

السياسة الإعلامية لجمعية العمران الخيرية

المحتويات

الصفحة	الموضوع	م
1	المقدمة	1
2	صلاحيات الموافقة لنشر	2
3	التصاريح الإعلامية	3
4	إدارة الموقع الإلكتروني	4
5	إدارة حسابات التواصل الاجتماعي	5
6	الهوية البصرية للبرامج والمشاريع	6

المقدمة:

أن أهمية الأعلام لكل منظمة يعتبر بمثابة شهادة إثبات حياة لهذه المنظمة .. ومع تنوع قنوات التواصل الإعلامية في العصر الحاضر . فقد أصبح لزاماً على كل منظمة وضع سياسة إعلامية لتنظيم عملية الحضور في الساحة العامة واكتساب صبغة إعلامية مميزة ، تعطيها أهمية الحضور الاجتماعي والتفاعل مع المجتمع .
عليه تم اعداد هذه اللائحة ليتم تطبيقها خلال دورة المجلس الحالي 2020 – 2024 ، ولا شك أن الالتزام بهذه اللائحة سيسهم بشكل كبير في الحضور الإعلامي للجمعية مما يجعلها تكسب ثقة المجتمع وتفاعله .. لأنجاح المشاريع والبرامج التي سوف تتبناها الجمعية .

تم صياغة هذه اللائحة بناءً على خبرة أعضاء مجلس الإدارة الحالي وبالتشاور مع المختصين في الجانب الإعلامي .. وتم التركيز على بناء الهوية البصرية للجمعية .
ونتطلع إلى إثبات الحضور في المشهد الإعلامي والاجتماعي للجمعية لنراها في المكان اللائق بها بين نظيراتها في منظمات القطاع الغير ربحي بالمحافظة .

والله الموفق ..

المشرف على مركز

الأعلام والاتصال بجمعية العمران الخيرية

أولاً: صلاحية النشر ..

إشارة إلى المادة الثامنة والثلاثون من اللائحة الأساسية لجمعية العمران الخيرية والتي تشير إلى أن مجلس إدارة الجمعية هو المعني بالتعريف عن الجمعية وإبراز أهدافها وانشطتها في الأوساط ذات العلاقة .. ونظراً لموافقة أعضاء مجلس الإدارة بتفويض نائب الرئيس ليكون المتحدث الرسمي للجمعية في وسائل الإعلام وهو المعني الأول في كل ما يتم نشره في وسائل الأعلام بمختلف أنواعها ، وله الحق في منح الصلاحية أو جزء منها لمن يراه في مركز الأعلام والاتصال بالجمعية ، بعد أخذ الموافقة على نشر المحتوى الإعلامي سواء (مكتوب - مسموع - مرئي) وذلك حسب الخطوات التالية:

1 - يتم اخذ الموافقة المباشرة من نائب الرئيس على نشر المحتوى الإعلامي .

2 - بعد موافقة نائب الرئيس او من يفوضه بشكل رسمي يتم النشر او لا يتم حسب الرأي الموجه .

3 - الردود في وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية المختلفة باسم الجمعية هو نوع من أنواع النشر الإعلامي لذا لا يجوز الرد على أي منشور إلا بعد أخذ الموافقة على ذلك من صاحب الصلاحية . وإن تم استخدام الحساب الشخصي للجمعية لا يجوز الرد على أي منشور إلا بعد أخذ الموافقة .

4 - يتم تطبيق هذه اللائحة والسياسة على كل ما يشار إليه بأنه محتوى إعلامي باسم الجمعية دون استثناء (منشورات - ملصقات - بوستات - رسائل - الخ)

ثانياً: التصاريح الإعلامية ..

حسب ما تم ذكره سابقاً يتعين التصاريح الإعلامية واللقاءات بنائب رئيس الجمعية أو من يفوضه بعد أخذ موافقة أعضاء مجلس الإدارة على هذا التفويض .

ثالثاً: التعامل مع الهوية البصرية للجمعية ..

بناءً على موافقة أعضاء مجلس الإدارة على الهوية البصرية للجمعية في صورتها الحالية والتي تمثل شعار الجمعية وهو روح الهوية .. عليه يتم اعتماد السياسة التالية في استخدام شعار الجمعية ..

1 - لا يجوز التعديل على شعار الجمعية لا بالإضافة ولا بالحذف ولا بتغيير الألوان المعتمدة للشعار (مرفق الشعار) ولا تعديل حجم الشعار تعديلاً يتسبب في تشوية شكل الشعار وتناسقه .

- 2 - منتصف الصفحة هو موضع شعار الجمعية في الأوراق الرسمية المعدة للخطابات مع ذكر رقم التصريح الصادر من وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية .
- 3 - بالنسبة للمنتجات الإعلامية الصادرة من مركز الاعلام والاتصال بالجمعية يتم وضع الشعار حسب التناسق للمحتوى الإعلامي دون الأخلال في شكل الشعار وألوانه .
- 4 - لا يجوز بأي حال من الأحوال استخدام شعار الجمعية على أي منتج إعلامي لأي جهة كانت إلا بعد أخذ الموافقة الخطية من مجلس إدارة الجمعية ، وفي حال تم اكتشاف مخالفة ذلك سيتم اتخاذ الإجراءات القانونية الكفيلة بحفظ حقوق استخدام شعار الجمعية .
- 5 - لإدارة الجمعية الحق في مقاضاة أي شخص أو أي جهة تستخدم المنتجات الإعلامية الخاصة بالجمعية دون أخذ الموافقة الرسمية على ذلك الاستخدام .. أو العبث في اللوحات الإعلامية للجمعية .
- 6 - إدارة العلاقات العامة والتسويق هي الإدارة المعنية بحماية حقوق النشر الإعلامي لشعار الجمعية ومنتجاتها الإعلامية وذلك بالتنسيق مع مجلس الإدارة وأخذ الموافقة على أي خطوات إجرائية ضد المخالفين لحقوق النشر الإعلامي للجمعية .
- 9 - التعاقد مع وكالة إعلام لتصميم منتجات إعلامية خاصة للجمعية أو توقيع شركات مجتمعية مع جهات أخرى تتولى إدارة العلاقات العامة والتسويق عملية إرسال نسخ شعار الجمعية بدقة عالية وبصيغة مفتوحة لهذه الجهات مع تزويدهم بنسخة من هذا الجزء من السياسة الإعلامية للجمعية (التعامل مع الهوية البصرية) رابعاً: إدارة الموقع الإلكتروني للجمعية ..

