



السياسة الإعلامية للجمعية الخيرية للرعاية الصحية بمنطقة تبوك ١٤٤٢هـ - ٢٠٢٠م

المادة الأولى: المقدمة

الجمعية الخيرية للرعاية الصحية بمنطقة تبوك هي جمعية خيرية صحية تأسست طبقاً لأحكام لائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية بالمرسوم الملكي رقم (م/٨) وتاريخ ١٤٣٧/٢/١٩ هـ وقد صدر القرار رقم (١٠٠٧٦٤) وتاريخ ١٤٣٧/٧/٢٧ هـ بتسجيل الجمعية برقم ٧٧٢ وتاريخ ١٤٣٧ / ٧ / ٢٧ هـ وتشمل خدمات الجمعية منطقة تبوك، ومقرها الرئيسي مدينة تبوك وهي جمعية متخصصة في نشر الوعي الصحي وتقديم المساعدات العينية والمالية للمرضى المحتاجين بالمنطقة بأفضل السبل والإسهام في حل مشكلات المجتمع الصحية.

وعلى ضوء التوسع المتوقع لأعمال الجمعية جغرافياً وبرامجياً ظهرت ضرورة بناء سياسة إعلامية للجمعية؛ لتكون قاعدة راسخة وقوية تساعد الجمعية على تحقيق أهدافها، وكل تطوير يتم لهذه السياسة يكون في ضوء أهداف الجمعية ورؤيتها ورسالتها.

المادة الثانية: تعريفات

- الجمعية: الجمعية الخيرية للرعاية الصحية بمنطقة تبوك.
- الأمانة العامة: الجهاز الإداري بالمقر الرئيسي للجمعية، ومقرها في مدينة تبوك
- فروع الجمعية: فروع الجمعية الخيرية للرعاية الصحية بمنطقة تبوك.
- مكاتب الجمعية: المكاتب التابعة للفروع.
- مراكز الجمعية: المراكز المتخصصة التابعة للجمعية.
- الإعلام: كل أدوات ووسائل النشر؛ الإعلام المرئي، الإعلام المطبوع، الإعلام المسموع، الإعلام الرقمي وتفرعاته من شبكات اجتماعية حديثة، والمواقع الإلكترونية، والتطبيقات، وكل ما له علاقة بالتقنية.

المادة الثالثة: أهداف السياسة

تتطلق السياسة الإعلامية من رؤية ورسالة وأهداف الجمعية في إطار سياسة الإعلام في المملكة العربية السعودية وتهدف إلى:

١. النهوض بالمستوى الإعلامي في الجمعية لإيصال رسالة توعوية ذات أهداف لأفراد المجتمع
٢. رصد وتوثيق جميع ما ينشر عن الجمعية في جميع وسائل الإعلام التقليدي والجديد.
٣. تحديد المسار الإعلامي ورسم الخطوط العريضة لما يتم نشره باسم الجمعية.

المادة الرابعة: إبراز هوية الجمعية

تلتزم جميع الفروع والمراكز التابعة للجمعية بإبراز وتعزيز هوية الجمعية ورؤيتها ورسالتها وأهدافها في جميع ما ينشر إعلامياً وفي المقابلات الصحفية والإعلامية والإذاعية وما ينشر في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ونحوها.

المادة الخامسة: التحدث باسم الجمعية

أ. يختار مجلس الإدارة متحدثاً رسمياً للجمعية ويكون هو المعتمد في التصريح باسم الجمعية في المناسبات والمؤتمرات والبيانات والمواقف والأحداث الطارئة لوسائل الإعلام بما يخدم مصلحة الجمعية.

ب. فيما عدا ذلك تكون التصريحات الإعلامية من صلاحية رئيس الجمعية أو نائبه أو الأمين العام أو رئيس مجلس الفرع أو المدير التنفيذي للفرع حسب لائحة الصلاحيات الإدارية والمالية أو من يفوضونه بالنيابة عنهم.

المادة السادسة: التوثيق الإعلامي

على إدارة الجمعية والفروع والمراكز التابعة للجمعية توثيق جميع الأنشطة والبرامج التي تقيمها بجميع الوسائل المتاحة فيديو - مرئي - مسموع - فوتوغرافي (وجمعها وحصرها وأرشفتها وحفظ نسخة منها، ثم إرسال نسخة أخرى لإدارة الجمعية لأرشفتها، مع ضرورة إبراز شعار الجمعية في التوثيق، واسم النشاط أو البرنامج وتاريخ الفعالية.

ويشمل توثيق الأنشطة والبرامج ما يلي:

١- تقرير عن البرنامج، يشتمل على: اسم البرنامج، مكان التنفيذ، التاريخ، عدد المستفيدين، الجهة المنفذة، الجهة المانحة، أبرز النتائج.

٢- تصوير الفعالية فيديو، فوتوغرافي أو أحدهما حسب حجم الفعالية وأهميتها.

٣- صياغة خبر الفعالية لنشره في موقع الجمعية الإلكتروني ووسائل الإعلام الأخرى.

٤- يُفضّل دعوة الجهات الإعلامية مثل الصحف، الفضائيات، الإذاعات، الإعلام الجديد لحضور الفعالية وتغطيتها إعلامياً. لإبراز الدور المنوط بالجمعية وما تقدمه من خدمات

٥- متابعة ما يتم نشره في وسائل الإعلام بعد البرنامج، وإرفاقه مع التقرير الختامي للفعالية

المادة السابعة: العلاقات مع الإعلام

تقوية العلاقات بين الجمعية بفروعها ومراكزها والجهات الإعلامية الحكومية والخاصة والإعلاميين والكتاب والصحفيين، وزيارتهم لتعريفهم بالجمعية وإنجازاتها، ودعوتهم لحضور البرامج والفعاليات التي تقيمها الجمعية.

