

الكتابة الإعلامية

المحاضرة العاشرة

DGM123

إعداد
د. عبدالفتاح نبيل

المحاضرة
10

محتويات المحاضرة

- أهمية وخطوات الكتابة للعلاقات العامة.
- القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة.
- العلاقات العامة الرقمية.
- القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة.

- تعتبر الكتابة للعلاقات العامة عملية تحرير إعلامي لها أهميتها وطرق وأساليب للكتابة تختلف عن بقية الكتابة لوسائل الإعلام
- يوجد خطوات أساسية لضمان الكتابة للعلاقات العامة، وقوالب فنية متعددة.
- يوجد العديد من الأنشطة للكتابة الرقمية للعلاقات العامة.
- هناك قواعد قانونية للكتابة للعلاقات العامة.



مفهوم الكتابة للعلاقات العامة

- تُعرف الكتابة للعلاقات العامة بأنها عملية تحرير إعلامي يقصد بها إعداد الرسالة الإعلامية التي تنتقل إلى الجماهير عن طريق أحد وسائل الإعلام، أو من خلال الاتصال الشخصي المباشر بهدف تزويد الجمهور بالحقائق وتيسير عملية الإقناع.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

- حدد الخبراء 3 خطوات أساسية لضمان الكتابة للعلاقات العامة هي:



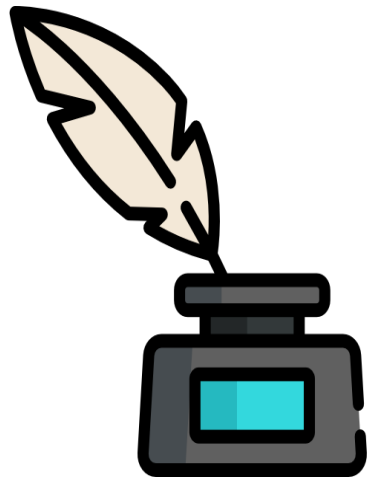
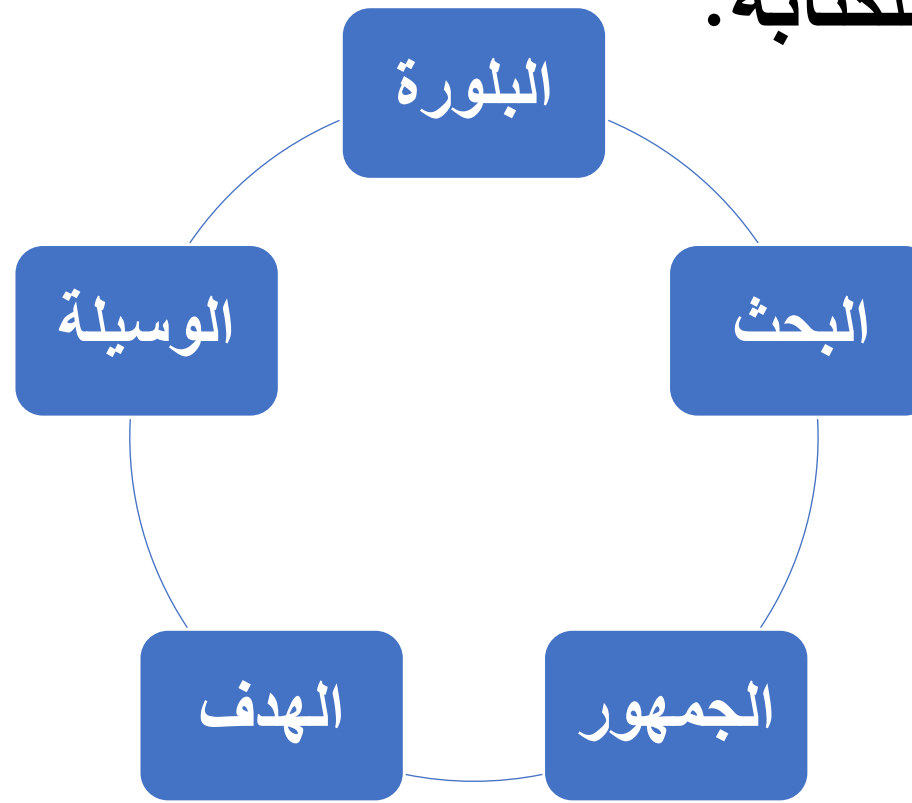
التخطيط

الكتابة

التقييم

خطوات الكتابة للعلاقات العامة

أولاً: عملية التخطيط للكتابة:



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

1- تحديد القضية أو الموضوع المطروح: تعتبر الخطوة الأولى لأي اتصال مكتوب، ولكي يستطيع المحرر تحقيق ذلك لابد من طرح عدة تساؤلات والحصول على إجابات عليها وهي:

