إشراق
الجمعية السعودية لاضطراب فـرط الحركة وتشتت الانتبـاه
SAUDI ADHD SOCIETY

مسجلة بالمركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي برقم (474)

سياسة الإعلام والاتصال

بيان التعديل			
رقم التعديل	التاريخ	رقم الصفحة	ملخص التعديل

إعداد	مراجعة	اعتماد
الأستاذة نبال بنت عبدالعزيز الهذيل مدير الجودة والتميز المؤسسي	الأستاذة نوال بنت محمد الشريف المدير التنفيذي	سمو الأميرة نوف بنت محمد بن عبدالله رئيس مجلس الإدارة

سياسة الإعلام والاتصال

الفصل الأول: أحكام عامة

مادة (1): التعريف بالسياسة

تهدف هذه السياسة إلى وضع إطار حوكمي منظم للعمل الإعلامي والتواصلي في الجمعية، بما يضمن توحيد الرسائل الإعلامية، وضبط الصلاحيات والمسؤوليات، وإدارة المخاطر الإعلامية، وحماية السمعة المؤسسية، وتعزيز الامتثال للأنظمة ذات العلاقة، وتحقيق الشفافية والموثوقية في التواصل مع أصحاب المصلحة.

مادة (2): المرجعيات النظامية

تستند هذه السياسة إلى الأنظمة واللوائح التالية أو ما يحل محلها من تحديثات:

1. نظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية.
2. اللائحة التنفيذية لنظام الجمعيات والمؤسسات الأهلية.
3. قواعد حوكمة الجمعيات الأهلية الصادرة عن المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي.
4. اللائحة الأساسية لجمعية إشراق.
5. نظام الجرائم المعلوماتية.
6. نظام حماية حقوق المؤلف والملكية الفكرية.
7. الأنظمة واللوائح ذات العلاقة بحماية البيانات الشخصية والخصوصية متى ما انطبقت على أنشطة الجمعية.
8. القرارات والتعاميم الصادرة عن الجهات الرسمية ذات العلاقة (عند الاقتضاء).

مادة (3): نطاق التطبيق

تسري أحكام هذه السياسة على جميع منسوبي الجمعية وممثليها، وتشمل على سبيل المثال لا الحصر:

1. أعضاء مجلس الإدارة واللجان المنبثقة عنه.
2. الإدارة التنفيذية.
3. الموظفين.
4. المتطوعين.
5. المتعاقدين والمتعاونين والاستشاريين.
6. كل من يمثل الجمعية أو يتحدث باسمها أو ينشر محتوى يتعلق بها بأي صفة كانت.

مادة (4): التعريفات

يقصد بالمصطلحات الآتية المعاني الموضحة قرين كل منها، ما لم يقتضِ السياق خلاف ذلك:

1. **الهوية المؤسسية:** عناصر العلامة الرسمية للجمعية (الشعار، الألوان، الخطوط، القوالب، نبرة الخطاب).
2. **القنوات الرسمية:** موقع الجمعية، الحسابات المعتمدة في منصات التواصل، البريد الرسمي، البيانات الصحفية، النشرات، والمواد التعريفية المعتمدة.
3. **التصريح الإعلامي:** أي حديث أو مقابلة أو تعليق أو بيان يُنسب للجمعية أو يصدر باسمها.
4. **النشر:** إصدار محتوى نصي/مرئي/صوتي عبر أي قناة رسمية أو بصفة تمثيلية للجمعية.

5. **الأزمة الإعلامية:** حدث أو محتوى أو تفاعل قد يسبب ضررًا للسمعة أو يثير الرأي العام أو يؤثر على المستفيدين أو الشركاء أو الامتثال.
6. **البيانات الشخصية:** أي بيانات تحدد هوية شخص بشكل مباشر أو غير مباشر، بما في ذلك بيانات المستفيدين.
7. **صاحب الصلاحية:** الجهة المخولة بالاعتماد وفق الصلاحيات المعتمدة في الجمعية.

