

٩-سياسات العلاقات العامة والإعلام

المسؤول عنها	إدارة الاتصال المؤسسي
رمز السياسة	اتصال.س.٩
الحالة	معتمدة

-الاعتماد

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وبعد:

فقد اطلع أعضاء الجمعية العمومية بجمعية مكافحة السرطان الخيرية بالأحساء (تفاؤل) في اجتماعهم العادي يوم الثلاثاء بتاريخ ٣/٥/١٤٤١هـ الموافق ٢٨/١/٢٠٢٢م على **سياسة العلاقات العامة والإعلام** وقرروا اعتمادها والعمل بموجبها ونشرها على الموقع الإلكتروني للجمعية وفق الصيغة المرفقة بالاعتماد.

رئيس مجلس الإدارة

محمد بن عبد العزيز العفالق

سياسات الاتصال الإعلامي

- مصطلحات العلاقات العامة والإعلام.
- الإطار المرجعي لسياسات الاتصال.
- الجمهور المستهدف للجمعية.
- الظهور الإعلامي.
- التصريحات الصحفية.
- نشر وصياغة الخبر.
- إرسال الأخبار.
- مواصفات الصور المرفقة مع الخبر.
- العلاقات العامة.

سياسات الإعلام الإلكتروني

- تحديث المعلومات الإلكترونية.
- التغييرات وإخلاء المسؤولية.
- المحتوى الإلكتروني.
- صياغة الروابط في المحتوى الإلكتروني.
- صفحات التعليمات والإرشادات.
- زيادة فرص البحث في المحتوى الإلكتروني.
- الإعلام الاجتماعي.
- ضوابط خاصة بموقع التواصل الاجتماعي.

نص السياسة:

تنطلق السياسات الاتصالية للجمعية من كتاب الله تعالى وسنة نبيه صلى الله عليه وآله ومنهج السلف الصالح : وتلتزم بالسياسات الإعلامية وسياسات النشر للمملكة العربية السعودية وقرارات مجلس الإدارة

١-الجمهور المستهدف للجمعية:

تستهدف الجمعية أنواعا من المستهدفين وتقديم لكل نوع برامج اتصال مناسبة حسب الخطط الموضوعية من الجمعية العمومية ويتم تزويدها بالتقارير الإعلامية بشكل دوري

٢-أعضاء مجلس الإدارة:

ويتم تزويدهم بتقارير دورية عن قياس سمعة الجمعية وصورها الذهنية وحضورها الإعلامي .

٣-الجهات الرقابية:

والتي يتم تزويدها بمعلومات عن خدمات الجمعية والمستفيدين منها والتواصل معها بشكل دائم لمد جسور التعاون وبيان اهتمام الجمعية بالشفافية .

٤-المستفيدون:

تقديم مواد إعلامية جيدة عن خدمات الجمعية وآليات التواصل معها.

٥-الجمهور العام:

بناء علاقات إيجابية لتكوين صورة ذهنية إيجابية عن الجمعية

٦-المؤسسات الأهلية والمانحة:

التعاون معهم لتقديم صورة إيجابية عن العمل الأهلي وأثره في التنمية المجتمعية وتحقيق الرؤية.

٧-المتبرعون والشركات التجارية:

تزويدهم ببيانات عن خدمات الجمعية والأفكار المبتكر للخدمات التنموية المجتمعية.

نص السياسة:

يجب أن يكون الهدف من الظهور الإعلامي هو بناء النموذج النافع ، نشر التجربة ، التركيز على المهنية في الأداء ، والأثر الإيجابي لخدمات الجمعية ، وذلك رغبة في تعظيم أجر المتبرع من خلال محاكاة التجارب النوعية التي قامت بها المؤسسات الأهلية.

سياسة ضوابط النشر الإعلامي:

نص السياسة:

يجب اتباع الآتي :

- ١) الالتزام بالاسم المعتمد للجمعية وهو: جمعية مكافحة السرطان الخيرية بالأحساء (تفأول) عند النشر الإعلامي ، يستثنى من ذلك حالات العناوين الخيرية والإعلام الاجتماعي.
- ٢) في حال ظهور الشعار (الوجو) يجب المحافظة على الشعار المعتمد بالأبعاد والألوان والمكونات والمعتمد رسمياً من الجمعية .
- ٣) الالتزام بالهوية الإعلامية في الخطابات والمطبوعات والإنتاج الإعلامي المتنوع .
- ٤) الإعلامي والعلاقات العامة هي الجهة المسؤولة عن التواصل مع الجهات الإعلامية .
- ٥) تنشر الأخبار والمنتجات الإعلامية بعد إعدادها من قبل مدير الإعلام والعلاقات واعتمادها من قبل الأمين العام أو نائبة .
- ٦) تفعيل الاتصال ذي الاتجاهين بين الجمعية من جهة وجمهورها من جهة أخرى .
- ٧) التواصل الدوري والبناء مع الإعلاميين .

