

القواعد القانونية والأخلاقية للاتصال الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدولة الإمارات العربية المتحدة

د. أحمد فاروق رضوان

كلية الاتصال - جامعة الشارقة

ملخص:

استهدفت الدراسة تحليل القوانين والقواعد المؤسسية الخاصة بالتعامل مع المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمحددة لاستخدام المنظمات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة لهذه الوسائل في تواصلها مع الجمهور والسياسات الخاصة بالمشاركة الإلكترونية ، وذلك من خلال تحليل كل من قانون جرائم تقنية المعلومات ، والدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية للجهات الحكومية ، والدليل الإرشادي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك سياسات المشاركة الإلكترونية لعينة من المنظمات الحكومية بالدولة. إلى جانب إجراء عدد من المقابلات مع مسؤولي الاتصال بعينة من هذه المؤسسات.

مقدمة:

حساباتها على مواقع التواصل المختلفة.

أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي الفرصة لإنشاء محتويات متعددة الوسائط ومشاركتها، كما قدمت أدوات متعددة للتفاعل والمشاركة بين مستخدميها، وهو ما مكن المنظمات والشركات من التواصل مع الجمهور بشكل فعال ومستمر وتكوين مساحات من الحوار المتبادل معه حول أعمالها، ومكنها أيضاً من التعرف على آراء وانطباعاته، وهو ما دفع المؤسسات الحكومية إلى الاهتمام بإنشاء حسابات لها على العديد من هذه المواقع تحقيقاً للمميزات التفاعلية التي تقدمها حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الاتصالات المؤسسية المهمة التي يمكن الاعتماد عليها كقناة للتواصل المباشر مع الجمهور والتأثير فيه وتشجيعه على تبني وقبول سياسات وقرارات المنظمة، كما أنها تعد أداة تمكن المنظمات من التعرف على تقييم الجمهور لخدماتها وتجعل منه عنصراً فاعلاً في عملية اتخاذ القرار من خلال التعرف على مقترحاته والحوار معه والأخذ برأيه، كما أنها تمثل وسيلة نشر للمعلومات والبيانات التي تدعم توجه المنظمات الحكومية نحو الشفافية، فضلاً عن إحاطة الجمهور بأي معلومات لازمة في أوقات الأزمات والمشكلات الطارئة. ويرتبط استخدام الجمهور لهذه المواقع بمعايير وضوابط أخلاقية معينة تحددها قوانين الدولة أولاً، ثم تحددها القواعد التي تضعها المنظمة الحكومية لتواصل الجمهور معها عبر حساباتها على هذه المواقع.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

1. رصد القوانين الخاصة بالمعلومات وجرائمها والمتعلقة بالتعامل مع المواقع الإلكترونية ونظم المعلومات وشبكاتها.
2. التعرف على القواعد المؤسسية المحددة لاستخدام الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لأدوات التواصل وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
3. رصد الأسس الحاكمة للمشاركات الإلكترونية للمنظمات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لأدوات التواصل وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف الأطر القانونية والإدارية المحددة لأخلاقيات وسلوكيات تعامل المنظمات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة مع أدوات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها، وكذلك

تساؤلات الدراسة:

تعمل الدراسة على الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما القوانين الحاكمة لاستخدام كل من المنظمات والأفراد للمواقع الإلكترونية ونظم المعلومات وشبكاتها؟
2. ما القواعد الحاكمة لإدارة المنظمات الحكومية لأدوات ومواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بواجبات والتزامات الإدارة المسئولة عن التواصل المجتمعي؟
3. ما القواعد الحاكمة لاستخدام المتعاملين لأدوات ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمنظمات الحكومية؟
4. ما السياسات الخاصة بالمشاركة الإلكترونية المعلنة والمستخدمة من قبل المنظمات الحكومية؟

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتحدد مجتمع الدراسة في المنظمات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة، حيث تم دراسة عينة ممثلة لهذه المنظمات تشتمل على الوزارات والهيئات الاتحادية والدوائر والجهات المحلية بلغت 20 منظمة من خلال تحليل أسس وقواعد المشاركة الإلكترونية المعلنة عبر مواقعها على شبكة الإنترنت. كما تم إجراء مقابلات مع عدد من مسؤولي التواصل المجتمعي في عدد 11 منظمة حكومية اتحادية ومحلية.

منهج الدراسة وخطة التحليل:

- اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي في تحليل الوثائق الخاصة بالدراسة، وكذلك تحليل نتائج المقابلات، حيث اشتملت خطة الدراسة على تحليل ما يلي:
- المرسوم بقانون اتحادي رقم (5) في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات والصادر في عام 2012 م.
- الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية في الجهات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة والصادر عن حكومة الإمارات الإلكترونية وهيئة تنظيم الاتصالات في عام 2011 م.
- الدليل الإرشادي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة والصادر عن حكومة الإمارات الإلكترونية وهيئة تنظيم الاتصالات في عام 2011 م.
- سياسات المشاركة الإلكترونية لعينة من الجهات الحكومية بالدولة، والملرفق جدول بها في ملحق رقم (1) بالدراسة.

أخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

كان لوسائل الإعلام الرقمي الجديد تأثيرات مهمة على مستوى الإعلام والاتصال بالجمهور، فهي لم تسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات، بل أتاحت أيضا الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، حولته معها من متلقي ساكن تقليدي إلى متلقي نشط وفعال في العملية التواصلية، حيث أتاحت إمكانات ثلاث هي: ربط الأفراد بمصادر المعلومات والأفراد الآخرين، التشارك في المعلومات مع الآخرين، وصنع محتوى جديد. (1)

وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قد وفرت العديد من المزايا للمستخدمين، فإنها بموازاة ذلك قد أفرزت العديد من الإشكاليات القانونية الناجمة عن سوء الاستخدام، منها إشكالية تحديد المسؤولية الجنائية عن جرائم النشر الإلكتروني والتي ترتكب عبر صفحات التواصل الاجتماعي، فبشكل عام مازالت القواعد القانونية المنظمة لاستخدام شبكة الإنترنت غير واضحة بشكل دقيق حتى الآن، على الرغم من وجود قوانين كثيرة استحدثت في مختلف الدول لتنظيم المحتوى الإلكتروني وتحديد ما استحدثته التقنية الجديدة من أمط جديدة من الجرائم وما فرضته من معايير وقواعد جديدة للمسؤولية والدفاع والتقاضي. (2)

لقد بدأت المحاولات الأولى لوضع محددات أخلاقية للتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي عام 2005 من خلال الجمعية الوطنية للعاملين في المجال الاجتماعي NASW وجمعية هيئات العمل المجتمعي ASWB حيث وضعت الجمعيتان معايير للعمل الاجتماعي، تم الاسترشاد بها للتواصل الاجتماعي عبر موقع facebook والذي كان قد بدأ في الانتشار. وفي عام 2008 تم تطويرها في شكل ميثاق للأخلاقيات The NSAW code of ethics حيث وضع هذا الميثاق مجموعة من المبادئ الذاتية والمبادئ المؤسسية، تلخص فيما يلي: ركزت المبادئ الذاتية على قيم مساعدة الغير، العدالة بين الأفراد، حماية كرامة الإنسان وقيمه، أهمية العلاقات الاجتماعية، التكامل والثقة، واكتساب المهارات والحصول على الفائدة. وركزت المبادئ المؤسسية على الالتزام مع الآخرين، التعريف بالمؤسسة، المهنية، الشفافية في تقديم المعلومات، احترام التنوع المجتمعي، تلبية الحاجات والاهتمامات، حماية الخصوصية، حق الحصول على المعلومات، عدم إذكاء الصراع، والمراقبة والمتابعة. (3)

وقد وضعت حكومة كندا عام 2008 دليل للمؤسسات الحكومية الخدمية للتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة، كما وضعت حكومة

كوينز لاند باستراليا عام 2010 وحكومة جنوب أفريقيا عام 2011 دلائل مشابهة، حيث ركزت جميعها على وضع معايير للاستخدام السليم، وتجنب مخاطر التعامل مع هذه الوسائل وتوضيح الفوائد المتحققه منها. كما أوضح دليل استخدام الوسائل الاجتماعية التي وضعتها الحكومة البريطانية للمؤسسات الحكومية المدنية عام 2012 وتم تطويره عام 2014، عدداً من قواعد الاستخدام تتلخص في ضرورة وعي المستخدم بطبيعة الوسيلة والهدف من استخدامها وطبيعة التواصل مع الجمهور من خلالها، و التأكيد على أن القيم المستخدمة في جميع وسائل الاتصال تتبع من أسس واحدة، وضرورة التأكد من دقة المعلومات قبل النشر، وأن يعي المسئول المهام التي يجب أن ينجزها عبر هذه الوسائل، وهي المهام التي تتبع من سياسات وبرامج الحكومة. وان يجتذب ثقة المستخدمين. (4)