الفصل الثاني: الأهداف والمبادئ الحاكمة

مادة (5): الأهداف الاستراتيجية للإعلام والاتصال

يهدف العمل الإعلامي والاتصالي في الجمعية إلى:

1. تعزيز الوعي المجتمعي باضطراب فرط الحركة وتشتت الانتباه وفق رسالة الجمعية وأهدافها.
2. حماية وتعزيز السمعة المؤسسية وترسيخ الثقة لدى أصحاب المصلحة.
3. دعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية للجمعية عبر اتصال فعّال ومؤثر.
4. تعزيز الشفافية والمصداقية والإفصاح المسؤول عن المعلومات.
5. إدارة المخاطر والأزمات الإعلامية بفعالية وتقليل آثارها.
6. إبراز الأثر والإنجازات وفق مؤشرات موضوعية ومصادر قابلة للتحقق.
7. بناء علاقات فاعلة مع الإعلام والشركاء والمتطوعين والجمهور.

مادة (6): المبادئ الحاكمة

يقوم العمل الإعلامي والاتصالي في الجمعية على المبادئ التالية:

1. الامتثال الكامل للأنظمة والتعليمات والحوكمة المعتمدة.
2. الدقة والمهنية والتحقق قبل النشر، وتجنب التضليل أو المبالغة.
3. احترام الخصوصية وكرامة المستفيدين وعدم استغلال الحالات الإنسانية.
4. الاتساق مع الهوية المؤسسية ونبرة الخطاب المعتمدة.
5. وضوح المسؤولية والمساءلة وتوثيق الموافقات والقرارات.
6. الحياد المؤسسي في القضايا ذات الحساسية، وتجنب ما يخلق استقطابًا يضر بالجمعية.
7. الشفافية في الإعلان عن الشراكات والرعايات وفق الضوابط.
8. سرعة الاستجابة للأزمات ضمن منهجية منظمة، دون تسرع أو تصريحات غير معتمدة.

الفصل الثالث: الصلاحيات والتفويض والتصريح الإعلامي

مادة (7): هيكل الصلاحيات الإعلامية

تكون الصلاحيات الإعلامية وفق التسلسل التالي:

1. مجلس الإدارة: اعتماد سياسة الإعلام والاتصال، واعتماد المبادئ العامة للخطاب والهوية، والإشراف على الامتثال والحوكمة.
2. رئيس مجلس الإدارة: التصريح في المناسبات الكبرى أو القضايا ذات الحساسية العالية، أو عند تفويضه رسميًا.
3. المدير التنفيذي: الإشراف العام على العمل الإعلامي، واعتماد الرسائل في القضايا المؤسسية، واتخاذ القرار الإعلامي في القضايا الحساسة والأزمات وفق هذه السياسة.

4. إدارة/مسؤول العلاقات العامة والإعلام (إن وجدت): التخطيط والتنفيذ والضبط، وإدارة المحتوى والقنوات، والتنسيق مع الجهات الداخلية والخارجية.
5. مشرفو القنوات الرسمية: التنفيذ التشغيلي وفق التفويض والضوابط، دون تجاوز حدود الاعتماد.

مادة (8): المخولون بالتصريح الإعلامي

يقتصر التصريح الإعلامي باسم الجمعية على:

1. رئيس مجلس الإدارة أو من يفوضه كتابةً.
2. المدير التنفيذي.
3. المتحدث الرسمي (إن وجد) بقرار مكتوب.
4. من يكلف رسميًا بقرار مكتوب يحدد موضوع التصريح ومدته ونطاقه.

