



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.	رمز السياسة
عدد الصفحات: 10 صفحات	الطبعة: الأولى

MOH	POL	D	GL	19
-----	-----	---	----	----

الوحدة التنظيمية: مديرية التوعية والإعلام الصحي	الجهة المعنية بتنفيذ السياسة: مديرية التوعية والإعلام الصحي
الإعداد	التوقيع:
مديرية التوعية والإعلام الصحي	التوقيع:
التدقيق والمراجعة من قبل مدير الجهة المعدة:	التوقيع:
التدقيق من ناحية ضبط الجودة: مدير مديرية التطوير المؤسسي وضبط الجودة	التوقيع:
الاعتماد: عطوفة الأمين العام للشؤون الإدارية والفنية	التوقيع:

تاريخ الإعداد: 1 / 1
2023 / 7 / 9

تاريخ التدقيق: 2023 / 7 / 10

تاريخ تدقيق ضبط الجودة: 2023 / 7 / 18

تاريخ الاعتماد: 2023 / 7 / 26

Polices & Procedures

ختم الاعتماد ٢٠٢٣

معتمة

Approved

مديرية التطوير المؤسسي وضبط الجودة
السياسات والإجراءات
Polices & Procedures

٢٠٢٣

رقم الطبعة	تاريخ الاعتماد	مبررات مراجعة السياسة

Approved

ختم النسخة الأصلية

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

موضوع السياسة:

ينبثق النشر التوعوي عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن رؤية وزارة الصحة الداعية لمجتمع معافى وآمن صحياً متمتعاً برعاية صحية شاملة ذات جودة عالية، وتتوجه في تفاصيلها لتحقيق رسالة الوزارة الهادفة لتعزيز صحة الفرد والمجتمع وتقديم الخدمات الصحية الوقائية كأحدى الأولويات الوطنية لوزارة الصحة بما يشمل ذلك تحقيق النشر الأمثل للمعلومات الصحية لكافة أفراد المجتمع المحلي.

وبعد التواصل من أهم التدخلات وأكثرها فعالية في الاستجابة للقضايا الصحية من خلال تزويد المواطن بالمعلومات الصحية الموثوقة أولاً بأول وبطريقة يسهل الوصول إليها لكافة فئات المجتمع المحلي وبما يحقق الشفافية وبما يساعد في التصدي للإشاعات وسوء الفهم للمعلومات والحقائق حول المرض والتي قد تؤدي إلى انتشاره من خلال التنقيف بالإجراءات الوقائية الواجب اتباعها.

الفئات المستهدفة:

- مديرية التوعية والإعلام الصحي.

الهدف من السياسة

تنظيم عملية الادارة والنشر على صفحة التوعية والإعلام الصحي التابعة لمديرية التوعية والإعلام الصحي وفقاً للمعايير التالية: -

- النشر الفعال للرسائل الصحية للحملات التوعوية للتغيير السلوكي الاجتماعي الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بما يحقق النهوض بالوعي الصحي المجتمعي لكافة سكان المملكة الأردنية الهاشمية بما يشمل ذلك كافة فئات المجتمع المحلي (مواطنين، مقيمين، لاجئين) بهدف تعزيز الصحة وزيادة دافعيتهم لممارسة أنماط الحياة الصحية السليمة.

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

- توحيد جهود النشر التوعوي من خلال تنسيق الجهود الوطنية في مجال تصميم وتنفيذ الحملات التوعوية الصحية مع الشركاء العاملين في مجال الصحة.
- توجيه المجتمع المحلي لمشاركة المواد التوعوية والرسائل الصحية كمصدر ثقة ومصداقية للمعلومات الصحية وذلك من خلال لجان صحة المجتمع بالمحافظات التابعة لوزارة الصحة.
- تشجيع الجمهور على تبني السلوكيات الصحية من خلال البرامج والتدخلات.
- رفع مستوى الوعي حول الخدمات الصحية وزيادة مستويات الرضا والقبول لديهم.

