



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization

سياسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الإصدار الثاني
يناير 2024

سياسة

استخدام وسائل

التواصل الاجتماعي

الإصدار الثاني
يناير 2024

www.iico.org



م. بدر سعود الصميط

مدير عام الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية

بسم الله الرحمن الرحيم

بفضل الله وتوفيقه، أقرت الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية عبر مجالس اتخاذ القرار مجموعة من السياسات والإجراءات الهادفة إلى تعزيز البيئة الشاملة للحوكمة بما يتماشى مع المعايير الدولية والقوانين واللوائح والممارسات ذات الصلة، ومن بينها السياسة الخاصة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها من سياسات الحوكمة.

وتطمح الهيئة الخيرية من وراء تطبيق سياسات الحوكمة في عملياتها الإجرائية والتشغيلية والتنفيذية إلى العمل على حماية العمل الخيري ودرء الشبهات عنه، وتقديم خدمات راقية ونوعية للمستفيدين، والتزام أقصى درجات الشفافية والنزاهة، ورفع معدلات الأداء والانتاجية، والحد من أي مخاطر محتملة، بالإضافة إلى تعزيز السمعة الطيبة لدولة الكويت بوصفها مركزاً للعمل الإنساني.

وقد اشتملت كل سياسة من هذه السياسات على مجموعة من المواد التي تبين ماهيتها وأهدافها، وخطوات تنفيذها، ونطاق تطبيقاتها، ومسؤوليات المعنيين بها. وفي هذا السياق، جاءت سياسة «استخدام وسائل التواصل الاجتماعي»، وهي تتناول نطاق السياسة والغرض منها، ومحددات هذه السياسة، وضوابط استخدامها سواء في العمل أو الأمور الشخصية، والقواعد الحاكمة لإدارتها،

وصياغة محتوى مضامينها، وصلاحيات فريق عمل التواصل الاجتماعي، وآليات مراجعتها.

ويأتي نشر سياسات الحوكمة التي اعتمدها الهيئة بهدف تعميم هذه الثقافة، وتعزيز الالتزام التنظيمي، وتعظيم الشفافية في الأداء، ودعوة القطاع الخيري إلى الإفادة منها، واستلهام تجربتها من أجل التشارك في حماية العمل الخيري وحوكمة مؤسساته والعمل على تطويرها، ووضع أساسات متينة لمنظمات مستدامة وعالية الأداء.

المادة (1): تمهيد

- (1) مع عدم الإخلال بما جاء في القانون رقم 64 لسنة 1986 في شأن إنشاء الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية («الهيئة»)، والنظام الأساسي للهيئة تأتي هذه السياسة استكمالاً له، دون أن تحل محله، وتفسر في ضوءه.
- (2) الهيئة شخصية اعتبارية، ومقرها دولة الكويت، وهي ذات طابع عالمي ونشاطها يشمل كثيراً من الدول الإسلامية وغيرها، ووفقاً لطبيعة نشاطها وتكوينها فإنها تخرج عن إطار جمعيات النفع العام بدولة الكويت، وبالتالي عن إطار القانون رقم 24 لسنة 1962 في شأن جمعيات النفع العام وتعدياته.
- (3) تشجع الهيئة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹⁾ المختلفة بفاعلية وكفاءة في الاتصال مع الجمهور⁽²⁾، وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتحقيق أهدافها.
- (4) تلتزم الهيئة بالألا تكون حساباتها في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي بديلاً عن الموقع الإلكتروني الرسمي للهيئة.
- (5) تلتزم الهيئة بأن يتم وضع حساباتها الرسمية في وسائل التواصل الاجتماعي في موقعها الإلكتروني الرسمي وفي مختلف مطبوعاتها ومنشوراتها حتى يستدل عليها الجمهور.
- (6) قد يترتب على استخدام أدوات وسائل التواصل الاجتماعي بعض الآثار القانونية، لذلك تحرص الهيئة على إعطاء حقوق الملكية الفكرية لأصحابها في كل ما ينشر في حساباتها الرسمية في وسائل التواصل الاجتماعي وموقعها الإلكتروني، والتصريح بجميع المراجع المستخدمة بوضوح.

