

# الدليل الإجرائي لحوكمة استخدام حسابات منصات التواصل الاجتماعي والتعامل مع وسائل الإعلام في جامعة نجران



**الدليل الإجرائي  
لحوكمة استخدام حسابات  
منصات التواصل الاجتماعي  
والتعامل مع وسائل الإعلام  
في جامعة نجران**

2023 - 1444

## مقدمة

في ظل اهتمام جامعة نجران بالجودة وتحقيق العمل المؤسسي، والحرص على أن تكون جميع الممارسات والإجراءات والأعمال وفق إطارات محددة واضحة، تحرص الجامعة على وضع السياسات والقواعد المنظمة لجميع ممارساتها الأكاديمية والإدارية، ومن هذه الممارسات المهمة العمل الإعلامي.

ويمثل النشر الإعلامي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الرسمية في الجامعة جانبين مهمين جداً في هذا الاتجاه، ولا سيما مع التدفق المعلوماتي الكبير، ووجود العديد من المنصات التي يمكن استثمارها لخدمة الجامعة، ومن هنا جاءت الحاجة ملحة لتنظيم آليات وإطار العمل الإعلامي، وجاءت هذه القواعد لوضع السياسات الإعلامية وتحديد المسؤوليات في هذا الاتجاه، اعتماداً على اللوائح والتنظيمات الصادرة في هذا الجانب.

ويتضمن هذا الدليل أهم الممارسات والسياسات العامة التي تتبعها الجامعة ممثلة في الإدارة العامة للاتصال المؤسسي في النشر الإعلامي بجميع أنواعه، إضافة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها بمختلف وحدات الجامعة، وتسري هذه القواعد على جميع الوحدات بالجامعة، ويهدف هذا الدليل إلى:

- 1 وضع إطار منهجي منظم للنشر الإعلامي.
- 2 تحديد الاختصاصات والمسؤوليات.
- 3 وضع إطار استخدام وسائل التواصل على المستوى المؤسسي والشخصي.
- 4 حوكمة الإجراءات والممارسات الاتصالية.







تلتزم بهذه الضوابط جميع الوحدات والجهات بالجامعة  
وتنطبق هذه السياسات على شبكات التواصل الاجتماعي  
المذكورة أدناه لإنشاء حسابات الجهات عبرها، وهي:

سناپ شات  
SnapChat



انستقرام  
Instagram



اكس  
X



فيس بوك  
Facebook



تيليقرام  
Telegram



## المصطلحات

### شبكات التواصل الاجتماعي:

هي منصات إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية للتواصل مع باقي المستخدمين داخل حدود الشبكة، والدخول في مناقشات مشتركة وأنشطة تعاونية معهم، ونشر المحتوى بصيغ عديدة كالنص والصور وملفات الفيديو، إلى غير ذلك.

### الحساب المؤسسي:

الحساب الخاص بالجهة التابعة لجامعة نجران الذي تم اعتماده، ويمثل الوجهة الإعلامية لتلك الجهة، وينشر الأخبار والأنشطة الخاصة بها، ويستخدم من قبل الموظف المكلف بإدارة الحساب الرسمي لتلك الجهة. وتتمثل في حسابات الجامعة باسم «جامعة نجران» (العربي، الإنجليزي)، وحساب لكل وكالة ولفروع الجامعة وكذلك يكون لكل عمادة أو كلية أو إدارة عامة أو مركز مستقل وما في حكم ذلك حساب.

### الحساب الشخصي:

الحساب الخاص بالأشخاص المنتسبين لجامعة نجران على شبكات التواصل الاجتماعي، والذي لا يمثل الجهة الحكومية التي يعمل بها.





## القواعد العامة للمنظمة للنشر والتواصل مع وسائل الإعلام:

1 تعد الإدارة العامة للاتصال المؤسسي هي الجهة المعنية بالنشر الداخلي في الجامعة والخارجي، وتحقيق الاتصال الفعال مع جمهور المؤسسة والمجتمع ووسائل الإعلام، وتسويق المواد الإعلامية والإعلانية، وتحقيق هوية الجامعة البصرية والمؤسسية.

