**توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا**

**(دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية نموذجاً)**

**د. عبد الكريم سرحان جامعة النجاح الوطنية**

**جمانة عريقات جامعة النجاح الوطنية**

الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توظيف دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الأمنية للتصدي للأخبار الكاذبة التي انتشرت خلال جائحة كورونا، والتعرف على دور شبكة الفيسبوك في دعم أنشطة جهاز الشرطة في التوعية الأمنية ومدى فاعلية رسائلها، استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، واداتي الاستبانة والمقابلة .وتمثلت عينة الدارسة ب (384)، من متابعي صفحة الفيسبوك لجهاز الشرطة الفلسطينية،

ومن نتائج الدراسة قيام دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة بتوظيف شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال جائحة كورونا بشكل يلبي احتياجات ورغبات الجمهور. وأن دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة حققت للجمهور اعتمادًا بشكل كبير على صفحتهم، من خلال تقديم المعلومات والحقائق، ورفع الوعي لدى الجمهور، ومواجهة الأخبار الكاذبة..وأوصت الدراسة الى الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة، وإدراجها ضمن أولويات عمل ممارسي العلاقات العامة، كوسيلة توعوية إرشادية؛.

**الكلمات المفتاحية**: العلاقات العامة، شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، التوعية الأمنية، الأخبار الكاذبة، جائحة فايروس كورونا.

مقدمة الدراسة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أساليب ووسائل الإعلام الجديدة التي تعتمد على شبكة الانترنت، وتتميز هذه الشبكات بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وبأقصر وقت وتكلفة ممكنة، إذ باتت تشكل نافذة مهمة جداً لنشر المعلومات والحصول عليها، وأِصبحت لهذه الشبكات دور محوري في جميع القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها (عبد الحميد، 2007، ص.151-153).

وقد استخدمت هذه الشبكات بفعالية في ظل أزمة كورونا وانتشار فيروس (كوفيد-19) بسرعة، حيث أصبحت هذه الأزمة بكافة تداعياتها مادة دسمة تتصدر منصات الإعلام الاجتماعي المسيرة من طرف العديد من الجهات (ملوكي، 2020، ص.588-589).

وعلى صعيد المواطنين الفلسطينيين، فإنهم يتعرضون إلى العديد من الأخبار الكاذبة والمضللة والمزيفة يومياً، حيث كشفت دراسة فلسطينية بحثية أجريت خلال فترة الحجر الصحي أن 72% من المحتوى الذي يتعرض له الفلسطينيين على مواقع التواصل هو كاذب ومضلل، وأن ما نسبته 32% من هذه الأخبار تقع على عاتق النشطاء الاجتماعيين، وأن النسبة الأكبر من هذه الأخبار انتشرت خلال فترة أزمة كورونا (مشارقة، 2020، ص.22).

حرصت إدارة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة الفلسطينية على استخدام وسائل الإعلام الجديدة، وبالذات شبكات التواصل الاجتماعي؛ وذلك لتحقيق تواصل أسرع مع المواطن الفلسطيني، لعلمها المسبق بأن الفلسطينيين يفضلون استخدام هذه الشبكات في كل زمان ومكان للاطلاع على كل ما يدور حولهم من أحداث.

مشكلة الدراسة:

في فلسطين، إذا ما نظرنا إلى شبكات التواصل الاجتماعي ومستخدميها، نجد أن هناك إقبالًا شديدًا عليها، وبالأخص موقع الفيسبوك، فحسب التقرير الصادر عن شركة ايبوك، فإنه يحتل المرتبة الأولى، فقد وصل عدد المشتركين فيه بعام 2020م 5,160 مليون مشترك بنسبة 96% من مشتركي الانترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة والداخل الفلسطيني المحتل (شركة ايبوك، 2021)، وبالتالي فإن المتصفح الفلسطيني لهذا الموقع وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي عرضة لاستلام الأخبار الكاذبة من خلال شبكة فيسبوك وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي (مشارقة، 2020، ص.9).

وبالتالي يجب أن تتكاثف جهود جميع الجهات لمكافحة هذه الأخبار، وعلى رأسها جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية، من خلال عمل أنشطة توعوية أمنية للمواطن الفلسطيني معتمدة في ذلك على جميع وسائل الاتصال، وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها شبكة فيسبوك؛ لتضع المواطن في صورة مفادها: خطورة التعاطي مع هذه الأخبار وتناقلها، من هنا فإن تداعيات هذه الأخبار السلبية ستعرض المواطن والمجتمع الفلسطيني للعديد من المشاكل، وستهدد السلم والأمن المجتمعي، وستحد من قدرة المؤسسات الحكومية الفلسطينية على محاربة ومجابهة هذا الفيروس.

وانطلاقاً من مدى أهمية شبكة الفيسبوك التي أحدثتها في عالم الاتصال والتواصل والمعلومات، والتي أصبحت أكثر استخداماً من قبل فئات المجتمع، وتزايد الاهتمام بهذه التقنية الحديثة، وغدت أداة للتواصل والترويج لمختلف أنشطة العلاقات العامة. فإن مشكلة الدراسة تتمثل في معرفة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في تعزيز الوعي الأمني ضد الأخبار الكاذبة من قبل دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة الفلسطينية.

تساؤلات الدراسة

جاءت الدراسة لتجيب عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى توظيف دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

ويتفرع من التساؤل السابق التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي الاستراتيجيات المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية للتصدي للأخبار الكاذبة المنشورة على شبكة الفيسبوك؟
2. ما مدى فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا؟
3. ما دور صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟
4. ما هي إيجابيات شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟
5. ما هي المعيقات التي تحد من دور شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع وحداثته وخطورته، حيث تشكل جائحة كورونا خطراً عالمياً ومحلياً، وتتناول الدراسة أحد أهم المجالات الحياة وهي التوعية الأمنية، وتستمد الدراسة أهميتها من كونها تعطي نتائج واضحة عن أثر توظيف صفحة الفيسبوك الخاصة بجهاز الشرطة الفلسطينية في التوعية الأمنية لمحاربة الأخبار الكاذبة، كما تتطرق إلى دور العلاقات العامة في الترويج لحملات وبرامج التوعية الأمنية ومدى فاعليتها في تعزيز الوعي الأمني لدى الجمهور الفلسطيني، وتقدم الدراسة مجموعة من التوصيات لدوائرالعلاقات العامة المعنية يالتوعية الأمنية. وتكمن الأهمية العلمية للدراسة أنها ستضيف بحثاً جديداً حول توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي"الفيسبوك" في تعزيز الوعي الأمني ضد الأخبار الكاذبة خلال فترة أزمة فايروس كورونا.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة الى:

1. تحديد الاستراتيجيات المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية للتصدي للأخبار الكاذبة المنشورة على شبكة الفيسبوك.
2. توضيح مدى فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الامنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا.
3. التعرف على دور صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا.
4. حصر إيجابيات شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا.
5. معرفة المعيقات التي تحد من دور شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا.

حدود الدراسة

**الحد البشري:** متابعو صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية في المحافظات الشمالية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك.

**الحد المكاني:** الضفة الغربية.

**الحد الزماني:** فترة أزمة كورونا التي امتدت من تاريخ ظهور أول إصابة بفلسطين في شهر فبراير من عام 2020م وحتى تاريخ 30/06/2020*.*

**الحد الموضوعي:** متابعي صفحة الشرطة الفلسطينية على "فيسبوبك"، إضافة إلى مدراء ومتخصصين في مجال وسائل التواصل الاجتماعي في دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة.

مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: تعرف بأنها وظيفة ذات أهمية بالغة لدى المنظمات، تعمل على توثيق علاقتها مع الجمهور الداخلي والخارجي؛ لخلق صورة طيبة وسمعة حسنة في أذهان الجمهور، وفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم، من خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة والمختلفة، وهي التي تنقل بأمانة آراء الجمهور ورغباته إلى إدارة المنظمة، فهي عملية اتصال ذات اتجاهين (جرادات والشامي، 2009، ص.25).

التوعية: تعرف اصطلاحاً بأنها "توضيح الشيء أو التوجه نحو أمر مرغوب فيه، من خلال القيام بمجموعة معينة من الأنشطة" (بن عمر، 2014، ص.40)

التوعية الأمنية: تعرف بأنها "إثارة الوعي وتنميته تجاه قضية أو قضايا معينة بهدف تغيير الأنماط السلوكية، أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاه هذه القضايا من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية، أو من تعاطف إلى رفض، حسب طبيعة القضية وتأثيرها في المجتمع والموقف الذي يتعين على المجتمع اتخاذه منها" (ناصر، 2007، ص.55).

الأخبار الكاذبة: تعرف بأنها "مجمل الأخبار والمعلومات التي تظهر على أنها حقيقية، في حين أنها كاذبة تروج قصصاً كاذبة حول مختلف الموضوعات؛ للحصول على نسب عالية من المشاركة على المنصات الاجتماعية خاصة الفيس بوك Facebook وتويتر Twitter يتم إنشاؤها للتأثير في الجماهير وآراءهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم لصالح جهة معينة أو لإحداث روح الدعابة والطرافة على شخصيات أو أحداث أو حتى السخرية من أشخاص وأحداث ما" (يسعد، 2020، ص.125-126).

فيروس كورونا: هو وباء عالمي ظهر في الصين وانتشر في بقاع العالم، وجاءت التسمية من أول حرفين من (Corona Virus Disease) والذي يعني فيروس كورونا، وهو الاسم الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية عليه ورقم 19 يرمز إلى عام ظهور المرض (العنزي، 2020، ص.469(

شبكات التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع الأصدقاء، وتقدم لمستخدميها هذه الشبكات مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل: المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين الخطي، والصوتي والمرئي، ومشاركتها مع الآخرين، ومن أشهرها: شبكة الفيس بوك، وتويتر، وهاي سبيس، ولايف بوون وأركت، ويوتيوب، وانستغرام، وواتساب، ولينكد إن وغيرها" (الفيصل، 2014، ص.65).

الأجهزة الأمنية: هي هيئات نظامية يطلق عليها قوى الأمن الفلسطيني تتألف من قوات الأمن الوطني وجيش التحرير الوطني الفلسطيني وقوى الأمن الداخلي والمخابرات العامة وأية قوة أو قوات أخرى موجودة أو تستحدث تكون ضمن إحدى القوى الثلاث (المجلس التشريعي الفلسطيني، 2006).

