



دليل استرشادي لـ

توظيف الرسائل الإعلامية في الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الحكومية

2025

جدول المحتويات:

مقدمة.	03
المصطلحات والتعاريف.	04
أهداف الدليل.	05
مستخدمو الدليل.	06
خصائص الرسائل الإعلامية.	07
نتائج الالتزام بتطبيق هذا الدليل	08
أنواع الأنشطة الاتصالية والإعلامية المستخدمة في بث الرسائل الإعلامية.	09
ربط الأجندة الإعلامية للمؤسسات بالرسائل الإعلامية.	11
كيفية توظيف الرسائل الإعلامية في الأنشطة الاتصالية.	12
آلية قياس جودة توظيف الرسائل الإعلامية.	14
أدوات توظيف الرسائل الإعلامية بالأنشطة الاتصالية للمؤسسات الحكومية.	15
الاستمارة التطبيقية لدليل توظيف الرسائل الإعلامية في الأنشطة الاتصالية	16

إن أي نشاط اتصالي أو إعلامي تبثه المؤسسات الحكومية بشأن أعمالها ومشاريعها وخدماتها ينبغي أن يلامس اهتمامات الجمهور، بحيث يتمكن من التفاعل معه وفهم انعكاساته وتأثيراته، الأمر الذي يتطلب من القائمين بالمؤسسات أن يخططوا أنشطتهم الاتصالية والإعلامية وينفذونها؛ لمعرفة مدى انعكاسها وتأثيرها على الجمهور في مختلف الجوانب.

تعد ” رؤية عُمان 2040 “ بمختلف محاورها وأولوياتها وبرامجها الوطنية أساساً تخطيطياً لمختلف الأعمال التي تنجزها المؤسسات الحكومية، لذا لا بد أن تكون حاضرة بوضوح في مختلف الأنشطة الاتصالية والإعلامية التي تبثها المؤسسات، الأمر الذي ينتج عنه استشعار الجمهور بمنجزات الرؤية في مختلف الأعمال وبما يلامس حياته بحيث يتفاعل معها بوعي أكبر.

وعليه جاء الدليل لجعل الرسائل الإعلامية أساس بناء وتخطيط وتنفيذ وقياس للأنشطة الاتصالية والإعلامية للمؤسسات الحكومية بحيث يتم ربط الأنشطة المختلفة بعضها ببعض عبر مسارات مشتركة تتمثل في الرسائل الإعلامية الرئيسة التي تجمع أولويات الحكومة ومتطلبات المجتمع في إطار توحيد الخطاب الإعلامي بالارتكاز على رؤية عمان 2040 وما يريد معرفته من الحكومة.

الرسالة العامة لرؤية عمان 2040

الرسائل الرئيسية المركزية

الرسائل المؤسسية

هي الرسالة الأولى التي جرى إعدادها للرؤية وتدعمها الرسائل الرئيسية والمؤسسية وهي: عمان في مصاف الدّول

جمل موجزة وبسيطة وواضحة تعكس أولويات الحكومة ككل وتناسب / تلبي تطلعات المجتمع ، وتنعكس على مختلف الأنشطة الاتصالية والإعلامية للمؤسسات الحكومية؛ لتسهم في تشكيل وعي مجتمعي بموضوعات تلك الرسائل الإعلامية (التي هي أولويات الحكومة).

الرسائل المنبثقة من الرسائل الإعلامية الرئيسية، التي تعكس أهداف / اختصاصات /أعمال المؤسسة بطريقة أكثر تفصيلا وتركيزا بحيث تترجم الرسائل الإعلامية الرئيسية وما تتضمنه من أولويات الحكومة وفقا لاختصاص كل مؤسسة.

هي طريقة سرد منجزات المؤسسة في سياق المنجزات الكلية للحكومة بحيث تكون جميع أنشطتها الاتصالية والإعلامية المخصصة لها مدعومة بالحقائق والأرقام وتكررها بشكل دوري؛ لضمان أن يتلقاها المجتمع، ويفهمها، ويتذكرها، وترتكز جميعها على تحقيق ” رؤية عمان 2040”.