2 تعمل الإدارة على صناعة محتوى بوابة الجامعة وتزويدها بجميع أشكال المحتوى.

3 يتم التواصل والتنسيق مع الوسائل الإعلامية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية ونحوها من خلال الإدارة العامة للاتصال المؤسسي، ويتم من خلال الإدارة ترشيح ضيوف وسائل الإعلام المختلفة، كما يلزم الحصول على موافقة الإدارة حول الموضوع والمحاور المطروحة في الاستضافة.

4 يتم من خلال الإدارة استضافة الإعلاميين والكتاب ونحوهم وتنسيق زياراتهم للجامعة وإدارة المؤتمرات الصحفية وكذلك دراسة ما يتعلق بمن يُقترح استضافته أو التنسيق معه من ذوي العلاقة بوسائل التواصل الاجتماعي.

5 في حال تواصلت وسيلة إعلامية مع أحد منسوبي أو منسوبات الجامعة حول موضوع يتعلق بالجامعة يتم التنسيق مع الإدارة قبل تزويد الوسيلة الإعلامية بأي محتوى أو موافقة.

6 يحرص الضيف من الجامعة على أن يكون ظهوره ذا فائدة لمجتمع الجامعة والمجتمع الخارجي، ويحرص على استقصاء المعلومات والتركيز والدقة في الطرح، وأن يعكس العمل الأكاديمي والإداري الحقيقي وما تقدمه الجامعة والوزارة والدولة من جهود، مع مراعاة حدود مسؤوليته.

7 يتم الالتزام بالبروتوكول الإعلامي في أولوية التصريحات وأسبقيتها، وتكون الأولوية في الظهور لمن ترشحهم الإدارة للحديث عن الفعاليات والأنشطة للمسؤول الأعلى في الجهة ذات العلاقة بالحدث، ويتم العرض على إدارة الجامعة فيما يلزم من اللقاءات والاستضافات الإعلامية ذات الطابع المهم.

8 الأولوية في الظهور الإعلامي لرئيس الجامعة، ثم للمتحدث الرسمي؛ وخاصة في القضايا العاجلة والتي تحتاج إلى توضيح، وترشح الإدارة بالتنسيق مع إدارة الجامعة ضيوف الوسائل الإعلامية، مع مراعاة الاختصاص الدقيق وحدود المسؤولية الإدارية والأكاديمية.



- 9 يخضع المحتوى الإعلامي والإعلاني الصادر عن جميع الوحدات في الجامعة «والمعد للنشر الخارجي» لإعادة الصياغة والتدقيق والاعتماد من قبل الإدارة.
- 10 تلتزم جميع الجهات والوحدات بهوية الجامعة في جميع محتوياتها الإعلانية والإعلامية.
- 11 تمارس الوحدات الأكاديمية ذات العلاقة بالإعلام والعلاقات وكذلك الوحدات المعنية بالتسويق والإعلان والوحدات الإعلامية بالجهات في الجامعة وصحيفة «صدى الجامعة» مهامها بما لا يتعارض مع دور الإدارة كجهة مركزية للنشر وبما لا يشكل ازدواجية ولا يخالف هذا الدليل.
- 12 في حال وجود بث مباشر على اليوتيوب أو وسيلة أخرى يكون من حساب الجامعة الرسمي الذي تديره الإدارة، وفي حال الرغبة في البث من حساب آخر للجامعة؛ يتم رفع طلب بذلك وفق النموذج المعد من الإدارة والتنسيق معها للحصول على الموافقة.
- 13 يتم التنسيق مع الإدارة بشأن أي محتوى إعلاني على اللوحات الإعلانية الرئيسة والفرعية ويتم تدقيقه وإجازته من قبل الإدارة.
- 14 لا يسمح للجهات الجامعية بنشر الأخبار والقرارات والتهاني والإعلانات والتصاريح والنتائج ونحوها أو تداولها داخلياً قبل نشرها في الموقع والحساب الرسمي للجامعة أو التنسيق مع الإدارة حيال النشر.
- 15 يتابع قسم الإعلام الرقمي في الإدارة العامة للاتصال المؤسسي الحسابات ويرفع تقريراً شهرياً عن ممارساتها الإعلامية وأبرز الملاحظات وخطط التطوير.
- 16 ترفع الإدارة العامة للاتصال المؤسسي تقريراً مفصلاً في نهاية كل فصل دراسي عن المستوى الاتصالي لحسابات التواصل، ومقترحات التطوير.
- 17 تعمل الإدارة العامة للاتصال المؤسسي على تدريب مسؤولي الحسابات بصفة دورية على مهارات الإعلام الرقمي ومهارات التواصل وصناعة المحتوى وإدارة الحسابات.