(1) يقصد بوسائل التواصل الاجتماعي: مواقع وصفحات وتطبيقات شبكة الإنترنت التي تشير إلى منصات متعددة للمستخدمين لإنشاء ومشاركة محتوى يمكن أن يكون على شكل نص مقروء أو مسموع أو مرئي في مجتمع افتراضي، ويشمل هذا المصطلح أيضاً كافة الاتصالات عبر شبكة الإنترنت والهواتف المتحركة ومنصات النشر المستخدمة في التفاعل الاجتماعي والحوار بين الكيانات المؤسسية والجمهور.

(2) يقصد بالجمهور: مجموعة من الذين يستخدمون مواقع وصفحات ووسائل التواصل الاجتماعي، وقد يتفاوت مستوى نشاطهم من فاعل إلى غير فاعل، وقد يشملون جميع فئات المجتمع دون تحديد عمري أو اجتماعي أو عرقي معين.

المادة (2): نطاق السياسة والغرض منها

- 1) تطبق هذه السياسة على جميع حسابات الهيئة في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي والتي تستخدمها الهيئة بشكل رسمي وتدار من قبلها.
- 2) تهدف السياسة إلى تحديد المعايير الواجب الالتزام بها عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لتعزيز العلاقة مع الجمهور وتأكيداً لمبدأ الشفافية في التواصل ورفع مستوى الأداء، بالإضافة إلى تعريف العاملين في الهيئة بحقوقهم وواجباتهم في استخدام مختلف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل شخصي.
- 3) تعتبر هذه السياسة جزءاً لا يتجزأ من سياسة الاتصال الخاصة بالهيئة، حيث إنها تساهم في دعم تواصلها مع الجمهور.

المادة (3): سياسة الهيئة الخاصة بحساباتها في وسائل التواصل الاجتماعي

أولاً: قبل إنشاء الحسابات الرسمية

توضح البنود أدناه الإجراءات الواجب مراعاتها من قبل إدارة الإعلام والعلاقات العامة قبل إنشاء أي حساب رسمي للهيئة في أي وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي:

- 1) تحديد أهداف الاتصال من خلال مختلف وسائل التواصل الاجتماعي والجمهور المستهدف منها.
- 2) عمل تقييم دوري (على الأقل مرة في السنة) لكافة وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد أكثرها ملاءمة لاستخدام الهيئة.
- 3) تحديد المخاطر التي قد تمس سمعة الهيئة، وتحديد الإجراءات التي من شأنها الحد منها، وتحديد الآليات اللازمة لضمان الاستجابة السريعة والفاعلة للاستفسارات الواردة على حساب الهيئة في وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة.

- 4) تحديد المخاطر الأمنية⁽¹⁾ والمتعلقة بالخصوصية بالتنسيق مع إدارة نظم المعلومات، وتحديد الإجراءات التي من شأنها الحد من هذه المخاطر⁽²⁾.
- 5) تحديد متطلبات تقنية المعلومات وتقييم القدرات التشغيلية لدى الهيئة.
- 6) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التي تحتوي على بيان خصوصية شامل.
- 7) تحديد العاملين المصريح لهم باستخدام كل حساب في وسائل التواصل الاجتماعي، وتشكيل فريق دعم مختص بوسائل التواصل الاجتماعي، وتوفير التدريب اللازم لهم وتأهيلهم لإدارة الحسابات بفاعلية والمحافظة على السجلات.
- 8) يجب وضع جدول زمني لإعداد وتحديد المحتوى وتوقع التغييرات المحتملة عليه.
- 9) إيجاد آليات ووسائل مبتكرة للمتابعة والمراقبة الفاعلة لحسابات الهيئة القائمة.
- 10) تحديد المشاكل القانونية وتدريب فريق مواقع التواصل الاجتماعي على كيفية التعامل معها، ومحاولة تفادي أي إخلال بشروط وسياسة الوصول إلى الخدمة التي تقدمها الهيئة، والاطلاع على نماذج إخلاء المسؤولية كحد أدنى.

