



الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة

الإصدار الأول

يناير، 2011

تم تطوير هذه الوثيقة كجزء من الدليل التقني الإرشادي للمواقع الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة

كافة الحقوق محفوظة © 2011، حكومة الإمارات الإلكترونية – الإمارات العربية المتحدة.

شكر وتقدير

- ❖ للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة التي ساهمت في تطوير النسخة الأولى من هذا الدليل من خلال ملتقى السياسات والطولة المستديرة، وكذلك من خلال إبداء الرأي عبر مختلف مراحل تطوير الدليل.
- ❖ السيد أندريا دي مايو، المحلل الخبير ونائب الرئيس – مؤسسة غارتنر لمشاركته القيمة في تطوير الدليل عبر مختلف مراحل العمل.
- ❖ السيد ريتشارد كيربي، كبير المستشارين الإقليميين (شعبة الإدارة العامة وإدارة التنمية "DPADM"، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية بالأمم المتحدة "UNDESA") على مشاركته بتوضيح توقعات نموذج الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية.
- ❖ لمواطني ومقيمي دولة الإمارات العربية المتحدة الذي شاركوا في ملتقى السياسات الذي خصص لتطوير النسخة الأولى من هذا الدليل.



قائمة المحتويات

1. الغرض من الوثيقة 4
2. نطاق الوثيقة 4
3. مقدمة 5
4. متطلبات تطبيق الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي 7
5. الموجهات الإرشادية لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي 9
6. الملحق أ – مسرد المصطلحات 18
7. الهوامش 20

1. الغرض من الوثيقة

تقدم هذه الوثيقة للجهات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة دليلاً 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 المسح الداخلية - وجود وعي قوي لدى العاملين في الجهات الحكومية الاتحادية والمحلية بجدوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي¹. وقد بدأ العديد من الجهات الحكومية الاتحادية والمحلية في كل أنحاء دولة الإمارات العربية المتحدة في استخدام أدوات التواصل الاجتماعي كقنوات للتواصل مع الجمهور، غير أن معظم تلك الجهات، إن لم يكن جميعها، تفتقر إلى دليل يتضمن إرشادات تساعد في تعزيز منافع هذه الأدوات، وتجنب مخاطرها المحتملة.

2. نطاق الوثيقة

يمكن تعريف نطاق وثيقة السياسة هذه كما يلي:

- ❖ تسري هذه الوثيقة على كل الجهات الحكومية الاتحادية (كالوزارات والهيئات والبرامج) وكذلك يمكن استخدامها من قبل الجهات الحكومية المحلية في دولة الإمارات العربية المتحدة.
- ❖ تشمل هذه الوثيقة أدوات التواصل الاجتماعي كما عرفت في ملحق مسرد المصطلحات من هذه الوثيقة، والتي تشمل على سبيل المثال شبكات التواصل الاجتماعي (مثل موقع الفيس بوك)، وأدوات التواصل الاجتماعي Wiki والمدونات وغيرها، علماً بأن بعض هذه الأدوات قد تكون

مملوكة للحكومة (مثل المدونات الحكومية)، في حين تمثل المواقع التجارية (مثل الفيس بوك) الجزء الآخر منها.

- ❖ لا يختص هذا الدليل بأدوات أو مواقع معينة، بل هو دليل يوفر موجّهات وإرشادات عامة لأدوات التواصل الاجتماعي. وللاطلاع على موجّهات خاصة بكيفية استخدام مواقع محددة مثل مثل الفيس بوك وتويتر يمكن مراجعة الموقع الإلكتروني الذي سيطور خصيصاً لهذا الغرض.²
- ❖ يتم تطوير هذه الوثيقة بشكل مستمر بحيث تواكب الطبيعة الديناميكية لأدوات التواصل الاجتماعي.

3. مقدمة

لقد تجاوزت أدوات التواصل الاجتماعي بما تتسم به من قدرات التعاون والمشاركة طبيعة شبكة الإنترنت الساكنة المعتمدة على النشر والتصفح، وأصبحت قوة جديدة قد تُشكل مستقبل الحكومات من خلال إعادة صياغة هيكلها والخدمات العامة التي تقدمها.³

وعلى وجه التحديد، يمكن لأدوات الإعلام الاجتماعي أن "تعيّن واضعي السياسات على تحديد الأولويات، وتشجيع الجمهور على تقبل البرامج، وزيادة مستويات الرضا، ومن ثم تعزيز فرص نجاح نتائج السياسات. فعلى سبيل المثال، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي - مثل الفيس بوك ويوتيوب وتويتر، وتطبيقات التدوين وتقنيات الهواتف النقالة - للحكومات الانخراط في المعارف الجماعية للمجتمع بشكل سريع ومباشر، ومن ثم يتحول المتعاملون من مجرد متعاطين سلبيين للخدمات الحكومية إلى مستشارين ومبتكرين يساهمون بأفكار تلبي احتياجاتهم الفردية والجماعية بدرجة أكبر"⁴

وتتزايد شعبية مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم يوماً بعد يوم، وقد تجاوز عدد المشتركين في موقع فيس بوك وهو أشهر هذه المواقع 500 مليون مشترك⁵، وتحتل دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى بين دول العالم العربي من حيث استخدام موقع فيس بوك، إذ أن 45% من سكانها لديهم حسابات

على الموقع، كما حُلت بين أفضل عشر دول في العالم من حيث عدد مستخدمي الموقع بالنسبة لعدد السكان⁶.

