



**الدليل الإرشادي
لأستخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الجهات
الحكومية العراقية**

أعداد

فريق الأستجابة للحوادث السيبراني العراق
ضمن اللجنة العليا لأدارة الامن السيبراني في العراق
مكتب رئيس الوزراء

الأصدار الأول
2024

تم إعداد هذه الوثيقة كجزء من الدليل التقني الإرشادي للمواقع الحكومية العراقية.

أولاً: المقدمة:

تقدم هذه الوثيقة للجهات الحكومية العراقية كدليل إرشادياً بكيفية استخدام أدوات التواصل الاجتماعي على نحو مسؤول وآمن وفعال، بغية التواصل مع المتعاملين والجمهور بشكل عام والتعاون معهم في تصميم وتنفيذ البرامج والخدمات الحكومية.

لقد تبين - من واقع عملية الاستقصاء الإلكتروني من قبل فريق الاستجابة لحوادث الامن السيبراني العراقي - وجود وعي كبير لدى العاملين في الجهات الحكومية بجدوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كقنوات للتواصل مع كافة فئات المجتمع العراقي (حيث بينت الدراسات ان ما يقارب من ٧١,٨٣% من المجتمع العراقي يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي)،

غير أن معظم تلك الجهات إن لم يكن جميعها، تفتقر إلى دليل يتضمن إرشادات تساعد في تعزيز منافع هذه الأدوات، وتجنب مخاطرها المحتملة.

تم إعداد هذا الدليل الإرشادي من قبل فريق الاستجابة للحوادث السيبراني بالاستناد إلى تحليل الوضع الراهن لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الجهات والمؤسسات الحكومية في العراق .

تسري هذه الوثيقة على كافة الجهات الحكومية (الوزارات والهيئات والجهات الغير مرتبطة بوزارة)

ثانياً: أهداف ونطاق الدليل

١. يهدف هذا الدليل الإرشادي إلى توفير إطار توجيهي للاستخدام الرسمي لمنصات التواصل الاجتماعي التابعة للجهات الحكومية والمسؤولين الحكوميين.

٢. يكون الدليل على كافة حسابات التواصل الاجتماعي للجهات الحكومية وتنطبق مضمونها على منصات التواصل المستخدمة بشكل رسمي في العراق.
٣. يعرف هذا الدليل انه الحد الأدنى من المتطلبات الواجب توفرها من قبل الجهات الحكومية مع مراعاة امكانية اضافة كافة المتطلبات والتي تؤمن العمل الحكومي بما ينسجم مع اللوائح والقوانين الخاصة لكل مؤسسة حكومية.

ثالثاً: استراتيجية التواصل الاجتماعي للجهات الحكومية:

١. يعتبر التواصل الرسمي عبر منصات التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من الاستراتيجية المؤسسية للجهات والوحدات الحكومية ومساهماً مباشراً في تحقيق الاهداف الاستراتيجية، وعليه تعمل كل جهة حكومية على تضمين محور التواصل الرسمي عبر منصات التواصل الاجتماعي ضمن خطتها، وتطوير مؤشرات الأداء والمتابعة لرصد مدى التقدم في تحقيق الغايات الاستراتيجية.
٢. يتعين ربط مواقع التواصل الاجتماعي الرسمي مع الموقع الالكتروني الرسمي للجهة الحكومية.
٣. يشار في الموقع الالكتروني للجهة الحكومية إلى حسابات التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة لها لضمان سهولة الوصول إليها بمجرد النقر على شعار الحسابات المختلفة.
٤. يرتبط المحتوى المنشور على منصات التواصل الاجتماعي بالمحتوى المنشور على الموقع الرسمي للجهة الحكومية، مع ضمان سهولة الوصول إليه من على حسابات التواصل الاجتماعي الرسمية للجهة الحكومية بمجرد النقر على رابط في المحتوى المنشور.
٥. يمكن تضمين اشارة إلى الحسابات الرسمية للجهة الحكومية على منصات التواصل الاجتماعي في الكتب الرسمية وغالبا ما تكون في تذييل الصفحة أو في النموذج المستخدم للتوقيع الرسمي في البريد الالكتروني.