ثانياً: بعد إنشاء الحسابات الرسمية

- توضح البنود أدناه الإجراءات الواجب مراعاتها من قبل إدارة التسويق والإعلام بعد إنشاء حسابات رسمية للهيئة في وسائل التواصل الاجتماعي:
- 1) إنشاء سجل داخلي خاص لحسابات الهيئة في وسائل التواصل الاجتماعي يضم أسماء فريق عمل التواصل الاجتماعي المصريح لهم مع التفاصيل اللازمة لذلك مثل: تاريخ الحصول على تصريح الدخول للحساب، مستوى الدخول (إذا ما كان العامل مصرحاً له بالرد بالنيابة عن الهيئة أم لا)، الحالة الوظيفية، وكلمات السر.
 - 2) تعزيز الحضور والمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال نشر محتوى يثير اهتمام الجمهور.

(1) تتمحور معظم المخاطر الأمنية حول البرامج الخبيثة (Malware)، والتعرض للفيروسات، وأمن كلمات السر، وكشف هوية المستخدم وعدم وعي العاملين في الهيئة بالمخاطر مما يؤدي إلى الاختراقات المتعمدة.

(2) يساهم وعي العاملين في الهيئة بالمخاطر في مساعدة الهيئة على تقليل المخاطر الأمنية من خلال إبلاغهم بأدوات التحكم الخاصة بالأمن والخصوصية، والتركيز على أهمية عدم تسريب أي مستندات سرية، والتدريب على بيانات الخصوصية الخاصة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- (3) تشكيل فريق عمل التواصل الاجتماعي لإدارة حساب الهيئة على وسائل التواصل الاجتماعي على ألا يقل عن اثنين في الفريق.
- (4) تدريب فريق عمل التواصل الاجتماعي باستمرار حول الاستخدامات المحدثة لوسائل التواصل الاجتماعي والمهارات ذات الصلة بما في ذلك التدريب على متطلبات العلاقات والتشريعات ذات العلاقة.
- (5) تطوير نموذج تقييم معايير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمراقبة ومتابعة حسابات الهيئة الحالية.
- (6) مراعاة شروط الخدمة الخاصة بمختلف وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الإخلال بأي من الشروط المذكورة، فإن لم تتوافق الشروط مع سياسات الهيئة، يجب عليها مراجعتها وإعادة تقييم استخدام الوسيلة.
- (7) تحديد آليات وضوابط واضحة لضمان سرعة الحصول على الموافقات اللازمة للرد على الاستفسارات.

المادة (4): ضوابط الاستخدام الرسمي

يلتزم فريق عمل التواصل الاجتماعي المصرح لهم بالاستخدام الرسمي لمواقع التواصل الاجتماعي بما يلي:

- (1) التفاعل مع المستخدمين من خلال الرد أو الإجابة عن أي تساؤل أو استفسار من قبل الأشخاص المصرح لهم بالرد من فريق التواصل الاجتماعي، إذ سيساهم الالتزام بذلك في المحافظة على صيغتنا وتنظيم الردود بالنيابة عن الهيئة على نحو يجنب الهيئة أي تعارض أو تضارب.
- (2) استخدام لغة واضحة وبسيطة عند تمثيل الهيئة في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي وذلك وفق ما ورد في سياسات وإجراءات الإعلام في الهيئة، وعدم استخدام المصطلحات أو العبارات المختصرة غير الواضحة مثل استخدم « w/e » بدلاً من «weekend»، أو باللغة العربية: «ن/أ» بدلاً من نهاية الأسبوع.