الرسالة العامة لرؤية
عمان 2040

الرسائل الإعلامية
الرئيسية / المركزية

الرسائل الإعلامية
المؤسسية

توظيف / ترسيخ
الرسائل الإعلامية

أهداف الدليل



تحقيق مستوى أعلى من ثقة الجمهور، وتعزيز وعيهم بدور وأهداف المؤسسات الحكومية المبنية على الرسائل الإعلامية الداعمة لأولويات الحكومة وسياساتها.



ربط الأنشطة الاتصالية والإعلامية المختلفة للمؤسسات الحكومية بعضها ببعض عبر مسارات مشتركة تتمثل في الرسائل الإعلامية الرئيسة التي تجمع أولويات الحكومة ومتطلبات المجتمع.



جعل الرسائل الإعلامية أساس بناء وتخطيط وتنفيذ، وقياس الأنشطة الاتصالية والإعلامية للمؤسسات الحكومية.



المتحدث باسم كل وحدة
من وحدات الجهاز
الإداري للدولة وغيرها
من الأشخاص الاعتبارية
العامة.



دوائر التواصل
والإعلام في المؤسسات
الحكومية.

ما المحتوى الذي يود الجمهور سماعه؟

هي المعلومات التي تلامس حياته أو اهتماماته عبر منشورات المؤسسة التي تتضمن غالباً الهدف من المشروع أو الفعالية والقيمة المضافة التي تتحقق منها وانعكاساتها على الجمهور سواء على المستوى القريب أو البعيد.

خصائص الرسائل الإعلامية:



متسقة مع الهدف وموجهة للجمهور والمستهدف: توازن بين ماتود المؤسسة إبرازه مع ملامسة احتياجات المجتمع



بسيطة وموجزة بمختلف أشكال التواصل (السمعي، النصي، البصري).



مؤكددة في المحتوى: تضمينها في أكثر من موضع بالمادة، والتأكيد عليها باستمرار عبر الحقائق والأرقام التي يتم ذكرها لاحقاً.



سهولة التذكر والتكرار: عبر صياغات سهلة ومفهومة وبسيطة.

نتائج الالتزام بتطبيق هذا الدليل

- خطابا إعلاميا متسقا ذا جودة عالية يركز على أولويات موحدة للحكومة ككل ويولي تطلعات المجتمع.
- تناسقا وانسجاما في تدفق وتكرار الرسائل الإعلامية من مختلف المؤسسات إلى ذات المجتمع.
- إمكانية قياس وتتبع نتائج وعي المجتمع وإدراكه لأعمالها ومشاريعها وخدماتها.
- تحقيق مستوى أعلى من ثقة المجتمع بالمؤسسة الحكومية نتيجة التعزيز المستمر لوعيه بأعمالها.



الأنشطة الاتصالية

هي كل ما تقوم به المؤسسات من فعاليات ومنجزات وبرامج وفق مخطط زمني معين تخدم أولويات وأهداف المؤسسة، وتعزز الوعي المجتمعي بمواضيع الرسائل الإعلامية بما يتناسب مع تطلعاتهم عبر وسائل الاتصال بكافة أنواعها؛ بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية راسخة لدى الرأي العام الجماهيري.

أنواع الأنشطة الاتصالية والإعلامية المستخدمة في بث الرسائل الإعلامية



التواصل النصي / المكتوب

أفضل الممارسات

- يفضل أن يتضمن أي تواصل نصي / مكتوب حوالي (3) رسائل إعلامية في المتوسط بالنسبة للمواد الكبيرة (كالأخبار الصحفية). ويكتفي برسالة واحدة في المواد الأصغر (كمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي)
- في حال تضمنت المادة تصريحاً إعلامياً لأحد المسؤولين يفضل أن لا تزيد عدد كلماته عن (27) كلمة، متضمنة رسالة المؤسسة الإعلامية.