رابعاً: تنظيم ادارة الحسابات الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي:

١. تنظيم إدارة الحسابات الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي هي عملية ادارية هدفها الحد من المخاطر كتسريب المعلومات والمساس بسمعة الوزارات أو الهيئات أو الاشخاص وغيرها.
٢. تغطي تنظيم ادارة الحسابات الرسمية جميع المراحل المتعلقة بالحساب بما في ذلك إنشائه و إدارة نشاطه.
٣. عند فتح أي حساب رسمي على أي منصة تواصل اجتماعي يجب تحديد المسؤولين والادوار بشكل دقيق وواضح بما يضمن تغطية المراحل التالية:
 - أ. إنشاء الحساب.
 - ب. إعداد خطط للنشر وخاصة للحملات الاعلانية على منصات التواصل الاجتماعي.
 - ج. إعداد المحتوى بكافة أشكاله بما فيه اللغوي والبصري.
 - د. استحصال الموافقات الرسمية على المحتوى قبل نشره.
 - هـ. تحديد صلاحيات الدخول إلى الحساب والنشر فيه (مسؤول ، مشرف ، ناشر) .
 - و. التفاعل مع الجمهور.
 - ز. وضع واعتماد مؤشرات أداء محددة للحسابات الرسمية والمحتوى المنشور.
 - ح. مراقبة الحساب وتقييم أداء المحتوى.
 - ط. مراقبة الحسابات التي تسيء الى سمعة المؤسسات الحكومية.
 - ي. الاشراف على الحوارات والمشاركات العامة على الحسابات الرسمية للجهة الحكومية للحد من خطاب الكراهية بكافة أشكاله.
 - ك. إنشاء أو تكليف وحدة فريق تواصل اجتماعي ضمن المؤسسة الحكومية يكون على اطلاع بكافة المهام.
 - ل. توفير الموارد البشرية والمادية من تقنيات وموارد مالية لإنشاء المحتوى والتسويق له كجزء لا يتجزأ من تنظيم ادارة الحسابات الرسمية.

خامساً: إنشاء الحسابات على منصات التواصل الاجتماعي:

١. ينشأ الحساب الرسمي على منصات التواصل الاجتماعي بقرار رسمي ضمن إطار استراتيجية التواصل للمؤسسة الحكومية.
٢. تحديد الاهداف وذلك من خلال اتخاذ القرار من قبل مسؤول المؤسسة وبالتشاور مع مسؤولي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لضمان توفر المتطلبات التقنية بما فيها المتصلة بالامن السيبراني.
٣. قرار إنشاء حسابات على منصات التواصل الاجتماعي يأتي بناءً على دراسة وإثبات الحاجة من خلال فتح حسابات رسمية للتواصل الاجتماعي.
٤. يتم تحديد الاهداف من إنشاء الحساب ووضع خطة لضمان استمرارية نشر المحتوى بشكل دوري.
٥. توفير الموارد البشرية والمالية اللازمة لضمان استمرارية الحساب وفعاليتها.
٦. تحليل المخاطر الامنية عند باستخدام الحساب الرسمي.

سادساً: اتباع الاجراءات التي تجنب المؤسسة الحكومية مخاطر العمليات الاحتيالية ومحاولات

القرصنة والهجمات الالكترونية ومنها:

- أ. تحديد الصلاحيات (مدير - ناشر - مشرف).
- ب. تفعيل المصادقة الثنائية بهواتف تابعة للجهة الحكومية الرسمية.
- ج. استخدام البريد الالكتروني الرسمي الخاص بالمؤسسة الحكومية المعنية في إنشاء الحسابات وعدم استخدام بريد الكتروني خاص في أي موظف وكلمة مروره.

- د. اعتماد اسم حساب واضح له دلالة مباشرة الى اسم المؤسسة الحكومية.
- هـ. استخدام شعار المؤسسة الحكومية كصورة للحساب الرسمي و إبرازه بشكل واضح .
- و. اختيار كلمة مرور مركبة من أحرف وأرقام و رموز ويقتصر استخدامه فقط على الحساب الرسمي.
- ز. تغيير كلمة المرور كل ٩٠ يوم كحد أقصى وعدم تكرار كلمة المرور .
- ح. مراجعة إعدادات settings وتصاريح الدخول history access الخاصة بالحساب الرسمي ومتابعتها بشكل مستمر.
- استخدام الاجهزة الحكومية فقط للدخول إلى الحسابات الرسمية من أجهزة (حاسوب وهاتف نقال وغيرها) مما تمتلكه المؤسسة الحكومية وعدم استخدام الاجهزة الشخصية أو العامة لذلك.
- ط. عدم نشر أرقام هواتف شخصية أو بريد الكتروني شخصي في مواقع التواصل الاجتماعية الرسمية.
- ي. أعلام مسؤولي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسة حال أي اختراق للحساب ومخاطبة الجهات الرسمية بذلك.
- ك. توثيق الحسابات الرسمية (Verified account) .
- ل. عند طلب التوثيق يمكن طلب إلغاء جميع الحسابات الزائفة التي انتحلت صفة رسمية، بعد إثبات هوية المؤسسة للحساب.