- 3) أن يكون المحتوى باللغة العربية وأي لغة أخرى تراها الهيئة مناسبة.
- 4) يفضل عدم فتح حسابين يحملان نفس المحتوى، أحدهما للمتحدثين باللغة العربية والآخر بلغة أخرى، وذلك مراعاة لعدم تشتيت الجمهور.
- 5) الالتزام بأعلى المعايير والمستويات المهنية عند التعامل مع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6) استخدام لغة لبقة وعدم المشاركة في أي جدال أو مناظرة، وعدم الإساءة لسمعة الهيئة.
- 7) نشر المحتوى بعد الحصول على موافقة المسؤول بالهيئة.
- 8) وضع حدود لجميع الردود والمحتويات المنشورة بواسطة فريق عمل التواصل الاجتماعي المصريح لهم بالرد أو الجمهور المشارك على حسابات الهيئة⁽¹⁾، كما يتعين مراعاة عدم وضع توقعات بوجود أي نوع من الخصوصية على أي محتوى أو رد منشور.
- 9) معالجة الأفعال التي من شأنها التعارض مع هذه السياسة وذلك دون المساس بحق الهيئة في مساءلة المعني طبقاً لسياسة الموارد البشرية المعمول بها في الهيئة.
- 10) يحظر نشر أي محتوى مخالف للشريعة الإسلامية، أو سياسي، أو طائفي، أو عرقي، أو غير موضوعي، أو مخالف لتشريعات وقوانين ومبادئ الدولة التي تعمل فيها الهيئة.
- 11) يحظر إعادة نشر أي محتوى لحسابات مشبوهة، أو حسابات تقوم بنشر محتوى خاطئ، أو غير موضوعي، أو مخالف لتشريعات وقوانين ومبادئ الدولة التي تعمل فيها الهيئة أو التفاعل مع هذه الحسابات أو متابعتها.
- 12) يجب على الهيئة إبراز معلومات توضيحية عنها وعن أعمالها وأنشطتها ومشاريعها مع أهمية توضيح أن هذا الحساب رسمي في السيرة الذاتية أو الصفحة الرئيسية للحساب والتي تعرف أحياناً بـ «bio».

(1) في جميع الأحوال يجب ألا تزيد على 12 ساعة.

- 13) يجب على الهيئة العمل على تجنب تقليد الهيئات والمؤسسات العاملة في القطاع الخيري وغير الخيري، ولا يمنع ذلك الاستفادة من تجاربهم وممارساتهم بهذا الخصوص.
- 14) يجب استخدام شعار الهيئة الرسمي بجودة عالية.
- 15) الرد على استفسارات وردود الجمهور من خلال استخدام معلومات صحيحة وخلال فترة زمنية مناسبة، وفي حال وجود استفسار ذي طبيعة خاصة يتطلب إعلام الإدارة العليا، فلا بد من الإشارة إلى إجراء التصعيد المطلوب وتطبيقه.

المادة (5): ضوابط إدارة الحساب الرسمي

- يتعين على الهيئة عند إدارة أي من حساباتها الرسمية مراعاة ما يأتي:
- 1) متابعة حسابها بشكل مستمر، ووضع إجراءات لتفعيل عملية المتابعة المتواصلة، بالإضافة إلى تدوير المهام بين فريق عمل التواصل الاجتماعي.
 - 2) تحديد نموذج إرسال الرسائل في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي وتوزيعه على فريق عمل التواصل الاجتماعي المخولين بالرد على الأسئلة والردود الواردة من الجمهور، والالتزام بإرسال رسالة ذات صيغة موحدة عند تسلم الفريق لأي استفسار وذلك بشكل مباشر، ويجب أن تحتوي الرسالة على شكر الشخص لمشاركته وتأكيد أن الرد عليه سيصل خلال وقت ملائم من وقت التسلم.
 - 3) تحديد الأدوار والمسؤوليات بين أعضاء فريق عمل التواصل الاجتماعي بالتنسيق مع مدير إدارة التسويق والإعلام فيما يخص مستوى الرد على كافة التساؤلات الواردة للهيئة وآلية التعامل والتفاعل معها.
 - 4) تطوير سجل للتواصل الاجتماعي يضم ما اتخذ من إجراءات في مواجهة جميع المحتويات المنشورة على حسابات الهيئة، ويشمل الردود والأسئلة الموجهة للهيئة، وكذلك الالتزام بأرشفة وتخزين جميع المحتويات المنشورة على موقع التواصل الاجتماعي للهيئة إلكترونياً، على اعتبار أن هذه المعلومات والبيانات

المنشورة تصريحات عامة ورسمية، ويجب أن تتضمن المعلومات الواجب تخزينها كتاريخ النشر وتفاصيل المستخدمين الآخرين الذين شاركوا في حساب الهيئة وأي اعتمادات أخرى على الردود.

