



AMAN
Transparency Palestine



**دليل سياسات وإجراءات استراتيجية
الاتصال والتواصل بين البلديات
والمواطنين والمجتمعات المحلية
ووسائل الإعلام**



جميع الحقوق محفوظة لائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان)،
في حال الاقتباس يرجى الإشارة الى المطبوعة كالتالي:

الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان). 2022. دليل سياسات
وإجراءات استراتيجية الاتصال والتواصل بين البلديات والمواطنين
والمجتمعات المحلية ووسائل الإعلام. رام الله- فلسطين

إن الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان) قد بذل جهودا في
التحقق من المعلومات الواردة في الدليل، ولا يتحمل أية مسؤولية
تترتب على استخدام المعلومات لأغراض خارج سياق أهداف
الدليل بعد نشره.

تم إنتاج هذا الدليل بتمويل من الاتحاد الأوروبي في إطار مشروع
تعزيز شبكات المساءلة المجتمعية (SANCUS). والآراء الواردة فيه
لا تعبر بالضرورة عن وجهات نظر الاتحاد الأوروبي و لا يتحمل
مسؤوليتها.



بتمويل من
الإتحاد الأوروبي



فهرس المحتويات

4	المقدمة
9	تعريفات وأحكام عامة
14	مفاهيم وتعريفات
15	اختصاصات ومهام العلاقات العامة في البلديات
22	السياسات
22	أولاً: سياسة وإجراءات عمل استراتيجية الاتصال الخارجي في البلدية مع المواطنين والمجتمعات المحلية
42	ثانياً: سياسة النشاطات الإعلامية
57	ملاحق

فهرس النماذج

57	نموذج مصفوفة تحديد الشركاء / الفئات المستفيدة
59	نموذج ربط أهداف خطة الاتصال بالنشاطات
60	نموذج ربط الأهداف بالنشاطات وبمؤشرات القياس
61	نموذج الخطة التنفيذية
62	قائمة مراجعة خاصة بإجراءات التخطيط
63	نموذج ربط أهداف خطة الاتصال بالفئات المستفيدة
64	نموذج متطلبات عقد مؤتمر/ احتفال



المقدمة

تولي جهات الحكم المحلي في الدول المختلفة أهمية كبيرة لموضوع الاتصال والتواصل بين البلديات والجمهور الخارجي لما لذلك من أثر إيجابي في رفع كفاءة البلديات وتحسين أدائها في مجالات رفع الوعي المجتمعي ونشر ثقافة المساءلة والمشاركة المجتمعية. ولعل هذا الأمر يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمؤشرات تقييم أداء البلديات التي تتضمن مؤشرات المسائلة المجتمعية كالإفصاح عن المعلومات والمشاركة والاستجابة والمتابعة والتقييم وغيرها والتي تتبلور من خلال البرامج والمشاريع التي تتطلب آليات اتصال وتواصل فعالة بين البلدية والمواطنين والمجتمع المحلي. هذا بالإضافة الى الحاجة لتحسين نوعية الخدمات التي تقدمها البلديات من منظور النوع الاجتماعي خصوصاً النساء والأشخاص ذوي الاحتياجات والشباب والمسنين والحاجة لرفع وعي المواطنين وتفعيل دورهم في العمل البلدي التنموي من حيث ضرورة وأهمية مشاركتهم في عملية التخطيط التنموي وصنع القرار بما يؤدي الى تجسيد مفاهيم الحكم الرشيد والمشاركة والمساءلة المجتمعية.

الاتصال هو «القيام بتنفيذ الخطط المختلفة والاتصال بال جماهير المستهدفة وتحديد الرسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور والاتصال بالهيئات والأفراد وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة». أما المشاركة المجتمعية فهي «سمة من سمات العمل البلدي الرشيد تمكن المواطن ومؤسساته من المشاركة في عملية التخطيط والتنفيذ والتقييم والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، كما وتحفز المبادرات والمساهمات المختلفة لخدمة الصالح العام ومجالات التنمية المحلية، وهي في نفس الوقت لا تعني التدخل في صلاحيات ومسئوليات مجالس الهيئات المحلية المنتخبة والممنوحة لها بموجب القانون».



بهذا يتكامل موضوع الاتصال الخارجي مع موضوع المشاركة المجتمعية بما يمكن البلديات من امتلاك أدوات تسهل عملية المشاركة المجتمعية وتعزز الثقة بين البلديات والمجتمع المحلي بكافة أطرافه وتحقيق عدد من الأهداف هي:

1. تعزيز الثقة والمصادقية بين البلديات من جهة والجمهور العام والمؤسسات ذات العلاقة من جهة أخرى.
2. رفع الوعي العام لدى الجمهور والمؤسسات ذات العلاقة حول خدمات البلديات المقدمة عبر استخدام وسائل اتصال وإعلام فعالة.
3. تسليط الضوء على وسائل التفاعل الأفضل بين البلديات والجمهور والمؤسسات ذات العلاقة من أجل تحقيق المشاركة المجتمعية الفاعلة.
4. تعزيز فرص التعاون مع الجهات المانحة، والتكامل مع المستثمرين والمغتربين، والتنسيق مع الهيئات الدبلوماسية، والتشبيك مع المدن التوأمة لتوفير المساعدات الفنية والمالية للمشاريع التطويرية.

وإذ تحتل وحدة العلاقات العامة والإعلام في البلديات الدور المركزي في هكذا أنشطة حيث يشكل ذلك صلب وظائفها- فهي تستهدف تعريف الجمهور الخارجي بشتى أنواعه بأنشطة البلدية وتكوين السمعة الطيبة والصورة الذهنية الحسنة لدى مختلف فئات المتعاملين مع البلدية على أساس من المعلومات الصادقة والحقائق من خلال أنشطة ما يسمى بالاتصال الخارجي- فإن تطبيق سياسات وإجراءات العمل الواردة في هذا الدليل لهو مهمة رئيسية لها. وعلى هذا الأساس، يمكن تركيز وظيفة العلاقات العامة الخاصة بالاتصال الخارجي في «العمل على إيجاد صلات وعلاقات قوية بين البلدية و جماهيرها الخارجية، بهدف الوصول



إلى أقصى درجة من الفهم المتبادل والمعرفة المتكاملة بين الطرفين بما يؤدي في النهاية إلى رفع الكفاءة الإنتاجية وإلى ارتفاع شهرة البلدية وسمعتها الطيبة ومكانتها المتميزة بين الجمهور الخارجي كنتاج نهائي لنشاط العلاقات العامة والإعلام مع البيئة والمجتمع وجمهور العاملين معها وصولاً إلى مستوى فاعل من المساءلة والمشاركة المجتمعية المبني على الحس بالمواطنة الفاعلة.

وكما أشير أعلاه فإن الاتصال الخارجي يعني القيام بتنفيذ الخطط المختلفة والاتصال بال جماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور والاتصال بالهيئات والأفراد وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة، وإذ يتسم الاتصال الخارجي في البلديات بالحيوية والجدية بعيداً عن الجمود والنمطية، فإنه تبرز مجموعة من المتطلبات الضرورية والأساسية لنجاح عملية الاتصال الخارجي من أهمها:

1. أن تطمح العلاقات العامة في توسيع اتصالاتها لتوصيل رسالة البلدية المتمثلة بخدمة المجتمع والمواطنين وتكريس مفهوم ودور البلدية لدى مجتمعها المحلي وتعزيز أواصر الترابط مع المؤسسات الرسمية والأهلية، وكذلك بتوسيع اتصالاتها مع البلديات العالمية والأجنبية لتبادل المعرفة والخبرات فيما بينهم.
2. أن تكون الرؤية في ذلك هي تعزيز العلاقة بين المواطنين والمؤسسات المحلية من جهة وإدارة البلدية من جهة أخرى بهدف تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمواطنين.
3. إجراء البحوث: ويقصد بذلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير البلدية سواء الداخلية أو الخارجية، وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة.



4. القيام بالتخطيط: أي تخطيط ورسم استراتيجية الاتصال الخارجي بالنسبة للبلدية، وذلك بتحديد الهدف وال جماهير المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية، وتوزيع الاختصاصات، وتحديد الميزانية وتوزيعها على الأنشطة.
 5. التنسيق: حيث تقوم دائرة العلاقات العامة والإعلام بالتنسيق مع الأقسام والإدارات الأخرى في البلدية، وذلك فيما يختص بالأنشطة التي تقوم بها في مجال الاتصال الخارجي.
 6. التقييم: حيث يتم قياس النتائج الفعلية لأنشطة الاتصال الخارجي والقيام بالإجراءات التصحيحية لضمان فعالية البرامج والأنشطة وتحقيق أهدافها.
- بالإضافة الى ذلك سيكون على وحدة العلاقات العامة والإعلام القيام بالمهام التالية:
1. شرح سياسة البلدية للجمهور، وشرح أي تعديل أو تغيير فيها بغية قبوله من طرف الجمهور، والتعاون مع البلدية بشأنها.
 2. تحفيز ومساعدة الجمهور على تكوين رأي جيد، عن طريق تزويده بكافة المعلومات ليكون رأياً مبنياً على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.
 3. تبصير الرأي العام بأهداف البلدية، والعمل على إحداث التجاوب المنطقي بين البلدية واتجاهات الرأي العام، إذ يجب على البلدية تطوير أهدافها وفق إرادة الرأي العام.
 4. توطيد سمعة البلدية باعتبار أن السمعة الطيبة هي إحدى الدعائم الأساسية التي يقوم عليها كيان المؤسسة.
 5. الإعلام عن أوجه نشاط البلدية، ومحاربة الشائعات الضارة بهذا النشاط، والعمل على كسب تأييد وثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والمشروعات والخدمات التي تؤديها البلدية.



6. التعرف على متطلبات جماهير البلدية الخارجية ورفعها إلى الإدارة العليا، ومحاولة ربط الإدارة بعلاقات وطيدة وإيجاد روح التفاهم معهم.
7. تزويد البلدية بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام. بهذا تم تصميم دليل السياسات والإجراءات هذا والذي يشتمل على اثنتين من سياسات العلاقات العامة الرئيسية، هما:
 1. سياسة الاتصال الخارجي بالجمهور والمواطنين والمؤسسات المحلية وارتباطات ذلك بالتوعية والمشاركة المجتمعية والمواطنة الصالحة.
 2. سياسة الاتصال مع وسائل الإعلام.وقد تمت ترجمة كل سياسة منهما الى سياسات فرعية وتم وضع إجراءات تطبيق تلك السياسات مدعمة بتعليمات ونماذج العمل حيثما يلزم، مستدين في ذلك على قاعدة أن تطبيق كل من سياسة الاتصال الخارجي والسياسة الإعلامية في البلدية لهي من صلب وظائف العلاقات العامة.