وقد أهتم عدد من الباحثين بدراسة أخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي حيث اشار كل من ساندرز وأولسن (Sanders& Olsen, 2012) إلى أن هناك عدة أسباب تدفع إلى الاهتمام بوضع معايير أخلاقية للتعامل مع هذه الوسائل ومن هذه الأسباب انتشارها الواسع بين فئات عديدة من المستخدمين، والقدر الكبير من الحرية المتاحة عبرها، وتعدد أنواع هذه الوسائل وكذلك تعدد أنواع الحسابات الموجودة عليها بين حسابات خاصة بأفراد وأخرى خاصة بمؤسسات. (5) كما أكد ورد (Ward, 2013a) على أهمية مجال دراسة أخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بسبب سرعة انتشارها وكثافة استخدامها بين فئات متعددة من الجمهور في مختلف الدول والثقافات، وقدر الحرية الذي أتاحتها في مجال نشر المعلومات والأفكار والآراء، وكذلك تعدد أدواتها التفاعلية وأسباب استخدامها، إلى جانب اختلاف درجة مصداقية مصادرها. (6) وأشار كل من أرسى ويونج (D'Arcy& Young 2012). إلى أن هناك عدة مجالات يمكن من خلالها دراسة أخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأساليب الاستخدام، والقواعد التي تضعها هذه الوسائل، أو القواعد والإجراءات المؤسسية وغيرها. (7) وأضاف ورد (Ward, 2014b) أن أخلاقيات التعامل مع هذه الوسائل ترتبط بأخلاقيات الاستخدام وتعني أخلاقيات التفاعل والتواصل مع الآخرين عبر هذه الوسائل واحترام الخصوصية، وكذلك أخلاقيات نشر وتبادل المعلومات عبرها، وأخلاقيات التعبير عن الرأي وترتبط بعدم إيذاء الآخرين أو التقليل من شأنهم واحترام الثقافات. (8)

وقد أهتمت مواقع التواصل نفسها بوضع معايير وشروط لاستخدامها، يوافق المستخدم عليها فور قيامه بالتسجيل لإنشاء حساب بالموقع، وهي معايير ترتبط بخصوصية الاستخدام، حقوق الملكية الفكرية،

المحتوى التجاري ، والاستخدام الخاطئ والإساءة للأخرين . وهي تمثل بالنسبة للمستخدم مجموعة من الواجبات والحقوق. (9)

ولا يتعارض وجود ضوابط لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع مبادئ الحرية الرقمية والتي يتلخص أهمها وفقاً لما حدده علم الدين في 2014 في تمتع الأفراد الذين يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية بحماية كاملة لحرية التعبير بموجب القوانين والمعايير الدولية ومبادئ حقوق الإنسان، وأنه يتعين على الحكومات حماية هذه الحرية من خلال تشريع وتنفيذ القوانين والمعايير، وأنه يحق لجميع الأشخاص السعي للحصول على المعلومات عبر هذه الوسائل. (10) وأضاف علم الدين أن استخدام مواقع وتطبيقات الإنترنت المتنوعة يرتبط بمفهوم المواطنة الرقمية وهي مجموعة من الأفكار والمبادئ والأساليب والتي تهدف للوصول إلى مجتمعات رقمية آمنة وذلك من خلال نشر الوعي بين مستخدمي الإنترنت لكي يكونوا حذرين عند تداول وإدارة المعلومات الشخصية على الشبكة ، وتعد المواطنة الرقمية قيماً للسلوك الخاص بالتبادل الإلكتروني للمعلومات والمشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع بشكل منظم وفعال ، وشراء وبيع البضائع عبر الإنترنت. (11) لقد أنتجت وسائل التواصل الاجتماعي نمطاً جديداً من الضوابط والأعراف وقواعد النشر والتعبير ، فالحرية التي أتاحتها هذه الوسائل أدت إلى خروج البعض من مستخدميها عن الحدود الأخلاقية أو القانونية ، وهو ما استوجب معه وضع القوانين والتشريعات والضوابط التي تحكم استخدام هذه الوسائل سواء من قبل الأفراد أو المؤسسات. (12) وهي ضوابط يتم وضعها لكي تطبق على الجميع مع الأخذ في الاعتبار طبيعة استخدام فئات معينة كالأطفال والمراهقين ، وهي فئات يتطلب التعامل معها تعريفاً أولاً بطبيعة الاستخدام السليم لمواقع التواصل الاجتماعي قبل محاسبتها. (13)

وعلى الرغم من أن القيم الأخلاقية قد تختلف باختلاف الثقافات والدول ، إلا أنه تظل هناك مجموعة من القيم التي يمكن مراعاتها عند استخدام هذه الوسائل الحديثة ، كقيم الشفافية ، والعدل ، والمساواة ، وعدم التحيز و نبذ التعصب ، واحترام كرامة الإنسان. (14) خاصة أن المعنى المقصود للعبارة والجمل المستخدمة في وصف الأشخاص أو الأحداث يختلف باختلاف هذه الثقافات وكذلك السياقات التي تحدث بها الأحداث. (15) فالقيم الأخلاقية التي تحكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تنبع من مجموعة القيم الخاصة بالمستخدم على مستواه الفردي ، وكذلك على مستوى المجتمع والثقافة التي يعيش فيها ، إلى جانب القيم المؤسسية التي تحكم المنظمات العاملة في المجتمع وتنعكس على استخدامها لوسائل الاتصال المختلفة. (16)

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات الحكومية:

يتم استخدام أدوات التواصل الإلكتروني في المؤسسات الحكومية لتحقيق عدد من الأهداف منها:

- تحقيق المشاركة الداخلية، وهي تلك المشاركة التي تختص بمشاركة وتبادل الوثائق التنظيمية الداخلية في الجهة الحكومية ذاتها.
- تحقيق المشاركة للخارج، وتختص بمشاركة المعلومات والوثائق المشتركة، مع باقي الجهات والمؤسسات والأفراد، عبر المواقع الإلكترونية الحكومية .
- المشاركة على نطاق الدولة، حيث يجري عبر أدوات التواصل الإلكتروني إجراء استفتاء بخصوص قضية معينة تهتم بها الدولة.
- المشاركة المجتمعية، وتشمل الاشتراك مع عامة الناس في مناقشة مختلف القضايا. (17)

فوسائل التواصل الاجتماعي قد حققت العديد من المميزات للمنظمات ، فقد أتاحت مساحة للحوار والتفاعل مع جمهور المنظمة ، وساهمت في دعم مصداقيتها وكسب تأييد جمهورها ، كما ساهمت في سرعة نشر أخبارها وأعمالها . (18) كما أنها تعد أحد أهم أدوات وسائل الإعلام الجديد ، حيث ساهمت في تغيير أسلوب حياة الأفراد ، وأثرت على اتصال المنظمات بجمهورها ، وتمتاز هذه الوسائل بعدد من الخصائص ، منها ما يتعلق بالوسيلة نفسها من حيث سهولة الاستخدام وسهولة المشاركة والتفاعل والقدرة على استخدام الوسائط المتعددة. ومنها ما يتعلق بالمستخدم حيث أصبح قادراً على أن يشارك ويتفاعل مع المعلومات المتاحة عبر هذه الوسائل ، وأن يتواصل مع الآخرين ومع المنظمات ، وان يعبر عن رأيه وعن هويته. (19)

وقد أشار نيازي 2016 إلى أن هذه الوسائل قد مكنت ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية من تطوير أدائهم الاتصالي مع الجمهور ، وإلى تسهيل تفاعلهم معه وتقليل الجهد المبذول في الوصول إليهم ، من خلال أدوات الاتصال والتفاعل التي أتاحتها وانتشارها المجتمعي . (20) لقد أشار سبنس (2008Spence)، إلى ضرورة وجود معايير أخلاقية تحكم عملية استخدام الوسائل الحديثة ، خاصة عند استخدامها ونشرها للمعلومات ، والأخبار ، وكذلك معايير تحكم مشاركات الأفراد عبر هذه الوسائل. (21) كما أكد بيرنز (Burns,2008) على أن المعايير والقواعد التي تضعها المنظمات لاستخدام وسائلها الاتصالية الحديثة تمثل حماية لكل من العملاء والمنظمة ذاتها ضد أي استخدام سيء لهذه الوسائل ، بحيث تكون هذه المعايير محددة ومعروفة ومعلنة. (22)