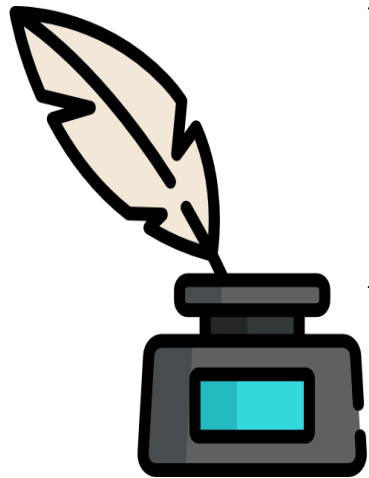
- ما هو الموضوع - ما مناسبته ؟
- ما نوعيات الجماهير المتأثرة بالموضوع؟
- ما التوقيت المحدد للكتابة؟
- ما نقاط القوة والضعف الخاصة بمنظمتك المتعلقة بهذا الموضوع؟



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

2 - البحث عن المعلومات الخاصة بالموضوع: تتوفر لممارسي العلاقات العامة عدة مصادر للحصول على معلومات دقيقة عن الموضوع الذي يتناوله بالكتابة مثل:

- البحوث الأولية: تقوم بها المنظمة لتوفير المعلومات التي تحتاجها المنظمة نفسها لهدف محدد.
- البحوث الثانوية: تقوم بها جهات خارجية متنوعة، وتوفر معلومات يمكن لمنظمتك الاستعانة بها.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

- 3 - دراسة الجمهور المستهدف: تتم على عدة مستويات هي:
- عند الكتابة في موضوع ما وهو: ما موقف الجمهور المستهدف من الموضوع المطروح؟ .
 - تحديد خصائص القراء: لابد من التعرف على خصائص الجمهور الذي تكتب له (سن - اهتمامات - تعليم - وغيرها).
 - تحليل اتجاهات القراء: يجب التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الموضوع المطروح.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

4 - تحديد هدف الرسالة: على المحرر تحديد هدف رسالته من الأهداف الثلاث الأساسية للرسائل الاتصالية وهي:

- أهداف إعلامية: التأثير على مستوى معرفة الجمهور بالموضوع.
- أهداف موقفية: التأثير على مواقف واتجاهات الجمهور نحو الموضوع.
- أهداف سلوكية: التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

5 - اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة:

- تعتبر مهمة معقدة تتطلب وجود معرفة لا تعتمد على الافتراضات المسبقة - قائمة على معلومات دقيقة وموثوق بها - حول الوسائل الإعلامية المتاحة للاستخدام.
- يجب توافر معلومات محددة لاختيار الوسيلة المناسبة للوصول لأكبر عدد من الجمهور بأقل التكاليف مثل (ما خصائص الجمهور، مصداقية كل وسيلة لدى الجمهور المستهدف، وهكذا).



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

مثال:

عند إعداد رسالة علاقات عامة عن دعاية لفندق خاص للشباب في مدينة شاطئية، فيجب هنا اختيار وسيلة الإعلام المناسبة للجمهور المستهدف، وأفضل وسيلة هنا المواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، لأن أغلب جمهورها من الشباب.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

ثانيا: عملية الكتابة الفعلية:

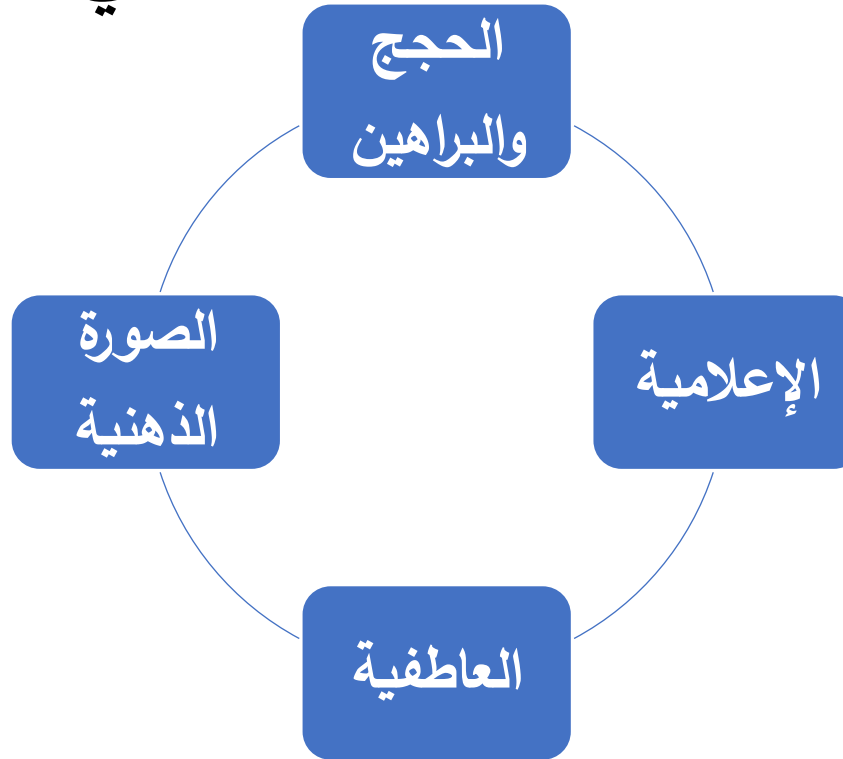
• تحديد استراتيجية الرسالة:

يتوقف تحديد استراتيجية كتابة الرسالة على عدة عوامل تختلف من حالة إلى أخرى ويعتمد على الأهداف المرجو تحقيقها من الرسالة – سواء بشكل مباشر أو غير مباشر – وخصائص الجمهور المستهدف، ومواقفه واتجاهاته المسبقة، واحتياجاته من المعلومات.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

- استراتيجيات أساسية يمكن استخدامها في الكتابة وهي:



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

1 - استراتيجية الحجج والبراهين:

تستخدم في الرسائل الإقناعية التي تخاطب عقل جمهور مهتم أساساً بالموضوع، ولكن له مواقف متباينة نحوه، وهي تعتمد على استخدام مؤثرات عقلية متعددة للتبرير والإقناع للوصول إلى الجمهور المقتنع بالموضوع أو المحايد.

مثال: عند بيع عقار معين يجب إظهار وثائق الملكية والتصاريح وغيرها كإثبات أو برهان للمشتري.



2 - الاستراتيجية الإعلامية:

تهدف إلى وصف الحقائق بشكل مباشر، وذكر معلومات جديدة عن الموضوع، وتعتمد على اهتمام الجمهور بحدثة المعلومة.



3 - استراتيجية الصورة الذهنية:

تستخدم لإقامة والمحافظة على هوية بارزة وقوية لشيء ما (شخص، فكرة، منتج، منظمة) وتعتمد على ترابط وتداعي المعاني ودلالات الألفاظ من أجل تمييزها عن المنافسين.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

4 - الاستراتيجية العاطفية:

تستهدف الإقناع من خلال التأثير العاطفي على الجمهور المستهدف، وتعتمد على استخدام الكلمات والصور العاطفية في بناء الحدث والتركيز على النقاط العاطفية، أو ربط معاني محددة ببعض الانفعالات مثل الوطنية، وحتى الدعابات يمكن استخدامها في هذا السياق لأنها تخلق انطباع عاطفي جيد نحو الموضوع.

مثال: تكثّر إعلانات الجمعيات الخيرية خلال شهر رمضان كوسيلة لاستثارة العاطفة.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

تنقسم رسائل العلاقات العامة إلى نوعين:

الإقناعية

الإعلامية



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

أولاً - الرسالة الإعلامية: تعتمد الرسالة ذات الهدف الإعلامي على قاعدتين هما:

الموضوعية
والتوازن

معلومات
جديدة
وكاملة



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

1 - معلومات جديدة وكاملة عن الموضوع:

لأن هدفها الأساسي هو رفع مستوى المعرفة أو الفهم لدى الجمهور المستهدف بالموضوع من خلال الإخبار والإعلام القائم على التوازن، وعدم التحيز في عرض الموضوع.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

2 - الموضوعية والتوازن في عرض الموضوع:

لا يجب على الكاتب أن يعبر عن وجهة نظره، وإنما يجب عليه الاختصار على ذكر الحقائق فقط لجعل القراء يدركون أشياء لم يعرفونها من قبل، أو لم تكن لديهم صورة كاملة عنها.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

ثانيًا - الرسائل الإقناعية: تعتمد كتابة الرسالة ذات الهدف الإقناعي على عدة قواعد هي:

خصائص
الجمهور

فهم عميق

اتجاهات
الجمهور



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

- 1 - فهم عميق من الكاتب للموضوع: أي أنه يجب على الكاتب فهم موضوع القضية حتى يتمكن من إقناع الجمهور بها.
- 2 - معرفة خصائص الجمهور : يجب معرفة خصائص الجمهور من تعليم وثقافة وسن واهتمامات ودخله المادي.
- 3 - معرفة اتجاهات الجمهور: يجب معرفة اتجاهات واهتمامات الجمهور، هل يحب (كرة القدم - السيارات - السفر - الملابس).



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

- مداخل الرسالة الإقناعية للعلاقات العامة:

عرض جانب
واحد

الأدلة والشواهد

التهديد أو
التخويف



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

1 - استمالات التهديد أو التخويف:

من بين المداخل المختلفة للإقناع محاولة تغيير مواقف الفرد بإثارة حاجاته، أو دوافعه، أو اتجاهاته، وتعتبر من الاستمالات الشائعة في تخطيط الرسائل الإقناعية في مجال الإعلام أو الإعلان.



مثال: يظهر هذا في حملات مواجهة التدخين أو المخدرات، وكشف أضرارهما على صحة الإنسان.