تعريفات وأحكام عامة

تعريف الدليل

1. يسمى هذا الدليل «دليل سياسات وإجراءات استراتيجية الاتصال والتواصل بين البلديات والمواطنين والمجتمعات المحلية ووسائل الإعلام في البلديات - الاتصال الخارجي». يتضمن هذا الدليل تحديد وتعريف واضح لسياسات استراتيجية الاتصال الخارجي في البلديات وإجراءات العمل فيها وتدفق خطوط سيرها ونماذج تعليمات العمل بهذا الخصوص.
2. تم تصميم هذا الدليل بناء على قاعدة أن وظيفة الاتصال الخارجي في البلديات والاتصال مع وسائل الإعلام لهي من صلب وظائف ومهام دائرة العلاقات العامة والإعلام فيها.
3. يؤكد الدليل على مبدأ التخصص في توزيع المسؤوليات وتعزيز كفاءة العمل من خلال تحديد اختصاصات عمل دائرة العلاقات العامة والإعلام في البلدية بما يتوافق وينسجم مع رؤية البلدية وأهدافها وبما يتكامل مع اختصاصات الدوائر الأخرى في البلدية.
4. يحدد الدليل الإجراءات الخاصة بالأعمال و/أو الخدمات التي تم حصرها ووضعها ضمن مسؤوليات دائرة العلاقات العامة والإعلام في مجال الاتصال الخارجي وخطوط سيرها ويحدد المسؤولية عن كل خطوة مع الأخذ بعين الاعتبار العلاقة مع الدوائر الأخرى وتحديد أسلوب ووسيلة التنفيذ لكل منها.
5. يعتبر هذا الدليل جزءاً من أنظمة وسياسات البلدية الخاصة بعلاقاتها مع المواطنين والمجتمعات المحلية والمؤسسات الإعلامية.



هدف ودواعي استعمال الدليل

1. يتلخص الهدف الرئيسي لهذا الدليل في تحديد سياسات موجّهة وضابطة لعملية اتصال البلديات مع جمهورها الخارجي من مواطنين (العامة) والمجتمعات المحلية وممثلهم والمؤسسات المحلية الرسمية والمدنية والمؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى انه يحدد الخطوات التنفيذية - إجراءات العمل وتدفق مساراتها - التي يجب إتباعها من قبل المعنيين بعملية الاتصال الخارجي.
2. تنظم البنود الواردة في صفحات هذا الدليل علاقة المعنيين بالاتصال الخارجي من موظفي البلدية مع الأفراد والمؤسسات الخارجية وذوي العلاقة كافة، وذلك من خلال تحديد واجبات ومسؤوليات ورسم حدود صلاحيات العاملين ذوي العلاقة ومن خلال تحديد أساليب وشروط تنفيذ المهام الملقاة على عاتقهم.
3. لتحقيق الهدف الرئيسي «استراتيجية فعالة للاتصال الخارجي في البلديات» اعتمد هذا الدليل، وهو دليل سياسات وإجراءات وتعليمات العمل للاتصال الخارجي في البلدية.



حدود تطبيق الدليل

1. إن السياسات والإجراءات الواردة في هذا الدليل تعتبر مكملة لأحكام سياسات وإجراءات عمل دوائر أخرى في البلدية كالإدارية، والمالية، والهندسية وغيرها. كما تعتبر هذه السياسات والإجراءات مكملة لكافة القرارات التي تصدر عن مجلس البلدية ورئيسها وتوصياتهم بهذا الخصوص.
2. تنطبق بنود وأحكام هذا الدليل على نشاطات دائرة العلاقات العامة والإعلام في البلدية في مجال الاتصال الخارجي والاتصال الإعلامي.
3. يلتزم موظفي العلاقات العامة والإعلام بتطبيق بنود وأحكام هذا الدليل بدقة ومهنية عالية.
4. تطبق أحكام هذا الدليل على بعدين أساسيين من أبعاد الاتصال الخارجي للبلديات، هما:
 - أ. سياسة العلاقة مع المواطنين والمجتمعات المحلية (أفراد ومؤسسات).
 - ب. سياسة العلاقة مع المؤسسات الإعلامية.



مسؤولية التعديل

1. تتاطق بمدير دائرة العلاقات العامة والإعلام مسؤولية اقتراح أي تعديل على هذه السياسات ورفعها الى رئيس البلدية، وتتاطق برئيس البلدية صلاحية اعتماد هذه التعديلات من قبل المجلس البلدي.
2. يقوم مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام بإدخال أية تعديلات على نصوص هذا الدليل بعد إقرارها من قبل المجلس البلدي، ويشمل ذلك الإضافة والإلغاء وتعديل أي من البنود حسب تطور طبيعة العمل أو في حال حدوث تغيير عليها من أجل التوافق مع تلك التغييرات في أنظمة البلدية المكتملة.



مسؤولية تطبيق الدليل وحفظه

1. مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام هو المسئول الأول عن ضمان تطبيق هذا الدليل بالتنسيق مع مدير البلدية ورئيسها.
2. يطلب من موظفي العلاقات العامة والإعلام ومن موظفي الدوائر الأخرى ذات العلاقة المباشرة بالنشاط الاتصالي الخارجي للبلدية، الاحتفاظ بالدليل والاطلاع عليه والرجوع إليه كلما تطلب الأمر ولا يسمح بمخالفة أو تأخير العمل به بحجة عدم الاطلاع.
3. يلفت نظر أي موظف جديد وكل موظف منقول إلى دائرة / وظيفة ذات علاقة إلى ما يخصه من أجزاء هذا الدليل.
4. يحتفظ مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام بنسخة من هذا الدليل وتطلع وتحتفظ بنسخة من الدليل كل الدوائر ذات الوظائف الرقابية وهي القانونية، المالية، والإدارية.
5. إذا ما شك أو وقع في لبس أي من مستخدمي هذا الدليل في تفسير بند أو آلية تطبيق أي من بنود هذا الدليل يتم مناقشة الموضوع مع مدير دائرته، كذلك يكون مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام المرجع الأساس للدوائر الأخرى في تفسير وتوضيح بنود هذا الدليل.



مفاهيم وتعريفات

1. مفهوم المشاركة المجتمعية هي سمة من سمات الحكم المحلي الرشيد تمكن المواطن ومؤسساته من المشاركة في عملية التخطيط والتنفيذ والتقييم والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، كما وتحفز المبادرات والمساهمات المختلفة لخدمة الصالح العام والتنمية المحلية، وهي في نفس الوقت لا تعني التدخل في صلاحيات ومسئوليات مجالس الهيئات المحلية المنتخبة والممنوحة لها بموجب القانون.
2. مفهوم التشاور: مشاركة باتجاهين، تقوم فيها الهيئة المحلية بالتشاور مع ممثلي المجتمع المحلي/أصحاب العلاقة من خلال استخدام الأساليب والأدوات الملائمة للتعرف على آرائهم وتضمنين المناسب منها في صناعة القرارات.
3. المشاركة الفاعلة في التخطيط وصناعة القرار: مشاركة باتجاهين تقوم فيها الهيئة المحلية بإعطاء الفرصة لكافة أصحاب العلاقة في المجتمع المحلي بالمشاركة في عمليات التخطيط وصناعة القرارات التي تمس حياتهم اليومية بشكل مباشر.
4. التوعية: هي النشاط الذي يهدف إلى تركيز انتباه الناس إلى مسألة معينة أو قضية محددة، وتعتبر توعية الناس من الأسس الأساسية للمواطنة الحقة، فهي تساعد على إدراك الأشخاص لحقائق الأمور. وهي مجموعة من النشاطات والإجراءات التي تكون في المجال التعليمي والإعلامي والتي تقدم للمواطنين معلومات سليمة حول قضية تهمهم.



اختصاصات ومهام العلاقات العامة في البلديات

الاختصاصات العامة

1. تقديم البلدية بالصورة النموذجية والترويج الأمثل لها بالطريقة التي تحقق أهدافها بما يعني:
 - أ. تخطيط عملية الاتصال بما يشمل التخطيط للترويج والتعريف بالبلدية (رؤيتها وقيمها ورسالتها وأهدافها وسياساتها) وترويج مشاريعها والتخطيط للقاءات والاجتماعات والحوارات التعريفية والتشاورية والإعلامية الخاصة بالبلدية مع الأطراف ذات العلاقة وتشكيل الرأي العام.
 - ب. تمثيل البلدية والتحدث باسمها في مختلف المحافل العامة (المحلية والإقليمية والدولية).
2. إسداء النصح والمشورة والإرشاد لرئيس البلدية والمجلس البلدي فيما يخص السياسات الواجب إتباعها بشأن العلاقات والتعامل مع الأطراف المعنية والمستفيدة من عمل البلدية خصوصا المجتمع المحلي.
3. إعداد التقرير السنوي حول إنجازات البلدية وتوزيعه على كافة المعنيين خارج البلدية.
4. المشاركة الفاعلة في التخطيط الإستراتيجي والتخطيط السنوي للبلدية.



الاتصالات الخارجية والعلاقة مع جماهير البلدية

1. بناء وتعزيز جسور الثقة بين البلدية والمواطنين والمؤسسات المحلية والمؤسسات الإعلامية ومختلف الفئات المستهدفة وتدعيم وتطوير علاقتهم بها والاستماع لهم والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم.
2. القيام بعملية الاتصال الخارجي (المحلي) مع كل من:
 - أ. قيادات المجتمع والشخصيات الاعتبارية ذات العلاقة بعمل البلدية.
 - ب. وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة.
 - ج. المستفيدين من والشركاء في تنفيذ مشاريع ونشاطات البلدية.
 - د. مؤسسات المجتمع المدني.
 - هـ. عامة الناس.
3. اقتراح الوسائل والطرق الفعالة في عملية الاتصال والتواصل والتي تحقق تواصلاً رسمياً وشعبياً يخدم تحقيق أهداف البلدية.