مادة (9): ضوابط التصريح الإعلامي

1. يقتصر التصريح على موضوع المناسبة أو القضية المحددة في التفويض.
2. يحظر الإدلاء بأي معلومات غير معتمدة أو غير موثقة أو تتعلق ببيانات سرية أو شخصية.
3. يحظر التعليق باسم الجمعية على قضايا خارج نطاق اختصاصها أو قد تخلق مخاطر نظامية أو سمعة.
4. يعد أي تصريح مخالف تجاوزًا للصلاحيات ويخضع للمساءلة وفق هذه السياسة واللوائح ذات العلاقة.
5. تلتزم التصريحات بمبادئ الدقة والحياد وحماية الخصوصية وتجنب تضارب المصالح.

مادة (10): التفويض الإعلامي

1. يكون التفويض الإعلامي مكتوبًا ومحددًا (الموضوع/المدة/القناة/الصلاحيات).
2. لا يعتد بالتفويض الشفهي في القضايا الحساسة أو الأزمات أو ما يتعلق بالمستفيدين والبيانات.
3. تحتفظ إدارة الإعلام/العلاقات العامة بسجل للتفويضات والتصاريح والبيانات المعتمدة.

الفصل الرابع: النشر والتغطية الإعلامية وإدارة المحتوى

مادة (11): سياسة النشر

1. يخضع النشر في جميع القنوات الرسمية لاعتماد إدارة العلاقات العامة والإعلام (أو من يقوم مقامها) وفق الصلاحيات المعتمدة.
2. يمنع النشر الفردي باسم الجمعية أو استخدام شعارها أو هويتها دون تفويض واعتماد.
3. يراعى عند النشر: الأنظمة، والخصوصية، وحقوق الملكية الفكرية، والهوية المؤسسية، ودقة المعلومات.
4. يجب توثيق مصادر الأرقام والإنجازات، وإسنادها لتقارير أو بيانات داخلية معتمدة متى ما أمكن.

مادة (12): ضوابط المحتوى والهوية المؤسسية

1. تلتزم جميع المواد المنشورة بقواعد الهوية المؤسسية المعتمدة (شعار/ألوان/قوالب/لغة).
2. يحظر استخدام أي محتوى يتضمن إساءة أو تمييز أو تنمّر أو وصم للمستفيدين أو مخالفة للقيم الأخلاقية.
3. يمنع استخدام صور المستفيدين أو بياناتهم أو قصصهم إلا بموافقة خطية وفق الضوابط (مادة 17).

4. الالتزام بنبرة تواصل تحترم الجمهور وتبتعد عن الاستقطاب والإثارة.

مادة (13): إجراءات التغطية الإعلامية للفعاليات

تخضع التغطية لدورة عمل معتمدة تشمل:

1. التخطيط المسبق (أهداف التغطية، الرسائل، القنوات، الجدول).
2. الإعداد (المحتوى، التصاريح، المتحدثين، المواد البصرية).
3. الاعتماد (مراجعة واعتماد الرسائل والمحتوى وفق الصلاحيات).
4. النشر/التنفيذ.
5. الرصد والمتابعة (تحليل التفاعل، الردود، الشكاوى).
6. التوثيق والأرشفة (حفظ المواد، التقارير، الروابط).
7. التقييم بعد الحدث ورفع تقرير مختصر للمدير التنفيذي (عند الحاجة).

مادة (14): إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام

1. تكون المخاطبات الصحفية عبر الجهة المختصة بالإعلام في الجمعية فقط.
2. تصدر البيانات الصحفية وفق نموذج معتمد وباعتماد المدير التنفيذي (أو من يفوضه).
3. تحفظ مراسلات وسائل الإعلام والأجوبة الرسمية ضمن سجل خاص للرجوع إليها.

مادة (15): الإعلانات والرعايات والتغطيات المدفوعة

1. لا يجوز نشر إعلان أو محتوى مدفوع أو رعاية باسم الجمعية إلا بعد اعتماد صاحب الصلاحية.
2. يجب الإفصاح عن طبيعة المحتوى المدفوع أو الرعاية عند النشر بما يحقق الشفافية.
3. تراعى ضوابط تضارب المصالح، وأي علاقة لأصحاب المصلحة مع الجهات المعلنة أو الراعية.

