دليل حوكمة وتنظيم استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي

دليل حوكمة وتنظيم
استخدام حسابات شبكات
التواصل الاجتماعي

جامعة بيشة

الإصدار الأول 1443هـ - 2022م

الموضوع	الصفحة
أولا: المقدمة: أهداف الدليل، حدود الدليل، التعريفات الإجرائية لشبكات التواصل الاجتماعي	
2-1 أهداف الدليل	
2-1 حدود الدليل	
3-1 التعريفات الإجرائية لشبكات التواصل الاجتماعي	
ثانيا: انشاء وضوابط حسابات شبكات التواصل الاجتماعي	
1-2 خطوات انشاء الحساب	
2-2 ضوابط إنشاء الحساب في شبكات التواصل الاجتماعي	
3-2 نماذج الدليل	
4-2 أنواع الحسابات	
ثالثا: السياسات وآلية النشر	
1-3 السياسات	
2-3 آلية النشر في شبكات التواصل الاجتماعي لجهات الجامعة	
3-3 آلية النشر في شبكات التواصل الاجتماعي لمنسوبي الجامعة	
رابعا: التعليمات الأمنية للحسابات في شبكات التواصل الاجتماعي	
المراجع	

أولًا:

المقدمة:
أهداف الدليل، حدود الدليل، التعريفات الإجـرائية لشبكات التواصل الاجتماعي

شهدت الفترة الأخيرة من القرن الحادي والعشرين تطورات هائلة في دور شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر – انستغرام– سناب شات – فيس بوك – يوتيوب)، والتي أعطت المستخدمين فرصة غير مسبوقة للوصول السريع إلى شريحة كبيرة من الجمهور والتواصل معهم افتراضيا بغض النظر عن موقعهم الجغرافي.

ويعتبر تحديث قنوات التواصل الاجتماعي بجامعة بيشة أحد أهم ركائز الإدارة والحوكمة الحديثة، فالتواصل الفعال يساهم في زيادة فعالية القرارات وسهولة استيعابها من أصحاب المصلحة وهو في نفس الوقت يعد أداة فعالة وجيدة لقياس ردود الأفعال، إن تميز المؤسسة التعليمية وجودة أدائها هو محصلة لجودة قراراتها الاستراتيجية والتكتيكية والتشغيلية.

وانطلاقا من إيمان جامعة بيشة بأهمية استخدام التقنيات الحديثة واستثمارها لهذه الحسابات كوقود في إحداث عملية التنمية بمشاركة وتفاعل منسوبيها وطلابها بما يخدم دور الجامعة باتصالها بمجتمعها المحلي من خلال ما تقدمة من أنشطة وفعاليات وخدمات مجتمعية وما يتعلق بذلك من دراسات واستشارات كهدف استراتيجيا وضرورة حتمية تفرضها العديد من التغيرات.

لذلك فقد برزت أهمية التحكم وضبط قنوات التواصل الاجتماعي وربطه مع الوحدات التكاملية للجامعة، لتحقيق رؤية الجامعة في التميز في قطاعاتها جميعا محليا وإقليميا وعالميا وصولا إلى قيمها الأصيلة التي تحث على الإتقان والشفافية والإبداع.

ومن هذا المنطلق كان من المهم إصدار دليل موحد لتنظيم وإدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي، لتؤكد على الحسابات الرسمية للجامعة بأنها منصة رسمية لمخاطبة الراي العام وحق المعرفة والمحتوى التفاعلي لجميع فئات المجتمع، والمشاركة الإلكترونية الخاصة بالجامعة بدءا من إعداد المادة مرورا بالاعتمادات الرسمية ووصولا إلى النشر والرد على المشاركات وذلك حرصا على التفاعل مع الجمهور عبر حسابات التواصل الاجتماعي بمهنية عالية وصورة احترافية تحقق مدى الرضى للجميع و خاضعة لضوابط وسياسات النشر في (وزارة الإعلام في المملكة العربية السعودية).

ويحتوي هذا الدليل (دليل حوكمة وتنظيم استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لجامعة بيشة) على عدة محاور أساسية وهي:

1. مقدمة: أهداف الدليل، حدود الدليل، التعريفات الإجرائية لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. إنشاء وضوابط استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي، والنماذج الرسمية لإنشاء الحسابات.
3. السياسات وآلية النشر في شبكات التواصل الاجتماعي لجهات الجامعة ومنسوبيها.
4. التعليمات الأمنية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي.