فالمؤسسات الحكومية تستخدم أدوات التواصل الاجتماعي من خلال

- تحديث إدارات الاتصال الحكومي الدائم لأليات تعاطيهم مع الجمهور والحرص على التواجد بشكل دائم ومستمر في ساحات التفاعل الرقمية.
- يجب على الحكومات أن تعتمد الشفافية في التواصل مع جمهورها من أجل بناء قاعدة متينة للمصادقية
- ينبغي عدم خلط الجانب السياسي مع الإنساني عند التعامل مع كارثة أو أزمة إنسانية، حيث سيؤدي ذلك إلى أن يفقد الموضوع قيمته الإنسانية
- التركيز على تغطية تداعيات ما بعد الأزمة التي يتم عادة تجاهلها ، حيث جرت العادة على أن يغطي الإعلام الأزمة أو الكارثة الإنسانية فور وقوعها فقط.
- ضرورة قيام الإعلام بوضع الحقائق أمام الجمهور وأمام الحكومات على حد سواء وعدم الاكتفاء بلعب الإعلام دوراً ينحصر في دفع الحكومات نحو اتجاه معين، وإنما المهم أن يقوم الإعلام بوضع الحقائق أمام الجمهور وأمام الحكومات على حد سواء.
- على الاتصال الحكومي أن يكون فاعلاً في خدمة المبادئ الإنسانية العامة ، لكي ينتج ثقافة اجتماعية ذات مسئولية تجاه القضايا المصرية الكبرى ، مثل حقوق الإنسان والتغير المناخي والعدالة.
- يجب أن يكون الاتصال الحكومي عصبياً يستخدم لغة الشباب وأدواتهم.
- توفير حماية قانونية لتدفق المعلومات والانتقال من الاتصال الحكومي إلى التفاعل المتواصل مع الجمهور .
- تغيير مسمى إدارات الاتصال الحكومي إلى إدارات التفاعل الحكومي .
- إشراك الشباب عبر مختلف وسائل التواصل المباشر وغير المباشر وخاصة عند وضع سياسات خاصة بهم. (27)
- التعريفات التي تعتمدها المنظمات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لكل من المشاركة الإلكترونية وأدوات ومواقع التواصل الاجتماعي :
- المشاركة الإلكترونية :**
- المشاركة الإلكترونية تعني أن يشترك المواطن العادي في عملية صنع القرار التي ستكون أكثر كفاءة وسهولة إذا ما تواصلت الحكومة مع المستخدمين وساعدتهم على تقديم وجهات نظرهم، وتعليقاتهم، وشكاويهم، ونصائحهم باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة. حيث يتعين على كافة الجهات الحكومية في دولة الإمارات استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتاحة
- ثلاثة استراتيجيات متكاملة ، الأولى استراتيجية الدفع ، ويتم توظيفها من خلال استخدام هذه الوسائل كأدوات لنشر أخبار المؤسسة ومعلوماتها . والثانية الجذب ، والتي يتم من خلالها توظيف هذه الوسائل للتكامل مع الوسائل الأخرى والتعريف بمحتواها ، والثالثة استراتيجية التشبيك وتعني إشراك الجمهور والتفاعل معه عبر وسائل التواصل الاجتماعي . (23)
- وتعتمد المؤسسات الحكومية في توظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي على عدد من الاستراتيجيات يأتي في مقدمتها الحوار والذي يعني توظيف وسائل التواصل لتفعيل الحوار مع الجمهور في إطار الاتصال ذو الاتجاهين ، ومنها أيضاً الاهتمام بالجماهير المعنية والتي تعني التفاعل مع كافة جماهير المنظمة عبر هذه الوسائل دون تمييز فئة عن أخرى ، وإتاحة الفرصة لهم للحوار والتفاعل ، وثالث هذه الاستراتيجيات المشاركة وتعني تقديم الفرص للمواطن لمشاركة المعلومات والتعبير عن رايه ومشكلاته والتواصل مع مؤسسات الدولة عبر هذه الوسائل . (24) ويخضع هذا الاستخدام لعدد من الضوابط تتلخص فيما يلي:
- السياسات المعمول بها والتي تحدد ضوابط السلوك والمحتوى عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي.
- ضوابط الاستحواذ والتي تتعلق بالدخول والاشترك.
- ضوابط الحماية والخصوصية.
- ضوابط التدريب الخاصة بوعي الموظفين بالسياسات والممارسات الخاصة باستخدام هذه الأدوات. (25)
- و أشار اللبان (2014) إلى ضرورة وجود ميثاق شرف للعاملين في مجال الإعلام الإلكتروني ، للتغلب على مشكلات الشك في مصداقية بعض ما يتداول عبر الإنترنت ، ووجود أخبار مجهولة المصدر أو استخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام ، أو الإساءة إلى الشخصيات العامة . كما أشار إلى أهمية وجود تنظيمات ذاتية مهنية للعاملين في هذا المجال(26).
- وقد أوصى منتدى الشارقة الدولي للاتصال الحكومي في دورتيه عامي 2015 و 2016 بعدد من التوصيات التي تهدف إلى تفعيل استخدام هذا الاتصال في التفاعل مع الجمهور بصورة منضبطة ، ومن أهم هذه التوصيات :
- فتح قنوات للتواصل من خلال المنصات المتنوعة التي تطرحها التكنولوجيا الحديثة، وابتكار المبادرات الإبداعية والتفاعلية لمخاطبة الجمهور.
- حماية البيانات الشخصية للمستخدمين والتقليل من حدة المخاطر التي تشكل الوجه السلبي للتكنولوجيا.

في مجال المشاركة الإلكترونية لإتاحة الفرصة لعملائها للتواصل عبر مواقعها وبواباتها الإلكترونية، الأمر الذي يعمل على توسيع وتعميق المشاركة بين الجمهور والجهات الحكومية.

أدوات التواصل الاجتماعي:

هي أدوات للتفاعل تملكها الجهة الحكومية كالمدونات على أي موقع من المواقع الحكومية وكذلك أدوات التواصل الاجتماعي التجارية غير المملوكة لجهة حكومية، ومن الأمثلة على ذلك مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، تويتر، و لينكد إن.

مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية والتواصل مع باقي المستخدمين داخل حدود الشبكة، والاشتراك في مناقشات مشتركة وأنشطة تعاونية مع المستخدمين المتصلين بالشبكة، وكذلك نشر المحتوى المرسل من المستخدم بصيغ عديدة كالملاحظات النصية والصور وملفات الفيديو، إلى غير ذلك.

نتائج الدراسة

أولاً: الضوابط التي يتضمنها قانون « مكافحة جرائم تقنية المعلومات » (28)

صدر القانون الاتحادي رقم (2) لسنة 2006 م في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات، وفي عام 2012 صدر المرسوم بقانون اتحادي رقم (5) في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات، والذي حل محل القانون الاتحادي الصادر في عام 2006 م. ويتضمن القانون 51 مادة تشتمل على الجرائم الخاصة بتقنية المعلومات والعقوبات الخاصة بكل جريمة. حيث قام الباحث برصد نوعية الجرائم المتضمنة في القانون والتعرف على نوعية الجرائم التي تمثل محدداً قانونياً لاستخدام المواقع الإلكترونية ونظم المعلومات وشبكتها والتي تعد المواقع الإلكترونية المؤسسية وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً منها، حيث قام الباحث أيضاً بتصنيف هذه الجرائم وفقاً لما يلي:

١- الجرائم الخاصة بالتعامل مع الموقع من حيث المحتوى والشكل، وتشتمل على:

• الدخول إلى موقع إلكتروني أو نظام معلومات إلكتروني أو شبكة معلومات، أو وسيلة تقنية معلومات، بدون تصريح أو بتجاوز حدود التصريح، أو بالبقاء فيه بصورة غير مشروعة.

• إلغاء أو حذف أو تدمير أو إفشاء أو إتلاف أو تغيير أو نسخ أو نشر

أو إعادة نشر أي بيانات أو معلومات .

• الدخول بدون تصريح إلى موقع إلكتروني، أو نظام معلومات إلكتروني، أو شبكة معلوماتية، أو وسيلة تقنية معلومات، سواء كان الدخول، بقصد الحصول على بيانات حكومية، أو معلومات سرية خاصة بمنشأة مالية، أو تجارية، أو اقتصادية .

• تعريض البيانات أو المعلومات للإلغاء أو الحذف أو الإتلاف أو التدمير أو الإفشاء أو التغيير أو النسخ أو النشر أو إعادة النشر .