2 - استخدام الأدلة والشواهد:

تستند الرسائل المنطقية إلى وجود معلومات وبيانات تمثل أدلة وشواهد تدعم الأفكار والاتجاهات في موضوع الرسالة، وتزيد من القدرة على الإقناع.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

3 - عرض جانب واحد أو جانبي الموضوع:

المقصود بجانب واحد هو الجانب المؤيد، وعرض الجانبين يعني تقديم كل من الجانب المؤيد والمعارض، وفي الحالة الأخيرة يترك للمتلقى اتخاذ الرأي أو الاتجاه الذي يتفق مع تقييمه للجانبين أو الحجج أو الأدلة المؤيدة لكل منهما.



• تنظيم الرسالة الإقناعية:

لا يقف بناء الرسالة الإقناعية عند حدود اختيار الرموز والمعاني فقط، ولكن التنظيم ترتفع أهميته في زيادة فاعلية الرسالة، فالرسالة التي تنحرف قليلاً في تنظيمها يمكن أن يقل تأثيرها في تحقيق هدف تغيير الاتجاهات، وحتى الأخطاء النحوية يمكن أن تؤثر في الاتجاه نحو الرسالة نفسها.



• لغة الرسالة وأسلوبها:

هناك توصيات عديدة بضرورة اختيار الرموز اللغوية الواضحة والمفهومة والمألوفة، والبعد عن الألفاظ أو الرموز المهجورة، مع مراعاة خصائص الجمهور فيما يتعلق باستخدام قواعد النحو والصرف والأساليب البلاغية، وهذا يؤثر في مستوى يسر القراءة Readability وسهولة العرض على وسائل الإعلام.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

ثالثًا: تقييم رسالة العلاقات العامة:

- تهدف العملية إلى تقييم نتائج رسالة العلاقات العامة، وتتضمن مدى تحقيق أهداف المؤسسة مثل تعزيز السمعة، زيادة الوعي بالعلامة التجارية، بناء علاقات قوية مع الجمهور، وتحقيق التأثير المطلوب في المجتمع المستهدف.
- وتتطلب عملية التقييم تحديد مجموعة من المؤشرات التي تسمح بتقييم الأنشطة بصورة دقيقة وموضوعية.



المحاضرة
10

خطوات الكتابة للعلاقات العامة

الحركة

التفاعل

تحليل

المشاعر

المبيعات

استطلاعات

المنافسين



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

1 - تحليل التغطية الإعلامية: يتضمن ذلك حصر المقالات والشرائح والإشارات عبر المنصات المختلفة حول الرسالة، وفي حالة زيادة أعدادها تعتبر نجاحًا.

2- التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي: يتضمن ذلك تتبع الإعجاب والمشاركات والتعليقات حول الرسالة.



خطوات الكتابة للعلاقات العامة

3 - حركة المرور على الموقع الإلكتروني: يمكن أن يشير الارتفاع في عدد زيارات الموقع إلى زيادة الاهتمام والنجاح بالرسالة.

4- استطلاع رأي الجمهور: بعد إطلاق منتج جديد تقوم الشركة باستطلاع رأي الجمهور، وإذا كانت انطباعاتهم جيدة تعتبر نجاحًا للرسالة.



5 - المبيعات: يعتبر الارتفاع الكبير في المبيعات بعد إطلاق منتج ما بمثابة مؤشر ملموس على نجاح الرسالة.

خطوات الكتابة للعلاقات العامة

6- تحليل المشاعر: يمكن تحليل منشورات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال برامج متخصصة لتحديد ما إذا كانت المشاعر إيجابية أم سلبية أم محايدة عن الرسالة.



7 - قياس الأداء مقارنة بالمنافسين: إذا حصل إعلان منتج إحدى شركات التكنولوجيا على ضجة أكبر من المنافسين في نفس المجال ، فهذا يعد فوزًا ونجاحًا للرسالة.

