

17 · الفريق والعمليات

إرشادات عملية لاستخدام الذكاء الاصطناعي داخل الفريق

مسودة إرشادات داخلية قابلة للتعديل: البيانات المسموحة، المراجعة، المسؤولية، التحقق من المصادر، الإفصاح، والتصعيد، مع مثال معبأ لفريق صغير.

لمن: لمديري الفرق وأصحاب الشركات الصغيرة والجمعيات الذين يريدون قواعد واضحة ومختصرة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي.

المستوى: متوسط الإصدار 1.0 · 21-09-2026

تنبيه مهم: هذه مسودة انطلق عملية لتنظيم العمل داخل فريقك، وليست استشارة قانونية ولا شهادة امتثال لأي قانون أو معيار. القوانين تختلف بين البلدان والقطاعات وتتغير. إن كنت تعمل في قطاع منظم (صحي، مالي، قانوني، تعليمي) أو تعالج بيانات شخصية على نطاق واسع، فراجع الإرشادات مع مختص قانوني قبل اعتمادها.

لماذا إرشادات مكتوبة؟

في أغلب الفرق، الذكاء الاصطناعي مستخدم أصلاً، سواء بعلم الإدارة أو بدونه. غياب القواعد لا يعني غياب الاستخدام، بل يعني أن كل شخص يضع قواعده بنفسه: أحدهم يلصق ملف عملاء كاملاً، وآخر يمتنع عن أي استخدام خوفاً من الخطأ. الإرشادات المكتوبة تحمي الطرفين: تحمي البيانات والسمعة، وتعطي الموظف إذنًا واضحًا بأن يستخدم الأداة في ما هو مسموح دون تردد. الإرشادات الجيدة قصيرة بما يكفي لتُقرأ، ومحددة بما يكفي لتُطبّق. صفحتان أفضل من عشرين صفحة لا يفتحها أحد. والقالب أدناه مصمم ليُعدّل: احذف ما لا يناسبك، وأضف ما يخص قطاعك.

المبادئ الستة التي يقوم عليها القالب

1. **الإنسان مسؤول.** الأداة تقترح، والشخص الذي يستخدم الناتج يتحمل مسؤوليته كما لو كتبه بيده.
2. **البيانات قبل الأداة.** السؤال الأول دائماً: ما الذي سألصقه، وهل يسمح تصنيفه بذلك؟
3. **لا ناتج بلا مراجعة.** كل ما يصل إلى عميل أو شريك أو جمهور يمر بعين إنسان أولاً.
4. **كل رقم واسم ومرجع يُتحقق منه.** النماذج اللغوية قد تكون واثقة ومخطئة في آن واحد.
5. **الصدق مع الجمهور.** نفصح عن استخدام الأداة حين يتوقع الجمهور ذلك أو تفرضه جهة ما، ولا نولّد وجوه أشخاص حقيقيين أو أصواتهم دون موافقة مكتوبة.
6. **الإبلاغ بلا لوم.** الخطأ الذي يُبلّغ عنه مبكراً يُصلح، والخطأ المخفي يكبر.

تصنيف البيانات: إشارة المرور

أسهل طريقة لجعل قاعدة البيانات قابلة للتطبيق هي ثلاثة ألوان يعرفها الجميع:

اللون	أمثلة	القاعدة
أخضر	معلومات منشورة، نصوص تسويقية، مواصفات منتجات، أفكار عامة، مسودات بلا أسماء	مسموح في الأدوات المعتمدة.
أصفر	محاضر داخلية، عروض أسعار، تقارير أداء، مراسلات عمل بعد حذف الأسماء	مسموح بعد التجهيل (حذف الأسماء والأرقام والتفاصيل المعرفية)، وفي الأدوات المعتمدة فقط.
أحمر	بيانات شخصية لعملاء أو موظفين أو مستفيدين، بيانات صحية، رواتب، حسابات بنكية، عقود، كلمات مرور، أسرار تجارية	ممنوع في الأدوات العامة. يُسمح فقط في أداة مؤسسية معتمدة بعقد يحدد معالجة البيانات، وبموافقة مسبقة من المسؤول المحدد.

التجهيل ليس حذف الاسم فقط. رقم الهاتف، العنوان، رقم الملف، تاريخ الميلاد، أو وصف دقيق لحالة نادرة، كلها قد تكشف الشخص. القاعدة العملية: لو قرأ النص شخص من المدينة نفسها، هل يستطيع أن يعرف من المقصود؟

ال قالب القابل للتعديل

انسخ قالب، واملأ ما بين الأقواس المربعة، واحذف ما لا ينطبق. ثم ناقشه مع الفريق قبل اعتماده؛ القواعد التي يشارك الفريق في صياغتها تُطبّق أكثر.

