

دليل إجراءات

إدارة الإعلام والإعلام الديني والعلاقات العامة

الفصول 9 و10 و11 من الباب الثاني من الأمر الحكومي عدد 534 لسنة 2021

المؤرخ في 29 جوان 2025 المتعلق بتنظيم وزارة الشؤون الدينية.

التعريف بالإدارة

يسير إدارة الإعلام والإعلام الديني والعلاقات العامة مدير إدارة مركزية ويشتمل على إدارتين فرعيتين:

أ- الإدارة الفرعية للإعلام والاتصال والعلاقات العامة،

ب- الإدارة الفرعية للإعلام الديني.

✓ تكلف الإدارة الفرعية للإعلام والاتصال والعلاقات العامة خاصة بـ:

- إعداد استراتيجية الاتصال العامة للوزارة بالتنسيق مع كل الهيكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة،

- إعداد ومتابعة وتقييم المخططات الاتصالية والإعلامية المتعلقة ببرامج ومشاريع الوزارة،

- إرساء العلاقات مع أجهزة الإعلام وتنظيم وإعداد الندوات الصحفية،

- التغطية الإعلامية لأنشطة الوزارة في الداخل والخارج،

- صياغة البيانات والبلاغات الصحفية بالتنسيق مع المصالح الخصوصية التابعة للوزارة،

- المساهمة في تحيين موقع واب الوزارة،

- جمع المعلومات الصحفية التي تهم نشاط الوزارة وتحليلها ونشرها،

- إرساء العلاقات مع أجهزة الإعلام وتطويرها،

- التنسيق مع المصالح المعنية بالوزارة والإدارات الجهوية للشؤون الدينية قصد الاستجابة لمطالب التراخيص الصادرة عن مؤسسات الإعلام والهيكل الأخرى

المتعلقة بزيارة المعالم الدينية أو تصويرها أو تغطية الأنشطة المقامة بها.

- تنظيم وتنسيق العلاقات العامة،

ولهذا الغرض فهي تشتمل على مصلحتين:

1- مصلحة الاتصال والعلاقات العامة،

2- مصلحة المتابعة الإعلامية.

✓ تكلف الإدارة الفرعية للإعلام الديني خاصة بـ

- متابعة الإنتاج الإعلامي في مختلف وسائل الإعلام في المجال الديني والعمل على تقييمه وتقديم الملاحظات عند الاقتضاء،
 - المساهمة في إعداد وإنتاج ونشر الدعائم الإعلامية التي تساهم في التعريف والتسويق لبرامج الوزارة،
 - وضع مخطط إعلامي للتوعية الدينية العامة الموجهة للمواطن للتعريف بمبادئ الإسلام وأحكامه من خلال التعاون مع مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة والالكترونية،
 - إعداد برامج دينية والعمل على نشرها عبر الموقع الرسمي للوزارة ومختلف وسائل الإعلام،
- ✓ ولهذا الغرض فهي تشتمل على مصلحتين:
- 1-مصلحة الإنتاج والبرمجة الدينية،
 - 2-مصلحة المتابعة والتنسيق مع وسائل الإعلام.

الإجراءات

01/ الإدارة الفرعية للإعلام والاتصال والعلاقات العامة:

-إعداد استراتيجية الاتصال العامة للوزارة بالتنسيق مع كل الهيكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
1	-الدعوة لاجتماع مع التنصيب على الموضوع وتحديد جدول الأعمال وتحضير مقترحات.	- الوزير. - رئيس الديوان. -ممثلي مختلف الهيكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. -إدارة الإعلام.	وفق الدعوة الموجهة من الديوان.	عليسة		
2	-يتمّ خلال الاجتماع معاينة الوضع الآني (الواقع) وتحديد الأهداف التي ترغب الوزارة في تحقيقها.	-الوزير. - رئيس الديوان. -ممثلي مختلف الهيكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. -إدارة الإعلام.	يوم الاجتماع.			

			يوم الاجتماع.	- الوزير. - رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. -إدارة الإعلام.	3-تحديد المتدخلين في تنفيذ الاستراتيجية.	3
			يوم الاجتماع.	- الوزير. - رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. - إدارة الإعلام.	4-تحديد الجمهور المستهدف.	4
			يوم الاجتماع.	- رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. - الإدارة العامة للمصالح المشتركة. - إدارة الإعلام.	5-تحديد الطلبات اللوجستية والإمكانيات المادية.	5
			يوم الاجتماع.	- الوزير. - رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات	6-تحديد آجال التنفيذ.	6

				التابعة للوزارة. إدارة الإعلام.	
			يوم الاجتماع.	- الوزير. - رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. -إدارة الإعلام.	7 -تحديد الصعوبات التي يمكن أن تعترض العمل.
			قبل الانطلاق في التنفيذ.	- الوزير. - رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. - منفي الاستراتيجية من خارج الوزارة. -وسائل الإعلام.	8 -إعداد ندوة صحفية للتعريف بالاستراتيجية.
			في فترة تنفيذها.	- الوزير. - رئيس الديوان. -مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة.	9 -متابعة تنفيذها.

