للإدارات وفروع المحافظات

دليل طلب المنتج الإعلامي

الإدارة تعرف عملها، والدائرة الإعلامية تعرف الجمهور. هذا الدليل يختصر الطريق بينهما: ماذا تطلب الإدارة، وكيف، وما الذي ترسله مع طلبها — ليصل المنتج صحيحاً من المرة الأولى. قناة واحدة لكل الطلبات: لا واتساب ولا مكالمات، وكل طلب يأخذ رقماً مرجعياً.

١ ماذا يمكن أن تطلب الإدارة

المنتج	متى يُطلب	المدة المرجعية
منشور أو ستوري	إعلان عن خدمة أو مناسبة أو تنبيه	3 أيام عمل
فلاير تعريفي A4	تعريف بالإدارة وخدماتها — مطبوع ورقمي	5 أيام عمل
بروشور مطوي	تعريف مفصّل للقاءات والفعاليات	7 أيام عمل
عرض تقديمي — 8 شرائح	للقاءات الرسمية والشركاء والجامعات	5 أيام عمل
ريل أو فيديو قصير 40–60 ثانية	توعية أو تعريف — مع يوم تصوير	10 أيام عمل
حملة توعوية	موجز وخطة نشر و3–5 منتجات وفيديو	3–4 أسابيع
خبر أو تغطية فعالية	نص الإدارة يُحرَّر بلغة الخبر	في اليوم نفسه

المدد مرجعية من تاريخ اكتمال الطلب، وتثبّتها الدائرة الإعلامية بحسب الأولويات.

٢ نموذج الطلب — تسعة حقول

١ الإدارة الطالبة وقناة التواصل الرسمية — الصفة الوظيفية لا الاسم الشخصي

٢ نوع المنتج — من القائمة أعلاه

٣ الهدف: ماذا نريد أن يعرف الجمهور أو يفعل بعد أن يراه؟

٤ الجمهور: فئة واحدة واضحة — لا «الجمهور العام»

٥ الرسالة الواحدة المقترحة (60 حرفاً على الأكثر) أو الفكرة

٦ المناسبة والموعد المطلوب للنشر

٧ المادة المرجعية: التعريف الرسمي أو النص الأصلي، والأرقام المعتمدة بمصدرها وسنتها

٨ الصور والمواد المتوفرة — بإذن الإدارة، ولا يظهر فيها مواطن أو قاصر

٩ الحساسية: هل يمسّ قاصرين أو ضحايا أو تحقيقاً جارياً أو الأمن الداخلي؟

إن كانت الإجابة عن الحقل التاسع «نعم» يتوقف الطلب عند مدير الدائرة الإعلامية، ولا يبدأ الإنتاج قبل قراره.

٣ مسار الطلب – خمس محطات

الإرسال ← من نموذج الطلب، ويأخذ رقماً مرجعياً

التصنيف ← اعتيادي، أو حسّاس، أو يحتاج تقدير موقف

الإنتاج ← بالقوالب الموحّدة والأوامر الجاهزة

مراجعة الإدارة ← للمعلومة والأرقام والأسماء

الاعتماد والنشر ← من الدائرة الإعلامية وقنواتها الرسمية فقط

٤ معايير ثابتة لكل منتج

- عنوان لا يتجاوز 60 حرفاً — رسالة واحدة.
- الشريط الأحمر وكلمة «الشرطة» والشعار الرسمي.
- نص الإدارة يُعاد تحريره بلغة الجمهور قبل النشر.
- فيديو الأخبار الميدانية أربعون ثانية بقالب ثابت.
- سطر الإفصاح على كل مادة أُنتجت بمساعدة الأدوات.
- لا رقم غير معتمد، ولا وعود: «نساهم» لا «نضمن».

٥ ما لا يُرسل ولا يُطلب

- أسماء مواطنين أو أرقام قضايا أو تفاصيل تحقيق.
- صور عملياتية أو صور فيها مواطن أو قاصر.
- صور مولّدة لضباط أو زي أو شعار.
- وجوه دون موافقة مكتوبة من أصحابها.
- نشر مباشر من الإدارة خارج القنوات الرسمية.

٦ القضايا الحسّاسة

حماية الأسرة والأحداث · حالات الانتحار · الأمن الداخلي · قضايا الرأي العام: لا تُنشر بقرار آلي، ولا يبدأ إنتاجها قبل قرار مدير الدائرة الإعلامية. وفي حماية الأسرة تحديداً: رمز دافئ وأمل فقط — لا طفل ولا ضحية ولا مشهد عنف، ولو كان رسماً.

٧ بعد النشر

- مؤشر واحد يُقاس بعد أسبوع (الوصول أو التفاعل أو الأسئلة التي وصلت) ويُرسل إلى الإدارة.
- المنتج المعتمد يُحفظ في المكتبة الرقمية المؤسسية مع قالبه والأمر الذي أُنتج به، ليُعاد استعماله.

قناة الطلب: *[نافذة الطلبات في مختبر الإعلام الذكي، أو البريد الرسمي للدائرة الإعلامية — تُحدَّد عند اعتماد الدليل]*