مشرف الموقع الإلكتروني هو المسؤول عن الحفاظ على الموقع الإلكتروني للجمعية بحيث يساعد الموقع على تلبية احتياجات المستخدمين بشكل أكثر جاذبية ويلبي طلبات جميع الأطراف ذات العلاقة ، وعليه يجب على المشرف للموقع القيام بالمهام التالية ..

- 1 - متابعة عمل الموقع الكتروني بشكل مستمر والتأكد من عمل المزايا المتاحة في الموقع بعد أخذ الموافقة من المشرف على مركز الإعلام والاتصال بالجمعية .
- 2 - اجراء اختبارات مختلفة على الموقع من خلال المتصفحات وأنظمة التشغيل والأجهزة المختلفة .
- 3 - مراجعة الموقع الإلكتروني بشكل مستمر ومعالجة الأخطاء ومتابعتها من الخوادم .
- 4 - تحسين سرعة تحميل الصفحات داخل الموقع وتحسين التحرك داخل الموقع .
- 5 - مراجعة إجراءات الحماية للموقع من خلال متابعة جدران الحماية وصفحات تسجيل الدخول .
- 6 - تصحيح الصفحات وإصلاح الروابط أو الصور المعطلة .
- 7 - تحديث محتوى الموقع ومراجعة بشكل مستمر .
- 8 - تحليل ومراجعة أداء الموقع ومتابعة الحركة داخل الموقع والتحويلات من وإلى الموقع .
- 9 - العمل على إصلاح ومعالجة مشكلات المستخدم .

ونظراً لأهمية الموقع الإلكتروني للجمعية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية لدى المجتمع بشكل عام وأصحاب العلاقة بشكل خاص ، عليه يلتزم مشرف الموقع

الإلكتروني بالتالي (عدم نشر أي خبر أو منتج إعلامي على الموقع إلا بعد أخذ الموافقة على ذلك من عضو مجلس الإدارة المشرف على مركز الإعلامي والاتصال)

خامساً: إدارة حسابات التواصل الاجتماعي الإلكترونية ..

مركز الإعلامي والاتصال بالجمعية هي الجهة المشرفة على جميع حسابات التواصل الاجتماعي للجمعية ، وتنفيذ استراتيجية التسويق الإلكتروني للجمعية عبر هذه الحسابات ، وعليه القيام بالمهام التالية ..

- 1 - تطبيق استراتيجية تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة (الفيسبوك ، تويتر ، الإنستغرام ، سناب ، قناة اليوتيوب) .
- 2 - اعداد المنشورات التي تساعد في تنمية قاعدة الجمهور / العملاء .
- 3 - التواصل مع مدوني الإنترنت ذوي الصلة بهدف الدعاية على وسائل الإعلام عبر الأترنت .
- 4 - التماور مع المعجبين / العملاء أو المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي .
- 5 - إيصال استفسارات العملاء أو المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي لمجلس الإدارة .
- 6 - إعداد محتوى يساعد في تحسين محركات البحث .
- 7 - تقديم تقرير بالتعليقات إلى مجلس الإدارة مرة كل شهر .

8 - اعداد تحليلات لمختلف وسائل التواصل الاجتماعي لقياس نشاط حركة المرور على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي للجمعية .

9 - مراقبة فعالية المنشورات والبوستات والمساعدة في تغيير الاستراتيجيات وفقاً لذلك .

سادساً: الهوية البصرية للبرامج والمشاريع ..

تتنوع البرامج والمشاريع التي ستقدمها الجمعية للمجتمع ، لذا من المهم ابراز هذا التنوع وإظهاره للمجتمع وأصحاب العلاقة من مستفيدين وداعمين وغيرهم .وعليه تم اعتماد منح هوية بصرية مستقلة لكل برنامج أو مشروع ستنفذه الجمعية على أن تكون مصدر هذه الهوية هو اشهار الجمعية المعتمد ، بحيث يتم إعداد تصاميم موحدة بالمظهر العام أو بالألوان لكل برنامج أو مشروع سيتم تنفيذه واعتبار ذلك هوية بصرية خاصة بهذا البرنامج أو المشروع .

تمت موافقة أعضاء مجلس الإدارة على هذه اللائحة في الاجتماع الدوري للمجلس رقم

(11) وتاريخ 2020/10/14 وعليه يلزم العمل بها من تاريخ الاعتماد وتزويد الجهات المعنية بنسخة منها .

مع خالص تحياتي ...

رئيس مجلس الإدارة



علي حسين الحجي



المشرف على

مركز الاعلام والاتصال