• الدخول بغير تصريح موقعاً إلكترونياً بقصد تغيير تصاميمه أو إلغاءه أو إتلافه أو تعديله أو شغل عنوانه .

• أعاققة أو تعطيل الوصول إلى شبكة معلوماتية أو موقع إلكتروني أو نظام معلومات إلكتروني .

• التحايل على العنوان البروتوكولي للإنترنت باستخدام عنوان وهمي أو عنوان عائد للغير أو بأي وسيلة أخرى، وذلك بقصد ارتكاب جريمة أو الحيلولة دون اكتشافها .

• الإدخال العمدي وبدون تصريح لبرنامج معلوماتي إلى الشبكة المعلوماتية أو نظام معلومات إلكتروني أو إحدى وسائل تقنية المعلومات، وأدى ذلك إلى إيقافها عن العمل أو تعطيلها أو تدمير أو مسح أو حذف أو إتلاف أو تغيير البرنامج أو النظام أو الموقع الإلكتروني أو البيانات أو المعلومات .

• الحصول، بدون تصريح، على رقم سري أو شفرة أو كلمة مرور أو أي وسيلة أخرى للدخول إلى وسيلة تقنية معلومات، أو موقع إلكتروني، أو نظام معلومات إلكتروني، أو شبكة معلوماتية، أو معلومات إلكترونية .

٢- الجرائم الخاصة بالنشر على الموقع، وتشتمل على:

• سب الغير أو أسناد واقعة من شأنها أن تجعله محلاً للعقاب أو الإزدراء من قبل الآخرين، وذلك باستخدام شبكة معلوماتية، أو وسيلة تقنية معلومات. فإذا وقع السب أو القذف في حق موظف عام أو مكلف بخدمة عامة بمناسبة أو بسبب تأدية عمله عد ذلك ظرفاً مشدداً للجريمة .

• الاعتداء على خصوصية شخص في غير الأحوال المصرح بها قانوناً بإحدى الطرق التالية:

- 1 - استراق السمع، أو اعتراض، أو تسجيل أو نقل أو بث أو إفشاء محادثات أو اتصالات أو مواد صوتية أو مرئية .
- 2 - التقاط صور الغير أو إعداد صور إلكترونية أن نقلها أو كشفها أو نسخها أو الاحتفاظ بها .
- 3 - نشر أخبار أو صور إلكترونية أو صور فوتوغرافية أو مشاهد أو

المقدسات والشعائر مصونة وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية . وكذلك سب أحد الأديان السماوية المعترف بها . إضافة إلى تحسين المعاصي أو الحض عليها أو الترويج لها .

• تقديم إلى أي منظمات أو مؤسسات أو هيئات أو أي كيانات أخرى معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة أو مضللة ، وكان من شأنها الإضرار بمصالح الدولة ، أو الإساءة إلى سمعتها أو هيبتها أو مكانتها ، وذلك باستخدام الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات .

ثانياً: الضوابط التي يتضمنها الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية :
(29)

يهدف الدليل إلى طرح بعض المبادئ التوجيهية للجهات الحكومية مثل الوزارات والهيئات في دولة الإمارات العربية المتحدة بشأن تعزيز التفاعل بينها وبين عملائها باستخدام وسائل مختلفة، وذلك بهدف تعزيز مشاركة الجمهور في عملية اتخاذ القرار ووضع السياسات الحكومية . وينحصر مجال هذه الوثيقة في المواقع الإلكترونية للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة ، كما يمكن توسيع مجالها وفقاً لما تمليه السياسة العامة للحكومة والتعليمات ذات الصلة. وتعني المشاركة الإلكترونية أن يشترك المواطن العادي في عملية صنع القرار التي ستكون أكثر كفاءة وسهولة إذا ما تواصلت الحكومة مع المستخدمين وساعدتهم على تقديم وجهات نظرهم، وتعليقاتهم، وشكاويهم، ونصائحهم باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة. وحدد الدليل عدد من أنواع أدوات المشاركات الإلكترونية التي يمكن التواصل من خلالها مع الجمهور ، وهي :

• منتديات النقاش: يمكن للجهة الحكومية أن تطلق منتدى للنقاش يكون فيه للمستخدم دور ليس في الرد على ما يتم طرحه فقط، وإنما يستطيع المستخدمون طرح القضايا والتساؤلات ومحاورة النقاش التي يرونها ضرورية.

• المدونات: يمكن للجهة الحكومية إنشاء مدونة أو أكثر، واستخدام المدونة كمنبر لإيصال رسالة الجهة، وطرح مستجداتها وأخبارها، ويمكن تلقي تعليقات المستخدمين والتعامل معها وفق قدر معقول من الرقابة.

• الدردشة: يجب أن يتاح للمستخدمين فرصة الدردشة مع موظفي الجهة الحكومية وتبادل الحوار معهم بخصوص الخدمات المهمة، وذلك خلال أوقات الدوام الرسمي

• استقصاء رضا المتعاملين : توضع هذه الاستقصاءات على موقع الحكومة، وتهدف إلى قياس رضا المتعاملين بطريقة دقيقة.

تعليقات أو بيانات أو معلومات ولو كانت صحيحة وحقيقية .
• استخدام نظام معلومات إلكتروني ، أو إحدى وسائل تقنية المعلومات ، لإجراء أي تعديل أو معالجة على تسجيل أو صورة أو مشهد ، بقصد التشهير أو الإساءة إلى شخص آخر ، أو الاعتداء على خصوصيته أو انتهاكها .

• إنشاء أو إدارة موقعاً إلكترونيًا أو الأشراف عليه أو نشر معلومات على شبكة معلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات للترويج أو التحييد لأي برامج أو أفكار من شأنها إثارة الفتنة أو الكراهية أو العنصرية أو الطائفية أو الإضرار بالوحدة الوطنية أو السلم الاجتماعي أو الإخلال بالنظام العام أو الآداب العامة .

٣- الجرائم الخاصة بأمن الدولة واستقرارها ، وتشتمل على:

• إنشاء أو إدارة موقعاً إلكترونيًا أو الأشراف عليه أو استخدام معلومات على الشبكة المعلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات بقصد التحريض على أفعال ، أو نشر أو بث معلومات أو أخبار أو رسوم كرتونية أو أي صور أخرى ، من شأنها تعريض أمن الدولة ومصالحها العليا للخطر أو المساس بالنظام العام .

• نشر معلومات أو أخبار أو بيانات أو إشاعات على موقع إلكتروني أو أي شبكة معلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات بقصد السخرية أو الإضرار بسمعة أو هيبة أو مكانة الدولة أو أي مؤسساتها أو رئيسها أو نائبه أو حكام الإمارات أو أولياء عهدهم أو نواب حكام الإمارات أو علم الدولة أو السلام الوطني أو شعارها أو نشيدها الوطني أو رموزها .
• إنشاء أو إدارة موقعاً إلكترونيًا أو الأشراف عليه أو نشر معلومات على الشبكة المعلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات ، تهدف أو تدعو إلى قلب أو تغيير نظام الحكم في الدولة أو الاستيلاء عليه أو إلى تعطيل أحكام الدستور أو القوانين السارية في البلاد أو المناهضة للمبادئ الأساسية التي يقوم عليها نظام الحكم في الدولة .

• الدعوة أو التحريض عن طريق نشر معلومات على الشبكة المعلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات إلى عدم الانقياد إلى القوانين والأنظمة المعمول بها في الدولة .

• إنشاء أو إدارة موقعاً إلكترونيًا أو الأشراف عليه أو استخدام الشبكة المعلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات للتخطيط أو التنظيم أو الترويج أو الدعوة لمظاهرات أو مسيرات أو ما في حكمها بدون ترخيص من السلطة المختصة .

• الإساءة إلى أحد المقدسات أو الشعائر الإسلامية . والإساءة إلى احد المقدسات أو الشعائر المقررة في الأديان الأخرى متى كانت هذه

في هذا المجال طرح سؤال مثل «هل وجدت المحتوى مفيداً؟» ينبغي على الجهات الحكومية مراقبة المدونات ومنتديات للنقاش وذلك من أجل حجب الألفاظ الخارجة أو العبارات النابية التي قد يقوم البعض بكتابتها. ومع ذلك، ينبغي السماح بقدر معين من الانتقاد في ما يختص بسياسات الجهة الحكومية والخدمات التي تقدمها.

• يجب نشر سياسة الجهة الحكومية في ما يتعلق بعملية المشاركة الإلكترونية وإرسال التعليقات وغير ذلك بصورة واضحة على صفحة المشاركة الإلكترونية في الموقع الإلكتروني للجهة الحكومية.

