



لائحة استخدام أدوات التواصل الاجتماعي

جمعية سيدات الأعمال لتمكين المنشآت النسائية (سبوا)

2027-2024

رمز الوثيقة:	اسم الوثيقة		نوع الوثيقة
SBWA-BD-BL-05	لائحة استخدام أدوات التواصل الاجتماعي		لائحة
الإصدار	تاريخ المراجعة 2:	تاريخ المراجعة 1:	تاريخ التفعيل:
الثاني	___/___/___م	2024/11/01م	إبريل 2021

الموافقة والاعتماد

التوقيع	التاريخ	الاسم/ الجهة	الصلاحية
	تم إعداد اللائحة في 2024/10/20	لجنة الشؤون الإدارية	إعداد
	تم مراجعة اللائحة في 2024/10/30	لجنة الشؤون الإدارية	مراجعة
	تم التوصية بناء على محضر اجتماع رقم (BD-1-24-16) وتاريخ 2023/11/02م	مجلس الإدارة	التوصية
	تم الاعتماد بناء على محضر الاجتماع المؤرخ في 2023/11/02م	الجمعية العمومية	اعتماد

سجل المراجعة:

التوقيع	التفاصيل الجديدة	رقم المادة	أسباب المراجعة	تاريخ المراجعة
اللجنة	لا يوجد		انتهاء الدورة الأولى	2024/11/01

فهرس المحتوى

الصفحة	الموضوع
4	الفصل الأول: تعريفات
6	الفصل الثاني: أحكام عامة
14	الفصل الثالث: مسائل قانونية أخرى
15	الفصل الرابع: التزام وتعهد

الفصل الأول

تعريفات

- **الوزارة:** وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية.
- **المركز:** المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي.
- **المجلس:** مجلس إدارة جمعية سيدات الأعمال وتمكين المنشآت النسائية (سبوا)
- **الجمعية:** جمعية سيدات الأعمال وتمكين المنشآت النسائية (سبوا).
- **اللائحة الأساسية:** اللائحة الاساسية للجمعية.
- **الجمعية العمومية:** الجمعية العمومية للجمعية، وتتكون من الأعضاء المحددين وفقاً لما هو منصوص عليه باللائحة الأساسية للجمعية.
- **نظام العمل :** يقصد به نظام العمل و العمال السعودي .
- **نظام التأمينات الاجتماعية :** يقصد به نظام التأمينات الاجتماعية السعودي .
- **مجلس الإدارة :** مجلس إدارة الجمعية وهي السلطة العليا المنتخبة من قبل الجمعية العمومية للجمعية.
- **المدير التنفيذي :** هو المسؤول عن إدارة الجمعية بشكل عام من حيث التخطيط والتنظيم، والتطوير و هو عضو من أعضاء مجلس الإدارة .
- **إدارة الموارد البشرية:** وهي الإدارة المسؤولة عن الموارد البشرية في الجمعية
- **المشاركون:** هم المخولون من قبل الجمعية بمسؤولية حساب/ حسابات الجمعية على وسائل التواصل الاجتماعي.
- **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، فتحوّل الناس من مجرد مستهلكين للمحتوى إلى منتجين له .
- **قسم التواصل الاجتماعي:** نستخدم هذا المصطلح في هذه اللائحة للإشارة إلى الوحدة التنظيمية المسؤولة عن إدارة تواجد الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي، واتخاذ كل القرارات ذات الصلة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- **التصيد الاحتيالي:** هو أي هجوم يستهدف مستخدماً أو مجموعة مستخدمين بعينها، ويحاول خداع المستخدم واستدراجه للقيام بخطوة معينة، افتح مستند أو النقر فوق رابط، تؤدي إلى بدء هجوم .
- **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 .
- **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

- **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي أدوات إلكترونية تتيح للمستخدمين: إنشاء ملفات تعريفية،

التواصل مع باقي المستخدمين داخل حدود الشبكة، الاشتراك في مناقشات وأنشطة تعاونية

مع المستخدمين المتصلين بالشبكة، نشر المحتوى المرسل من المستخدم بصيغ عديدة

كالملاحظات النصية والصور وملفات الفيديو، إلى غير ذلك..