				- إدارة الإعلام.		
			بعد تنفيذها.	- الوزير. - رئيس الديوان. - مختلف الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. - إدارة الإعلام. - منفذو الاستراتيجية من خارج الوزارة. - وسائل الإعلام.	-تقييم الاستراتيجية.	10

-إرساء العلاقات مع أجهزة الإعلام

الملاحظات	القانونية	المراجع والترتيبية	المنظومة المعتمدة	الآجال	الأطراف المتدخلة	الوصف المدقق للإجراء	المراحل
				عمل يومي.	- إدارة الإعلام.	-حسن التعامل مع وسائل الإعلام.	1
			الهاتف القار/الجوال. الفاكس.	عمل يومي.	- إدارة الإعلام.	-توفير المعلومة اللازمة لهم.	2

		عبر التطبيقات: الواتساب. اللقاء المباشر. البريد الإلكتروني.				
3		الهاتف القار/الجوال. الفاكس. عبر التطبيقات: الواتساب. اللقاء المباشر. البريد الإلكتروني.	عمل يومي.	-إدارة الإعلام.	-دعوتهم لمواكبة أنشطة الوزارة.	
4		الهاتف القار/الجوال. الفاكس. عبر التطبيقات: الواتساب. اللقاء المباشر. البريد الإلكتروني.	عمل يومي.	-إدارة الإعلام.	-إرسال البلاغات لوسائل الإعلام.	
5		-عليسة. -البريد الإلكتروني	عمل يومي.	-إدارة الإعلام.	-توفير بنك معطيات خاص بهم.	

- تنظيم وإعداد الندوات الصحفية:

الملاحظات	المراجع القانونية والترتيبية	المنظومة المعتمدة	الأجال	الأطراف المتدخلة	الوصف المدقق للإجراء	المراحل
أحيانا يقع الإعداد لندوات صحفية في وقت قياسي لا يتجاوز 24 ساعة.		عليسة.	قبل أسبوعين من تاريخ عقد الندوة.	- الوزير. -رئيس الديوان. -إدارة الإعلام. -مصالح الوزارة المعنية بموضوع الندوة.	-عقد اجتماع لتحديد موضوع وتاريخ الندوة الصحفية ومدى الحاجة إليها.	1
			قبل عشرة (10) أيام من تاريخ انعقاد الندوة.	- الوزير. - رئيس الديوان. -إدارة الإعلام. الإدارات المعنية.	-تحديد الأرقام والمعلومات التي سيتم تقديمها وترتيبها حسب الأهمية.	2
			قبل عشرة (10) أيام	- الوزير.	-تحديد المتدخل الذي سيقدم المعطيات	3

			من تاريخ انعقاد الندوة.	- رئيس الديوان. -إدارة الإعلام.	
عقد لقاء مع المنشط لتأطيره وتقديم موضوع الندوة والمعطيات المتعلقة بها.			قبل أسبوع من تاريخ انعقاد الندوة.	- الوزير - رئيس الديوان -إدارة الإعلام	4 -تحديد المنشط le médiateur
يمثل الوزارة لدى وسائل الإعلام للإدلاء بالتصريحات وتقديم المعطيات حول موضوع الندوة.			قبل أسبوع من تاريخ انعقاد الندوة.	- الوزير. - رئيس الديوان. -إدارة الإعلام.	5 -تحديد الناطق الرّسّمي (يمكن أن يكون المتدخّل الذي سيقدم المعطيات في الندوة الصحفية).
-يمكن دعوة كلّ وسائل الإعلام -يمكن الاكتفاء			قبل أسبوع من تاريخ	- الوزير. - رئيس الديوان. - الإعلام.	06 -تحديد وسائل الإعلام التي ستتم دعوتها.

بالإعلام العمومي.			انعقاد الندوة.		
			قبل عشرة (10) أيام من انعقاد الندوة.	- الوزير. - رئيس الديوان. - إدارة الإعلام. - الإدارات المعنية. - الإدارة العامة للمصالح المشتركة.	07 -تحديد مكان الندوة والطلبات اللوجستية والإمكانيات المادية.
تتم المهمة تحت إشراف الوزير ورئيس الديوان.			قبل خمسة (05) أيام من تاريخ انعقاد الندوة.	-إدارة الإعلام.	08 -كتابة البلاغات وإرسالها والتواصل مع الإعلاميين.
			قبل يومين (02) من تاريخ انعقاد	-الديوان. -إدارة الإعلام.	09 -دعوة المشرفين على الإدارات المعنية والتي لها صلة بموضوع الندوة للحضور والاستعداد للأسئلة التي يمكن أن تطرح ولها علاقة

