



وثيقة الإعلام الجديد

إخاء لرعاية الأيتام

1440هـ - 2019م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

خط الابن
سلمان عبدالجبار متعب



المقدمة

يعد الإعلام الجديد من أهم الوسائل الإعلامية المؤثرة في المملكة العربية السعودية في الألفية الثانية، والتي أصبحت تشكل أهمية قصوى للمنظمات والقطاعات وخاصة الغير ربحي منها، وذلك لقدرتها الكبيرة على الانتشار على نطاق واسع لما تجده من إقبال كبير من مختلف شرائح المجتمع.

وكانت وسائل الإعلام الجديد قد ظهرت كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الهواتف الذكية، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام.

والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لاحتوائها على التفاعلية (**Interactive**) الإنترنت (**Internet**) والرقمية (**Digital**).

ومن منطلق تطوير منظومة «إخاء» فقد أُطلقت استراتيجية إخاء 2020 مطلع العام 2017م، وجاءت من بين مبادراتها الاستراتيجية مبادرة الإعلام الجديد والتي تعنى بتطوير العمل الإعلامي لـ «إخاء» في وسائل الإعلام الجديد لزيادة التفاعل ورفع نسبة المشاهدات لصفحات «إخاء»، والوصول إلى كافة شرائح المجتمع، وتعزيز الصورة الذهنية، والذي سينعكس على الموارد المالية، واستقطاب الشراكات الفاعلة مع مختلف القطاعات الحكومية والخاصة.



المحتويات

08	المصطلحات وتعريفها
10	الملخص التنفيذي
12	منهجية عمل الإعلام الجديد
16	الهيكل التنظيمي للإعلام الجديد
18	الأهداف العامة للإعلام الجديد
20	الخطة التنفيذية للإعلام الجديد
26	الأنشطة الجوهرية والمساندة للإعلام الجديد
28	مهام فريق العمل
30	آلية إدارة المحتوى وطريقة تقييمه
32	السياسات والإجراءات في الإعلام الجديد
43	الإدارات ذات العلاقة في الإعلام الجديد
44	المخاطر المحتملة للإعلام الجديد
45	أدوات متابعة وتقويم الإعلام الجديد
49	منصة ابتكار

المصطلحات وتعريفها

-الملخص التنفيذي:

ملخص يوضح ما اشتملت عليه هذه الوثيقة.

-الإعلام الجديد:

لا يوجد تعريف محدد للإعلام الجديد، إلا أن الأقرب هو اندماج وسائل الإعلام التقليدي (صوت، فيديو، صورة، نص) مع التقنيات الحاسوبية (الكمبيوتر، الهواتف الذكية) مما أنتج إعلامًا جديدًا يتيح لكل فرد ومؤسسة امتلاك وسيلة إعلامية ينتج وينشر عبرها ما يريد متى ما أتقن خصائص الإعلام الجديد.

-منهجية عمل الإعلام الجديد:

المنهج الذي سيتم العمل عليه في قنوات الإعلام الجديد لتفعيلها.

-الهيكل التنظيمي للإعلام الجديد:

هيكل تنظيمي يبين التسلسل الإداري لفريق عمل الإعلام الجديد.

-الأنشطة الجوهرية للإعلام الجديد:

الأنشطة التي تقوم بها وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي ذاتيًا، لتفعيل وإدارة وتطوير مواقع التواصل الاجتماعي.

-الأنشطة المساندة للإعلام الجديد:

الأنشطة التي يقوم عليها جهات من خارج وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي وتساهم في أداء عمل الوحدة في الإعلام الجديد.

المصطلحات وتعريفها

-السياسات والإجراءات:

لائحة تشتمل على السياسات والإجراءات المتبعة في الإعلام الجديد، وذلك لتوحيد وتنظيم العمل الإعلامي بالإدارة العامة وكافة الفروع.

-الإدارات ذات العلاقة:

الإدارات التي ترتبط بعلاقة مع الإعلام الجديد في تقديم المعلومة أو الإجابة على استفسارات المتابعين في الإعلام الجديد.

-المخاطر المحتملة:

المخاطر المحتملة التي قد تواجهها وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي مما يتسبب في عدم قيامها بأعمالها بأكمل صورة، لتحقيق المبادرة الأهداف المنشودة منها، مما يساهم في وضع الحلول الممكنة قبل وقوعها.

-أدوات متابعة وتقويم الإعلام الجديد:

هي أدوات تقنية تساهم في متابعة فاعلية قنوات الإعلام الجديد، وتقويمها لتحقيق الأهداف الأساسية للإعلام الجديد.

