
اسم الحملة

لا تخضع للابتزاز... بلغ

شعار الحملة

صمتك ما بحميك... بلاغك بحميك

فكرة الحملة

تهدف الحملة الى توعية المواطنين بخطورة الابتزاز الالكتروني، وتعريفهم بالتصرف الصحيح في حال تعرضهم للابتزاز.

تركز الحملة على عدم الخوف او الاستجابة للمبتز، وعدم ارسال اي مبالغ مالية او صور ومعلومات اضافية، مع ضرورة الاحتفاظ بالادلة والتوجه للجهات المختصة والابلاغ عن الواقعة.

المشكلة

قد يتعرض بعض مستخدمي الانترنت للابتزاز الالكتروني نتيجة مشاركة صور او معلومات خاصة، او بسبب اختراق الحسابات او التعامل مع حسابات مجهولة.

وفي كثير من الحالات، يؤدي الخوف من التهديد او الفضيحة الى استجابة الضحية للمبتز او دفع المال له، مما قد يشجع المبتز على الاستمرار وطلب المزيد.

لذلك تركز الحملة على تعريف الشخص بالتصرف الصحيح وتشجيعه على الابلاغ بدلا من الخوف او الاستجابة للمبتز.

السلوك الحالي

عند التعرض للابتزاز الالكتروني قد يقوم الشخص بـ:

- الاستجابة لطلبات المبتز.
- دفع مبالغ مالية.
- ارسال صور او معلومات اضافية.
- حذف المحادثات والادلة.
- الخوف من الابلاغ.
- الاستمرار في التواصل مع المبتز.

السلوك البديل المطلوب

عدم الاستجابة للمبتز، وعدم دفع المال او ارسال اي محتوى اضافي، والاحتفاظ بالادلة، وحظر الحساب، والتوجه للجهات المختصة والابلاغ.

الفئة المستهدفة

الفئة الاساسية:
الشباب والمراهقين من مستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

الفئة الثانوية:
مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

الرسالة الرئيسية

اذا تعرضت للابتزاز الالكتروني، لا تسكت ولا تستجيب للمبتز.

احتفظ بالادلة، احظر الحساب، وبلغ الجهات المختصة.

الابتزاز الالكتروني جريمة، والابلاغ عنها هو الخطوة الصحيحة لحمايتك.

المادة الاولى: فيديو انفوجراف

اسم المادة

تعرضت للابتزاز الالكتروني؟ اعرف شو تعمل

فكرة الفيديو

يبدأ الفيديو بظهور رسالة تهديد على شاشة هاتف:

"اذا ما عملت اللي بطلبه رح انشر صورك"

بعدها تظهر عبارة:

"تعرضت للابتزاز الالكتروني؟"

ثم يتم توضيح بعض الطرق التي ممكن يبدأ فيها الابتزاز:

- صورة او فيديو خاص
- حساب مجهول
- رابط مشبوه
- تعارف عبر الانترنت
- سرقة حساب او معلومات شخصية

بعدها تظهر عبارة:

"مهما كانت البداية... لا تخلي الخوف يسيطر عليك"

ثم تظهر الخطوات الصحيحة:

لا تدفع للمبتز

لا ترسل اي محتوى اضافي

لا تحذف المحادثات

احتفظ بالادلة

اعمل حظر للمبتز

بلغ الجهات المختصة

وفي نهاية الفيديو:

"الابتزاز الالكتروني جريمة"

"لا تخضع للابتزاز... بلغ"

الفئة المستهدفة

الشباب والمراهقون ومستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي.

اداة الذكاء الاصطناعي

Canvaلتصميم الانفوجراف والعناصر البصرية، ويمكن استخدام **CapCut**للمونتاج واضافة الحركة والصوت.

قنوات النشر

- Facebook
- Instagram
- TikTok

مؤشر النجاح

تحقيق 10,000 مشاهدة للفيديو خلال مدة الحملة.

المادة الثانية: فيديو باستخدام الذكاء الاصطناعي

اسم المادة

لا تعطي المبتز فرصة

فكرة الفيديو

يظهر شخص يتحدث مباشرة امام الكاميرا، ويكون المشهد بسيطا وواقعيا مع وجود عناصر مرتبطة بالامن السيبراني في الخلفية.

يتم استخدام شخصية مولدة بالذكاء الاصطناعي لتقديم الرسالة بطريقة قريبة من الجمهور.

النص الذي يحكى في الفيديو

هل تعرضت لابتزاز الكتروني؟

اذا حدا هددك بنشر صور او معلومات خاصة عنك، لا تخاف ولا تستجيب لطلباته.

لا تبعت مصاري، ولا تبعت اي صور او معلومات اضافية، ولا تحذف المحادثات.

احتفظ بكل الادلة الموجودة عندك، مثل المحادثات ولقطات الشاشة والحساب المستخدم في الابتزاز.

بعدها اعمل حظر للمبتز وبلغ الجهات المختصة.

والاهم، لا تلوم حالك ولا تخلي الخوف يمنعك من الابلاغ.