وعلى الرغم من هذه الشعبية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي والمنافع التي أشرنا إليها أعلاه، إلا أن ما يفرضه انتشار استخدام هذه الأدوات من تغييرات أساسية في الحكومة وعلاقتها بالجمهور قد أدى إلى ظهور العديد من التحديات والأخطار التي يجب دراستها والتعامل معها بعناية.

ثمة طرق عديدة لتصنيف استخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الحكومة، وفيما يلي أحد تصنيفات تلك الطرق⁷:

❖ **المشاركة إلى الداخل** – وتختص بمشاركة وتبادل الوثائق التنظيمية الداخلية في الجهات الحكومية فيما بينها.

❖ **المشاركة إلى الخارج** – وتختص بمشاركة المعلومات والوثائق المشتركة مع باقي الجهات والمؤسسات والأفراد عبر المواقع الإلكترونية الحكومية.

❖ **المشاركة الداخلية** – ومن ذلك مثلاً إجراء استفتاء إلكتروني ضخم على أحد المواقع الإلكترونية الحكومية.

❖ **المشاركة الخارجية** – وتشمل الاشتراك مع عامة الناس في مناقشة مختلف القضايا من خلال المواقع التجارية القائمة، وهذا النوع هو محل التركيز الأساسي لهذه الوثيقة.

3.1. المخاطر:

يجب أن نحرص - عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي- على تقييم المخاطر المرتبطة بذلك، والتي من أهمها:

- ❖ التأثير سلبيًا على انتاجية الموظفين.
- ❖ تضيق النطاق العريض للشبكة.
- ❖ إلحاق الضرر بسمعة الأفراد أو الجهات الحكومية.
- ❖ احتمال تسرب معلومات حكومية أو شخصية خاصة أو ذات حساسية معينة.
- ❖ مخاطر الحماية، كعمليات التصيد الاحتيالي، والهندسة الاجتماعية واحتمال دخول البرامج الخبيثة والفيروسات وغيرها ... إلى ما هنالك من وسائل اختراق الحماية.

3.2. التخفيف من المخاطر

يمكن تخفيف هذه المخاطر بتطبيق وسائل التحكم المناسبة، ومن بينها:⁸

- ❖ ضوابط السياسات المعمول بها: تحدد هذه الضوابط ملامح دليل السلوك والمحتوى عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، كذلك الموضحة في مختلف أقسام هذه الوثيقة.
- ❖ ضوابط الاستحواذ: وتتعلق بالدخول والاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي التجارية التي تسمح بقدر عالٍ من إعدادات الحماية والخصوصية وبمزيد من التحكم في المعلومات (كوضع تدابير صارمة للتحقق من الهوية أو ملفات تعريف الارتباط). ويمكن الاطلاع على أمثلة من تلك الضوابط في قسم "الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي" في هذه الوثيقة.
- ❖ ضوابط التدريب: وتتعلق بآليات زيادة وعي الموظفين بتلك الأدوات عبر تزويدهم بالدورات الخاصة بالسياسة والسلوك وأفضل الممارسات فيما يتعلق باستخدام أدوات التواصل الاجتماعي.

4. متطلبات تطبيق الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي

مع أن معظم الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة معتادة على التعامل مع الأدلة الإرشادية والسياسات التنظيمية، كتلك الخاصة بتقنية المعلومات، إلا أن سياسات أدوات التواصل الاجتماعي ربما تكون أمراً مستجداً. ويتطلب التنفيذ الناجح للإرشادات الواردة في هذه الوثيقة استعداد الجهات الحكومية لعمل الترتيبات التالية:

- ❖ تكليف وحدة تنظيمية محددة (إدارة أو قسم) داخل الجهة بمسؤولية شرح هذا الدليل الإرشادي وترويجه للآخرين، ومراقبة مدى الالتزام بموجهاته والتعامل مع كافة القضايا المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي. ويعود لكل جهة اختيار أو الإدارة الأنسب لأداء هذا الدور والتي قد تكون - على سبيل المثال لا الحصر- ، الإعلام أو العلاقات العامة، الموارد البشرية، تقنية المعلومات أو إدارة المعرفة أو لجنة مشتركة تضم ممثلين من مختلف الإدارات ذات الصلة في الجهة.
- ❖ في جميع الحالات، من غير المحبب تعهيد مزودين خارجيين بهذه المهمة.
- ❖ لما كانت معظم الأنشطة الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي تشمل إشراك الجمهور في اتخاذ قرارات بشأن بعض السياسات أو الخدمات الحكومية، فإنه ينبغي للوحدة المختارة استحداث منهجية تواصل واضحة مع باقي إدارات الجهة الحكومية المسؤولة عن تصميم هذه السياسات / الخدمات أو تقديمها. إضافة إلى ذلك، ينبغي أن تحدد هذه الوحدة المؤشرات اللازمة لقياس أداء الموظفين الحكوميين وتأثير التفاعل مع الجمهور عبر أدوات التواصل الاجتماعي.
- ❖ يجب أن تمتلك الجهات الحكومية - بالتوازي مع تنفيذ هذا الدليل الإرشادي - برامج مستمرة للتدريب ورفع مستوى الوعي، بهدف تعزيز فهم الموظفين لمنافع أدوات التواصل الاجتماعي وأخطارها وقدرتهم على تطبيق الإرشادات الواردة في هذه الوثيقة بالشكل الملائم.

وفضلاً عما سبق، نشجع الجهات الحكومية على مراجعة وتحديث إستراتيجياتها وآليات صنع القرار بها، بالإضافة إلى عمليات تصميم الخدمة وتقديمها، لضمان تعزيز المشاركة الاجتماعية عبر أدوات التواصل الاجتماعي، وقياس تأثير تبني تلك الأدوات.

5. الموجّهات الإرشادية لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي

فيما يلي شرح مفصل للموجهات الإرشادية الخاصة باستخدام أدوات التواصل الاجتماعي، ويشمل ذلك ثمانية مجالات هي: الوصول إلى أدوات التواصل الاجتماعي، وإدارة الحسابات، سلوك الموظف، إدارة المحتوى، الخصوصية، الأمن، مسائل قانونية أخرى، ومدونة سلوك الجمهور.

5.1. الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي:

تتناول هذه الفقرة مسألة الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل أو باستخدام الموارد الحكومية (مثل أجهزة الحاسوب). وتميل بعض المؤسسات إلى تحديد قائمة بالموظفين المصرح لهم بالدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك تحديد قائمة بالمواقع التي يُسمح بالدخول إليها.

وعلى الرغم من تنوع طبيعة الخدمات التي تقدمها الجهات الحكومية وعلاقتها بالجمهور، فإنه يجب مراعاة المتطلبات التالية في كل الأحوال:

- ❖ يُعد الدافع الرئيس وراء منح الموظفين حق الدخول إلى تلك المواقع هو تحسين أدائهم في العمل والمساهمة في تحسين نواتج العمل والمخرجات المقرر تسليمها.
- ❖ بشكل عام، يستخدم الموظفون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل للأسباب التالية:
 - إدارة الحساب الخاص بالجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - الحصول على معلومات وخدمات ذات صلة بطبيعة عملهم من خلال حساباتهم الشخصية على هذه المواقع.
 - استخدامها لأسباب شخصية أو غير مرتبطة بالعمل.
- ❖ يجدر الملاحظة أنه من الصعب رسم الحدود الفاصلة بين استخدام الموظف لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض مهنية أو شخصية، مما يجعل مسألة منح حق الدخول لسبب دون الآخر أمراً صعباً.

- ❖ في الأصل، يجب أن يكون الوصول إلى جميع مواقع التواصل الاجتماعي متاحاً للموظفين على أن يتحمل الموظف مسؤولية استخدامها بما يتوافق مع هذا الدليل الإرشادي ومع مدونة سلوك الموظف المعمول بها. وعليه، يتحمل الموظف مسؤولية أي استخدام خاطئ أو غير ملائم لتلك المواقع.
- ❖ حجب وصول بعض الموظفين إلى مواقع التواصل الاجتماعي قد لا يكون فعالاً في كثير من الأحيان نظراً لقدرة كثير منهم على الوصول إليها عبر قنوات أخرى مثل الهواتف المتحركة.
- ❖ بسبب الطبيعة المتجددة لأدوات التواصل الاجتماعي، يفضل أن تطور الوحدة المسؤولة عن أدوات التواصل الاجتماعي لموظفي الجهة الحكومية قائمة بمواقع مفضلة للاستفادة منها. ويراعى أن يتم تطوير هذه الوثيقة بالتعاون مع الإدارات ذات الصلة مثل تقنية المعلومات ومع الموظفين أنفسهم عوضاً عن أن تصدر بشكل مباشرة من الإدارة العليا للجهة. وينبغي أن يراعى عند تطوير ومراجعة هذه القائمة فوائد ومخاطر أدوات التواصل الاجتماعي كما تمت الإشارة إليها في مقدمة هذه الوثيقة.