-منصة ابتكار:

مجموعة من الأفكار والمقترحات، والتي تهدف إلى أن تكون صفحة "إخاء" في تويتر منصة تفاعلية وحاضنة للأفكار من الأبناء والمتابعين.

The background features a soft-focus image of a desk. In the upper center, there is a spiral-bound notebook with a light-colored cover. Below it, several sheets of paper are scattered, some showing faint outlines of charts and graphs. The overall lighting is warm and bright, creating a professional and organized atmosphere.

الملخص التنفيذي

أعدت هذه الوثيقة لتنظم العملية الإعلامية في وسائل الإعلام الجديد، وتفعيل منصات الإعلام الجديد، لتكون داعمة إعلاميًا للعمل الذي تقوم به "إخاء"، وإيصال رسالتها إلى كافة شرائح المجتمع. وتحدد هذه الوثيقة المنهجية التي سيتم العمل عليها في الإعلام الجديد، والهيكل التنظيمي للإعلام الجديد، والأهداف العامة المطالب بتحقيقها الإعلام الجديد، وتقديم الوثيقة خطة تنفيذية للإعلام الجديد، وكيفية بناء المحتوى وآلية إدارته وتقييمه، وتعريف بالأنشطة الجوهرية والمساندة للإعلام الجديد، والسياسات والإجراءات المنظمة لعمل الإعلام الجديد، والإدارات ذات العلاقة في الإعلام الجديد للوصول إلى تنسيق وتعاون بدرجة عالية مما يساهم في الظهور الإعلامي المفيد في وسائل وقنوات الإعلام الجديد. وتحدد هذه الوثيقة المخاطر المحتملة التي ستحد من عمل الإعلام الجديد وذلك لتفاديها وإيجاد الحلول لها من قبل الإدارة العليا في "إخاء" ورئيس قطاع الاتصال والشراكات، والأدوار والمسؤوليات في الإعلام الجديد وذلك للحد من الازدواجية التي تحد من العمل المنظم.

منهجية عمل

الإعلام الجديد

تركز منهجية عمل الإعلام الجديد على تفعيل قنوات التواصل الاجتماعي، وتحديد المنهج الذي سيتم العمل عليه في كل قناة من قنوات التواصل الاجتماعي، ومتابعة ذلك مع نهاية كل عام، وتغيير المنهجية أو الاستمرار عليها إذا سارت مؤشرات الأداء نحو تحقيق أهداف المبادرة.

منهجية تويتر

- تغريدة يومية تعريفية عن إزاء وبرامجها وأنشطتها مدعمة بصور تصاميم ومقاطع فيديو.
- تغريدة عن منجزات "إزاء" يومية مدعمة بصورة (تصميم عن المنجز).
- تغريدة تغطية للفعاليات والبرامج الدورية المقدمة للأبناء الأيتام مدعمة بصور من الفاعلية.
- تغريدة ليوم الجمعة مدعمة بآيات قرآنية وأحاديث نبوية عن فضل رعاية اليتيم، وفضل دعم الجهات الخيرية، وفضل الأوقاف.
- تغريدة أسبوعية للقاءات التلفزيون والأفلام المدفوعة على قناة اليوتيوب.
- مسابقة كل ربع سنة للأبناء وأخرى للمتابعين تطرح عبر «تويتر».
- تغريدة يومية لمنتجات إزاء للحث على التبرع ودعم إزاء .

منهجية إنستغرام

- نشر صور للفعاليات والأنشطة والبرامج التي تنفذها "إزاء".
- تصميم صور خاصة بإنستغرام بمحتوى جاذب لإيصال رسالة "إزاء" وأهدافها، وتعريف المجتمع بها.
- مقاطع فيديو للقاءات التلفزيونية، والمقاطع التعريفية لـ "إزاء".

منهجية سناب شات

- تغطية الفعاليات اليومية لـ «إخاء».
- نشر تصاميم «إخاء» التعريفية.
- استضافة مؤثرين عبر سناب «إخاء» للحدث عن «إخاء» وخدماتها.

منهجية فيس بوك

- نشر قصص أسبوعية عن «إخاء» وبرامجها.
- ربط صفحة فيس بوك بصفحة تويتر.

منهجية يوتيوب

- نشر الأفلام التعريفية لـ «إخاء».
- نشر مقاطع المؤثرين.
- نشر اللقاءات التلفزيونية والتقارير الخاصة بـ «إخاء» ومسؤوليها.