# ضوابط كتابة ونشر المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي



## 1- النصوص:

- ويقصد بها كتابة نصوص إخبارية أو إعلانية على هيئة تغريدات أو تعليقات إبداعية تتناسب مع الحدث وتتلاءم مع البيئة الأكاديمية والتعليمية الجامعية، ويراعى فيها ما يلي:
- قواعد اللغة والإملاء في المحتوى ومناسبة الصور والتصاميم للنشر من حيث الجودة والوضوح والجوانب الفنية.
  - يفضل استخدام جداول ترتيب المحتوى والاستعداد المسبق لتفادي الأخطاء.



## 2- البث المباشر:

- في حال كان البث مباشرًا يضاف تعليق، وإذا كان غير ممكن فيضاف التعليق مع مادة الفيديو فور انتهاء الحدث.
- إمكانية إضافة الفيديوهات المحملة سابقًا في منصة أخرى مثل يوتيوب Youtube، مع الدقة في مراعاة حقوق الملكية الفكرية.



## 3- الوسائط:

- يمنع إعادة استخدام الصور المملوكة من قبل جهات أو أشخاص عبر الحسابات الرسمية للجهاز الحكومي بمنصات التواصل الاجتماعي قبل أخذ الموافقة وذكر المصدر.
- استخدام صور فنية ذات جودة عالية، ووصف مناسب لها.
- عند قيام الموظف بتصوير فيديو أو التقاط صورة في وقت العمل الرسمي، وباستخدام الكاميرا المزود بها من قبل الجامعة يعد العمل (الصورة أو الفيديو) ملكا للجامعة.
- عدم استخدام الأناشيد والشيئات ضمن المحتوى.
- عدم استخدام لقطات تحوي معرفات أشخاص أو جهات.



## الأسماء والألقاب:

- 1 خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز - حفظه الله - .
- 2 ولي العهد صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز - حفظه الله - أو سمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز أو صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان.
- 3 عند جمعهما تكتب: خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز وولي عهده صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان - حفظهما الله - .
- 4 يكتب لقب أمير المنطقة هكذا: أمير منطقة نجران صاحب السمو الأمير جلوي بن عبد العزيز بن مساعد آل سعود أو سمو أمير نجران الأمير جلوي بن عبد العزيز بن مساعد آل سعود .
- 5 يكتب اسم رئيس الجامعة بالصيغة التالية: سعادة رئيس جامعة نجران الأستاذ الدكتور .
- 6 يكتب المنصب قبل الاسم دائماً .
- 7 تكتب المناصب (الأستاذ والدكتور) للجنسين كتابةً لا رمزاً دون تأنيث.
- 8 ألقاب أعضاء هيئة التدريس تكتب (عضو هيئة التدريس) للجنسين.
- 9 عدم استخدام اللفظين (سعادة، والأستاذ).

## الأرقام والأعداد:

- 1 من ١ إلى ١٠، إضافة إلى الأعداد العشرية مثل (٢٠، ٥٠، ١٠٠، ١٠٠٠ ... إلخ) تكتب بالحروف (ثمانية - خمسون....).
- 2 جميع الأعداد المركبة والمعطوفة مثل (١٥، ٢٩، ١٤٠، ٦٣٢ ...) تكتب بالأرقام، ويكون ذلك باللغة الإنجليزية.