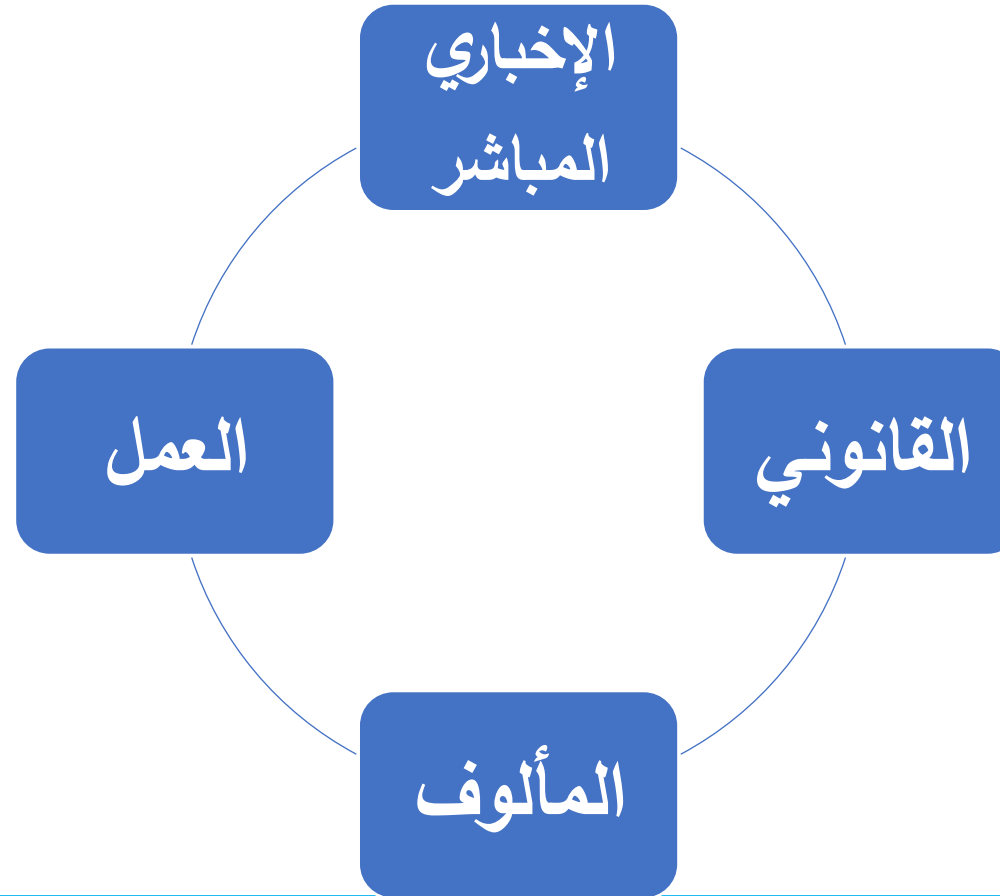
• أساليب الكتابة للعلاقات العامة:

هناك عدة أساليب للكتابة للعلاقات العامة كل منها يصلح للاستخدام في وسيلة محددة، وفي موقف محدد، وهذا يعني أن هذه الأساليب يمكن استخدامها موقفياً أي حسب المناسبة أو الموقف المطروح.



المحاضرة
10

أساليب الكتابة للعلاقات العامة



أساليب الكتابة للعلاقات العامة

1 - الأسلوب الإخباري المباشر: يستخدم غالباً في الأخبار والبيانات الصحفية المرسلة لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية.

مثال:

أبل تطلق 6 إصدارات من آيفون 18 في 2026 بينها أول هاتف قابل للطي

الأحد، 04 مايو 2025 01:10 م



أساليب الكتابة للعلاقات العامة

2 - الأسلوب القانوني: يقوم على الحذر في استخدام الألفاظ في نص الرسالة، ويستخدم في الرد على الانتقادات الموجهة للمنظمة سواء في شكل إعلاني أو نشرات إخبارية مدفوعة أو بيانات صحفية.

مثال:



بعد التحقيق الشامل والتواصل مع السلطات الرسمية، تأكدنا أن واقعة التمييز ضد الراكب الأجنبي لا علاقة لها بمنصة أوبر. إن السلوك الموضح في مقاطع الفيديو غير مقبول على الإطلاق. نحن لدينا سياسات واضحة ضد التمييز، ومنصوص عليها في إرشادات المجتمع والتي يجب على السائقين معرفتها والإقرار بها. إذا شعر أي شخص بأنه قد تعرض للتمييز، يجب عليه أن يتواصل مع أوبر، فلدينا فريق متخصص ينظر في هذه القضايا بتمعن ويتخذ الإجراءات المناسبة.

للمزيد عن إرشادات المجتمع

<https://www.uber.com/legal/en/document/...>



أساليب الكتابة للعلاقات العامة

3 - الأسلوب المؤلف أو الشائع: يستخدم في الخطابات والنشرات الداخلية الموجهة للعاملين في المستويات الإدارية المختلفة.

4 - أسلوب العمل: يستخدم في كتابة التقارير ومحاضر الجلسات، ومذكرات العمل ويتميز بالرسمية واستخدام قالب محدد من حيث الشكل.