ويعد هذا الإصدار الأول كدليل ارشادي للتعامل مع الحسابات وسياسات النشر والأنظمة والتعليمات الأمنية المترتبة عليها في ضوء السياسات الجامعية والقوانين المنظمة، وذلك لتنظيم المحتوى والخطاب الإعلامي على الحسابات الخاصة بالجهات التابعة لجامعة بيشة (الكليات – العمادات المساندة عموم الإدارات والمستشفيات الجامعية) ليؤكد على العلاقة التنظيمية بين المجتمع وإدارة و منسوبي الجامعة، كما يطبق على جميع منسوبي الجامعة من أعضاء هيئة التدريس والموظفين والموظفات وطلاب وطالبات الجامعة، ومن تشملهم عقود عمل مع الجامعة مع وقوع المسؤولية على عاتق مسؤول الحساب بشكل رسمي.

1-1 أهداف الدليل:

1. ترسيخ مفهوم وثقافة " الحوكمة" في كل الأنشطة الإعلامية بجامعة بيشة لضمان ورفع كفائه العمل وتسهيل وتنسيق الجهود بين الجهات ذات العلاقة بما يمكن إدارة الجامعة من المتابعة الفاعلة.
2. توضيح الاجراءات التقنية والمهنية في إنشاء حسابات شبكات التواصل الاجتماعي طبقا لبنود الدليل.
3. تحسين الصورة الذهنية للجامعة لدى الرأي العام من خال الاستخدام الأمثل لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي.
4. توفير الوعي والمعرفة الازمة لإنجاح ممارسات المشاركة الإلكترونية وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعة.
5. ضمان سلامة المحتوى الاتصالي من أي اجتهادات شخصية أو تجاوزات.
6. توضيح الضوابط والسياسات في إنشاء وإدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي طبقا لترميز كل جهة استنادا إلى الترميز الخاص بجامعة بيشة وتحديد المسؤوليات التنظيمية.

2-1 حدود الدليل:

يشمل الدليل كافة الجهات التابعة لجامعة بيشة **(الكليات – العمادات المساندة – الإدارات – مركز الخدمات الطبية)**، والتي تدخل ضمن إطار ونطاق الدليل وما جاء به من سياسات وضوابط، مع

مراعاة الحسابات المختلفة بمواقع التواصل الاجتماعي لمنسوبيها ب **(توتير، الفيس بوك، انستغرام، السناب شات، اليوتيوب).**

1-3 التعريفات الإجرائية لشبكات التواصل الاجتماعي:

تويتر (Twitter): شبكة تواصل اجتماعي تقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميها بإرسال تغريدات والتعليق عليها وإعادة التغريد وإعجاب المغردين، بعدد محدد من الأحرف وبلغات متعددة، ويسمح كذلك بنشر فيديوهات قصيرة.

سناب شات (Snapchat): شبكة تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة، وتسجيل الفيديوهات، وإضافة نص ورسومات، والتقاط الصور، وإرسالها إلى قائمة المتلقين.

يوتيوب (YouTube): موقع ويب يسمح للمستخدمين بتسجيل فيديوهات ومشاركتها والتعليق عليها.

فيس بوك (Facebook): موقع ويب عباره عن شبكة اجتماعية كبيرة، تسمح بإرسال التعليقات والنشر والصور والفيديوهات، ومشاركة المحتوى المنشور.

انستغرام (Instagram): شبكة اجتماعية لتبادل الصور والتقاطها وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها الشبكات الاجتماعية الاخرى.

ثانيا:

إنشاء وضوابط حسابات شبكات التواصل الاجتماعي

إنشاء وضوابط حسابات شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت في الآونة الأخيرة منصات إلكترونية كانت إحدى الأسباب الرئيسية بتقريب العالم من بعضه البعض، ويوجد العديد من منصات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت، ولا يقتصر استخدامها على جهاز الحاسب فهي أيضا موجودة كتطبيقات على الهواتف الذكية، وفيما يلي خطوات إنشاء حساب والضوابط المتبعة لذلك في الجامعة.

2-1 خطوات إنشاء الحساب:

1. 1تعبئة النموذج) نموذج رقم 1).
2. اعتماده من صاحب الصلاحية لفتح الحساب) نموذج رقم 2)- مصفوفة المسؤوليات والاعتمادات لفتح الحساب.

2-2 ضوابط إنشاء الحساب في شبكات التواصل الاجتماعي:

1. استخدام البريد الإلكتروني الجامعي لإنشاء الحساب.
2. اعتماد اسم الحساب حسب نموذج مفاتيح الترميز (نموذج رقم 3).
3. الاعتماد النهائي للحساب حسب المعطيات الإعلامية من الإدارة العامة للعلاقات والإعلام.
4. تخصيص حساب واحد فقط لكل جهة في جميع شبكات التواصل الاجتماعي.
5. عند إنشاء حساب في (تويتر، إنستغرام، فيس بوك، يوتيوب) يراعى استخدام وإبراز ألوان هوية الجامعة المعتمدة وشعارها الرسمي بدقة عالية.
6. عند التعريف بالحساب يراعى ذكر اسم الجهة كاملا وتبعيته لجامعة بيشة وذكر الموقع الجغرافي على سبيل المثال (بيشة، بلقرن، تثليث، النماص).
7. يجب اختيار كلمة مرور قوية ومختلفة عن كلمة المرور للبريد الإلكتروني وتكون من ثمان خانات تحتوي أحرفا وأرقاما ورموزا حسب المعايير المحددة من إدارة الأمن السيبراني.
8. عند إنشاء حساب في (سناب شات) يراعى استخدام وإبراز ألوان هوية الجامعة المعتمدة وشعارها الرسمي وذلك كملصق مصمم لهذا الغرض.

