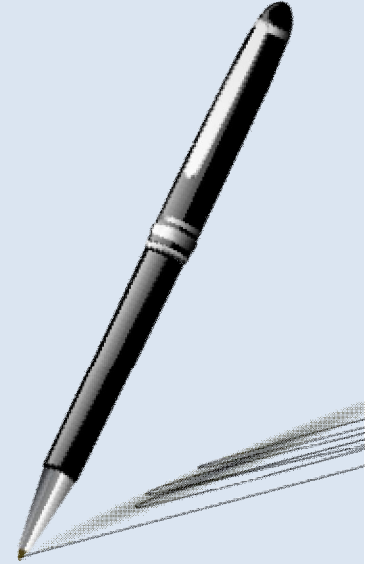


# دليل كتابة البيان الصحفي



2014





# دليل كتابة البيان الصحفي



في اطار مشروع ((اصلاح وتطوير النظام الاحصائي في العراق - المرحلة الثانية )) المشترك بين جمهورية العراق وصندوق الامم المتحدة للسكان وبتوجيهات الخبير الاستشاري من مكتب (GOPA) تم وضع الخطوط الرئيسية للدليل وبجهود اضافية وبالاعتماد على مجموعة من المصادر تم إعداد هذا الدليل لغرض كتابة البيان الصحفي .

اعداد

عمار كريم البحراني  
رئيس لجنة كتابة التقارير الاحصائية والبيان الصحفي

سلامة محمود المهدي  
منسق المشروع

## ❖ تمهيد:

تعمل الأجهزة الإحصائية على إنتاج كميات كبيرة من البيانات والمعلومات والمؤشرات الإحصائية المهمة للانشطة والقطاعات الاقتصادية والإجتماعية والتي تعكس صورة رقمية عنها غير ان هذه المؤشرات تكون مفهومة عادة لدى الإحصائيين والمختصين والباحثين والمخططين ، في حين تسعى الأجهزة الإحصائية ووفق معايير الجودة وإعتماداً على المبادئ الأساسية للإحصاءات الرسمية الى إتاحة إنتاجها الإحصائي الى جمهور المستخدمين على اختلاف مستوياتهم .

فالإعداد والنشر المنتظم لبيانات ومعلومات إحصائية ذات جودة عالية تلبي احتياجات المستخدمين هي أهم المسؤوليات المناطة بالنظام الإحصائي الوطني.

ولغرض نشر وترويج مؤشرات الانتاج الإحصائي والاعلان عن البيانات الإحصائية فلا بد من كتابة خبر احصائي او مايسمى بالبيان الصحفي ينشر على الموقع الالكتروني للجهاز ليتم التعريف بابرز الاستنتاجات واهمها في قصة اخبارية قصيرة واضحة عن التقرير الإحصائي المنفذ بجهود كبيرة.

فالبيان الصحفي هو احد الاساليب الرئيسية لاىصال المعلومات الإحصائية الى وسائل الاعلام والجمهور بشكل مبسط يدل على اهمية ماتم انتاجه من مؤشرات احصائية لظاهرة معينة ترتبط بالاحداث العامة في المجتمع يفهمها المستخدمين بانواعهم.

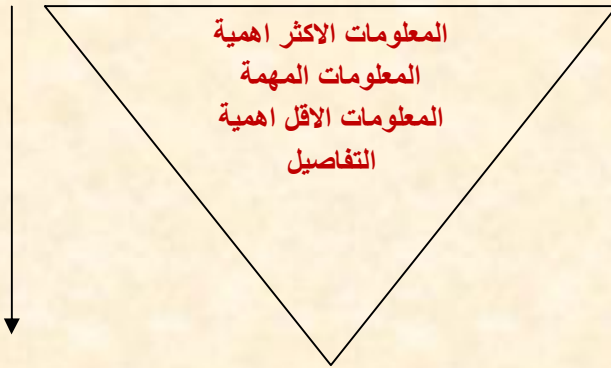
الدكتور مهدي محسن العلاق  
رئيس الجهاز المركزي للإحصاء



## ❖ مقدمة:

يمكن للإحصائي الترويج والإخبار عن إنتاجه الإحصائي من خلال كتابة الخبر الإحصائي او ما يسمى بالبيان الصحفي لينشر أبرز الاستنتاجات وأهمها في قصة إخبارية قصيرة تعطي للقارئ صورة واضحة عن التقرير الإحصائي المنفذ بجهود كبيرة ، وعن أهم المؤشرات التي تم التوصل اليها من خلال عرضها بشكل مختصر ومبسط ويدل على أهمية ما تم إنتاجه لظاهرة معينة وفي فترة زمنية محددة .