النشاطات الإعلامية:

1. تمثيل البلدية والتحدث باسمها مع وسائل الإعلام والتشبيك معها بما يخدم تحقيق أهداف البلدية.
2. إصدار ومتابعة وتطوير الأدوات الإعلامية للبلدية وهي:
 - أ. الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها.
 - ب. منشورات التوعية والمواد الإعلامية المختلفة وإصدار نشرة متخصصة بأخبار البلدية بشكل دوري لتكون بمثابة وسيلة اتصال بين البلدية وفئات جماهيرها المختلفة.
 - ج. مواد العرض والأحاديث التي تقدم باسم البلدية في الاجتماعات والمؤتمرات الخاصة بالرئيس والمجلس البلدي والعلاقات العامة.
 - د. الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية الترويجية الخاصة بالبلدية ومشاريعها.
 - هـ. إصدار النشرة الإخبارية الدورية للبلدية
 - و. التعريف بالبلدية وعملها وتغطية نشاطاتها إعلامياً.
 - ز. التنسيق مع أجهزة الإعلام وكتابة الأخبار الصحفية حول فعاليات البلدية.
3. استقطاب وتجنييد صحافة إعلامية صديقة للبلدية تقوم بالتغطية الإعلامية والكتابة بإيجابية حول تطلعات ونشاطات البلدية والمحافظة على العلاقة مع الإعلام المحلي والأجنبي بكافة أنواعه وتطويرها بما في ذلك تزويدها بالمعلومات اللازمة.
4. تنظيم مؤتمرات ومقابلات صحفية دورية ليتحدث فيها المخولون بالتحدث باسم البلدية وقادتها.
5. تتبع أخبار البلدية في الصحف ووسائل الإعلام ودراساتها



وتحليلها خاصة الشكاوى والانتقادات والحملات الإعلامية السلبية وإعداد الردود عليها وإعلام إدارة البلدية بها وإعداد نشرة «القصصات الصحفية» التي تحتوي على كل ما ينشر حول البلدية في الصحف المحلية والدولية بشكل يومي وتزويد إدارة البلدية بها لتمكينها من متابعة اتجاهات الرأي العام تجاه البلدية.

6. تحضير نصوص الكلمات والخطابات وتحضير الرسائل الإعلامية ونقاط الكلام الرئيسية قبل اللقاءات الإعلامية والاجتماعات التشاورية والتعريفية وفي المناسبات المختلفة.
7. تحضير المواد الإعلامية- الإعلانية مثل Roll-ups، يافطات Banners، المواد الدعائية والهدايا وغيرها.



نشاطات التوعية والمشاركة المجتمعية:

1. استقطاب أقلام توعوية وشخصيات اعتبارية وقيادية للمساهمة في عملية التوعية
2. إعداد وإنتاج وإصدار منشورات ومواد التوعية المجتمعية المختلفة
3. تنظيم اللقاءات والاجتماعات الشعبية وال جماهيرية بهدف تعزيز مشاركة الجمهور والمؤسسات المختلفة في أنشطة البلدية
4. تجنيد الشخصيات الاجتماعية والقيادات والشخصيات الاعتبارية لقيادة نشاطات أو المشاركة فيها
5. تنظيم مبادرات وحملات التوعية المجتمعية ونشاطات تحفز المشاركة المجتمعية
6. تنظيم ندوات للبحث المفتوح للتواصل مع جماهير البلدية حول القضايا ذات الاهتمام.
7. إنتاج برامج وتنظيم لقاءات حول أنشطة البلدية وبحثها من خلال محطات التلفزيون والإذاعات المحلية.
8. إنتاج أفلام وبرامج إعلانية إرشادية حول البلدية وبحثها من خلال التلفزيون والراديو.
9. تبني ورعاية برامج تتناسب مع توجهات ورؤية البلدية.

تنظيم المؤتمرات والمعارض والاحتفال بالمناسبات واستقبال الضيوف والوفود

1. تنظيم وعقد المؤتمرات الخاصة بالبلدية وقضايا اهتماماتها ومشاريعها.
2. التحضير للاحتفال بالمناسبات وإدارتها وفقا لبروتوكولات البلدية بما يشمل الاجتماعات العامة والمؤتمرات والاستقبالات.
3. تنظيم وإقامة المعارض حول مشاريع البلدية والمشاركة في المعارض التي ينظمها الآخرون محليا ودوليا.
4. استقبال ضيوف وزوار البلدية وتنظيم زياراتهم لمواقع يستهدفونها بحسب الحاجة.



تنفيذ بحوث ودراسات العلاقات العامة

1. تنفيذ دراسات حول قياس فعالية نشاطات البلدية.
2. تنفيذ دراسات الصورة الذهنية للبلدية في أوساط جماهيرها وقياس وتحليل اتجاهات الرأي العام نحوها.
3. تنفيذ دراسات الدوافع لدى الجمهور.
4. تحديد وتقييم النشاطات التي تستميل الرأي العام وتؤثر فيه.
5. اقتراح سياسات وإجراءات بناء على نتائج البحوث والدراسات واستطلاعات الرأي.



السياسات

أولاً: سياسة وإجراءات عمل استراتيجية الاتصال الخارجي
في البلدية مع المواطنين والمجتمعات المحلية

عام

مقدمة السياسة

تتعلق هذه السياسة بتخطيط وتنظيم وتطبيق عملية الاتصال الخارجي بين البلدية والمواطنين والمجتمعات المحلية. وتحدد هذه السياسة قنوات وحدود الاتصال الخارجي وأهداف الرسائل الاتصالية ومسئوليات تنفيذها وإجراءات ذلك.

هدف السياسة

تهدف هذه السياسة إلى ضمان التزام البلديات ببناء العلاقة التشاركية من أجل التنمية المحلية مع المجتمع المحلي من خلال تعزيز مبدأ التشاور والمشاركة المجتمعية على مختلف مستوياتها.

نطاق التطبيق

يشمل نطاق تطبيق هذه السياسة المجتمع المحلي من أفراد والمؤسسات ذات العلاقة والجهات الشريكة في نشاطات الاتصال والتواصل الخارجي للبلدية.

مسؤولية التنفيذ

1. دائرة العلاقات العامة بعموم موظفيها مسئولون بشكل مباشر عن تطبيق بنود وأحكام هذه السياسة.
2. كافة المعنيين من الدوائر الأخرى ذات العلاقة مسئولون عن تنفيذ التبعات التنفيذية والمالية لهذه السياسة.

السياسات الفرعية ذات العلاقة

تشتمل هذه السياسة على ثلاث سياسات فرعية هي:

1. الاتصال الخارجي مع المواطنين والمجتمعات المحلية
2. تعزيز المشاركة المجتمعية التنموية



3. التوعية المجتمعية وتعزيز المواطنة

مجالات ونصوص مواد السياسة

التخطيط للاتصال الخارجي

تلتزم البلدية بإعداد وتنفيذ استراتيجية الاتصال والتواصل الخارجي بشكل موازي زمنيا للخطة الاستراتيجية العامة للبلدية أو لمدة 3 سنوات على الأقل إذا كانت سيتم إعدادها بشكل مستقل، وتقوم بتوزيعها الى خطط أعمال سنوية وتحدد المسؤوليات وترصد الموازنات اللازمة لتنفيذها وتقييم فاعليتها وأثرها.

تعزيز المشاركة المجتمعية التنموية

تلتزم البلدية بتحفيز وتيسير مشاركة المواطنين -أفراد ومؤسسات- في مختلف مراحل عملية التخطيط التنموي الاستراتيجي للبلدية من تحليل للبيئة العامة وتخطيط الأنشطة التنموية وتنفيذها وفي مختلف أنشطة البلدية ذات البعد التنموي والتي تهم المواطنين عامة.

التوعية المجتمعية وتعزيز المواطنة

تلتزم البلدية بالقيام بالتوعية المجتمعية حول خدماتها وقضايا هامة في ميادين عملها (كالتطوير والتنمية المحلية والبيئة والمياه والطاقة والسياسات...) وتعزيز حس المواطنة لدى جمهورها.



إجراءات تطبيق سياسة الاتصال الخارجي مع المواطنين والمجتمعات المحلية

إجراءات التخطيط للاتصال الخارجي

1. تقوم دائرة العلاقات العامة والإعلام بإعداد استراتيجية الاتصال الخارجي للبلدية وفقا لتسلسل الخطوات التالية:
 - أ. عقد ورشة عمل لإتمام عملية التخطيط:
 - يقوم مدير العلاقات العامة والإعلام أو مستشار خارجي متخصص بقيادة ورشة التخطيط هذه،
 - يدعى لحضورها كافة موظفي العلاقات العامة والإعلام في البلدية وموظفين آخرين ذوي علاقة بالاتصال الخارجي والعلاقة مع الجمهور،
 - تكون مدة ورشة العمل يومين على أن تضمن أجندة النشاطات إنهاء كافة المخرجات في هذه الفترة.
 - ب. تلتزم عملية التخطيط هذه برؤية ورسالة البلدية وأهدافها العامة وقيم العمل فيها.
 - ج. يقوم المشاركون بتحديد أهداف الاتصال الخارجي المراد تحقيقها في ضوء الأهداف العامة للاتصال الخارجي المبينة في بند 2 أدناه.
 - د. يقوم المشاركون بتحليل البيئة العامة للبلدية (الخارجية والداخلية) بالتركيز على بُعد وتداعيات الاتصال الخارجي
 - هـ. يقوم المشاركون بتحديد الشركاء- الفئات المستهدفة- الجمهور وتصنيفهم الى فئات متجانسة وفقا للمصفوفة الخاصة بذلك وتحديد واختيار الفئات الرئيسية المستهدفة من بينها- انظر الملاحق بشأن مصفوفة الفئات المستهدفة ونموذج ربط أهداف خطة الاتصال والتواصل بالفئات المستفيدة في الملاحق.



- و. يقوم المشاركون بتحديد وصياغة الرسائل الاتصالية لكل فئة مستهدفة رئيسية بعناية
- ز. يتم ربط أهداف استراتيجية الاتصال والتواصل الخارجي بالرسائل والنشاطات الاتصالية وفقا للعلاقات السببية، انظر نموذج ربط أهداف خطة الاتصال والتواصل بالنشاطات في الملاحق.
- ح. يتم تحديد وسائل وأدوات ومواد الاتصال المرافقة للأنشطة .
- ط. يقوم المشاركون بوضع الخطة التنفيذية الزمنية وتحديد مسؤوليات التنفيذ والموازنة اللازمة لذلك، انظر نموذج الخطة التنفيذية في الملاحق.
- ي. يقوم المشاركون بوضع خطة المتابعة والتقييم وتحديد مؤشرات القياس وقيم الأساس الخاصة بكل منها، انظر نموذج ربط الأهداف بالنشاطات وبمؤشرات القياس .
2. الأهداف العامة لاستراتيجية الاتصال الخارجي للبلديات: يسترشد المشاركون في ورشة عمل التخطيط لاستراتيجية الاتصال بالأهداف العامة التالية لتحديد الأهداف الخاصة بالبلدية في مجال الاتصال الخارجي:
- الهدف الأول: تعزيز الثقة بين البلديات من جهة والجمهور العام والمؤسسات ذات العلاقة من جهة أخرى.
 - الهدف الثاني: رفع وعي الجمهور المحلي والمؤسسات ذات العلاقة حول خدمات البلدية المقدمة عبر استخدام وسائل اتصال وإعلام فعالة.
 - الهدف الفرعي الثالث: تحفيز الجمهور على التفاعل مع البلدية من أجل تحقيق المشاركة المجتمعية الفاعلة.