3-2 نماذج الدليل:

نموذج رقم (1) إنشاء حساب

نموذج طلب إنشاء حساب في شبكات التواصل الاجتماعي
(الكليات - العمادات المساندة - الإدارات – مركز الخدمات الطبية)

سعادة سلمه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

تمثل الحسابات الرسمية لجامعة بيشة في شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم منصات التواصل مع الجمهور، والتعبير عن الرسالة الاتصالية للجامعة بكافة مكوناتها التثقيفية والاخبارية، وقيمها المهنية في الموضوعية والمصداقية والدقة، وسماتها في السرعة والدقة والتفاعلية مع الجمهور المستهدف؛ لذا نرغب من سعادتكم الموافقة على إنشاء حساب في شبكات التواصل الاجتماعي، بما ينسجم مع دليل حوكمة وتنظيم استخدام حسابات الجامعة، مع الالتزام بكافة ما ورد فيه من إجراءات منظمة، ومسؤوليات محددة وذلك وفق المعلومات التالية:

اسم الجهة: .....

نوع الحساب:

☐ تويتر ☐ إنستغرام ☐ فيسبوك ☐ يوتيوب

بيانات المخول بإنشاء الحساب	بيانات حساب الجهة
اسم المخول بإنشاء الحساب:	معرف حساب تويتر: .....
رقم الهوية الوطنية:	معرف حساب إنستغرام: .....
الوظيفة:	معرف حساب يوتيوب: .....
رقم الجوال:	معرف حساب فيسبوك: .....
رقم التحويلة:	رقم الجوال المسجل بالحساب: .....
البريد الإلكتروني:	البريد الإلكتروني الجامعي المسجل بالحساب: .....

مسؤول الجهة: .....

التوقيع: .....

إرسال هذا الطلب يعتبر موافقة على السياسات والقواعد المنصوص عليها في دليل حوكمة وتنظيم استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لجامعة بيشة.

(تويتر – إنستغرام – فيس بوك – يوتيوب)

نموذج رقم (2)

مصفوفة المسؤوليات، والاعتمادات لفتح حسابات في شبكات التواصل الاجتماعي

(تويتر – إنستغرام – فيس بوك – يوتيوب)

م	الإجراء	المنسق الإعلامي الجهة	مسؤول في الجهة	الإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام
1	تعبئة نموذج إنشاء الحساب	مسؤولية		
2	اعتماد نموذج إنشاء الحساب		مسؤولية	
3	الاعتماد النهائي			مسؤولية
4	إنشاء الحساب		مسؤولية	

4-2 أنواع الحسابات:

حساب الجهة: هو الحساب الذي ينتمي للجهة التابعة لجامعة بيشة (الكليات – والعمادات المساندة – الإدارات – مركز الخدمات الطبية) ويحمل اسم وشعار الجهة الرسمي.

حساب المنسوبين: وحساب أحد منسوبي الجامعة ويحمل اسمه الشخصي موضحا انتسابه للجامعة ويستخدمه بصفته (وكيل، عضو هيئة تدريس، عضو هيئة إدارية.. إلخ) ويحمل اسم الجامعة أو شعارها الرسمي.

حساب شخصي: هو الحساب الشخصي لأحد منسوبي الجامعة ولا يحمل اسم الجامعة أو شعارها الرسمي.

ضوابط حساب الجهة:

1. يعد حساب الجهة ملكا خاصا للجامعة.
2. يتحمل مشرف حساب الجهة كافة المسؤولية عما ينشر (مسؤول الجهة والحساب).
3. يعتبر حساب الجهة حسابا أحادي التواصل، ويكون قناة تواصل لنشر الأخبار العامة المتعلقة بالجهة داخليا فقط.
4. يجب ألا يتم عمل إعادة نشر للحسابات الشخصية وتختصر فقط على الحسابات الرسمية (الموضحة سابقا) وكذلك عدم نشر إي إعلان خاص بالجامعة قبل نشره من الحساب الرسمي، ويمكن إعادة النشر لحسابات الجهات الأخرى بالجامعة حين توفر محتوى له ارتباط يفيد متابعي حساب الجهة.
5. عدم التسويق لجهات أخرى أو أشخاص خارج الجامعة بإعادة نشر محتوى مشاركاتهم.
6. عدم متابعة أي حسابات لا علاقة لها بأنشطة الجامعة أو الانضمام إلى نشاط اجتماعي.
7. يجب على مسؤول حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بالجهة أن يخصص الوقت المناسب لمراجعة حسابات التواصل الاجتماعي بهذه الجهة يوميا مع إضافة محتويات جديدة مرة أسبوعيا على الأقل حتى يكون الحساب فعال بصورة نشطة.
8. يجب على مسؤول الجهة التأكد من أن المعلومات والمحتويات التي يتم نشرها على حسابات التواصل الاجتماعي مناسبة للجمهور وتعكس وجهة نظر الجهة ورؤية الجامعة.
9. يجب أن يأخذ الشكل العام والمعلومات الشخصية للحساب الطابع الرسمي في العبارات والرسومات والصور المستخدمة بما لا يتنافى مع حقوق وسياسات النشر.

ضوابط حساب المنسوبين:

1. يوضع في النبذة التعريفية الاسم والمنصب الإداري وعبارة (حساب شخصي) فقط.
2. عدم التغريد أو إعادة التغريد أو التفضيل أو الرد لكل ما يخالف سياسة الدولة ومواقفها وتوجهاتها أو كل ما يثير الرأي العام من قضايا جدلية.
3. يتحمل صاحب الحساب المسؤولية الكاملة عما ينشر.
4. يجب أن يكون صاحب الحساب على دراية عالية للقضايا التي سيتواصل بشأنها ويناقشها مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويجب استشارة المتحدث الرسمي للجامعة أو الجهة المختصة في حالة عدم معرفة الرد المناسب.
5. يجب أن يكون نشر الأخبار والإعلانات الحصرية من خال حساب الجهة وليس من حساب المنسوبين، ويمكن من خلال حساب المنسوبين عمل إعادة نشر لمحتوى حساب الجهة.
6. يجب على صاحب الحساب عدم نشر أرقام أو أسماء منسوبي الجامعة أو تمرير معلوماتهم عبر وسائل التواصل وتحويل أي استفسار للمتحدث الرسمي أو الجهة المعنية بذلك للإجابة عن أي استفسار وذلك من خال الرسائل الخاصة.

ضوابط الحساب الشخصي:

1. عدم استخدام شعار الجامعة أو أرقام التواصل الخاصة بالجامعة أو أي معلومات خاصة بالجامعة في التعريف الشخصي.
2. عدم تعريف الشخص نفسه في مواقع التواصل الاجتماعي كمنسوب بالجامعة أو ذكر الصفة (عضو هيئة تدريس، عميد، وكيل، مدير مركز ...)
3. لا يسمح بأن يتم التواصل باسم الجامعة أو تمثيلها أبدا من خلال الحساب الشخصي.
4. لا يحق للمكلف الإداري التواصل مع الجمهور بصفته الإدارية من خلال حسابه الشخصي وإنما يكون الرد من خلال الحسابات الرسمية للجامعة (حساب الجامعة الرسمي -أخبار الجامعة ـ المتحدث الرسمي).
5. لا يحق للشخص نشر الوثائق الخاصة بالجامعة من خلال حسابه الشخصي.
6. لا يحق للشخص نشر الأخبار والإعلانات قبل أن تصدر عن الجهة المسؤولة أو حساب الجامعة الرسمي أو المتحدث باسم الجامعة.

ضوابط اختيار مسؤول لإدارة حسابات شبكات التواصل للجهة:

عند اختيار مسؤول لإدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي للجهة (الكليات – العمادات المساندة – الإدارات – مركز الخدمات الطبية) يتم تطبيق الشروط التالية:

المهارات اللغوية التي يمتلكها:

1. مستوى معرفته بمواقع التواصل الاجتماعي وإلمامه بطرق التواصل التي توفرها.
2. مدى استعداد الموظف للتواصل مع الجمهور في أوقات محددة مسبقا داخل وقت الدوام من العمل الرسمي وقدرته على التعامل مع المواقف التي قد تتطلب ردا فوريا في هذه الأوقات وذلك حسب استراتيجية الجهة في الردود.
3. ضرورة موافقة الجهة المختصة بالجامعة لإدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي بالجامعة على المرشح من الجهة كمسؤول على الحساب.