ما يتضمنه

- الأخبار وما تتضمنه من تصريحات إعلامية للمسؤولين، المقالات، التقارير السنوية، المطبوعات، المنشورات النصية في شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام، المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية، التقارير والمقالات، والدراسات، مختلف الإعلانات النصية.



التواصل السمعي

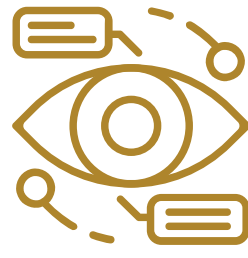
أفضل الممارسات

- يفضل أن تكون مدة الرسالة الإعلامية المذاعة في أي تواصل سمعي (9) ثواني، وهو ما يعادل 13 كلمة تقريباً.

ما يتضمنه

- المقابلات الإذاعية، البودكاست، المنشورات والإعلانات الصوتية.

أنواع الأنشطة الاتصالية والإعلامية المستخدمة في بث الرسائل الإعلامية



التواصل البصري (عبر المقاطع المرئية)

أفضل الممارسات

- يفضل أن تكون مدة الرسالة الإعلامية في أي تواصل بصري (9) ثواني، وهو ما يعادل 13 كلمة تقريبا.

ما يتضمنه

- مقاطع الفيديو، مقابلات وإعلانات التلفزيون، مختلف الإعلانات البصرية والمقاطع المرئية.

قاعدة 27/9/3

(27) كلمة متوسط عدد الكلمات لتصريح المسؤول في المادة الإعلامية.

(9) ثواني طول الرسالة السمعية أو البصرية الصادرة من مؤسسة حكومية (تعادل 13 كلمة تقريبا).

(3) عدد الرسائل الإعلامية في المتوسط التي يتضمنها أي تواصل نصي / مكتوب في المواد الكبير (كالأخبار الصحفية).

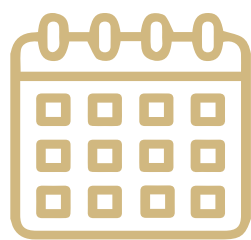
تهدف الأجندة الإعلامية الحكومية بشكل أساسي في توجيه وتنظيم الأنشطة الإعلامية المختلفة نحو الأهداف الموضوعية دون تضارب أو تداخل مع أي من الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الحكومية، مما تحقق اتصالاً حكومياً منظماً يضمن تقديم رسائل إعلامية حكومية واضحة ومدروسة ومتسقة مع الأهداف الاستراتيجية للحكومة.

ويوضح المخطط في الصفحة التالية تصنيف الأجندة بناءً على عدة عوامل من حيث عددها ومدى تدفقها، ونوعها، وحجم اهتمام الجمهور بها، وكونها مشاريع استراتيجية أو أعمال اعتيادية؛ بحيث يصبح من الملزم تضمين الرسائل الإعلامية الرئيسة والفرعية للمؤسسة في المشاريع الاستراتيجية التي ترتبط بـ "رؤية عمان 2040" مع تقدير دائرة التواصل والإعلام؛ لإمكانية إضافة رسائل مؤسستها الإعلامية في الأنشطة الاتصالية التي تعكس أعمالها الاعتيادية.

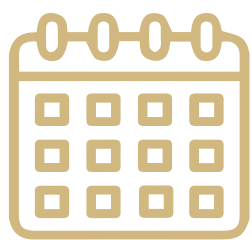
كيفية توظيف الرسائل الإعلامية في الأنشطة الاتصالية.