جهاز الشرطة الفلسطينية: هو قوة نظامية تمارس اختصاصات مدنية، وتتبع وزارة الداخلية، وتؤدي مهامها واختصاصاتها بموجب أحكام قرار بقانون رقم (23) لسنة 2017م بشأن الشرطة (معهد الحقوق في جامعة بيرزيت، 2017).

توظيف: معنى وظف في الوظيفة من كل شيء ما يُقدر له في كل يوم من رزق، أو طعامأ أو علف، أو شراب وجمعها الوظائف والوظف، ووظف الشيء على نفسه ووظفه توظيفاً ألزمها إياه (معجم لسان العرب).

الإطار النظري

مفهوم العلاقات العامة

عرفت بأنها نتاج ومحصلة ما، يقوم به الفرد أو المنظمة، وما يقوله للمجتمع، وما يقوله المجتمع والآخرون عنك، وهي الجهود المخططة والمستمرة لبناء السمعة الطيبة والحسنة والمحافظة عليها، وإيجاد التفاهم والدعم المتبادل بين المنظمة وجمهورها، وهي إدارة الأنشطة التي تعمل على   
إيجاد علاقة بناءة بين المنظمة وسائر فئات الجمهور والمحافظة على استمراريتها، فهذه   
النشطأنشطة وكيفية تقديمها هي المسؤولة عن فشل العلاقة ونجاحها، لذا لابد من دراسة   
وتحليل الاتجاهات والتنبؤ بنتائجها، واطلاع مختلف الإدارات والأقسام في المنظمة عليها، بهدف تطبيق برامج مخططة من شأنها أن تخدم المنظمة أو المؤسسة، وتلبي حاجات الجمهور في نفس الوقت (Black 2003, p.3).

وعرفها ستل (Seitel 2004, p.3) بأنها عملية مخططة تهدف للتأثير على الرأي العام من خلال العمل الصادق الواضح القائم على القناعة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها، والتي تتحقق في ظل نشر معلومات حقيقية من قبل المؤسسة للجمهور، وبالتالي تعزز مكانة وصورة المؤسسة الإيجابية.

أهداف العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق العديد من الأهداف تتمثل في التالي(الصيرفي 2005، ص.25) :

**أولاً:** أهداف العلاقات العامة على المستوى الوطني:

**ثانياً:** أهداف العلاقات العامة على المستوى المؤسساتي.

وظائف العلاقات العامة: هناك عدة وظائف للعلاقات العامة تتمثل في التالي:البحث ,التخطيط. التنسيق.التقويم.الإدارة,الإنتاج

الفيسبوك : شبكة أو موقع فيسبوك "Facebook" تم إنشاؤه في شهر فبراير عام (2004م)، على يد ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرج "Mark Zuckerberg" وهو طالب في جامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية متاحاً فقط لطلاب جامعة هارفارد، ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيراً تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب (البطوطي، ص.382)، ويذكر الموقع الرسمي للفيسبوك "Facebook" بأنه موقع يكسب الناس القدرة على المشاركة والتواصل مع الأصدقاء والأهل ويجعل العالم أكثر انفتاحاً وببين يديه.

وإذا ما نظرنا إلى شبكات التواصل الاجتماعي ومستخدميها في فلسطين، نجد أن هناك إقبالًا شديدًا عليها، وبالأخص شبكة التواصل الاجتماعي -موقع الفيسبوك- فحسب التقرير الصادر عن شركة ايبوك، فإنه يحتل المرتبة الأولى، فهو الأكثر حضوراً فيما بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى التي يتصفحها الفلسطينيون، فقد وصل عدد المشتركين فيه بعام 2019م 3,950 مليون مشترك بنسبة 93.4% من مشتركي الانترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة والداخل الفلسطيني المحتل، بينما وصل عدد مشتركي الانترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة والداخل الفلسطيني المحتل في شبكة واتساب 3,100 مليون مشترك بنسبة 2.92%، (شركة ايبوك، 2020).

توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في أداء مهام ووظائف العلاقات العامة

إن استعمال تقنية الانترنت وتطبيقاته في مجال العلاقات العامة يفرض فهماً عميقاً وتصوراً واضحاً من قبل الإدارة العليا ومسؤولي أجهزة العلاقات العامة للأدوار التي يمكن أن تؤديها هذه التقنية في دعم وإتمام مهام العلاقات العامة، مثل: توجيه الرأي العام، واتساع انتشار الأخبار والأحداث الخاصة بالمنظمات والمؤسسات، وإدارة سمعة المؤسسة وصورتها (الخاجة، 2007، ص.345). ويقصد **بالأداء:** الأهداف الذي يسعى النظام إلى تحقيقها، لذا فإنه يعبر عن الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها، أي أن هذا المفهوم يربط بين أوجه الأنشطة والأهداف التي تسعى هذه الأنشطة إلى تحقيقها داخل المنظمة، وأجمع المختصون في العلاقات العامة على أربع وظائف رئيسية تؤديها أجهزة العلاقات العامة هي (البحوث، والتخطيط، والاتصال، والتقويم)، وتمثل هذه الوظائف عملية العلاقات العامة، ودائرة العلاقات العامة تستفيد من شبكات التواصل الاجتماعي في إنجاز هذه الوظائف (ظاهر، 2019، ص.148)

**إدارة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة الفلسطينية**

إدارة العلاقات العامة والإعلام في الشرطة الفلسطينية هي إحدى إدارات الهامة في جهاز الشرطة الفلسطينية، وتتبع لمدير عام الشرطة مباشرة، وتم إنشاؤها في العام 1995م وإدراجها على هيكلية الشرطة، وتم تفعيل العمل بها بشكل حيوي وفعال في العام ("معلومات عامة"، 2020).

وأوكلت لإدارة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة مجموعة من الواجبات، تمثلت في: ("معلومات عامة"، 2020).

* كسب ثقة الجمهور بالشرطة من خلال إقامة علاقات وصلات طيبة مع مختلف شرائح المجتمع ومؤسساته.
* توعية المجتمع بمخاطر الجريمة وتعزيز دور الشرطة في الوقاية منها.
* الإجابة عن استفسارات وتساؤلات المواطنين عن الأعمال الشرطية ومكافحة الجريمة وما يتردد من إشاعات بما يتناسب مع الإعلام الأمني الموجه.
* إبراز جهود الشرطة، ونتائج أعمالها للمواطنين ليكونوا على اطلاع بمجمل الانجازات.
* دراسة الرأي العام حول أداء الشرطة، وعناصر الغضب منها، ووضع الحلول المناسبة لخلق حالة التقارب.
* إحياء وتنظيم المناسبات الخاصة التي تتعلق بمؤسسة الشرطة.
* إصدار الكتيبات والنشرات التوعوية الأمنية بالتعاون مع الإدارات المتخصصة.
* العمل على عقد الشراكات وتوقيع مذكرات تفاهم مع مختلف المؤسسات الخدمية.
* استقبال الوفود ومرافقتها وتنسيق الزيارات وتوثيقها بالصور والسجل.
* متابعة لجان الإصلاح في محاولتهم لحل النزاعات والمشاركة الفعالة في حل مشكلات المجتمع.
* المشاركة الفعالة في كافة المناسبات الوطنية والدينية، ومشاركة المواطنين في أفراحهم وأحزانهم.
* تنسيق وتسهيل مهام الصحفيين أثناء تغطيتهم لأحداث هامة، والإجابة عن استفساراتهم وتزويدهم بما يحتاجونه من بيانات وإحصاءات.
* متابعة الأمور الترفيهية والثقافية لمنتسبي الشرطة، بما يعزز العلاقة الداخلية بينهم.
* متابعة الإشكالات الاجتماعية والإنسانية لمنتسبي الشرطة، ومحاولة وضع الحلول المناسبة لها.
* الاهتمام الإنساني والمعنوي المستمر بأسر شهداء وأسرى وجرحى الشرطة ومتابعة احتياجاتهم.
* العمل على مشاركة كافة منتسبي الشرطة في مختلف مناسباتهم الاجتماعية.

جهاز الشرطة الفلسطينية وشبكات التواصل الاجتماعي

حرص جهاز الشرطة الفلسطينية على تعزيز دور إدارة العلاقات العامة والإعلام حلقة الوصل ما بين جهاز الشرطة وبين الجماهير، وقامت بالعديد من الإنجازات في هذا الجانب وكان منها: تطوير العديد من الأدوات الاتصالية والمنصات الرقمية، وتأسيس صفحة الفيس بوك والانستجرام واليوتيوب وتويتر؛ بهدف الوصول لأكبر عدد من الصحفيين والمواطنين، وكذلك تأسيس مجموعات الواتس اب، والتي من خلالها تم إضافة معظم الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية المحلية والإقليمية والدولية، وأصبحوا يتلقون الأخبار والمعلومات بانسياب وسهولة ودون تأخير، وتم تعيين متخصصين في عدة مجالات، ومنها: مجال الإعلام الجديد (الرقمي) ("أخبار"، 2021).

التوعية الأمنية

أهداف التوعية الأمنية

إن أهداف التوعية الأمنية تكمن في تحقيق عددا من المقاصد التالية: (المشاقبة، 2012، ص.250-251)

مراقبة المحيط، وفهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث أمنية، مما يظافر جهود أفراد المجتمع أمام كافة المهددات، والوقوف منها موقف المدافع، من خلال الإبلاغ عن الجرائم والظواهر التي تنذر بقرب وقوعها، أو عدم النكوص عن أداة الشهادة.

تعلم مهارات جديدة للوقاية من الجرائم والحوادث، والإلمام بالأنظمة والتعليمات التي تكفل الحياة الآمنة، ومقاومة الشائعات التي تفوض دعائم أمن المجتمع وعوامل استقراره.

الاستمتاع والاسترخاء والهروب من مشكلات الحياة بطريقة مباحة لا يضر بها نفسه ولا مجتمعه.

الحصول على المعلومات الجديدة، كي تساعده على اتخاذ القرار والتصرف بشكل مقبول اجتماعياً.

تكوين الصورة الذهنية للجمهور حول القضايا والشخصيات الأمنية.

ترتيب الاهتمامات والأولويات حول الأحداث الأمنية.

نقل خبرات غير مباشرة عن الواقع لم يكن الجمهور ليدركها بدون التوعية الأمنية، فهي وسائط لتكوين خبرات شخصية للجمهور.

سيادة الحالة الأمنية في ربوع المجتمع، نتيجة لازدياد الوعي الأمني لدى الجمهور، ويزداد مع الأجهزة القائمة على محاربة الجريمة، والقبض على العابثين والمستهترين.