• يتعين توضيح سياسة الرقابة التي تمارسها الجهة الحكومية على مشاركات المستخدمين.

• لا بد من أن تحديث صفحات الجهات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دورية، وطرح نقاط للمناقشة بشكل منتظم.

• يوصى بأن تحتوي المواقع الإلكترونية للجهات الحكومية على روابط للموقع الخاص بصاحب السمو رئيس الوزراء والمنتدى الخاص به، وكذلك صفحاته على شبكات التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: الضوابط التي يتضمنها الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية: (30)

يهدف الدليل إلى تقديم إرشادات للجهات الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة حول كيفية استخدام أدوات التواصل الاجتماعي على نحو مسؤول وأمن وفعال، بغية التواصل مع المتعاملين والجمهور بشكل عام والتعاون معهم في تصميم وتنفيذ البرامج والخدمات الحكومية.

وحدد الدليل ثلاثة أنواع من الضوابط التي يجب أخذها في الاعتبار عند استخدام الجهة الحكومية لأدوات التواصل الاجتماعي، وهي: ضوابط السياسات: تحدد هذه الضوابط ملامح دليل السلوك والمحتوى عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، تلك الموضحة في مختلف أقسام هذه الوثيقة.

ضوابط الاستحواذ: وتتعلق بالدخول والاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي التجارية التي تسمح بقدر عالٍ من إعدادات الحماية والخصوصية ومزيد من التحكم في المعلومات (كوضع تدابير صارمة للتحقق من الهوية أو ملفات تعريف الارتباط).

ضوابط التدريب: وتتعلق بآليات زيادة وعي الموظفين بتلك الأدوات عبر تزويدهم بالدورات الخاصة بالسياسة والسلوك وأفضل الممارسات فيما يتعلق باستخدام أدوات التواصل الاجتماعي.

استطلاعات الرأي: بهذه الوسيلة يمكن استطلاع آراء الناس حول قضايا معينة من أجل مساعدة متخذي القرارات.

نماذج التعليق: لإتاحة المجال للمستخدمين لكي يعطوا آراءهم حول أي شيء على الموقع الإلكتروني سواء كان خدمة أو محتوى عادياً

مواقع التواصل الاجتماعي ومن الأمثلة على ذلك فيسبوك، تويتر، ولينكد إن.

ووضع الدليل مجموعة من النقاط الواجب أخذها في الاعتبار عند تطبيق سياسة المشاركة الإلكترونية، وهي:

• وضع رابط لبوابة «حكومتى» الخاصة بتقديم الاقتراحات والملاحظات على الموقع الإلكتروني.

• تأسيس منتديات إلكترونية تقوم الجهة الحكومية من خلالها بطرح الموضوعات المختلفة للنقاش ويقوم أفراد الجمهور بإرسال آرائهم وتعليقاتهم

• يجب أن تكون للجهة الحكومية مدونتها الخاصة التي يقوم من خلالها مدير المعلومات بالرد على استفسارات الجمهور، وتعليقاتهم، وشكاواهم، ويطلب منهم كذلك إرسال مقترحاتهم وآرائهم.

• يتعين أن تكون الدردشة الإلكترونية عبر الإنترنت إحدى قنوات التواصل بين الحكومة والجمهور.

• من أفضل الممارسات في ما يتعلق بالدردشة الإلكترونية الاستفادة منها في عملية التواصل بين المتعاملين والجهة الحكومية للرد على استفساراتهم المتعلقة بالخدمات الحكومية.

• يتعين على الجهات الحكومية إجراء استبيانات رأي لقياس درجة رضا العملاء. ويتم نشر نتائج تلك الاستبيانات على المواقع الإلكترونية الرسمية للجهات الحكومية.

• من الممارسات الجيدة أن يحتوي الموقع الإلكتروني للجهة الحكومية على نافذة استطلاع رأي لقياس آراء المستخدمين وردود أفعالهم تجاه السياسات والتدابير التي تنتهجها الجهة الحكومية. ويتم أرشفة النتائج السابقة حتى يمكن للجمهور الوصول إليها بسهولة.

• من شبكات التواصل الاجتماعي التي يوصى باستخدامها للتواصل مع الجمهور فإيسبوك، وتويتر، ولينكد إن.

• من الممارسات الجيدة أن تكون هناك نافذة لتعليقات المستخدمين أسفل كل صفحة من صفحات الأخبار التي تنشر على الموقع الإلكتروني للجهة الحكومية على أن تكون هناك عملية رقابة على التعليقات قبل نشرها.

• يتعين تشجيع المستخدمين على إبداء آرائهم عن الموقع الإلكتروني، والخدمات الحكومية، وغير ذلك من موضوعات. من الممارسات الجيدة

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، تجنباً للمخاطر ذات الصلة بالحماية كالملفات غير المرغوبة والتصيد الاحتيالي والهجمات على الحماية.

• توعية الموظفين بشأن أخطار الحماية هذه، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية، وأساليب التخفيف من المخاطر.

• 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، كالياناعات السرية أو المعلومات الخاصة بالمعاملين بالإضافة

إلى معلوماتهم الشخصية الخاصة.

• ينبغي للجهة الحكومية نشر بيان إخلاء المسؤولية، في مكان 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 ويجب أن يذكر إخلاء الطرف تفصيلاً حقوق الطبع والنشر التي قد يحتفظ بها المشاركون غير الحكوميين لمواقعهم.

كما وضع الدليل مدونة لسلوك الجمهور توضح السلوك السليم للمستخدمين ، وهي توضح الأشكال المحظورة من المحتوى التي يجب

حذفها ، ومنها:

• التعليقات البعيدة عن السياق أو غير ذات الصلة.

• أي لغة تحوي استهانة بال معتقدات أو إساءة إليها.

• التعليقات التي تنطوي على تمييز.

• التعليقات التي تدعم الأنشطة غير القانونية.

• التعليقات التي تخالف أي حقوق قانونية أو حقوق ملكية فكرية .

رابعاً: قواعد سلوك استخدام مواقع وأدوات التواصل الاجتماعي في عينة من المنظمات الحكومية الإماراتية:

أكد دليل سياسة الاتصال الحكومي بحكومة أبو ظبي على أهمية المواقع الإلكترونية للحكومة ودور هذه المواقع في تعريف الجمهور

وحدد الدليل عدد من الضوابط التي تحكم سلوك الموظف المختص أثناء إدارته لحسابات التواصل الخاصة بالجهة الحكومية ، وهي :

• ألا يختلف سلوك الموظفين الحكوميين على مواقع التواصل الاجتماعي عن سلوكهم عند استخدام أي أداة تواصل أو إعلام حيث تخضع بصفة أساسية لوثيقة مبادئ السلوك المهني والأخلاقيات في المكاتب العامة

للسلطات الاتحادية الصادرة في يوليو 2010 ، وقانون الموارد البشرية بدولة الإمارات العربية المتحدة . حيث تتناول الاستخدام المقبول

للموارد والمعلومات الحكومية . ويشمل ذلك التصرف بأسلوب يحفظ سمعة الحكومة بوجه عام بما في ذلك الجهة التي يعمل لديها. كما

يشمل مراعاة أرقى المبادئ الأخلاقية في سلوك الموظف واستخدام الأموال العامة بأسلوب يتسم بالأمانة والشفافية، وتجنب إهدار تلك

الأموال. وعدم استخدام الموظف للمعلومات التي يحصل عليها أثناء أدائه للمهام الوظيفية في أغراض غير ذات صلة بالعمل.

• كما حدد الدليل عدد من الالتزامات الواجب مراعاتها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض شخصية وهي :

o 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.

o 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.

o 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.

كما حدد الدليل عدد من الضوابط الخاصة بالحفاظ على الأمن و الخصوصية ، وهي :

ينبغي للجهات الحكومية اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لضمان حماية أمن و خصوصية البيانات والمعلومات الحكومية من أي أخطار محتملة على الخصوصية قد تنتج من مواقع التواصل الاجتماعي. وينبغي تنفيذ المتطلبات التالية :

• ضمان عدم استخدام الموظفين عنواناً و كلمة مرور بريدهم

المنظمات لاستخدام مواقع وأدوات التواصل الاجتماعي الخاصة بها ، حيث بلغ حجم العينة 30 منظمة تنوعت بين وزارات وهيئات ومؤسسات ودوائر اتحادية ومحلية .

