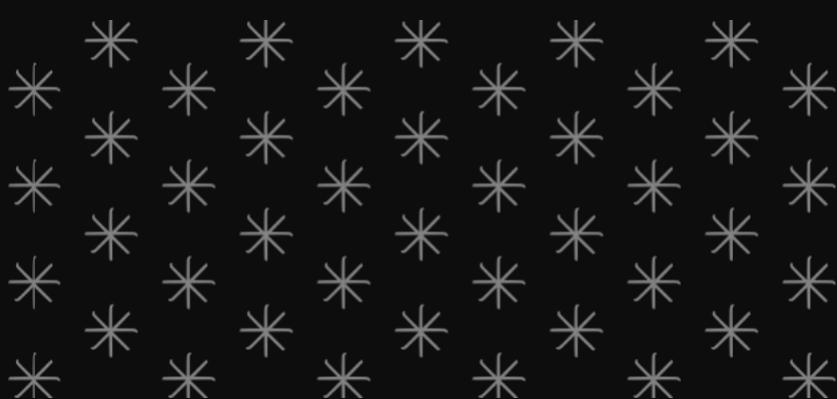


مَوْدَة | mafs

جَمِيعَتَهُ مَوْدَة لِلأسْتَقْرِيرِ الْأَسْتَقْرِيرِ  
MAWADDAH ASSOCIATION FOR FAMILY STABILITY

## السياسة الإعلامية





الاعتماد	تاريخ الإصدار	رقم الإصدار
بقرار من مجلس الإدارة رقم 7	13 سبتمبر 2023	الأول
بقرار من مجلس الإدارة رقم 3	25 أغسطس 2025	الثاني



## السياسة: مصطلحات إدارة الاتصال المؤسسي

### المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** تعريف واضح لمصطلحات إدارة الاتصال المؤسسي.

### نص السياسة:

سوف يتم استخدام مجموعة من المصطلحات في سياسات الاتصال المؤسسي كما يلي:

ويقصد به نقل الأخبار والمعلومات التي تهم أصحاب المصلحة في الجمعية والجمهور العام

باستخدام وسائل الإعلام المختلفة المقرؤة والمسموعة والمسموعة وباستخدام الواقع

الإلكترونية.

الاتصال

المؤسسي:

ويقصد بها الجهود الإدارية والاتصالية لإقامة ودعم التفاهم بين الجمعية وأصحاب المصلحة

للوصول إلى صورة ذهنية إيجابية.

الإعلام

الاجتماعي:

ويقصد به مجموعة الواقع الإلكترونية المتوفرة على شبكة الإنترنت. والتي تذلل الحدود

الجغرافية والزمنية. وتسمح بمشاركة الأخبار والمعلومات بشكل سريع وفعال مع أصحاب

المصلحة. والتوعية بأهداف وخدمات الجمعية. وجذب المتطوعين واستقبال التبرعات.

الصورة

الذهنية:

وهي الصورة التي تتكون في أذهان الجمهور عن الجمعية وخدماتها، وتكون من مصادر الأخبار

المختلفة وتشكل تصوراً عن الجمعية يكون إيجابياً أو سلبياً.

هوية

الجمعية:

وهي مجموعة من وسائل التعبير عن الجمعية من خلال الاسم. والشعارات المكتوبة والبيانية.

ولوحات الواقع، والتي يتم التعرف السريع من خلالها على الجمعية من قبل الجمهور العام.

## السياسة: الإطار المرجعي لسياسة الاتصال

### المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** وضع إطار مرجعي لسياسات إدارة الاتصال المؤسسي

### نص السياسة:

تنطلق السياسات الاتصالية للجمعية من كتاب الله تعالى وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم ومنهج السلف الصالح، وتلتزم بالسياسات

الإعلامية وسياسات النشر للملكة العربية السعودية وقرارات مجلس الإدارة.