أهمية التوعية الأمنية

تتمثل أهمية التوعية الأمنية في النقاط التالية: (الشهراني، 2009، ص.9)

حماية الأفراد والمجتمعات من أخطار الجرائم والحوادث؛ لأن تكاليفها كثيرة ومتعددة، سواء بالنسبة للدولة أو الأفراد، وهذه التكاليف باهظة ليس فقط من حيث الجوانب المادية، بل يدخل فيها النواحي الاجتماعية والنفسية والاقتصادية.

السعي الحثيث من قبل الأجهزة الأمنية لتحقيق التوعية بتوظيف القنوات الاتصالية الفعالة والمناسبة لشرائح المجتمع المختلفة، لأن سيادة الأمن والاطمئنان تنميان الثقة وتزيدان الروابط وثوقاً، ويرسي قواعد تقدم الأمة وازدهارها، فلن ترتقي أمة دون استقرار، فإذا توافر الأمن انصرف الناس للعمل بكفاءة مطمئنين إلى حياتهم ومستقبلهم.

مشاركة المواطن للأجهزة الأمنية، ومساعدتهم في أداء أعمالهم، من خلال الإبلاغ عن المفسدين أو أي أمر يخل بالأمن، أو الإدلاء بأي معلومة ترشد رجال الأمن في القبض على المجرمين، مما يرفع الحس الأمني لدى المواطن، لأن المواطن هو رجل الأمن الأول، وكل مواطن شريك حقيقي في أمن الوطن واستقراره.

## مجالات التوعية الأمنية

تتمثل مجالات التوعية الأمنية فيما يلي: مكافحة الجريمة, التوعية المرورية, مكافحة المخدرات,توعية الأحداث والسجناء, الوعي البيئي, التوعية المائية, التوعية بالأمن الاقتصادي.

أنواع التوعية الأمنية

هناك نوعان من التوعية الأمنية، هما: (محمد، 2015، ص.136-137)

التوعية بنشر الثقافة الأمنية, التوعية الأمنية التحذيرية

دور وسائل الإعلام في التوعية الأمنية

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل وعي الجماهير في المجتمع الذي يعيشون فيه، وفي توجيه اهتماماتهم بالقضايا الأمنية؛ نظراً لقدرتها الفائقة على تقديم المعارف الأمنية بصورة مفهومة ومقبولة، لأنها تؤثر في الطريقة التي تدرك بها هذه الجماهير مختلف الأمور، وتستطيع هذه الوسائل أن تقوم برسم صورة ذهنية لدى المتلقي عن الأحداث والمواقف والدول.

ولم تعد هذه الوسائل قاصرة على نقل الحدث أو المعلومة، بل تقوم كذلك بصنع الحدث وصياغة القرار الذي يتعلق به، مما يحمله قيمًا وأفكارًا ومبادئ لها قدرة التأثير على القيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السوك، وهذا يكشف لنا عن قدرة هذه الوسائل على الإسهام الفعال في بناء الوعي، وتحديد اتجاهات الأفراد والجماعات (عبد الحليم، 2001، ص.33).

فالإعلام هو الركيزة التي يعتمد عليها الإعلام الأمني، وهو جزء لا يتجزأ منه، ويستخدم نفس وسائله التي تتمثل في الصحف، والإذاعة، والتلفزيون، ولأن الإعلام الأمني لديه مرام وأهداف ينشد تحقيقها، فلابد من الاستفادة الكاملة من تلك الوسائل، وتوظيفها التوظيف الجيد لتحقيق المطلوب. خاصة في مجال التوعية الأمنية (محمود، 2010، ص.44).

الأخبار الكاذبة

## دوافع صناعة الأخبار الكاذبة

هناك دافعان رئيسيان لإنتاج الأـخبار الكاذبة، هما: (Tandoc et al., 2017)

**الدافع المادي:** من المعلوم أن القصص الكاذبة التي تنتشر على نطاق واسع تعود بعائدات مالية كبيرة على منتجي المحتوى، نتيجة إيرادات الإعلانات التجارية التي ترتبط عادة بنسب المشاهدات وعدد المشاركات وعدد النقرات.

**الدافع الايديولوجي:** كثيراً ما تنتج مؤسسات أو أفراد أخبار كاذبة أو حتى وهمية، من أجل الترويج لأفكار معينة أو لأشخاص يدعمونهم، كما أنها توظف أيضاً لتشويه سمعة أشخاص آخرين أو حتى من أجل المحاكاة الساخرة أو الهجاء السياسي والدعاية الإخبارية.

تصنيفات الأخبار الكاذبة

هناك عدة أنواع وتصنيفات للأخبار الكاذبة تتمثل في التالي: (مشارقة، 2020)

الأخبار الخاطئة, الأخبار المزيفة, الأخبار المخادعة.

وسائل التواصل الاجتماعية والأخبار الكاذبة

لقد تزايد الحديث عن الأخبار الكاذبة بعد الانتخابات الامريكية عام 2016م وخطاب الرئيس الأمريكي الفائز بها دونالد ترامبTrump Donald، إذ أشار إلى أن وسائل الاعلان نشرت خلال الحملة الانتخابية الكثير من الأخبار الكاذبة، التي ساهمت في تضليل الشعب الأمريكي، وهو ما فتح الباب أمام العشرات من استطلاعات الرأي والمقالات الصحفية ومنها "استطلاع مؤسسة مرييديثMeredit الأمريكية للإعلام عام 2017م" الذي توصل إلى نتيجة مفادها أن 27% من مجهور المحتوى العالمي اعتبروا أن وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولة عن انتشار الأخبار الكاذبة مقابل 12% منهم للمحطات التلفزيونية و6% فقط لوسائل الإعلان المطبوعة (Moat, 2017).

ومن أهم ما يميز الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي بهذا الجانب، أنها تتميز عن الأخبار التي تنشر من خلال وسائل الإعلام التقليدية كونها (مشخصنة)، بمعنى أن القارئ الإلكتروني اليوم يقرأ الأخبار التي يرغب بها، ويشارك ما يحب، ويعلق على الخبر الذي يريد ويتفاعل معه، وكذلك يبعد عنه الأخبار غير المرغوب فيها ويختار ما يتوافق مع ميوله واتجاهاته وتطلعاته، إضافة إلى ذلك، فإن الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي هي أخبار تشاركية تفاعلية،معنى أن المتلقي يساهم بشكل كبير في تبادل ونشر الأخبار، إذ يفضل أكثرهم الأخبار الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي كونها بعيدة عن عين الرقيب والسلطة، كما هي الوسائل التقليدية التي تخضع للرقابة الصارمة (الرزن، 2018).

ويرجع أيضاً انتشار الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي لسرعة انتشارها على نطاق واسع بين المستخدمين خاصة في ظل توفر عائدات مالية، ترتبط بمعدلات المشاهدة المرتبطة هي الأخرى بعدد النقرات على تلك المحتويات، كما أثبتته نتائج دراسة أجرتها جامعة كولومبيا عام 2015م والتي أكدت على أن عددًا كبيرًا من وسائل الإعلان الجديدة ساهمت في تضليل الجمهور من أجل حصد المزيد من الزيارات والمشاهدات لموقعها (Funke, 2018).

النظريات والدارسات السابقة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: اعتمد الباحثان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري للدراسة باعتبارها تركز على الوسيلة وأهميتها للمتلقي؛ لكي يستمد منها معلوماته، ويعتمد عليها للحصول على الأخبار، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، Baran and Davis, 2011, p.324)).

علاقة النظرية بموضوع الدراسة: تظهر العلاقة في أن وسائل الإعلام بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي مصادر رئيسية يعتمد عليها الأفراد والجمهور في الحصول على الأخبار خاصة في حالات الأزمات داخل البنية الاجتماعية، التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام سواء التقليدي أو الحديث وتركز في نشاطها على المسائل والأحداث التي ترى أهميتها للنظام الاجتماعي والجمهور معاً.

نظرية الاتصال الموقفية للأزمات: كما وتعتمد الدراسة الحالية على نظرية الاتصال الموقفيةSituational Crisis Communication Theory (SCCT) والمأخوذة عن تيموثي كومبس، وتعود جذور هذه النظرية إلى نظرية العزو Attribaution Theory،

علاقة النظرية بموضوع الدراسة: تظهر العلاقة في أن أزمة جائحة كورونا تعد من أزمات الضحية،فأزمة كورونا أزمة عالمية، وهي غير مرتبطة بسمعة المؤسسات الفلسطينية، ويجب على الجهات الحكومية الفلسطينية، ومنها جهاز الشرطة الفلسطينية التصدي لما ترتب على هذه الجائحة من أزمات، تتمثل في الأخبار الكاذبة التي يتم بثها بين المواطنين الفلسطينيين.

الدراسات السابقة

اعتمد الباحثان على مجموعة من الدراسات العربية والاجنبية ذات العلاقة لخدمة اغراض البحث توجزها على النحو التالي ثم يتم التعقيب عليها من حيث اوجه الشبه والاختلاف والاهداف والافادة منها:

**دراسة (عاشور، 2020)، بعنوان: (تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid -19"دراسة ميدانية")**

**دراسة (الجحدري، 2020)، بعنوان: (المؤسسات الصحية والوسائل الإعلامية الحكومية والخاصة اللبنانية لأزمة كورونا على صفحاتها في الفيسبوك)**

**دراسة (إبراهيم، 2019)، بعنوان: (أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب)**

**دراسة (السبيعي، 2018)، بعنوان: (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الأمني لدى الجمهور السعودي: دراسة مقارنة)**

**دراسة (القحطاني، 2018)، بعنوان: (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية: دراسة مسحية).**

**دراسة (محمد ويوسف، 2018)، بعنوان: (توظيف برامج العلاقات العامة في التوعية بمخاطر الجرائم الإلكترونية – دراسة تحليلية وصفية على الإدارات المسؤولة عن الجرائم الإلكترونية "وزارة العدل، وزارة الداخلية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات" في الفترة بين 2016-2017)**

**دراسة (جاسم وعبد الغني، 2017)، بعنوان: (توظيف العلاقات العامة في بناء الوعي الأمني لمكافحة الإرهاب – دراسة مسحية للعاملين في المديرية العامة للعلاقات والإعلام في وزارة الداخلية)**

**دراسة (أبو ليلة، 2016)، بعنوان: (اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الالكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني – دراسة ميدانية)**

**دراسة (الميمان، 2015)، بعنوان: (توظيف المؤسسات الأمنية لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي في مجالات التوعية الأمنية بالمملكة العربية السعودية)**