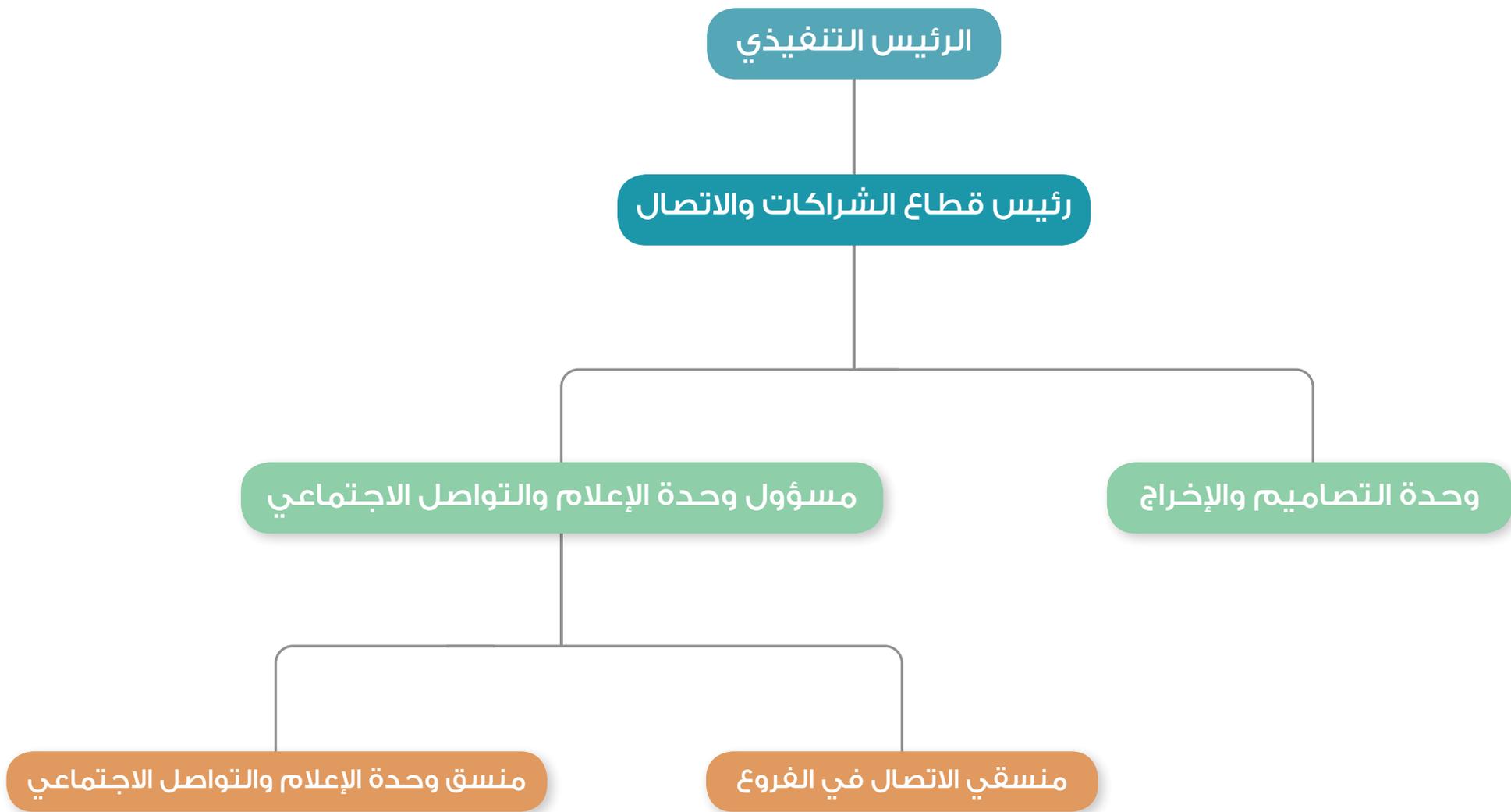
منهجية قوقل بلص

- تحديث صور «إخاء» الدورية.
- نشر تقارير عن «إخاء» وبرامجها وأنشطتها.

الهيكل التنظيمي

الإعلام الجديد





الأهداف العامة
للإعلام الجديد

لقد حددت مبادرة الإعلام الجديد ضمن استراتيجية إخاء 2020 أهدافاً عامة، يعمل الإعلام الجديد على تحقيقها لتساهم في تحقيق أهداف إخاء الاستراتيجية، وهذه الأهداف هي:

تعزيز الصورة الذهنية لإخاء. 

كسب تأييد المجتمع. 

المساهمة في تنمية الموارد المالية. 

المساهمة في زيادة الشراكات المجتمعية. 

استقطاب عدد من المتابعين في تطوير قدرات إخاء. 