الفصل الخامس: إدارة حسابات التواصل الاجتماعي وأمنها

مادة (16): الحسابات الرسمية

1. تعد جميع الحسابات التي تحمل اسم وشعار الجمعية حسابات رسمية، ولا تعتمد إلا بقرار إداري موثق من المدير التنفيذي.
2. لا يجوز إنشاء أو تشغيل حسابات باسم الجمعية دون اعتماد رسمي.
3. تحفظ بيانات الحسابات الرسمية ضمن سجل الأصول الرقمية لدى الجمعية.

مادة (17): مشرفو الحسابات وضوابط الوصول

1. يشترط في مشرف الحساب: الكفاءة، والمعرفة، والالتزام بالسياسات، والموافقة الرسمية.
2. يحدد لكل مشرف صلاحيات محددة وفق مبدأ "أقل صلاحية ممكنة."
3. يمنع استخدام الحسابات الرسمية لأغراض شخصية أو نشر آراء فردية.

مادة (18): الأمان والسرية وإدارة كلمات المرور

1. تدار كلمات المرور بسرية تامة، ويمنع مشاركتها خارج الفريق المفوض.

2. تفعّل المصادقة الثنائية حيثما أمكن.
3. تُحدّث كلمات المرور دوريًا، وعند تغيير المشرفين أو الاشتباه بأي اختراق.
4. يتم توثيق عمليات الاستعادة والتغيير والإصلاح ضمن سجل أمني.
5. عند انتهاء علاقة موظف/متطوع له صلاحيات، يتم سحب الصلاحيات فورًا وفق إجراء معتمد.

مادة (19): إدارة التفاعل والتعليقات

1. تحتفظ الجمعية بحق إخفاء/حذف أي تعليق يتضمن إساءة أو معلومات مضللة أو انتهاك خصوصية أو تحريض أو روابط ضارة.
2. يتم الرد على الاستفسارات بما يراعي الدقة والخصوصية وعدم تقديم معلومات حساسة.
3. يتم تصعيد أي محتوى قد يشكل أزمة إعلامية إلى المدير التنفيذي فورًا.

الفصل السادس: الخصوصية وحقوق النشر والمسؤولية

مادة (20): حماية بيانات المستفيدين والخصوصية

1. يحظر نشر أي بيانات شخصية أو طبية أو تعريفية تخص المستفيدين إلا وفق موافقة خطية صريحة ومحددة الغرض.
2. تلتزم الجمعية بمبدأ تقليل البيانات المنشورة للحد الأدنى اللازم، مع إخفاء الهوية متى أمكن.
3. لا يجوز تصوير المستفيدين أو مواقع تقديم الخدمة أو الوثائق إلا بإذن رسمي وبما لا يضر بكرامة المستفيد.
4. تحفظ الموافقات ضمن ملفات موثقة قابلة للمراجعة.

مادة (21): حقوق النشر والملكية الفكرية

1. تعد جميع المحتويات الإعلامية التي تنتجها الجمعية ملكًا لها، ولا يجوز استخدامها أو إعادة نشرها دون إذن خطي.
2. تلتزم الجمعية باحترام حقوق الملكية الفكرية للغير، وعدم استخدام صور/مواد/مقاطع دون ترخيص أو إذن.
3. تلتزم الجمعية بتوثيق مصادر الصور والمواد المرخصة وأرشفتها.

مادة (22): إخلاء المسؤولية

1. لا تتحمل الجمعية مسؤولية محتوى التعليقات والمنشورات الخارجية التي ينشرها الجمهور على منصاتها، مع احتفاظها بحق الإخفاء أو الحذف وفق المادة.(19)
2. لا تعد المشاركات غير الصادرة عبر قنوات الجمعية الرسمية أو غير المعتمدة ممثلة لموقف الجمعية.