**دراسة (السديري، 2014)، بعنوان: (توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات)**

**دراسة (Bin Naeem et al., 2020)، بعنوان: (الآفاق والمبادرات الدولية)**

**دراسة (Koohikamali and Sidorova, 2017)، بعنوان: (إعادة تبادل المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي في عصر الأخبار الزائفة)**

**دراسة (Wright and Hinson, 2013)، بعنوان: (التعرف على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، في العلاقات العامة خلال الفترة ما بين 2006-2013)**

**دراسة (Alikilic and Atabek, 2012)، بعنوان: (تبني ممارسي العلاقات العامة الأتراك لشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على الممارسين)**

**دراسة (Wrigh et al., 2009)، بعنوان: (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة في ممارسة العلاقات العامة)**

التعقيب على الدراسات السابقة

اتفقت هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في كونها جميعها استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستثناء دراسة (إبراهيم، 2019) التي استخدمت المنهج التجريبي، واتفقت أيضاً مع جميع الدراسات السابقة في كونها استخدمت أداة الاستبيان، ولكنها اتفقت فقط مع دراسة (الميمان، 2015) في استخدامها للمقابلة الشخصية، واتفقت مع جميع الدراسات السابقة في استخدامها لأسلوب العينة العشوائية البسيطة باستثناء دراسة (عاشور، 2020) ودراسة (محمد ويوسف، 2018) اللذان استخدما أسلوب العينة العمدية، ودراسة (أبو ليلة، 2016) التي استخدمت أسلوب العينة الطبقية، ودراسة (السديري، 2014) ودراسة (الميمان، 2015) اللذان استخدما أسلوب الحصر الشامل،

واختلفت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة، في كونها طبقت على الممارسين ورجال العلاقات العامة باستثناء دراسة (جاسم وعبد الغني، 2017) ودراسة (الميمان، 2015) ودراسة (السديري، 2014) التي طبقت على نفس العينة، وأيضاً اختلفت مع معظم الدراسات السابقة في كونها طبقت على فلسطين، بينما الدراسات السابقة طبقت في السعودية والسودان ومصر والجزائر وسنغافورة والولايات المتحدة الأمريكية، باستثناء دراسة (أبو ليلة، 2016) التي طبقت في قطاع غزة، واختلفت مع دراسة (إبراهيم، 2019) في كونها لم تستخدم أسلوب مجموعات النقاش المركزة.

واستفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد نوع البحث، وتجميع الإطار النظري للدراسة، وتحديد نوع عينة الدراسة بعد الرجوع إلى الدراسات السابقة، ومحاور وفقرات الاستبيان، وتحديد مصطلحات الدراسة، والمعالجات الإحصائية المناسبة، والتعرف على العديد من الكتب العلمية والمراجع التي تخدم وتثري الدراسة الحالية.

وتمتاز الدراسة الحالية في كونها تتطرق إلى موضوع نعايشه في فلسطين خلال أزمة كورونا وهو انتشار الأخبار الكاذبة، مما يتطلب قيام جهاز الشرطة المسؤول على التوعية الأمنية باستخدام شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي في سبيل التصدي لهذه الأخبار؛ للحد من تداعياتها السلبية على المواطن والمجتمع الفلسطيني.

منهجية الدراسة

نوع البحث ومنهجه

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي بأسلوبه الكمي والكيفي؛ لملائمته لأغراض الدراسة،

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة لجهاز الشرطة الفلسطينية، ومتابعين صفحة الشرطة على شبكة الفيسبوك في الضفة الغربية.

عينة الدراسة

عينة المتخصصين والخبراء: تم اختيار عينة غير عشوائية قصدية من مدراء العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة الفلسطينية بالضفة الغربية، ومسؤول صفحة شبكة التواصل الاجتماعي، فقد تم إجراء مقابلة شخصية معهم.

عينة الجمهور: تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من الجمهور الفلسطيني المتابع لصفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على الفيسبوك، ومن ثم تم توزيع استبانة الدراسة عليهم الكترونياً, ويبلغ عدد متابعين صحفة جهاز الشرطة الفلسطينية على الفيس بوك 278.406 متابع. وتمثلت عينة الدراسة ب (384) مفردة تم توزيع الاستبانة عليهم الكترونياً.

أدوات الدراسة

استخدم الباحثان اداتي المقابلة والاستبيان حيث قام الباحثان بتصميمها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات

وقد تكونت أداة الدراسة(الاستبانة) من جزأين:

**الجزء الأول**: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة.

**الجزء الثاني**: واشتمل على (58) فقرة موزعة على سبعة مجالات هي: (منصات التواصل الاجتماعي، ويتابع جهاز الشرطة على شبكه الفيسبوك، ومتابعه الشرطة الفلسطينية على شبكة فيسبوك، وتوظيف العلاقات العامة لشبكه الفيسبوك من خلال صفحه الشرطة، والاستراتيجيات الاتصالية المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة للتصدي للأخبار الكاذبة، وفاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا، ونتائج توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمينة ضد الأخبار الكاذبة خلال ازمة كورونا)، إضافة إلى سؤالين من نوع الاختيار من متعدد، حول أي من القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا؟ وما هي أفضل طريقة للتصدي للأخبار الكاذبة التي انتشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية.

جدول رقم (1):

**مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس (ليكرت) الخماسي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الدرجة | الاستجابة | | | | |
| موافق بشدة | موافق | غير متأكد | غير موافق | غير موافق بشدة |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجتها.

صدق الأداة

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والتخصصات الأخرى، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها.

ثبات الأداة

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا حيث تبين أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (76.9-96.4) للمجالات الأول (منصات التواصل الاجتماعي) والرابع (توظيف العلاقات العامة لشبكه الفيسبوك من خلال صفحه الشرطة) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (96.8) وهو معامل ثبات عالٍ ويفي بأغراض البحث العلمي.

إجراءات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

* إعداد أداتي الدراسة بصورتها النهائية.
* تحديد أفراد عينة الدراسة.
* قام الباحثان بتوزيع الأداة الكترونياً، وقد تم استرجاع (384) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد (384) عينة الدراسة.
* إدخال البيانات إلى الحاسب، ومعالجتها إحصائيًا باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)
* استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

المعالجات الإحصائية

بعد تفريغ إجابات أفراد العينة على الأداة (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ((SPSS،

نتائج الدراسة

1- نتائج الاستبيان

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا: دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية نموذجاً، ومن أجل تحقيق ذلك، استخدم الباحث استبانة مؤلفة من سبعة مجالات و(58) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (384) من مواطني الضفة الغربية، بالإضافة إلى سؤالين من نوع الاختيار من متعدد حول نفس الموضوع. وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة:

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

فيما يلي عرض لنتائج الدراسة وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس, والذي ينص على: ما مدى توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا في دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذا السُّؤال، تمَّ استخراج المتوسِّطات الحسابيَّة، والانحرافات المعياريَّة، لمجالات أداة الدراسة؛ إذ حسبت طول المدى وهو (5-1 = 4) ثم قسمته على 5 فترات (4/5 = 0.8) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمد الباحث التقدير التَّالي، للفصل ما بين الدَّرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

المتوسط الحسابي (21.4 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.

المتوسط الحسابي (41.3-20.4 ويعادل 68.2%-84.0) درجة كبيرة.

المتوسط الحسابي (61.2-40.3 ويعادل 52.2%-68.0%) درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي (81.1-60.2 ويعادل 36.2%-52.0%) درجة قليلة.

المتوسط الحسابي (أقل من 81.1) درجة قليلة جداً.

واتضح من خلال البيانات أن مجالات (توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا: دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.21) و (4.20) وهما المجلات (منصات التواصل الاجتماعي) و(يتابع جهاز الشرطة على شبكه الفيسبوك)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.58).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة السؤال الرئيسي

والذي ينص على: ما مدى توظيف العلاقات العامة والاعلام في الشرطة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

وللإجابة عن هذا السُّؤال، تمَّ استخراج المتوسِّطات الحسابيَّة، والانحرافات المعياريَّة، للمجال أداة الدراسة الرابع (توظيف العلاقات العامة لشبكه الفيسبوك من خلال صفحه الشرطة)، حيث تبين أن فقرات (توظيف العلاقات العامة لشبكه الفيسبوك من خلال صفحه الشرطة) كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين(3.49) و (3.60) وهما الفقرات (اهتمت صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على تزويدك بالإحصائيات الدقيقة وأعداد الحالات المصابة بفيروس كورونا داخل فلسطين) و (اهتمت صفحة الفيسبوك لجهاز الشرطة الفلسطينية باطلاعك على الإنجازات والفعاليات التي قامت بها الوزارة للحد من انتشار فيروس كورونا)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.55).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول

والذي ينص على: ما هي الاستراتيجيات المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية للتصدي للأخبار الكاذبة المنشورة على شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"؟

وللإجابة عن هذا السُّؤال، تمَّ استخراج المتوسِّطات الحسابيَّة، والانحرافات المعياريَّة، للمجال أداة الدراسة الخامس (الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة للتصدي للأخبار الكاذبة)، واتضح أن فقرات (الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة للتصدي للأخبار الكاذبة) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين(3.02) و (3.64) وهما الفقرات (ألقت الشرطة الفلسطينية اللوم على أشخاص أو مؤسسات تسببوا بحدوث أزمة جائحة كورونا عبر صفحتها) و (قامت الشرطة الفلسطينية بتوظيف صفحتها لتقديم المعلومات الإرشادية والخدمات المتعلقة بأزمة كورونا)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.38).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: ما فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا؟

وللإجابة عن هذا السُّؤال، تمَّ استخراج المتوسِّطات الحسابيَّة، والانحرافات المعياريَّة، للمجالي أداة الدراسة السادس (فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا) وللمجال السابع (نتائج توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمينة ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا)، حيث اتضح أن فقرات (فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين(3.08) و (3.73) وهما الفقرات (قامت صفحة الشرطة الفلسطينية بالتعامل مع خبر أن فايروس كورونا لا وجود له وهو عبارة عن مؤامرة عالمية) و (تتابع الشرطة الفلسطينية عبر صفحتها الأخبار وتتأكد من صحتها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.49).

أما بالنسبة لفقرات (نتائج توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمينة ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا) كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.45) و (3.62) ، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.49).

