما ستستعمل	(من أجل تحديد دقة وحجم الصور و نوع اللقطات المطلوبة)
طريقة الإرسال	<input type="checkbox"/> CD <input type="checkbox"/> بريد إلكتروني :
المسؤول من قبل الجهة الطالبة	الاسم : التوقيع :

* نموذج طلب مادة إعلامية (١٢)



آلية نشر

الأخبار والتقارير الإعلامية
عبر وسائل الإعلام المختلفة

١- يرسل الخبر أو التقرير إلى المركز الإعلامي عبر برنامج المراسلات الإخبارية .

٢- أن يكون الخبر، أو التحقيق الصحفي ، أو الحدث ، أو تغطية المناسبة ، أو الفعالية ، أو اللقاء الإعلامي، أو التصريح الصحفي مكتمل الصياغة الإعلامية ، ويحتوي كامل العناصر الواجب توفرها في أي مادة إعلامية.

٣- يكون نقل الخبر من مهام منسق العلاقات والإعلام في (الوكالة ، أو الكلية ، أو العمادة ، أو الإدارة).

على أن يتصف الخبر بما يلي :

١- لا يخالف السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية ، وكذلك الأنظمة ، والتعليمات الخاصة بالنشر بجميع تفاصيلها وموادها .

٢- أن يكون هناك خبر قد وقع فعلاً أو حدث معين وجديد (لقاء ، أو اجتماع ، أو حفل ، أو ورشة عمل ، أو صدور قرارات) .

٣- أن يتم جمع معلومات متكاملة عن الحدث .

٤- أن يهتم أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع داخل الجامعة أو خارجها.

٥- أن يكون الخبر يبرز نشاط و عمل و إنجاز الوكالة ، أو الكلية ، أو العمادة ، أو الإدارة .

٦- أن يحمل دعوة للمشاركة ، أو المساهمة ، أو الاستفادة من خدمة معينة يستفيد منها المتلقي.

٧- أن يحمل معلومة مهمة يجب أن يعرفها المجتمع داخل الجامعة أو خارجها .

٨- أن يحمل عنواناً يُعبّر عن طبيعة الموضوع وسياق المادة الإعلامية .

٩- أن تكون لغته بسيطة ومفهومة وموجزة ، ويخلو من المصطلحات الغريبة أو الأجنبية.

١٠- كتابة الحدث على شكل خبر (مقدمة - وتفاصيل - وأحداث الخبر - خلفيات الخبر - الخاتمة) .

١١- ما يستجد من تعليمات في هذا الشأن .





أو على شكل نقاط تشمل معلومات متكاملة عن الخبر تتم فيها مراعاة شروط الخبر الآتية :

- ١ - **من** : من الذي لعب الدور الأول في وقوع الحدث .
- ٢ - **متى** : زمن وقوع الحدث.
- ٣ - **أين** : مكان وقوع الحدث.
- ٤ - **ماذا** : ماذا حدث.
- ٥ - **كيف** : تفاصيل الحدث.
- ٦ - **لماذا** : خلفيات الحدث .

وليس بالضرورة أن تتوفر في الخبر الإجابة على الأسئلة الستة , ولكن المحرر الصحفي يسعى دائماً ليتضمن خبره الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة .

١- تصل أخبار ونشاطات الوكالة والكليات والعمادات إلى المركز الإعلامي عن طريق إرسالها من منسق العلاقات والإعلام في كل جهة من جهات الجامعة عبر برنامج المراسلات الإخبارية على البوابة الإلكترونية, على أن تكون تغطية المناسبات بالتنسيق المبكر مع المركز الإعلامي بالجامعة .

٢- يرسل الخبر عبر برنامج المراسلات الإخبارية مع الصور إذا توفرت .

٣- تتم الاستعانة بصور المركز الإعلامي , وذلك حسب أهمية الحدث .

٤- يتم تحويل الخبر إلى المختصين في المركز الإعلامي لتحريره , واختيار العنوان المناسب , وتدقيقه إملائياً.

٥- يتم تحويله عبر برنامج المراسلات الإخبارية للجهات المراد النشر عن طريقها.

٦- يدخل نشر الخبر تحت مسؤولية وصلاحيات المركز الإعلامي .

٧- يتم التخاطب مع وسائل الإعلام المختلفة عبر المركز الإعلامي بالجامعة فقط .

٨- مايستجد من تعليمات في هذا الشأن .