- ٨) الرصد الإعلامي لكل ما ينشر ورفع ذلك للمسؤولين بشكل دوري .
- ٩) الالتزام بالمعايير المهنية عند التوثيق والنشر الإعلامي ، وذلك من خلال جودة الصياغة ، والدقة العالمية للصور والأفلام .
- ١٠) الالتزام بقواعد اللغة العربية والإملاء .

١١) السياسة : التصريحات الصحفية

نص السياسة:

يجب اتباع الآتي في التصريحات الصحفية :

- ١) تصدر التصريحات الصحفية من المتحدث الرسمي الجمعية .
- ٢) تصدر التصريحات الصحفية للمسؤولين بعد التنسيق مع الإعلام والعلاقات العامة .
- ٣) يصدر التصريح مكتوبًا بعد أخذ الموافقة على نشر من الإدارة العليا .
- ٤) تنشر التصريحات للقيادات بعد موافقة صاحب التصريح أو من يفوضه .
- ٥) تفعيل التصريحات الرسمية للإدارة التنفيذية عند نشر الأخبار المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية .

السياسة : نشر وصياغة الخبر

نص السياسة:

- ٦) تُنشر الأخبار يومياً فور توفر الخبر ولا تُجمع دفعه واحدة .
- ٧) يجب نشر الأخبار قوية التأثير والمركبة للأحداث فقط .
- ٨) لا ينشر أي خبر مرسل في حالة تم نشرة من قبل جهة أخرى أولاً .

٩) ترسل المعلومات المرشحة للنشر كاملة ولقسم العلاقات العامة إعادة الصياغة بما تراه مناسباً ، ويجب ان تكون المعلومات مكتملة مع التأكد من صحة الأسماء والشخصيات والجهات .

١٠) يجب إبراز أهم أعمال وإنجازات الجمعية وفروعها للجمهور الخارجي .

سياسة : إرسال الأخبار

نص السياسة:

تُرسل الأخبار المقترحة نشرها على البريد الإلكتروني للعلاقات العامة والإعلام .

السياسة : مواصفات الصور المرفقة مع الخبر

نص السياسة:

يجب أن يتوفر التالي في الصورة المنشورة مع الأخبار :

١) عالية الدقة .

٢) ليست مضغوطة او مصغرة .

٣) لن يُنشر أي خبر يفتقد الصورة عالية الجودة .

٤) يراعي في الصورة أن تمثل الخبر وأن يتضح فيها تمثيل الفرع .

سياسية العلاقات العامة

نص السياسة:

يجب اتباع الآتي :

١) تفعيل خط الاتصال بين مدير العلاقات العامة والأمين العام .

٢) تمكين إدارة العلاقات العامة من القيام بوظائفها ، مثل : الإعلام ، النشر ، التواصل مع الجمهور الخارجي ، تفعيل الاتصال الداخلي ، الإشراف على المطبوعات ، تقديم الاستشارات المتخصصة للإدارة العليا ، وغيرها .

٣) الاستمرارية في تنفيذ برامج توعية لكل مستويات الجمهور المستهدف .
٤) الإبداع في البرامج الثقافي والاجتماعية والرياضة الموجهة للموظفين وعائلاتهم .

٥) تفعيل الزيارات المتبادلة بين أفراد الفروع .

٦) إجراء البحوث الدورية لمعرفة آراء الجمهور المستهدف .

٧) تخطيط برامج العلاقات العامة .

٨) إجراء البحوث والدراسات بما ذلك آراء العاملين ، والجمهور الخارجية ، وتوصيلها للإدارة العليا.

سياسية تحديث المعلومات الإلكترونية.

نص السياسة

يجب التأكد من تحديث محتوى المعلومات والمواد المختلفة المنشورة إلكترونياً بشكل يضمن حداثها حين نشرها، وهذا يشمل الأخبار والتقارير والصور، ويشمل أيضاً المعلومات التعريفية مثل: الأسماء، أرقام الهواتف، البريد الإلكتروني ووصف المواد وغيرها من المعلومات.

سياسة التغييرات وإخلاء المسؤولية.

نص السياسة:

تحتفظ الجمعية بالحق في تغيير المعلومات الواردة فيما سيتم نشره في أي وقت وبدون سابق إنذار الحرص على بذل قصارى الجهد من قبل العلاقات العامة للتأكد من دقة المعلومات الواردة في الأخبار والتقارير والموقع الإلكتروني: وذلك لضمان دقتها أو تعرضها لما يناهز لسلامة النشر أو البنود المنشار إليها أعلاه بما في ذلك أي نص أو رسوم بيانية أو إعلانات أو مواد مرئية أو مسموعة.