3. يراعي المخططون لإعداد استراتيجية الاتصال الخارجي ما يلي:
 - أ. أن تكون خطة الاتصال متحسنة للفئات المهمشة كالنساء والشباب وذوي الاحتياجات والمسنين.
 - ب. أن تقوم دائرة العلاقات العامة بتخطيط وتنفيذ برامج لبناء قدرات المعنيين في موضوع الاتصال والتواصل مع الجمهور من موظفي البلدية لضمان الأداء الفعال لخطة الاتصال الخارجي.
 - ج. أن تقوم دائرة العلاقات العامة بتفعيل عملية التواصل الداخلي بين موظفي البلدية بهدف خلق الانسجام وتعزيز التماسك الداخلي والفهم المشترك بما يكفل تنفيذ الخطة الاتصال الخارجية بصورة فعالة والحفاظ على سمعة ومكانة البلدية بأرقى صورها.
4. عند إتمام عملية التخطيط تقوم دائرة العلاقات العامة والإعلام بالحصول على مصادقة رئيس البلدية عليها بعد عرضها على المجلس البلدي.
5. يتم حفظ الخطة بالنسخة الأصلية لدى دائرة العلاقات العامة والإعلام وتوزع منها نسخ مصدقة على الدوائر ذات العلاقة.
6. توضع الخطة موضع التطبيق العملي في دائرة العلاقات العامة والإعلام بإشراف مدير الدائرة.



إجراءات الاتصال الخارجي

1. بالاستناد الى وثيقة استراتيجية الاتصال الخارجي- المبينة أعلاه- وبإشراف وتوجيه مدير العلاقات العامة والإعلام يقوم موظفو العلاقات العامة كل وفق اختصاصه في الدائرة، بتنفيذ أنشطة الاتصال الخارجي - وفقا للجدول التخطيطية في الاستراتيجية - مع كل من الفئات المستهدفة/المستفيدة ومع الشركاء في تنفيذ مشاريع ونشاطات البلدية وأنشطة المشاركة المجتمعية والمشورة عموما مع مراعاة ما يلي:
 - أ. يكون مدير العلاقات العامة والإعلام أو من يفوضه، هو المتحدث الرسمي باسم البلدية وتمثيلها أمام المستفيدين في كافة النشاطات المتعلقة بالعلاقات العامة ما لم يقيم رئيس البلدية بتكليف غيره بذلك.
 - ب. الحرص على أن تعكس اتصالات الموظفين خارج البلدية الصورة الذهنية الإيجابية والمؤثرة لدى الشركاء والمستفيدين من الأنشطة بما يترجم الفاعلية والشفافية والصدق في التعامل.
 - ج. الالتزام بمسار الاتصال الرسمي العلني، والالتزام بأعلى مستويات الصدق والشفافية بعيدا عن الغموض والتأويلات فيما يخص تنفيذ الأعمال مع الجهات الخارجية من فئات المستفيدين والشركاء في تنفيذ مشاريع ونشاطات البلدية.
 - د. الحفاظ على مبادئ عمل البلدية وقيمها عند مشاركة دائرة العلاقات العامة في النشاطات الاجتماعية والرسمية التي تنفذها البلدية.
 - هـ. الحفاظ على مبادئ عمل البلدية وذلك عند مشاركة دائرة العلاقات العامة في النشاطات الاجتماعية التي ينفذها المجتمع المحلي.



2. يقوم موظفو العلاقات العامة -كل وفق اختصاصه في الدائرة- بإعداد وتحضير كافة المعلومات والمنشورات الخاصة بنشاطات البلدية وأهدافها الاتصالية، التقارير الفصلية وتقارير الأداء وتلك التي سيتم اطلاع المواطنين والجهات الخارجية عليها وأخذ موافقة مدير العلاقات العامة عليها.
3. يقوم موظفو العلاقات العامة -ذوي العلاقة - بتوثيق آراء الجهات الخارجية، خاصة الفئات المستفيدة فيما يخص مقترحات تطوير الأداء وسرعة وجودة التنفيذ والاستفادة من ذلك وتبادل الخبرات في هذا المجال.
4. يقوم موظفو العلاقات العامة -كل وفق اختصاصه في الدائرة- بتنفيذ أنشطة توعية وإعلام المجتمع والفئات المستفيدة من خلال ترويج نشاطات وأهداف البلدية ومن خلال المشاركة في إعداد وتحضير كافة المعلومات والمنشورات التعريفية الخاصة بنشاطات وأهداف البلدية، والتقارير الفصلية وتقارير الأداء وفقا لما هو مبين في الجزء التالي-إجراءات إعداد الأدوات والمواد والأنشطة الاتصالية التتموية الخارجية.



إجراءات إعداد الأدوات والمواد والأنشطة الاتصالية التنموية الخارجية

1. تقوم دائرة العلاقات العامة بإعداد أدوات ومواد الاتصال وتنفيذ الأنشطة الاتصالية الخارجية وفقا للإجراءات التفصيلية التالية:

أ. تحديد الخطوات التمهيدية للوصول إلى المجتمع بناء على نتائج وتوصيات بحوث أو فعاليات تحديد الاحتياجات التنموية.

ب. تحديد الاحتياجات التنموية (المشكلات المجتمعية) وأسبابها بالتعاون مع مختلف المعنيين من المجتمع المحلي.

ج. تحديد الفئات المجتمعية المهتمة والمعنيين بالاحتياج (المشكلة أو المبادرة) التي تم اختيارهما.

د. تحديد احتياجات وأهداف وأنشطة الاتصال الخاصة بذلك الاحتياج.

هـ. تحديد واختيار وسائل وقنوات الاتصال الملائمة.

و. إعداد الوسائل والأدوات والمواد الاتصالية واختبارها ميدانيا مع عينة من الفئة المستهدفة.

ز. تطوير وتيسير عملية التعاون والشراكة المجتمعية (المحلية) في التنفيذ.

ح. إعداد خطة لمتابعة تنفيذ الأنشطة والجدول الزمني والميزانية.

ط. تخطيط أنشطة التقييم وإعداد التقارير.

ي. تخطيط عملية استدامة النتائج والأثر داخل المجتمع وخارجه والتعلم من الدروس المستفادة.

2. يقوم المعنيون من موظفي العلاقات العامة بإجراء الاختبار والتجريب المسبق لأدوات ومواد الاتصال المنتجة قبل نشرها



- أو توزيعها - مع عينة من الفئات المستهدفة - لضمان ملاءمة المحتوى والإخراج العام وفقاً لما يلي:
- أ. يكون ذلك بهدف إشراك الفئات المستهدفة في تحديد مواد الاتصال وإعدادها.
 - ب. تقوم دائرة العلاقات العامة بشراء خدمة الفحص والتجريب من مختصين من خارج البلدية الذين يقومون بتحديد أهداف الفحص، الفئات المستهدفة بالفحص وحجم ومكان العينة، تحديد وإعداد أدوات الفحص (الاستمارات أو المجموعات البؤرية والأسئلة).
 - ج. اختبار المضمون بهدف التأكد من وضوح المحتوى، دقة المعلومات المقدمة، مصداقية الأفراد الذين يعبرون عن أنفسهم من خلال تلك المواد، نوعية رد الفعل الذي سيحدثه هذا المضمون.
 - د. اختبار الشكل بهدف التأكد من طبيعة الاهتمام الذي يخلقه، الجودة الفنية.
 - هـ. اختبار الأدوات بهدف معرفة ردود الفعل تجاه الشكل المستخدم، البيئة الفنية اللازمة لاستخدام المواد، مدة فاعلية المادة.
 - و. يتم تعديل تلك المواد والأدوات في ضوء توصيات ميدان الفحص - مقترحات وتوصيات العينة التي تم إجراء الفحص معها من الفئة المستهدفة- ومن ثم إعادة الإنتاج بشكل نهائي.



إجراءات تطبيق سياسة تعزيز ومأسسة المشاركة المجتمعية التنموية

إجراءات تعزيز ومأسسة المشاركة المجتمعية التنموية

1. تهدف هذه الإجراءات الى تشكيل إطار عملي لترسيخ ممارسات مشاركة مجتمعية تنموية فاعلة تساهم في تجسيد مفاهيم الديموقراطية ومبادئ الحكم الرشيد في البلديات والتنمية المحلية المنشودة في المجتمعات المحلية.
2. يراعي القائمون على تنفيذ إجراءات هذه السياسة أن تطبيق سياسة المشاركة المجتمعية يهدف الى تحقيق الأهداف التالية:
 - أ. تعزيز ومأسسة المشاركة المجتمعية في أعمال البلدية وتعزيز ممارسات الحكم الرشيد على مستوى البلدية ككل.
 - ب. تعزيز الثقة بين المواطن ومؤسسات المجتمع المدني من جهة والبلدية من جهة أخرى.
 - ج. تطوير سبل التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي بما يتيح الفرصة للمواطن للاطلاع على المعلومات وتقديم التغذية الراجعة حولها والمشاركة في التخطيط وصناعة القرار.
 - د. تحسين وزيادة فاعلية الخدمات التي تقدمها البلدية من حيث تلبيتها لاحتياجات وأولويات المواطنين وعدالة التوزيع.
 - هـ. رفع درجة وعي المواطن ومؤسساته حول الدور التشاركي في التنمية المحلية
 - و. زيادة شعور المواطن بالانتماء والمسئولية والالتزام اتجاه مجتمعه وتعزيز الشعور لديه بملكية الإنجازات وضرورة المحافظة عليها
 - ز. زيادة اللحمة المجتمعية والتوافق على الأهداف المشتركة لدى المواطنين