النشر عبر البوابة الإلكترونية «الصفحة الرئيسية»

- ١- أن يمر على الجهات المختصة وعبر القنوات الرسمية حسب التسلسل المعتاد في نشر الأخبار والمواد الإعلامية , ويتم إرساله عبر منسقي العلاقات والإعلام الجامعي في وحدات الجامعة .
- ٢- أن يتناسب مع تقنية البوابة في الحجم , وطول المادة الإعلامية , وعدد الصور المنشورة.
- ٣- عدم تعارضه مع المواد الإعلامية التي تُنشر عبر البوابات الفرعية .
- ٤- أن لا تكون المادة الإعلامية سبق وتم نشرها في الأخبار الخاصة بأنشطة الجامعة.
- ٥- أن يكون الخبر تغطية لفعالية أو مناسبة على مستوى الجامعة وليس خاصاً بنشاط داخلي لإحدى الوحدات.
- ٦- أن يعود الخبر أو التحقيق بالفائدة على سمعة ومكانة الجامعة لدى المجتمع.
- ٧- أن يساهم الخبر في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة.
- ٨- أن يُبرز الخبر مناسبة وطنية تُعزّز من روح الانتماء مثل:(اليوم الوطني- ذكرى البيعة-ميراثية الدولة) .
- ٩- أن تكون الأخبار والمواد الإعلامية والكلمات التوجيهية والقرارات المهمة خاصة برئيس الجامعة .
- ١٠- أن تكون الأخبار والمواد الإعلامية والتغطيات لمناسبات مهمة خاصة بسعادة وكلاء الجامعة عبر منسقي العلاقات والإعلام في وكالات الجامعة .
- ١١- أن يشتمل الخبر على جميع شروط نشر الأخبار .
- ١٢- يتم اختيار الصور المناسبة للخبر حسب ما يراه المشرف على البوابة الإلكترونية.
- ١٣- يكون وقت النشر حسب أهمية الخبر ومدى تأثيره .
- ١٤- أن يتعلق الخبر بتغطية لأحد نشاطات أو مناسبات الجامعة المهمة.
- ١٥- أن يتعلق الخبر بمشاركة للوحدة خارج الجامعة ممثلة للجامعة , و صدر في ذلك قرار من صاحب الصلاحية .
- ١٦- عند توفر المعايير السابقة في الفعالية لابد من توفر المعايير الفنية .
- ١٧- يتم ترتيب نشر الأخبار والمواد الإعلامية في البوابة وفقاً للاعتبارات الفنية والمهنية.
- ١٨- ما يستجد من تعليمات في هذا الشأن .



النشر عبر صحيفة «تواصل» والصحف المحلية :

- ١- أن يكون الخبر ، أو التحقيق الصحفي ، أو الحدث ، أو تغطية المناسبة ، أو الفعالية ، أو اللقاء الإعلامي ، أو التصريح الصحفي ، أو المقال مكتمل الصياغة الإعلامية ، ويحتوي كامل العناصر الواجب توفرها في أي مادة إعلامية .
- ٢- أن يمر على الجهات المختصة وعبر القنوات الرسمية حسب التسلسل المعتاد في نشر الأخبار والمواد الإعلامية ، ويتم إرساله عبر منسقي العلاقات والإعلام الجامعي في وحدات الجامعة .
- ٣- يكون النشر عبر صحيفة - تواصل - من صلاحيات رئيس تحرير الصحيفة ، أو من ينوب عنه من مدراء التحرير بالصحيفة.

آلية إرسال الأخبار عن طريق برنامج المراسلات الإخبارية :

- ١- الدخول إلى مركز المراسلات الإخبارية عبر بوابة الخدمات الإلكترونية ، والضغط على خانة إرسال خبر ضمن قائمة خيارات (مركز المراسلات الإخبارية) .
- ٢- الضغط على أيقونة إرسال خبر.
- ٣- البدء في عملية إضافة الخبر عن طريق كتابة :
 - * عنوان الخبر .
 - * نص الخبر .
 - * اسم محرر الخبر أعلى الخبر .
 - * اسم المصور الذي قام بتغطية الخبر .
- ٤- إضافة المرفقات .
- ٥- عند الانتهاء من كتابة الخبر يتم الضغط على أيقونة إرسال الخبر إلى المركز الإعلامي .
- ٦- عند إرسال الخبر يظهر جدول يوضح الأخبار المرسله ، كما يظهر في أعلى الجدول رسالة توضح ما تم بخصوصه من خلال تحديث الصفحة ، وتُمكن مرسل الخبر من متابعة ما تم من إجراءات تخص الخبر ، كما توجد خيارات تعديل أو حذف الخبر الذي تم إنشاؤه من خلال الخيارات الموجودة ضمن قائمة (الإجراء) .
- ٧- مايستجد من تعليمات في هذا الشأن .