سياسية المحتوى الإلكتروني

نص السياسة:

- ١) يجب أن تشتمل بداية الصفحة على عنوان جذاب وشارح لمحتوياتها.
- ٢) اتباع الأسلوب المختصر في عرض الأفكار التي تتضمنها الصفحة.
- ٣) استخدام عناوين فرعية مثل العناوين الرئيسية
- ٤) في الصفحات الطويلة، يجب تجميع العناوين الفرعية في أعلى الصفحة على أن تكون في شكل روابط للداخل.
- ٥) في الصفحات الطويلة، يجب استخدام روابط ضمن أجزاء الصفحة لإمكانية الرجوع لأعلى الصفحة بشكل متتابع.
- ٦) يجب أن تشتمل الصفحة الواحدة على موضوع واحد وهدف واحد.
- ٧) يجب عدم تكرار المعلومات أو كتابة موضوعات قديمة وغير مناسبة من ناحية التوقيت.
- ٨) يجب عدم تكرار معلومات موجودة في صفحات أخرى، وعند الحاجة إلى مثل هذه المعلومات فيجب أن يتضمن النص رابطاً يؤدي إلى هذه المعلومات.
- ٩) ضرورة وجود تاريخ في كل صفحة من ضمن أجزاء المحتوى.
- ١٠) يجب استخدام تواريخاً محددة ضمن مواد المحتوى: خاصة الأخبار وذلك بدلا من استخدام كلمات مثل: مؤخراً، في وقت لاحق، حديثاً .. إلخ.
- ١٠) تجنب استخدام صيغة المستقبل إلا إذا اقتضت الضرورة ذلك، ويجب أن يأتي المستقبل في شكل تواريخ محددة.

سياسة صياغة الروابط في المحتوى الإلكتروني

نص السياسة:

١) يجب أن يكون نص الرابط معبراً بوضوح ويشير لنفسه وذلك ليتمكن المتصفح من الضغط

عليه في حالة الرغبة للوصول إلى هذه الصفحة.

٢) من الأفضل أن تأتي الروابط منفردة في السطر واحد أو في قائمة من الروابط.

٣) إذا كان الرابط يؤدي إلى صفحة في موقع آخر، فيجب الإشارة إلى ذلك.

٤) إذا كان الرابط يفتح في صيغة ملفات مختلفة مثل الـ (PDF)، فيجب الإشارة إلى ذلك مع توضيح حجم الملف أو عدد الصفحات.

٥) تجنب الصفحات والأخبار التي تحتوي على روابط لا تعمل.

سياسية صفحات التعليمات والإرشادات

نص السياسة:

١) يجب أن تأتي التعليمات والإرشادات في صفحات مستقلة بعيداً عن أنواع المحتوى الأخرى، مثلاً عن الموقع، الملف الصحفي... إلخ.

٢) يتم وضع التعليمات وترتيبها بشكل منطقي ومقبول، مع تحديدها بأرقام.

٣) يجب استخدام عبارات سهلة ومباشرة مثل: (افعل كذا لتصل).

سياسة زيادة فرص البحث في المحتوى الإلكتروني

نص السياسة:

١) يجب استخدام كلمات مفتاحية ملائمة للمحتوى وشائعة الاستخدام بين المتصفحين، مما

يضمن زيادة فرص البحث عن المحتوى.

٢) استخدام كلمات مفتاحية في عناوين المحتوى، على أن تدل تلك الكلمات بصورة مباشرة على

مضمون المحتوى.

سياسة الإعلام الاجتماعي:

نص السياسة

يجب اتباع الآتي:

١) تكون إدارة حسابات التواصل الاجتماعي بإشراف إدارة الإعلام والعلاقات العامة.

٢) نشر الأخبار بعد اختصارها في وسائل التواصل الاجتماعي مع ذكر رابط الخبر في الموقع الرسمي للجمعية.

٣) إنشاء الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي للمواقع ذات العلاقة كوزارة الموارد البشرية

والتنظيم والإدارة.

٤) لا تقوم الحسابات في مواقع التواصل الاجتماعي بإعادة نشر للمعلومات إلا فيما يتعلق بالأخبار والمشاريع الخاصة بها.

٥) استخدام اسم الجمعية في الأخبار المنشورة في حسابات التواصل الاجتماعي.

٦) تفعيل الاتصال في الاتجاهين، والتفاعل مع الجمهور، والرد على استفساراتهم.

سياسة الضوابط الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي

نص السياسة:

يجب اتباع الآتي:

١) عدم متابعة الأفراد، والاكتفاء بمتابعة الجهات الرسمية.

٢) عدم نشر أي معلومة إلا بموافقة لجنة النشر.

٣) الاهتمام بردود الأفعال والرد عليها بأسلوب يتفق مع رسالة الجمعية وأهدافها ومن ثم رفعها إلى الجهات المختصة.

٤) التفاعل مع الشكاوى ورفعها إلى الجهات ذات العلاقة.