**السياسة: الجمهور المستهدف للجمعية  
المُسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي**

**الغرض:** تحديد الجمهور المستهدف ل إدارة الاتصال المؤسسي، ومحظى الرسائل الموجهة له.

**نص السياسة:**

تستهدف الجمعية أنواعاً من المستهدفين، وتقدم لكل نوع برامج اتصال مناسبة حسب الخطط الموضوعة:

**الجمعية العمومية:** ويتم تزويدهم بتقارير بشكل دوري.

**أعضاء مجلس الإدارة:** ويتم تزويدهم بتقارير دورية عن قياس سمعة الجمعية وصورتها الذهنية وحضورها الإعلامي.

**الجهات الرقابية:** والتي يتم تزويدها بمعلومات عن خدمات الجمعية والمستفیدين منها والتواصل معها بشكل دائم لمد جسور التعاون وبيان اهتمام الجمعية بالشفافية.

**العاملون بالجمعية:** تقديم برامج لتنمية عناصر الولاء والالتزام بأهداف الجمعية واستشعار روح الأجر في أعمال الجمعية.

**المستفیدون:** تقديم مواد إعلامية جيدة عن خدمات الجمعية وآليات التواصل معهم.

**الجمهور العام:** بناء علاقات إيجابية لتكوين صورة ذهنية إيجابية عن الجمعية.

**المؤسسات الأهلية والمانحة:** التعاون معهم لتقديم صورة إيجابية عن العمل الأهلي وأثره في التنمية المجتمعية وتحقيق الرؤية.

**المتبرعون والشركات التجارية:** تزويدهم ببيانات عن أثر خدمات الجمعية والأفكار المبتكرة للخدمات التنموية المجتمعية.

**السياسة: الظهور الإعلامي**

**المُسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي**

**الغرض:** تحديد ضوابط الظهور الإعلامي.

**نص السياسة:**

يجب أن يكون الهدف من الظهور الإعلامي هو بناء النموذج النافع، ونشر التجربة، والتركيز على المهنية في الأداء، والأثر الإيجابي لخدمات الجمعية

**ضوابط الظهور الإعلامي:**

- 1- يقتصر الظهور الإعلامي على المتحدث الرسمي او من يفوض بذلك من الإدارة التنفيذية .
- 2- يجب التنسيق المسبق مع إدارة الاتصال المؤسسي قبل أي مشاركة إعلامية و توضيح الهدف منها و محاور الحديث .



3- الالتزام بالحقائق والمعلومات الدقيقة وتجنب الاجهادات أو التصريحات التي قد تحدث سوء فهم أو تضر بالجمعية أو المستفيدين أو الشركاء.

- 4- يمنع التطرق لأي معلومات داخلية أو بيانات مالية أو تفاصيل عن المستفيدين مالم تكن مصرياً بها أو موافقاً على نشرها.
- 5- عند المشاركة في فعاليات أو ندوات لها طابع اعلامي الحصول على موافقة مسبقاً من الادارة التنفيذية.
- 6- الالتزام بلباس محتشم و ملائم يعكس احترام قيم و تقاليد المجتمع.

### **السياسة: ضوابط النشر الإعلامي**

**المسؤول:** إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** تحديد ضوابط الإعلام والنشر.

**نص السياسة:**

يجب اتباع الآتي:

1. الالتزام بالاسم المعتمد للجمعية وهو جمعية مودة عند النشر الإعلامي، يستثنى من ذلك حالات العناوين الخبرية والإعلام الاجتماعي.

2. في حال ظهور الشعار (اللوجو) يجب المحافظة على الشعار المعتمد بالأبعاد والألوان والمكونات والمعتمد رسمياً من الجمعية.

3. الالتزام بالهوية الإعلامية في الخطابات والمطبوعات والإنتاج الإعلامي المتنوع.

4. إدارة الاتصال المؤسسي هي الجهة المسؤولة عن التواصل مع الجهات الإعلامية.

5. تنشر الأخبار والمنتجات الإعلامية بعد اعدادها من قبل مدير إدارة الاتصال المؤسسي واعتمادها من الرئيس التنفيذي.