النتائج المتعلقة بسؤالي الدراسة الاختيار من متعدد

**السؤال الأول: برأيك، أي من القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للسؤال الأول، أي من القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا (حسب استجابات عينة الدراسة)، حيث تبين ان المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا كانت وسائل التواصل الاجتماعي وبنسبة (72.7%) يليها التلفزيون وبنسبة 53.4%، ومن ثم مواقع الانترنت الصحفية وبنسبة 34.4%، في المقابل كانت أدنى أي من القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا هي البريد الالكتروني وبنسبة 11.2%، والصحف وبنسبة 17.7%، ومن ثم الراديو وبنسبة 26.3%، وأخرى وبنسبة 2.7%

**السؤال الثاني: برأيك، ما هي أفضل طريقة لتصدي للإخبار الكاذبة التي انتشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية؟**

للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثاني، ماهي أفضل طريقة للتصدي للأخبار الكاذبة التي انتشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية (حسب استجابات عينة الدراسة)،

حيث تبين ان المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. وقد بينت النتائج أن أعلى أفضل طريقة للتصدي للأخبار الكاذبة التي أنشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية كانت الفيديو وبنسبة (60.7%) يليها الصور وبنسبة 47.1%، ومن ثم إحصائيات وبنسبة 41.4%، في المقابل كانت أدنى أفضل طريقة للتصدي للأخبار الكاذبة التي أنشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية هي فيديو جرافيك وبنسبة 19.0%، والانفوجرافيك (رسومات ونص) وبنسبة 31.5%، ومن ثم أخرى وبنسبة 2.1%

النتائج المتعلقة بأسئلة استخدامات شبكة الفيسبوك

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (19) ) في الملحق (و) صفحة 181 أن فقرات (يتابع جهاز الشرطة على شبكه الفيسبوك) كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.50) و (4.20) وهما الفقرات (اعتمد على استخدام التويتر في مواقع التواصل الاجتماعي) و (اعتمد على استخدام الفيسبوك في مواقع التواصل الاجتماعي)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.21).

يتضح من خلال البيانات أن فقرات (مساهمة جهاز الشرطة على شبكه الفيسبوك في الحصول على المعلومات) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.91) و(4.39) وهما الفقرات (يساعد الفيسبوك بأغراض الدراسة) و(يساعد الفيسبوك على التواصل مع الاخرين)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.20).

يتضح من خلال البيانات أن فقرات (متابعه الشرطة الفلسطينية على شبكه فيسبوك) كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.58) و(4.01) وهما الفقرات (لمتابعه نشاطات الشرطة الفلسطينية) و(للحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.71)

2- نتائج المقابلات

يتضمن هذا الجزء من الدراسة التحليل الكيفي، والذي تم من خلال إجراء مقابلات مع عينة من مدراء العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة الفلسطينية بالضفة، وممثلة بكل من العميد الحقوقي ليث زيدان، مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام، والعقيد لؤي ازريقات مدير وحدة الإعلام والناطق باسم الشرطة الفلسطينية، المقدم وليد سليم، مسؤول صفحة الفيسبوك والموقع الرسمي للشرطة. وذلك بهدف الإجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة " ما مدى توظيف دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟"

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي

ما مدى توظيف دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

تم الإجابة عن السؤال الرئيسي عبر خمسة محاور:

المحور الأول: اعتماد جهاز الشرطة الفلسطيني على شبكة الفيسبوك خلال جائحة كورونا

أظهرت نتائج المقابلات أن ممارسي العلاقات العامة بجهاز الشرطة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كافة، وأهمها الفيسبوك، إضافة إلى الوسائل التقليدية، وأجمع المختصون على أن صفحة الفيسبوك التابعة لجهاز الشرطة كانت الأكثر استخدامًا في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة في ظل أزمة كورونا، وذلك بسبب وصولها إلى أكبر شريحة من المجتمع الفلسطيني.

كما أظهرت نتائج المقابلات تزايد اعتماد دائرة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة على شبكة الفيسبوك مقارنة مع ما قبل أزمة كورونا، وتزايد متابعي الصفحة، وذلك بسبب التواصل والتحديث المستمر من قبل الدائرة مع جمهورها.

ويرى مدراء العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة أن الفيسبوك شكل نافذة مهمة لجهاز الشرطة في التواصل مع المواطنين وتوعيتهم، كونه أداة اتصالية فعالة في نقل المعلومات وإيصالها بشكل سريع، وخصوصًا في أزمة كورونا التي خلقت واقعًا جديدًا يعتمد على التباعد الاجتماعي.

المحور الثاني: الآليات المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية

أجمع ممارسو العلاقات العامة على الآليات المستخدمة لديهم في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة، والتي تمثلت بالتواصل الفوري مع الجمهور على شبكة التواصل الاجتماعي والتواصل الوجاهي التي تمثل بوجود عناصر الشرطة في الميدان ومنها:

1. وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والواتس اب).
2. الموقع الرسمي جهاز الشرطة الفلسطينية.
3. ورشات ولقاءات وحملات توعوية تثقيفية في مختلف المحافظات.
4. وسائل الإعلام المختلفة (المسموعة والمرئية): برنامج أسبوعي للناطق باسم الشرطة على إذاعة راية.
5. المطبوعات: بروشورات توضيحية توعوية.
6. الإعلام الحكومي: برنامج خاص لجهاز الشرطة الفلسطينية على تلفزيون فلسطين.
7. الفيديوهات التوعوية: فن الكاريكاتير وأغنية تخص فيروس كورونا وفيلم تمثيلي موجهه إلى عمال الداخل.

المحور الثالث: توظيف نظرية الاتصال الموقفية للأزمات والاستراتيجيات الاتصالية المتبعة للتوعية الأمنية لمحاربة الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا

بينت نتائج المقابلات أن دائرة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة الفلسطينية قام بإعداد خطة استراتيجية اتصالية، من أجل مواجهة الأخبار الكاذبة، فيما اعتمدت الوحدة في خطتها الاستراتيجية، تقييم المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، وملاحقة مطلقي هذه الأخبار وإحالتهم لجهات المختصة، والتواصل مع المواطنين عبر وسائل الاتصالية المختلفة.، وتبين أن دائرة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة تعتمد على معيار الدقة، والشفافية ومن ثم السرعة في ورايتها مع جمهورها، وتقوم بتقنين بعض الحقائق والمعلومات التي تمس الأمن المجتمعي والسلم الأهلي والأسرة.

المحور الرابع: محتوى صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك وآليات رصد أراء الجمهور

أظهرت نتائج المقابلات تنوع أشكال التغطية في محتوى صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية والتي كانت تتمثل باستخدام دائرة العلاقات العامة أشكالًا مختلفة، ومنها:

* 1. النص (الأخبار).
  2. الصوت والصورة (بروشورات -افوجرافك –الفيديوهات التوعوية -الرسوم المتحركة والسبوت الإذاعي -الأفلام الوثائقية).
  3. الإحصائيات.
  4. البيانات والتصريحات الرسمية.
  5. البث المباشر.

بين مسؤول صفحة الفيسبوك في جهاز الشرطة أن لديهم مجموعة من الضباط المتخصصين في رصد آراء الجمهور عن طريق:

- التفاعل معهم، والرد على استفسارات الجمهور.

- استقبال الشكاوى عن طريق آلية الرد الفوري عبر صندوق البريد الخاص بالصفحة، والتعامل بجدية ومتابعتها.

- الاعتماد على خاصية في الفيسبوك وهي حذف المصطلحات المسيئة تلقائياً.

وقد أكد، مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام العميد الحقوقي ليث زيدان أن هناك اهتمامًا كبيرًا ومتزايدًا بموضوع التفاعل مع الجمهور.

المحور الخامس: مواجهة الأخبار الكاذبة وتعزيز الوعي الأمني خلال أزمة كورونا عبر صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك

وفقًا لإدارة العلاقات العامة والإعلام، فقد واجهت الإدارة الأخبار الكاذبة بتقديم المعلومات والحقائق عبر صفحتها على الفيسبوك، فيما يتوافق مع المصلحة العامة والخاصة ضمن القانون والنظام الذي ينص على الحفاظ على السلم الأهلي.

وفيما يتعلق بمواجهة الأخبار الكاذبة، أكد ممارسو العلاقات العامة أن الفيسبوك لعب دورًا مهمًا فيها؛ لأنها شكلت قاعدة جماهيرية تفاعلية، عبر إشراك المواطنين من كافة الفئات، والعمل على إنتاج مواد توعوية تثقيفية؛ لتعزيز وعي المواطنين المسبق للتعامل مع الأخبار الكاذبة، وكان هناك أكثر من وسيلة معتمدة، ومنها:استخدام البيانات الصحفية التي كانت تصدر من قبل الناطق باسم الشرطة العقيد لؤي ازريقات، وإعادة نشر المنشورات التي تحتوي على الأخبار الكاذبة ونفيها، وتقديم الحقيقة مع تخصيص زاوية لها على شبكة الفيسبوك والموقع الرسمي لجهاز الشرطة،إضافة إلى التواصل مع الجهات المختصة والإعلام الرسمي.

وقد أوضح وليد سليم مسؤول صفحة الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك أن جهاز الشرطة يعمل بشكل متواصل على مدار الساعة للتواصل مع جمهوره فيما يتعلق بتوعيتهم بمختلف الموضوعات، سواء التوعية الأمنية (الاغلاقات -التسكير -الأخبار الكاذبة) والتوعية الصحية (حملات التطعيم وإجراءات الوقاية).

وأوضح مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام ليث زيدان أن دائرة العلاقات العامة كانت تتعامل مع الأخبار الكاذبة والإشاعات التي انتشرت خلال فترة جائحة كورونا، والتي أدت إلى ضرر وقلق وزعزعة في أمن المجمع، حيث لجأت لتوضيح الحقائق عبر المنشورات والتصريحات الإعلامية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث

ما دور صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

أوضحت نتائج المقابلات تزايد دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك حيث أن وحدة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية ركزت في فترة جائحة كورونا على تنشيط صحفتها في مجالي التوعية والتواصل، وتنوعت في أنشطتها ما بين حمالات وبرامج إذاعية وتلفزيونية. واتفق ممارسو العلاقات العامة والإعلام على أن شبكة الفيسبوك لعبت دورًا محوريًا في تحسين صورة جهاز الشرطة أمام جمهورها، وذلك من خلال تواجدهم وتواصلهم المستمر معهم.

وكان لشبكة الفيسبوك دور في كسر الحواجز ما بين جهاز الشرطة وجمهورها، حيث سهلت التعامل معهم والتواصل الدائم.