5.2. إدارة الحساب

تشمل عملية إدارة الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي مجالات عديدة، غالباً ما يُشار إليها باسم "إدارة دورة الحياة"، ومن بين تلك المجالات:

- ❖ إنشاء الحساب
- ❖ إدارة الحساب
- ❖ حذف أو تعطيل الحساب

يُتيح إنشاء الحساب للمستخدم حق الدخول إلى مجموعة متنوعة من أدوات التواصل والتعاون، كإرسال التعليقات والردود والتدوين والتواصل مع باقي المستخدمين، وهو ما يختلف من موقع إلى آخر. وكما ذكرنا في القسم السابق، هناك نوعان من الحسابات التي قد يمتلكها الموظفون على مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي تفاصيل إدارة تلك الحسابات:

إدارة الحسابات الرسمية للجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي:

في هذه الحالة، يُصرح للموظف الحكومي بالتواصل الرسمي مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي نيابةً عن الجهة الحكومية، وتمثل كل التعليقات والآراء التي يرسلها هذا الموظف وجهة النظر الرسمية لتلك الجهة. في هذه الحالة، يجب تحقيق المتطلبات التالية:

- ❖ موافقة الوحدة المختصة بأدوات التواصل الاجتماعي على قرار إنشاء حساب على موقع التواصل الاجتماعي بوصفه حساباً رسمياً للجهة الحكومية. ومع هذا، يجب أن تقوم الوحدة – قبل اتخاذ هذا القرار – باستشارة وحدة تقنية المعلومات للتعامل مع أي مخاطر تقنية محتملة، فضلاً عن الرجوع إليها في مسائل مثل مراقبة إعدادات الخصوصية، كما ينبغي استشارة باقي الوحدات ذات الصلة. ويجب أن تأخذ تلك الموافقة في اعتبارها عوامل مثل مدى ملاءمة الموقع لاحتياجات الجهة الحكومية والجمهور.
- ❖ يجب أن يصدر القرار كتابة بحيث يحدد الموقع المشار إليه، واسم ووظيفة الموظف (أو الموظفين) الذين سيتحملون مسؤولية إدارة هذا الحساب. وينبغي أيضاً أن يحدد القرار السياسات أو الخدمات المحددة التي يمكن أن يشملها تواصل الموظف مع الجمهور عبر هذا الحساب.
- ❖ عند اختيار الموظف المسؤول عن إدارة الحساب، هناك العديد من المتطلبات التي ينبغي وضعها في الاعتبار وأهمها:
 - درجة تأهيل الموظف ومستوى تمكنه من المسائل التي سيتم التواصل بشأنها ومناقشتها مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - مهارات اللغة أو التواصل التي يمتلكها.
 - مستوى وعيه بمواقع التواصل الاجتماعي، واعتياده استخدام طرق التواصل الموجودة بها.
 - مدى استعداد الموظف للبقاء على اتصال مع الجمهور عبر قنوات التواصل الاجتماعي خارج أوقات الدوام الرسمي، والتعامل مع المواقف التي قد تتطلب الرد أو أي إجراء آخر في أي وقت من اليوم، وعلى مدار الأسبوع.

❖ ينبغي للموظفين، متى تم منحهم صلاحية استخدام أسمائهم لتمثيل الجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل نيابة عنها، تعريف أنفسهم بالاسم الكامل والوظيفة والجهة الحكومية التي يمثلونها ومعلومات الاتصال.

إدارة الحسابات الشخصية للأغراض المتعلقة بالعمل:

يمكن للموظفين الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق حساباتهم الشخصية على هذه المواقع للحصول على المعلومات أو الأخبار اللازمة للقيام بمسؤولياتهم الوظيفية (أو لأغراض شخصية، كما ورد في القسم 5-1). في هذه الحالة، يمكن للموظفين الاستفادة من الموارد والمعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي لأداء مهامهم وواجباتهم اليومية. ولما كان الموظفون مسؤولين عن إدارة حساباتهم الشخصية على هذه المواقع، فمن المنتظر أن يتصرفوا طبقاً للإرشادات المبينة في القسم 5-3 (سلوك الموظف).

5.3 سلوك الموظف

مبدئياً، ينبغي ألا يختلف سلوك الموظفين الحكوميين على مواقع التواصل الاجتماعي عن سلوكهم عند استخدام أي أداة تواصل / إعلام تخضع بصفة أساسية لوثيقة "مبادئ السلوك المهني والأخلاقيات في المكاتب العامة للسلطات الاتحادية"⁹ الصادرة في يوليو 2010، وقانون الموارد البشرية بدولة الإمارات العربية المتحدة (مرسوم القانون الاتحادي رقم 11 لسنة 2008)¹⁰. ولا يتناول ذلك سلوك الموظف على مواقع التواصل الاجتماعي فحسب، بل يتناول كذلك "الاستخدام المقبول" للموارد والمعلومات الحكومية. ويشمل ذلك على سبيل المثال:

التصرف بأسلوب يحفظ سمعة الحكومة بوجه عام بما في ذلك الجهة التي يعمل لديها.