## التواريخ:

- 1 تكتب الشهور بالأحرف مثل «شعبان»، واليوم والعام بالأرقام وتكتب: اليوم ثم الشهر ثم السنة وعند إتباع الهجري بالميلادي تكتب بينهما كلمة «الموافق».

Username

\*\*\*\*\*

Remember Me

Forgot Password?

LOGIN

REGISTER

## ضوابط إنشاء واستخدام وإدارة الحسابات

### في شبكات التواصل الاجتماعي

#### أولاً : الحسابات المؤسسية:

#### إنشاء الحسابات:

1 يؤخذ في الاعتبار أن يشكّل إنشاء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي إضافة حقيقية للجامعة وأن يكون نابغاً من حاجة حقيقية لذلك.

2 ينحصر إنشاء حسابات الجهة في شبكات التواصل الاجتماعي الملائمة لطبيعة ومتطلبات العمل.

3 قبل إنشاء أي حساب رسمي على إحدى منصات التواصل الاجتماعي؛ يقتضي الأمر تعبئة نموذج طلب إنشاء حساب والرفع به إلى الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.

4 تعد الحسابات التابعة لجهات الجامعة ملكاً لها.

5 تُدمج حسابات شطري الكليات والعمادات وغيرها في حساب واحد في حال وجود حسابين، ولا تنشأ حسابات للأقسام لما سيترتب على ذلك من تشتيت المستخدمين، ويكتفى بحساب الكلية، كما لا تنشأ حسابات للجان ولا للوحدات الداخلية، ويفضل عدم إنشاء حسابات للفعاليات المؤقتة كالمؤتمرات والاكثفاء بوسم عام للفعالية تتفاعل معه جميع جهات الجامعة، وتقرر اللجنة الفنية بالإدارة العامة للاتصال المؤسسي ما يتعلق بحسابات الأقسام القائمة حالياً، كما تقرر اللجنة إنشاء وإغلاق الحسابات لمختلف وحدات الجامعة وفق معطيات واضحة.

6 تتبع الحسابات الجديدة طريقة موحدة في اختيار المعرف وتعيد الحسابات القائمة حالياً وضع معرفاتها على النحو التالي (nuedu) ثم أول ٣ أحرف من اسم الكلية فتكون كلية الطب مثلاً nuedumed وتكون كلية الهندسة nuedueng وهكذا.





## مسؤولية الحسابات:

- 1 يحمل مشرف الجهة ذو المنصب الإداري (وكيل جامعة، عميد، وكيل، مشرف، مدير إدارة... إلخ) الصفة الإشرافية على الجهة وحساباتها في وسائل التواصل الاجتماعي، ويتعين عليه متابعة ما ينشر على الحسابات بشكل يومي.
- 2 يجب معرفة المسؤول الأول في الجهة ببيانات الدخول.
- 3 مدير الحساب هو المسؤول عن تفعيل وإدارة حساب التواصل الاجتماعي الخاص بالجهة، وعن المراقبة الآمنة للحساب، وضمان سلامة المحتوى الاتصالي المنشور من أي اجتهادات أو تجاوزات، وعن الرفع بالتقارير من خلال جهته إلى المشرف العام على الإدارة العامة للاتصال المؤسسي، وتقع مسؤولية المخالفات على مدير الحساب أو المدير والمشرف معاً وفقاً لمعطيات المخالفة.
- 4 بعد اختيار مدير الحساب وترشيحه من قبل المسؤول الأول في الجهة: يرسل نموذج (ترشيح مدير حساب) للإدارة العامة للاتصال المؤسسي، وفي حال تغييره تبلغ الإدارة بذلك بشكل عاجل، وتُسحب صلاحية الدخول منه عند تركه العمل، ويتضمن نموذج إخلاء الطرف ما يؤكد ذلك.
- 5 يراعى عند اختيار مدير الحساب: أن يكون مؤهلاً لإدارة الحساب من الناحية اللغوية والتقنية وإمكانية العمل والتواصل خارج أوقات العمل.
- 6 يتم تنظيم إدارة أرشفة ما يتم تداوله عبر منصات التواصل الاجتماعي، وذلك لاستخدام ما تمت أرشفته عند الحاجة.
- 7 على مدير الحساب نشر المحتوى المتعلق بالجهة التي يمثلها بعيداً عن الآراء والتوجهات الشخصية.
- 8 في حال وجود ردود أو تعليقات غير لائقة أو تمس الجامعة أو الجهة: على مدير الحساب الرفع إلى المسؤول الأول في الجهة لمخاطبة إدارة الجامعة والمتحدث الرسمي، ويتم التقاط صورة لشاشة التعليق المسمى، مع مراعاة عدم الحذف أو الإخفاء للتعليقات المسيئة.
- 9 تحال الاستفسارات والشكاوى والملاحظات التي قد ترد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي إلى المتحدث الرسمي للجامعة والإدارة العامة للاتصال المؤسسي ومركز رعاية المستفيدين حسب طبيعة الاستفسار أو الشكوى أو الملاحظة.
- 10 تتولى عمادة شؤون الطلاب بالتنسيق مع الكليات ترشيح مديري الحسابات للأندية الطلابية وتدير ما يتعلق بذلك وفق الضوابط المنظمة وما يتضمنه هذا الدليل بحيث يكون لكل ناد حساب واحد فقط وترشح مديري حسابات الأندية المركزية وأندية الكليات وترفع تقريراً في كل فصل دراسي بذلك إلى الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.

