الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية
Federal Authority For Government Human Resources

United Arab Emirates

سياسة المشاركة الرقمية

في

الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية

www.fahr.gov.ae

سياسة المشاركة الإلكترونية
في الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية

ص.ب 2350، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة هاتف T +971 2 4036000
PO Box 2350 Abu Dhabi, United Arab Emirates فاكس F +971 2 6266767

ص.ب 5002، دبي، الإمارات العربية المتحدة هاتف T +971 4 2319000
PO Box 5002 Dubai, United Arab Emirates فاكس F +971 4 2959888

الغرض من الوثيقة:

تقدم هذه الوثيقة دليلاً إرشادياً لموظفي الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية عن كيفية استخدام أدوات التواصل الاجتماعي على نحو مسؤول وآمن وفعّال، بغية التواصل والتعامل والتعاون مع الجمهور المستهدف بشكل عام.

نطاق الوثيقة:

يمكن تعريف نطاق وثيقة السياسة هذه كما يلي:

تشمل هذه الوثيقة أدوات التواصل الاجتماعي كما عرفت في ملحق مسرد المصطلحات من هذه الوثيقة، والتي تشمل على سبيل المثال مواقع التواصل الاجتماعي (مثل منصة X وإنستغرام وفيسبوك ولنكدإن)، وأدوات التواصل الاجتماعي والمدونات وغيرها، علماً بأن بعض هذه الأدوات قد تكون مملوكة للهيئة (مثل المدونة)، في حين تمثل المواقع التجارية (مثل منصة X) الجزء الآخر منها.

لا يختص هذا الدليل بأدوات أو مواقع معينة، بل هو دليل يوفر موجهات وإرشادات عامة لأدوات التواصل الاجتماعي. وللاطلاع على موجهات خاصة بكيفية استخدام مواقع محددة مثل منصة X وإنستغرام وفيسبوك ولنكدإن، يمكن مراجعة فريق التواصل الاجتماعي بإدارة الاتصال الحكومي في الهيئة للمزيد من المعلومات.

يتم تطوير هذه الوثيقة بشكل مستمر بحيث تواكب الطبيعة الديناميكية لأدوات التواصل الاجتماعي.

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 هياكلها والخدمات العامة التي تقدمها.[1]

وعلى وجه التحديد، يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي أن "تعين واضعي السياسات وصناع القرار على تحديد الأولويات، وتشجيع الجمهور على تقبل المبادرات والبرامج، ورفع مستويات الرضا عنها، ومن ثم تعزيز فرص نجاح نتائج السياسات. فعلى سبيل المثال، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي – مثل منصة X وإنستغرام وفيسبوك ولنكدإن، وتطبيقات التدوين وتقنيات الهواتف النقالة – للحكومات الانخراط في المعارف الجماعية للمجتمع بشكل سريع ومباشر، ومن ثم يتحول الجمهور المستهدف من مجرد متعاطين سلبيين للخدمات الحكومية إلى مستشارين ومبتكرين يساهمون بأفكار تلبي احتياجاتهم الفردية والجماعية بدرجة أكبر."[2]

وتتزايد شعبية مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم يوماً بعد يوم، 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 الطرق[3]:

- 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.

---

[1] المنتدى الاقتصادي الدولي 2009. تقرير الأجندة العالمية. جنيف، سويسرا.

[2] الأمم المتحدة 2010. استبيان الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية. نيويورك، الولايات المتحدة.

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

المخاطر

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

- التأثير سلبًا على إنتاجية الموظفين.
- تضييق 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.

التخفيف من المخاطر

يمكن تخفيف هذه المخاطر بتطبيق وسائل التحكم المناسبة، ومن بينها:[4]

- ضوابط السياسات المعمول بها: تحدد هذه الضوابط ملامح دليل السلوك والمحتوى عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، كتلك الموضحة في مختلف أقسام هذه الوثيقة.

- ضوابط الاستحواذ: وتتعلق بالدخول والاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي التجارية التي تسمح بقدر عال 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] Hrdinová, J., Helbig, N., & Peters, C. S. (2010). Designing social media policy for government: Eight essential elements. Albany: Center for Technology in Government.