(5) يجب ابتكار الردود المثالية واعتبارها مرجعاً للرد على تساؤلات الجمهور المتكررة في وسائل التواصل الاجتماعي.

المادة (6): ضوابط إدارة المحتوى

(1) تعتبر إدارة المحتوى ضرورية للحصول على حساب تواصل اجتماعي يتميز بالشفافية والمسؤولية ويضمن جواً مفعماً بالإيجابية ويخلو من أية محتويات قد تعتبر مسيئة، لذا يجب على الهيئة أن تسعى لاستبعاد وحذف أي محتوى سلبي تتم إضافته على حسابها من قبل الجمهور قد يعتبر مسيئاً أو يحث على الكراهية أو يخالف القانون أو في الحالات التي يكون فيها المحتوى المنشور إعلاناً أو أي محتوى آخر يخالف شروط الخدمة الخاصة بوسيلة التواصل الاجتماعي أو يتناقض مع أي إرشادات منشورة ضمن شروط التواصل المحددة من الهيئة.

(2) تضع الهيئة معايير لضمان الموضوعية في إدارة المحتوى، وعلى فريق عمل التواصل الاجتماعي أن يحذف أي محتوى غير لائق ينشر على حساب الهيئة.

(3) يمكن لفريق عمل التواصل الاجتماعي تعديل المحتوى قبل النشر أو بعده⁽¹⁾.

المادة (7): صلاحيات فريق عمل التواصل الاجتماعي

(1) نظراً للاستخدامات المتعددة لوسائل التواصل الاجتماعي، يتم اختيار ومنح صلاحيات الدخول لفريق عمل التواصل الاجتماعي محدد من إدارة التسويق

(1) قبل النشر يتم الاطلاع المسبق على المحتوى لاتخاذ قرار بقبول أو رفض المحتوى أو الموضوع، وفي حال تم رفض الموضوع يجب اتباع عملية معينة يتم فيها تبليغ الشخص المعني بقرار الرفض. بينما يتمثل التعديل بعد النشر في التصحيح الذي يجري بعد نشر المحتوى أو الموضوع، حيث يجب أن يكون هذا التعديل مباشراً وسريعاً لتفادي خطر تشويه سمعة الهيئة في حال تم نشر محتوى غير ملائم، كما يجب الإفصاح عن خيارات التبليغ عن أي إساءة وهو الخيار الذي سيعطي الجمهور الفرصة لتبليغ المشرفين على الحساب عن أي رسائل غير ملائمة.

- والإعلام من خلال إجراءات تعتمد داخلياً شريطة ضمان جودة الخدمة المقدمة.
- (2) يعد تعيين فريق عمل التواصل الاجتماعي؛ من أهم الأساسيات اللازمة لتعزيز حضور فاعل للهيئة على وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كان من الكادر الوظيفي الحالي، أو من خلال توظيف كادر جديد متخصص.
- (3) يعد الحساب الرسمي على وسائل التواصل الاجتماعي واجهة للهيئة ويمثلها، لذلك من المهم أن يتمتع فريق عمل التواصل الاجتماعي المخول بالخبرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقدرة الرد على المستخدمين بلغة وأسلوب فصيح وواضح.
- (4) يتعين عند مراجعة صلاحيات دخول فريق عمل التواصل الاجتماعي مراعاة الاعتبارات التالية:
- أ) تحديد إجراءات منح أعضاء الفريق صلاحيات الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد الأشخاص المخولين بالدخول والمدة المصرح بها في ذلك.
- ب) تحديد إجراءات إلغاء صلاحيات الدخول وإجراءات الحد من سوء استخدام هذه الصلاحيات.
- ج) توزيع الخطوات الإرشادية الخاصة بالدخول لأعضاء الفريق المصرح لهم لتفادي أي إشكاليات في الاستخدام أو مخالفة للقوانين.