			النّدوة.		بأدائهم.	
استشارة الوزير ورئيس الديوان بعد تحديد المعطيات.			قبل ثلاث (03) أيام من تاريخ انعقاد النّدوة	-إدارة الإعلام. -الإدارة المعنية بموضوع النّدوة.	-إعداد ملف صحفي ورقي أو رقمي أو الاثنين معا يحتوي على أهمّ المعطيات والأرقام التي سيتمّ التصريح بها وكذلك الصّور.	10
			قبل يومين (02) من تاريخ انعقاد النّدوة	-إدارة الإعلام. -الإدارة المعنية بموضوع النّدوة. -الإدارة العامّة للمصالح المشتركة.	-الاستعداد المحكم للنّدوة الصحفيّة: *اختيار فضاء واسع يسمح للصحفيّين بالتصوير والتحرك في أريحية. *تحديد مكان الإدلاء بالتصريحات. *التنظيف. *وضع لافتات. *إعلام المكلفين بالاستقبال في باب الدّخول. *الإنارة الجيدة.	11

					<p>*الاستقبال داخل القاعة.</p> <p>*تفقد المصاحح وتجربتها.</p> <p>*تحديد مكان جلوس كل شخص من الحضور.</p>	
يمكن أن يقدم الندوة الصحفية أكثر من شخص.			<p>يوم الندوة والالتزام بتوقيتها.</p>	<p>- الوزير أو من ينوبه.</p> <p>- المنشط.</p> <p>- الناطق الرسمي.</p> <p>- إدارة الإعلام.</p>	<p>-انطلاق الندوة الصحفية.</p> <p>*الإجابة عن أسئلة الصحفيين.</p> <p>*توزيع الملف الصحفي بعد انتهاء الندوة.</p> <p>*القيام بالتصريحات.</p>	12
			<p>يوم الندوة والأيام الموالية لها.</p>	<p>إدارة الإعلام.</p> <p>الوزير.</p> <p>رئيس الديوان.</p>	<p>-متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام مع التقييم.</p>	13

-التغطية الإعلامية لأنشطة الوزارة في الدّاخل:

المراحل	الوصف المدقّق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونيّة والترتيبية	الملاحظات
1	-إعلام إدارة الإعلام بموعد النشاط وفحواه.	-الوزير - رئيس الدّيوان.	قبل ثلاثة (03) أيام من إنجاز النشاط.	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		
2	--كتابة الدّعوات وإرسالها لوسائل الإعلام ودعوتهم للتغطية مع تحديد توقيت كلّ تحرك وفق البرنامج، لأنّ جلّ الأنشطة في الجهات تحتوي على عدّة أركان (الإشراف على الندوات وتدشين الجوامع وتفقد الكتاتيب أو تكريم أشخاص لهم صلة بالشأن الدّيني).	إدارة الإعلام.	قبل ثلاثة (03) أيام من إنجاز النشاط.	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		

<p>-عادة ما يكون الوزير أو مدير مركزي له صلة بالنشاط أو المدير الجهوي من يتحدثون لدى الإعلام باسم النشاط.</p> <p>-يمكن أن يتواصل مع وسائل الإعلام من يقدمون مداخلات في الندوة.</p>			<p>قبل يومين (02) من إنجاز النشاط.</p>	<p>- الوزير. - رئيس الديوان. - إدارة الإعلام.</p>	<p>-تحديد الناطقين الرسميين باسم النشاط.</p>	3
			<p>قبل يومين (02) من إنجاز النشاط.</p>	<p>إدارة الإعلام.</p>	<p>-تعيين ممثلي إدارة الإعلام للتغطية.</p>	5

			قبل يومين (02) من إنجاز النشاط.	إدارة الإعلام.	-تفقد أجهزة التصوير والسيارة المصاحبة.	6
			يوم النشاط.	إدارة الإعلام.	-تغطية النشاط والتركيز على الإنجازات والتوصيات الصادرة عن الوزير.	7
الوزير يعطي الإذن بنشر الصور التي تمّ اقتراحها.			يوم النشاط أو اليوم الموالي في حال الانتهاء منه في وقت متأخر.	المصور. مدير الإعلام أو من ينوبه. الوزير.	-اختيار الصّور الملائمة والمعبرة عن كلّ حدث.	8
الوزير يعطي الإذن بنشر البلاغ الذي تمّ اقتراحه.			يوم النشاط أو اليوم الموالي في حال الانتهاء منه في وقت متأخر.	مدير الإعلام أون ينوبه. الوزير.	-كتابة البلاغ ومراجعته ثمّ نشره.	9
			ما بعد النشاط.	إدارة الإعلام.	-متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام.	10

-التغطية الإعلامية لأنشطة الوزارة في الخارج:

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-إعلام إدارة الإعلام بموعد النشاط وفحواه.	الوزير. رئيس الديوان.	قبل أسبوعين من إنجاز النشاط.	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		
02	-التنسيق مع مراسلي وسائل الإعلام الوطنية في البلد الذي سيزوره الوزير. -التنسيق مع إدارة الإعلام التابعة للمؤسسة التي قامت بدعوة الوزير. -التنسيق مع وكالة الأنباء الوطنية في بلد الزيارة.	إدارة الإعلام.	قبل أسبوع من إنجاز النشاط.	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		

				<p>- يمكن تكليف ممثل عن إدارة الإعلام لمرافقة الوزير في الزيارة وهو من يقوم بكل المهام الاتصالية من تصوير وصياغة للبلغات والتنسيق مع وسائل الإعلام في البلد المستضيف مع النشر.</p>	03
			<p>- الوزير. - رئيس الديوان. - إدارة الإعلام.</p>		
			<p>- بعد إنجاز النشاط مباشرة. - يمكن أيضا الحصول على المعطيات بعد عودة الوزير من الزيارة في الخارج.</p>	<p>إدارة الإعلام.</p>	<p>04</p> <p>- في حال عدم مرافقة ممثل عن إدارة الإعلام الوزير في الزيارة: يتم تلقي المعطيات وفحوى الأنشطة في البلد المستضيف واختيار الصور الملائمة من الوزير أو رئيس الديوان ثم صياغة البلاغ من قبل إدارة الإعلام ونشره على الصفحة وتوجيه لوسائل الإعلام المحلية.</p>

			ما بعد النشاط.	إدارة الإعلام.	-متابعة وتقييم ما ينشر في وسائل الإعلام الوطنية وما نشرته وسائل الإعلام البلد المستضيف.	05
--	--	--	----------------	----------------	---	----

-التغطية الإعلامية لموسم الحجّ:

المراحل	الوصف المدقّق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونيّة والترتيبية	الملاحظات
01	-الدعوة وتنظيم اجتماع بخصوص التحضير لانطلاق الموسم.	- الوزير. - رئيس الدّيوان. -إدارة الإعلام. -الإدارة العامّة للحجّ والعمرة.	قبل أسبوع من انطلاق الموسم.	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		

			يومان (02) قبل نشر البلاغ.	-الإدارة العامة للحجّ والعمرة. -إدارة الإعلام. -رئيس الديوان. -الوزير. -المسؤول عن المنظومات والإعلامية بالوزارة.	-التواصل مع المسؤول الأوّل في الإدارة المعنية بخصوص صياغة بلاغ انطلاق التسجيل للحجّ عن طريق المنظومة.	02
			يومان (02) قبل نشر البلاغ.	-الإدارة العامة للحجّ. والعمرة. -إدارة الإعلام. -رئيس الديوان. -الوزير.	-اقتراح الناطق الرّسّي للتواصل مع وسائل الإعلام والرسائل الواجب تبليغها.	03
			في الموعد المتفق عليه	-إدارة الإعلام.	-نشر البلاغ.	04

			وعادة أسبوع قبل فتح منظومة الحجّ.		
05	-إجراء تصريحات صحفية حول البلاغ في مختلف وسائل الإعلام.	-الوزير. -إدارة الإعلام -الناطق الرّسمي باسم الإدارة المعنية.	يوم نشر المقال والأيام الموالية له.		
06	-التغطية الإعلامية لمختلف مراحل تحضيرات الحجّ اجتماعات اللّجنة الوطنيّة للحجّ والعمرة: الدروس/الحجّ التدريبي/بلاغ تكلفة الحجّ/فتح شبابيك إتمام إجراءات السّفر/تغطية الرحلات إلى البقاع المقدّسة.	- الوزير. - رئيس الدّيوان. -إدارة الإعلام. -الإدارة العامّة للحج والعمرة. -اللّجنة الوطنيّة للحجّ والعمرة.	وفق الرزنامة الخاصة بمختلف مراحل الحجّ.		
07	-التنسيق مع مكاتب إعلام ممثلي اللّجنة الوطنيّة للحجّ	-الوزير.	حسب موعد الأنشطة.		