التعريفات:

- **منصات التواصل الاجتماعي:** تطبيقات وشبكات إلكترونية تُستخدم للتواصل مع الآخرين وتسمح للمستخدمين بمشاركة أي محتوى ونشره عبر نطاق واسع مثل: (Facebook, YouTube, X, LinkedIn, Instagram, Telegram).
- **الحسابات الرسمية على منصات التواصل الاجتماعي:** حسابات تُستخدم بالصفة الرسمية للجهات والوحدات الحكومية والمسؤولين الحكوميين التي تتيح التواصل الاجتماعي الرسمي.
- **الحوكمة:** مجموعة التشريعات والسياسات والإجراءات اللازمة لضبط استخدام منصات التواصل الاجتماعي.
- **شارة التوثيق:** Verified Account شارة تضمن الصفة الرسمية للحساب وتمنح للحسابات ذات الهوية المثبتة والنشطة والتي تراعي قوانين المنصة.
- **توثيق الحسابات:** عملية تأكيد هوية الجهة والوحدة الحكومية التي تطلب توثيق الحساب على منصات التواصل الاجتماعي، ويتم من خلال تقديم معلومات أساسية ووثائق رسمية لإدارة المنصة، والتي بعد مراجعتها تضع شارة التوثيق قرب اسم الحساب، ما يضمن أنه فعلا الحساب الرسمي للجهة والوحدة، ويزيد ثقة المستخدمين.

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

• قاعدة البيانات: تُنشأ لدى وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة وتتضمن رصدًا لجميع حسابات منصات التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة للجهات والوحدات الحكومية والمسؤولين الحكوميين.

• الأشكال الميسرة: مجموعة من التقنيات الصوتية والسمعية والبصرية من شأنها تسهيل وصول المضمون إلى الأشخاص ذوي الإعاقة. وتتضمن تحويل المعلومات والبيانات والصور والرسومات وغيرها من المصنفات إلى طريقة بريد أو طباعتها بحروف كبيرة أو تحويلها إلى صيغة إلكترونية أو صوتية أو ترجمتها بلغة الإشارة أو صياغتها بلغة مبسطة أو توضيحها بأي طريقة أخرى دون التغيير في جوهرها لتمكين الأشخاص ذوي الإعاقة من الاطلاع عليها وفهم مضامينها.

• القرصنة والهجمات الإلكترونية (حادث الأمن السيبراني): الفعل أو الهجوم الذي يشكل خطراً على البيانات أو المعلومات أو نظم المعلومات أو الشبكة المعلوماتية أو البنى التحتية المرتبطة بها ويتطلب الاستجابة لإيقافه أو للتخفيف من العواقب أو الآثار المترتبة عليه.

المسؤوليات والأدوار:

مديرية التوعية والإعلام الصحي: إدارة الصفحة الرسمية الموثقة الخاصة بالتوعية والإعلام الصحي وتطوير المحتوى التوعوي الأمثل وصياغته بشكل علمي مبني على الأدلة العلمية وتصميم وإطلاق الحملات التوعوية الجماهيرية Mass Media وبما يشمل ذلك جميع فئات المجتمع المحلي لرفع مستوى الوعي وإحداث التغيير السلوكي المرغوب به لخدمة قضايا الصحة العامة.

الإجراءات:

تقوم مديرية التوعية والإعلام الصحي بما يلي:

1. التصميم والتخطيط الاستراتيجي لإطلاق الحملات التوعوية الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بما يتضمن تطوير وإعداد محتوى المواد التوعوية التثقيفية وإعداد الرسائل الصحية واختبارها على

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

الفئات المستهدفة بما يحقق الاهداف المنشودة وتبني وممارسة السلوكيات الصحية المتعلقة بالقضايا الصحية ذات الاولوية بعد الأخذ بعين الاعتبار:

- الأولويات الوطنية في مجال الصحة.

- الأيام الصحية العالمية.

- أولويات الوضع الوبائي (الوطني، الإقليمي، العالمي).

2. تحديد وصياغة الأهداف الاتصالية الرئيسية للحملات التوعوية وتحديد الفئات المستهدفة.