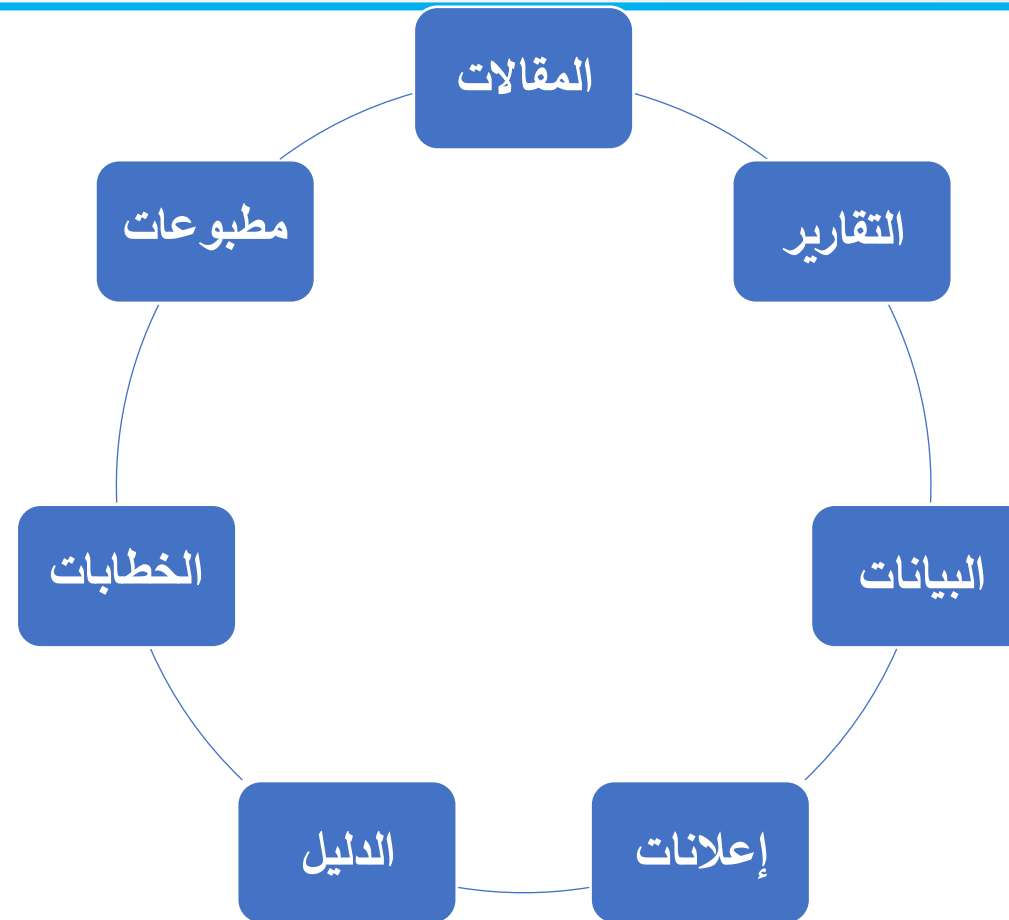
القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

- للكتابة في مجال العلاقات العامة قوالب وأشكال عدة، يجب على محرر العلاقات العامة اكتساب مهارة استخدامها، وهذا يتطلب مزيجاً من البحث والفهم والخبرة القائمة على التدريب والممارسة.



المحاضرة
10

القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة



القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

1 - المقالات التحريرية: هي رسائل إخبارية توجه عادة لفئة معينة من جماهير المنظمة مثل: نشرات العاملين، نشرات العملاء أو المستهلكين، هذه المقالات باستثناء العمالية منها تخضع لنفس القواعد الخاصة بأية مادة صحفية مدفوعة الأجر.

2 - التقارير السنوية: من أكثر مطبوعات المنظمات استخداماً في تقديم معلومات عن الموقف المالي للمنظمة، وأداة لتدعيم صورتها الذهنية بين جماهيرها بما تنشره عن أعمالها في خدمة المجتمع.



القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

3 - البيانات الإخبارية: تعتبر البيانات التي تستخدم لنشر المعلومات الخاصة بالمنظمة وأعمالها وسياساتها، وترسل لكل وسائل الإعلام المتاحة سواء الصحف أو المحطات الإذاعية أو التلفزيونية وتختار منها تلك الوسائل ما ينشر بشكل غير مدفوع الأجر.



مثال: بيان عن إطلاق شركة مرسيدس موديل سيارة جديدة.

القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

4 - إعلانات العلاقات العامة: رسائل اتصالية تنقل عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، مدفوعة الثمن، وتمثل جهد غير شخصي تقوم به المنظمات لتقديم معلومات تخص صورة المؤسسة ككل لدى الجماهير المتعاملة معها، أو الجمهور العام.

5 - دليل المنظمة الوثائقي: مطبوع يتضمن معلومات أساسية عن المنظمة، ويمكن للكتاب والصحفيين الاستفادة منه في الحصول على معلومات تساهم في تناولهم للمنظمة في المؤتمرات.



القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

6 - الكلمات الخطابية والعروض: هي البطاقات التلخيصية لمضمون الرسائل الاتصالية التي يتم الاستعانة بمحرر العلاقات العامة لإعدادها للقيادات والشخصيات البارزة في المنظمة للاستعانة بها عند إلقاء الكلمات الخطابية في المناسبات المختلفة.

7 - مطبوعات أخرى متنوعة: تشمل أشكال متعددة من المطبوعات مثل: رسالة / رؤية المنظمة، المطويات، الكتيبات، النشرات الإعلانية، المختصرة، الملصقات.



القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

• أنواع البيانات الإخبارية:

للإعلان عن
شيء

الأخبار السيئة

الدفاعية

الحقائقية

للإعلان عن
حدث وقفي



القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

1 - البيانات الإخبارية الدفاعية: تستخدم عندما يحدث أو يقال شيء ربما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمؤسسة ومصالحها.

وهناك استخدام آخر للبيانات الدفاعية وهو التعليق على أشياء لا تضر المؤسسة ولكن لها تأثيراتها على أعمالها .



مثال: اتهام مصنع ما بوجود ظروف غير آمنة للعمل، أو اكتشاف إضافات في المنتجات الغذائية تسبب مرض معين.

القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة

2 - بيانات الأخبار السيئة: تدور حول تطورات سيئة، ولكن يجب الإعلان عنها للجمهور، حيث أن السكوت عليها يسبب مشكلة للجمهور.

مثال: حادث تسرب نووي، تلوث بيئي ناتج عن أعمال المؤسسة، أو حادث به وفيات وإصابات للأفراد.



3 - البيانات الإخبارية للإعلان عن شيء ما:

تستخدم للإشارة إلى الأحداث الشخصية في مؤسسة ما.

مثال: التعيينات - الترقيات - التغيرات الوظيفية - منتجات أو خدمات جديدة - تقارير مبيعات أو أرباح.



4 - البيانات الإخبارية للإعلان عن حدث وقتي:

تستخدم للإعلان عن أحداث طارئة غير مخطط لها تقع في لحظتها، وتتعامل المؤسسة معه، وهنا يستخدم البيان ليقص على الجمهور ماذا حدث؟ وما تأثيراته؟ وما تم لعلاج الموقف؟



مثال: حريق في مصنع يتناول (الأسباب والإصابات والتفاصيل).

5 - البيانات الإخبارية الحقائقية:

تهدف لكتابة الأخبار والحقائق الخاصة بالمنظمة، وتستخدم أسلوب تحرير صياغة الخبر الصحفي من خلال توفير المعلومات الخبرية عن موضوع ما (كيف؟ لماذا؟ متى؟ أين؟ من؟ ماذا؟).



مثال: إطلاق شركة سامسونج جيل جديد من موديلاتها.

العلاقات العامة الرقمية

- تعتبر العلاقات العامة الرقمية ممارسة إنشاء وتوزيع محتوى ذي صلة بالجمهور عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، بهدف بناء صورة إيجابية للعلامة التجارية أو المؤسسة، وتعزيز التواصل مع الجمهور المستهدف.



العلاقات العامة الرقمية

أمثلة: للعلاقات العامة الرقمية



المحاضرة
10

أنشطة الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

- وتتضمن الكتابة الرقمية للعلاقات العامة مجموعة من الأنشطة هي:

محركات
البحث

السمعة

المحتوى

التكيف

البيانات

المؤثرين

الجمهور



أنشطة الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

1 - إنشاء المحتوى: يشمل ذلك كتابة المقالات، والمدونات، والنشرات الصحفية، والرسائل الإخبارية، ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي، ومحتوى الفيديو، وغيرها من أشكال المحتوى الرقمي.

2 - التواصل مع المؤثرين: بناء علاقات مع الأشخاص المؤثرين في مجال عمل المؤسسة، والتعاون معهم لإنشاء محتوى ونشره عبر قنواتهم.



أنشطة الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

3 - إدارة السمعة عبر الإنترنت: مراقبة ومواجهة أي معلومات سلبية قد تنتشر عبر الإنترنت، والتأكد من أن الصورة العامة للمؤسسة إيجابية.

4 - تحليل البيانات: استخدام أدوات التحليل لفهم سلوك الجمهور المستهدف، وقياس فعالية حملات العلاقات العامة الرقمية، وتحسينها باستمرار.



أنشطة الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

5 - التفاعل مع الجمهور: الرد على تعليقات الجمهور، والمشاركة في المناقشات عبر الإنترنت، وبناء علاقات قوية معهم.

6 - تحسين محركات البحث (SEO): استخدام الكلمات المفتاحية المناسبة، لزيادة ظهور محتوى العلاقات العامة في نتائج البحث.

SEO



7 - التكيف مع التغيرات: مواكبة التطورات التكنولوجية، وتغيير الاستراتيجيات لتلبية احتياجات الجمهور المتغيرة.

المحاضرة
10

أهمية الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

محركات
البحث

الثقة

الوعي

التأقلم

التسويق



أهمية الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

1- زيادة الوعي بالعلامة التجارية: من خلال إنشاء محتوى جذاب ومفيد، يمكن للشركات جذب جمهور واسع وزيادة الوعي بعلامتها التجارية.

2- بناء الثقة والمصداقية: من خلال التواصل المباشر مع الجمهور، والإجابة على استفساراتهم، يمكن للشركات بناء علاقات قوية معهم.