## ضوابط إنشاء واستخدام وإدارة الحسابات

### في شبكات التواصل الاجتماعي

#### أولا : الحسابات المؤسسية:

#### ضوابط الاستخدام:

- 1- تقدم الجهات والوحدات التابعة للجامعة خطة لحسابات التواصل الاجتماعي لديها تتضمن الوسائل والأهداف والجمهور المستهدف وتحديد نوع التواصل (أحادي، أو ثنائي تفاعلي) وتحديد نوع المحتوى «تعليمي، تدريبي، تسويقي.. إلخ» وتحديد آلية التنفيذ وفريق العمل.
- 2- يتعين على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي التي تمثل الجامعة التعريف بأنفسهم بشكل واضح وصريح عند وجود مراسلات إلكترونية أو تواصل.
- 3- يجب أن تحتوي الصفحة الرئيسية للحساب على جميع المعلومات المهمة للحساب، ويوضح أن الحساب رسمي ويكتب باللغتين العربية والإنجليزية بالإضافة إلى وسم الجامعة #جامعة\_نجران، كما يضاف رابط الصفحة على موقع الجامعة ويحدد المكان (المملكة العربية السعودية). وترسل الإدارة العامة للاتصال المؤسسي صورة لرأس الصفحة «الهيدر» header بقياس يناسب شبكة التواصل الاجتماعي حيث يتم تغييرها حسب المناسبات، كما تعمل الجهة على اختيار «هيدر» مناسب وفق مجالها.
- 4- تستمد الصورة الشخصية للحساب من هوية الجامعة، وفق التنظيم المحدد من قسم الهوية المؤسسية بالإدارة العامة للاتصال المؤسسي.
- 5- لا يحق لمسؤول الجهة أو مدير الحساب استخدام الحساب الرسمي للجهة على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل شخصي أو في أمور شخصية لا علاقة لها بطبيعة العمل داخل الجامعة.
- 6- يفضل عدم استخدام مدير الحساب للحساب على الهاتف الشخصي.



