

سياسة نشر المحتوى

البركة الخيرية

مقدمة:

تعد لائحة سياسة النشر خطوط العريضة تهتدي بها جمعية البركة الخيرية عند تعاملها مع التقارير والأخبار والمواد العلمية والمرئية والمسموعة وما ينشر في موقعها الإلكتروني وما يتم إعداده للنشر من خلال محيطها الداخلي أو الخارجي، وبما يتناسب مع سياسة وأنظمة ولوائح ومسارات الجمعية ويكون بمثابة قواعد أساسية لا يمكن تجاوزها أو مخالفتها شكلا أو مضمونا، والهدف هو ضمان الحصول على مخرجات سليمة وتملك الحقوق الفكرية والخصوصية، وتحقيق العمل المؤسسي وفق معايير الجودة في المحتوى والمضمون.

المادة (1): التعريفات

١. سياسة النشر: ويقصد بها الصلاحيات والضوابط التي تنظم أعمال النشر.
٢. الملكية الفكرية: ويقصد بها كل المواد التي تصدر عن الجمعية
٣. مواقع التواصل الاجتماعي: يقصد بها الحسابات الرسمية في تويتر، فيسبوك، انستغرام ... إلخ.

المادة (٢): حقوق النشر

- جميع المحتويات التي سيتم نشرها عن طريق الجمعية في الجهات الإعلامية ذات الشراكة أو في مواقعها أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي يجب أن تتوافق مع حقوق النشر وسياسة النشر، وهذا يشمل التالي:
- التقارير والأخبار والمجلات والمنشورات التي تصدرها الجمعية
 - النصائح والإرشادات والبنرات والبروشيرات
 - أي مواد إعلانية أو تسويقية أو إعلامية ولها حقوق نشر

المادة (٣). حادثة المعلومات

التأكد من تحديث محتوى المعلومة والمواد المختلفة بشكل يضمن حداثتها حين نشرها وهذا يشمل الأخبار والتقارير والصور، وأيضا المعلومات التعريفية مثل الأسماء وأرقام الهواتف والبريد الإلكتروني ووصف المواد وغيرها من المعلومات

المادة (٤) التغييرات وإخلاء المسؤولية (الملكية الفكرية)

- تحتفظ الجمعيات بالحق في تغيير المعلومات الواردة فيما سيتم نشره في أي وقت بدون السابق إنذار
- التأكد من دقة المعلومات الواردة في الأخبار والتقارير والموقع الإلكتروني لضمان عدم احتوائها على ما ينافي سلامة النشر أو البنود المشار إليها أعلاه (بما في ذلك أي نص أو رسوم بيانية أو إعلانات أو مواد مرئية أو مسموعة أو غيرها)

المادة (٥). التغييرات التي يمكن أن تطرأ على هذه السياسة

ان للحفاظ على سلامة المخرجات ودقة المعلومات لما سيتم نشره في المستقبل فإنه يمكن للجمعية تغيير أحكام هذه السياسة من حين لآخر، وفي حالة إجراء مثل هذه التغييرات، يتم عرضها على الجهة المختصة في الجمعية لاعتمادها. يستمر العمل بهذه اللائحة بما يتوافق مع بنود النظام الأساسي وكل أنظمة وبنود ولوائح وسياسة الخصوصية في الجمعية

المادة (٦) الجهات المخول لها بالتصريحات الصحفية

١. يحق للشخصيات الآتية التصريح باسم الجمعية
- رئيس مجلس الإدارة أو من ينوب عنه.
 - المدير التنفيذي أو من ينوب عنه
 - مدير العلاقات العامة والإعلام أو من ينوب عنه

٣. لا يحق لغير المذكورين في المادة السادسة التصريح باسم الجمعية وفي حالة مخالفة ذلك سيتعرض المخالف للمساءلة من قبل الجهات المختصة ولن تتحمل الجمعية نتائج تصريحاته أدبية ومادية وقانونية تجاه مسؤولية الغير