المادة الثامنة: نشر أخبار الجمعية

تقوم الإدارة العامة والفروع والمراكز التابعة للجمعية بنشر أخبار الأنشطة والبرامج واللقاءات والفعاليات وجميع ما يكون له أثر واضح وإيجابي في تعزيز الصورة الذهنية لدى المجتمع.

المادة التاسعة: مسؤولية النشر

جميع ما ينشر في وسائل الإعلام عن الجمعية يتحمل مسؤوليته وما يترتب عليه الناشر له، ويجب على جميع العاملين في الجمعية حفظ المعلومات الحساسة التي قد تؤثر على الجمعية بشكل مباشر وعدم إفشائها.

المادة العاشرة: توحيد الحسابات الإعلامية

لا يسمح لأي فرع أو مركز فتح حساب خاص ومستقل على شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى الفرع أو المركز وأن يرسل برامجه وأخباره إلى حسابات التواصل الاجتماعي الموحدة للجمعية، التي تدار من قبل الإدارة العامة.

المادة الحادية عشرة: الإنتاج الإعلامي

لا يسمح لأي فرع أو مركز المبادرة بإنتاج أي مادة مرئية أو مطبوعة، ولا يحق له نشرها أو طباعتها دون الرجوع للإدارة العامة لأخذ الموافقة عليها، بعد أن تتم مراجعتها النهائية من ناحية المحتوى وانسجام الشكل الفني مع هوية الجمعية.

المادة الثانية عشر: الالتزام بالهوية في المطبوعات والإعلانات

حجم الخط: استخدام حجم مناسب للتصميم مع ضرورة ألوان الشعار في النصوص وعدم إدخال إي ألوان أو أشكال أخرى غير مناسبة في تصميم المطبوعات أو البنرات الدعائية واللوحات للمحافظة على الهوية.

المادة الثالثة عشر: تصميم الإعلانات في الموقع وشبكات التواصل الاجتماعي:

٦٧٥ بكسل (بدقة ٣٠٠ بيكسل. x تويتر: التصميم الإعلاني يجب أن يكون مقاس الصورة) ١٢٠٠

١٢٠٠ (وبدقة ٣٠٠ بكسل. x فيسبوك وانستغرام: الصورة لا بد أن تكون مربعة بمقاس ١٢٠٠

يجب أن يكون الإعلان محتوي على اسم الفعالية بشكل واضح، مكانها، التاريخ والوقت، وسائل التواصل المباشر جوال، واتساب، البريد الإلكتروني، رقم هاتف مع ذكر التحويلة، الشريحة المستهدفة.

المادة الرابعة عشر: نشر الاخبار في موقع الجمعية:

١- تفعيل الموقع وتزويده بالأخبار والأنشطة الجديدة وبالإمكان التنسيق مع مسؤول التقنية للتفعيل.

٢- عند كتابة أي خبر أو موضوع يجب مراعاة الآتي

٣- اختيار العنوان المناسب لمحتوى الموضوع

٤- يجب استخدام اللغة الفصحى في الكتابة مع الاهتمام بالإملاء وعلامات الترقيم وتجنب ذكر الكلمات العامية أو الأجنبية.

٥- الحفاظ على عناصر بناء الخبر ماذا؟ ومن؟ ومتى؟ وأين؟ وكيف؟ وليس شرطاً الإجابة عليها كلها. [?]

٦- يجب ذكر المصدر في نقل أي خبر أو موضوع

٧- استقطاب الكتاب والمتخصصين في الجانب الصحي والاجتماعي للكتابة في الموقع كتابياً أو صوتياً لإثراء الموقع والحرص على أن تكون المواد حصرياً على الجمعية.

- ٨- ضرورة ذكر أعداد المستفيدين بالتفصيل في أخبار الفعاليات والأنشطة.
- ٩- ذكر أسماء الشركاء والداعمين
- ١٠- ذكر أسماء الضيوف والرسميين.

المادة الخامسة عشر: الصور الفوتوغرافية أو مقاطع الفيديو الخاصة بالفعاليات والأنشطة:

- ١- أن يكون شعار الجمعية بارزاً في الصورة أو مقطع الفيديو لأي برنامج أو فعالية تقيمها الجمعية قدر الإمكان.
- ٢- إبراز الحضور والجمهور بصورة واضحة في أي فعالية أو التقاط الصور الجماعية مع ضرورة إبراز شعار الجمعية.
- ٣- الحرص على إبراز شعارات الشركاء والداعمين للفعاليات والأنشطة في الصور.

المادة السادسة عشر: الإشارة في الإعلانات والمنشورات في حسابات التواصل الاجتماعي:

- ١- تكون الإشارة في المنشورات إلى الجهات الداعمة والراعية والمشاركة في البرنامج أو الفعالية مع التأكد من صحة الحساب أما بالنسبة للأشخاص والمشاهير ومن في حكمهم فلا يتم الإشارة إليهم إلا بعد أخذ الموافقة الشفهية منهم وكذلك لا تتم الإشارة للأشخاص الذين قد تؤثر سمعتهم على الجمعية بشكل أو بآخر.

المادة السابعة عشر: العمل بالسياسة:

تكون هذه السياسة هي المعتمدة في أعمال الجمعية الإعلامية، وهي مُلغية لجميع ما يتعارض معها من إصدارات أو قرارات سابقة.

اعتمدت من مجلس إدارة الجمعية في محضر الاجتماع رقم (١) بتاريخ ٣/١ / ١٤٤٢ هـ