3. إعداد وصياغة الرسائل الصحية الرئيسية للحملات التوعوية بناء على تقييم الاحتياجات وتحليل الجمهور المستهدف من خلال تنفيذ الجلسات المركزة بمشاركة ممثلين من المجتمع المحلي ولجان صحة المجتمع.

4. متابعة ورصد المواقع التوعوية بما يتم نشره إعلامياً حول توجهات وزارة الصحة لنشر الوعي الصحي والإجراءات الوقائية التي تتخذها الوزارة.

6. متابعة تنفيذ مهام الاستماع المجتمعي والرد عليها والاستخدام الأمثل لأدواتها والتعامل الأمثل مع المعلومات المغلوطة والإشاعات المضللة بصورة احترافية تحقق رضاهم وتفق توقعاتهم.

7. الاستجابة للمواضيع الطارئة.

9. تشكيل فريق عمل التواصل الاجتماعي ومنحه صلاحيات الدخول وتحديد أدواره ومسؤولياته وتشمل اعداد خطط النشر واعداد المحتوى والمراقبة والاستماع وتقييم الاداء والاشراف على الحوارات والرد عليها.

10. استحداث وإدارة منصات ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التوعوية الصحية بعد استكمال إجراءات اعتمادها رسمياً؛ لتوحيد جهود النشر التوعوي وتحقيق الوصول الأمثل لكافة فئات المجتمع المحلي وفق:

10.1 تطوير خطط النشر التوعوي الشهرية وبما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية لوزارة الصحة.

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

- 10.2 دعم وتوظيف صفحات لجان صحة المجتمع لتحقيق غايات المشاركة المجتمعية.
- 10.3 مشاركة المواد التوعوية والرسائل الصحية الصادرة عن مديرية التوعية والإعلام الصحي مع لجان صحة المجتمع ونشرها.
- 10.4 تمكين لجان صحة المجتمع من إدارة مواقع النشر التوعوي ومنصات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم بالشكل الأمثل وتحت إشراف مديرية التوعية والإعلام الصحي.
- 10.6 تشجيع المديريات المركزية والمديريات الصحة بالمحافظات على نشر المواد التوعوية والرسائل الصحية عبر صفحاتها ومواقعها المعتمدة.
11. الحصول على الموافقات الفنية والإدارية اللازمة وما يتضمن من اعتماد آليات النشر المتاحة والملائمة من قبل مدير التوعية والإعلام الصحي، بعد التحقق من موائمتها للبروتوكولات والإجراءات المعتمدة في وزارة الصحة.
12. تحديد المواد التوعوية المناسبة للفئات المستهدفة والصادرة عن الحملة التوعوية بما يشمل إحدى أو كافة المواد التوعوية الآتية:
- فيديوهات توعوية .
 - منشورات يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات الالكترونية المتاحة.
 - المواد التوعوية المطبوعة.
 - إعلانات الطرق والجسور الخاصة بالحملات التوعوية.
13. تحديد الموعد والفترة الزمنية لنشر الرسائل والمواد التوعوية.
14. يتم مشاركة الرسائل التوعوية وأخبار الحملات التوعوية الوطنية مع المديريات المعنية لنشرها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية للوزارة.
15. تحديد خطة الترويج المدفوع للحملات التوعوية عبر قنوات التواصل الاجتماعي الرسمية المعتمدة.
16. توثيق وأرشفة المواد التوعوية من خلال:

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

- الأرشفة الإلكترونية: على موقع وزارة الصحة
- أرشفة المواد التوعوية المطبوعة من خلال وحدة المواد التوعوية

المحتوى وعملية النشر على منصات التواصل الاجتماعي

تقوم مديرية التوعية والإعلام الصحي:

- إعداد المحتوى: تنطلق عملية الإعداد للمحتوى من تحديد الهدف من نشره والجمهور المستهدف، ومن معرفة الفكرة اللازم إيصالها بشكل دقيق، وبما يتوافق مع أولويات وبرامج التغيير السلوكي والاجتماعي وخطط التواصل خلال المخاطر والمشاركة المجتمعية وذلك لاختيار الشكل المناسب (نصي، سمعي، بصري، مزيج من هذه الأشكال) واللغة المناسبة (العربية الفصحى، لغة أقرب إلى اللهجة العامية، الإنكليزية إن كان الجمهور المستهدف من الزائرين أو السائحين، إلخ).