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 مختلفاً. ويتطلب التنفيذ الناجح للإرشادات الواردة في هذه الوثيقة استعداد الهيئة لعمل الترتيبات التالية:

تكليف وحدة تنظيمية محددة (إدارة أو قسم) داخل الهيئة بمسؤولية شرح هذا الدليل الإرشادي وتعريف الموظفين به، ومراقبة مدى الالتزام بموجهاته والتعامل مع كافة القضايا المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي. ويعود لكل جهة اختيار القسم 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 الهيئة - 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، تشجع الهيئة على مراجعة وتحديث استراتيجياتها وآليات صنع القرار بها، بالإضافة إلى عمليات تصميم الخدمة وتقديمها، لضمان تعزيز المشاركة الاجتماعية عبر أدوات التواصل الاجتماعي، وقياس تأثير تبني تلك الأدوات.

الموجهات 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.

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.

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 مباشر 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.

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

يتيح إنشاء الحساب للمستخدم حق الدخول إلى مجموعة متنوعة من أدوات التواصل والتعاون، كإرسال التعليقات والدردشة 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 للهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي:

في هذه الحالة، يُصرح للموظف التواصل 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 للهيئة الاتحادية. 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 الهيئة 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 المُحددة 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 الهيئة على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل نيابة عنها، تعريف أنفسهم بالاسم الكامل والوظيفة 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).

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 وأخلاقيات الوظيفة العامة في الحكومة الاتحادية، وقانون الموارد البشرية في الحكومة الاتحادية ولائحته التنفيذية في دولة الإمارات العربية المتحدة. 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 والهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية بوجه خاص
- 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، وسعياً إلى ضمان تمييز الموظفين الحكوميين بين مناصبهم المهنية وأنشطتهم وآرائهم الشخصية، يجب على الموظفين الالتزام بالموجهات التالية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفتهم الشخصية، سواءً لتلبية الاحتياجات المتعلقة بالعمل أو الاحتياجات الشخصية:

- يجب ألا ينشـــر الموظفون – في ملفات التعريف الشـــخصـــية الخاصـــة بهم على مواقع التواصـــل 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 واضـــح لإخلاء المســـؤولية يوضـــح أن ما يقوم به الموظفون من أنشـــطة 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 الهيئة أو أي جهات أخرى بأي شكل كان.

إدارة المحتوى:

تتحمل الهيئة مسؤولة نشر وإدارة محتويات صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية والتجارية، وينبغي إسناد هذه المسؤولية إلى الوحدة التنظيمية المسؤولة عن نشر وإدارة المحتوى الخاص بالهيئة 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 للهيئة بث الرسالة الصحيحة إلى الجمهور المعني على وجه سريع ومباشر.[5]
- يُعد الترويج لوجود بيئة تعاونية المفتاح الأساس لخلق مجتمعات إلكترونية ناجحة، تشارك في حوار هادف وتسهم في وجود ارتباط بنّاء بين الهيئة والجمهور.
- يمثل المحتوى المُرســـل من المســـتخدمين أغلبية المحتوى المنشـــور على مواقع التواصـــل الاجتماعي، وهو ما يثير مخاوف مبررة من مدى موثوقية هذا المحتوى، بالإضـــافة إلى التحدي المتمثل في تنســـيق المحتوى المرســـل من المستخدمين أو التحكم في سلوك المشاركين.
- يتسم نمط المناقشات عبر أدوات التواصل الاجتماعي بكونه تلقائياً وغير رسمي أو متوقع.
- يمكن أن يواصـــل المشـــاركون في صـــفحة الهيئة على مواقع التواصـــل الاجتماعي تحديث الصـــفحة في أي وقت يشاءون حتى في غير ساعات العمل الحكومية.