- ح. تحفيز المبادرات والمساهمات من قبل المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني خدمة للصالح العام والتنمية المحلية
3. يراعي القائمون على تنفيذ إجراءات هذه السياسة أن المشاركة المجتمعية تتدرج ضمن أربعة مستويات هي:
- أ. الإخبار/الإفصاح: مثل إصدار نشرات توفر البيانات والمعلومات التي تهم المواطنين، وكذلك إتاحة الاطلاع على المخططات الهيكلية، نشر إجراءات الحصول على بعض الخدمات، نشر بعض المعلومات المتعلقة بالوضع المالي للهيئة المحلية.
- ب. التشاور: تشكيل لجان قطاعية، عقد اجتماعات تشاورية، عقد لقاءات جماهيرية، توفير صناديق للشكاوى، لجان أحياء وسياسة الباب المفتوح.
- ج. المشاركة في التخطيط وصناعة القرار: مثل مشاركة المجتمع المحلي في إعداد الخطط التنموية الاستراتيجية للمدن والبلدات، أو مشاركتهم في تحديد الاحتياجات، أو على غرار مشاركة فئات محددة «كفئة الشباب مثلاً» في تصميم مشروع ما أو في عملية صنع القرار.
- د. المساهمة بالجهد أو المال- كتنفيذ أعمال طوعية أو تقديم تبرعات مادية وعينية لأنشطة ومشاريع خاصة بتطوير المجتمع المحلي
- هـ. هنا تتم الاستعانة بنموذج ربط أهداف خطة الاتصال والتواصل بالفئات المستفيدة في الملاحق.
4. يقوم موظفو العلاقات العامة بالإجراءات التالية في سياق تطبيق سياسة المشاركة المجتمعية:
- أ. ترسيخ مفاهيم وممارسات المشاركة المجتمعية في أعمال البلدية من خلال:



■ توعية المدراء والعاملين في البلدية بمفاهيم وآليات وأهمية المشاركة المجتمعية في أعمال البلدية وفي التنمية المحلية المنشودة.

■ توعية وتعريف المواطنين ومؤسساتهم بطبيعة عمل البلدية ودورهم التشاركي معها وتعريفهم بحقوقهم ومسئولياتهم وواجباتهم في التنمية المحلية وفي خدمة مجتمعهم المحلي، حيث يعتبر المواطن طرفاً أساسياً في منظومة العمل البلدي وتعتبر مشاركتهم وتفاعلهم والتزامهم مع البلدية ضرورة ملحة لإنجاح عمل البلدية والتنمية المنشودة.

■ يتبنى المعنيون بتطبيق هذه الإجراءات القواعد التالية كأساس لمشاركة مجتمعية سليمة ومؤثرة في أعمال البلدية:

- المجتمع أولاً
- التواصل الفعال
- الفاعلية في تحقيق الأهداف
- الملاءمة للاحتياجات ولأهداف
- أن تكون مُمثلة لكافة الفئات المعنية
- أن تكون متاحة للجميع
- أن تجسد روح الانتماء والمبادرة
- يقوم موظفو العلاقات العامة بالترويج لممارسات المشاركة المجتمعية لدى المجتمع المحلي ونشر وتعميم قصص النجاح.

ب. التدرج في تنفيذ ممارسات المشاركة المجتمعية بمستوياتها الأربعة وفقاً لتصنيف الفئات المستهدفة، وهي:

■ الاطلاع على المعلومات (الإخبار والإفصاح): نشر



التقارير، نشر الخطط، نشر الموازنة، نشر إجراءات الحصول على الخدمات، نشر الأنظمة المتعلقة بالخدمات والرسوم، نشر نتائج تقييمات الأداء، نشر أية معلومات أخرى.

■ التشاور: تشكيل وتفعيل لجان استشارية، تشكيل وتفعيل مجالس شبابية، عقد اجتماعات جماهيرية سنوية، عقد جلسات استماع، إجراء استطلاعات الرأي، تحديد الاحتياجات المجتمعية بالتشاور مع الجمهور.

■ المشاركة الفاعلة في التخطيط وصناعة القرار بما يشمل إعداد الخطط التنموية، تقييم بدائل مختلفة في التطوير الفيزيائي/الهيكلي بالمشاركة.

■ مساهمة المواطن ومؤسساته بالجهد والمال: تشجيع المواطن ومؤسساته على المساهمة بالجهد والمال من خلال منح أوسمة، كتب شكر، احتفالات تكريم، تشجيع العمل الطوعي، الإشراف على تنفيذ الأنشطة والمشاركة فيها.

ج. مأسسة الإشراف على تنفيذ ممارسات المشاركة المجتمعية بمستوياتها المختلفة:

■ اعتبار وحدة السياسات والاستراتيجيات في وزارة الحكم المحلي مسؤولة عن ذلك.

■ تتولى كافة الإدارات والدوائر مسؤولياتها بما يضمن التنفيذ السليم لهذه السياسة.

■ تحديد الاحتياجات التدريبية لكافة الإدارات المعنية في مجال المشاركة المجتمعية.



إجراءات تطبيق سياسة التوعية المجتمعية وتعزيز المواطنة

إجراءات التوعية المجتمعية وتعزيز المواطنة

1. المواطنة منطلق حقوقي وواجباتي يعني أن المواطنة حقوق وواجبات متبادلة بين البلدية والمواطنين بما يؤكد قيم كل من المساواة، الحرية، المشاركة والمسئولية الاجتماعية.
2. توعية المواطن بواجبات المواطنين والتزاماتهم ومسؤولياتهم تجاه البلدية، والتي يؤدي تنفيذها الى مساعدة البلدية على الالتزام بواجباتها وتجسيد مفاهيم المواطنة في العمل البلدي، من خلال:
 - أ. إدراك المواطن وتفهمه للمصلحة العامة وتغليبها على المصلحة الخاصة وتعزيز انتمائه لمدينته.
 - ب. تفهم المواطن لمبدأ الحقوق والواجبات بما في ذلك حرصه على تمكين البلدية من الاستمرار في تقديم الخدمات من خلال تسديد التزاماته المالية والقيام بواجباته مقابل الخدمات التي يحصل عليها، وفي إطارها الزمني والإداري الذي يجب على البلدية أن تحدد في أنظمتها ولوائح العمل.
 - ج. التفاعل الإيجابي مع الفعاليات المجتمعية كلجان الأحياء وموظفي البلدية والتعاون معهم وتقديم الإسناد والدعم لهم ضمن الإمكانيات المتوفرة.
 - د. أن ينأى المواطن عن أية ممارسات تضر بالمصلحة العامة كأن يقوم بأية أعمال خارجة عن القانون كسرقة التيار الكهربائي أو المياه.
 - هـ. ضمان حقه بالنقد أو التبليغ أو الشكوى عن سوء الخدمة أو المعاملة ضمن القواعد والأحكام التي كفلها القانون له



- وحقه بمتابعة احتياجاته وشكاويه بكفاءة وفاعلية ضمن منظومة إجراءات واضحة.
- و. محافظة المواطن على الأموال والممتلكات العامة ومنع تخريبها أو الاستيلاء عليها أو التعدي عليها والحرص على إبلاغ البلدية عن أية ممارسات تتعلق بذلك من قبل أية جهة كانت.
- ز. حسن استخدام المواطن للخدمات المقدمة من قبل البلدية وبشكل خاص خدمات الكهرباء، الماء، الصرف الصحي والشوارع والساحات العامة والعمل على استخدامها دون إهدار وترشيدها قدر المستطاع، بالإضافة إلى المحافظة على النظافة وشروط السلامة العامة.
- ح. إبلاغ المواطن للبلدية عن أي ممارسات سوء إدارة أو خروقات مالية يقوم بها القائمون على البلدية من موظفين وأعضاء أو الجهات التي تتعاقد معها البلدية (المقاولون) لتقديم الخدمات أو تنفيذ الإنشاءات على أن تكفل البلدية له الحماية وسرية المعلومات التي يقدمها، والعمل على متابعتها ومعالجتها في إطار القانون ضمن سياسة واضحة تتبناها البلدية.
- ط. القيام بالرقابة والمسائلة من أجل المصلحة العامة.
3. تطوير سياسات للنوع الاجتماعي كانعكاس لهذا المفهوم: تعمل البلدية وفقا لتوجهات مدروسة ومعلنة ومتفق عليها لتقود عملها، وعليه من الضروري إقرار سياسات خاصة بالنوع الاجتماعي في الجسم البلدي وتضمينها بمنظور سياساتي استراتيجي، انطلاقا من الأسس التالية:
- أ. تعزيز المشاركة الفاعلة في عمل الجسم البلدي لتحسين العدالة الاجتماعية في عمل البلديات لتوجيه الممارسات



- التمموية التي تقع ضمن أدوار البلديات وعملها.
- ب. التعامل مع كافة الفاعلين والفاعلات وذوي العلاقة في تنفيذ الرؤية التمموية للبلديات بوعي حول قضايا وأدوار النوع الاجتماعي وضمن ممارسات ومسلكتيات جادة لتطبيقها في العمل البلدي.
- ج. تضمين سياسات النوع الاجتماعي في المشاريع التمموية وفي تفعيل دور المجتمع في هذه المشاريع لضمان المشاركة الواسعة للمجتمع المحلي بنسائه ورجاله.
- د. تطوير منهجية عمل ومؤشرات قادرة على قياس التغيير في قضايا المواطنة والنوع الاجتماعي.
- هـ. ضمان العمل على مشاركة كل من الرجال والنساء بشكل متساو وعادل.
- و. ضمان أن تعكس استراتيجيات العمل أولويات الفئات الاجتماعية المختلفة في سياق علاقات النوع الاجتماعي.
- ز. ضمان وصول كل من المرأة والرجل للفرص والموارد بصفة متساوية وعادلة.
4. تبني البلدية لسياسات من شأنها توسيع المشاركة والمساواة والحرية المجتمعية نحو مواطنة فاعلة: ترتكز عملية تعزيز المواطنة الفاعلة والمبينة على مفاهيم النوع الاجتماعي على سياسات واضحة لدى منظومة الحكم المحلي ككل وبتجاه الانتقال من المفاهيم التقليدية «البلديات حكومة محلية تمارس دور سلطة وتقديم خدمات فقط» نحو «مجالس بلدية ومنظومة حكم محلي تنطلق من سياسات الحوكمة الصالحة والعادلة»، انطلاقاً من المبادئ التالية:
- أ. الانتقال في العلاقة مع المجتمع المحلي من العلاقة الخدمائية إلى علاقة الشراكة.