وفيما يلي أهم ما توصل إليه الباحث من قواعد :

١- جهات الاختصاص بإدارة مواقع التواصل الاجتماعي :

تولى إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي والاتصال الحكومي والمجتمعي مهمة إدارة ومتابعة أدوات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمنظمة الحكومية. كما تتولى مسؤولية شرح قواعد الاستخدام للآخرين، ومراقبة مدى الالتزام بموجهاته والتعامل مع كافة المواضيع المتعلقة بالمنظمة عبر أدوات التواصل الاجتماعي. كما تتولى هذه الإدارات مهمة التواصل مع الإدارات المعنية بالمنظمة والمسؤولة عن الخدمات التي تقدمها للمتعاملين ، وتوفير المؤشرات والتقارير الدورية اللازمة لقياس أداء الصفحات الاجتماعية للمنظمة، بهدف متابعة الأداء والتعرف على مدى تأثير هذه الصفحات في إدارة السمعة وتحسين الصورة لدى المتعاملين والمتابعين.

٢ - قواعد السلوك الخاصة بإدارة حسابات التواصل الاجتماعي :

• للمنظمة الحكومية كامل الحق في منع ظهور أي مواد يمكن أن تكون بدون : مصدر تهديد للأمن الوطني ، منتهكة لخصوصية الآخرين أو مسيئة لهم، متضمنة لغة غير ملائمة، غير موثقة أو غير دقيقة ، والتعليقات البعيدة عن السياق أو غير ذات الصلة به ، أو التي تحوي استهانة أو تديس بالمعتقدات أو إساءة إليها والمخالفة لعادات وتقاليد دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي تتعارض مع القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة ، بحيث يتم مراجعة أي موضوع نقاش أو تعليق خاص بالمتعاملين من قبل المسؤول المختص قبل إجازته للنشر. بالإضافة إلى عدم عرض أية مواضيع ذات طابع شخصي في وسائل التواصل الإلكترونية الخاصة بالمنظمة.

• الحق في منع أو إزالة أو حذف ، أو السعي نحو منع أو إزالة أو حذف أي معلومات، محتوى، صورة، رسالة، نص، وصلة، مقطع، مادة صوتية، مادة مرئية، مادة صوتية- مرئية، بيانات، رسوم بيانية، شعارات، برمجيات، رموز، تعليق و/أو مواد أخرى متعارف عليها بالمحتوى غير مرغوب فيها أو مسيئة أو مسيئة للسمعة أو احتيالية أو مسببة للضييق أو غير دقيقة أو مخالفة لأي متطلبات أمنية سارية، أو بذينة أو مستفزة أو منتهكة لحقوق الخصوصية أو الدعاية، أو تشهيرية أو خلية أو مضللة أو مخلة بالأداب أو عدوانية أو تملكية أو تهديدية أو غير قانونية أو، بخلاف ذلك.

حول مكانة الحكومة والرسائل الرئيسية والقضايا والبرامج. وعليه، تعتبر المواقع الإلكترونية للحكومة جزءاً رئيسياً مكماً لشبكة معلومات واتصال حكومة أبوظبي. وأكد أيضاً على استخدام المنظمات الحكومية لقدرات وفرص المواقع الإلكترونية بشكل كامل لتبليغ شركائها والتواصل معهم. على أن يكون تصميم نموذج المواقع الإلكترونية متوافقاً مع أفضل الممارسات المعمول مع توفير معلومات دقيقة، محدثة ذات صلة وموثوقة حول الجهة/الشركة وخدماتها بشكل واضح ومفهوم. كما يتعين توفير وسائل اتصال واضحة وسهلة الاستخدام وتسجيل كافة الأسئلة والاستفسارات والإجابة عليها بالوقت المناسب وبشكل فعال. إضافة إلى ضرورة توافق كافة محتويات ومصادر الطرف الثالث متوافقة مع قوانين الملكية الفكرية والاتفاقيات الدولية . (31)

وتوصلت الدراسة أيضاً إلى ما يلي:

١- أدوات المشاركة الإلكترونية التي حددتها المنظمات الحكومية للتفاعل مع المتعاملين :

• منتديات النقاش: يمكن للجهة الحكومية أن تطلق منتدى للنقاش يكون فيه للمستخدم دور ليس في الرد على ما يتم طرحه فقط، وإنما يستطيع المستخدمون طرح القضايا والتساؤلات ومحاورة النقاش التي يرونها ضرورية.

• المدونات: يمكن للجهة الحكومية إنشاء مدونة أو أكثر، واستخدام المدونة كمنبر لإبصار رسالة الجهة، وطرح مستجداتها وأخبارها، ويمكن تلقي تعليقات المستخدمين والتعامل معها وفق قدر معقول من الرقابة.

• الدردشة: يجب أن يتاح للمستخدمين فرصة الدردشة مع موظفي الجهة الحكومية وتبادل الحوار معهم بخصوص الخدمات المهمة، وذلك خلال أوقات الدوام الرسمي.

• استقصاء رضا المتعاملين: توضع هذه الاستقصاءات على موقع الحكومة، وتهدف إلى قياس رضا المتعاملين بطريقة دقيقة

• استطلاعات الرأي: بهذه الوسيلة يمكن استطلاع آراء الناس حول قضايا معينة من أجل مساعدة متخذي القرارات

• نماذج التعليق: لإتاحة المجال للمستخدمين كي يعطوا آراءهم حول أي شيء على الموقع الإلكتروني سواء كان خدمة أو محتوى عادياً

• مواقع التواصل الاجتماعي: ومن الأمثلة على ذلك فيسبوك، تويتر، ولينكد إن.

وقام الباحث برصد عينة من حسابات منظمات حكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة للتعرف على القواعد التي حددتها هذه

٣-ضوابط سلوك المسؤولين عن إدارة حسابات التواصل الاجتماعي :

- التصرف بأسلوب يحافظ على سمعة الحكومة بوجه عام والمنظمة بشكل خاص.
- عدم نشر معلومات الاتصال الرسمية الخاصة بالفريق المسئول لأغراض المراسلة، وتشمل تلك المعلومات البريد الإلكتروني، رقم الهاتف وصندوق البريد إلى غير ذلك في ملفات التعريف الشخصية الخاصة به على مواقع التواصل الاجتماعي.
- يتحمل الفريق مسؤولية ضمان عدم إضرار سلوكه الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي بسمعة الهيئة.
- يعتمد الفريق المسئول عن صفحات المنظمة على عنوان بريدي موحد أو قناة اتصال خاصة تمثل الهيئة عن طلب معلومات أو بيانات خاصة بالمتعامل الذي يسعى إلى التواصل المباشر مع المنظمة.
- يتسم التواصل مع المتعاملين والمتابعين عبر قنوات التواصل الاجتماعي بالفاعلية، لا السلطوية، كما أنه تواصل موجه وليس عشوائياً أو عاماً.

خامساً: النتائج العامة للمقابلات مع مسئولي إدارات التواصل الاجتماعي في عينة من المنظمات الحكومية:

قام الباحث بتوجيه عدد من الأسئلة التي توضح الاجابة عنها طبيعة استخدام أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي لعينة مكونة من 12 منظمة اشتملت على وزارات وهيئات ودوائر وبلديات حكومية ومرفق قائمة بهم في الملحق رقم (2) للدراسة . وفيما يلي أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

١- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

أجمع المسئولون عن أن منظماتهم تستخدم أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي بهدف دعم التفاعل مع المتعاملين ، وحثهم على التواصل مع المنظمة والتعرف على ارائهم وانطباعاتهم وكذلك احتياجاتهم . كما ذكر المسئولون أن هذه المواقع تعتبر وسائل إعلامية تستخدمها المنظمة لإخبار المتعاملين بالأحداث والفعاليات التي يتم تنظيمها ، والإعلان عن أي ارشادات أو توجيهات .