الخطة التنفيذية

للإعلام الجديد



تويتر

فترة التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	أسلوب التنفيذ	الأنشطة
بداية الأسبوع الأخير من كل شهر	منسق وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي	<ul style="list-style-type: none">- البحث والمتابعة في المواضيع المهمة، وأبرز الهاشتاقات المتداولة، والأيام العالمية.- انتقاء ما يتناسب منها مع «إخاء».- كتابة تغريدات ذات علاقة بالحدث ومصممة على هوية «إخاء».- نشرها ومتابعة درجة التفاعل معها.	إعداد محتوى عام عن العمل الخيري ورعاية الأيتام، والتطوع، والمواضيع العامة التي تحظى بتفاعل كبير من المتابعين.
بداية الأسبوع الأخير من كل شهر	مسؤول الإعلام والتواصل الاجتماعي	<ul style="list-style-type: none">- البحث وجمع المعلومات.- كتابة المحتوى.- طلب التصاميم الداعمة للمحتوى.	إعداد محتوى تعريفى عن «إخاء».
بعد أي فعالية بحد أقصى ساعة	مسؤولي الاتصال في الفروع	<ul style="list-style-type: none">- تغطية مصورة للفعالية.- إرسال معلومات الفعالية على جوال «إخاء».	تغطية الفعاليات والأنشطة الدورية.



إنستغرام

فترة التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	أسلوب التنفيذ	الأنشطة
بداية الأسبوع الأخير من كل شهر	مسؤول الإعلام والتواصل الاجتماعي	- جمع المعلومات والمحتوى للتصميم. - إرساله إلى وحدة التصميم والإخراج.	إعداد تصاميم تعريفية عن «إخاء».
عند كل فعالية	منسق وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي	جمع صور الفعاليات المنفذة وجدولتها.	جدولة صور فعاليات «إخاء»



سناب شات

الأنشطة	أسلوب التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	فترة التنفيذ
تغطية فعاليات وأنشطة إزاء اليومية.	- تغطية مباشرة للفعاليات بداية من الكواليس وحتى نهاية الفعالية.	مسؤولي الاتصال في الفروع	عند كل فعالية
جمع الصور والفيديوهات التعريفية لـ "إزاء".	- جمع التصاميم والفيديوهات التعريفية لـ "إزاء" وإعادة نشرها في سناب شات.	منسق وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي	بداية كل أسبوع

www.

الموقع الرسمي

فترة التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	أسلوب التنفيذ	الأنشطة
بداية كل أسبوع	مسؤول الإعلام والتواصل الاجتماعي منسق وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي	- جمع الأخبار. - إعداد تقارير دورية للفروع والإدارات.	كتابة الأخبار والتقارير للموقع الرسمي.



+Google

الأنشطة	أسلوب التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	فترة التنفيذ
تحديث صفحة «إخاء» دوريًا.	متابعة صفحة «إخاء» على Google وتحديثها بشكل دوري بصور وتقارير.	مسؤول الإعلام والتواصل الاجتماعي	بداية كل شهر



يوتيوب

الأنشطة	أسلوب التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	فترة التنفيذ
تحديث قناة «إخاء» على يوتيوب دوريًا.	جمع ملفات الفيديو ورفعها على قناة «إخاء»	منسق وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي	بداية كل شهر

الأنشطة الجوهرية

والمساندة

للإعلام الجديد

الأنشطة الجوهرية

1 البحث والدراسة، وجمع المعلومات.

2 كتابة محتوى تويتر.

3 إدارة محتوى تويتر.

4 إعداد التقارير الإحصائية لتويتر «إخاء».

5 الرد على استفسارات المتابعين في تويتر.

6 إعداد وإدارة محتوى إنستغرام.

7 الرد على المتابعين في إنستغرام.

8 إعداد محتوى سناب شات.

9 الرد على المتابعين في سناب شات.

10 التواصل مع الفروع لتغطية الفعاليات لكافة مواقع التواصل الاجتماعي.

11 تغطية الفعاليات في الإدارة العامة.

12 كتابة الأخبار الصحفية للموقع الرسمي لـ «إخاء».

13 إدارة محتوى الموقع الرسمي.

17 نشر مقاطع وفيديوهات إخاء على موقع يوتيوب.

الأنشطة المساندة

1 التصميم (JPG , GIF , Info Graphic)

2 إنتاج فيديوهات قصيرة.