ولا ننسى أنه كان لها دور كبير عبر متابعة جهاز الشرطة لصفحات أو أشخاص ممن قاموا بنشر أخبار كاذبة، وذلك من خلال دمغ الخبر بالأحمر ونفي الخبر، وإعادة نشره على صفحة الشرطة.

وقد أجمع ممارسو العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية إلى أهمية الدور الذي تلعبه صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك، باعتبارها نافذة مطلة على المواطنين، والوسيلة الأقوى والأكثر انتشارا وجماهيرية.

وقد أشار الحقوقي ليث زيدان، مدير إدارة العلاقات العامة والإعلام أن شبكة الفيسبوك لعبت دورًا في توعية المواطنين، وسهلت التواصل معهم بشكل مباشر على جميع الأصعدة، سواء كانت توعوية ضد الأخبار الكاذبة والشائعات ومكافحة المخدرات والجرائم الالكترونية وحماية الأسرة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع

ما هي إيجابيات شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

أظهرت نتائج المقابلات أن أبرز إيجابيات شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا كالتي:

- تحظى شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بمتابعة عالية من مختلف فئات المجتمع حيث تتميز بسهولة الاستخدام، وأيضًا خاصية التفاعلية.

- وصولها إلى أكبر شريحة من الجمهور الفلسطيني بأسرع وقت وأقل جهد وتكلفة.

- شكلت قاعدة جماهيرية لمواجهه الأخبار الكاذبة والتواصل مع الجمهور.

- عززت الوعي لدى الجمهور من خلال خاصية التفاعل على الصفحة وإشراك المواطنين فيها.

- تعزيز الوعي الأمني والصحي لدى الجمهور الفلسطيني.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس

ما هي المعيقات التي تحد من دور شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

أظهرت نتائج المقابلات أن أبرز المعوقات التي أجمع عليها المدراء هي:

- نقص الكوادر البشرية مقارنة بحجم العبء الذي تشكل بسبب الأزمة.

- ضغوطات العمل والأعباء على ممارسي العلاقات العامة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة.

- الأعطال العامة على الانترنت بشكل عام وعلى شبكة الفيسبوك بشكل خاص، بالإضافة إلى الاختراقات "الهكرز".

- نقص في الإمكانيات وآليات الرصد التي تدعم الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة وملاحقة مطلقيها.

- سلبية التعليقات من قبل الجمهور التي تهدف للإساءة والتشهير.

- انتشار الصفحات والحسابات الوهمية التي تقوم بإطلاق الأخبار الكاذبة بهدف الحصول على الإعجاب وزيادة عدد المشتركين لديهم.

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة نتائج السؤال (الرئيسي):

والذي ينص على: ما مدى توظيف شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا في دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية؟

1. أشارت النتائج إلى أن فقرات محور (توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا) من وجه نظر الجمهور كانت جميعها الكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وحسب رأي المبحوثين فقد تمكنت العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية بتزويد المواطنين بالمعلومات والإحصائيات حول أعداد الاصابات بفايروس كورونا، كما اهتمت العلاقات العامة باطلاع جمهورها حول إنجازاتها وفعاليتها للحد من انتشار الفايروس، وقامت بمحاربة الأخبار الكاذبة والشائعات حول الفايروس، وتزويدهم بالإرشادات التوعوية، والتي كانت كافية وشاملة من وجهة نظر المبحوثين، كما وظفت العلاقات العامة صفحتها على شبكة الفيسبوك منذ بداية تفشي جائحة فيروس كورونا كأداة للتواصل والتفاعل مع الجمهور.

يرى الباحثان أن دائرة العلاقات العامة وظفت صفحتها بشكل جيد خلال الأزمة، إذ إن الجمهور يولي اهتماماً حول أعداد الإصابات والإحصائيات والإرشادات التوعوية، ومحاربة الأخبار الكاذبة التي خرجت خلال أزمة كورونا، وتنوع محتواها، واستخدامها كأداة تواصلية تفاعلية.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (السديري، 2014)، التي أظهرت أن وقائع توظيف شبكة التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات جاء بدرجة مرتفعة جداً، بما تحمله من إيجابيات؛ للحفاظ على عقيدة المجتمع السعودي، وتنمية الحس الأمني اللازم للرد على الشائعات، كما اختلفت مع دراسة (محمد ويوسف،2018) التي توصلت إلى نتيجة أن العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات هي المسؤولة عن الجرائم الالكترونية وما يخصها في مجال التوعية، واعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية، وعدم الاهتمام باستخدام الإعلام الرقمي في التوعية.

أما نتائج المقابلات المتعلقة بما مدى توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا، جاءت كالتالي:

1. يعتمد ممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمها شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مجال التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة في ظل أزمة كورونا، وذلك بسبب وصولها إلى أكبر شريحة من المجتمع الفلسطيني، مما أدى إلى تزايد اعتماد جهاز الشرطة عليها بتقديم المعلومات والحقائق، ونفي الأخبار الكاذبة وملاحقة مطلقيها. وتنوعت أشكال التغطية في صفحة جهاز الشرطة ما بين (الأخبار، الفيديوهات التوعوية، الإنفوجرافك، الاحصائيات، البيانات والتصريحات الرسمية، البث المباشر، والأفلام الوثائقية)، كما أظهرت النتائج أن دائرة العلاقات العامة في الشرطة تقوم بالتفاعل المباشر عبر صفحتها على الفيسبوك، والرد على استفسارات الجمهور عبر استقبال الشكاوى عن طريق الرد الفوري.

ويتفق ذلك مع نتائج التحليل الكمي الذي بين أن الجمهور يعتمد على استخدام شبكة الفيسبوك للحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام، والاطلاع على معدل الإصابات بفيروس كورونا والأخبار المتعلقة بها.

واتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة (Alikilic and Atabek,2012) التي أظهرت أن ممارسين يقُدرون بدرجة عالية أهمية وسائل الاعلام الاجتماعية في ممارسة العلاقات العامة.

أما بالنسبة للأسئلة الفرعية فقد جاءت نتائجها كالتالي:

السؤال الفرعي الأول الذي ينص:

ما هي الاستراتيجيات المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية للتصدي للأخبار الكاذبة المنشورة على شبكة الفيسبوك؟

1. تبين النتائج أن فقرات محور (الاستراتيجيات الاتصالية المتعبة من قبل دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة للتصدي للأخبار الكاذبة) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، وكانت أعلى فقراتها (قامت الشرطة الفلسطينية بتوظيف صفحتها لتقديم المعلومات الإرشادية والخدمات المتعلقة بأزمة كورونا) وتليها (استخدمت الشرطة الفلسطينية منشورات شكرت فيها الجمهور على تعاونهم والتزامهم خلال جائحة كورونا)، وتظهر هذه النتائج حسب رأي المبحوثيين أن صفحة الشرطة الفلسطينية اهتمت خلال أزمة كورونا بتزويدهم بالأخبار والمعلومات المتعلقة بفايروس كورونا والتصدي للأخبار الكاذبة.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة قامت بتوظيف الاستراتيجيات الاتصالية بشكل فعال؛ لإيصال المعلومات لجمهورها، ومن جانب آخر، كان هناك رغبة من الجمهور في معرفة المعلومات صحة الأخبار المتداولة المتعلقة بأزمة كورونا في ظل الظروف الحرجة التي تأثر على سير حياتهم وأمنهم.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (إبراهيم،2019) التي توصلت إلى أن الشباب يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات والتواصل مع الآخرين، ومع دراسة (2) التي تؤكد على اعتماد الطلبة على شبكة التواصل الاجتماعي كصدر للمعلومات، وأخذها على محمل الثقة ومشاركتها مع مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي.

بينت نتائج المقابلات أن دائرة العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة أعدت خطة استراتيجية اتصالية من أجل مواجهة الأخبار الكاذبة عبر تقديم الحقائق والمعلومات بدقة وشفافية، وإنكار بعض الحقائق، من أجل الحفاظ على الأمن المجتمعي، إضافة إلى استراتيجية الاعتذار عند نشر أخبار غير دقيقة.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة بأهمية إعداد وتجهيز خطط استراتيجية اتصالية عند وقوع الأزمات، من أجل الحفاظ على الوعي الأمني لدى المواطنين، وخلق حلقة تواصل دائم مع الجمهور؛ وذلك للحفاظ على صورتهم الذهنية.

اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (السديري، 2014)، التي أشارت إلى أن وقائع توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات انعكس بطريقة فعالة على أفراد المجتمع السعودي، التي كان لها دور كبير في الحفاظ على عقيدة المجتمع، وتنمية الحس الأمني للرد على الشائعات ودحضها.

السؤال الفرعي الثاني الذي ينص:

ما فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا؟

1. أشارت النتائج إلى أن فقرات المحور(فاعلية دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك لجمهورها خلال أزمة كورونا) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، وكانت أعلى فقراتها (تتابع الشرطة الفلسطينية عبر صفحتها الاخبار وتتأكد من صحتها)، وتليها (قامت صفحة الشرطة الفلسطينية بالتعامل مع خبر أن فايروس كورونا لا وجود له وهو عبارة عن مؤامرة عالمية)، من وجه نظر المبحوثين بينت هذه النتيجة أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة قامت بمتابعة الأخبار الكاذبة والتحري من صحتها ونشرها لحظة بلحظة عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى اهتمام دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة على التوعية الأمنية للمواطنين ضد الأخبار الكاذبة التي سببت قلق وذعر لديهم خلال أزمة كورونا، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Bin Naeem et al., 2020)، التي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في انتشار الأخبار الكاذبة خلال ازمة كورونا، مما تطلب تكاثف الجهود بين علماء الصحة وممارسو الإعلام والصحفيين؛ للقيام بواجبهم المهني في ملاحقة الأخبار الكاذبة وتجنب انتشارها.

1. أما بالنسبة إلى فقرات المحور (نتائج توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا) كانت جميعها كبيرة، وكانت أعلى فقراتها (باعتقادك محتوى صفحة الشرطة الفلسطينية عبر الفيسبوك كان ممتازاً) وتليها (بعد متابعتك لمنشورات صفحة الشرطة الفلسطينية عبر الفيسبوك، برأيك المنشورات كانت مفيدة وكافية في رفع الوعي حول فيروس كورونا).