٢-تعدد أشكال التفاعل مع جمهور المتعاملين عبر أدوات التواصل المجتمعي ، حيث أكدت إجابات المسئولين عن تنوع هذه الأدوات ومنها مواقع التواصل الاجتماعي وجاء في مقدمتها موقع فيس بوك والذي يستخدم لنشر الأخبار والفاعليات وطرح موضوعات للنقاش وكذلك نشر الصور والأفلام ، وتويتر وهو من مواقع التدوين المصغر ، وكذلك موقع انستجرام لنشر الصور والتعليقات ومقاطع الفيديو القصيرة ، وموقع يوتيوب لنشر الأفلام . ومنها أدوات الاستبيان الالكتروني واستطلاعات الرأي

- اتخاذ الإجراءات القانونية أو التنفيذية المناسبة ضد إساءة استخدام أي وسائط تواصل اجتماعي خاصة بالمنظمة أو أي إشارة مباشرة أو غير مباشرة إلى أي من أطراف المنظمة في أي وسائط تواصل اجتماعي لطرف ثالث دون موافقة مكتوبة عليها من الهيئة مسبقاً.
- المحتوى الذي تنشره المنظمة على أي وسيلة تواصل اجتماعي يُعتبر ملكاً لها أو ملكاً للجهة التي زودتها بالمحتوى ويكون محمياً بموجب القوانين الدولية لحقوق الطبع.
- احتفاظ المنظمة بكافة الحقوق في وسائط التواصل الاجتماعي الخاصة بها، ولا يوجد في قواعد سلوك استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ما ينص على نقل أي من هذه الحقوق إلى أي طرف ثالث.
- منع استخدام المحتوى الخاص بالهيئة بما في ذلك إعادة الإنتاج أو التعديل أو التوزيع أو النقل أو البث أو إعادة النشر أو التنزيل أو التحميل دون الحصول على إذن خطي مسبق صريح من الهيئة.
- إخلاء مسئولية المنظمة التزامها تجاه أي محتوى لأي وسائط تواصل اجتماعي أو تعليقات بشأنها أو أي إعادة نشر، إعادة تغريدات، مشاركات، شارات أو أي شكل آخر من أشكال التوجيه، أو إعادة التوجيه أو إعادة البث ، وكذلك أي إجراء أو حذف تم أثناء أو بعد المشاركة في أي وسائط تواصل اجتماعي.
- مسئولية المستخدم تجاه أي محتوى يقوم بإعادة إنتاجه أو تعديله أو توزيعه أو نقله أو بثه أو نشره أو إعادة نشره أو تنزيهه أو تحميله، أو أي محتوى من المحتمل أن يصرّح له بإعادة إنتاجه أو تعديله أو توزيعه أو نقله أو بثه أو نشره أو إعادة نشره أو تنزيهه أو تحميله في أي من وسائط التواصل الاجتماعي، بما في ذلك أي وسائط تواصل اجتماعي خاصة بالهيئة، حيث سيصبح للاطلاع العام.
- تخضع قواعد سلوك وسائط التواصل الاجتماعي في جميع النواحي لقوانين الدولة دون أن تُوضع مبادئ تعارض القوانين أو اختيار أحكام القانون موضع التنفيذ. وتكون محاكم دولة الإمارات العربية المتحدة هي المحاكم ذات الاختصاص الحصري.
- الاحتفاظ بحق تعديل قواعد سلوك استخدام وسائط التواصل الاجتماعي من وقت لآخر دون إشعار.
- حذف أو استبعاد المشاركين الذين لا يلتزمون بهذه الضوابط.
- التعامل مع المعلومات الشخصية وأرقام طلبات التسجيل الخاصة بالمتعاملين بسرية تامة.
- يمنع على المتابعين نشر بياناتهم على حساب المنظمة العام، ويتم توجيههم إلى استخدام قنوات التواصل الخاصة، ومن لا يلتزم بهذه التعليمات فهو المسئول عن نشر بياناته الشخصية.

، ومساحات التعليق على الأخبار والمواد المنشورة.

٣- ذكر المسئولون أن هناك قواعد تحدد كيفية تعامل المنظمة مع أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي ، وأن هذه القواعد تحدد بناء على قواعد الاستخدام العامة المحددة من خلال الحكومة ، إلى جانب اعتمادها أيضاً على القيم الخاصة بالمنظمة ، وسياساتها الخاصة في التعامل مع هذه الأدوات والمواقع. كما ذكر المسئولون أن هذه القواعد معلنة لكل من العاملين والمتعاملين سواء بصورة مطبوعة أو الكترونية عبر الموقع الالكتروني للمنظمة.

٤- أكد المسئولون على أن أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة كأحدى وسائل الاتصال التي تستخدمها المنظمة ، وأكدوا على أنها تساهم في تحقيق رسالة المنظمة ورؤيتها ، وتحقيق تميزها خاصة في مجال خدمة المتعاملين والتفاعل مع احتياجاتهم . كما أنها تمثل وسيله سريعة لنقل أخبار وتعليمات وارشادات المنظمة ، وتمثل وسيط توثيقي لهذه الأحداث والفعاليات.

رؤية الباحث:

يتطلب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من جميع الفئات المستخدمة سواء أفراد أو منظمات الالتزام بمجموعة من المبادئ والمعايير والقيم ، وهي القواعد التي بات من المهم إقرارها والعمل بها ، وتعريف مستخدمي الإنترنت بحدودها من خلال عملية تدريب وتنشئة معرفية وسلوكية لكافة مستخدمي الشبكة بهدف إكسابهم مهارات الاستخدام الآمن لهذه المواقع حفاظاً على خصوصيتهم وبياناتهم ، وأيضاً للحفاظ على المجتمع وأفراده ومنظّماته، وفي هذا الصدد يرى الباحث أنه لا بد من الأخذ في الاعتبار ما يلي:

• أن يلم مستخدمي الإنترنت بالقوانين المعمول بها في الدولة ، والتي تضع توصيفاً دقيقاً لمجموعة الجرائم أو المخالفات التي تنتج عن الاستخدام غير السليم للشبكة. وفيما يتعلق بدولة الإمارات العربية المتحدة فإن قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات والصادر عام 2012 ، والذي حل محل القانون الاتحادي الصادر في عام 2006 م يضم 51 مادة تشتمل على الجرائم الخاصة بتقنية المعلومات والعقوبات الخاصة بكل جريمة.

• إدراك مستخدمي الإنترنت بالقواعد الأخلاقية التي تحكم استخدامه للشبكة وتفاعله مع مواقعها وتطبيقاتها ، وتعبيره عن أفكاره وآرائه المختلفة ، وهي قواعد يعلنها مقدمو الخدمات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تمثل شروطاً للاستخدام يتطلب من المستخدم الموافقة عليها أولاً حتى يمكن قبول فتح حسابه على الموقع. وغالباً يوافق المستخدمون عليها دون قراءتها. كما أن جميع الهيئات والمنظمات

تضع على مواقعها الإلكترونية معايير والتزامات أخلاقية يجب على زائر الموقع أو حساب المنظمة الالتزام بها عند تفاعله أو تعليقه على ما ينشر على الموقع . حيث ترتبط هذه المعايير بعدم تجاوز الآداب العامة ، واحترام الخصوصية ، وعدم التجاوز ضد فئات معينة ، إلى جانب احترام الأديان والثقافات ، وعدم الإساءة للآخرين.

• إدراك مستخدمي الإنترنت بخطورة تداول المعلومات والأخبار غير الموثوقة وغير الصحيحة ، والتي تمثل في حد ذاتها شائعات تضر المجتمع ومؤسساته ، وربما تضر الدولة ككل . وهنا يجب عليه الأخذ في الاعتبار عدم تقديم أي بيانات أو معلومات خاصة أو مهنية لأفراد أو مواقع غير معروفة وبدون سبب ، وعليه أيضاً ، عدم تصديق ما ينشر على المواقع والصفحات المجهلة وعدم تداول ما ينشر ، وأخذ المعلومة من المصدر الموثوق فيه .

• أن تعمل المؤسسات على نشر معايير استخدامها لأدواتها الاجتماعية ومحددات استخدام الجمهور لها ، بما يتوافق مع القوانين المعمول بها في الدولة ، وكذلك بما يتوافق مع شروط الاستخدام على هذه الوسائل ، وكذلك وفق ما تحدده المؤسسة لنفسها من معايير .

ولذلك فإن الباحث يرى أن القواعد القيمية لاستخدام أدوات المنظمات على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر فيها المحددات التالية :

• القيم المجتمعية التي تتأثر بطبيعة المجتمع وثقافته وطبيعته السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

• المحددات والقيم التي تحكم استخدام الأفراد لوسائل الإعلام والاتصال بصفة عامة ووسائل الاتصال الحديثة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.

• المحددات والقيم التي تحكم عمل المنظمة أو المؤسسة في مجال عملها والتي تحكم علاقات العاملين بها ، وعلاقات الإدارة العليا بكافة العاملين ، وعلاقتها بعملائها، وكذلك التي تحكم استخدامها لوسائل الاتصال سواء التقليدية أو الحديثة .

• القوانين الموجودة في الدولة والتي تحكم عملية استخدام وسائل المعلومات والإعلام والإنترنت، مثل قوانين الإعلام وقوانين جرائم المعلومات.