الفصل السابع: إدارة المخاطر والأزمات الإعلامية

مادة (23): تعريف الأزمة الإعلامية

تعد أزمة إعلامية كل محتوى أو حدث أو تفاعل أو ادعاء قد يسيء لسمعة الجمعية أو يثير الرأي العام أو يضر بالمستفيدين أو الشركاء أو يعرّض الجمعية لمخاطر نظامية أو مالية أو تشغيلية.

مادة (24): آلية إدارة الأزمات الإعلامية

تدار الأزمات وفق الإجراءات التالية:

1. الإيقاف الفوري لأي محتوى محل إشكال عند الحاجة.
2. الرفع العاجل للمدير التنفيذي وتزويده بالحقائق المتاحة وتقييم أولي للمخاطر.
3. تشكيل فريق أزمة إعلامية بقرار من المدير التنفيذي (وقد يضم: الإعلام، القانونية/الامتثال، البرامج، الموارد البشرية، تقنية المعلومات).
4. اعتماد رسالة موحدة وخطة استجابة (بيان/أسئلة وأجوبة/توقيت نشر/قنوات).
5. توثيق جميع القرارات والإجراءات والمراسلات المتعلقة بالأزمة.
6. التقييم اللاحق واستخلاص الدروس وإقرار إجراءات تحسين لمنع تكرارها.

الفصل الثامن: المخالفات والمساءلة

مادة (25): المخالفات الإعلامية

تعد مخالفة إعلامية – على سبيل المثال لا الحصر – ما يلي:

1. التصريح أو النشر باسم الجمعية دون تفويض أو اعتماد.
2. نشر معلومات غير دقيقة أو غير موثقة أو مضللة.
3. انتهاك خصوصية المستفيدين أو نشر بيانات شخصية دون إذن.
4. الإساءة أو الإضرار بسمعة الجمعية أو إثارة نزاع أو استقطاب يضر بمصالحها.
5. مخالفة الهوية المؤسسية أو استخدام شعار الجمعية دون تصريح.
6. قبول هدايا/مزايا من جهات إعلامية/معلنين بما يخلق تضارب مصالح.
7. الإخلال بمتطلبات أمن الحسابات أو مشاركة كلمات المرور دون إذن.

مادة (26): الجزاءات والإجراءات التصحيحية

تطبق الجزاءات وفق جسامة المخالفة وبما يتوافق مع الأنظمة واللوائح الداخلية، وتشمل:

1. التنبيه أو لفت النظر.
2. الإنذار الخطي.
3. سحب صلاحيات النشر أو التصريح مؤقتًا أو دائمًا.
4. الإيقاف عن العمل/التطوع أو إنهاء العلاقة.
5. الإحالة للتحقيق الداخلي، وإشعار الجهات المختصة عند وجود شبهة مخالفة نظامية (مثل الجرائم المعلوماتية أو انتهاك الخصوصية أو حقوق المؤلف).

الفصل التاسع: أحكام ختامية

مادة (27): المراجعة والتحديث

تراجع هذه السياسة دوريًا كل (3) سنوات على الأقل، أو عند الحاجة بناءً على تحديثات الأنظمة أو متطلبات المركز الوطني أو ظهور مخاطر إعلامية جديدة، ويتم اعتماد التعديل وفق صلاحيات مجلس الإدارة.

مادة (28): النفاذ والإلغاء

يعمل بهذه السياسة من تاريخ اعتمادها من مجلس الإدارة، وتلغي ما يتعارض معها من سياسات أو تعليمات سابقة ذات صلة.

اعتماد مجلس الإدارة

تم اعتماد سياسة الإعلام والاتصال في اجتماع مجلس الإدارة رقم (2026-2) المنعقد يوم السبت بتاريخ 2026/5/16م الموافق 1447/11/29هـ.