- ❖ مراعاة أرقى المبادئ الأخلاقية في سلوك الموظف وتصرفه.
- ❖ استخدام الأموال العامة بأسلوب يتسم بالأمانة والشفافية، وتجنب إهدار تلك الأموال.
- ❖ عدم استخدام الموظف للمعلومات التي يحصل عليها أثناء أدائه للمهام الوظيفية في أغراض غير ذات صلة بالعمل.

بالإضافة إلى تلك المتطلبات، وسعيًا إلى ضمان تمييز الموظفين الحكوميين بين مناصبهم المهنية وأنشطتهم وأرائهم الشخصية، يجب على الموظفين الالتزام بالموجهات التالية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفتهم الشخصية، سواءً لتلبية الاحتياجات المتعلقة بالعمل أو الاحتياجات الشخصية:

- ❖ يجب ألا ينشر الموظفون – في ملفات التعريف الشخصية الخاصة بهم على مواقع التواصل الاجتماعي – معلومات الاتصال الرسمية الخاصة بهم لأغراض المراسلة، وتشمل تلك المعلومات البريد الإلكتروني، رقم الهاتف وصندوق البريد إلى غير ذلك.
- ❖ يمكن للموظفين الحكوميين ذكر مناصبهم الرسمية في ملفات التعريف الشخصية الخاصة بهم، ويجب عليهم في هذه الحالة عرض بيان واضح لإخلاء المسؤولية يوضح أن ما يقوم به الموظفون من أنشطة وما يقدمونه من تعليقات على هذا الموقع إنما يمثل آراءهم الشخصية، ولا صلة للجهة الحكومية به.
- ❖ في كل الأحوال، يتحمل الموظفون الحكوميون مسؤولية ضمان عدم إضرار سلوكهم الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي بسمعة الجهة الحكومية أو أي جهات أخرى بأي شكل كان.

5.4. إدارة المحتوى

تتحمل الجهة الحكومية مسؤولية نشر وإدارة محتويات صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية والتجارية، وينبغي إسناد هذه المسؤولية إلى الوحدة التنظيمية المسؤولة عن نشر وإدارة المحتوى الخاص بالجهة الحكومية عبر وسائل الإعلام التقليدية، غير أنه يجب وضع الخصائص التالية لأدوات التواصل الاجتماعي في الاعتبار:

- ❖ يتسم التواصل مع الجمهور عبر أدوات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، لا السلطوية، كما أنه تواصل موجه وليس عشوائياً أو عاماً كما هو الحال عند التواصل باستخدام وسائل النشر التقليدية، وهو ما يتيح للجهة الحكومية بث الرسالة الصحيحة إلى الجمهور المعني على وجه سريع ومباشر.¹¹

- ❖ يُعد الترويج لوجود بيئة تعاونية المفتاح الأساس لخلق مجتمعات إلكترونية ناجحة، تشارك في حوار هادف وتسهم في وجود ارتباط ببناء بين الجهة الحكومية والجمهور.
- ❖ يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يثير مخاوف مبررة من مدى موثوقية هذا المحتوى، بالإضافة إلى التحدي المتمثل في تنسيق المحتوى المرسل من المستخدمين أو التحكم في سلوك المشاركين.
- ❖ يتسم نمط المناقشات عبر أدوات التواصل الاجتماعي بكونه تلقائياً وغير رسمي أو متوقع.
- ❖ يمكن أن يواصل المشاركون في صفحة الجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي تحديث الصفحة في أي وقت يشاءون حتى في غير ساعات العمل الحكومية.

وفي ضوء هذه الخصائص، ينبغي على الجهات الحكومية اتخاذ القرارات المناسبة في المسائل التالية:

- ❖ اختيار الموظفين الذين سيتولون إدارة المحتوى على الحساب الخاص بالجهة الحكومية والتفاعل مع الجمهور، ويمكن أن تساعد خصائص أدوات التواصل الاجتماعي السابقة بالإضافة إلى النصائح المقدمة في القسم 3-6 (إدارة الحساب) في اتخاذ هذا القرار.
- ❖ "إدارة دورة حياة" المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم إدارة حذف / إزالة المعلومات التي قد تصبح غير ذات صلة لسبب أو لآخر (مثل بيانات الموظف المسؤول عن خدمة العملاء عند تركه للعمل لدى الجهة).
- ❖ تبني الجهة الحكومية إستراتيجية التنسيق- إن وجدت - لإدارة المحتوى المرسل من المستخدمين. ويُعد التنسيق أمراً مهماً لضمان السلوك اللائق، وينبغي أن يتم بحرص حتى لا يُفقد التعاون والمشاركة المذكورة، كما ينبغي توعية المستخدمين به بشكل واضح، لتحديد توقعاتهم وتوجيه مشاركاتهم. وبصفة أساسية، إن كانت مساهمة المستخدم ضمن سياق عنوان المناقشة - بغض النظر عن كونها سلبية أو إيجابية - يجب السماح ببقائها، غير أنه متى كان المحتوى يمثل نوعاً من التعدي أو الإهانة، أو خارجاً عن السياق والقانون، جاز حذفه.