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة بجهاز الشرطة قام بتوظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الأمنية لدى المواطن الفلسطيني خلال أزمة كورونا في مواجهة الأخبار الكاذبة، حيث استطاعت صفحة الشرطة أن تعزز الثقة ما بينها وبين جمهورها عبر منشوراتها، والتي كانت برأي المبحوثين مفيدة وكافية لرفع وعيهم الأمني والصحي، وترتبط هذه النتيجة مع دراسة (Wrightand Hinson, 2013)، التي تؤكد على أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك في التواصل مع الجمهور؛ لما له من تأثير على مواقفهم وسلوكياتهم وآراءهم تجاه المؤسسة.

السؤال الفرعي الثالث الذي ينص:

ما دور صفحة جهاز الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا، من وجهة نظر دائرة العلاقات العامة حسب المقابلات، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

تبين النتائج أن ممارسي العلاقات العامة بجهاز الشرطة أشادوا بالدور الكبير التي تقوم به شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطتها وبرامج التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة فترة جائحة كورونا، حيث قام جهاز الشرطة بإعداد حملات إعلامية وبرامج إذاعية وتلفزيونية، والتي ساهمت في تحسين صورة جهاز الشرطة أمام جمهورها من خلال تواصلهم الدائم معهم. كما اتفقوا على دور شبكة الفيسبوك في مواجهة الأخبار الكاذبة، سواء دمغ الخبر بالأحمر أو نفي الخبر، وإعادة نشره على صفحته. وأشار المستجيبين على اعتمادهم على شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة، ويعود ذلك كونها الوسيلة الأقوى والأكثر انتشاراً.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة أن دائرة العلاقات العامة تدرك فعالية شبكة الفيسبوك في دعم أنشطتها وبرامجها التوعوية الأمنية، وذلك بسبب ميزتها في الانتشار السريع والوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور، وايصال الرسائل التوعية الامنية، ومواجهة الأخبار الكاذبة. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أبو ليلة، 2016)، والتي أشارت إلى أن الجمهور يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في تمنية وعيهم الأمني. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (القحطاني، 2018)، التي توصلت إلى أن من أهم استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية من خلال إنشاء حسابات أمنية رسمية لتوعية المواطنين وتحذيرهم من المخاطر.

السؤال الفرعي الرابع الذي ينص:

ما هي إيجابيات شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

تبين نتائج هذه السؤال أن أبرز الايجابيات التي أجمع عليها من تم مقابلتهم:

- تحظى شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بمتابعة عالية من مختلف فئات المجتمع حيث تتميز بسهولة الاستخدام وأيضا خاصية التفاعلية.

- تتميز شبكة الفيسبوك بوصولها إلى أكبر شريحة من الجمهور الفلسطيني بأسرع وقت وأقل جهد وتكلفة.

- تشكل شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك قاعدة جماهيرية لمواجهه الأخبار الكاذبة والتواصل مع الجمهور.

- تعزز شبكة الفيسبوك الوعي لدى الجمهور من خلال خاصية التفاعل على الصفحة وإشراك المواطنين فيها.

- تساهم شبكة الفيسبوك في تعزيز الوعي الأمني والصحي لدى الجمهور الفلسطيني.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن إيجابيات شبكة التواصل الاجتماعي " الفيسبوك" دعمت عمل ممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة كورونا، والتي سهلت وصولهم إلى عدد كبير من الجمهور الفلسطيني.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة (دراسة القحطاني، 2018)، التي توصلت إلى أن إيجابيات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية بناء جبهة قوية قادرة على التصدي للجريمة والعنف والإرهاب. وتتفق أيضًا مع نتيجة دراسة (علة، 2020)، التي توصلت إلى أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا.

السؤال الخامس الذي ينص:

ما هي المعيقات التي تحد من دور شبكة الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة كورونا؟

أظهرت نتائج المقابلات أن أبرز المعوقات التي أجمع عليها المدراء هي:

- نقص الكوادر البشرية مقارنة بحجم العبء التي تشكل بسبب الأزمة.

- ضغوطات العمل والأعباء على ممارسي العلاقات العامة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة.

- الأعطال العامة على الانترنت بشكل عام وعلى شبكة الفيسبوك بشكل خاص، بالإضافة إلى الاختراقات " الهكرز"

- نقص في الإمكانيات وآليات الرصد التي تدعم الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة وملاحقة مطلقيها.

- سلبية التعليقات من قبل الجمهور التي تهدف للإساءة والتشهير.

- انتشار الصفحات والحسابات الوهمية التي تقوم بإطلاق الأخبار الكاذبة بهدف الحصول على الإعجاب وزيادة عدد المشتركين لديهم.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن شبكات الفيسبوك التي تمتاز بالمرونة والسرعة الفائقة في نقل المعلومات من جهة، ومن جهة أخرى شكلت شبكة الفيسبوك صعوبة في السيطرة على مستخدمي الشبكة التي أتاحت المجال أمامهم في مشاركة الأخبار الكاذبة وتناقلها وسهولة إنشاء حسابات وهمية على شبكة الفيسبوك.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (إبراهيم، 2019)، التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي شكلت مصدر قلق سياسي لدى الشباب بسبب الأخبار الكاذبة التي كانت تنشتر عليها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (السديري،2014)، والتي حددت المعوقات التي تحد من توظيف شبكات التواصل في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، والتي كانت تتمحور حول رغبة الجمهور في معرفة أي خبر مثير دون التحقق من صحته، إضافة إلى سهولة تأثر بعض مستخدمي الشبكات بما ينشر من شائعات، وضعف الأنظمة واللوائح العقابية المطبقة ضد مروجي الشائعات. وتتفق مع دراسة (الميمان،2015) التي أظهرت بدرجة كبيرة المعوقات التي تواجه المؤسسات الأمنية عند توظيف وسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي.

مناقشة نتائج الدراسة المتعلقة بالأسئلة من نوع الاختيار المتعدد

1. بينت النتائج أن أعلى القنوات الأنسب للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا كانت وسائل التواصل الاجتماعي يليها التلفزيون، ومن ثم مواقع الانترنت الصحفية، في المقابل كانت أدنى القنوات للحصول على المعلومات الأمنية التوعوية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا، هي البريد الالكتروني والصحف ومن ثم الراديو وأخرى.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن توجه الجمهور يكمن في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك لسهولة استخدامها وتوافرها مع أكبر شريحة من الجمهور، ويليه التلفزيون باعتباره الوسيلة الرسمية لمصدر المعلومات التي تحظى بثقة الجمهور.

ولا تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (المميمان، 2015) التي أظهرت أن الجمهور يوافق بدرجة متوسطة على الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الأمنية.

1. بينت النتائج أن أعلى طريقة للتصدي للأخبار الكاذبة التي انتشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية كانت الفيديو يليها الصور ومن ثم الإحصائيات، في المقابل كانت أدنى طريقة للتصدي للأخبار الكاذبة التي انتشرت خلال جائحة فيروس كورونا عبر صفحة الشرطة الفلسطينية هي فيديو جرافيك والانفوجرافيك (رسومات ونص)، ومن ثم أخرى.

ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن الجمهور يميل أكثر لمتابعة الفيديوهات لأنها تجمع ما بين الصوت والصورة والنص، وتوفر الوقت والجهد.

النتائج المتعلقة بأسئلة استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك

1. بينت النتائج أن أعلى المنصات التي يتم استخدامها من قبل المبحوثيين كانت شبكة الفيسبوك ومن ثم يليها الانستغرام ومن ثم السناب شات ومن ثم التيكتوك، في المقابل كانت أدنى منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا وهو توتير. وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن شبكة الفيسبوك كانت من أوائل وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً في فلسطين حسب إحصائية ايبوك،2021.
2. تبين النتائج أن أعلى سبب لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك كان (للتواصل مع الاخرين)، ويليه (تبادل المحتوى بين الأشخاص)، ومن ثم (الترفيه والتسلية)، وأخيراً (الحصول على المعلومات والأخبار)، وفي المقابل كانت أدنى الأسباب هي (الأسباب المهنية)، و (أغراض الدراسة). وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن مستخدمي الشبكة يعتمدون على الفيسبوك في التواصل مع الآخرين سواء كانت في الاتصال أو الرسائل النصية، وذلك لسهولة التعامل، وقلة التكلفة.
3. تبين النتائج أن أعلى سبب لمتابعة صفحة الشرطة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك كانت (الحصول على المعلومات بشكل عام)، ويليه (الاطلاع على معدل الاصابات بفايروس كورونا داخل فلسطين)، ومن ثم (لمصلحة مجال العمل)، ومن ثم (للبحث عن المعلومات والأخبار الصحيحة فيما يتعلق بكورونا)، ومن ثم (من باب الفضول)، وفي المقابل كان أدنى سبب هو (لمتابعة أنشطة الشرطة الفلسطينية). ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن الجمهور خلال جائحة كورونا كانت أولولياته في الحصول على المعلومات والأخبار ومعدلات الاصابات بالفايروس بعيداً عن اهتمامه بأنشطة الشرطة التي لا تتعلق بفايروس كورونا.