إن البيان الصحفي بالنسبة لإنتاج المؤشرات الإحصائية وسيلة لعرض اهم المؤشرات التي تم إعدادها من خلال تنفيذ مسح او إحصائية معينة او سجلات إدارية لتقرير شهري او فصلي او سنوي. يختلف اسلوب كتابة البيانات الصحفية عن اسلوب كتابة التقارير والبحوث الإحصائية حيث يستخدم اسلوب الهرم المقلوب بالكتابة ( OPPOSITE PYRAMID ) أي أن تدرج :



1. المعلومات الأكثر أهمية.
2. المعلومات المهمة.
3. المعلومات الأقل أهمية
4. التفاصيل

أي أن يكون تسلسل فقرات البيان الصحفي معكوسا بخلاف اسلوب كتابة التقارير بحيث يبدأ البيان باهم ماورد في التقرير اي الربط بين عنوان التقرير والمعلومة المهمة مثلا احصاء ابنية القطاع الخاص، تكون اهم نتاجه عدد دور السكن في القطاع ،ومن ثم هل ازدادت كلفة البناء او انخفضت ثم اكثر المواد استخداماً ... الخ.

" ان هذا الاسلوب يتيح للقارئ ترك الجزء الأخير من البيان دون تجاهل معلومات مهمة وخاصة اذا كان البيان طويلاً "



يُعدُّ البيان الصحفي أحد الأساليب الرئيسية لإيصال الأخبار إلى وسائل الإعلام والجمهور ، حيث يمكن للإحصائي أن يكتب مثل الصحفي أهم مؤشر كعنوان للخبر الإحصائي الذي يمثل أهم ما تم استنتاجه من التقرير الرئيس ويرغب بأن يتم عرضه للقارئ العادي او للمختصين بشكل مباشر ليكونوا قادرين على ربط المعلومات والمؤشرات الإحصائية بالأحداث العامة في حياة المجتمع.

### الهدف من كتابة البيان الصحفي:

تسعى الأجهزة الإحصائية المتطورة الى الإعلان عن الإنتاج الإحصائي بالبيان الصحفي باعتباره:

1. أداة لتسويق المنتجات الإحصائية لتحقيق الهدف من الانتشار والوصول الى كافة المستخدمين.
2. لتقديم واستعراض إنتاج إحصائي جديد لكافة أنواع المستخدمين بضمنهم الإعلاميين.
3. طريقة سريعة للإعلان عن نتائج إحصاءات جديدة تم إنجازها حديثاً .
4. أفضل طريقة للتواصل مع وسائل الإعلام والمستخدمين بشكل عام للمقارنة مع مؤشرات سنوية سابقة أو منتجات إحصائية أخرى.
5. زيادة الثقة بالإنتاج الإحصائي للجهاز المركزي للإحصاء.

### لابد للبيان الصحفي ان يحتوى الأساسيات فى هيكلته وكما يلي:

❖ **هيكل البيان الصحفي :** تحدث كما هو المعتاد في كل خبر صحفي بموضوعية وبشكل طبيعي ، إذكر تفاصيل أكثر وزود القارئ بمعلومات قسّم الموضوع الى افتتاحية تذكر فيها فحوى البيان وتفصيله واهميته ومن المستفيد منه واعمل بإتقان لعرض هذه المعلومات لأنها المرجع الذي تأخذه وسائل الإعلام ، ثم ركز في الوسط حول التفاصيل التي تدعم بياناتك وتعزز إهتمام المستخدمين ، إضافة الى وضع إحصائيات وأرقام أو جداول ورسوم بيانية ومعلومات التواصل مع المهتمين.