- **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 ترتيبًا زمنيًا من الأحدث إلى الأقدم

=====

الفصل الثاني أحكام عامة

المادة (1)

تسري أحكام هذه اللائحة على جميع موظفي الجمعية السعودية لسيدات الأعمال والمنتسبين بشتى الطرق مثل التطوع والعضوية وغيرها

المادة (2)

لا تختص هذه السياسة بأدوات أو مواقع معينة، بل هو دليل يوفر إرشادات عامة لأدوات التواصل الاجتماعي. وللإطلاع على توجيهات خاصة بكيفية استخدام مواقع محددة مثل: فيسبوك وتويتر وسناب شات وكلوب هاوس وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي

المادة (3)

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

المادة (4)

المخاطر

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

1. التأثير سلبيًا على إنتاجية الموظفين
2. إلحاق الضرر بسمعة الجمعية أو الأفراد أو الجهات المنتسبين لها
3. احتمال تسرب معلومات غاية في السرية أو شخصية خاصة أو ذات حساسية معينة مرتبطة بالجمعية ومنسوبيها
4. مخاطر الحماية كعمليات التصيد الاحتيالي، والهندسة الاجتماعية واحتمال دخول البرامج الخبيثة والفيروسات وغيرها، إلى ما هنالك من وسائل اختراق الحماية

المادة (5)

للتخفيف من المخاطر:

- يمكن تخفيف هذه المخاطر بتطبيق وسائل التحكم المناسبة، ومن بينها:
- 1- **ضوابط السياسات المعمول بها:** تحدد هذه الضوابط ملامح دليل السلوك والمحتوى عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي كتلك الموضحة في مختلف أقسام هذه اللائحة

- 2- **ضوابط الاستحواذ:** وتتعلق بالدخول والاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بقدر عالي من إعدادات الحماية والخصوصية وبمزيد من التحكم في المعلومات، أو وضع تدابير صارمة للتحقق من الهوية أو ملفات تعريف الارتباط.
- 3- **ضوابط التدريب:** وتتعلق بآليات زيادة وعي الموظفين بتلك الأدوات عبر تزويدهم بالدورات الخاصة بالسياسة والسلوك وأفضل الممارسات فيما يتعلق باستخدام أدوات التواصل الاجتماعي

المادة (6)

- أن سياسات أدوات التواصل الاجتماعي ربما تكون أمراً مستجداً. ويتطلب التنفيذ الناجح للإرشادات الواردة في هذه اللائحة استعداد الجمعية لعمل الترتيبات التالية:
- 1- تكليف وحدة تنظيمية محددة (إدارة أو قسم) داخل الجهة بمسؤولية شرح هذه السياسة الإرشادية وترويجها للآخرين. ومراقبة مدى الالتزام بموجهاته والتعامل مع كافة القضايا المتعلقة بأدوات التواصل الاجتماعي.
- 2- في جميع الحالات، من غير المحبب تكليف مزودين خارجيين بهذه المهمة.
- 3- يجب أن تمتلك الجمعية برامج مستمرة للتدريب ورفع مستوى الوعي، بهدف تعزيز فهم الموظفين والمنتسبين للجمعية بمنافع أدوات التواصل الاجتماعي وأخطارها وقدرتهم على تطبيق الإرشادات الواردة في هذه السياسة بالشكل الملائم.

المادة (7)

الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي :

1. تتناول هذه الفقرة مسألة الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل أو باستخدام موارد الجمعية (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.
2. وعلى الرغم من تنوع طبيعة الخدمات التي تقدمها الجهات الحكومية وعلاقتها بالجمهور، فإنه يجب مراعاة المتطلبات التالية في كل الأحوال:
- 2.1. يُعد الدافع الرئيس وراء منح الموظفين حق الدخول إلى تلك المواقع هو تحسين أدائهم في العمل والمساهمة في تحسين نواتج العمل والمخرجات المقرر تسليمها.
- 2.2. بشكل عام، يستخدم الموظفون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل للأسباب التالية :
- 2.2.1. إدارة الحساب الخاص بالجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي
- 2.2.2. الحصول على معلومات وخدمات ذات صلة بطبيعة عملهم من خلال حساباتهم الشخصية على هذه المواقع.
- 2.2.3. استخدامها لأسباب شخصية أو غير مرتبطة بالعمل