- 7 تربط جميع الحسابات التابعة للجامعة بالبريد الإلكتروني الرسمي الخاص بالجهة على NU ورقم جوال مدير الحساب.
- 8 لا يتم متابعة أو نشر الحسابات الشخصية، ويكتفى في المتابعة بحساب خادم الحرمين الشريفين والحسابات التابعة للجامعة وحسابات وزارة التعليم الرسمية، والحسابات المؤثرة للجهات المتعلقة بمجال اختصاص الجهة كوزارة الصحة مثلاً لكلية الطب، ويمنع متابعة أي حسابات لا علاقة لها بالجامعة أو الوزارة.
- 9 فيما يخص إعادة التغريد أو التفضيل في أي من وسائل التواصل الاجتماعي؛ تستخدم فقط للحسابات الرسمية للجامعة أو الوزارة أو الجهات الرسمية ذات العلاقة على أن تكون حساباتها مؤثرة وتراجع إعادة التغريد والتفضيلات باستمرار للتأكد من أي تفضيلات شخصية وغير مرتبطة بالجهة وطبيعة عملها ويمنع تماماً إعادة التغريد لجهات خاصة أو تجارية أو حسابات شخصية.
- 10 تضاف محتويات جديدة بشكل أسبوعي على الأقل حتى يكون الحساب نشطا وفعالاً، ويراعى أن يكون المحتوى المضاف صالحاً للنشر ويعكس مستوى العمل الأكاديمي.
- 11 عدم المشاركة في الوسوم (الهاشتاقات hashtags) حتى وإن كانت المشاركة هادفة.
- 12 تلتزم الحسابات الجامعية التي تديرها الجامعة ومختلف وحداتها بأنظمة مكافحة الجرائم المعلوماتية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/١٧ بتاريخ ٢٨/٣/١٤٢٨هـ، ونظام الحقوق الفكرية الخاص بوزارة الثقافة والإعلام السعودية.





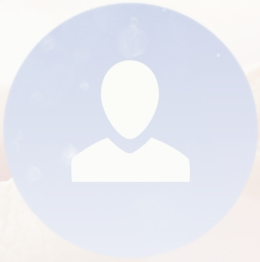
## آلية إدارة الحسابات الجامعية:

- 1 يفضل وجود تغريدة مثبتة وتحديث باستمرار بالتزامن مع أهم الأحداث الوطنية أو الجامعية.
- 2 إنتاج محتوى إخباري مختصر هادف ومفيد لأن المنشورات القصيرة تحقق عادة مشاهدات أعلى؛ لذلك من المهم الحرص على اختصار التغريدات، مع الحرص على استخدام الإنفوجرافيك Infographic بشكل جيد.
- 3 إنتاج فيديوهات قصيرة لا تتجاوز الدقيقتين في الفعاليات الجماهيرية بالتنسيق مع الإدارة العامة للاتصال المؤسسي بالجامعة.
- 4 تنوع التغريدات شكلاً ومضموناً.
- 5 مراعاة قواعد كتابة ونشر المحتوى (الأسماء، الأرقام، التواريخ، النصوص، الوسائط...) الواردة في هذا الدليل.
- 6 لا تتجاوز التغريدات يومياً «٦ تغريدات» في الحالات الاستثنائية.
- 7 استخدام الروابط الإلكترونية مع غالبية التغريدات لزيادة عدد متابعي موقع الجامعة، وعدم استخدام روابط من غير موقع الجامعة.
- 8 يفضل عمل ريتويت Retweet متبادل للحسابات الجامعية.
- 9 جدولة أوقات النشر.
- 10 يفضل وجود فاصل زمني كاف بين التغريدة والأخرى.
- 11 تنشيط الحساب واستخدام قنوات أخرى لنشر التغريدات مثل «واتساب Whatsapp، لتليقرام telegram، سناب شات Snapchat» التابعة للجهة الجامعية.



## قواعد أمان الحساب: لأمان الحسابات وتجنب إغلاقها:

- 1 يمنع تكرار المعرفات أو استخدام اسم الجهة الجامعية في أكثر من حساب.
- 2 يجب استخدام كلمة مرور قوية (٨ خانات مكونة من: حروف وأرقام ورموز) وعدم استخدام عنوان أو كلمة مرور البريد الرسمي الحكومي لتسجيل الدخول إلى حسابات منصات التواصل.
- 3 عدم استخدام كلمة مرور الحساب الشخصي للحساب الرسمي.
- 4 الاكتفاء بوسم واحد أو اثنين كحد أقصى في التغريد.
- 5 عدم فتح الروابط التي تصل للخاص.
- 6 عدم ربط الحساب بالتطبيقات غير الرسمية.
- 7 الإبلاغ عن الحسابات التي تحاول انتحال الحساب.
- 8 مراعاة سياسات السرية والخصوصية.
- 9 يجب اتباع السياسات والضوابط الخاصة بإدارة الأمن السيبراني بالجامعة وهيئة الأمن السيبراني ومنصات التواصل لتأمين الحسابات الرسمية على مواقع التواصل.
- 10 اتباع جميع الضوابط الواردة في الدليل تجنباً لإلغاء الحساب.
- 11 في حال عدم استخدام الجهة لحسابها على شبكات التواصل لفترة تزيد عن الثلاثة أشهر، يتعين عليها مراجعة احتياجها لهذا الحساب، واتخاذ الإجراءات اللازمة لإلغاء.