6. تفعيل الاتصال ذي الاتجاهين بين الجمعية من جهة وجمهورها من جهة أخرى.

7. التواصل الدوري والبناء مع الإعلاميين.

8. الرصد الإعلامي لكل ما ينشر ورفع ذلك للمسؤولين بشكل دوري.

9. الالتزام بالمعايير المهنية عند التوثيق والنشر الإعلامي، وذلك من خلال جودة الصياغة، والدقة العالية للصور والأفلام.

10. الالتزام بقواعد اللغة العربية والإملاء والترجمة السليمة للإنجليزية.



## السياسة: التصريحات الصحفية

المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

الغرض: تحديد ضوابط التصريحات الصحفية

### نص السياسة:

يجب اتباع الآتي:

1. تصدر التصريحات الصحفية من المتحدث الرسمي للجمعية أو رئيس مجلس الإدارة.
2. اللجان أو رئيس اللجان له الحق في النظر على التصريحات الصحفية.
3. تصدر التصريحات الصحفية للمسؤولين بعد التنسيق مع مدير إدارة الاتصال المؤسسي
4. يصدر التصريح مكتوباً بعدأخذ الموافقة على نشره من الإدارة العليا.
5. تنشر التصريحات الصحفية للقيادات بعد موافقة صاحب التصريح أو من يفرضه.
6. تفعيل التصريحات الرسمية للإدارة التنفيذية عند نشر الأخبار المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

## السياسة: نشر وصياغة الخبر

المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

الغرض: تحديد ضوابط توقيت وصياغة الأخبار المنشورة وضمان تأثير الخبر ومروده الإيجابي على الجمعية.

### نص السياسة:

1. تنشر الأخبار فور توفر الخبر، ولا تجمع دفعة واحدة.
2. يجب نشر الأخبار قوية التأثير والمواكبة للأحداث فقط.
3. ترسل المعلومات المرشحة للنشر كاملة ولقسم إدارة الاتصال المؤسسي إعادة الصياغة بما تراه مناسباً، ويجب أن تكون المعلومات مكتملة مع التأكيد من صحة الأسماء والشخصيات والجهات.
4. يجب إبراز أهم أعمال وإنجازات الجمعية للجمهور الخارجي.
5. نشر أخبار الأنشطة أو البرامج المدعومة مع ذكر الداعم.

## السياسة: إرسال الأخبار

المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

الغرض: توجيه الأخبار المرسلة لعنوان واحد.

### نص السياسة:

ترسل الأخبار المقترحة نشرها على البريد الإلكتروني لإدارة الاتصال المؤسسي



## السياسة: مواصفات الصور المرفقة مع الخبر

المُسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

الغرض: تحديد ضوابط الصور المنشورة مع الأخبار.

### نص السياسة:

يجب أن يتتوفر التالي في الصور المنشورة مع الأخبار:

1. عالية الدقة.
2. ليست مضغوطة أو مصغرة.
3. لن ينشر أي خبر يفتقد الصور عالية الجودة.
4. يراعي في الصور أن تمثل الخبر وأن يتضح فيها تمثيل الجمعية.

## السياسة: إدارة الاتصال المؤسسي

المُسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

الغرض: تحديد ضوابط إدارة الاتصال المؤسسي

### نص السياسة:

يجب اتباع الآتي:

1. تفعيل خط الاتصال بين مدير إدارة الاتصال المؤسسي والرئيس التنفيذي.
2. تمكين إدارة الاتصال المؤسسي من القيام بوظائفها، مثل: الإعلام والنشر، التواصل مع الجمهور الخارجي، تفعيل الاتصال الداخلي، الإشراف على المطبوعات.
3. إجراء الاستبيان الدوري لمعرفة آراء الجمهور المستهدف.

## السياسة: تحديث المعلومات الإلكترونية

المُسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي

الغرض: ضمان دقة وملاءمة المعلومات الإلكترونية للزمن.