إرشادات استخدام الذكاء الاصطناعي – [اسم المنشأة]
إرشادات استخدام الذكاء الاصطناعي في [اسم المنشأة] الإصدار: [1.0] تاريخ الاعتماد: [] المراجعة القادمة: [بعد 6 أشهر] المسؤول عن هذه الإرشادات: [الاسم/الدور] هذه إرشادات عمل داخلية، وليست استشارة قانونية ولا شهادة امتثال. 1. الهدف والنطاق تنطبق على كل من يعمل مع [اسم المنشأة]: الموظفون، المتعاقدون، المتطوعون. تشمل أدوات المحادثة، توليد الصور والفيديو والصوت، والمساعدات داخل برامج العمل. 2. الأدوات المعتمدة الأدوات المسموحة للعمل: [الأداة، الخطة/الحساب، لأي استخدام] استخدام أداة غير مدرجة للعمل يحتاج موافقة: [الدور] حسابات العمل منفصلة عن الحسابات الشخصية كلما أمكن. 3. البيانات المسموحة أخضر (مسموح): [أمثلة من عملكم] أصفر (بعد التجهيل): [أمثلة] أحمر (ممنوع في الأدوات العامة): [أمثلة] عند الشك: اعتبرها حمراء واسأل [الدور]. 4. المراجعة البشرية

كل ناتج يصل إلى عميل أو شريك أو جمهور يراجع إنسان قبل الإرسال.
مراجعة إضافية من [الدور] مطلوبة لـ: [عقود، محتوى طبي/مالي، بيانات رسمية...]

5. المسؤولية

من يستخدم الناتج مسؤول عنه كما لو كتبه بنفسه.
لا يُنسب إلى الأداة خطأ في عمل مُرسل: المراجعة جزء من العمل.

6. التحقق من المعلومات والمصادر

كل رقم واسم وتاريخ ومرجع يُتحقق منه من مصدر أصلي قبل الاستخدام.
المعلومة الحساسة تحتاج مصدرين مستقلين.
لا نستشهد بمرجع لم نفتحه ونقرأه.

7. الإفصاح

نفصح عن استخدام الذكاء الاصطناعي عندما: [يتوقعه الجمهور / يطلبه العميل /
تفرضه منصة أو جهة / يكون المحتوى صورة أو صوتاً يوهم بالواقع]
صيغة الإفصاح المعتمدة: [مثل: "أعدّ هذا المحتوى بمساعدة أدوات ذكاء اصطناعي
وراجعه فريقنا"]

8. الصور والأصوات والملكية

لا نولّد وجه أو صوت شخص حقيقي دون موافقة مكتوبة منه.
لا نقلّد شعارات أو علامات الآخرين أو أسلوب فنان محدد باسمه.
صور المنتجات المؤلدة يجب أن تطابق المنتج الحقيقي.

9. ما لا نستخدم فيه الذكاء الاصطناعي

[قرارات التوظيف أو الفصل، التشخيص، الاستشارة القانونية النهائية،
الرد على الشكاوى الحساسة دون مراجعة، ...]

10. الإبلاغ والتصعيد

إن لُصقت بيانات حمراء، أو نُشر ناتج خاطئ، أو اشتكى عميل:
أبلغ [الاسم/الدور] خلال [24 ساعة] عبر [القناة].
الإبلاغ المبكر لا يُعاقب عليه. الإخفاء هو المشكلة.

11. التعلّم والمراجعة

تدريب قصير لكل عضو جديد على هذه الإرشادات: [من يقدمه]
تُراجع الإرشادات كل [6 أشهر] أو عند تغيير أداة أو حادثة.

اظهرت على هذه الإرشادات: [الاسم] [التاريخ]

كيف تعتمد الإرشادات في أسبوعين

1. **اليوم الأول: اسأل قبل أن تكتب.** استبيان من ثلاثة أسئلة للفريق: ما الأدوات التي تستخدمها؟ في أي مهام؟ ما الذي يقلقك؟
ستعرف الواقع لا الافتراض.

2. **الأيام 2-4: املأ قالب.** ابدأ بقسم البيانات والأدوات المعتمدة؛ هما الأهم. استخدم أمثلة من عملكم الفعلي في كل لون.

3. **الأيام 5-7: ناقش المسودة.** اجتمع مع الفريق. اسأل: ما القاعدة غير الواضحة؟ ما القاعدة التي لن تُطبّق فعلياً؟ عدّل.

4. الأيام 8-10: راجع ما يلزم. إن كان قطاعك منظمًا أو تعالج بيانات شخصية كثيرة، اعرض المسودة على مختص قانوني.
5. اليوم 11: اعتمد وأعلن. وقّع الإصدار الأول، واطلب من كل شخص أن يقرأ ويوقع بالاطلاع.
6. بعد ذلك: راجع دوريًا. بعد ثلاثة أشهر أسأل: هل وقعت حوادث؟ ما القاعدة التي كُسرت أكثر، ولماذا؟

مثال معبأ: استوديو تصميم صغير

مثال توضيحي

«استوديو الأرز للتصميم» استوديو وهمي من ستة أشخاص في طرابلس يصمم هويات بصرية ومحتوى لمنصات التواصل لعملاء محليين. هذه مقتطفات من إرشاداته بعد التعبئة:

- **الأدوات المعتمدة:** أداة محادثة واحدة بحساب فريق للنصوص، وأداة واحدة لتوليد الصور. أي أداة أخرى تحتاج موافقة المديرية الفنية.
- **أخضر:** أفكار حملات، نصوص منشورات قبل الموافقة، أوصاف بصرية، تلخيص مقالات منشورة.
- **أصفر:** بريف العميل بعد حذف اسمه واسم علامته إن لم تكن معلنة بعد، تقارير أداء الحملات بعد حذف الأرقام المالية.
- **أحمر:** عقود العملاء، بيانات الفواتير، ملفات الشعارات قبل إطلاقها، أي بيانات شخصية لجمهور العميل.
- **المراجعة:** كل منشور يمر على كاتب المحتوى ثم على مدير الحساب. أي صورة تحتوي منتجًا حقيقيًا تُقارن بصورة المنتج الأصلية قبل التسليم.
- **الإفصاح:** يُبلّغ العميل في العقد بأن الاستوديو يستخدم أدوات ذكاء اصطناعي في مراحل الإنتاج مع مراجعة بشرية كاملة. وإذا كانت الصورة المنشورة مؤلدة وتوحي بالواقع (شخص أو مكان)، تُضاف إشارة واضحة حين تطلبها المنصة أو العميل.
- **الممنوع:** توليد وجوه تشبه أشخاصًا حقيقيين، تقليد أسلوب مصمم أو فنان باسمه، استخدام شعار عميل في أداة عامة قبل إطلاقه.
- **التصعيد:** أي حادثة تُبلّغ للمديرية الفنية خلال 24 ساعة عبر رسالة مباشرة، وتُناقش في الاجتماع الأسبوعي بلا لوم. بعد ثلاثة أشهر، لاحظ الاستوديو أن القاعدة الأكثر كسرًا كانت لصق بريف العميل كاملاً. الحل لم يكن عقوبة، بل قالب بريف مجهّل جاهز يوفر الوقت على الفريق.

أسئلة يطرحها الفريق عادة

- هل يمكنني استخدام حسابي الشخصي للعمل؟ الأفضل لا، لأن الإدارة لا تتحكم بإعداداته ولا بما يبقى فيه بعد مغادرتك. حدّد في الإرشادات متى يُسمح، إن سُمح.
- هل يجب أن أذكر أنني استخدمت الأداة في كل بريد؟ لا، ليس في كل شيء. الإفصاح مطلوب حين يتوقعه الجمهور أو يطلبه العميل أو تفرضه جهة، وحين يوهم المحتوى بواقع غير حقيقي. حددوا حالاتكم في القسم 7.
- ماذا لو لصقت شيئاً أحمر بالخطأ؟ أبلغ فوراً. كثير من الأدوات تتيح حذف المحادثة، والمسؤول يقرر ما يلزم بعد ذلك. الإبلاغ السريع يقلل الضرر.
- هل تمنعنا هذه القواعد من الاستفادة؟ العكس: القواعد الواضحة تفتح الاستخدام في كل ما هو أخضر وأصفر دون تردد.

أخطاء شائعة

- **الخطأ:** نسخ سياسة طويلة من مؤسسة كبرى. **الحل:** صفحتان بأمثلة من عملكم أنتم تُطبّق أكثر من عشرين صفحة عامة.
- **الخطأ:** منع كل شيء «احتياطًا». **الحل:** المنع الشامل يدفع الناس إلى الاستخدام الخفي؛ حدّد المسموح بوضوح.
- **الخطأ:** قاعدة بيانات عامة مثل «لا تلصق معلومات حساسة». **الحل:** أمثلة محددة لكل لون من واقع عملكم.
- **الخطأ:** عدم تحديد من يُبلّغ وكيف. **الحل:** اسم أو دور، ومهلة، وقناة.
- **الخطأ:** اعتبار المسودة شهادة امتثال. **الحل:** هي تنظيم داخلي؛ المتطلبات القانونية تُراجع مع مختص.
- **الخطأ:** كتابتها مرة ونسيانها. **الحل:** تاريخ مراجعة مكتوب في رأس الوثيقة.

قائمة الإنجاز

- ☐ سألت الفريق عن استخدامه الفعلي قبل الكتابة.
- ☐ الأدوات المعتمدة مسقاة، ومعروف من يوافق على غيرها.
- ☐ لكل لون (أخضر، أصفر، أحمر) أمثلة من عملنا الفعلي.
- ☐ قاعدة المراجعة البشرية واضحة، والمراجعات الإضافية محددة.
- ☐ حالات الإفصاح وصيغته مكتوبة.
- ☐ مسار الإبلاغ فيه اسم أو دور ومهلة وقناة.
- ☐ النص يذكر صراحةً أنه ليس استشارة قانونية ولا شهادة امتثال، وراجع مختص إن لزم.
- ☐ وقّع كل عضو بالاطلاع، وتاريخ المراجعة القادمة محدد.

عن المُعِدِّ — محمد شرف الدين، رائد أعمال من طرابلس، لبنان. مؤسس وكالة باشن للتسويق الرقمي، ورئيس جمعية تكافل الشبابية، ومؤسس منصات رقمية. يدرّب الأفراد والفرق على الذكاء الاصطناعي التطبيقي والتسويق.

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجاناً مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.

[/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/team-ai-guidelines](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/team-ai-guidelines)