✚ **ولغرض إعداد بيان صحفي (كتابة خبر إحصائي ) يجذب الإنتباه والأنظار علينا ان نعرف الهدف**

**من كتابة البيان الصحفي كي نتمكن من عرض وشرح أهم المؤشرات التي نرغب الإعلان عنها.**

✚ **أن يتسم بالبساطة والإختصار ، من صفحة او صفحتين لا أكثر وبجمل قصيرة وغير مكررة.**

✚ **يفضل استخدام المصطلحات الفنية بالحد الأدنى إذ ليس من المتوقع أن تكون للقراء خبرة في**

**استخدام المصطلحات الفنية المتخصصة.**

✚ **استخدام ألوان متناسقة فيما بينها ضمن فقرات البيان.**

❖ **العنوان الرئيس:** إختيار عنوان حيوي وواضح لجذب انتباه القارئ ويكتب بخط **PT BOLD HEADING**

**(بحجم 14)** ويكون عنوانا مختصرا مع مراعاة الآتي:



1. إنتبه إلى أنك تقدم معلومات إحصائية (وليس إعلاناً عن بيع مادة غذائية أو عصير ) فاجعل العنوان بسيطاً ومفهوماً يوحي بخبر ومعلومة مهمة تلفت الإنتباه .
  2. احرص على أن يتضمن العنوان الكلمات الرئيسية حول المجال الإحصائي ، واجعله مبهرماً يجذب القراء.
- ❖ اسم المديرية : يكتب اسم المديرية المصدرة للبيان الصحفي واسم التقرير وتاريخ إصداره أسفل العنوان الرئيس والى اليمين (بحجم خط 10) ويلون مختلف عن العنوان.
  - ❖ الخلاصة : تكتب خلاصة لمحتوى تقرير المسح او النشرة الاحصائية التي ترغب عرضها بأهمية شديدة كما لو كانت عناوين رئيسة وبطريقة مختصرة ومفهومة لمستخدمي البيانات لجذبهم لاكمال قراءة البيان ، بالتأكيد من المستخدمين والقراء من لا يقرأ سوى العنوان فهذه الخلاصة يدفعهم الى قراءة المزيد وطلب الإطلاع على التقرير، وكن متأكداً من ذكر اسم الجهات المساندة في تنفيذ الإحصائية. ويفضل ان نحدد العنوان والخلاصة بعد كتابة مضمون البيان. (يكون حجم الخط 12)
  - ❖ العناوين الفرعية : تكتب بطريقة مختصرة وغير فنية تسهل على القارئ فهم العنوان. (حجم الخط 14)
  - ❖ تكون معلومات للعناوين الفرعية دقيقة ومباشرة ومكونة من سطر او سطرين قدر الامكان (حجم الخط 12).
  - ❖ أضف المعلومات الأكثر أهمية لتشرحها وتجيب فيها عن الأسئلة التي تدور في ذهن القارئ " ماهو البيان ، ومن صاحبه ، ما أهميته ، مكانه وتوقيته " لانتوقع أن يكون كل قرائك قد قرأوا العنوان والخلاصة لذا حاول ان تجعل هذه الفقرة توضح نفسها.
  - ❖ اضافة رسوم بيانية وجداول بسيطة للمعلومات الاكثر اهمية والمهمة ان امكن تساعد هلى الفهم وجذب الإنتباه.
  - ❖ وضع تسلسل ورقم للبيان لغرض النشر الالكتروني مثلاً (رقم 25 لسنة 2013). (حجم الخط 11)
  - ❖ تكتب في نهاية البيان الصحفي معلومات الاتصال / موقع الجهة التي اعدت البيان / البريد الإلكتروني / رقم هاتف الشخص المسؤول عن اعداده لحصول المهتمين على معلومات اكثر تفصيلاً .





## الشروط الواجب توفرها في نشر بيان الصحفي

1. يكتب بعد قيام اللجان التدقيقية بالموافقة على المعلومات الواردة في المسح او النشرة الاحصائية.
2. يتم استحصال الموافقات الرسمية لنشر البيان الصحفي وذلك لأهمية ومصداقية الخبر الإحصائي.
3. التدقيق اللغوي للبيان الصحفي، حيث يجب تدقيق كتابة البيان من قبل شخص ثان غير الذي كتبه حيث دائماً ترى العين الثانية الأخطاء الإملائية والمنطقية ليكون بالشكل الأمثل.
4. اختبار سهولة وجوده البيان الصحفي وذلك بقيام شخص اخر بقراءته وشرح مدى فهمه للمعلومات التي فيه.
5. أن يتم الإعلان عن قرب اطلاق البيان الصحفي حول الموضوع المقصود على الموقع الإلكتروني للجهاز " قبل يومين مثلاً " .
6. أن يصدر البيان الصحفي في الموعد المحدد له في الرزنامة الإحصائية **Statistical calendar** وينشر البيان الصحفي على الموقع الإلكتروني حتى وان كان المسح او النشرة الاحصائية لازال في مرحلة الطباعة.
7. يتم تزويد شعبة النشر الإلكتروني بالبيان الصحفي بصيغته النهائية في **Flash-memory** ويوضع الرسم البياني بصيغة ( jpg ).