أجندة المؤسسات الحكومية

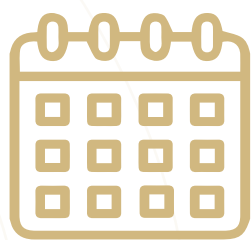
المؤسسة 1



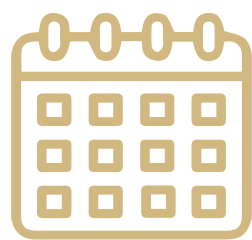
المؤسسة 2



المؤسسة 3



المؤسسة 4



الأجندة الإعلامية الحكومية المركزية
مركز التواصل الحكومي

مشاريع وطنية
و استراتيجية

أعمال اعتيادية

أعمال تتطلب الدعم
في النشر عبر أطراف أخرى

ينبغي تنظيم الرسائل
الإعلامية بها بحسب الدليل
الإشرافي الشارح لها

لا تتطلب بالضرورة
توظيف الرسائل الإعلامية
الرئيسية بها، وتنشرها
المؤسسة بحسب
القنوات والخطط المعتادة

يمكن تنظيم الرسائل
الإعلامية بها بالتنسيق مع
الجهات المعنية

إحكام ممارسة الأجندة الإعلامية الحكومية وربطها برسائل إعلامية ينتج عنه:

إبراز المشاريع الحكومية الاستراتيجية وفقا لـ "رؤية عمان 2040" ورسائل المؤسسة الإعلامية، مما يساعد على توجيه اهتمام الجمهور ووسائل الإعلام نحو تلك المشاريع الاستراتيجية وربطها بما يتحقق تدريجيا من الرؤية.

تنظيم الرسائل الإعلامية وجدولتها واختيار بثها في التوقيت المناسب وبالوسيلة الأنسب بما لا يتداخل مع أي أجندة إعلامية حكومية أخرى من حيث الوقت والرسالة الإعلامية، وفيما يحقق التناغم في بث الرسائل الإعلامية وفق أجندة حكومية متناسقة، مما يزيد من تقبل المجتمع لهذه الرسائل ويعزز ترسيخها لدى الجمهور.

آلية قياس جودة توظيف الرسائل الإعلامية:



رصد ومتابعة النشاط الإعلامي
بشكل دوري للمؤسسات الحكومية؛
لمعرفة الرسائل الإعلامية ومدى جودة
الأنشطة الاتصالية في دعم الأولويات
الحكومية.



إجراء استطلاع دوري لقياس وعي
الجمهور بدور وأهداف المؤسسات
الحكومية المبنية على الرسائل الإعلامية
الداعمة لأولويات الحكومة وسياساتها
عن طريق الجهات المختصة.

أهمية قياس جودة توظيف الرسائل الإعلامية

يساعد وضع آلية قياس لجودة الرسائل الإعلامية على تحسين فعالية الرسائل
الإعلامية من حيث تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسالة الإعلامية، وتقييم
أداء القنوات الإعلامية التي تستخدمها المؤسسة في إيصال الرسالة، وتحقق هذه الخطوة
هدفين:



قياس مدى وضوح واتساق الرسالة
الإعلامية للجمهور المستهدف.



قياس مدى فاعلية أو جاذبية الرسالة
الإعلامية للجمهور المستهدف وتأثيرها
في سلوكهم.

يساعد تحليل عناصر المادة الإعلامية في عملية تخطيط وبناء المحتوى الإعلامي بشكل صحيح وفعال ويتضمن الآتي:

معايير توظيف الرسالة الإعلامية

عنوان المادة المنشورة

الإشارة الموجزة للهدف والأولوية أو توظيف رسالة المؤسسة مباشرة.

بداية المادة

أهمية الإشارة إلى الأولوية التي يرتبط بها المشروع / النشاط في ”رؤية عمان 2040“؛ لضمان وضوح مرجعية ذلك المنجز.

محتوى المادة على حسب نوع النشاط (مسموع- مرئي - نصي)

تضمن حقائق وأرقام / مؤشرات تدعم النشاط، مع بعض التفصيل في استذكار المستهدف من ”رؤية عمان 2040 “ المرتبط بالرسالة، وصياغته بطريقة تتواءم مع عمل المؤسسة وتجنب الصياغات الجامدة والجاهزة.