وهناك عدة استراتيجيات للتنسيق، يمكن الاختيار من بينها:



United Arab Emirates



- ❖ **التنسيق من جانب المستخدم:** حيث يُترك للمستخدم القيام بعملية الحجب الذاتي طبقاً لمدونة السلوك التي يجب نشرها بشكل صريح في الموقع الإلكتروني. ويُعد هذا النوع من التنسيق أقل أشكال التنسيق تقييداً، كما يتطلب أقل قدر من الموارد، غير أنه قد يمثل أكبر قدر من المخاطرة بإرسال محتوى غير لائق.
- ❖ **التنسيق من جانب جماعة المستخدمين:** يُعد "الإبلاغ عن حالات التعدي" من الأمثلة على ذلك، ويسمح هذا النوع من التنسيق للمدير بتقييم التقارير الواردة من المستخدمين عن المحتوى غير اللائق، واتخاذ الإجراء المناسب.
- ❖ **التنسيق من جانب المدير:** حيث يقوم المدير بمراقبة جميع أنواع المحتوى أثناء إرساله، وله الحق في حذف المحتوى متى كان مخالفاً لمعايير محددة (انظر القسم 5-7: مدونة سلوك الجمهور).
- ❖ **التنسيق المسبق للمحتوى:** (يُقصد به ترشيح كل محتوى مرسل قبل السماح بظهوره)، وهو ما يسمح بقدر أكبر من الرقابة، غير أنه يقلل سرعة التبادل / الحوار بين الناس، وقد يدفعهم إلى ترك الموقع، كما يتطلب أيضاً قدرًا معقولاً من الموارد.
- ❖ **تنسيق المحتوى عقب الإرسال:** وتسمح فيه الجهة الحكومية للمستخدمين بإرسال تعليقات على صفحاتهم على موقع التواصل الاجتماعي، وأن يتم عرضها فوراً، ولا يتم التدخل إلا لاحقاً عند الإبلاغ عن أي حالات تعدي.
- ❖ **التنسيق المؤتمت:** يتم فيه إعداد برنامج ترشيح (فلتر)، يقوم تلقائياً بوضع إشارة على تولىفات الكلمات المفتاحية التي صَنَّفها المديرون كرسائل غير مرغوب بها، ثم تتم بعد ذلك مراجعة المحتوى يدوياً لتقييم مدى كونه مناسباً.

5.5. الأمن

كما ذكرنا في المقدمة، تُعد الحماية من المخاوف الرئيسية المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي، فهذه المواقع - التي تشتمل على سبيل المثال المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي وأدوات Wiki - مُعرضة لثلاثة أنواع مختلفة من الأخطار المتعلقة بالحماية، وهي: التصيد الاحتيالي والهندسة الاجتماعية والهجمات على تطبيقات الويب (انظر الملحق أ - مسرد التعريفات).

بوجه عام، ومتى كان ذلك ملائمًا، تسري سياسات الأمن التي تتبعها الجهات الحكومية على أدوات التواصل الاجتماعي، إلا أنه يجب كذلك على هذه الجهات أن تتخذ الإجراءات التالية:

- ❖ ضمان عدم استخدام الموظفين عنوان أو كلمة مرور بريدهم الإلكتروني الرسمي الحكومي لتسجيل الدخول إلى حساباتهم في أدوات التواصل الاجتماعي.
- ❖ منع الدخول إلى الوظائف والتطبيقات غير الضرورية (مثل الألعاب) في بعض مواقع التواصل الاجتماعي، تجنبًا للمخاطر ذات الصلة بالحماية كالملفات غير المرغوبة والتصيد الاحتمالي والهجمات على الحماية.
- ❖ توعية الموظفين بشأن أخطار الحماية هذه، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية، وأساليب التخفيف من المخاطر.

5.6. الخصوصية

كما هي الحال في أخطار الحماية، يزيد الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي من فرص التعرض لعمليات اختراق الخصوصية، التي تتمثل في الاستخدام غير السليم للمعلومات الحكومية من جانب الأشخاص غير المصرح لهم بالدخول إلى تلك المعلومات. وعلى الرغم من أنه لم يتم حتى الآن اعتماد قانون للخصوصية على الإنترنت في الدولة إلا أنه ينبغي للجهات الحكومية اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لضمان حماية خصوصية البيانات والمعلومات الحكومية من أي أخطار محتملة على الخصوصية قد تنتج من مواقع التواصل الاجتماعي. وينبغي تنفيذ المتطلبات التالية كحد أدنى:

- ❖ ينبغي أن تحدد الجهات الحكومية بوضوح نوع المعلومات التي يجوز للموظفين نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ ينبغي ألا يفترض الموظفون وجود خصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي، فالتعليقات المرسلة إلى تلك المواقع تظل هناك لفترة طويلة، ويمكن لزوار تلك المواقع الاطلاع عليها ونقلها إلى مواقع أخرى، من دون الحاجة إلى طلب تصريح من المرسل. ومن ثم ينبغي أن يكون الموظفون حذرين عند إرسال معلومات أو تقديمها إلى مواقع التواصل الاجتماعي، حتى يتسنى لهم حماية المعلومات

الحكومية الحساسة، كالبيانات السرية أو المعلومات الخاصة بالمتعاملين بالإضافة إلى معلوماتهم الشخصية الخاصة.

5.7. مدونة سلوك الجمهور

يتمثل الهدف الأساسي من استخدام أدوات التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى الارتباط بين الحكومة والجمهور، بفعالية وبأقل قدر من المخاطر، ومن ثم ينبغي إعداد مدونة سلوك للجمهور توضح السلوك السليم للمستخدمين، وينبغي وضعها في موضع واضح في الموقع حتى يسهل الرجوع إليها.

على سبيل المثال، يمكن أن تنص مدونة سلوك الجمهور بوضوح على حظر أشكال محددة من المحتوى، وأنه سيتم حذفها، ومن أمثلة تلك الأشكال:

- ❖ التعليقات البعيدة عن السياق أو غير ذات الصلة به.
- ❖ أي لغة تحوي استهانة بالمعتقدات أو إساءة إليها.
- ❖ التعليقات التي تنطوي على تمييز.
- ❖ التعليقات التي تدعم الأنشطة غير القانونية.
- ❖ التعليقات التي تخالف أي حقوق قانونية أو حقوق ملكية فكرية.

5.8. مسائل قانونية أخرى

يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى إثارة مبررة للمخاوف المتعلقة بالمفاهيم القانونية لحقوق الطبع والنشر والملكية الفكرية، فسهولة نشر المحتوى وتوزيعه في مواقع التواصل الاجتماعي تجعل من اليسير للغاية مخالفة قوانين حقوق الطبع والنشر دون قصد.

ينبغي للجهة الحكومية نشر بيان إخلاء المسؤولية، في ركن واضح على الصفحة الحكومية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، للاحتفاظ بحقوق طبع ونشر المحتوى المُعد من جانب الحكومة، ويجب أن تشير الجهة الحكومية إلى قانون حقوق الطبع والنشر لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 7 الصادر في

2002/7/1 – 1423. ويجب أن يذكر إخلاء الطرف تفصيلاً حقوق الطبع والنشر التي قد يحتفظ بها المشاركون غير الحكوميين لمواقعهم.

وختاماً، يجب على الجهات الحكومية أن تدرك دوماً صعوبة حماية حقوق طبع ونشر المحتوى المرسل إلى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم ينبغي أن تختار وتراجع بعناية أي محتوى سيتم نشره على تلك المواقع قبل النشر، لضمان حماية البيانات والمعلومات الحكومية.

وحتى في حالة إرساء وحماية حقوق الطبع والنشر، تظهر مسألة أخرى ينبغي وضعها في الاعتبار، وهي مسألة تخزين المعلومات والاحتفاظ بها على مواقع التواصل الاجتماعي، وما إذا كانت هذه المعلومات تُعد سجلاً عاماً أم لا، ومن ثم السماح باطلاع الجميع عليها والدخول إليها. تجدر الإشارة إلى أن معظم المعلومات الحكومية تُعد سجلاً عاماً، ويمكن تصنيف المعلومات المرسلة إلى المواقع الحكومية أو عن طريق موظفين حكوميين إلى مواقع التواصل الاجتماعي على أنها كذلك، وإيضاح وتحديد أوجه التمييز هذه سيساعد على التعامل مع المعلومات وتخزينها والتصرف فيها على المدى الطويل.

6. الملحق أ – مسرد المصطلحات

أدوات التواصل الاجتماعي: هي الأدوات المخصصة للتفاعل الاجتماعي، باستخدام تقنيات نشر يسهل الدخول إليها وتزيد سعتها تلقائياً. وتستخدم أدوات التواصل الاجتماعي تقنيات الويب لتحويل حوارات وسائل الإعلام الفردية إلى حوارات ووسائل إعلام اجتماعية ثنائية، كما تدعم هذه المواقع ديمقراطية المعرفة والمعلومات، وتحوّل الناس من مجرد مستهلكين للمحتوى إلى منتجين له.¹²

قسم التواصل الاجتماعي: نستخدم هذا المصطلح في وثيقة السياسة هذه للإشارة إلى الوحدة التنظيمية المسؤولة عن إدارة تواجد الجهة الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي، واتخاذ كل القرارات ذات الصلة بمواقع التواصل الاجتماعي. ونوصي أن تكون هذه الوحدة هي وحدة الإعلام أو العلاقات العامة، غير أن على كل جهة حكومية اختيار الوحدة التي تراها أنسب للوحدات وفقاً لوضع الجهة الحكومية.