## أطار تقييم جودة البيان الصحفي

- هل تم وضع تسلسل لرقم البيان الصحفي من قبل شعبة النشر الإلكتروني ليكون جاهزا للنشر ؟
  - هل يتصف البيان الصحفي بالبساطة والاختصار ؟
  - هل تم استخدام اسلوب الهرم المقلوب (أي أن البيان يبدأ بأهم المعلومات ثم يتوسع ويشرح النتائج الاقل اهمية)؟
  - هل تم اختيار عنوان حيوي قصير (سطر واحد) معبر وغير فني ؟
  - هل تم استخدام العناوين الفرعية ؟
  - هل تم إدراج أشكال واضحة تعين على الفهم ؟
  - هل تم تحديد التاريخ ومعلومات الاتصال (رقم الهاتف، البريد الإلكتروني) ؟
- وسندرج امثلة عن بيانات صحفية لتقارير ونشرات احصائية سابقة اعيد صياغتها لتتناسب مع المعايير الدولية في كتابة البيان الصحفي

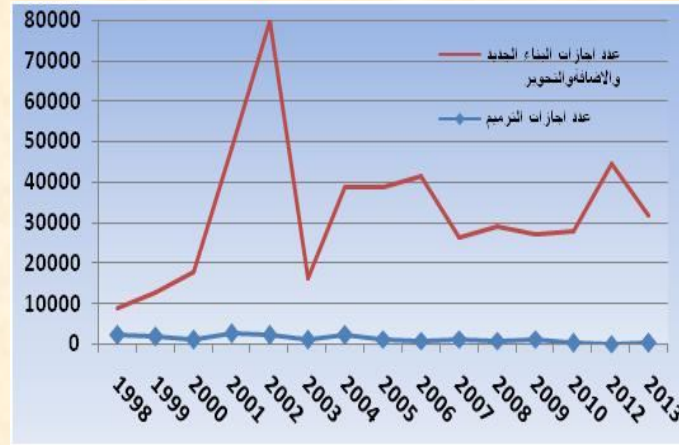


انخفاض عدد إجازات البناء والترميم الممنوحة للقطاع الخاص لسنة 2013 بنسبة 28% عن العام الماضي

إحصاء إجازات البناء والترميم الممنوحة للقطاع الخاص - آذار 2014

بلغ عدد إجازات البناء والترميم الممنوحة للقطاع الخاص ( 31.9 ) ألف إجازة مسجلة انخفاض بنسبة 28% عن العام الماضي حيث بلغ عدد الإجازات لسنة 2012 ( 44.4 ) الف إجازة. كذلك الحال بالنسبة للكلفة التخمينية حيث بلغت 2.2 ترليون دينار مسجلة نسبة انخفاض مقداره 18.5% عن سنة 2012 حيث بلغت الكلفة التخمينية 2.7 ترليون دينار .

شكل 1 : عدد إجازات البناء والترميم الممنوحة للقطاع الخاص بحسب النوع للسنوات 1998-2013



## محافظة بغداد تحتل المرتبة الاولى في عدد إجازات البناء والترميم الممنوحة للقطاع الخاص لسنة 2013

احتلت محافظة بغداد أعلى نسبة في عدد إجازات البناء والترميم حيث بلغ عدد الإجازات الممنوحة في هذه المحافظة (8459) إجازة شكلت نسبة (26.5%) من مجموع الإجازات في العراق الممنوحة وبكلفة

تخمينية مقدارها (807.5) مليار دينار شكلت نسبة (37.1%) من مجموع الكلفة التخمينية الكلية تلتها محافظة بابل حيث بلغ عددها (2,345) إجازة شكلت نسبة (7.4%) من مجموع الأجازات الكلي بكلفة تخمينية مقدارها (176) مليار دينار شكلت نسبتها (8.1%) من مجموع الكلفة التخمينية الكلية ، تليها محافظة البصرة حيث بلغ عدد الإجازات (236.2) إجازة شكلت نسبة (7%) من مجموع الإجازات الكلي بكلفة تخمينية مقدارها (148) مليار دينار شكلت نسبتها (6.8%) من مجموع الكلفة التخمينية الكلية .