### نص السياسة:

يجب التأكد من تحديث محتوى المعلومات والمواد المختلفة المنشورة إلكترونياً بشكل يضمن حداثتها حين نشرها، وهذا يشمل الأخبار والتقارير والصور ويشمل أيضاً المعلومات التعريفية مثل الأسماء وأرقام الهاتف والبريد الإلكتروني ووصف المادة وغيرها من المعلومات.

06.

07.



## **السياسة: التغييرات وإخلاء المسؤولية**

**المؤول:** إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** التعامل مع متطلبات تغيير المحتوى.

### **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 إدارة الاتصال المؤسسي للتأكد من دقة المعلومات الواردة في الأخبار والتقارير والموقع الإلكتروني، وذلك لضمان دقتها أو تعرضها لما ينافي سلامة النشر أو البنود المشار إليها أعلاه، بما في ذلك أي نص، أو رسوم بيانية، أو إعلانات، أو مواد مرئية، أو مسموعة.

## **السياسة: المحتوى الإلكتروني باللغتين**

**المؤول:** إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** التعامل مع متطلبات تغيير المحتوى.

### **نص السياسة:**

يجب أن تشمل بداية الصفحة على عنوان جذاب وشاح لمحتوياتها:  
1. اتباع الأسلوب المختصر في عرض الأفكار التي ستتضمنها الصفحة.

2. استخدام عناوين فرعية مثل العناوين الرئيسية.

3. في الصفحات الطويلة، يجب تجميع العناوين في أعلى الصفحة على أن تكون في شكل روابط داخلية.

4. في الصفحات الطويلة، يجب استخدام روابط ضمن أجزاء الصفحة لإمكانه الرجوع لأعلى الصفحة بشكل متتابع.

5. يجب أن تشمل الصفحة الواحدة على موضوع واحد وهدف واحد.

6. عدم تكرار المعلومات أو كتابة موضوعات قديمة وغير مناسبة من ناحية التوقيت.

7. يجب عدم تكرار معلومات موجودة في صفحات أخرى، وعند الحاجة إلى مثل هذه المعلومات فيجب أن يتضمن النص رابطاً يؤدي إلى هذه المعلومات.

8. ضرورة وجود تاريخ في كل صفحة من ضمن أجزاء المحتوى.

9. يجب استخدام تاريخ محددة ضمن مواد المحتوى، خاصة الأخبار وذلك بدلاً من استخدام كلمات مثل: مؤخراً، في وقت لاحق، حديثاً... إلخ.

10. يجب استخدام صيغة المستقبل إلا إذا اقتضت الضرورة لذلك، ويجب أنأتي المستقبل في شكل تاريخ محددة.

11. أن يكون المحتوى باللغتين العربية والإنجليزية.

12. أن يتم أرشفة جميع المحتوى في الموقع الإلكتروني.



## السياسة: صياغة الروابط في المحتوى الإلكتروني

**المؤسسي:** إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** تسهيل عملية الربط مع موقع ومواد إلكترونية أخرى.

**نص السياسة:**

1. يجب أن يكون نص الرابط معبراً بوضوح وشارحاً لنفسه وذلك ليتمكن المتصفح من الضغط عليه في حالة الرغبة للوصول إلى هذه الصفحة.
2. من الأفضل أن تأتي الرابط منفردة في سطر واحد أو في قائمة من الروابط.
3. إذا كان الرابط يؤدي إلى فتح الصفحة في موقع آخر فيجب الإشارة إلى ذلك.
4. إذا كان الرابط يفتح في صيغة ملفات مختلفة مثل Pdf فيجب الإشارة إلى ذلك مع توضيح حجم الملف أو عدد الصفحات.
5. تجنب الصفحات والأخبار التي تحتوي على روابط لا تعمل.