المادة. (٧) فيما يتعلق بالنشر أولاً: الضوابط العامة

١. الاهتمام بتكامل المحتوى المنشور وجودته من حيث جمال الصياغة وسلاسة التعبير
٢. التركيز على أصل الخير (المحتوى)، وعدم الإسهاب في توصيف ملابسات الحدث.
٣. صغر حجم الخير أو التقرير (المحتوى) وانتصاره بحيث لا يخل بالمعنى
٤. تناول الموضوعي (المحتوى) بعيداً عن الإثارة والتهويل
٥. النشر السريع للخير إلا إذا كان من متطلبات نشره غير ذلك كأن يكون مجدولاً ومؤقتاً بتوقيت.
٦. يجب موافقة المدير التنفيذي أو مدير العلاقات العامة والإعلام على كل ما ينشر من مواد بالصحف أو المواقع أو المنصات الإلكترونية
٧. أرشفة كل المعلومات والأخبار (المحتوى) والاحتفاظ بها لاستخدامها عند الضرورة.
٨. خلو المحتوى من اللهجة النابية أو المتهجمة أو العنصرية أو المهذدة سواء كان نصاً أو صورة أو فكرة
٩. ألا يخالف المحتوى أنظمة الشريعة الإسلامية أو الدولة أو الجمعية أو أعراض المجتمع السعودي.
١٠. ألا يتعرض المحتوى لخصوصية الآخرين بأي شكل من الأشكال
١١. مراعاة قواعد اللغة المستخدمة وسلامة النص والتأكد من خلوه من الأخطاء

ثانيا: ضوابط في نصوص المحتوى

١. تنسيق النصوص:

عدم وضع خط أسفل الكلمات والعبارات، ولكن يمكن استعمالها فقط للروابط في المواقع والمنصات الإلكترونية
عدم استخدام الخطوط العائلة أو الكبيرة للتأكيد على شيء ما أو إبراز أهميته ويمكن تغميق العناوين

٢. تركيبة نصوص المحتوى

• المحتوى الورقي:

- يجب أن يشتمل الخير على أفكار مختصرة
- يشتمل على عنوان جذاب وشارح للمحتوى
- استخدام عناوين فرعية في حالة طول الخير أو المقال
- يجب أن يتسم المحتوى وحدة الموضوع وتسلسله المنطقي في التعاطي مع الأحداث.

• المحتوى الإلكتروني:

- يجب أن تشتمل بداية الصفحة على عنوان جذاب وشارح لمحتوياتها.
- اتباع الأسلوب المختصر في عرض الأفكار التي ستضمها الصفحة
- استخدام عناوين فرعية مثل العناوين الرئيسية
- في الصفحات الطويلة، تجميع العناوين الفرعية في أعلى الصفحة على أن تكون بشكل روابط للداخل
- في الصفحات الطويلة، يجب استخدام روابط ضمن أجزاء الصفحة لإمكانية الرجوع لأعلى الصفحة بشكل متتابع.
- يجب أن تشتمل الصفحة الواحدة على موضوع واحد وهدف واحد
- تجنب التكرار (المحتوى الإلكتروني):
- يجب عدم تكرار المعلومات او كتابة موضوعات قديمة وغير مناسبة من ناحية التوقيت

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

• ضرورة وجود تاريخ في كل صفحة ضمن أجزاء المحتوى
• يجب استخدام تواريخ محددة ضمن مواد المحتوى (خاصة الأخبار) بدلا من استخدام مؤخرًا، في وقت لاحق، حديثًا.. إلخ

• تجنب استخدام صيغة المستقبل إلا إذا اقتضت الضرورة ذلك، ويجب أن يأتي المستقبل في شكل تواريخ محددة

• أشكال الروابط وكيفية صياغتها (المحتوى الإلكتروني):

• نص الرابط يجب أن يكون معبرا بوضوح وشارحا لنفسه ليتمكن المتصفح من الضغط عليه في حالة الرغبة للوصول إلى هذه الصفحة
• من الأفضل أن تأتي الروابط منفردة في سطر واحد أو في قائمة من الروابط

• إذا كان الرابط يؤدي لصفحة في موضع آخر، فيجب الإشارة لذلك.
• إذا كان الرابط يفتح في صيغة ملفات مختلفة مثل ال (PDF)، فيجب الإشارة إلى ذلك مع توضيح حجم الملف أو عدد الصفحات
• تجنب الصفحات والأخبار التي تحتوي على روابط لا تعمل.

• صفحات التعليمات والإرشادات:

• يجب أن تأتي التعليمات والإرشادات في صفحات مستقلة بعيدا عن الأنواع الأخرى للمحتوى (الموقع الملف الصحفي... إلخ).
• يتم وضع التعليمات وترتيبها بشكل منطقي ومقبول مع تحديدها بأرقام.

• يجب استخدام عبارات سهلة ومباشرة مثل: (افعل كذا لتصل إلى...)

- **أشكال الجداول وتناسق الصفحة:**
- يجب تجنب استخدام الجداول في حالة نصوص المحتوى العادية، إلا في حالات البيانات (الأرقام والإحصاءات).
- يجب أن تكون الجداول قريبة من بعضها لتناسب مع مكونات الصفحة
- لا يفضل استخدام الجداول في حال كان النص مكتوبا على سطرين داخل أي من خلاياها.