				<p>- رئيس الديوان. -ممثل المؤسسة المعنية في اللجنة الوطنية للحج والعمرة. -مكاتب الإعلام الخاصة بالمؤسسات الممثلة في اللجنة الوطنية للحج والعمرة.</p>	<p>والعمرة (النقل/الصحة/شركة الخدمات..).</p>
			<p>وفق المطلوب.</p>	<p>-الوزير. - رئيس الديوان. -السادة أعضاء اللجنة الوطنية للحج والعمرة ومكاتب إعلامهم. -إدارة الإعلام الخاصة بوزارة الشؤون الدينية. -الإدارة العامة للحج</p>	<p>08 -تنظيم ندوات صحفية أو نقاط صحفية.</p>

				والعمرة. -المؤسّسات الإعلاميّة.	
نضبط العدد حسب أعضاء مكتب حجاج تونس.				- الوكيل من يمثّل إدارة الإعلام في تغطية موسم الحجّ في البقاع المقدّسة وإعلام وسائل الإعلام ومكتب حجّاج تونس بذلك. -إدارة لإعلام. -الإدارة العامّة للحجّ والعمرة.	09
يمكن أن يساعد ممثل إدارة الإعلام في القيام بمهمّة الناطق الرّسمي بعد التنسيق مع الوزير وحسب الحاجة.			قبل أسبوع من انطلاق أولى الرّحلات.	-الوزير. -- رئيس الدّيوان. -اللّجنة الوطنيّة للحجّ والعمرة. -إدارة الإعلام. -الإدارة العامّة للحجّ والعمرة.	10

			على مدار اليوم.	ممثل إدارة الإعلام في البقاع المقدسة.	11	-تغطية مختلف أنشطة الحجّ لكلّ بعثات مكتب حجّاج تونس (وزارة الشؤون الدينية /شركة الخدمات/وزارة الصحة/وزارة النقل..)
			على مدار اليوم. حسب طبيعة النشاط.	ممثل إدارة الإعلام في البقاع المقدسة.	12	-تغطية نشاط الوزير رئيس البعثة الرسمية للحجّ مع السلطات السعودية ومع مكتب حجّاج تونس.
			على مدار اليوم وفي مختلف أنشطة مكتب حجّاج تونس.	ممثل إدارة الإعلام.	13	-صياغة المقالات وأخذ الصور، والفيديوهات، والنشر، والتوثيق.
يمكن أن يساعد ممثل إدارة الإعلام في القيام ب مهمة الناطق الرسمي بعد التنسيق مع			بصفة متواصلة	- الوزير رئيس البعثة الرسمية للحجّ. -ممثل إدارة الإعلام. -الناطق الرسمي أو مساعده.	14	-مدّ وسائل الإعلام التونسيّة أو السعوديّة بالمعطيات والفيديوهات المطلوبة والتنسيق مع الناطق الرسمي أو مساعده بخصوص

الوزير وحسب الحاجة.				-وسائل الإعلام. الحجيج.	التصريحات وأحيانا تمكين الحجيج من تقديم تصريحات لوسائل الإعلام.	
			بصفة متواصلة.	-ممثل إدارة الإعلام -مختلف البعثات المكوّنة لمكتب حجّاج تونس.	-الإجابة عن أسئلة أهالي الحجيج التي يتلقاها ممثلو إدارة الإعلام في البقاع المقدّسة على الصفحة الرّسمية للتواصل الاجتماعي للوزارة أو صفحة التواصل الاجتماعي لمكتب حجّاج تونس.	15
			بصفة متواصلة.	-ممثل إدارة الإعلام. -ممثلو مكتب حجّاج تونس. -مصالح الوزارة في الإدارة المركزيّة أو الإدارات الجهويّة.	-مدّ مصالح الوزارة المركزيّة أو الجهويّة بالمعطيات التي تطلبها.	16
			وفق رحلات العودة من	-ممثل إدارة الإعلام.	-تغطية عودة الحجيج إلى تونس.	17

			البقاع المقدّسة إلى تونس.			
18	-التنسيق مع وسائل الإعلام بخصوص التغطية الصحفيّة لعودة وفود الحجّيج التونسيّين.	-ممثل إدارة الإعلام. -المسؤولين في المطارات. -وسائل الإعلام.	-وفق رحلات العودة من البقاع المقدّسة إلى تونس.			
19	-تقييم ما نشر في وسائل الإعلام.	إدارة الإعلام.	-كامل الموسم وخاصّة في آخره.			
20	-تقديم تقرير مفصّل مكتوب ومصوّر عن عمل إدارة الإعلام خلال موسم الحجّ.	إدارة الإعلام.	-إثر عودة الحجّيج التونسيّون من البقاع المقدّسة.			
21	- تقديم تقرير مفصّل مكتوب ومصوّر عن نشاط مكتب حجاج تونس ورئيس المكتب ووزير الشؤون الدّينية خلال كامل موسم الحجّ.	إدارة الإعلام.	إثر عودة الحجّيج التونسيّون من البقاع المقدّسة.			

