خطة حملة توعوية – قالب البنود التسعة
الشرطة الفلسطينية • III دورة الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي • سواسية

اسم الحملة: مساءلتنا قوة
الفريق: صائب قعدان
الإدارة: المظالم وحقوق الانسان
التاريخ: 24/08/2026

1) المشكلة والسلوك المستهدف
المشكلة: عدم وجود وعي كافي عند المواطنين عن وحدات المسائلة والرقابة داخل جهاز الشرطة والخوف من السؤال أو الاستفسار عن حقوق المواطنين عند الشرطة
السلوك المطلوب: زيادة الوعي وخلق مساحة سؤال ونقاش واستفسار مريحة بين المواطنين والجهات الرقابية داخل الشرطة

2) الهدف القابل للقياس
الهدف: زيادة الوعي والسؤال والاستفسار عن موضوع الرقابة داخل جهاز الشرطة وآلية الشكوى
مصدر الرقم: سجل الشكاوى/ مكتب المفتش العام/ الاستفسارات على موقع الشرطة
المدة: شهر

3) الجمهور الدقيق
الجمهور الأول: المواطنين بين عمر 18-40
الجمهور الثاني: طلاب الجامعات
منتسبي جهاز الشرطة
ما يمنعهم: الخوف وعدم المعرفة أصلاً بوجود أدوات الرقابة داخل جهاز الشرطة

4) الرسالة المحورية والنبرة
الرسالة: الحق ما بزعل حدا ... ومساءلتنا أساس الثقة
النبرة: مطمئنة
ما لن نقوله: عدم ذكر مصطلحات قوية وجامدة/ عدم التطرق لقضايا على أرض الواقع

5) المنصات والصيغ
• انستجرام • ريلز قصير 20 ثانية • 20 • من السبت للخميس الساعة 7 مساءً
• فيسبوك • منشورات انفوجراف عن أرقام وإحصائيات • 30 • كل يوم منشور الساعة 12
• تيك توك • ريلز مقاطع 20 ثانية مع هوك ملفت • 20 • من السبت للخميس الساعة 9 مساءً
• واتس/ قنوات • رسالة توعوية على قنوات الفيسبوك عن وحدات المساءلة ودورها في خلق الثقة بين المواطن والشرطة • 30 • كل يوم الساعة 9 صباحاً
• يوتيوب • بوكاسات مع مدراء وحدات الرقابة • 4 • كل جمعة الساعة 4 عصراً
• راديو/ اذاعات محلية • مقابلة مع الناطق بإسم الشرطة • 2 • يوم الاحد في الأسبوع الثالث وأخر يوم بالأسبوع الرابع للحملة
• ندوات بالجامعات • محاضرة لطلبة الجامعات في جامعة محلية • 1 • يوم الأربعا في الاسبوع الثالث

6) المنتجات وأدوات الذكاء الاصطناعي
• الأداة • chat gpt • النصوص والتدقيق والأفكار • الدور البشري: المراجعة بعده
• الأداة: كانفا/ جيميناي • الدور البشري: تدقيق التفاصيل الصور والانفوجراف
• الأداة: لهجاتي/ سونو • الدور البشري: التركيز في المواد المخرجة بالمواد المخرجة ومنطقية المخرج الصوت والموسيقى
• الأداة: run way/ grok/ higsfield • الدور البشري: التدقيق • الفيديو: من ناحية منطقية ونبرة ووقفات

7) الجدول الزمني
• الأسبوع 1 – تجهيز: تخطيط واعداد+ البدء بالانتاج والنشر (5 ريلز+ 7 انفوجراف+ حلقة بودكاست+ ريلز تيكتوك+ رسالة واتس اب توعوية) – المسؤول: مدير إدارة الشرطة المجتمعية
• الأسبوع 2 – إطلاق: الاستمرار بالنشر (5 ريلز+ 7 انفوجراف+ حلقة بودكاست+ ريلز تيكتوك+ رسالة واتس اب توعوية) – المسؤول: مدير الوحدة الإعلامية
• الأسبوع 3 – ذروة: ذروة المواد والمعلومات القوية تنشر في هذا الأسبوع وعقد ندوة لطلبة الجامعات في جامعة محلية مع الالتزام بخطة النشر (5 ريلز+ 7 انفوجراف+ حلقة بودكاست+ ريلز تيكتوك+ رسالة واتس اب توعوية) + مقابلة على راديو محلي عن الحملة – المسؤول: مدير إدارة الشرطة المجتمعية

• الأسبوع 4 – حصاد: البدء بقياس الأثر وجمع الأرقام + الاستمرار بالنشر (5 ريلز+ 7 انفوجراف+ حلقة بودكاست+ ريلز تيكتوك+ رسالة واتس اب توعوية) + مقابلة مع الناطق الاعلامي بإسم الشرطة عن نتائج الحملة – المسؤول: مدير إدارة الشرطة المجتمعية

8) مؤشرات النجاح
الوصول: الوصول لأكبر عدد من مستخدمي وسائل التواصل
التفاعل: التعليق والتفاعل بسؤال او استفسار
تغيّر السلوك: عدد الرسائل والمكالمات عن الاستفسار عن الرقابة والشكاوى

9) الحساسيات والاعتماد
المخاطر: تمسك المواطنين بخوفهم/ عدم الإقبال
كيف نتجنبها: التكلم لغة قريبة للغة المواطنين بشكل بسيط ومفهوم
المراجع الفني: مدير الوحدة الإعلامية
المعتمِد: مدير إدارة الشرطة المجتمعية والإعلام
سلسلة الاعتماد:
[✓] كل معلومة ورقم في الحملة مصدره الإدارة – لا النموذج
[✓] راجعها المختص فنياً وقانونياً
[✓] اعتمدها صاحب الصلاحية في الإدارة
[✓] لا صور ضحايا ولا تفاصيل قضية جارية ولا بيانات شخصية
[✓] ما وُلّد بمساعدة الذكاء الاصطناعي مُعلَّم وموثّق داخلياً

القاعدة الذهبية: المعلومة منك – الصياغة منه – التدقيق بشري – الاعتماد رسمي.