• شروط وقواعد الاستخدام وسياسات الخصوصية التي تعلنها وسائل الاتصال الاجتماعي، وتحكم علاقتها بالمستخدمين، وتحكم خلافاتها معهم. إن الوعي الرقمي يمثل حاجة ملحة في ظل التطور والتسارع الواضح في استخدام تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي، ورغبة مستخدمي الإنترنت في الحصول على المعلومات وتبادلها. وهو وعي يهدف إلى تعريف أفراد المجتمع بالاستخدام الصحيح لوسائل الاتصال والإعلام،

- 11-المرجع السابق ، ص 179
- ٢١- محمود علم الدين ، السلطة الخامسة : تراجع وسائل الإعلام التقليدية وصعود صحافة وإعلام المواطن ، الجزء الثاني (القاهرة : دار السحاب ، 2014) ، ص 142
- 13-Drushel ,Bruce E. and German ,Kathleen (2011) The Ethics of Emerging Media: Information, Social Norms and New Media Technology, New York, NY: Continuum , p. 265
- 14-Toledano, M., & Avidar, R. (2016). Public relations, ethics, and social media: A cross-national study of PR practitioners. Public doi:10.1016/j.pubrev.2015.11.012 .169-Relations Review, 42(1), 161
- 15-D>Arcy, A., & Young, T. M. (2012). Ethics and social media: Implications for sociolinguistics in the networked public Ethics and social media: Implications for sociolinguistics in the networked doi:10.1111/ .546-public. Journal Of Sociolinguistics, 16(4), 532 x.9841.2012.00543-j.1467
- Katerina Tsetsura ,Chiara Valentinib, The “Holy” Triad in 16-Media Ethics: A Conceptual Model for Understanding Global Media Ethics ,Public Relations Review , Volume 42, Issue 4, November 2016, Pages 573–581,http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.03.013
- ١٧- عائشة البوسميط ، الاتصال الحكومي المؤسسي (الامارات العربية المتحدة ، كتاب ، 2016) ص ص 96-97
- ١٨- خيرت عياد ، أحمد فاروق ، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الانترنت (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2015) ص 48
- ١٩- مجدى الداغر « دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مصر بعد ثورة يناير 2011-2013 : مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً » المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام جامعة القاهرة . العدد 52 (سبتمبر 2015) ص ص : 509-607 ، ص 542
- ٢٠- حسن نيازي مصطفي « تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 15 (مايو : 2016) ، ص ص 143-182
- 21-Spence, E. H., & Quinn, A. (2008). Information Ethics as a -Guide for New Media. Journal Of Mass Media Ethics, 23(4), 264 08900520802490889/doi:10.1080 .279
- 22-Burns, K. S. (2008). The Misuse of Social Media: Reactions to and Important Lessons from a Blog Fiasco. Journal Of New .54-Communications Research, 3(1), 41
- 23-Khan, G. F., Yoon, H. Y., & Park, H. W. (2014). Social media communication strategies of government agencies: Twitter use in من خلال مؤسسات التعليم، ووسائل الإعلام، ومنظمات المجتمع المعنية بهدف الوصول إلى تحقيق مفهوم المواطن الرقمي القادر على التعامل مع الإنترنت بفاعلية وأمان ووعي بمصلحته الشخصية ومصالح مجتمعه ووطنه.
- مراجع الدراسة:**
- ١- محمود علم الدين ، الإعلام الرقمي الجديد : البيئة والوسائل (القاهرة : السحاب للنشر والتوزيع ، 2014) ، ص 265
- ٢-جمال سند السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية (الإمارات : مركز الدراسات الاستراتيجية ، 2013) ص 107
- 3-Elizabeth Harbeck Voshel, Alia Wesala ,Social Media & Social Work Ethics: Determining Best Practices in an Ambiguous Reality, Journal of Social Work Values and Ethics, Volume 12, Number 1 76-(2015) p p. 67
- 4-https://www.gov.uk/government/publications/social-media-guidance-for-civil-servants/social-media-guidance-for-civil-servants
- 5-Sanders , Amy Kristin and Olsen ,Natalie Christine (2012) Communication Law and Policy , Re-Defining Defamation: Psychological Sense of Community in the Age of the Internet, Vol. 17, Iss. 4 Available on http://www.tandfonline.com/action/showCitFormats? 2F10811680.2012.717492%doi=10.1080
- 6-Ward ,Stephen J. A. (2013) Going radical: We need a substantial change in the way we talk about ethics, available on http://www.j-source.ca/article/going-radical-we-need-substantial-change-way-we-talk-about-ethics
- 7-D>Arcy, A., & Young, T. M. (2012). Ethics and social media: Implications for sociolinguistics in the networked public1 Ethics and social media: Implications for sociolinguistics in the networked doi:10.1111/ .546-public. Journal Of Sociolinguistics, 16(4), 532 x.9841.2012.00543-j.1467
- 8-Ward, Stephen J. A. (2014). Radical Media Ethics. NORDICOM 52-Review, 3545
- 9-Lipschultz , Jeremy Harris (2015) Social media communication: concepts, practices, data, law and ethics, New York, Routledge, p.161
- ١٠- محمود علم الدين ، السلطة الخامسة : تراجع وسائل الإعلام التقليدية وصعود صحافة وإعلام المواطن ، الجزء الأول (القاهرة : دار السحاب ، 2014) ، ص 103

- المعلنة عبر مواقعها الالكترونية:**
1. وزارة الخارجية
 2. وزارة الداخلية
 3. وزارة الصحة
 4. وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع
 5. وزارة التعليم
 6. الهيئة الاتحادية للرقابة النووية
 7. الهيئة الاتحادية للموارد البشرية
 8. الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء
 9. الهيئة الاتحادية للمواصلات البرية والبحرية
 10. الهيئة الاتحادية للجمارك
 11. الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات
 12. الهيئة العامة للمعاشات والتأمين الاجتماعي
 13. هيئة الامارات للهوية
 14. هيئة الامارات للمواصفات والمقاييس
 15. هيئة التأمين
 16. هيئة الأوراق المالية والسلع
 17. الهيئة العامة لرعاية الشباب والرياضة
 18. مجموعة بريد الامارات
 19. ديوان المحاسبة
 20. مؤسسة صندوق الزواج
- ملحق رقم (2)**
قائمة الجهات الحكومية التي تم إجراء مقابلات بها مع أحد مسئولى التواصل المجتمعي:
1. وزارة التعليم العالي
 2. وزارة الشؤون الاجتماعية
 3. وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع
 4. وزارة الصحة
 5. هيئة مطار الشارقة الدولي
 6. هيئة الطرق والمواصلات دبي
 7. هيئة كهرباء ومياه دبي
 8. دائرة الموارد البشرية بالشارقة
 9. بلدية الذيد
 10. بلدية مليحة
 11. نادي سيدات المدام
- Korea and the USA. Asian Journal Of Communication, 24(1), 60
01292986.2013.851723/doi:10.1080
- 24-Avery, E. J., & Graham, M. W. (2013). Political Public Relations and the Promotion of Participatory, Transparent Government Through Social Media. International Journal Of 155311/doi:10.1080 .291-Strategic Communication, 7(4), 274
8X.2013.824885
- ٢٥- البوسميط ، مرجح السابق ، ص 98
- ٢٦- شريف درويش اللبان (2014) الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد ، رؤى استراتيجية ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، العدد (7) يوليو. ص ص 96-131
- ٢٧- توصيات منتدى الشارقة الدولي للاتصال الحكومي عامي 2015 و 2016
<http://sgci.ae/portal/userfiles/IGCF-Report-2016-Arabic-F-web.pdf>
- http://sgci.ae/portal/Userfiles/Assets/Documents/IGCF15_ARABIC.pdf
- ٢٨- قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات ، الموقع الإلكتروني لدائرة القضاء ، إمارة ابوظبي
<http://www.adj.d.gov.ae/portal/binary/com.epicentric.contentmanagement.servlet.ContentDeliveryServlet/FooterResources/ADJDBooks/ADJDBooks/03092015/Fed.Cyber.Crimes.Law.pdf>
- ٢٩- الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية ، حكومة الإمارات الإلكترونية ، هيئة تنظيم الاتصالات
<https://www.szhp.gov.ae/Documents/ePolicy/eParticipationPolicyArabic.pdf>
- ٣٠- الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة ، حكومة الإمارات الإلكترونية ، هيئة تنظيم الاتصالات
<https://www.fahr.gov.ae/Portal/Userfiles/Assets/Documents/34795391.pdf>
- ٣١- دليل سياسة الاتصال لإمارة ابوظبي
<https://www.ecouncil.ae/Publications>
- ملحق رقم (1)**
قائمة بالجهات الحكومية التي تم رصد سياسات المشاركة الاجتماعية