-صياغة البيانات والبلاغات الصحفية بالتنسيق مع المصالح الخصوصية التابعة للوزارة

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-تقديم مقترح من إدارة الإعلام إلى الإدارة المعنية صاحبة النشاط أو الحدث لكتابة بلاغ كما يمكن أن يكون الاقتراح بمبادرة من الإدارة المعنية.	- الوزير - رئيس الديوان -الهيكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. -إدارة الإعلام.	يرتبط البلاغ بحدث معين (مثلا قبل حلول شهر رمضان أو قبل المولد النبوي الشريف أو فترة الحج...).	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		-يمكن تقديم المقترح في لقاء مباشر.
02	-التواصل مع المسؤول الأول في الإدارة المعنية للحصول على معطيات لتضمينها بالمقال.	-الإدارة المعنية بالبلاغ. -إدارة الإعلام.	أسبوع قبل النشر.			
03	-صياغة المقال.	-إدارة الإعلام.	أربع (04) أيام قبل النشر.			

				-المسؤول عن الإدارة المعنيّة بالمقال.		
			ثلاثة (03) أيّام قبل النّشر.	-الوزير. -رئيس الديوان.	-مراجعة المقال.	04
			في الإبان بعد التأشير عليه.	-إدارة الإعلام.	-نشر المقال.	05
			يوم نشر المقال والأيام الموالية له.	- الوزير. -رئيس الديوان. إدارة الإعلام. -الناطق الرّسمي باسم الإدارة المعنيّة.	-دراسة إمكانية إجراء تصريحات صحفية بخصوصه.	06
			الأيام الموالية لنشر المقال.	-إدارة الإعلام. -الإدارة المعنيّة بالمقال.	-المتابعة والتقييم.	07

المساهمة في تحيين موقع واب الوزارة:

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-نقل ما ينشر في صفحة الوزارة على موقع الواب.	- إدارة الإعلام.	-في الإبان أو بعد يوم من نشر البلاغ في صفحة التواصل الاجتماعي.	-مواقع التواصل الاجتماعي.		-يشرف على هذه المهمة رئيس مصلحة المتابعة والتنسيق مع وسائل الإعلام.
02	--تأثيث النوافذ.	- إدارة الإعلام. -الإدارات المعنية. -تتم المهمة تحت إشراف رئيس الديوان.	في نفس اليوم الذي ترسل فيه المعطيات.	-مواقع التواصل الاجتماعي. -الواب.		-يشرف على هذه المهمة رئيس مصلحة المتابعة والتنسيق مع وسائل الإعلام.
03	-التواصل الدائم مع الإدارات للحصول على المعطيات والصّور.	إدارة الإعلام. الإدارات المعنية.	عمل يومي.	-الهاتف القار/ الجوال. -الفاكس. -البريد الإلكتروني. -عليسة.		يشرف على هذه المهمة رئيس مصلحة المتابعة والتنسيق مع وسائل الإعلام.

-جمع المعلومات الصحفية التي تهم نشاط الوزارة وتحليلها ونشرها-

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-الحضور في مختلف الاجتماعات والاطلاع على الجديد وعلى التوصيات وعلى المبادرات.	-إدارة الإعلام.	-عمل متواصل.	عمل يومي.		يتم العمل بدعوة من الوزير أو رئيس الديوان أو المسؤولين عن الإدارات.
02	-تحليل البيانات وكتابة البلاغات وفق ما هو قابل للنشر.	-إدارة الإعلام. -المسؤول عن الإدارة المعنية بالبلاغ.	-يتم التحضير للبلاغ قبل أسبوع.			يعرض المقال على الوزير أو على رئيس الديوان.
03	-التقييم والمتابعة.	-إدارة الإعلام. -المسؤول عن الإدارة المعنية بالبلاغ.	-ما بعد النشر.			

-التنسيق مع المصالح المعنية بالوزارة والإدارات الجهوية للشؤون الدينية قصد الاستجابة لمطالب التراخيص الصادرة عن مؤسسات الإعلام والهياكل الأخرى المتعلقة بزيارة المعالم الدينية أو تصويرها.

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-تلقي مطالب التصوير.	- الوزير. - رئيس الديوان. -الإدارات الجهوية. -إدارة الإعلام. -الواعظ المحلي. -الإطارات المسجدية. -صاحب الترخيص.		-عليسة. -البريد الإلكتروني. -المنظومات. -والواتساب. -مكتب الضبط -المركزي.		طالبي التراخيص من عدة اختصاصات.
02	-معالجة هذه المطالب والاطلاع على محتواها ودرس إمكانية الاستجابة.	-رئيس الديوان. -إدارة الإعلام.	-خلال أسبوع.			