مهام مسؤول الحساب:

1. **قيادة** مهام تصميم وتنفيذ الاستراتيجيات والسياسات الخاصة بالمشاركات في حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لجامعة بيشة (سواء الخاصة بالجهة أو الخاصة بالجامعة ككل أو التي تتضمنها هذه الوثيقة)، وتصميم مؤشرات لقياس الأداء في الحسابات.
2. **إنتاج** المحتوى الذي سوف يستخدم على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، مع التركيز على محتوى الوسائط المتعددة، الذي غالبا ما يتطلب التواصل مع أقسام وإدارات الجهة المختلفة من أجل توفير المعلومات الضرورية لإنتاج المحتوى (وضرورة التنبيه إلى حقوق الملكية الفكرية عند استخدام الوسائط المتعددة أو المعلومات).
3. **متابعة** حسابات الجهة ومتابعة ما يذكره الجمهور عنها وما يتم نشره عن الجهة من أحداث وأنشطة وفعاليات، بالإضافة إلى تحليل ما يتم رصده، وتقديم تقارير لإدارة الجهة مع مقترحات التطوير إن وجدت. ورفع نسخة للجهـــة المسؤولة عن الإشراف على خطط وسياسات استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لجامعة بيشة.
4. **قياس** مؤشرات الأداء الخاصة بالجهة (الكليات – العمـــادات المساندة - الإدارات – مركز الخدمات الطبية)، بشكل دوري بناء على خطة زمنية يتم الاتفاق عليها على حسب نشاط الحساب، وعمل تقارير بذلك وتحليلها والرفع بها لإدارة الجهة حتى تتم الاستفادة منها، وإرسال نسخة منها إلى إدارة العلاقات العامة والإعلام.

ثالثا:

السياسات وآلية النشر

السياسات وآلية النشر

1-3 السياسات:

تهدف سياسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى تنظيم عملية إدارة مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الإلكترونية الخاصة بجامعة بيشة ، بداءا بإعداد المادة مرورا بالاعتمادات الرسمية، وصولا إلى النشر والرد على المشاركات، وذلك حرصا على التفاعل مع المتعاملين عبر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بمهنية عالية، و في طور السياسات العامة لضبط عملية النشر في حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لجامعة بيشة بما يتناسب مع سياسة الجامعة الإعلامية والإعلامية الرقمية، حيث تقوم الجامعة بعدة خطوات لضمان تطبيق هذه السياسات.

أولا: تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام بالتنسيق مع الإدارة القانونية بمتابعة ومراجعة القوانين وتحديثاتها التي تصدر من شبكات التواصل الاجتماعي وإبلاغ مسؤولي الحسابات بالجهات التابعة للجامعة بالسياسات المحدثة.

ثانيا: المسؤولية في إدارة الحسابات التابعة للجامعة: يجب على المسؤول عن إدارة الحسابات الخاصة بالجامعة أن يكون مسؤولا مسؤولية كاملة عن عدم مخالفة السياسات والأحكام الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي.

ثالثا: آلية النشر للحسابات التابعة للجامعة (المتابعة، النشر، الإعجاب):
يجب على الحسابات الرسمية بالوكالات، والعمادات، والكليات، والمراكز، والمعاهد ومن في حكمهم التابعة لجامعة بيشة نشر فعالياتهم وأخبارهم في حساباتهم، مع مراعاة استخدام هوية الجامعة متضمنة الوسم الخاص بالجامعة وهو:
(#جامعة_بيشة) والجهات التابعة لمركز الخدمات الطبية بالجامعة أن تستخدم وسم الجامعة ووسم المركز وهو: (#مركز_ الخدمات_الطبية_جامعة_بيشة)، بالإضافة إلى إعادة النشر والإعجاب لحسابات الجامعة الرسمية (حساب الجامعة الرسمي، حساب المتحدث الإعلامي للجامعة، أخبار الجامعة) فقط، ولا تقوم هذه الحسابات بتقديم أي معلومات للجمهور إلا عن طريق حسابات الجامعة الرسمية والمعتمدة لهذا الغرض.

إشعار الوكالات، العمادات، والكليات والمراكز ومن في حكمهم التابعة للجامعة أن حساباتهم لدى شبكات التواصل الاجتماعي أنشئت بهدف إبراز أخبارهم وإنجازاتهم وفعالياتهم المختلفة فقط وليست للتواصل أو الرد مع الجمهور الخارجي، كما يجب مراعاة التالي في المحتوى الخاص بالنشر:

أولا: النصوص

1. يكون النص واضحا مفهومِا لا لبس فيه، خاليِا من الكلمات والمصطلحات المعقدة، أو المبالغ فيها وصفا.
2. خلو النص من الأخطاء اللغوية والإملائية.
3. لتكون أكثر تأثيرا، ووضوحا في التعبير عن الرسالة الاتصالية، مع مراعاة هوية الجامعة التي سبق الإشارة إليها.
4. كل نص يتضمن وسم، وفي حال عدم وجوده يكتفى بوسم #جامعة_بيشة.
5. يبدأ النص بفعل ماضٍ أو مضارع بحسب السياق الزمني والموضوعي.
6. الروابط المستخدمة خاصة بجامعة بيشة وقطاعاتها، ولا تستخدم روابط جهات خارج جهات الجامعة.
7. كتابة المنصب الوظيفي للمسؤول من دون ذكر اسمه مثالا: (سعادة رئيس الجامعة او سعادة وكيل الجامعة).
8. المنصب يكون قبل الاسم في حال الحاجة لذكر الاسم.
9. عدم استخدام الكلمات التالية: (سعادة، الأستاذ) ويكتفى ب رمز (د) للدكتور، و (م) المهندس.
10. عدم إضافة حسابات شخصية، أو حسابات جهات خارج الجامعة في التغريدات، ويفضل عدم استخدام تلك الحسابات حتى في إشارة الصور، إلا للضرورة القصوى.
11. الأرقام من واحد إلى تسعة تكتب كتابة وليس أرقاما، بينما من 10 إلى 999 تكتب رقمِا باللغة الإنجليزية.
12. الأرقام في خانة الآلاف تكتب رقما ويتبعه الخانة مثال: 4 آلاف تكتب هكذا، وكذلك 20 ألف، و100 ألف وغيرها، وينطبق ذلك عَلى الملايين.
13. المحافظة على الصيغة الرسمية في كتابة التغريدات وتجنب اللغة العامية.
14. التواريخ تكتب بالهجري أولا ثم الميلادي مثلا (الأربعاء 1 محرم 1442 هـ، الموافق 1 يناير 2020 م).
15. الوقت يكتب كتابة، مثل: الثامنة صباحا ويكتب رقما في حال عدم توفر مساحة.
16. العملة تكتب (ريال).
17. الأسماء والمصطلحات الأجنبية تكتب بالعربية.
18. استخدام التشكيل اللغوي لبعض الكلمات التي قد تشكل قراءتها أكثر من معنى، مثلا كلمة: (الإعلام والأعلام).
19. المنصب لا يؤنث.

علامات الترقيم

.	النقطة (.) توضع عند اكتمال معنى الكلام ونهاية الجملة.
،	الفاصلة (،) توضع بين الجمل ذات المعنى المتصل، وتكتب ملاصقة في نهاية الكلمة، ومتباعدة عن الكلمة التي تليها، مثال: (جملة مفيدة، جملة غير مفيدة)
؛	الفاصلة المنقوطة (؛) للسببية والتعليل.
؟	علامة السؤال (؟) توضع في نهاية الجملة الاستفهامية.
:	النقطتان الرأسيتان (:) توضع بعد الأقوال وعند انقسام الأشياء وأجزائها.
( )	القوسان () توضع بين القوسين جمل تفسر كلمة غامضة أو تبين معنى.
/	الخط المائل (/) توضع عند كتابة التاريخ للفصل بين اليوم والشهر والسنة.

ثانيا: الإنفو جرافيك

1. يتوافق التصميم مع هوية جامعة بيشة.
2. يتضمن التصميم أرقاما.
3. عدم كتابة الأخبار في التصاميم.
4. تتضمن التصاميم شعار جامعة بيشة، ومعرفات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.
5. تكون التصاميم مرتبطة بنص يتناسب معها.

ثالثا: الصور

1. استخدام الصورة المعتمدة لخادم الحرمين الشريفين وسمو ولي العهد المعتمدة من وزارة الإعلام ووكالة الأنباء السعودية.
2. استخدام الصور الرسمية لسعادة الرئيس والقيادات العليا بالجامعة.
3. أن تكون الصور مناسبة للنشر، وتعبر عن الحدث أو المناسبة أو الأشخاص المرتبطين بها.
4. عدم تكرار صور المسؤولين في النشر.
5. يفضل عدم استخدام الصور الشخصية الكبيرة.
6. يفضل استخدام الصور الإخبارية.
7. الالتزام بحقوق الملكية الفكرية للصور.

المقاسات والصيغ لـ (تويتر، إنستغرام):

تويتر:

1. مقاسات الصورة المفضل استخدامها 600 بكسل عرض 300 بكسل ارتفاع, 1200 بكسل عرض و675 بكسل ارتفاع.
2. أن تكون بالصيغ التالية PNG, JPG.

3. الصور المتحركة GIF لا يزيد حجمها عن 15MB.

إنستغرام:

1. مقاسات الصورة المفضل استخدامها (1080X608) (1080X1080) (1080X1350)

رابعاً: الفيديوهات

1. يتوافق الفيديو مع هوية جامعة بيشة.
2. عدم استخدام لقطات ذات حقوق فكرية لجهات أخرى.
3. عدم استخدام لقطات تحوي معرفات أشخاص أو جهات أخرى.
4. أن لا تحتوي الفيديوهات على مشاهد مسيئة.
5. أن تكون الفيديوهات صالحة فنيا.
6. عدم استخدام الأناشيد والشيلات.
7. عدم استخدام مقاطع من قنوات اليوتيوب.
8. تضمين نصوص توضيحية في الفيديوهات.
9. يتضمن النشر وسما وكلمة) #فيديو) في تويتر وإنستغرام.
10. عدم استخدام التسجيلات الصوتية في النشر.