- ب. الانتقال في العلاقة مع المواطنين من مفاهيم المستهلكين لخدمات البلدية إلى أكثر نشاطا وانخراطا في بناء السياسات العامة للبلديات وخدماتها.
- ج. تجسيد علاقة تشاركية حقيقية على الأرض للفئات المهمشة مثل النساء والشباب ونقلهم من الهامش إلى المركز.
- د. تعزيز الملكية والمسئولية الجماعية نحو مشاركة أوسع في القرارات، والتخطيط، والمشاريع والبرامج.
- هـ. تركيز أكبر على المسألة المجتمعية فضلا عن الأشكال القانونية والروتينية الطارئة.
5. تحويل سياسات البلدية إلى ممارسات عملية لتعزيز قيم المواطنة:
- أ. الديمقراطية التمثيلية والمشاركة
- ب. التمثيل التشاركي التعددي للمجتمع المحلي
6. المبادئ العامة والفرعية التي تؤدي إلى تعزيز قيم المواطنة: تقوم البلدية باعتماد أربعة مبادئ سياسية وعملية واجب العمل والاستناد عليها لتعزيز قيم المواطنة:
- أ. وضوح القيم والاتجاهات المسلكية النازمة لعمل البلديات ضمن العلاقة المتبادلة مع المواطنين
- ب. التزام البلدية بالأدوار المناطة بها ضمن المنظومة القانونية من خلال سياسات وبرامج عمل خدماتية
- ج. آليات ضامنة لمشاركة فاعلة وتواصل واسع في سياق علاقات النوع الاجتماعي
- د. تطوير الآليات الحاكمة والناظمة للعلاقة المتبادلة بين البلديات والمواطنين



7. يندرج تحت كل مبدأ عام مجموعة من المبادئ الفرعية كما يلي:

أ. المبدأ العام الأول: وضوح القيم والاتجاهات المسلكية الناضجة لعمل البلديات ضمن العلاقة المتبادلة مع المواطنين من خلال تبني المبادئ الفرعية التالية:

- شفافية معلنة تحد من المركزية المفرطة وتؤسس لعلاقات منفتحة ومرنة مع الجمهور المحلي
- قائمة من المبادئ القيمة والمنهجية تحد من سيطرة وسطوة الأطر القانونية

■ العمل وفقا لأدوات وآليات توحد أسس ومنظور العمل

ب. المبدأ العام الثاني: التزام البلدية بالأدوار المناطة بها ضمن المنظومة القانونية من خلال سياسات وبرامج عمل خدماتية من خلال تبني المبادئ الفرعية التالية:

- أسس عمل واضحة ومعلنة للجمهور ترتبط بتطوير ميثاق الخدمة

■ سياسات واضحة ومعلنة للجمهور مرتبطة بالشفافية والعلنية والمسائلة والمحاسبة

■ تعزيز دور المواطنين ومسئوليتهم المجتمعية كمراقبين على الأداء وملتزمين بمسئوليتهم

■ سياسات واستراتيجيات عمل تعزز من الانفتاح على الجمهور

■ صياغة رؤية واضحة لعمل البلديات معروفة لدى المواطنين تتيح للمواطن الفرصة على تقييم أداء البلدية

ج. المبدأ العام الثالث: آليات ضامنة لمشاركة فاعلة وتواصل واسع في سياق علاقات النوع الاجتماعي المبادئ الفرعية:



- ربطت السياسات بنظم وإجراءات وخطط واضحة ومعلنة وضامنة للمشاركة في سياق علاقات النوع الاجتماعي.
- سياسة تعزز الشراكة بين منظمات المجتمع المحلي القاعدية ضمن مبادئ عمل.
- تطوير آليات ومنهجيات تعزز من المشاركة والمواطنة.
- التحول في فكر العمل والتخطيط البلدي نحو برامج تنمية تشاركية تعزز قيم المواطنة
- بناء آليات وسياسات مالية منتظمة ودورية في البلديات لمأسسة عملية المشاركة وجعلها مستمرة.
- د. المبدأ العام الرابع: تطوير الآليات الحاكمة والناظمة للعلاقة المتبادلة بين البلديات والمواطنين المبادئ الفرعية:
 - دليل فعال وواضح باليات عمل واضحة للمواطن
 - دليل مرجعي راصد لاستفسارات المواطنين/ات وشكاويهم
 - تضمين مفاهيم تنمية الموارد البشرية في عملية البناء كجزء مكون لعملية تحسين الخدمات ونوعية العمل المعززة للمواطن
 - مراكز خدمات الجمهور برؤية وآليات عمل وسياسات واضحة
- 8. تنفيذ حملات توعية وعقد لقاءات وأنشطة توعية متفرقة كما يلي:
 - أ. تنظيم حملات توعية منظمة مستمرة وطويلة المدى للفئات المستهدفة
 - ب. تنظيم وعقد لقاءات التوعية للفئات المستهدفة (دورات، ندوات...)



- ج. إنتاج مواد التوعية من منشورات وأفلام وملصقات وتوظيفها في حملات وأنشطة التوعية
- د. تقييم أثر وفاعلية حملات وأنشطة التوعية التي تنفذها البلدية على سلوك الفئات المستهدفة وعلاقتهم بالبلدية.



ثانياً: سياسة النشاطات الإعلامية

عام

مقدمة السياسة

تتعلق هذه السياسة بالنشاطات الإعلامية المختلفة، المتبعة والمنفذة من قبل دائرة الإعلام، كنشاط رئيسي لها والتي تنفذ من خلال وسائل الإعلام الخاصة بالبلدية أو من خلال وسائل الإعلام الخارجية.

هدف السياسة

تهدف هذه السياسة إلى ضمان نقل الرسالة الإعلامية الصحيحة بصورة فعالة وذلك بتنفيذ النشاطات الإعلامية للبلدية؛ من اتصال مع وسائل الإعلام، التنسيق والتشبيك معها وإنتاج المواد الإعلامية؛ بأعلى معايير الجودة ووفق السياسات والإجراءات المتبعة في البلدية.

نطاق التطبيق

يكون نطاق تطبيق السياسة في حدود علاقة البلدية مع المؤسسات الإعلامية والبحثية.

مسؤولية التنفيذ

1. دائرة الإعلام بعموم موظفيها مسئولون بشكل مباشر عن تطبيق بنود هذه السياسة من خلال إنتاج الإصدارات الإعلامية وتنفيذ دراسات وبحوث الإعلام بشكل علمي منهجي منتظم..
2. كافة المعنيين من الدوائر الأخرى ذات العلاقة مسئولون عن تنفيذ التبعات التنفيذية والمالية لهذه السياسة.

السياسات الفرعية ذات العلاقة

1. إصدار الأخبار والبيانات الصحفية



2. عقد مؤتمرات صحفية
3. إصدار النشرة الإخبارية
4. إنشاء/ تطوير وتحديث الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية
5. إنتاج برامج / إنتاج أفلام / تنظيم لقاءات خاصة وندوات حول البلدية... في وسائل الإعلام المرئي والمسموع
6. تتبع أخبار البلدية في وسائل الإعلام



مجالات ونصوص مواد السياسة - سياسة النشاطات الإعلامية

مواد السياسة

1. مدير دائرة العلاقات العامة أو مدير الإعلام هو الناطق الرسمي والمخول بالإدلاء بالتصريحات والمعلومات حول نشاطات وأخبار البلدية بعد رئيسها.
2. الالتزام بالمحافظة على علاقة إيجابية ومتواصلة مع وسائل الإعلام بشتى أنواعها، المحلية منها والأجنبية، والالتزام بتسهيل مهمة وسائل الإعلام في الوصول إلى المعلومات الصحيحة لتغطية ونشر نشاطات وأخبار البلدية.
3. تنشر البلدية الأخبار والبيانات الصحفية كلما دعت الضرورة لذلك، وتلتزم الدائرة الإعلامية بنشر أخبار الدوائر الأخرى في البلدية وتعميم جميع السياسات والإجراءات والنظم المعتمدة في البلدية من خلال شبكة العلاقات الإعلامية، على أن النشر لا يتم لمعلومات منقوصة أو غير معدة للتداول، كما انه لا يتم نشر أية بيانات دون معرفة مسبقة من قبل مصدر المعلومة، وبعد التنسيق معه وموافقته.
4. تقوم دائرة الإعلام بتنظيم عقد لقاءات ومؤتمرات صحفية للمسؤولين في البلدية مع وسائل الإعلام في الحالات التي تستدعي الضرورة الإعلامية ذلك؛ وتعتمد في الأساس على المتحدث الرسمي باسم البلدية كجهة أساسية في مجال التصريحات الصحفية إلى جانب رئاسة البلدية.
5. الالتزام برصد وتتبع أخبار البلدية في الصحف ووسائل الإعلام بشتى أنواعها وتتبع الشكاوى والانتقادات والحملات الإعلامية السلبية من أجل إعداد الردود عليها وإعلام رئاسة البلدية بها.



6. تنشئ البلدية وتشغل موقع إلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها وتقوم بتطويرها وتحديثها باستمرار.
7. وسائل إعلام البلدية الخاصة - الصفحة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ومجمل منتجاتها من الإصدارات المطبوعة، المرئية والمسموعة- تعتبر مصدرا موثوقا وصحيحا وشفافا للمعلومات والمعطيات حول البلدية في إطار التخاطب مع الجماهير، لذلك تعتمد الدائرة أعلى معايير الدقة والجودة الإعلامية والفنية عند إنتاج كافة هذه الإصدارات؛ كذلك الحال عند تحضير الرسائل ونقاط الكلام لرئيس البلدية في اللقاءات الإعلامية وقبل اللقاءات والاجتماعات التشاورية والتعريفية وعند تحضير الكلمات والخطابات في المناسبات المختلفة.
8. تصدر البلدية نشرة إخبارية دورية
9. تنتج البلدية برامج إعلامية وأفلام وتنشرها وتنظم لقاءات خاصة وندوات حول البلدية لوسائل الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب.
10. تعمل الدائرة الإعلامية على تجديد أقلام صحفية نشطة، تقوم بتغطية نشاطات البلدية بشكل مستمر، ونقل الحقائق والمعطيات حول البلدية بطريقة إيجابية ترسخ أثرا في أذهان الفئات المجتمعية المختلفة محليا وخارجيا.