مهام فريق العمل

للإعلام الجديد

مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي		المسؤول
– إعداد الخطط التنفيذية والتشغيلية.	– إعداد الخطة الدورية وتطويرها.	المهمة
– تطوير المحتوى.	– رصد منجزات الوحدة.	
– إدارة صفحة «إخاء» على قوقل+.	– إعداد المنهجية.	
– إدارة حساب «إخاء» سناب شات.	– إدارة الموقع الرسمي.	
– إدارة قروب الواتس آب.	– إدارة قناة «إخاء» يوتيوب.	
– متابعة شكاوي وقضايا واقتراحات الأبناء التي في حساب (أبناؤنا أولاً).	– إعداد نشرة «همّة» الشهرية للأبناء.	
– إعداد الحملات الإعلانية لمواقع التواصل الاجتماعي.	– التواصل مع سفراء «إخاء» لاستثمارهم في الإعلام	
– – – – –	– إعداد التقارير الدورية للحسابات.	
منسق التواصل الاجتماعي		المسؤول
– إدارة صفحة «إخاء» في فيس بوك.	– إدارة صفحة «إخاء» في تويتر.	المهمة
– كتابة المحتوى الدوري لتويتر.	– إدارة صفحة «إخاء» في انستغرام.	
– رصد تفاعل الفروع مع وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي.	– رصد التقارير الدورية للحسابات.	
– رصد مشاركة سفراء «إخاء» في مواقع التواصل الاجتماعي.	– إدارة صفحة «أبناؤنا أولاً» في تويتر.	
منسقي الاتصال في الفروع		المسؤول
– تزويد وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي بكافة الفعاليات المستقبلية للفروع.	– تغطية الفعاليات في الفروع.	المهمة

آلية إدارة المحتوى

وطريقة تقييمه

تعتبر عملية إدارة محتوى تويتر من أهم المهام في الإعلام الجديد، لما يشكله تويتر من أهمية قصوى، واختيار الأوقات المناسبة للنشر، ويأتي بعد ذلك جدولة النشر، والتقييم، وتتم عملية إدارة المحتوى على النحو التالي:

تقييم التفاعل
على المحتوى



جدولة النشر



اختيار الأوقات
المناسبة للنشر

وتتم طريقة تقييم المحتوى بناءً على التالي:

معدل ظهور التغريدة

الردود على التغريدات

معدل الضغط على الملف الشخصي
من خلال كل تغريدة

نسبة التفاعل الأكبر للتغريدة الواحدة
مقارنة ببقية التغريدات

السياسات والإجراءات

في الإعلام الجديد

المقدمة:

سعيًا لتنظيم السياسة الإعلامية لـ «إخاء» في وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي لتوحيد الجهود والعمل الإعلامي، وتوحيد الرسالة الإعلامية لـ «إخاء»، وتحديد إجراءات العملية الإعلامية فقد أعدت هذه اللائحة لتنظيم السياسة الإعلامية والإجراءات، ويتم تطويرها بين فترة وأخرى.

المجال:

تسري هذه اللائحة على السياسات والإجراءات ذات العلاقة بوحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي في «إخاء».

الأهداف:

- 1 تنظيم آلية العمل من خلال التخطيط والتنفيذ الفعال لترسيخ اسم «إخاء» وتعزيز رسالتها ورؤيتها وقيمتها في مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 2 تبسيط الإجراءات بما يتوافق مع نظام الجودة في إطار خطة قطاع الشراكات والاتصال مع الالتزام بالتطوير المستمر.
- 3 تحديد الصلاحيات والمسؤوليات بين وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي ومنسقي الشراكات والاتصال في الفروع.

العلاقة بين ممثلي الاتصال في الفروع مع وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي:

- 1 يتم التنسيق والتواصل مباشرة بين ممثلي الاتصال في الفروع ومسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي لتغطية الأحداث اليومية للفروع والفعاليات المقدمة للأبناء.
- 2 يتم الاتصال مباشرة بين مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي عن طريق البريد الإلكتروني مع إرسال نسخة إلى مديري الفروع.

التعريفات:

1-وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي:

عدد من موظفي "إخاء" يؤدون عملهم في الجانب الإعلامي وتغطية الفعاليات والمناسبات وعرض المنتجات سواء في وسائل الإعلام المرئي أو المقروء أو المسموع أو في مواقع التواصل الاجتماعي.

2-مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي:

يأتي في التدرج الإداري تحت رئيس قطاع الاتصال والشراكات ويتولى إعداد خطط الوحدة والسياسات والإجراءات وتوزيع مهام العمل على فرق العمل وإعداد توجه إخاء في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي.

3-المسؤول الإعلامي:

هو المسؤول عن التغطية الإعلامية في فروع "إخاء".

4-الخبر:

حدث معين عن "إخاء" يناسب نشره بالصحف المحلية الورقية والإلكترونية.