- ضمان جودة المحتوى الذي يتضمن:

- (أ) التحقق من صحة المعلومات ومن أنها قابلة للنشر.
- (ب) عدم النشر عن مواضيع تحمل الجدل أو التأويلات، أو نشر أي محتوى تشهيري.
- (ج) تجنب الأخطاء اللغوية واستخدام التشكيل لتوضيح المعنى عند اللزوم، واستخدام لغة شاملة وغير موجهة حصرياً للذكور (بإستبدال "شارك معنا" أو "علّق"، مثلاً، بصيغة شمولية مثل "شارك/ي معنا" أو "شاركوا معنا").
- (د) تضمين المنشور الشعارات الرسمية ذات الصلة، وإن لم تتوفر، يمكن الاكتفاء بشعار الوزارة.
- (هـ) استخدام روابط رسمية فعالة.
- (و) عدم التفاعل مع حسابات أخرى إلا بعد التحقق من هويتها وسمعتها، ومن أن التفاعل يكون بخدمة الوزارة.

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

رمز السياسة					اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.
MOH	POL	D	GL	19	
الطبعة: الأولى					عدد الصفحات: 10 صفحات

• عند نشر المحتوى، يجب مراعاة ما يلي:

1. تحديد وتيرة النشر وتكييف طبيعة المحتوى بما يتماشى مع أهداف النشر وخصائص المنصة والجمهور المستهدف، وكذلك القدرات البشرية والمالية المتاحة لدى الوزارة.
2. احترام خصوصية الأفراد، بما في ذلك الشركاء المستفيدين من المشاريع التي يتم النشر عنها، وعدم نشر صورهم أو مقاطع فيديو يظهرهم فيها من دون علمهم وموافقتهم.
3. استخدام الصور الرسمية للوزير والأمناء العامين والمسؤولين في الوزارة، وعدم استخدام صور لم تتم الموافقة عليها بشكل مسبق.
4. إرفاق الفيديوها ت بنصوص تشمل توضيحاً مقتضباً للمحتوى.
5. العمل على أن يكون المحتوى المنشور قابلاً للقراءة بطرق بديلة، كالطرق الصوتية، بحيث يتيح للأشخاص ذوي الإعاقة وكبار السن إمكانية استخدام الأشكال الميسرة للوصول إلى المضمون، بحيث يكون قابلاً للإدراك، قابلاً للتشغيل، مفهوماً، ومتيناً في وجه التطورات التكنولوجية.
6. على الناشر أن يتأكد من حصول المحتوى على الموافقة من المسؤول عن ذلك قبل النشر.
7. استخدام أدوات لإدارة المحتوى بشكل يضمن التخطيط المسبق لتفادي عدم الانتظام في النشر أو العكس، وذلك من خلال وضع جدول أسبوعي وشهري للمحتوى على مختلف المنصات.
8. وضع إجراءات واضحة للتعامل مع الأخطاء عند حدوثها، بحسب أنواعها، فبعض المنصات، كتويتر، لا يسمح بتحرير المنشور أو تغييره بعد نشره، فيتوجب محوه أو إعادة نشره مُصححاً في خانة الجواب على المنشور الأصلي (reply as comment). وقد تكون الأخطاء لغوية، أو متمثلة في إعادة النشر عن غير قصد، أو نشر من قبل شخص غير مخول اختراق الحساب، أو نشر معلومات حساسة يمكن ربطها بشخص معين بشكل غير مباشر، أو غيرها من أنواع الأخطاء. فيجب الاتفاق مسبقاً على إجراءات التصحيح عند حدوث أي نوع من أنواع الأخطاء وتطبيقها من قبل المخولين لتحرير المنشورات فور ملاحظة الخطأ.
9. يجب 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).
10. إعداد ردود آلية قصيرة على الأسئلة أو التعليقات الشائعة، لتسهيل عملية التفاعل مع الجمهور، وهي خاصية تتيحها غالبية منصات التواصل الاجتماعي.
11. أن يتناسب المضمون المنشور على حسابات التواصل الاجتماعي للوزارة مع قيم الوزارة والقيم الوطنية بشكل عام، وأن يكون لديه سمات مميزة مرتبطة بمهام الوزارة، وأن يحترم القوانين