- **المحتوى وزيادة فرص البحث:**
- يجب استخدام كلمات مفتاحية ملائمة للمحتوى وشائعة الاستخدام بين المتصفحين بما يضمن زيادة فرص البحث عن المحتوى
- استخدام كلمات مفتاحية في عناوين المحتوى، على أن تحل تلك الكلمات بصورة مباشرة على مضمون المحتوى

ثالثا: ضوابط فنية

1. يكتب الخبر بطريقة الهرم المقلوب (الأهم فالمهم)، وليس الهرم المعتدل (الذي يمهد للموضوع في بدايته).
2. استخدام الأسلوب السهل والبعيد عن التعقيد والألغاز والتعبيرات الأدبية ليتسنى فهمه من قبل متعدد الثقافات.
3. يكتب العنوان بالمضارع (تدشن الجمعية ...) أو المصدر (حضور الفعاليات ...)
4. في التعامل مع أخبار الشخصيات، يتوجب الإلمام بالوصف الوظيفي لكل شخصية مع معرفة المستويات الوظيفية لهذه الشخصيات.
5. تذكر أسماء الدول أول مرة بالاسم الرسمي ثم يشار إليها باسمها المختصر
6. ذكر أسماء الأمراء والمسؤولين كاملة أول مرة ثم يشار إليها بالاختصار بعد ذلك.
7. مراعاة قواعد اللغة العربية.

٨. إدراج الآيات القرآنية من برنامج خاص، وفي حال التعذر يتم التأكد من صحة الآية بالرجوع إلى المصحف المطبوع، وكذلك تخريج الأحاديث النبوية
٩. إثبات النصوص المنقولة على لسان المسؤولين (التصريحات أو ما شابهها) كما هي بين قوسين ودون تغيير إلا في إطار التدقيق الإملائي.
١٠. يعتمد التقويم الميلادي في تاريخ الأخبار مقرونا بالتاريخ الهجري (أم القرى) الموافق له
١١. اختيار العنوان من الجزء الأول في الموضوع الذي غالبا ما تكون أجزاؤه مرتبة تنازليا حسب الأهم فالمهم.

رابعاً: ضوابط الصورة

الصورة هي أفضل وسيلة لجذب انتباه القراء، حيث يتطلع القارئ دائماً إلى الإثارة والتشويق في الصور فيشاهدها أولاً، ثم يشرع في الإلمام بالتفاصيل، كما أن الصور المصاحبة للأخبار تعزز وتقوي مستوى تذكر موضوعات الأخبار. من هنا كان لابد من مراعاة الآتي:

١. الاهتمام بالإخراج الفني الجيد وجودة الصورة ونوعيتها وتوافر عنصر الجذب فيها

٢. أن وضع الصورة مع الخبر ليس وظيفة زخرفية: إنما هو لتوضيح الأخبار التي تصاحبها، وما لا يستطيع أن يقوله كاتب النص

٣. يجب توفير نص توضيحي للصور المهمة خاصة الصور المعقدة مثل الأشكال البيانية أو ما شابهها.

٤. وضع وصف مختصر للصور وعروض الفلاش، (وهذا المعيار بدعم ذوي الإعاقة الذيل يستخدمون البرامج الناطقة أثناء تصفح الإنترنت).

٥. ألا يتجاوز حجم الصورة (500 kilobytes)

٦. أن تكون الصور (٩٦٠) Pixels

٧. الصورة الرئيسية للخبر والصور المهمة (٣ صور تقريبا إن وجدت) توضع ضمن نص الخبر.

٨. صور الأخبار والفعاليات والتغطيات بصفة عامة -وتستثنى الصورة الرئيسة والصور المهمة-توضع في مكتبة الصور
٩. أن نضيف الصورة قيمة للمضمون التحريري للوحدة المنشورة، بحيث لا تكون تكرارا لما تقدم من صور أو مضمون تحريري
١٠. عدم نشر صورة فيها خدش للحياء أو مخالفة للشريعة أو الأعراس الاجتماعية أو النظم والقواعد المعمول بها في المملكة العربية السعودية
١١. تجنب الصفحات والأخبار التي تحتوي على صور لا تعمل أو بها خلل، أو كانت أبعاد الصورة غير مناسبة.