الإجراءات وتعليمات العمل - سياسة النشاطات الإعلامية

عام

1. يتبنى مدير دائرة الإعلام ويوجه موظفيه ويدير شؤون العمل في دائرته من اجل القيام بما يلي:
 - أ. التعاون والتنسيق مع الوسائل الإعلامية والمؤسسات ذات العلاقة بما يخدم المصلحة العليا للبلدية.
 - ب. الاتصال الدائم والمستمر بصدق وشفافية مع كافة وسائل الإعلام المحلية والأجنبية وتنظيم عملية تزويدهم بالمعلومات كل وفق صلاحياته وحدود مسؤولياته.
 - ج. تتبع أخبار البلدية وكل ما ينشر عنها في وسائل الإعلام (الصحافة المكتوبة والمرئية والمسموعة وشبكات الإنترنت) وإعداد تقارير يومية بذلك.
 - د. اقتراح الردود على ما يستوجب الرد مما ينشر حول البلدية في وسائل الإعلام المختلفة.
 - هـ. إعداد مقترحات البيانات الصحفية الخاصة بنشاطات البلدية.
2. يقوم مدير دائرة الإعلام بالموافقة على و/أو تعديل مخرجات العمل لموظفي دائرته - تقارير التتبع الإعلامي ومقترحات الرد عليها ومقترحات البيانات الصحفية- بالسرعة المطلوبة وأخذ الموافقات عليها من الجهات العليا حتى يتسنى إتمامها أو إخراجها بالصيغة النهائية على أن لا يتعدى ذلك حدود نفس اليوم من الناحية الزمنية إلا إذا كان الأمر يحتمل التأجيل أو يتطلب التريث لسبب ما .
3. يشرف مدير دائرة الإعلام على قيام موظفيه بالتحضير والترتيب لعقد المؤتمرات الصحفية بدقة وجودة عالية وفقا



لقائمة تحدد متطلبات وشروط عقد مؤتمر صحفي ناجح.

عقد مؤتمر صحفي

1. يصدر مدير دائرة الإعلام توجيهها إلى موظفي الدائرة ذوي العلاقة بالتحضير لعقد مؤتمر صحفي وذلك قبل أسبوع من تاريخه في الحالات العادية غير الطارئة.
2. في الحالات الطارئة تصدر تعليمات مدير دائرة الإعلام بالسرعة التي يستوجبها الحدث الخاص بذلك.
3. يقوم مدير دائرة الإعلام/ الموظفين ذوي العلاقة بوضع خطة تفصيلية للمؤتمر الصحفي المزمع عقده بحيث تحدد الخطة:
 - أ. موضوع المؤتمر
 - ب. هدف المؤتمر
 - ج. مكان الانعقاد
 - د. تحديد لغة المؤتمر
 - هـ. المدة الزمنية التي سيستغرقها المؤتمر
 - و. أنواع وسائل الإعلام المدعوة وأسماء المدعويين منها
 - ز. تحديد المتحدثون في المؤتمر
 - ح. تحديد عرافة المؤتمر
 - ط. تحضير نقاط الكلام والرسائل الأساسية الخاصة بالحدث.
 - ي. تحضير بيان صحفي مكتوب في الحالات التي يلزم بها ذلك.
 - ك. تحضير الرزمة الصحفية التي سيتم توزيعها على الصحفيين -إذا لزم أو وجد.
 - ل. تحضير المواد الإعلانية المطبوعة (roll-ups) والياфطات وغيرها) إذا كان ذلك ضروريا.
 - م. متابعة كافة الأمور اللوجستية الأخرى الخاصة بحجز



- القاعة، وضمان توفر الأنظمة الصوتية والمرئية المناسبة والترجمة، وتوفير ضيافة ملائمة.
- ن. تحضير قائمة بالأسئلة المتوقع طرحها خلال المؤتمر الصحفي والردود الممكنة عليها.
4. تقوم دائرة الإعلام بتتبع ما ينشر في وسائل الإعلام على إثر المؤتمر وتجميعه في تقرير وصفي.
5. يقوم مدير دائرة الإعلام بالتعليق على ما نشر ورفع توصيات بذلك إلى رئيس البلدية.



تتبع أخبار البلدية في وسائل الإعلام

1. تقوم دائرة الإعلام بتتبع أخبار البلدية في وسائل الإعلام، أو تقوم بعقد اتفاقية بهذا الخصوص مع جهة مختصة - وفقا لإجراءات شراء الخدمة المعمول بها في البلدية، تشمل ما يلي:
 - أ. تحضير تقرير وصفي يومي حول كل ما ينشر عن نشاطات البلدية أو ما يرتبط بمجالات عملها مدعم بمواد عينية ما أمكن.
 - ب. تشمل عملية التتبع كافة وسائل الإعلام المحلية من صحف، إذاعات مسموعة، محطات تلفزيونية، وكالات الأنباء ومواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهذه الوسائل. كما ويشمل هذا التتبع أيضا وسائل الإعلام العربية والدولية.
2. يراجع مدير دائرة الإعلام التقارير ويعلق عليها ويرفعها إلى رئيس البلدية.
3. يقرر مدير الإعلام ما يجب أن يتم تحويله إلى دوائر أخرى وما يجب أن ينشر في وسائل الإعلام الداخلي أو الخارجي وما لا يستدعي اتخاذ أي إجراء.
4. تقوم دائرة الإعلام بنشر ما يستدعي النشر/ الرد أو التعليق عليه إما في وسائل إعلام البلدية أو وسائل الإعلام المحلية.
5. تحتفظ دائرة الإعلام بنسخة إلكترونية وأخرى ورقية من هذا التقرير في الأرشيف الإعلامي في الدائرة.



تطوير وتحديث الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية

1. يقوم مدير العلاقات العامة أو من يكلفه من موظفيها، بتتبع النشاطات والأخبار الخاصة بالبلدية - تقرير التتبع الذي تعده دائرة الإعلام- وتحديد أي منها يستدعي أن ينشر من خلال الصفحة الإلكترونية-مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية وبأية لغة.
2. يقوم مدير العلاقات العامة أو من يكلفه من موظفيها، بجمع معلومات كافية وصور حول المواضيع التي تستدعي النشر على الصفحة الإلكترونية/مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية، كل من مصدرها الخاص بها داخل وخارج البلدية، ومن ثم إعداد وتصميم الصيغة النهائية للموضوع المراد نشره.
3. في الحالات العادية يقوم مدير دائرة العلاقات العامة بمراجعة وتحرير هذه المادة بشكلها النهائي وإعدادها للنشر أو اخذ موافقة رئيس البلدية عليها إذا استدعى الأمر ذلك في حالات معينة .
4. تتم هذه العملية خلال نفس اليوم في الحالات المستعجلة وفي نفس الوقت في الحالات الطارئة.
5. يقوم المسئول الفني عن الصفحة الإلكترونية/مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية بلصق ونشر المادة النهائية على الصفحة الإلكترونية/مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية في الموعد والمكان المحددين وبالصيغة والشكل المحددين أيضا.
6. يحتفظ المسئول الفني عن الصفحة الإلكترونية/مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية بنسخة من المادة



7. المحولة للنشر في الصفحة في ملف خاص بها. تتبع نفس الخطوات في حالات إضافة مادة جديدة (نشر أخبار، مواضيع توعوية، تغطية مناسبات وأحداث، منشورات متنوعة، إعلانات...) أو تعديل مادة موجودة على الصفحة الإلكترونية/مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالبلدية.
8. يقوم مدير العلاقات العامة أو من يكلفه من موظفيه بالتأكد من أن البيانات والمعلومات الموجودة على الصفحات الإنجليزية تعكس تلك الموجودة على الصفحات العربية، وأنه يجري تعديل الصفحات الإنجليزية وفقاً لما يُنشر على الصفحات العربية، بما يشمل التحديث، والتعديل والإضافة والحذف.



النشرة الإخبارية

1. يتم اتخاذ قرار من قبل رئيس البلدية وبتوصية من مدير العلاقات العامة بإصدار نشرة إخبارية دورية عن البلدية تستهدف تزويد جمهور المواطنين والمؤسسات بأخبار البلدية وأنشطتها.
2. يتم تشكيل وتسمية أعضاء أسرة تحرير النشرة من موظفي العلاقات العامة وموظفي الإعلام وآخرين من موظفي البلدية - بالتنسيق بين مدير العلاقات العامة ورئيس البلدية- ويقوم رئيس البلدية بتكليفهم رسميا بذلك.
3. يكون مدير العلاقات العامة مرجعية أسرة التحرير أو رئيس اللجنة
4. تقوم أسرة التحرير بإعداد مقترح لإصدار النشرة الإخبارية- وفقا لدورية زمنية معينة يتم الاتفاق عليها - بحيث يتم تحديد ما يلي:
 - أ. موعد صدور العدد؛
 - ب. عدد صفحات العدد؛
 - ج. موضوع كلمة العدد - الافتتاحية؛
 - د. الموضوع الرئيسي- ملف العدد؛
 - هـ. المشروع المستهدف كتحقيق صحفي؛
 - و. النشاطات المستهدفة كأخبار؛
 - ز. ... الخ
5. تطلب دائرة الإعلام من الدوائر المختلفة في البلدية إعداد المواضيع ذات العلاقة بعمل دوائرهم خلال عشرة أيام.
6. تتم مراجعة المواضيع وتحريرها في دائرة الإعلام من حيث المحتوى والتدقيق اللغوي.
7. يتم شراء خدمة تصميم النشرة الإخبارية من أحد الموردين



- الخارجيين وفقا لإجراءات الشراء المتبعة في البلدية.
8. تعرض مسودة التصميم على أسرة التحرير للتشاور وإبداء الرأي وتقديم الملاحظات خلال أسبوع.
9. تضاف التعديلات والمقترحات إلى التصميم من قبل جهة التصميم بتوجيه من دائرة الإعلام والعلاقات العامة ليكون هذا هو التصميم قبل النهائي.
10. يعرض التصميم قبل النهائي على الإدارة العليا لأخذ الموافقة النهائية عليه خلال يومين.
11. تقوم دائرة الإعلام بشراء خدمة الطباعة من قبل أحد الموردين الخارجيين وفقا لإجراءات الشراء المتبعة في البلدية.
12. بعد استلام النسخ المطبوعة يتم توزيعها من قبل دائرة الإعلام وفقا لقائمة المراسلات الخاصة بها.
13. تقوم دائرة الإعلام بجمع ملاحظات وتعليقات من الجهات المختلفة حول النشرة وتسليمها لأسرة التحرير ليتم أخذها بعين الاعتبار في الإعداد القادمة.