الابتزاز الالكتروني جريمة، والابلاغ عنها هو اول خطوة لحمايتك.

لا تخضع للابتزاز... بلغ.

الفئة المستهدفة

الشباب والمراهقون ومستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي.

ادوات الذكاء الاصطناعي

- **Runway** لانتاج المشاهد او الفيديو.
- اداة تحويل النص الى صوت لانتاج التعليق الصوتي.
- **CapCut** للمونتاج واضافة النصوص.

قنوات النشر

- Instagram Reels
- TikTok
- YouTube Shorts

مؤشر النجاح

تحقيق 8,000 مشاهدة للفيديو خلال مدة الحملة.

المادة الثالثة: صورة باستخدام الذكاء الاصطناعي

اسم المادة

بلاغك اقوى من تهديده

فكرة التصميم

بوستر توعوي يظهر فيه هاتف ذكي في المنتصف، وعلى الشاشة رسالة تهديد من شخص مجهول.

يظهر خلف الهاتف شخص بشكل مظلل للدلالة على المبتز، مع مؤثرات رقمية ترمز للعالم الالكتروني.

وفي الجهة الثانية يظهر رمز قفل وحماية للدلالة على الامان والحماية.

يكون التصميم رسمي وبسيط ومناسب للنشر على صفحات الشرطة ومواقع التواصل الاجتماعي.

النص على الصورة

لا تخضع للابتزاز... بلغ

الابتزاز الالكتروني جريمة

احتفظ بالادلة
لا تدفع
لا ترسل محتوى اضافي
بلغ الجهات المختصة

الفئة المستهدفة

الشباب والمراهقون ومستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

ادوات الذكاء الاصطناعي

- **Adobe Firefly**لتوليد الصورة الرئيسية.
- **Canva**لتنسيق التصميم واضافة النصوص والعناصر البصرية.

قنوات النشر

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp Status

مؤشر النجاح

تحقيق 12,000 وصول للبوستر خلال مدة الحملة.

ادوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة

يمكن تنفيذ الحملة باستخدام مجموعة من ادوات الذكاء الاصطناعي:

- **ChatGPT:** كتابة المحتوى والافكار والنصوص.
- **Canva:** تصميم الانفوجراف والبوستر.
- **Adobe Firefly:** توليد الصور والعناصر البصرية.
- **Runway:** انتاج مشاهد الفيديو باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- **CapCut:** المونتاج واضافة النصوص والمؤثرات.
- **Suno:** انتاج موسيقى خلفية مناسبة للفيديو.
- **اداة تحويل النص الى صوت:** انتاج التعليق الصوتي عند الحاجة.

دور العنصر البشري

يتم استخدام الذكاء الاصطناعي كاداة مساعدة في انتاج المحتوى، مع بقاء العنصر البشري مسؤولا عن:

- تحديد الرسالة والمحتوى.
- كتابة ومراجعة النصوص.
- التأكد من صحة المعلومات.
- اختيار المشاهد والتصاميم المناسبة.
- مراجعة المحتوى قبل النشر.
- التأكد من ملاءمة المحتوى لطبيعة عمل الشرطة.
- المحافظة على خصوصية ضحايا الابتزاز وعدم استخدام اي معلومات او صور حقيقية تكشف هويتهم.

مدة الحملة

14 يوما.

المرحلة الاولى: الايام 1 - 3

نشر البوستر للتعريف بالابتزاز الالكتروني ولفت انتباه الجمهور.

المرحلة الثانية: الايام 4 - 8

نشر فيديو الانفوجراف الذي يوضح خطوات التصرف الصحيح.

المرحلة الثالثة: الايام 9 - 12

نشر فيديو الذكاء الاصطناعي الذي يقدم رسالة مباشرة للجمهور.

المرحلة الرابعة: الايام 13 - 14

اعادة نشر الرسالة الرئيسية للحملة وتعزيز الدعوة الى الابلاغ.

قياس نجاح الحملة

مؤشر النجاح	قناة النشر	المادة
10,000 مشاهدة	Facebook - Instagram	فيديو الانفوجراف
8,000 مشاهدة	Instagram Reels	فيديو الذكاء الاصطناعي
12,000 وصول	Facebook - Instagram	البوستر التوعوي

المؤشر العام للحملة

الوصول الى 30,000 شخص على الاقل خلال مدة الحملة.

الحساسية والمسؤولية

يجب ان تقدم الحملة محتوى توعويا داعما للضحايا، دون لومهم او تحميلهم مسؤولية تعرضهم للابتزاز.

كما يجب عدم استخدام صور او قصص حقيقية تكشف هوية ضحايا الابتزاز، وعدم عرض محتوى حساس او صور خاصة ضمن المواد التوعوية.

الهدف من الحملة هو توجيه الضحية الى التصرف الصحيح وليس زيادة الخوف لديها.

الرسالة النهائية للحملة:

لا تدفع... لا تستجيب... احتفظ بالادلة... بلغ.

صمتك ما بحميك... بلاغك بحميك.

.