

## كتابة البيانات الصحفية

تتيح لك البيانات الصحفية تقديم بيان رسمي أو معلومات أو إعلان لعامة الناس باستخدام وسائل الإعلام. على الرغم من أنها أداة تقليدية، إلا أن البيانات الصحفية يمكن أن تكون فعالة للغاية كجزء من استراتيجية علاقات عامة شاملة لتبادل المعلومات المتعلقة بالعلاج الوظيفي. فيما يلي أهم النصائح لإنشاء بيان صحفي ناجح:

قيم ما إذا كان هناك شيء يستحق النشر.

حدد أخبارك بعناية: ضع في اعتبارك ما يجعل الأخبار جيدة. هناك العديد من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار عند تحديد ما إذا كنت تريد التعامل مع قصة معينة، بما في ذلك: الملاءمة: كيف أن الأخبار ذات صلة ومهمة للعلاج الوظيفي أو لمنظمتك أو الأشخاص داخلها؟ الأهمية: كلما زاد عدد الأشخاص الذين تؤثر عليهم أخبارك أو تتعلق بهم، تزداد احتمالية قراءتها. هل توضح القصة مشكلة أو وضعاً أكبر في المجتمع؟ التوقيت: يجب أن تكون القصة جديدة أو تتضمن زاوية جديدة ليتم اعتبارها "أخباراً". الاهتمام البشري: لا يتم تأريخ قصص الاهتمام البشري بالسرعة نفسها ولا يجب أن تؤثر على عدد كبير من الأشخاص. قد لا يهم أيضاً مكان حدوث القصة في العالم.

الشهرة: هل تتضمن أخبارك شخصاً أو مؤسسة معروفة؟ الأول هو الأفضل: غالباً ما تهتم وسائل الإعلام بالقصص الأولى على الإطلاق. إذا كانت لديك مطالبة مشروعة بالابتكار، فيجب أن يكون هذا هو قلب عرضك وكلامك.

جمّع بيانك الصحفي  
أجب عن الأسئلة: قدم معلومات للإجابة على ماذا ومتى ولماذا وأين ومن وكيف.

استخدم عنواناً رئيسياً يوقف العرض: يجب أن يكون العنوان موجزاً وقوياً - لا يزيد عن 80 حرفاً. إنه العنصر الذي سيؤدي إما إلى جذب القراء أو دفعهم إلى حذف عمك والانتقال إلى العنصر التالي في صندوق الوارد الخاص بهم.

احصل على الحقائق في نصابها الصحيح: اعرض الحقائق في فقرة تمهيدية قوية.

كن مرئياً: يمكن أن تساعد الصور في سرد قصتك وتحسين نتائج الحملة الصحفية إلى حد كبير. إن تضمين مقاطع الفيديو والصور يعني زيادة احتمالية مشاركة مواد العلاقات العامة الخاصة بك بمقدار 3.5 مرة. ضع في اعتبارك تحويل أخبارك إلى رسم بياني للمراجعات الإحصائية ونتائج الاستطلاع ورسائل المقارنة وعناصر لجمهور متعدد اللغات.

"تضمين الاقتباسات": تضمين الأفكار والآراء من القادة أو الشخصيات المهمة المتعلقة بقصتك يوفر شرعية حيوية وعنصراً بشرياً. حافظ على اقتباساتك للمحادثة وخالية من المصطلحات.

تذكر الأشياء الواضحة: لا تنس معلومات منظمتك وتفاصيل الاتصال.

تهجئها لقراءك: نحن جميعاً نحب الاختصارات ولكن تذكر أنه لن يعرف الجميع ما تسمى مؤسستك، أو ما تعنيه الاختصارات الأخرى المستخدمة في العلاج الوظيفي.

أرسل، شارك، تواصل اجتماعياً

احصل على جهات الاتصال الخاصة بك: أرسل بيانك الإخباري إلى قائمة جهات اتصال معدة بعناية. توفر لك جهات الاتصال الخاصة بك مجموعة رائعة من الأشخاص الذين لديهم زملاء وطلاب وأقران لمشاركة رسالتك - لذا حقق أقصى استفادة منهم. قم بإنشاء قاعدة بيانات واستمر في الإضافة إليها عند إجراء جهات اتصال إضافية.

وسّع نطاق جهات الاتصال الخاصة بك: يجب ألا تشمل جهات الاتصال الخاصة بك زملائك المحترفين والأعضاء فحسب، بل يجب أن تشمل أيضاً الصحفيين العاملين في المجالات ذات الصلة، والمجلات والمنشورات التجارية / الصناعية، والمدونين البارزين في هذا المجال وغير ذلك الكثير.

اعمل مع منظمتك: اطلب من المنظمات الأعضاء مشاركة أخبارك. يمكن أن يكون تطوير العلاقات مع المنظمات الشريكة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة المتبادلة مثمراً للغاية.

شارك على جميع وسائل التواصل الاجتماعي الممكنة: كن اجتماعياً - اتصل بالإنترنت واعرف من قد يكون مهتماً وأرسل.

تابع البيان الصحفي الخاص بك: قم بتسمية شخص للرد على الاستفسارات. تأكد من إمكانية وصولك للرد والمتابعة مع جهات الاتصال إذا كانت لديهم أسئلة أو بحاجة إلى مزيد من المعلومات.

Title of the document Translated to Arabic	Media Releases-Revisions
Translated by	Hassan Izzeddin Sarsak, PhD, OTR, Jordan
Edited and Reviewed by	Hashem Abu Tariah, PhD, OTR, Jordan
Arabic Translation Group	Hashem Abu Tariah, PhD, OTR (General Coordinator) Hassan Izzeddin Sarsak, PhD, OTR
Date	September/2020