5-المحرر:

الشخص المستقي للأخبار لنشرها بصحيفته التي يعمل بها.

التعريفات:

6-منسق التواصل الاجتماعي:

موظف مسؤول عن إدارة حسابات إزاء في وسائل التواصل الاجتماعي، ومساندة مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي في تطوير عمل الوحدة.

7-سناپ "إزاء":

هي قناة خاصة في إزاء على موقع التواصل الاجتماعي "سناپ شات".

8-تويتر "إزاء":

هي الصفحة الرسمية لـ "إزاء" على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر".

9-إنستغرام "إزاء":

هي الصفحة الرسمية لـ "إزاء" على موقع التواصل الاجتماعي "إنستغرام".

المصطلحات الإعلامية

المصطلح	المصطلح الإعلامي
الأبناء	أبنائنا الأيتام
الفروع	إخاء (مدينة الفرع) "إخاء الرياض، إخاء مكة المكرمة..."
المدير العام	الرئيس التنفيذي
مدير الفرع	مدير إخاء (مدينة الفرع) "مدير إخاء الرياض، مدير إخاء أبها.."
الابن	ابننا
المشمولات	فتياتنا اليتيمات



سياسة "سناب شات":

- يتم التركيز في الصور أو الفيديوهات على الأشياء ذات الأهمية واختيار الزوايا المناسبة.
- عدم اهتزاز كاميرا الجوال أثناء التصوير.
- عند الحديث في الفيديو يتم الحديث في «سنابه» واحده بما لا يتجاوز 10 ثوان يتطرق خلالها إلى نبذة مختصرة عن الفعالية أو النشاط.
- في حال التعليق كتابياً على «السنابه» يتم اختيار مكان النص بعناية بحيث لا يفسد جمالية الصورة أو يطمس حدث مهم.
- في الاحتفالات يفضل أن تبدأ التغطية قبل الحفل بكو ليس الحفل.



إجراءات التغطية في "تويتر":

- يقوم منسقي الاتصال بتغطية الحدث بالتنسيق مع مدير الفرع أو مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي في «إزاء»، «مرفق 1»
- يقوم منسقي الاتصال بإرسال نبذة عن الفعالية مع صور من الفعالية بحيث لا تزيد عن أربع صور على جوال وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي.
- يتم إرسال البيانات المراد كتابتها في التغريدة والصور بعد الفعالية مباشرة على جوال وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي.
- إذا كانت هناك فعالية كبيرة وحضور رسمي على مستوى رفيع كأمر المنطقة أو مدير فرع وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في المنطقة فيتم التنسيق مع مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي لتغطيتها في وسائل التواصل الاجتماعي.
- إذا كان البرنامج المقدمه للأبناء الأيتام يتضمن أكثر من فعالية فيتم كتابة تغريدات لكل فعالية مدعومة بالصور ويتم التغريد بها على شكل سلسلة مترابطة.



إجراءات التغطية في السناپ شات:

- يتم التنسيق مع مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي لطلب السناپ شات الرسمي لـ «إخاء» لتغطية الفعالية، وفق النموذج المرفق «مرفق 1».
- يتم إرسال اسم المستخدم والرقم السري لحساب «إخاء» في «السناپ شات» إلى منسقي الاتصال قبل التغطية بساعات.
- إذا كان هناك فعاليتين أو أكثر في فرعين أو أكثر فيتم التنسيق مع مسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي لتغطية الفعاليات في ذات الوقت.
- بعد نهاية التغطية الإعلامية في «سناپ شات» بنصف ساعة يسجل المسؤول الإعلامي خروجه من البرنامج ويبلغ وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي عبر «الواتس آب» لإخلاء مسؤوليته.



**المؤسسة الخيرية
لرعاية الأيتام**

قطاع الشراكات والاتصال
وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي
نموذج تغطية فعالية

يرسل الطلب قبل الفعالية بيوم واحد على الأقل

القنوات المستهدفة في التغطية:

تويتر سناپ شات انستغرام

نوع الفعالية:

حفل برنامج علمي برنامج ترفيهي

اليوم	التاريخ	المكان	كثبان الشخصيات
			عدد الحضور / المشاركين

ننذه عن الفعالية:

إذا كانت التغطية لصفحة إخاء في تويتر وانستغرام ترفق صور بما لا يقل عن 3 صور للفعالية بدقة عالية.
ترسل التغطية لتويتر وانستغرام على الواتس آب (0554470750).
ترسل التغطية بحد أقصى بعد ساعة من الفعالية.