خلاصة المادة

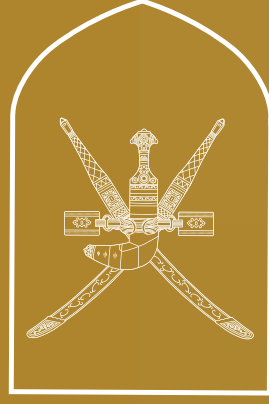
تأكيد الرسالة الإعلامية المرتبطة بالرسائل المركزية / الهدف الرئيس

الإطار الزمني عند بث المادة

أهمية ربط الرسائل الإعلامية بالأجندة الإعلامية الحكومية للمؤسسة؛ لضمان تناسقها وعدم تعارضها مع أي أجندة حكومية أخرى. وتأطير الفترة الزمنية للرسالة الإعلامية بحيث تكون متزامنة مع المرحلة الزمنية للمشروع.

تصنيف النشاط الاتصالي/الإعلامي	مشروع / نشاط استراتيجي
محتوى النشاط الاتصالي يرتبط بـ:	(يرجى كتابة)
ارتباط الرسائل الإعلامية للنشاط الاتصالي برؤية عمان 2040 أو أهداف المؤسسة	يرجى تحديد الأولوية و المحور ضمن رؤية عمان 2040 في الخطوة التالية (يشترط الربط بأولوية ومحاور رؤية عمان 2024)
ما هي أولوية رؤية ”عُمان 2040“ التي يرتبط بها المشروع/ النشاط المنجز؟ وتقع ضمن أي محور ؟	الأولوية: المحور:
ما هي أهداف المؤسسة / اختصاصها المرتبط بالمشروع	
اكتب الرسالة الإعلامية التي تريد بثها عبر مختلف الأنشطة الاتصالية للمشروع:	ما يرتبط برؤية عمان 2040 وفقا لمستند الرسائل الاعلامية الرئيسية:
اذكر الأرقام والحقائق التي تدعم رسالتك الإعلامية:	مؤشرات عن التقدم في المشروع.....الخ
حدد الفئات التي يستهدفها المشروع؟	ما هي الفوائد/ المتطلبات التي يحققها هذا المشروع للفئة المستهدفة/المجتمع؟
بناءً على الهدف صغ عنوان المادة الإعلامية بحيث تتضح رسالتك الإعلامية من العنوان	من الأهمية بربط عمان 2040 وانعكاسه على تحقيقها
اذكر الرسائل الإعلامية (الفرعية) للمؤسسة	ما يرتبط برؤية عمان 2040 وفقا لمستند الرسائل الاعلامية الفرعية:
حدد الفئات التي يستهدفها المشروع؟	خبر صحفي بيان مؤتمر او لقاء اعلامي - صحفي ترويج مدفوع عبر وسائل الاعلام التقليدية
حدد الفترة الزمنية لأنشطتك الاتصالية: - (إذا كان ضمن حملة يرجى تحديد الفترة الزمني) - (إذا كان نشاط يرجى تحديد التاريخ)	اذا كان ضمن حملة يرجى تحديد الفترة الزمنية اذا كان نشاط فردي يرجى تحديد التاريخ
هل تم التنسيق مع مركز التواصل الحكومي لبث وتنسيق هذه الأنشطة ضمن الأجندة الإعلامية الحكومية؟	نعم لا (يرجى التواصل مع المركز فورًا قبل بثها؛ لضمان عدم تكاملها مع الأجندة الإعلامية الحكومية الأخرى.

ملاحظة: من المهم تكرار / تأكيد الرسالة الإعلامية الفرعية في محتوى المادة الإعلامية لترسيخها لدى الجمهور المستهدف، وتنسيق ظهورها وفقا لأجندة إعلامية منظمة بالتنسيق مع مركز التواصل الحكومي



التواصل الحكومي

تم إعداد نسخة خاصة من هذا الدليل لذوي الإعاقة البصرية، للحصول
عليها يرجى التكرم بالتواصل عبر البريد الإلكتروني

together@omaninfo.om