خامسا: ضوابط خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي

١. عدم متابعة الأفراد، والاكتفاء بمتابعة الجهات الرسمية
٢. عدم نشر أي معلومة إلا بموافقة لجنة النشر.
٣. الاهتمام بردود الأفعال والرد عليها بأسلوب يتفق مع رسالة الجمعية وأهدافها ومن ثم رفعها إلى الجهات المختصة
٤. التفاعل مع الشكاوى ورفعها إلى الجهات ذات العلاقة
٥. مواكبة الأحداث الرسمية بما يخدم أهداف الجمعية الإعلامية
٦. عدم إعادة التغريدات المشار ميها لحساب الجمعية، والاكتفاء بالتفضيل
٧. عدم التصرف في الرد، وتكفي الإحالة على إيميلات المختصين بالرد والتبيين

سادسا: ضوابط النشر في الملف الصحفي

١. نشر ما له علاقة بأهداف الجمعية وأنشطتها.
٢. تذييل الخير بالمصدر؛ للاطلاع عليه.
٣. يتم اعتمادها دون تحريرها أو مراجعتها من قبل إدارة المحتوى

سابعاً: ضوابط نشر بيانات الاتصال

1. أن يكون عنوان معلومات الاتصال واضحاً باسم القسم الداخلي أو الإدارة.
2. ألا يحتوي عنوان معلومات الاتصال على أسماء أشخاص.
3. أن توضع أرقام هواتف السنترال بشكل منفصل عن التحويلات.
4. يجب التقيد بالصيغة الدولية لأرقام الاتصال الموضحة في نموذج تعبئة معلومات الاتصال
5. يجب التقيد بطريقة كتابة التحويلات، ودمج التحويلات الخاصة بقسم واحد في حقل واحد
6. عند الإشارة إلى قنوات اتصال وتواصل، فيجب أن تكون خاصة بالعمل وليس بأشخاص بعينهم.

ثامناً: دور المحرر في المحتوى الثابت

المحتوى الثابت هو محتوى وصفي لأحد مكونات العمل ضمن الجهة التي تشرف على البوابة، ويتميز هذا المحتوى بأنه يتم إعداده مرة واحدة ولا يتغير، ولكنه في الوقت نفسه قد يحتاج إلى التحديث في حالة حدوث أية تغييرات جوهرية أو ظهور معلومات جديدة تحتاج إلى الإضافة إلى المحتوى الذي تم إعداده في البداية كالهيكل التنظيمي أو إضافة أقسام، أو دمج بعض الإدارات

تاسعاً: دور المحرر في المحتوى المتغير (الأخبار-الفعاليات-الإعلانات)

أبرز ما يقوم به المحرر في هذا الجانب هو تحرير وضبط اللغة والتدقيق لمحتوى الأخبار والفعاليات والأحداث. ويمكن التعامل معها جميعاً على أساس أنها قصة خبرية وذلك حسب ما يلي:

مكونات القصة الخبرية: تتكون القصة الخبرية من ثلاثة أجزاء رئيسة هي:

(أ) المقدمة:

ويتم تحريرها باختيار أهم جزء من تفاصيل الخبر الذي يمثل مركز الثقل وصياغتها في فقرة لا يتجاوز عدد كلماتها الثلاثين، لتتضمن ملخصاً للموضوع وتكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة وتبرز الطابع المميز للخبر وتعطي آخر التفاصيل عن الحدث وتجذب القاري لمتابعة القراءة

(ب) التفاصيل:

وتتكون من أجزاء كل منها تشكل شريحة من الخبر لتناول جزءاً من أحداثه في وحدة متكاملة، يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها، أي تبدأ من الأهم ثم الأقل أهمية، وهكذا.

(ج) الخلفيات:

وهي الجذور الرئيسة التي تسببت بوقوع الحدث أو تطوراتها السابقة. ويمكن تجزئة بدايات أو جذور الحدث إلى فقرات تتضمن كل منها جزءاً من تلك الأوليات أو الأصول في وحدة متكاملة، ويتم ترتيبها وفق الأهمية التنازلية لكل منها.

والخبر الكامل هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة عن الأسئلة السنة التالية:

١. من؟ من الذي لعب الدور الأول في وقوع الحدث.
٢. متى؟ زمن وقوع الحدث.
٣. أين؟ مكان وقوع الحدث.
٤. ماذا؟ ماذا حدث.
٥. كيف؟ تفاصيل الحدث
٦. لماذا؟ والمراد به هنا: أوليات، أو خلفيات الحدث مع الحرص على عدم الإغراق في التعليل.

ويسعى المحرر دائماً ليضمن الخبر الإجابات عن هذه الأسئلة، وليس بالضرورة أن تكون لكل الأخبار خلفيات؛ فهناك أخبار ليس لها أوليات سابقة.

تم اعتماد هذه السياسة بمحضر مجلس إدارة الجمعية رقم (٤٣)
وتاريخ ٦/٧/١٤٤٦هـ. وتحل هذه السياسة محل جميع سياسات النشر الموضوعة
سابقاً

رئيس مجلس الإدارة

م/ خالد بن عبدالعزيز الشلاحي

الختم

