

مسجلة بالمركز الوطني  
لتنمية القطاع غير الربحي  
رقم الترخيص: (5176)



# السياسة الإعلامية

جمعية أفلاد لتنمية الطفل



## جدول المحتويات

٣.....	مقدمة: .....
٤.....	السياسات الإعلامية العامة : .....
٩.....	الخاتمة : .....
٩.....	اعتماد مجلس الإدارة .....



مقدمة:

لجمعية أفلاد تجربة إعلامية ثرية تمثل في نشر الأخبار والمعلومات عن مشاريع وأنشطة البرامج التي تنفذها الجمعية في وسائل الإعلام المختلفة ومحاولات متفرقة في الإعلام الجديد، وهذه التجربة تحتاج إلى المراجعة وإعادة الصياغة في ضوء المتغيرات التي تمر بها الجمعية في الفترة الحالية، سواء على المستوى الرسمي أو على المستوى العملي، وفي هذا الوقت الذي أصبح الإعلام فيه بوسائله الحديثة المختلفة أكثر أهمية في مخاطبة الجماهير والتأثير في الرأي العام وتشكيل اتجاهاته الفكرية والثقافية الأمر الذي يؤكد دور الإعلام في تطوير وتفعيل العمل الخيري وبث قيمه ورسالته السامية والتعريف بأنشطته الخيرية التي هي انعكاس لما يقدمه أهل الخير من الدعم والمساندة للأسر المستفيدة من خدمات الجمعية.

من أجل ذلك تحرص إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي على مراجعة سياستها الإعلامية بما يتناسب مع الأهداف الاستراتيجية والسياسات العامة التي تعمل الجمعية على تطويرها.



## السياسات الإعلامية العامة :

١. نشر رؤية ورسالة وقيم جمعية أفلاد لتنمية الطفل في الفعاليات والأنشطة واللقاءات الخاصة بالجمعية.
٢. أن تتصف المواد المنتجة إعلامياً بالمصداقية وإبراز الصورة الواقعية التي يعبر عنها المشروع بحيث لا تمثل صدمة للمشاهد أو تثير المشاعر السلبية السوداوية مع الحرص على إبراز الجانب الإيجابي في الصورة.
٣. عدم إجراء مقابلات مع الفئات المستفيدة في مقر الجمعية إعلامياً أو الحديث عنها بالاسم إلا في حالة ضمان عدم الإساءة للمستفيد وبشرط أخذ موافقته عليها أو موافقةولي أمره).
٤. يقتصر التصريح في وسائل الإعلام المختلفة عن أنشطة وأعمال الجمعية على الأمين العام أو من يخوله الأمين العام بتفويض مكتوب.
٥. يشترط ارتداء الزي الوطني أو زي رسمي مناسب عند الظهور في وسائل الإعلام المرئية .
٦. عند الحديث عن المشاريع والأنشطة التي تقدمها الجمعية في وسائل الاعلام لابد من استخدام عبارات من وحي الرؤية والرسالة والأهداف الاستراتيجية للجمعية.
٧. بشأن ما ينشر إعلامياً عن الجمعية أو القياديين أو الموظفين بصفتهم الرسمية فيتم اتخاذ الإجراءات التالية



أ- التواصل مع جهة النشر وبيان ما يجب توضيحه من حقائق بشأن ما نشر في المواد  
الاعلامية التي تتعرض لأنشطة وأعمال الجمعية.

ب- في حالة اتهام الجمعية أو أحد القياديين أو الموظفين فيها بصفتهم الوظيفية بتهم غير  
صحيحة أو الإساءة إليهم بالكلام أو الصفة يتم رفع الأمر إلى الأمين العام لاتخاذ ما يراه  
مناسباً.

ت - كل ما ينشر ويتم من خلاله التعرض لمسؤولي وموظفي الجمعية بصفاتهم الشخصية  
دون الإشارة إلى أنشطة وأعمال الجمعية فيتولى اتخاذ القرار بشأنها صاحب الشأن مع  
التأكد على عدم إقحام الجمعية في تفاصيل المشكلة .

٨. الرد على ما ينشر إعلامياً عن الجمعية يخضع لتقدير الأمين العام بعد استشارة  
٩. مدير العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي .

١٠. يعتمد مدير العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي بالجمعية التقارير والأخبار والنشرات  
التي تخص الجمعية والتي تنشر في وسائل الإعلام وكذلك التصريحات التي تصدر عن  
مديري الإدارات وأعضاء مجلس الإدارة ونشر صورهم.



١١. المشاركة في أية ندوات أو مؤتمرات أو فعاليات تدعى إليها الجمعية وفروعها يكون القبول أو عدمه بناء على قرار الأمين العام فإذا تمت الموافقة فيكون تنسيقها والترتيب لها من ضمن مهام إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي.
١٢. عدم التعرض للأوضاع السياسية والعقائدية والمذهبية والفئات والمكونات السياسية والطوائف المختلفة داخل أو خارج المملكة وذلك بشكل قاطع .
١٣. عدم التعرض للجهات الخيرية الأخرى التي تتشابه أنشطتها مع أنشطة الجمعية بالقول أو الفعل أو التصريح بما يقلل من شأنها أو يصيبها بالضرر.
١٤. عند نشر تقارير عن أنشطة وأعمال الجمعية في الوسائل الإعلامية يراعى إبراز الجوانب التطويرية والإيجابية للجمعية وتتولى إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي اعتماد النشر.
١٥. بيان دور صاحب السمو الملكي أمير المنطقة الشرقية وسمو نائبه صاحب السمو الملكي محافظ الأحساء رئيس مجلس إدارة الجمعية ووزارة العمل والتنمية الاجتماعية دائمًا في دعم العمل الخيري على مستوى المنطقة وما يخص أعمال الجمعية .