بعد تعبئة النموذج يرسل على البريد الإلكتروني media@ekhaa.org.sa

نموذج طلب تغطية لمواقع التواصل الاجتماعي



السياسة الإعلامية للموقع الرسمي:

- يشار إلى المؤسسة الخيرية لرعاية الأيتام في الأخبار للموقع الإلكتروني بالصيغة التالية (إخاء لرعاية الأيتام).
- يشار إلى فرع المؤسسة الخيرية لرعاية الأيتام في الأخبار للموقع الإلكتروني بالصيغة التالية (إخاء الرياض لرعاية الأيتام، إخاء جدة لرعاية الأيتام...).
- الابتعاد عن صور الأيتام إلا في حال موافقتهم على النشر.
- الابتعاد عن صور النساء التي تنافي الشريعة الإسلامية.
- اعتماد مصطلح «بنائنا الأيتام» للإشارة إلى الأبناء و «فتياتنا اليتيمات» للإشارة إلى المشمولات.



إجراءات إدارة ومتابعة الموقع الرسمي:

- يقوم فريق وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي بتجميع الأخبار (إنجازات وخدمات «إخاء» المتفقد عليها) عن طريق المطلوب من كل قسم (يومي / أسبوعي / شهري / سنوي) لرفعها على الموقع.
- يقوم منسق الإعلام بصياغة الخبر وإرساله لمسؤول وحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي للموافقة عليه.
- بعد الموافقة على الخبر يقوم منسق الإعلام برفعه على الموقع مع الصور.
- يقوم منسقي الاتصال في الفروع بصياغة الخبر مدعماً بتصريح من مدير الفرع.
- ترسل الأخبار مع الصور على البريد الإلكتروني لوحدة الإعلام والتواصل الاجتماعي «media@ekhaa.org.sa» بعد الحدث بحد أقصى 24 ساعة.
- يتم اعتماد الخبر من قبل الرئيس التنفيذي عن طريق رئيس قطاع الشراكات والاتصال.
- بعد اعتماد الخبر يقوم منسق الإعلام بنشره في الموقع الرسمي مباشرة مدعوماً بالصور.



إجراءات النشر في البوابة الإلكترونية للموظفين:

- يتم مشاركة المقالات والأخبار والكتب ذات العلاقة بالقطاع الثالث وخاصة فيما يتعلق بالأيتام ذوي الظروف الخاصة «مجهولي الأبوين».
- مشاركة الأخبار والمناسبات السعيدة والحزينة لمنسوبي إزاء في البوابة.
- تنحصر الأخبار السعيدة فيما يرتبط بالموظف بطريقة مباشرة ك(قدوم مولود، زواج، ترقية، الحصول على شهادة عليا).
- تنحصر الأخبار الحزينة في الوفاة لا سمح الله لقريب موظف يرتبط به مباشرة ك(الوالدين، الأخوة والأخوات، الأبناء، والدي الوالدين، أشقاء الوالد أو الوالدة، شقيقات الوالد أو الوالدة).

الإدارات ذات العلاقة في الإعلام الجديد

الإدارة العامة





المخاطر المحتملة للإعلام الجديد

- عدم وجود فريق كافي للتعامل مع كافة منصات الإعلام الجديد.
- قلة التعاون من الإدارات الأخرى فيما يخص الإحصاءات الدورية، والبرامج المقدمة للأبناء بشكل دوري.
- عدم تعاون ممثلي الاتصال في الفروع بتغطية الفعاليات أولاً بأول وإرسالها لفريق العمل لتغطيتها في مواقع التواصل الاجتماعي.
- هجوم من الأبناء الأيتام من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مما يتسبب بخلل في الصورة الذهنية لدى المتابعين.
- عدم سرعة التجاوب من قبل الإدارات على الاستفسارات التي ترد من المتابعين أو الأبناء عبر صفحات «إخاء» بمواقع التواصل الاجتماعي.

أدوات متابعة وتقويم الإعلام الجديد

تختلف أدوات متابعة وتقويم الإعلام الجديد باختلاف قنوات الإعلام الجديد، فهناك أدوات لقياس بعضها، فيما تبقى الأخرى عملية قياسها يدوية، ونوضح هنا أدوات متابعة وتقويم الإعلام الجديد:



تويتر

يعد موقع تويتر من أكثر المواقع قابلية للقياس نظرًا لوجود عدد من الأدوات لقياسه، بدايةً من تحليلات تويتر الرسمية مرورًا بالعديد من الأدوات التي تمكن من قياس وتحليل تواجدك في تويتر، وأبرزها:

-تحليلات موقع تويتر الرسمي (Twitter Analytics).