## السياسة: صفحات التعليمات والإرشادات

**المؤسسي:** إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** إرشادات واضحة لمتصفح المحتوى الإلكتروني

**نص السياسة:**

1. يجب أن تأتي التعليمات والإرشادات في صفحات مستقلة بعيداً عن أنواع المحتوى الأخرى مثل: عن الموقع، المكتبة الإعلامية... إلخ.
2. يتم وضع التعليمات وترتيبها بشكل منطقي ومقبول مع تحديدها بأرقام.
3. يجب استخدام عبارات سهلة و مباشرة مثل: افعل كذا التصل.

## السياسة: زيادة فرص البحث في المحتوى الإلكتروني

**المؤسسي:** إدارة الاتصال المؤسسي

**الغرض:** تحسين إمكانية البحث عن المحتوى

**نص السياسة:**

1. يجب استخدام كلمات مفتاحية ملائمة للمحتوى وشائعة الاستخدام بين المتصفحين مما يضمن زيادة فرص البحث عن المحتوى.
2. استخدام كلمات مفتاحية في عناوين المحتوى، على أن تدل تلك الكلمات بصورة مباشرة على مضمون المحتوى.



**السياسة: الإعلام الاجتماعي**  
**المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي**

**الغرض:** تحديد ضوابط الإعلام الاجتماعي.

**نص السياسة:**

يجب اتباع الآتي:

1. تكون إدارة حسابات التواصل الاجتماعي بإشراف إدارة الاتصال المؤسسي
2. نشر الأخبار بعد اختصارها في وسائل التواصل الاجتماعي مع ذكر رابط الخبر في الموقع الرسمي للجمعية.
3. إنشاء الحسابات في موقع التواصل الاجتماعي للموقع ذات العلاقة كوزارة الموارد البشرية والتنظيم والإدارة.
4. لا تقوم الحسابات في موقع التواصل الاجتماعي بإعادة نشر للمعلومات إلا فيما يتعلق بالأخبار والمشاريع الخاصة بها.
5. استخدام اسم الجمعية في الأخبار المنشورة في حسابات التواصل الاجتماعي.

**السياسة: ضوابط خاصة بموقع التواصل الاجتماعي**

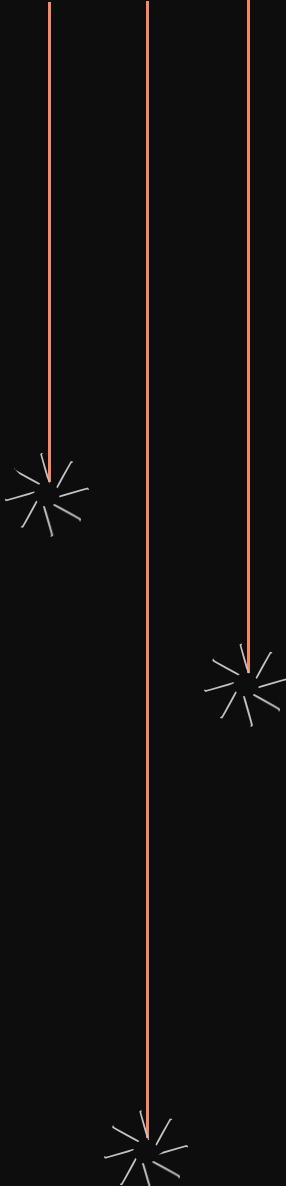
**المسؤول: إدارة الاتصال المؤسسي**

**الغرض:** ضمان فاعلية وحيادية موقع التواصل الاجتماعي للجمعية.

**نص السياسة:**

يجب اتباع الآتي:

1. عدم متابعة الأفراد والاكتفاء بمتابعة الجهات الرسمية.
2. عدم نشر أي معلومة إلا بموافقة لجنة النشر.
3. الاهتمام بردود الأفعال والرد عليها بأسلوب يتفق مع رسالة الجمعية وأهدافها ومن ثم رفعها إلى الجهات المختصة.
4. التفاعل مع الشكاوى ورفعها إلى الجهات ذات العلاقة.



مَوَدَّة | mafs

جَمِيعَيْهَا مَوَدَّة لِلْأَسْتَقْرِيرِ  
MAWADDAH ASSOCIATION FOR FAMILY STABILITY