المادة (8): ضوابط استخدام العاملين في الهيئة لوسائل التواصل الاجتماعي في الأمور الشخصية

يلتزم العاملون في الهيئة بما يلي عند الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي⁽¹⁾:

(1) استخدام أي من العاملين في الهيئة لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل شخصي خارج أوقات العمل عندما يشمل الحساب الشخصي إشارة الموظف لمنصبه الوظيفي في الهيئة، أو أن يكون شخصية عامة مرتبطة لدى الجمهور بمنصبه في الهيئة، وفي تلك الحالات يتعين عليه توضيح أن كل الآراء المصريح بها لا تمثل آراء الهيئة التي يعمل بها من خلال إدراج أحد نماذج إخلاء المسؤولية، كما عليه أن يحرص على عدم التطرق لموضوعات ترتبط بالهيئة التي يعمل بها بشكل سلبي أو بشكل يتسبب في الإضرار بسمعة الهيئة أو أي جهة أخرى بأي شكل من الأشكال.

- (1) التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بأعلى المعايير الأخلاقية، وبقواعد السلوك المهني المتعارف عليها، داخل وخارج العمل.
- (2) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بلباقة وحكمة وموضوعية، وذلك وفقاً لمطالبات العادات الاجتماعية والأعراف المهنية، وعدم تسبب الاستخدام الشخصي لوسائل التواصل الاجتماعي في الإضرار بسمعة الهيئة أو أي جهات أخرى بأي شكل من الأشكال.
- (3) احترام مبادئ الخصوصية والسرية والالتزام بها وخاصة عند التعامل مع المعلومات العامة والمعلومات الشخصية، وذلك من خلال عدم الكشف عنها أو استخدامها أو نسخها أو نقلها في وسائل التواصل الاجتماعي، إلا في سياق ممارسته لواجباته، كما لا يجوز الكشف عن أي معلومات أو أخبار تعرض مصلحة الهيئة للخطر والضرر.
- (4) الامتناع عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأي طريقة تنتهك الآداب أو السلوك العام، أو تقاليد وأعراف المجتمع.
- (5) الامتناع عن الإساءة إلى الآراء السياسية أو المعتقدات الدينية للآخرين، أو التحريض ضدها، داخل أو خارج الهيئة.
- (6) أن ينشر على حساباته في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي أن هذه الحسابات هي حسابات شخصية ولا تمثل بأي شكل من الأشكال الهيئة التي يعمل لديها، فعلى سبيل المثال يمكن ذكر عبارة مختصرة مثل: «هذا الحساب مساحة خاصة بي والآراء المذكورة هنا هي آرائي الشخصية ولا تمثل الجهة التي أعمل لديها».
- (7) عدم استخدام البريد الإلكتروني الخاص بالعمل أو كلمة السر الخاصة بذلك البريد للتسجيل والدخول لحساب التواصل الاجتماعي الشخصي.
- (8) عدم استغلال المنصب في الهيئة.
- (9) عدم نشر أي معلومات سرية خاصة بالهيئة وحصل عليها من خلال عمله فيها.

10) مراعاة حق العامل في الهيئة في التمتع بحرية الحديث وإبداء الرأي والشكوى الموضوعية مع ضرورة الالتزام والمحافظة على النظام العام والآداب العامة وعادات المجتمع وتقاليده وكذلك التشريعات السارية في الدولة.

المادة (9): اعتماد ونشر وتنفيذ ومراجعة السياسة

- 1) يقوم مدير مكتب الامتثال وإدارة المخاطر بعمل مراجعة دورية لهذه السياسة (بحد أقصى كل ثلاث سنوات) وكلما دعت الضرورة، وذلك لضمان تماشيها مع القوانين والأنظمة السارية في دولة الكويت وأفضل الممارسات في القطاع الخيري، ومن ثم يقوم برفع تقرير بنتائج المراجعة إلى المدير العام.
- 2) تُعتمد هذه السياسة وأي تعديل لاحق عليها من مجلس الإدارة، ويتم العمل بها من تاريخ الاعتماد.
- 3) يبلغ بهذه السياسة جميع العاملين في الهيئة.



المهية الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization

1808 300

www.iico.org



[khayriyanet](https://www.instagram.com/iico)