التوصيات

بناء على النتائج السابقة يوصي الباحثان بما يلي:

1. الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة، إدراجها ضمن أولويات عمل ممارسي العلاقات العامة كوسيلة توعوية إرشادية أمنية، وذلك لأنها تحظى بمتابعة كبيرة من قبل الجمهور الفلسطيني.
2. على جهاز الشرطة الفلسطينية الاهتمام بكافة منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، للوصول إلى مختلف شرائح المجتمع الفلسطيني، ومنها التيكتوك والسناب شات التي تحظى باهتمام فئة الشباب، وزيادة عدد متابعي الجهاز على وسائل التواصل الاجتماعي.
3. توفير الكوادر البشرية متخصصة في العلاقات العامة والإعلام في جهاز الشرطة الفلسطينية، إضافة إلى متخصصين في العمليات الاتصالية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
4. ضرورة إعداد خطط استراتيجية متكاملة سواء قبل، أو أثناء، أو بعد الأزمات، وتنفيذ اتصالات مدروسة ومعدة لها مسبقاً من أجل تحقيق الاتصال الفعال خلال مراحل الأزمة.
5. تمويل صفحة جهاز الشرطة على شبكة الفيسبوك من خلال تفعيل خاصية الإعلان الممول، وذلك من أجل وصول المنشورات والأخبار والمضامين التوعوية والتوجيهية إلى جميع متابعي صفحة جهاز الشرطة، إضافة إلى المتابعين المحتملين.
6. ضرورة توفر مختصين في الاتصالات الاستراتيجية بجهاز الشرطة بهدف رصد الحسابات الوهمية ومطلقي الأخبار الكاذبة، وأيضًا توفير كافة الإمكانيات المساعدة التي تدعم جهاز الشرطة في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة.
7. عقد ورشات تدريبية بشكل مستمر لممارسي العلاقات العامة من أجل رفع كفاءتهم العملية، وعقد دورات حول كيفية تعاملهم وقت الأزمات، وتوظيف الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة في عملهم.
8. إجراء دراسات وبحوث مستقبلية حول تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف مجالات عمل العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية، والتي تعزز التوعية الأمنية لدى الجمهور.
9. توظيف أسلوب المسح الالكتروني عبر استخدام الاستبيانات الالكترونية ونشرها عبر شبكة الفيسبوك لاستطلاع رأي الجمهور، وقياس رضا المواطنين عن أداء جهاز الشرطة الفلسطينية سواء قبل أو أثناء أو بعد الأزمة الصحية.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

1. إبراهيم، سهير صالح. (2014). أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب*. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، *18*(4)، 403-343.
2. أحمد، إيمان عبد الرحمن. (2010). *دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
3. إسماعيل، إبراهيم. (2014). *الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، وأخلاقياته*. ط1، الدوحة، قطر: إدارة البحوث والدراسات الثقافية.
4. بدوي، عبد المحسن. (2003). *مستقبل الإعلام الأمني شرطي السودان*. ط1، الخرطوم، السودان: جامعة النيل الأزرق.
5. البطوطي، سعد. (2012). *التسويق السياحي*. ط1، القاهرة، مصر: مكتبة الانجلو المصرية.
6. جاسم، باقر موسى، وعبد الغني، ليث عبد اللطيف. (2017). توظيف العلاقات العامة في بناء الوعي الأمني لمكافحة الإرهاب – دراسة مسحية للعاملين في المديرية العامة للعلاقات والإعلام في وزارة الداخلية*. مجلة الباحث العلمي*، *9*(38)، 204-173.
7. الجحدرى، أحمد مسعد أحمد. (2020). تناول المؤسسات الصحية والوسائل الإعلامية الحكومية والخاصة اللبنانية لأزمة كورونا على صفحاتها في الفيسبوك*. مجلة جامعة عدن للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، *1*(3)، 205-222.
8. جرادات، عبد الناصر وشامي، لبنان. (2009). *أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق*. ط1، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
9. الرزن، جمال. (2018). *الأخبار الكاذبة*. الدوحة.
10. السبيعي، سعد الأسود. (2018). *دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الأمني لدى الجمهور السعودي: دراسة مقارنة* (رسالة ماجستير)*.* جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
11. السديري، تركي بن عبد العزيز. (2014). *توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
12. شركة ايبوك. (2021). *تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين لعام 2019*. الإصدار السادي، غزة.
13. الشهراني، أكرم عبد الرزاق (2009). *تطوير الأداء الشرطي ومكافحة الجريمة* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
14. الصيرفي، محمد. (2005). *إدارة العلاقات العامة*. ط1، السويس، مصر: مؤسسة حورس الدولية.
15. ظاهر، محمود ياسين. (2019). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في أداء مهام العلاقات العامة في الجامعات العراقية – دراسة مسحية على ممارسي العلاقات العامة*. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماعي*، (35)، 160-142.
16. عاشور، وليد محمد. (2020). تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كوروننا Covid -19"دراسة ميدانية*". مجلة الدراسات الإعلامية – المركز الديمقراطي العربي*، (11)، 551-535.
17. عبد الحليم، محي الدين. (2001). *التوعية الاجتماعية في المواضيع الأمنية*. ندوة حول الإعلام الأمني العربي: قضاياه ومشكلاته، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
18. عبد الحميد، محمد. (2007). *الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت*. ط1، القاهرة، مصر: عالم الكتب.
19. العنزي، نهلة نجاح (2020). العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة فيروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 21/03/2020 حتى 21/04/2020). *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية*، *3*(38)، 462-486,
20. الفيصل، عبد الأمير. (2014). *دراسات في الإعلام الإلكتروني*. ط1، العين، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
21. القحطاني، علي سعيد. (2018). *استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية: دراسة مسحية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
22. أبو ليلة، أيمن يوسف. (2016). *اعتماد شباب محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تنمية وعيهم الأمني – دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
23. المجلس التشريعي الفلسطيني (2005). قانون الخدمة في قوى الأمن الفسلطينية رقم (8) لسنة 2005م. رام الله.
24. محمد، يوسف. (2015). *التخطيط الاستراتيجي في الإعلام الجماهيري (اثار الاتصال وأدواته الإلكترونية على الأمن المجتمعي)*. ط1، القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث.
25. محمود، إيمان عبد الرحمن أحمد. (2010). *دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية (الإذاعة السودانية نموذجاً)* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
26. مشارقة، صالح (أغسطس، 2020). *الأخبار المضللة في فلسطين*. تم الاسترداد في 25 يونيو 2021 من <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech>
27. مشارقة، صالح. (أغسطس، 2020). *الأخبار المضللة في فلسطين – بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة*. إصدارات المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي، حيفا.
28. المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2012). *الإعلام الأمني*. ط1، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
29. معجم لسان العرب.
30. معهد الحقوق في جامعة بيرزيت (2017). قرار بقانون رقم (23) لسنة 2017م بشأن الشرطة. رام الله.
31. ملحم، سامي محمد. (2007). *مناهج البحث في التربية وعلم النفس*. عمان، الأردن: دار المسيرة.
32. ملوكي، عبد الله بن الطيب. (2020). فيروس كورونا (Covid-19)، الأخبار الكاذبة والتزييف البصري في منصات الإعلام الاجتماعي بين اتصال الأزمات وأزمات الاتصال. *مجلة كلية التربية*، الجزء الأول (41)، 587-600.
33. منظمة الصحة العالمية (2020). تقرير عن العدوى بفيروس كورونا.
34. الميمان، أحمد بن جميل. (2015). *توظيف المؤسسات الأمنية لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي في مجالات التوعية الأمنية بالمملكة العربية السعودية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
35. ناصر، جاسم ميرزا. (2007). *الإعلام الأمني والتوعية من الانحراف الفكري*. القيادة العامة للشرطة، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
36. يسعد، زهية. (2020). الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين – دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا*. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، *3*(1)، 122-144.

المراجع الأجنبية:

1. Alikilic, O., and Atabek, U. (2012). Social media adoption among Turkish public relations professionals: A survey of practitioners. *Public Relations Review*, *38*(1), pp.56-63.
2. Bin Naeem, S., Bhatti, R., and Khan, A. (2020). International Perspectives and Initiatives. *Health Information & Libraries Journal*, 1-7.
3. Black, C. (2003). The PR Practitioner's Desktop Guide.  
   London: Replica Press Pvt. Ltd.
4. Funke, D. (2018, February 23). Report: There are 149 fact –cheking projects in 53 countries. Retrieved June 26, 2021, form https://www.poynter.org/factchecking/2018/report-there-are-149-fact-checking-projects-in-53-countriesthat%C2%92s-a-new-high/
5. Moat, M. (2017). Fake news. Real Consequences: Impact on Consumers. Madrid: Publiserhers and Advertiser.
6. Tandoc, E., Lim, Z. W., and Ling, R. (2017, August). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. From Retrieved June 04,2021,https://www.researchgate.net/publication/319383049\_Defining\_Fake\_News\_A \_typology\_of\_scholarly\_definitions
7. Wrigh, D., Hinson, M. (2009). An Analysis of the Increasing Impact of Social and Other New Media on Public Relations Practice. Paper Presented to 12th Annual International Public Relations Research Conference, Institute for Public Relations, Miami, Florida.
8. Wright, D., and Hinson, M. (2013). Examining How Social and Emerging Media Have Been Used in Public Relations Between 2006 and 2013: A Longitudinal Analysis, *Public Relations Journal Review June*, *6*(4), pp.1-40.

المواقع الإلكترونية

1. موقع الشرطة الفلسطينية الإلكتروني (14 ديسمبر، 2020). *معلومات عامة*. تم الاسترداد في 10 يونيو 2021 من <https://www.palpolice.ps/specialized-departments/212407.html>
2. حمودة، أحمد. (يوليو، 2020). صحافة التحري وتدقيق الأخبار الكاذبة خلال جائحة كورونا. تم الاسترداد في 25 ديسمبر 2020 من [https://alresalah.ws/post/](https://alresalah.ws/post/221323/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D8%B1%D9%8A-%D9%88%D8%AA%D8%AF%D9%82%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%B0%D8%A8%D8%A9-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7)
3. موقع الشرطة الفلسطينية الإلكتروني (05 يناير، 2021). *أخبار*. تم الاسترداد في 07 يناير 2021 من <https://www.palpolice.ps/content/421605.html>
4. موقع الشرطة الفلسطينية الإلكتروني (14 ديسمبر، 2020). *معلومات عامة*. تم الاسترداد في 19 ديسمبر 2020 من <https://www.palpolice.ps/specialized-departments/212407.html>

**EMPLOYING SOCIAL NETWORK "FACEBOOK"IN SECURITY AWARENESS AGAINST FAKE NEWS DURING THE CORONA CRISIS**

**(THE PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT OF THE PALESTINIAN POLICE AS A MODEL)**

**Dr. Abdelkareem Sarhan An-najah national university**

**Jumana Hassan Eerkat An-najah national university**

Abstract

The primary goal of this study was to determine the extent to which the Public Relations Department of the Palestinian Police Force uses Facebook network to increase security awareness and counter false news that spread during the COVID-19 pandemic, as well as to identify the role of Facebook in supporting the police force's activities in security awareness and the effectiveness of its messages.

The researcher used a descriptive analytical approach, using questionnaires and interviews. The study sample comprised of (384) followers of the Palestinian Police Authority's Facebook page.

Of the study conclusions, the Police Agency's Public Relations Department uses the Facebook network to raise security awareness against false news during the pandemic in a way that meets the needs and desires of the public. The results also revealed that the Police Agency's Public Relations Department achieved the public's high reliance on their page by providing information and facts, raising public awareness, and confronting false news.

In light of the results of the study, the researcher recommended a set of recommendations, most notably: relying on the social network Facebook in security awareness against false news, and including it among the priorities of the work of public relations practitioners, as a guiding awareness method.

**Keywords**: public relations, the social network Facebook, security awareness, false news, the COVID- 19 pandemic.