MASTER COPY



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.	رمز السياسة
عدد الصفحات: 10 صفحات	الطبعة: الأولى
	MOH POL D GL 19

والسرية والخصوصية، ولا يجب استخدام الحسابات الرسمية لأغراض شخصية بأي شكل من الأشكال.

المتابعة والتقييم:

تعد عملية المتابعة والتقييم جزء أساسي من عملية النشر التوعوي لغايات تحقيق التفاعل المجتمعي لرسائل الحملات التوعوية والاستجابة لها، بحيث تتم هذه العملية بشكل مستمر منذ بداية النشر وحتى انتهاء فترة تنفيذ الحملات التوعوية وانتهاء الوضع الصحي الذي استدعى تنفيذ الحملات التوعوية، بما يحقق الغايات الآتية:

أ - التحقق من موانمة فترة النشر التوعوي مع اهتمام المجتمع المحلي بمتابعة صفحة مديرية التوعية والإعلام الصحي وصفحات لجان صحة المجتمع بالمحافظات.

ب - التحقق من مشاركة لجان صحة المجتمع بالمحافظات للرسائل الصحية التي يتم نشرها وبشكل مستمر.

ج - تتبع استفسارات الجمهور والرد على الأسئلة الأكثر تكراراً حول محتوى الرسائل الصحية.

د - التحقق من عدم احتواء تعليقات الجمهور على أي إساءة للقيم الوطنية والقيم المجتمعية أو احتوائها على ألفاظ تدعو لخطاب تمييز وكرهية أو تتعارض مع قانون الجرائم الإلكترونية.

هـ - تقييم أثر الحملات الصحية التوعوية وقياس مدى نجاحها من خلال قياس مؤشرات خاصة بالحملات الصحية التوعوية.

و- رصد ومتابعة المؤشرات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي واعداد التقارير الشهرية وأهمها:

MASTER COPY

م. م. م.



وزارة الصحة
سياسات وإجراءات

اسم السياسة: إدارة صفحة التوعية والإعلام الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التوعية الصحية.	رمز السياسة
عدد الصفحات: 10 صفحات	الطبعة: الأولى
	MOH POL D GL 19

✓ - اعداد المتابعين

✓ - نسب الوصول

✓ - عدد المشاركات والانطباع

✓ - التفاعل

✓ - الرضا

مؤشرات الأداء:

- عدد المتابعين.

- عدد المتابعين الجدد.

- عدد المنشورات في الأسبوع.

- عدد مشاركات المضمون من قبل المتابعين.

- نسبة الوصول أو الانطباعات.

- تصنيف جميع البيانات المتاحة بحسب العمر والمنطقة الجغرافية ونوع الجنس إذا أمكن ذلك.

- يتم جمع المؤشرات من خلال قسم الاعلام والتواصل الصحي

- من المهم أيضاً النظر في المؤشرات المختلفة للوقت الذي يستغرقه المشاهدون على الفيديو الواحد، بالنسبة لمقاطع الفيديو، التي تنطبق عليها جميع المؤشرات المذكورة أعلاه
- إجراء عملية تقييم لتفاعل المستخدمين من خلال اعتماد منهجيات تحليل مشاعر وآراء المتابعين، ما يتيح الاستفادة من الكم الهائل من المعلومات التي تتيحها منصات التواصل في التعرف على توجهات الرأي العام. ويجب التعرف إلى الأدوات المتاحة لذلك واختيار منها ما يناسب المضمون ولغته، وبناء قدرات وحدة التواصل الاجتماعي لهذا الغرض.

MASTER COPY

10