## ضوابط إنشاء واستخدام

## وإدارة الحسابات في شبكات التواصل الاجتماعي

### ثانيًا: الحسابات الشخصية

- 1 يجب ألا يختلف سلوك الموظفين الحكوميين على مواقع التواصل الاجتماعي عن سلوكهم الخاضع لمدونة السلوك الوظيفي وأخلاقيات الوظيفة العامة، حيث يجب على صاحب الحساب المنتسب للجامعة الترفع عن كل ما يخل بشرف الوظيفة وكرامتها.
- 2 يمنع التحدث باسم الجامعة أو إنشاء حساب على مواقع التواصل الاجتماعي باسم أي جهة بالجامعة دون الحصول على إذن وتحتفظ الجامعة بحق اتخاذ الإجراءات المناسبة بما في ذلك الإجراءات القانونية والتفوضية ضد إساءة الاستخدام.
- 3 عدم استغلال الحسابات الشخصية لمنسوبي الجامعة التي لا تعبر سوى عن وجهة نظر أصحابها في نشر أخبار الجامعة، ومن يرغب في المشاركة في نشر الأخبار وفعاليات الجامعة وترويجها إعلاميًا يمكنه ذلك عن طريق مشاركة الحسابات الرسمية للجامعة وإعادة التفريد والتفضيل.
- 4 لا يجوز لأي فرد من منسوبي الجامعة أن ينشر معلومات سرية أو وثائق رسمية، أو يصرح بمعلومات مالية أو إحصائية غير معلنة رسميًا من الجامعة.





- 5 عند إيراد اسم الجامعة أو أي من جهاتها في التعريف بالمواقع والحسابات الشخصية، يُكتب ما نصه «حساب شخصي يعبر عن وجهة نظر صاحبه الشخصية».
- 6 الابتعاد عن الخوض في القضايا الجدلية، وعن متابعة الحسابات العنصرية أو الحسابات التي تثير الفتن أو تتعارض مع سياسات الدولة، أو تتعارض مع مصالح الجامعة، أو التغريد والتفضيل لها.
- 7 عدم استخدام أي صورة أو شعار أو ما يشير إلى الهوية البصرية للجامعة.
- 8 ألا ينشر الموظفون في ملفات التعريف الشخصية الخاصة بهم على مواقع التواصل الاجتماعي- معلومات الاتصال الرسمية بهم لأغراض المراسلة، وتشمل تلك المعلومات البريد الإلكتروني الرسمي.
- 9 تحويل الاستفسارات المتعلقة بالجهة الحكومية للأشخاص المعنيين بالتواصل مع الجمهور.

نماذج



الرقم:  
التاريخ: ١٤ / / هـ  
المرفقات:



المملكة العربية السعودية  
وزارة التعليم  
جامعة نجران  
الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

نموذج طلب فتح بث مباشر

|                                           |  |
|-------------------------------------------|--|
| اسم الجهة                                 |  |
| المنصة الإعلامية التي يراد البث من خلالها |  |
| عنوان الصفحة                              |  |
| الهدف من البث                             |  |

بيانات المسؤول الأول في الجهة

|         |  |
|---------|--|
| الاسم   |  |
| التوقيع |  |

ملاحظات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

☐ الموافقة وفق المواظ بعد العرض على اللجنة المختصة

☐ عدم الموافقة وفق المواظ بعد العرض على اللجنة المختصة

المشرف العام على الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

تعليمنا يُحقق الرؤية

المالكس: 06١٧٦1٤ - IV - توتيز: Najran\_Univers الموقع الإلكتروني: www.nu.edu.sa

الرقم:  
التاريخ: ١٤ / / هـ  
المرفقات:



المملكة العربية السعودية  
وزارة التعليم  
جامعة نجران  
الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

نموذج ترشيح منسقين لحسابات الجهات

المنسق المرشح محيزًا للحساب

|                                                                                 |  |
|---------------------------------------------------------------------------------|--|
| الاسم                                                                           |  |
| الجنسية                                                                         |  |
| السجل المدني                                                                    |  |
| الرقم الوظيفي                                                                   |  |
| رقم الجوال                                                                      |  |
| البريد الإلكتروني                                                               |  |
| التوقيع على العلم بما ورد في دليل النشر واستخدام وسائل التواصل بالجامعة وتطبيقه |  |

ملاحظات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

☐ الموافقة وفق المواظ بعد العرض على اللجنة المختصة

☐ عدم الموافقة وفق المواظ بعد العرض على اللجنة المختصة

المشرف العام على الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

تعليمنا يُحقق الرؤية

المالكس: 06١٧٦1٤ - IV - توتيز: Najran\_Univers الموقع الإلكتروني: www.nu.edu.sa

الرقم:  
التاريخ: ١٤ / / هـ  
المرفقات:



المملكة العربية السعودية  
وزارة التعليم  
جامعة نجران  
الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

نموذج طلب إنشاء حساب على منصة إعلامية

بيانات الجهة والحساب المطلوب إنشاؤه

|                                            |  |
|--------------------------------------------|--|
| اسم الجهة                                  |  |
| المنصة الإعلامية المراد إنشاء الحساب عليها |  |
| الهدف من الحساب                            |  |

بيانات المسؤول الأول في الجهة

|         |  |
|---------|--|
| الاسم   |  |
| التوقيع |  |

المنسق المرشح محيزًا للحساب

|                                                                                 |  |
|---------------------------------------------------------------------------------|--|
| الاسم                                                                           |  |
| الجنسية                                                                         |  |
| السجل المدني                                                                    |  |
| الرقم الوظيفي                                                                   |  |
| رقم الجوال                                                                      |  |
| البريد الإلكتروني                                                               |  |
| التوقيع على العلم بما ورد في دليل النشر واستخدام وسائل التواصل بالجامعة وتطبيقه |  |

ملاحظات الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

☐ الموافقة وفق المواظ بعد العرض على اللجنة المختصة

☐ عدم الموافقة وفق المواظ بعد العرض على اللجنة المختصة

المشرف العام على الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

تعليمنا يُحقق الرؤية

المالكس: 06١٧٦1٤ - IV - توتيز: Najran\_Univers الموقع الإلكتروني: www.nu.edu.sa





## الخاتمة

هذا الدليل الإرشادي يتضمن أهم الممارسات والسياسات العامة التي تتبناها الجامعة ممثلة في الإدارة العامة للاتصال المؤسسي في النشر الإعلامي بجميع أنواعه، إضافة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها بمختلف وحدات الجامعة، ويؤمن فريق إعداد هذا الدليل بأن الهوية قابلة للتطوير مستقبلاً وفق للتغيرات التي تطرأ على مستوى صناعة المحتوى التي تشهد تسارعاً كبيراً وتطوراً في قوالب النشر الإعلامي، أو ما تشهده سلوكيات المجتمع من تغيرات في طبيعة تلقيه للرسائل الإعلامية.





### فكرة وإعداد:

لجنة تطوير الهوية المؤسسية  
د. هدى بنت يحيى اليامي  
د. صالح بن سالم الحارثي  
د. غيداء بنت علي الزهراني  
أ. مها بنت ناصر آل فاضل  
أ. خلود بنت عبدالرحمن القحطاني

### تصميم وإخراج

أ. مها بنت ناصر آل فاضل















دليل النشر واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي  
بجامعة نجران

2023 - 1444