أهمية الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

3- تحسين ترتيب محركات البحث: من خلال تحسين محركات البحث، يمكن للشركات زيادة ظهور محتواها في نتائج البحث، مما يزيد من فرص وصوله إلى الجمهور المستهدف.

4- تحقيق أهداف التسويق والمبيعات: يمكن أن تؤدي جهود العلاقات العامة الرقمية إلى زيادة حركة المرور إلى موقع الويب، وزيادة المبيعات.



أهمية الكتابة الرقمية للعلاقات العامة

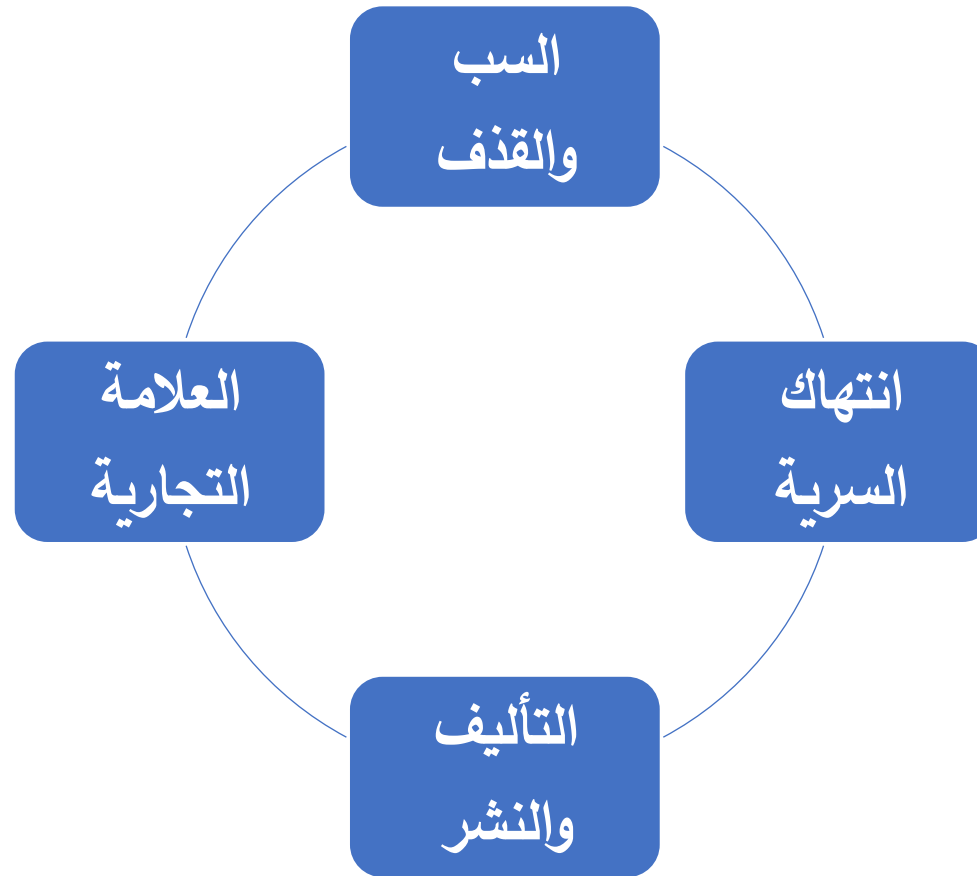
5 - التأقلم مع المشهد الإعلامي المتغير:

في العصر الرقمي، أصبح من الضروري للشركات أن تتكيف مع التغيرات في المشهد الإعلامي، وأن تستخدم الأدوات والمنصات الرقمية للتواصل مع جمهورها.



المحاضرة
10

القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة



القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة

1 - السب والقذف: تحظر القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة أي عملية كتابة تتضمن سب أو قذف أي شخص.

2 - انتهاك السرية: تحظر القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة أي انتهاك لسرية الآخرين مثل إفشاء معلومات شخصية عن شخص أو نشر صورته دون الحصول على موافقة مكتوبة منه بشكل مسبق.



القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة

3 - انتهاك حقوق التأليف والنشر: تحظر القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة انتهاك حقوق التأليف والنشر الخاصة بالآخرين.

4 - انتهاك حقوق العلامة التجارية: تحظر القواعد القانونية للكتابة للعلاقات العامة استخدام العلامات التجارية، وكذلك الشعارات الخاصة بالشركات (slogans) أو الرسوم الرمزية لها.



ملخص

- من الخطوات الأساسية لضمان الكتابة للعلاقات العامة (التخطيط - الكتابة - التقييم).
- من أساليب الكتابة للعلاقات العامة الأسلوب القانوني والأسلوب الإخباري المباشر.
- من القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة المقالات التحريرية والبيانات الإخبارية.
- من أنشطة الكتابة الرقمية للعلاقات العامة إنشاء المحتوى والتفاعل مع الجمهور.

شكرًا