		<ul style="list-style-type: none"> -عليسة. -البريد الإلكتروني. -الفاكس. -مكتب الضبط المركزي. 	<ul style="list-style-type: none"> -يوم التوقيع على الترخيص. 	<ul style="list-style-type: none"> -إدارة الإعلام. -الإدارات الجهوية. -الواعظ المحلي. -الإطارات المسجدية. 	<ul style="list-style-type: none"> -إعلام كل مدير جهوي بالزيارات لإعلام منظوريه والقائمين على هذه المعالم. 	03
		<ul style="list-style-type: none"> -البريد الإلكتروني. -الفاكس. -مكتب الضبط المركزي. -مباشرة من إدارة الإعلام. 	<ul style="list-style-type: none"> يوم التوقيع على الترخيص. 	<ul style="list-style-type: none"> إدارة الإعلام. الإدارات الجهوية. الواعظ المحلي. الإطارات المسجدية. 	<ul style="list-style-type: none"> -إعلام صاحب الترخيص بحصوله على الترخيص وبآجال الزيارة. 	04
			<ul style="list-style-type: none"> في موعد الزيارة. 	<ul style="list-style-type: none"> -الإدارة الجهوية. -الواعظ المحلي. -الإطارات المسجدية. 	<ul style="list-style-type: none"> -متابعة ظروف الزيارة. 	05

06	-إعلام بمتابعة الزيارة ونتائجها.	-الواعظ المحلي.	بعد الزيارة.	تقرير مكتوب. -تقرير شفاهي.	
07	-المتابعة والتقييم.	إدارة الإعلام.		تظهر نتيجة التراخيص في الأعمال الصحفية أو ما ينشر في صفحات المدارس أو في رسالات ختم الدروس أو رسائل الدكتوراه التي يعدّها الطلبة.	

-تغطية الأنشطة التي تنظمها الإدارات الجهويّة

المراحل	الوصف المدقّق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونيّة والترتيبية	الملاحظات
01	-تلقي مطالب من الإدارات الجهويّة لتغطية أنشطتها.	- الوزير. - رئيس الديوان.	قبل النشاط بأسبوع.	-عليسة. -البريد الإلكتروني.		-يمكن التواصل مع المدير الجهوي

شفاهيا من أجل مزيد التوضيح والتنسيق.		-عن طريق مكتب الضبط المركزي.		-الإدارات الجهويّة. -إدارة الإعلام. -وسائل الإعلام.	
			قبل النشاط بثلاثة (03) أيام.	-إدارة الإعلام. -وسائل الإعلام.	02 --معالجة المطالب وتوجيه الدعوات لوسائل الإعلام أو تغطيتها فقط من إدارة الإعلام بالصورة والفيديو ونشرها.
إعلام الوزير أو رئيس الديوان بمقترح الناطق الرّسمي.			قبل يومين (02) من تنظيم النشاط.	-إدارة الإعلام. -الإدارات الجهويّة.	03 التنسيق مع الإدارات الجهويّة بخصوص التصريحات وتقديم التوصيات حول النقاط التي يتمّ التركيز عليها في التصريح.
				-إدارة الإعلام. -الإدارة الجهويّة.	04 المساعدة في تأثيث صفحات الإدارات الجهويّة وتوجيه الملاحظات لهم.
				إدارة الإعلام.	05 المتابعة والتقييم.

				إدارة الإعلام. الإدارة الجهويّة.	إعلام المسؤولين بنتيجة التقييم.	06
--	--	--	--	-------------------------------------	------------------------------------	----

-معرض الصحّافة

الملاحظات	المراجع القانونيّة والترتيبية	المنظومة المعتمدة	الآجال	الأطراف المتدخلة	الوصف المدقّق للإجراء	المراحل
يشرف على هذه المهمّة أحد أعضاء إدارة الإعلام.			عمل يومي وحسب صدور الصّحيفة.	- الوزير. - رئيس الدّيوان. - إدارة الإعلام. - الإدارات المعنيّة.	-إعداد معرض الصّحافة المكتوبة: *أنشطة الوزير. -أنشطة القطاع. *الأحداث الهامة الوطنيّة والعالمية. *الأرشفة.	01

<p>يمكن أن يساهم فيه كلّ العاملين في إدارة الإعلام.</p>		<p>إليكتروني.</p>	<p>عمل يومي.</p>	<p>- الوزير. - رئيس الديوان. - إدارة الإعلام. - الإدارات المعنية.</p>	<p>02 -إعداد معرض الصحافة الإلكتروني.</p>
<p>يمكن أن يساهم فيه كلّ العاملين في إدارة الإعلام.</p>		<p>ورقي أو إلكتروني.</p>	<p>عمل يومي وفق ما يتمّ نشره من معطيات تهّم الشأن الديني أو الشأن العام.</p>	<p>- الوزير - رئيس الديوان. - إدارة الإعلام. - الإدارات المعنية.</p>	<p>03 -معرض الصحافة التلفزي والإذاعي.</p>

2/ الإدارة الفرعية للإعلام الديني

متابعة الإنتاج الإعلامي في مختلف وسائل الإعلام في المجال الديني والعمل على تقييمه وتقديم الملاحظات عند الاقتضاء

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-التواصل مع وسائل الإعلام بخصوص البرامج الدينية التي تبثّ لديها وتوقيت بثّها وتوقيت إعادة البث.	-إدارة الإعلام.		-الاتصال المباشر -الاتصال بالهاتف. -متابعة شبكات البرامج -متابعة التلفزيونات. -متابعة الإذاعات. -متابعة اليوتيوب. -متابعة صفحات. التواصل الاجتماعي.		