١٧. يتم اعتماد التقرير السنوي لأنشطة الجمعية وكافة التقارير الخاصة بالمشاريع الدائمة منها والموسمية قبل طباعتها بصفة نهائية من الأمين العام شخصياً ومجلس إدارة الجمعية والجمعية العمومية .
١٨. لا يتم اعتماد أي مادة للنشر سواء في مقر الجمعية أو الفروع إلا بعد إقرارها من إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي .
١٩. يراعى عند مقابلة الجمهور (معرض ، استقبال وفود ..... الخ) ارتداء الزي الرسمي مع وضع بطاقة تعريفية خاصة بالجمعية في مكان واضح .
٢٠. إحاطة موظفي الجمعية وخصوصاً موظفي الفروع وموظفي الاستدامة المالية الموارد المالية وخدمة المتبرعين مركز الاتصال بكل جديد في المشاريع ونتائج الأعمال وتوجهات الجمعية وقراراتها حتى لا يحصل رد فعل سلبي عند الجمهور .
٢١. اضافة مسمى أبناء الجمعية إعلامياً على (أبناء مستفيدن) ويبيّن في المقابلات المرئية والمسموعة فقط، للتوضيح ... مثال أبناء المستفيدن برامج وخدمات الجمعية .
٢٢. يراعى عند تصريح أي مسئول عن أنشطة ومشاريع الجمعية في قنوات النشر المختلفة وضع صورة للمشروع (إن وجد ) إضافة إلى صورته الشخصية مع ذكر اسم الجمعية باعتبارها مظلة شاملة لجميع المشاريع والأنشطة والفروع .

٢٣. عند استقبال أية جهة في الجمعية وفروعها ومراكيزها طلبات من جهات إعلامية (طلب مقابلة أو تصريح أو بيانات تخص الجمعية يتم التواصل قبل فترة زمنية كافية مع إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي بالجمعية ولا يتم اصدار أي بيانات إلا بموافقة إدارة العلاقات العامة والاعلام الاجتماعي مع التأكيد على طلب الأسئلة قبل البرنامج أو اللقاء بوقت كاف للإعداد المسبق مع الحرص على أن تكون التصريحات والبيانات مكتوبة وبإشراف إدارة العلاقات العامة والاعلام الاجتماعي بالجمعية .

٤. عند استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي باسم الجمعية وفروعها والموحدة مثل الموقع الإلكتروني - توينتر وفيسبوك إنستغرام ... إلخ) يراعى تطبيق المعايير التالية.

- أ- تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عن الجمعية.
- ب- عدم الدخول في جدال أو ردود مع الجمهور بشكل مباشر.
- ت- نشر أهداف وأنشطة ومشاريع جمعية أفلاز لتنمية الطفل بصورة بسيطة ومفهومة تعزز من مكانة الجمعية.
- ث- نشر صور المشاريع المعتمدة لتسويقها.
- ج- نشر صور أنشطة الجمعية الخيرية لتعزيز مصداقيتها.



- ح- عدم نشر أي رسائل شخصية أو غيرها مما ليس له علاقة بعمل الجمعية ورسالتها.
٢٥. في حالة إصدار أية مادة مطبوعة أو مرئية أو مسموعة الرجوع الإدارية العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي لمراجعتها واعتمادها.
٢٦. إبراز شعار الجمعية في اللافتات والإعلانات على مقر الفروع والمشاريع.
٢٧. عدم إبراز واستخدام شعار الجمعية أو فروعها أو مشاريعها في أي إصدار مطبوع أو مرئي إلا بعدأخذ موافقة خطية من إدارة العلاقات العامة والإعلام.
٢٨. عدم التعديل على الهوية العامة للجمعية وجميع تفاصيلها أبداً وعند إعداد أي تصميم أي منتج يجب الرجوع إلى إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي بالجمعية لأخذ الموافقة عليه.
٢٩. تعتبر الشركات والمؤسسات التي توقع معها إدارة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي بالجمعية للأمور الإعلامية هي الجهات المعتمدة في إنجاز الأعمال فقط.

الخاتمة :

لدينا إيمانا كبيراً بأن للإعلام أهمية كبيرة في رسم صورة ذهنية عند الجمهور وتسعى بكل ما أوتينا أن نسخر هذه الوسيلة لخدمة جمعية أفلاد لتنمية الطفل وفروعها.

اعتماد مجلس الإدارة :

تم اعتماد السياسة الإعلامية بالجمعية في اجتماع مجلس الإدارة بجلسته رقم (٤) المنعقدة بتاريخ ٢٧/٠٢/١٤٤٤ هـ الموافق ٢٠٢٣/١٢ م .