- 2.3. 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
- 2.4. في الأصل، يجب أن يكون الوصول إلى جميع مواقع التواصل الاجتماعي متاحاً للموظفين على أن يتحمل الموظف مسؤولية استخدامها بما يتوافق مع هذه السياسة وعليه، يتحمل الموظف مسؤولية أي استخدام خاطئ أو غير ملائم لتلك المواقع
- 2.5. يجب 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 الذكية
- 2.6. بسبب الطبيعة المتجددة لأدوات التواصل الاجتماعي، يفضل أن تطور الوحدة المسؤولة عن أدوات التواصل الاجتماعي لموظفي الجمعية 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 أما تمت الإشارة إليها في مقدمة هذه السياسة

المادة (8)

إدارة الحساب:

- تشمل عملية إدارة الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي مجالات عديدة، غالباً ما يُشار إليها باسم "إدارة دورة الحياة"، ومن بين تلك المجالات
1. إنشاء الحساب
 2. إدارة الحساب
 3. حذف أو تعطيل الحساب

المادة (9)

يتيح 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:

المادة (10)

إدارة الحسابات الرسمية للجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي:

في هذه الحالة، يُصرح لموظف الجمعية بالتواصل الرسمي مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي نيابةً عنها، وتمثل كل التعليقات والآراء التي يرسلها هذا الموظف وجهة النظر الرسمية للجمعية. في هذه الحالة، يجب تحقيق المتطلبات التالية:

1. موافقة الوحدة المختصة بأدوات التواصل الاجتماعي على قرار إنشاء حساب على موقع التواصل الاجتماعي بوصفه حساباً رسمياً للجمعية 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، أما ينبغي استشارة باقي الوحدات ذات الصلة. ويجب أن تأخذ تلك الموافقة في اعتبارها عوامل مثل مدى ملاءمة الموقع لاحتياجات الجمعية
2. 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
3. عند اختيار الموظف المسؤول عن إدارة الحساب، هناك العديد من المتطلبات التي ينبغي وضعها في الاعتبار وأهمها:
 - 3.1. درجة تأهيل الموظف ومستوى تمكنه من المسائل التي سيتم التواصل بشأنها ومناقشتها مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي
 - 3.2. مهارات اللغة أو التواصل التي يمتلكها
 - 3.3. مستوى وعيه بمواقع التواصل الاجتماعي، واعتياده استخدام طرق التواصل الموجودة بها
 - 3.4. 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.
 - 3.5. ينبغي للموظفين، متى تم منحهم صلاحية استخدام أسمائهم لتمثيل الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل نيابة عنها، تعريف أنفسهم بالاسم الكامل والوظيفة ومعلومات الاتصال.

المادة (11)

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 المادة (7) من هذه اللائحة. في هذه الحالة، يمكن للموظفين الاستفادة من الموارد والمعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي لأداء مهامهم وواجباتهم اليومية. وكما كان الموظفون مسؤولين عن إدارة حساباتهم الشخصية على هذه المواقع، فمن المنتظر أن يتصرفوا طبقاً للإرشادات المبينة في المادة (12) من هذه اللائحة

المادة (12)

سلوك الموظف:

1. سلوك الموظف مبدئياً، ينبغي ألا يختلف سلوك موظفي الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي عن سلوكهم عند استخدام أي أداة تواصل / إعلام تخضع بصفة أساسية لأخلاقيات المهنة المعتمدة للجمعية، ونظام العمل السعودي. ولا يتناول ذلك سلوك الموظف على مواقع التواصل الاجتماعي فحسب، بل يتناول كذلك "الاستخدام المقبول" لموارد ومعلومات الجمعية. ويشمل ذلك على سبيل المثال: التصرف بأسلوب يحفظ سمعة الجمعية بوجه عام؛
2. مراعاة أرقى المبادئ الأخلاقية في سلوك الموظف وتصرفه
3. استخدام الأموال العامة بأسلوب يتسم بالأمانة والشفافية، وتجنب إهدار تلك الأموال
4. عدم استخدام الموظف للمعلومات التي يحصل عليها أثناء أدائه للمهام الوظيفية في أغراض غير ذات صلة بالعمل

المادة (13)

بالإضافة إلى تلك المتطلبات، وسعيًا إلى ضمان تمييز موظفي الجمعية 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:

1. 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
2. يمكن لموظفي الجمعية 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 للجمعية به
3. في كل الأحوال، يتحمل موظفي الجمعية مسؤولية ضمان عدم إضرار سلوكهم الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي بسمعة الجمعية أو أي جهات أخرى بأي شكل كان

المادة (14)

إدارة المحتوى:

1. تتحمل الجمعية مسؤولية نشر وإدارة محتويات صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ، وينبغي إسناد هذه المسؤولية إلى الوحدة التنظيمية المسؤولة عن نشر وإدارة المحتوى الخاص بالجمعية عبر وسائل الإعلام التقليدية، غير أنه يجب وضع الخصائص التالية لأدوات التواصل الاجتماعي في الاعتبار:
2. يتسم التواصل مع الجمهور عبر أدوات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، لا السلطوية، أما أنه تواصل موجه وليس عشوائياً أو عاماً كما هو الحال عند التواصل باستخدام وسائل النشر التقليدية، وهو ما يتيح للجمعية بث الرسالة الصحيحة إلى الجمهور المعني على وجه سريع ومباشر.

3. يُعد الترويج لوجود بيئة تعاونية المفتاح الأساس لخلق مجتمعات إلكترونية ناجحة. تشارك في حوار هادف وتسهم في وجود ارتباط ببناء بين الجمعية و الجمهور.
4. يمثل المحتوى المُرسَل 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
5. يتسم نمط المناقشات عبر أدوات التواصل الاجتماعي بكونه تلقائيًا وغير رسمي أو متوقع
6. يمكن أن يواصل المشاركون في صفحة الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي تحديث الصفحة في أي وقت يشاءون حتى في غير ساعات العمل الحكومية .

المادة (15)

1. وفي ضوء هذه الخصائص، ينبغي على الجمعية اتخاذ القرارات المناسبة في المسائل التالية:
2. اختيار الموظفين الذين سيتولون إدارة المحتوى على الحساب الخاص بالجمعية والتفاعل مع الجمهور، ويمكن أن تساعد خصائص أدوات التواصل الاجتماعي السابقة بالإضافة إلى النصائح المقدمة في المادة (8) - (إدارة الحساب) في اتخاذ هذا القرار
3. 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 / ارقام الهاتف أو البريد الإلكتروني).
4. تبني الجمعية إستراتيجية التنسيق، إن وجدت، لإدارة المحتوى المُرسَل 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 نها سلبية أو إيجابية - يجب السماح ببقائها، غير أنه متى ما كان المحتوى يمثل نوعًا من التعدي أو الإهانة، أو خارجاً عن السياق والقانون، جاز حذفه

المادة (15)

- هناك عدة استراتيجيات للتنسيق، يمكن الاختيار من بينها:
1. **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.
 2. **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.
 3. **التنسيق من جانب المدير:** حيث يقوم المدير بمراقبة جميع أنواع المحتوى أثناء إرساله، وله الحق في حذف المحتوى متى كان مخالفاً لمعايير محددة (انظر المادة (12)

4. **التنسيق المسبق للمحتوى:** يقصد 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.
5. **تنسيق المحتوى عقب الإرسال:** وتسمح فيه **الجمعية** للمستخدمين بإرسال تعليقات على صفحاتهم على موقع التواصل الاجتماعي، وأن يتم عرضها فورًا، ولا يتم التدخل إلا لاحقًا عند الإبلاغ عن أي حالات تعدي.
6. **التنسيق المؤتمت:** يتم فيه إعداد برنامج ترشيح (فلتر)، يقوم تلقائيًا بوضع إشارة على توليفات الكلمات المفتاحية التي صنفاها المديرون كرسائل غير مرغوب بها، ثم تتم بعد ذلك مراجعة المحتوى يدويًا لتقييم مدى كونه مناسبًا

المادة (16)

الأمن:

كما ذكرنا في المقدمة، تعد 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.