			ورقي. إلكتروني.	إدارة الإعلام.	-إعداد بنك معطيات حول البرامج الدينية ومن يقدمها والمؤسسة المعنية وتوقيت البث.	02
				إدارة الإعلام.	-مشاهدة هذه البرامج والتثبت من محتواها.	03
				-إدارة الإعلام. - رئيس الديوان. - الوزير.	-الإعلام بوجود ملاحظات بخصوص محتوى البرامج.	04
				-إدارة الإعلام. المؤسسات الإعلامية.	-إعلام المؤسسة الإعلامية ومقدم البرنامج بالملاحظات المثارة.	05

-المساهمة في إعداد وإنتاج ونشر الدعائم الإعلامية التي تساهم في التعريف والتسويق لبرامج الوزارة

المراحل	الوصف المدقق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونية والترتيبية	الملاحظات
01	-حضور الاجتماعات والاطلاع على الرسائل والخطط التي تعتمده الوزارة التركيز عليها.	-الوزير. - رئيس الديوان. -الهياكل والإدارات والمؤسسات التابعة للوزارة. -إدارة الإعلام.	عمل يومي.			
02	-إعداد استراتيجي في الغرض	إدارة الإعلام.	مدة أسبوع.			
03	- تحديد نوعية الدعائم: ومضات /ستوريات /دروس دينية/كابسولات...	-إدارة الإعلام. -الإدارات المعنية.	مدة أسبوع.			

			مدة أسبوع.	- إدارة الإعلام. - الإدارة المعنية. - إدارة التوعية. - إدارة الدراسات.	- توفير ما يمكن من معطيات واستشهادات.	04
تعرض الأعمال على الوزير ورئيس الديوان قبل النشر.			مدّة شهر.	- إدارة الإعلام. - مؤسسات إنتاج خارجيّة خاصّة أو عمومية.	- إنجاز الدعائم.	05
			عمل متواصل.	- إدارة الإعلام. - وسائل الإعلام.	- نشر هذه الدعائم في التلفزات والإذاعات وصفحات التواصل الاجتماعي واليوتوب	6
			عمل متواصل بعد البث.	- إدارة الإعلام.	- المتابعة والتقييم	7

إعداد برامج دينية والعمل على نشرها عبر الموقع الرّسّمي للوزارة ومختلف وسائل الإعلام:

المراحل	الوصف المدقّق للإجراء	الأطراف المتدخلة	الآجال	المنظومة المعتمدة	المراجع القانونيّة والترتيبية	الملاحظات
01	- وضع خطة للبرامج الدّينية على كامل الموسم.	- الوزير. - رئيس الدّيوان. - إدارة الإعلام.	في بداية كل موسم.			
02	-وضع خطة للبرامج ترتبط بالمناسبات الدّينية (رمضان/المولد النبوي الشريف/الحجّ...)	-السيد الوزير. -السيد رئيس الدّيوان. -إدارة الإعلام. -الإدارات المعنية.	-في بداية كل موسم. -قبل انطلاق المناسبة الدّينية بشهر.			
03	-تحديد المؤسسات الإعلامية التي ستنجز وتُنشر البرامج.	إدارة الإعلام.	في بداية كل موسم. -قبل انطلاق المناسبة الدّينية بشهر.			

			قبل انطلاق التصوير بشهر	-السيد الوزير -رئيس الديوان -إدارة الإعلام -الإدارة العامة للإطارات المسجدية	-تحديد من سينشطها	04
-هناك مواضيع ترتبط بالأحداث.			-قبل التصوير بشهر.	- الوزير. - رئيس الديوان. -إدارة الإعلام.	-تحديد المواضيع.	05
			قبل شهر على الأقل من التصوير.	-إدارة الإعلام. -وسائل الإعلام.	-التنسيق مع المؤسسة الإعلامية بخصوص آجال التصوير أو التسجيل.	06
			قبل انطلاق التصوير بشهر.	-إدارة الإعلام. -وسائل الإعلام.	-التنسيق بخصوص الفريق التقني والمخرجين.	07

			كل يوم تصوير.	-إدارة الإعلام.	-المتابعة أثناء التصوير.	08
			قبل البثّ.	-إدارة الإعلام.	-المشاهدة قبل البثّ.	09
			بعد البثّ.	-إدارة الإعلام. -وسائل الإعلام.	-التقييم.	10
			بعد البثّ.	-إدارة الإعلام. -وسائل الإعلام.	-إعادة النشر على صفحات التواصل الاجتماعي وعلى اليوتوب.	11