سابعاً : المحتوى وعملية النشر على منصات التواصل الاجتماعي

١. الحسابات الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي تؤدي عادة مهام التعريف بالجهة الحكومية ووالانشطة التي تقوم بها وبالقرارات التي تصدر عنها وبالخدمات التي تقدمها للمواطنين.

٢. عملية اعداد المحتوى من تحديد الهدف ونشره للجمهور المستهدف ومعرفة الفكرة اللازم إيصالها بشكل دقيق وذلك من خلال اختيار المنشور المناسب (نصي ، سمعي ، بصري).

٣. لضمان جودة المحتوى، يجب مراعاة مايلي:

أ. التحقق من المعلومات وصحتها قبل نشرها.

ب. الالتزام بنشر مواضيع حيادية .

ج. تجنب الاخطاء اللغوية.

د. تضمين المنشورات بشعار الجهة الحكومية .

هـ. استخدام روابط رسمية فعّالة.

و. عدم التفاعل مع حسابات أخرى إلا بعد التحقق من هويتها ، وأن التفاعل يكون بخدمة الجهة أو الوحدة الحكومية المعنية.

ز. عند نشر مواد سمعية، يجب مراعاة ما يلي:

أولاً: احترام خصوصية الافراد بما في ذلك الشركاء المستفيدين من المشاريع التي يتم النشر

عنها ، وعدم نشر صورهم أو مقاطع الفيديو يظهرهم فيها من دون علمهم وموافقتهم .

ثانياً: استخدام الصور الرسمية للوزراء والدوائر والهيئات الحكومية فقط وعدم استخدام

صور لم تتم الموافقة عليها بشكل مسبق.

ثالثاً: التأكد من الحصول على الموافقات الاصولية قبل النشر.

٤. استخدام أدوات لادارة المحتوى بشكل يضمن عدم تكرار المنشورات وذلك من خلال وضع

جدول أسبوعي وشهري للمحتوى على مختلف المنصات.

٥. وضع إجراءات واضحة للتعامل مع الاخطاء عند حدوثها، بحسب أنواعها ، فبعض المنصات لا

يسمح بتحرير المنشور أو تغييره بعد نشره ، فيتوجب محوه وإعادة نشره ، أو نشر من قبل شخص

غير مخول وأخترق فيجب الاتفاق مسبقا على إجراءات التصحيح عند حدوث أي نوع من أنواع

الاطياء وتطبيقها من قبل المخولين لتحرير المنشورات فور ملاحظة الخطأ.

٦. تحديد المحتوى الذي يمكن للجمهور التفاعل معه قبل نشره، وتعيين الموظف المناسب للرد، على أن يكون قد تم تدريبه على ذلك (أو مجموعة من الموظفين) والتدريب يكون على منع التحيز (الجنسي وخطاب الكراهية بكافة أشكاله، نشر البيانات الشخصية من أسماء وأرقام هواتف وعناوين وغيرها، نشر روابط إلى منصات أخرى).
٧. إعداد ردود آلية قصيرة على الاسئلة أو التعليقات الشائعة، لتسهيل عملية التفاعل مع الجمهور، وهي خاصة تتيحها غالبية منصات التواصل الاجتماعي.
٨. ينبغي في كل حال ان يكون الرد سريعاً ليعكس نية حقيقية بالتفاعل مع الجمهور والرد على تعليق يجعل المادة المنشورة تصل الى عدد أكبر من الناس تلقائياً.
٩. تصميم محتوى يحث الجمهور على التفاعل، كالاستبيانات والاستفتاءات، فهي طريقة فعالة لنشر المعلومات ومفضلة لدى جمهور منصات التواصل الاجتماعي واعتماد أسلوب السرد القصصي الذي يركز على البعد الانساني، وتمتزج فيه المواد اللغوية والسمعية البصرية.

ثامناً ً: الاطار القانوني والخصوصية والملكية الفكرية :

١. يلتزم النشاط على منصات التواصل الاجتماعي احترام سرية المعلومات التي تقع تحت قانون حماية أسرار ووثائق الدولة.
٢. منصات التواصل الاجتماعي هي منصات طورت بأستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبصفتها تقع تحت قوانين الاتصالات والمعلومات الالكترونية والجرائم المعلوماتية.
٣. تنطبق حقوق النشر على المواد المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي ويجب أن يكون المحتوى ملك الجهة الحكومية المعنية.
٤. عدم استخدام أي مادة اعلانية محمية بحقوق النشر وعدم استخدام مواد ذات حقوق ملكية فكرية لجهات أخرى.