المادة (17)

- تسري سياسات الأمن التي تتبعها الجمعية على أدوات التواصل الاجتماعي، إلا أنه يجب كذلك على هذه الجهات أن تتخذ الإجراءات التالية:
1. ضمان عدم استخدام الموظفين عنوان أو كلمة مرور بريدهم الإلكتروني الرسمي الخاص بالجمعية لتسجيل الدخول إلى حساباتهم في أدوات التواصل الاجتماعي.
 2. 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.
 3. توعية الموظفين بشأن أخطار الحماية هذه، وبخاصة الأخطار المرتبطة بالهندسة الاجتماعية، وأساليب التخفيف من المخاطر

المادة (18)

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 لمعلومات الجمعية 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:

1. ينبغي أن تحدد الجمعية بوضوح نوع المعلومات التي يجوز للموظفين نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.
2. 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

المادة (19)

مدونة سلوك الجمهور:

يتمثل الهدف الأساسي من استخدام أدوات التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى الارتباط بين الجمعية 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 :

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

=====

الفصل الثالث مسائل قانونية أخرى

المادة (20)

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 الجمعية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، للاحتفاظ بحقوق طبع ونشر المحتوى المُعد من جانب الجمعية، ويجب أن تشير الجمعية إلى قانون حقوق الطبع والنشر في المملكة العربية السعودية ويجب أن يذكر إخلاء الطرف تفصيلاً حقوق الطبع والنشر التي قد يحتفظ بها المشاركون لمواقعهم. وختاماً، يجب على الجمعية 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 الخاصة بالجمعية. 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. وإيضاح وتحديد أوجه التمييز هذه سيساعد على التعامل مع المعلومات وتخزينها والتصرف فيها على المدى الطويل.

=====

الفصل الرابع التزام وتعهد

المادة (21)

على الجمعية العمومية / أعضاء مجلس الإدارة/ الإدارة التنفيذية/ الموظفين/ المتطوعين/ الأعضاء الحاصلين على عضوية الجمعية، وأي منتسب للجميع تحت أي نوع من العلاقات النظامية الاطلاع على هذه اللائحة والالتزام والتعهد كتابة على الآتي:

1. عدم النقاش في الامور السياسية والقضايا الأمنية وقضايا الساحة عموما
2. عدم النقاش في المواضيع التشريعية والطائفية و الامور الدينية
3. البعد عن اسلوب التمر او العنصرية او التعصب القبلي ونحوه
4. عدم استخدام صور مخلة بالأدب العامة
5. المحافظة على الصورة الذهنية الرسمية كعضو ممثل لكيان مؤسسي رسمي ويمنع أسلوب المزح والطابع الفكاهي
6. لا يسمح بإنشاء الحسابات في أي وسيلة كانت الا بتفويض رسمي من مجلس الادارة او من المدير التنفيذي حسب توجيه رئيسه المباشر وعلى وجه الخصوص الغرف والنوادي الإلكترونية
7. يمنع الاحاديث الشخصية وطرح المواضيع الخارجة عن أهداف وخدمات الجمعية ومبادراتها وعن مجالات ريادة الاعمال النسائية.
8. يمنع الافصاح عن اي معلومات عن الجمعية الا ما تم نشره مسبقا او تم اخذ الاذن والموافقة من مجلس الادارة خطيا
9. اي اتفاق ووعود تتم مع المتابعين والمشاركين او الزوار بشكل شخصي ومباشر على نطاق شركاته الخاصة تخلي الجمعية مسؤوليتها التامة عن هذا الاتفاق وتبعاته
10. لا يتم التنسيق والاتفاق الشخصي باسم الجمعية مع أي عميل الا من بعد اطلاع وموافقة مجلس الادارة، وفي حال حصول الاتفاق دون اخذ الموافقة سيتم تعليق عضويته وايقاف خدمات الجمعية عنه لمدة ٤ أشهر
11. الالتزام بإتيكيت الحوار ولباقة الحديث والآداب العامة والمحافظة على اظهار الثقافة المؤسسية والقيم التي تتبعها الجمعية.
12. التركيز على جذب العنصر النسائي والاهتمام على كسب رضاهم وتوطيد العلاقة المهنية معهم
13. عند عقد لقاءات وجلسات عبر منصات التواصل الاجتماعي يجب ان ترصد المخرجات واعداد ملخص بالنتائج كتقرير أداء ويرفع لرئيس لجنة التوعية والعلاقات العامة
14. لا يسمح استقبال العطايا والهبات الا من خلال تعبئة استمارة تقديم الدعم العيني ويتم دراسة الطلب بواسطة مجلس الادارة ويعتمد من بعد تجربة الخدمة اما بالموافقة او بالرفض ويستكمل بقية الاجراءات

=====