الجهة الحكومية: أي جهة حكومية داخل دولة الإمارات العربية المتحدة، بما في ذلك الوزارات والهيئات والإدارات والبرامج، على المستويين الاتحادي والمحلي.

أدوات لتواصل الاجتماعي المملوكة للحكومة: هي أدوات أو مواقع التواصل الاجتماعي التي تملكها أي جهة حكومية كالمدونات على أي موقع من المواقع الحكومية.

أدوات التواصل الاجتماعي التجارية: هي أدوات أو مواقع التواصل الاجتماعي غير المملوكة لجهة حكومية، ومن الأمثلة على ذلك مواقع التواصل الاجتماعي (مثل الفيس بوك) أو مواقع التدوين (مثل وورد بريس).

التصيد الاحتمالي: هو أي هجوم يستهدف مستخدماً أو مجموعة مستخدمين بعينها، ويحاول خداع المستخدم واستدراجه للقيام بخطوة معينة، كفتح مستند أو النقر فوق رابط، تؤدي إلى بدء هجوم.⁷

الهندسة الاجتماعية: هو خطر يهدد الحماية، ويعتمد على استغلال عنصر الثقة البشري لجمع بعض المعلومات الشخصية عن المستخدم المستهدف، ويمكن جمع تلك المعلومات من حساب المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي.⁷

الهجمات على تطبيقات الويب: يُقصد بتطبيقات الويب صفحات الويب الديناميكية التي تستخدم النصوص لتقديم وظيفة إضافية للمستخدم، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي تطبيقات ويب متقدمة، إذ يتطلب استخدامها مستوى متقدم من التفاعل والقدرات، وهو ما يجعل تلك المواقع عرضة لنطاق واسع من أوجه الضعف التي يستغلها المهاجمون.⁷

مواقع التواصل الاجتماعي: هي أدوات إلكترونية تتيح للمستخدمين (1) إنشاء ملفات تعريفية، (2) التواصل مع باقي المستخدمين داخل حدود الشبكة، (3) الاشتراك في مناقشات مشتركة وأنشطة تعاونية مع المستخدمين المتصلين بالشبكة، (4) نشر المحتوى المرسل من المستخدم بصيغ عديدة كالملاحظات النصية والصور وملفات الفيديو، إلى غير ذلك.¹³

المدونة: هي دمج لكلمتي "سجل" و"الويب" بالإنجليزية، وهي نوع من المواقع الإلكترونية أو جزء من أحد المواقع الإلكترونية. وعادة ما يقوم على المدونة شخص يرسل مدخلات عادية تشمل التعليق أو وصف الأحداث أو غيرها من المواد كالرسوم أو الفيديو، ويتم ترتيب المحتوى في الأغلب ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم.¹⁴

7. الهوامش

¹ Salem, F., Jarrar, Y. (2010). Government 2.0. Technology, trust and collaboration in the UAE public sector. Policy & Internet, 2(1), 4

² يرجى مراجعة موقع حكومة الإمارات الإلكترونية (www.emiratesegov.ae)، ولحين توفر هذا الموقع المختص يمكن الاستفادة من العديد المصادر المتاحة على شبكة الانترنت حول هذا الموضوع.

³ المنتدى الاقتصادي الدولي 2009. تقرير الأجندة العالمية. جنيف، سويسرا.

⁴ الأمم المتحدة 2010. استبيان الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية. نيويورك، الولايات المتحدة.

⁵ موقع (Facebook.com) بتاريخ 15 يناير، 2011.

⁶ التقرير العربي لأدوات التواصل الاجتماعي، 2011. كلية دبي للإدارة الحكومية: <http://www.arabsocialmediareport.com/>

⁷ Federal CIO Council (2009). Guidelines for Secure Use of Social Media by Federal Departments and Agencies. United States.

⁸ Hrdinová, J., Helbig, N., & Peters, C. S. (2010). Designing social media policy for government: Eight essential elements. Albany: Center for Technology in Government.

⁹ <http://www.wam.org.ae/servlet/Satellite?c=WamLocEnews&cid=1278055811719&p=1135099400228&agename=WAM/WamLocEnews/W-T-LEN-FullNews>

¹⁰ Can be accessed on: http://www.fahr.gov.ae/assetsmanager/Files/HR_LAW-eng.pdf

¹¹ Hrdinová, J., Helbig, N., & Peters, C. S. (2010). Designing social media policy for government: Eight essential elements. Albany: Center for Technology in Government

¹² http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

¹³ Al Shair, S., Elbadawi, I. (Forthcoming). Social Network Sites and e-Governance: Designing Effective Policies for Government Organizations.

¹⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>