تعطي نظرة عامة للحساب، ومقارنة شهرية بالإحصاءات، إلا أنها لا تقدم تحليلات تفصيلية لتداول اسم (إزاء) وكذلك الهاشتاقات وغيرها من الخصائص التي تساعد في معرفة الشريحة المستهدفة وتطوير المحتوى ليتوافق مع خصائص الشريحة المستهدفة.

-أدوات تحليل باشتراك سنوي.

هناك العديد من أدوات التحليل باشتراك شهري أو سنوي، تتميز عن تحليل تويتر الرسمي بتقديم خيارات إضافية كعدد ظهور الهاشتاق وكذلك عدد تداول كلمة «إزاء» في تويتر وكيف ذكرت سلبًا أو إيجابًا وغيرها من المميزات الإضافية، ولكن جميع تلك الأدوات تتعامل باللغة الإنجليزية مما يؤثر على بعض نتائجها، وتبقى أداة Lucidya الأداة الوحيدة التي تدعم اللغة العربية وتغطي في تحليلاتها المملكة العربية السعودية تحديدًا، وتقدم فريق دعم متخصص وتقارير تفصيلية أداة Lucidya، ويمكن الاشتراك فيها سنويًا، إذ يكلف الاشتراك السنوي قرابة 16000 ريال ويقدم تقارير يومية عن الحساب.



إنستغرام

ينفق موقع إنستغرام مع تويتر في إمكانية التحليل ولكن بأدوات أقل، ولا يوجد أداة مجانية قابلة لقياس إنستغرام، جميع أدوات القياس برسوم اشتراك، وتأتي أبرزها:

● **Minter.io**: تقدم هذه الأداة تقارير يومية عن الحساب بعدد الصور المنشورة لليوم وعدد الإعجاب والردود لليوم بالإضافة إلى عدد المتابعين ومعدل الزيادة.



سناب شات

يعد السناب شات من أصعب المنصات الاجتماعية قياساً للأداء ولا توجد أدوات لقياسه، كما أن من خصائصه عدم قدرتك على معرفة عدد متابعيك، ويمكن قياسه من خلال معدل متوسط المشاهدات، لأن السناب الواحدة لا يتجاوز ظهورها 24 ساعة، مما يعني أن الجميع قد لا يتمكن من رؤيتها.



فيس بوك

لا يوجد أدوات مخصصة لفيس بوك، ولكن يمكن قياسه من خلال الموقع الرسمي من خلال عدد المتابعين الإعجاب بالمنشور، والتعليقات.

You
Tube

يوتيوب

يؤمن موقع يوتيوب خاصية التحليل والتي تتم من خلال عدد المشاهدات، وعدد الاشتراكات في القناة، وعدد الإعجاب بالمقطع.



جوجل بلص

يتيح موقع Google إمكانية قياس نشاط «إزاء» وكذلك عدد الزيارات للموقع الرسمي ومعدل البحث، وحصّة «إزاء» من المتابعين الذين بحثوا عن كلمات مشابهة كالأيتام وغيرها، ويمكن ذلك من خلال Google analytics .

منصة ابتكار

مسابقة مواهب "إخاء":

إطلاق مسابقة عبر نشرة "همة" الشهرية للآبناء في (أفضل مقالة، أفضل قصيدة، أفضل صورة ..) وتخصيص لها جوائز مالية وعينية، بهدف تشجيع مواهب الآبناء.

مسابقة أفضل موشن جرافيك:

مسابقة لإعداد موشن جرافيك عام عن التبرع أو برامج "إخاء" أو تعريف بـ"إخاء" لا يتجاوز دقيقتين وبعدها أدنى 35 ثانية، وفق معايير تحدد ولجنة تحكيم تشكل لاحقاً

أفضل تغطية:

استغلال مناسبات "إخاء" بحث المتابعين على الحضور والمشاركة بأفضل تغطية مصورة للمناسبة، وتكون المشاركات في هاشتاغ المناسبة، وتشكل لجنة للاختيار.

أفضل فيلم قصير:

إطلاق مسابقة للمهتمين بصناعة الأفلام، لإخراج فيلم تعريفي عن "إخاء" ووضع آلية وضوابط للمسابقة، بمشاركة سفراء "إخاء" على أن تكون هناك لجنة لاختيار الفيلم الأفضل. (مدة الفيلم بحد أدنى 3 دقائق وبعدها أقصى 7 دقائق)



المؤسسة الخيرية
لرعاية الأيتام



المؤسسة الخيرية
لرعاية الأيتام

المؤسسة الخيرية
لرعاية الأيتام



الرقم الموحد 920011939

do@ekhaa.org.sa

www.ekhaa.org.sa