المقاسات والصيغ حسب سياسات شبكات التواصل الاجتماعي:

تويتر:

1. ألا يزيد الفيديو عن 140 ثانية.
2. أن يكون المقاس بشكل عرضي) 16:9).
3. الصيغ المعتمدة MOV and MP4.

إنستغرام:

1. ألا يزيد الفيديو عن 60 ثانية.
2. أن يكون المقاس بشكل عرضي (16:9) وبالشكل الطولي (4:5) والمربع (4:5).
3. الصيغ المعتمدة MOV and MP4.

سناب شات:

1. السنابة الواحدة تكون مدتها حتى 10 ثواني.
2. عند رفع الفيديوهات تكون مقاساتها الطولية (9:16).
3. الصيغ المعتمدة MOV and MP4.

خامسا: نشر القصص في سناب شات

1. يستفاد منها في بث فعاليات ومناسبات جامعة بيشة المناسبة كقصة.
2. نشر القصص التعليمية المتوافقة مع هوية الجامعة.
3. استخدام الفلاتر المتوافقة مع هوية جامعة الإمام بيشة.
4. عدم استخدام لقطات ذات حقوق فكرية لجهات أخرى.
5. عدم استخدام لقطات تحوي معرفات لجهات أخرى.
6. ألا تحتوي القصص على مشاهد مسيئة.
7. نشر فيديوهات صالحة فنيا.
8. عدم استخدام الأناشيد والشيلات.

2-3 آلية النشر في شبكات التواصل الاجتماعي لجهات الجامعة:

إن الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من امكانية التعرض لعمليات اختراق الخصوصية وهي التي تكون بالاستخدام غير السليم للمعلومات الحكومية من جانب الأشخاص غير المصرح لهم بالاطلاع على تلك المعلومات، عليه ينبغي اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لضمان حماية خصوصية البيانات والمعلومات الحكومية من أي أخطار محتملة على الخصوصية.

وبناء على ذلك يفضل إلتزام الحسابات الرسمية بالتالي في منصات التواصل الاجتماعي:

1. استخدام الحساب وفقا للصورة الرسمية فقط، مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية والخصوصية والاستخدام المقبول بشبكات التواصل الاجتماعي.
2. عدم نشر أي صور للخطابات الرسمية.
3. عدم نشر أرقام الهاتف أو البريد الإلكتروني الشخصي.
4. عدم الإفصاح عن أي معلومات شخصية للأفراد أو المؤسسات.
5. عدم مناقشة أي مواضيع لها الطابع الشخصي.
6. عدم نشر أو إفشاء بيانات الحساب البنكي الإلكتروني أو أرقام حسابات أو أرقام بطاقات بنكية أو ائتمانية.

3-3 آلية النشر في شبكات التواصل الاجتماعي لمنسوبي الجامعة:

في حال وجود تعريف لمركزه أو مسماه الوظيفي أو اسم أو وسم الجامعة في ملف التعريف في حسابه على شبكات التواصل فتطبق عليه السياسات العامة لحوكمة شبكات التواصل الاجتماعي وهي كالتالي:

1. عدم الرد على استفسارات الجمهور في أي شأن يخص الجامعة.

2. عدم التطرق أو الخوض في الأمور السياسية أو المواضيع ذات الجدل في شبكات التواصل الاجتماعي.
3. عدم إفشاء أي أمر يتعلق بالجامعة أو حدث فيها أو إفشاء مضمون التعاميم أو الخطابات أو الخطوات المستقبلية التي تخص الجامعة.
4. التحلي بالمسؤولية المهنية وألا يعرض الجامعة للانتقاد أو يعرض صورتها الذهنية لدى الجمهور الخارجي إلى التشويه.
5. عدم توجيه النقد إلى الجامعة وجميع ما يتعلق بها من آليات العمل أو السياسات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي، فالجامعة تمتلك جميع القنوات التي يستطيع فيها الموظف/ الموظفة إلى إيصال انتقاداتهم أو توجيه شكواهم.
6. عدم ذكر أسماء القيادات العليا أو المسؤولين أو الموظفين بالجامعة من باب النقد أو الاتهام أو الخلاف ويتم ذلك عن طريق القنوات الرسمية بالجامعة وعن طريق الإدارات ذات الاختصاص.
7. عدم نشر الأخبار أو الإعلانات أو الفعاليات التي تخص الجامعة قبل نشرها في الحساب الرسمي أو حساب المتحدث باسم الجامعة.
8. وعند مخالفة ما ينص عليه دليل حوكمة حسابات التواصل الاجتماعي أعلاه يكون الموظف/ الموظفة عرضة لتطبيق لائحة المخالفات المتبعة في الجامعة والخاضعة لنظام مكافحة الجرائم المعلوماتية المطبق بالمملكة العربية السعودية.