٥. عدم استخدام معلومات الاخرين من دون موافقتهم الا إذا كانت هذه المعلومات متاحة أصلاً للجمهور من دون قيود.

٦. ذكر مصادر المحتوى إن كان مأخوذاً جهة أخرى.

٧. المحتوى الذي تنتجه المؤسسة الحكومية هو ملك لهذه المؤسسة، ولا يحق للموظفين التصرف به دون إذن منها.

تاسعاً : مؤشرات الأداء:

١. يجب تحديد مؤشرات أداء خاصة بكل منصة من منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المؤسسة الحكومية، ومراقبتها بشكل دوري وتقديم تقارير عنها لادارة المؤسسة مع رؤية الحكومة لتعزيز المشاركة المجتمعية وضمان جودة الخدمات العامة.

٢. اعتماد مؤشرات الاداء وتكييفها حسب خصائص التواصل الاجتماعي (عدد المتابعين، عدد المتابعين الجدد، عدد المنشورات في الاسبوع، عدد المشاركات، المضمون من قبل المتابعين، نسبة الوصول أو الانطباعات مع تصنيف جميع البيانات المتاحة حسب العمر والمنطقة الجغرافية ونوع الجنس).

٣. إجراء عملية تقييم لتفاعل المستخدمين من خلال اعتماد منهجيات تحليل آراء المتابعين مما يتيح الاستفادة من المعلومات التي تتيحها منصات التواصل في التعرف على توجهات الرأي العام .

عاشراً : القواعد الاساسية للاستخدام الشخصي من قبل موظفي الجهة الحكومية لمنصات

التواصل الاجتماعي:

١. أي نشاط على منصات التواصل الاجتماعي من قبل موظفي المؤسسة الحكومية قد يكون له تأثير على سمعتها لذلك يجب توخي الحذر قبل النشر على الصفحات الشخصية أو عند التعليق على المقالات ويجب التأكد من الآراء الشخصية المعبر عنها كونها تنعكس على استقلالية ونزاهة الوظيفة الحكومية.

٢. تنطبق عمليات إعادة النشر والتفاعل والمتابعة أو عند ضغط زر الإعجاب أو التعليقات أو ما ينطبق على عملية النشر، فأى تصرف على منصات التواصل الاجتماعي يجب أن يراعي واجبات الموظف والقوانين التي تحكم تصرفاته كموظف في الحكومة العراقية.

٣. يجب الانتباه الى أن كل ما يتم نشره على شبكة الانترنت ولو كان في مجموعات خاصة أو مغلقة قد يكون عرضة للعامة لذلك ينبغي ان يكون اي نشاط في ملاءمة تامة مع قيم الجهة الحكومية التابع لها.

٤. عدم نشر اي تعليقات مجهولة الهوية أو اي محتوى متعلق بالجهة الحكومية تحت اسم مستعار او مزيف.

٥. الامتناع عن الادلاء بتصاريح سياسية قد تضر الحكومة العراقية مع الجهات الخارجية.

الحادي عشر: تعريفات:

١. منصات التواصل الاجتماعي: تستخدم للتواصل مع الآخرين وتسمح للمستخدمين المشاركة أي محتوى ونشره عبر نطاق واسع، مثل: فيسبوك، وتويتر، ولينكدن، وانستغرام، ويوتيوب، وغيرها

٢. الحسابات الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي: حسابات على منصات التواصل الاجتماعي تستخدم بالصفة الرسمية للجهات والوحدات الحكومية والمسؤولين الحكوميين، تتيح التواصل الاجتماعي الرسمي.

٣. الحسابات الشخصية على منصات التواصل الاجتماعي: الحسابات الخاصة بالموظفين الحكوميين على منصات التواصل الاجتماعي.

٤. وحدة التواصل الاجتماعي: الوحدة المسؤولة عن إدارة تواجد الجهة والوحدة الحكومية على منصات التواصل الاجتماعي.

٥. توثيق الحسابات: عملية تأكيد هوية الجهة والوحدة الحكومية التي تطلب توثيق الحساب على منصات التواصل الاجتماعي ويتم من خلال تقديم معلومات أساسية ووثائق رسمية خاصة بالدائرة والتي بعد مراجعتها تضع شارة التوثيق ما يؤكد أنه الحساب الرسمي للجهة والوحدة ويزيد ثقة المستخدمين.