إصدار الأخبار والبيانات الصحفية

1. تقوم دائرة الإعلام بإصدار البيانات الصحفية في كافة المناسبات والنشاطات التي تستدعي إعلام أي من جماهير البلدية حول موضوع معين وذلك بالتشاور والتنسيق ما بين مدير دائرة العلاقات العامة ورئيس البلدية.
2. تقوم دائرة الإعلام باستقاء المعلومات حول النشاط أو المناسبة بشكل مباشر من جهة الإشراف عليها في البلدية.
3. تعرض دائرة الإعلام صيغة أولية للبيان الصحفي أو الخبر المنوي نشره حول الحدث المعني على الجهة المشرفة / ذات العلاقة بالحدث في نفس اليوم للموافقة أو التعديل.
4. يتم توزيع الصيغة النهائية من البيان الصحفي من قبل دائرة الإعلام على كافة وسائل الإعلام مباشرة ووفقاً لقائمة مراسلات وسائل الإعلام المتوفرة لديها.
5. تتابع دائرة الإعلام، في نفس اليوم/ اليوم التالي/ يوم موعد صدور الوسيلة الإعلامية، نشرها للخبر وتضيف نسخة منه إلى الأرشيف الإعلامي في الدائرة.



إنتاج برامج / إنتاج أفلام / تنظيم لقاءات خاصة وندوات حول البلدية... في وسائل الإعلام المرئي والمسموع

1. عند القيام بالتخطيط السنوي للعلاقات العامة والإعلام، يتم تحديد الندوات والبرامج والإعلانات والأفلام، من النوع المرئي والمسموع أو الاثنين معاً، وتحديد مواعيد عقدها/ إنتاجها الزمنية.
2. في حالات استثنائية تقوم الإدارة العليا بالطلب من دائرة العلاقات العامة لعقد/ إنتاج أي منها على أن يكون ذلك قبل أسبوع من تاريخه.
3. بهذا الخصوص تقوم دائرة العلاقات العامة بما يلي:
 - أ. تستقي كافة المعلومات الضرورية حول النشاط من الإدارة المعنية.
 - ب. شراء خدمة التسجيل/ الإنتاج من مورد خارجي وفقاً لإجراءات الشراء المتبعة في البلدية.
 - ج. التنسيق مع المورد الخارجي حول كيفية وظروف التسجيل / الإنتاج والبت.
 - د. التنسيق مع وتحضير الأشخاص الذين ستتم مقابلتهم وإبلاغهم بالمواعيد.
 - هـ. تحديد محاور اللقاء والأسئلة المتوقعة ومواضيع النقاش.
 - و. تحضير نقاط الكلام للمتحدث باسم البلدية في الندوة أو الحلقة المذاعة.
 - ز. تزويد المحاور أو المذيع أو عريف اللقاء بالمعلومات والبيانات اللازمة والضرورية لاطلاعه على موضوع النقاش عن كثب.
 - ح. في الحالات التي لا يكون فيها البث مباشراً يتم عرض مسودات أولية على الإدارة العليا أو/ وذوي العلاقة ومن



- ثم إجراء التعديلات الضرورية.
- ط. شراء خدمة البث وتحديد مواعيده وفقا لإجراءات الشراء المعمول بها في البلدية وربما يكون ذلك مجانيا.
- ي. مراقبة البث في مواعيده المحددة.
- ك. الاحتفاظ بنسخ من المادة المذاعة في الأرشيف الإعلامي الخاص بها.



ملحق بالنماذج

نموذج مصفوفة تحديد الشركاء/الفئات
المستهدفة/الجمهور

الخطوة الثالثة الأولوية	الخطوة الثانية التأثير		الخطوة الأولى الأهمية			الفئات
	مؤثر	غير مؤثر	هام جداً	هام	غير هام	
تحديد الفئات مستهدفة للثلاث سنوات القادمة						
*	*		*			موظفو البلدية
*	*		*			المؤسسات الرسمية ذات العلاقة (مثلاً مكتب الرئيس، رئاسة الوزراء، وزارة الحكم المحلي، وزارة المالية، وزارة السياحة، وزارة الثقافة وغيرها)
*	*		*			الأجهزة الأمنية والدفاع المدني والطوارئ الطبية
*	*		*			الجمهور العام المستفيد من الخدمات (طلاب مدارس، طلاب جامعات، ربات بيوت، موظفين وموظفات، مزارعين، حرفيين وخلافه).
*	*		*			أصحاب المهن والقطاع الخاص
*	*		*			المستثمرون وأبناء البلد المغتربون
*	*		*			الجهات المانحة العربية والأجنبية



*	*		*		الهيئات الدبلوماسية في البلدة إن وجدت
*	*		*		قادة المجتمع المحلي مثل لجان الأحياء ولجان الإصلاح
*	*		*		منظمات المجتمع المدني ذات العلاقة (كالتوعوية والإرشادية)
*	*		*		المؤسسات القاعدية (المؤسسات والأندية النسوية)
*	*		*		المؤسسات القاعدية (مؤسسات رعاية ذوي الاحتياجات)
*	*		*		المؤسسات القاعدية (المؤسسات والأندية الشبابية والمجالس الشبابية المحلية التابعة للبلديات)
*	*		*		وسائل الإعلام المحلية والوطنية
*	*		*		المدن التوأمة العربية والإقليمية والدولية



نموذج ربط أهداف خطة الاتصال والتواصل بالنشاطات

النشاطات المقترحة	الهدف الاتصالي
أدرج النشاطات المقترحة والكفيلة بتحقيق الهدف	الهدف الأول: أكتب النص
أدرج النشاطات المقترحة والكفيلة بتحقيق الهدف	الهدف الثاني: أكتب النص
... وهكذا حتى تغطي كافة الأهداف	

نموذج ربط الأهداف بالنشاطات وبمؤشرات القياس

مؤشرات القياس	النشاطات المقترحة	الهدف الاتصالي
أدرج المؤشرات القياس المقترحة	أدرج النشاطات المقترحة والكفيلة بتحقيق الهدف	الهدف الأول: اكتب النص
أدرج المؤشرات القياس المقترحة	أدرج النشاطات المقترحة والكفيلة بتحقيق الهدف	الهدف الثاني: اكتب النص
... وهكذا حتى تغطي كافة الأهداف		



نموذج الخطة التنفيذية العامة

الهدف	النشاط	الفئة المستهدفة	الشخص المسؤول	الجهة المساعدة أو الشريكة	تفاصيل الدور المساعدة	تاريخ البدء	تاريخ الانتهاء
الهدف الأول: أدرج نص الهدف	أدرج مسمى النشاط	حدد الفئة المستهدفة	حدد الجهة / الموظف المسؤول عن التنفيذ	حدد الجهة / الموظف المساعد في عملية التنفيذ	صف دور الجهة المساعدة ومهامها		
... وهكذا حتى تغطي كافة الأهداف							



قائمة مراجعة خاصة بإجراءات التخطيط

لسياسة الاتصال الخارجي عامة

1. هل تم اتباع خطوات تصميم استراتيجية اتصال وتواصل حسب إجراءات تطبيق سياسة الاتصال الخارجي؟
2. هل كان ذلك بالشراكة مع كل الموظفين ذوي العلاقة ومع كل الفئات المستهدفة في الخطة؟
3. هل كان بين المشاركين خبراء/مختصين في مجال الاتصال الخارجي والإعلام؟
4. هل تم تخصيص ميزانية سنوية لتغطية تكاليف النشاطات مع جدول زمني واضح لتنفيذها؟
5. هل تم تخصيص موظف علاقات عامة لمتابعة تنفيذ خطة الاتصال الخارجي وموظف إعلامي لمتابعة تنفيذ الخطة الإعلامية؟
6. هل روعي عند التخطيط أن تكون الخطة مراعية وحساسة للنوع الاجتماعي والفئات المهمشة الأخرى مثل المرأة والشباب وذوي الاحتياجات والمسنين من الجمهور؟
7. هل أخذت الخطة بعين الاعتبار عملية تفعيل عنصري الشراكة والتشبيك مع مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات القاعدية بغرض توصيل الرسائل الاتصالية والإعلامية للفئات المستهدفة بأقل، وقت، وتكلفة ومجهود؟
8. هل تم وضع خطة تنفيذية تحدد من؟ سيقوم بماذا؟ متى؟ وبأية تكلفة؟ وكافة المتطلبات اللوجستية الأخرى؟
9. هل تم تصميم برنامج بناء وتطوير قدرات للعاملين في دائرة العلاقات العامة والإعلام وموظفين ذوي علاقة من الدوائر الأخرى؟



نموذج ربط أهداف خطة الاتصال والتواصل بالفئات المستفيدة

الهدف الأول: اكتب نص الهدف الاتصالي العام الأول				
حدد الفئة المستهدفة				تحديد الفئة/ الجمهور المستهدف
تعريف	إشراك	ترويج	تعزيز	حدد غرضك العام تجاه الفئة المستهدفة/
				النتيجة المرجوة اختر واحدة فقط
اكتب نصوص الهدف/الأهداف المحدد المراد تحقيقها جراء العملية الاتصالية				الهدف/الأهداف المحددة

*: يمكن أن تكون خيارات أخرى متعددة، مثلاً: تعريف، إشراك، تحفيز، رفع وعي/ أو تنسيق، تشبيك، ترويج، تعزيز



شعار البلدية

دائرة العلاقات العامة

متطلبات عقد مؤتمر/احتفال

يجب توافر الأمور والمتطلبات التالية والتأكد من إنجازها قبل عقد

المؤتمر/الاحتفال

1. موضوع المؤتمر / الاحتفال
2. تاريخ ومدة انعقاد المؤتمر / الاحتفال
3. ساعة انعقاد المؤتمر / الاحتفال
4. مكان انعقاد المؤتمر / الاحتفال
5. أسماء المتحدثين في المؤتمر / الاحتفال من البلدية
6. أسماء المتحدثين في المؤتمر / الاحتفال من خارج البلدية
7. أسماء المتحدثين في المؤتمر / الاحتفال حسب الترتيب البروتوكولي
8. الفترة المحددة لكل واحد من المتحدثين
9. الفترة المحددة للمناقشات
10. تحديد عرافة المؤتمر / الاحتفال بما في ذلك تعريف بديل.
11. وجود برنامج المؤتمر / الاحتفال
12. وجود المواد العينية من منشورات وغيرها بكميات كافية
13. وجود وسلامة دليل الصوت
14. وجود تصوير توثيقي للمؤتمر / الاحتفال
15. تحديد الجهات الصحفية المدعوة لحضور المؤتمر / الاحتفال من الصحافة المحلية والأجنبية.
16. زيارة موقع المؤتمر / الاحتفال قبل انعقاده والإشراف على إعداد المكان وتنظيمه والتأكد من كافة الأجهزة والمعدات المستخدمة والترتيبات المعدة من أجل إنجاح المؤتمر حسب بروتوكولات المؤتمرات الصحفية المعمول بها دولياً.