آلية إنشاء ومتابعة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي للجهات التابعة للجامعة :

- الحسابات:- أ كس (X) - الفيس بوك (Facebook) - إنستقرام (Instagram) أو غيرها من الشبكات الاجتماعية.
- 1- تعدُّ الحسابات جزءاً من بناء السمعة للجامعة , وتعزيز الثقة من قِبَل المتابع .
 - 2- عند رغبة أحد الكليات أو العمدات أو الإدارات فتح حساب رسمي الرفع لسعادة الوكيل التابعة له الكلية ، أو العمادة ، أو الإدارة . مرفق استمارة طلب فتح حساب .
 - 3- بعد الموافقة على فتح الحساب إعطاء صورة من استمارة الطلب للمركز الإعلامي .
 - 4- لا تنشأ الحسابات للإدارات الفرعية ، أو اللجان ، أو المناسبات ، أو الفعاليات ، أو المؤتمرات المؤقتة إلا بموافقة صاحب الصلاحية.
 - 5- عند الموافقة على فتح الحساب يجب أن يكون مُعرِّف الحساب مطابقاً للاسم الرسمي للجهة وتحت مسمى جامعة المجمعة .
 - 6- يجب أن يكون اسم المستخدم اختصار لاسم المُعرِّف مع إضافة (Mu) مثال :



- 7- يجب على كل كلية استخدام حساب واحد فقط حتى وإن كانت الكلية تحتوي على قسمين للطلاب والطالبات.
- 8- يجب استخدام اللغة العربية كَلُغَةً أساسية لكتابة رسائل الحساب , ولا مانع من استخدام اللغات الأخرى مع اللغة العربية.
- 9- يجب تكليف مسؤول لإدارة الحساب , مع المتابعة الشخصية من قِبَل المسؤول الأول في الجهة .
- 10- أن يكون الحساب خاص بالجهة فقط .





- ١٢- تبلغ الجهة المنشئة للحسابات بخطاب رسمي بعدد ونوع الحسابات التي أنشأتها, واسم المسؤول عن كل حساب, ووسائل التواصل معه, وترفق رابطاً لكل حساب .
- ١٣- يعدُّ الحساب وكل ما ينشر فيه مسؤولية الجهة صاحبة الحساب , ومسؤولية المسؤول الأول في تلك الجهة.
- ١٤- يتم إبلاغ المركز الإعلامي بصورة عاجلة في حال تم اختراق أحد الحسابات.
- ١٥- يتم تغذية الحساب بالأخبار , والنشاطات , والتقارير , والقرارات , والإعلانات الخاصة بجهة الحساب , وتحديثها بشكل دائم.
- ١٦- الرد على أسئلة المتابعين , والتفاعل مع استفساراتهم أولاً بأول .
- ١٧- رصد الملاحظات والأفكار والمبادرات وتقديمها للمسؤول الأول .
- ١٨- مراعاة حسن الصياغة وتلافي الأخطاء اللغوية والإملائية .
- ١٩- مراعاة قيم الجامعة وأخلاقيات منسوبيها في الردود والتوضيحات.
- ٢٠- عدم إعادة التغريدات لحسابات شخصية , أو الإشارة إلى حساب شخصي آخر عن طريق معرف الجهة الرسمية .
- ٢١- عدم التسويق من خلال الحساب لأشخاص أو مؤسسات خارج الجامعة.
- ٢٢- يقوم المركز الإعلامي بمتابعة حسابات التواصل الاجتماعي لكافة وحدات الجامعة.
- ٢٣- يُعدُّ المركز الإعلامي تقريراً دورياً , وتقريراً سنوياً عن حسابات مواقع التواصل الاجتماعي لوحدات الجامعة , ومدى نشاط تلك الحسابات , ومتابعتها , وتحديثها , وفائدتها للمتابعين.
- ٢٤- ما يستجد من تعليمات في هذا الشأن .

نموذج طلب تدشين حساب «صفحة ١٧»

طلب فتح حساب في أحد مواقع التواصل الاجتماعي

اسم الجهة الطالبة	
الحساب	(Instagram) <input type="checkbox"/> (Facebook) <input type="checkbox"/> (X) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> شبكات تواصل اجتماعية أخرى :
اسم الحساب	المعرف : اسم المستخدم : (معرف الحساب مطابقاً للاسم الرسمي للجهة وتحت مسمى جامعة المجمعة)
المسؤول عن إدارة الحساب	الاسم : جوال : البريد الإلكتروني : رقم مباشر :
المسؤول من قبل الجهة الطالبة	الاسم : التوقيع :
اليوم :	تاريخ تقديم الطلب بتاريخ : / / ١٤٤ هـ الختم :

* نموذج طلب تدشين حساب في مواقع التواصل الاجتماعي



أحكام العامة :

- ١- يعمل بهذا الدليل إبتداءً من اعتمادة من لجنة التنظيم الإداري .
- ٢- يحق لمدير المركز تفسير كا ما يرد في هذا الدليل .
- ٣- كل ما لم يرد في هذا الدليل يُعمل به حسب التنظيمات واللوائح والأنظمة والتعليمات المعمول بها داخل الجامعة .

مع تحيات
المركز الإعلامي



WWW.MU.EDU.SA



جامعة المجمعة
Majmaah University

— المركز الإعلامي —
MEDIA CENTER

WWW.MU.EDU.SA