رابعا:

التعليمات الأمنية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي

التعليمات الأمنية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي:

1. اختيار كلمة مرور مركبة - تحتوي حروف وأرقام ورموزا - وذلك وفقا لسياسات كلمة المرور بالجامعة، وأن تكون كلمة المرور خاصة فقط بالحساب دون استخدامها في أي مكان آخر.
2. عدم فتح أي روابط تصل للحساب الرسمي حتى وإن كانت من حسابات معروفة ما لم يكن هناك تنسيق مسبق.
3. إبلاغ الجهات ذات العلاقة عن الحسابات المشابهة التي تحاول انتحال صفة الحسابات الرسمية والمتحدثين الرسميين لها.
4. مراجعة الإعدادات وتصاريح الدخول الخاصة بالحساب الرسمي ومتابعتها بشكل مستمر.
5. إبلاغ إدارة الأمن السيبراني عن أي روابط أو عمليات يتم الاشتباه بها للحساب الرسمي، أو يتم ملاحظتها في شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لفحصها والتعامل معها وفقا للإجراءات المتبعة.
6. تجنب استخدام التطبيقات غير الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي والاكتفاء بالتطبيقات الرسمية المعتمدة.
7. استخدام الأجهزة الحكومية فقط للدخول على الحسابات وعدم استخدام الأجهزة الشخصية او العامة لذلك.

سياسة كلمة المرور لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي	
الحد الأقصى لعمر كلمة المرور	(90) يوما
الحد الأدنى لطول كلمة المرور	(8) أحرف.
تركيب كلمة المرور	يحوي حرف كبير، حرف صغير، رقم واحد، رمز.
كلمات المرور القديمة	عدم إعادة استخدام آخر (5) كلمات مرور سابقة.

مفاتيح الترميز للحسابات

1. ترميز الجامعة: UofB

مفاتيح الترميز للحسابات	
الحساب الرسمي لجامعة بيشة	@UofB_SA
الحساب الرسمي للمتحدث الإعلامي لجامعة بيشة	@spokesp_uofb
أخبار جامعة بيشة	@uofb_media_sa

2. ترميز الجهات في جامعة بيشة

العمادات	
عمادة القبول والتسجيل	@UofB_dar
عمادة شؤون الطلاب	@UofB_dsa
عمادة الدراسات العليا	@UofB_dgs

عمادة البحث العلمي	@UofB_dsr
عمادة الموارد البشرية	@UofB_dhr
عمادة شؤون المكتبات	@UofB_dla
عمادة التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد	@UofB_dedl
عمادة الجودة والتطوير	@UofB_ddaq
عمادة خدمة المجتمع والتعليم المستمر	@UofB_dcsce

المراكز	
المركز الإعلامي	@UofB_mc
مركز إعداد القيادات	@UofB_lpc
مركز الإبداع وريادة الأعمال	@UofB_cabc
مركز الوثائق والمحفوظات	@UofB_craa
معهد البحوث والاستشارات	@UofB_ramc
مركز رعاية المستفيدين	@UofB_cbc
مركز الخدمات الطبية	@UofB_msc

الادارات	
الإدارة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات	@UofB_gacit
إدارة الأمن السيبراني	@UofB_acs

الكليات	
كلية الطب	@UofB_cm
كلية الحاسبات وتقنية المعلومات	@UofB_ccsit
كلية الهندسة	@UofB_ce
كلية العلوم الطبية التطبيقية	@UofB_cams
كلية العلوم الطبية التطبيقية بالنماص	@UofB_cams_n
كلية العلوم	@UofB_cs
كلية الأعمال	@UofB_cb
كلية الاقتصاد المنزلي	@UofB_che
كلية الآداب	@UofB_ca
كلية العلوم والآداب ببلقرن	@UofB_csa_b
كلية العلوم والآداب بالنماص	@UofB_csa_n
كلية العلوم والآداب بتثليث	@UofB_csa_t
كلية التربية	@UofB_ce
كلية التطبيقية	@UofB_ac

المراجع:

- دليل حوكمة استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لوزارة التعليم الإصدار الأول 1441 هـ.
- دليل حوكمة وتنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بجامعة الملك عبد العزيز الأصدار الأول 1440 هـ.
- الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة الإصدار الأول يناير 2011 م.
- دليل حوكمة وتنظيم استخدام حسابات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل الأصدار الأول 1442 هـ.

للتواصل

.....

بيشة - المملكة العربية السعودية

هاتف: البريد الإلكتروني:

فاكس:

www.ub.edu.sa