مديرية إحصاءات البناء والتشييد / الجهاز المركزي للإحصاء / العراق  
رقم البيان : ( 20 ) لسنة 2014

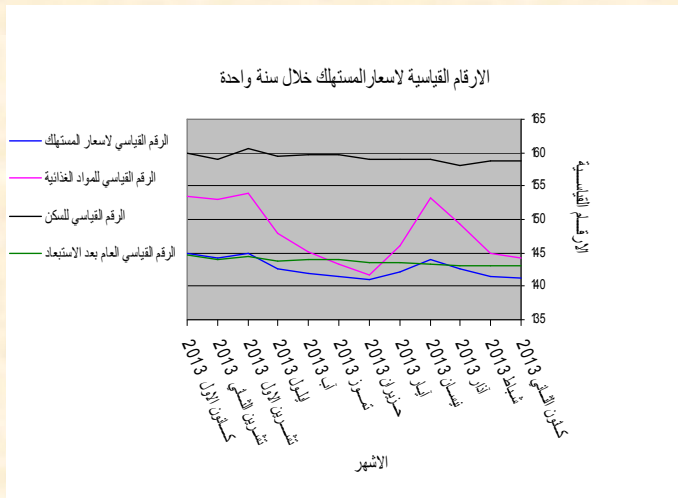
[WWW.COSit.gov.iq](http://WWW.COSit.gov.iq): معلومات الاتصال



## ارتفاع مؤشر التضخم لشهر كانون الاول 2013

قسم الارقام القياسية - كانون الثاني 2014

ارتفع مؤشر التضخم خلال شهر كانون الاول 2013 بمعدل 0.4% عن الشهر السابق وبمعدل 3.1% عن شهر كانون الاول لسنة 2012.



مجموعة الاغذية والمشروبات غير الكحولية لها اكبر تاثير على معدل التغير السنوي للرقم القياسي لاسعار المستهلك

ارتفعت اسعار المستهلك لمجموعة المواد الغذائية بمعدل 7.1% في شهر كانون الثاني 2013 بالمقارنة مع نفس الشهر من سنة 2012 وبمعدل 6.1% مقارنة بشهر تشرين الثاني 2013 وكان الرقم القياسي لقسم السكن تاثير في ارتفاع معدل التغير السنوي للرقم القياسي لاسعار المستهلك حيث ارتفعت اسعاره بمعدل 1.8% في شهر كانون الاول 2013 بالمقارنة مع نفس الشهر من سنة 2012 وبمعدل 1.5% مقارنة بشهر تشرين الثاني 2013



الرقم القياسي لاسعار المستهلك بعد الاستبعاد		الرقم القياسي للسكن		الرقم القياسي للمواد الغذائية		الرقم القياسي لاسعار المستهلك CPI		الشهر
معدل الرقم القياسي السنوي %	الرقم القياسي =2007 100	معدل التغير السنوي %	الرقم القياسي =2007 100	معدل التغير السنوي %	الرقم القياسي 100=2007	معدل التغير السنوي %	الرقم القياسي 100=2007	
1.6	144.5	2.5	160.7	6.3	153.9	3.1	145.0	تشرين الأول 2013
1.3	144.0	1.5	159.0	6.1	152.9	2.7	144.3	تشرين الثاني 2013
1.6	144.6	1.8	160.0	7.1	153.4	3.1	144.9	كانون الأول 2013

قسم الارقام القياسية / الجهاز المركزي للإحصاء /العراق  
رقم البيان : ( 25 ) لسنة 2014  
معلومات الاتصال: [WWW.COSit.gov.iq](http://WWW.COSit.gov.iq)









حقوق التصميم الطباعة محفوظة لدى مديرية المطبعة  
الجهاز المركزي للإحصاء 2014  
[printing.press@mop.gov.iq](mailto:printing.press@mop.gov.iq)