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

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

- اختيار الموظفين الذين سيتولون إدارة المحتوى على الحساب الخاص بالهيئة والتفاعل مع الجمهور، ويمكن أن تساعد خصائص أدوات التواصل الاجتماعي السابقة بالإضافة إلى النصائح المقدمة في القسم 6-3 (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 الهيئة استراتيجية التنسيق- إن وجدت – لإدارة المحتوى المُرسل من المستخدمين. ويُعد التنسيق أمرًا مهمًا لضمان السلوك اللائق، وينبغي أن يتم بحرص حتى لا يُقيد 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 نوعًا من التعدي أو الإهانة، أو خارجاً عن السياق والقانون، جاز حذفه.

وهناك عدة استراتيجيات للتنسيق، يمكن الاختيار من بينها:

- التنسيق من جانب المستخدم: حيث يُترك للمستخدم القيام بعملية الحجب الذاتي طبقًا 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 مخالفًا 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 أيضًا قدرًا معقولاً من الموارد.
- تنسيق المحتوى عقب الإرسال: وتسمح فيه الهيئة للمستخدمين بإرسال تعليقات على صفحاتهم على موقع التواصل الاجتماعي، وأن يتم عرضها فورًا، ولا يتم التدخل إلا لاحقًا عند الإبلاغ عن أي حالات تعدي.
- التنسيق المؤتمت: يتم فيه إعداد برنامج ترشيح (فلترة)، يقوم تلقائيًا بوضع إشارة على توليفات الكلمات المفتاحية التي صنفها المديرون كرسائل غير مرغوب بها، ثم تتم بعد ذلك مراجعة المحتوى يدويًا لتقييم مدى كونه مناسبًا.

الأمن

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 [7] (انظر الملحق أ – مسرد التعريفات).

بوجه عام، ومتى كان ذلك ملائمًا، تسري سياسات الأمن التي تتبعها الهيئة 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 الاحتيالي والهجمات على الحماية.
- توعية الموظفين بشأن أخطار الحماية هذه، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية، وأساليب التقليل من المخاطر.

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 للهيئة 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 كحدٍ أدنى:

- ينبغي أن تحدد الهيئة بوضوحٍ 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.

مدونة سلوك الجمهور

يتمثل الهدف الأساسي من استخدام أدوات التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى التواصل بين الهيئة 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.

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 للهيئة نشر بيان إخلاء المسؤولية، في ركن واضح على الصفحة الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، للاحتفاظ بحقوق طبع ونشر المحتوى المُعد من جانب الهيئة، ويجب أن تشير الهيئة 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.

وختامًا، يجب على الهيئة أن تدرك دومًا 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.

الملحق أ – مسرد المصطلحات

أدوات التواصل الاجتماعي: هي الأدوات المخصصة للتفاعل الاجتماعي، باستخدام تقنيات نشر يسهل الدخول إليها وتزيد سعتها تلقائيًا. وتستخدم أدوات التواصل الاجتماعي تقنيات الويب لتحويل حوارات وسائل الإعلام الفردية إلى حوارات وسائل إعلام اجتماعية ثنائية، كما تدعم هذه المواقع دمقرطة المعرفة والمعلومات، وتُحوِّل الناس من مجرد مستهلكين للمحتوى إلى منتجين له. [6]

قسم التواصل الاجتماعي: نستخدم هذا المصطلح في وثيقة السياسة هذه للإشارة إلى الوحدة التنظيمية المسؤولة عن إدارة تواجد الهيئة على مواقع التواصل الاجتماعي، واتخاذ كل القرارات ذات الصلة بمواقع التواصل الاجتماعي. ويوصى أن تكون هذه الوحدة هي وحدة الإعلام أو العلاقات العامة.

أدوات التواصل الاجتماعي المملوكة للحكومة: هي أدوات أو مواقع التواصل الاجتماعي التي تملكها الهيئة 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 الاحتيالي: هو أي هجوم يستهدف مستخدمًا 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 عُرضة لنطاق واسع من أوجه الضعف التي يستغلها المهاجمون. [7]

[6] http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

مواقع التواصل الاجتماعي: هي أدوات إلكترونية تتيح للمستخدمين (1) إنشاء ملفات تعريفية، (2) التواصل مع باقي المستخدمين داخل نطاق 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.[7]

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.[8]

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

[8] http://en.wikipedia.org/wiki/Blog