

پیوست رسانه‌ای
بزرگداشت هفته دولت ۱۴۰۴

۱۲ ماه تلاش ۱۲ روز دفاع

دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت

۱۹ مرداد ۱۴۰۴

مقدمه:

هفته دولت امسال در حالی فرامی‌رسد که دولت چهاردهم نخستین سال فعالیت خود را پشت سر گذاشته است. این دولت، در آغاز راه با بحران‌ها و چالش‌های جدی مواجه شد که شکل‌گیری بسیاری از آن‌ها خارج از اراده و نقش مستقیم آن بوده است. تازه‌ترین و البته مهم‌ترین این بحران‌ها، تهاجم رژیم صهیونیستی است که پیامدهای امنیتی و اقتصادی آن، فضای کشور را تحت تأثیر قرار داده است. در کنار آن، بحران ناترازی انرژی و آب نیز نظم و روال عادی زندگی مردم را مختل کرده است.

در چنین شرایطی، هفته دولت فرصتی مغتنم برای تبیین و تشریح تلاش‌ها، اقدامات و دستاوردهای دولت در مسیر خدمت به مردم ایران است؛ با این حال، هرگونه اقدام در این زمینه باید متناسب با شرایط خاص و حساس امروز کشور طراحی و اجرا شود.

پیوست رسانه‌ای بزرگداشت هفته دولت امسال، با هدف تبیین مؤثر عملکرد دولت، می‌کوشد با تحلیل دقیق شرایط روز و در نظر گرفتن دغدغه‌های افکار عمومی، چارچوبی هدفمند برای اطلاع‌رسانی ارائه کند؛ چرا که در غیر این صورت، هرگونه فعالیت رسانه‌ای و تبلیغاتی ممکن است نتیجه معکوس به دنبال داشته باشد؛ به این معنا که نه تنها به ارتقاء جایگاه دولت در نگاه مردم کمکی نکند، بلکه آن را تضعیف نیز نماید.

رویکردهای اصلی دولت چهاردهم در اطلاع رسانی:

- ۱- صداقت
- ۲- شنیدن صدای مردم، جامعه مدنی و منتقدین
- ۳- اجتناب از ارائه گزارش های پوچ و مهمل
- ۴- دوری از دستاوردسازی
- ۵- پرهیز از متهم سازی و مقصر سازی دیگران
- ۶- اجتناب از دوقطبی سازی و کشاندن اختلاف ها و دعواها به فضای عمومی

سیاست های اطلاع رسانی:

- ۱- پاسخگویی مسئولانه به سوالات، انتقادات، شایعات و ابهامات
- ۲- اطلاع رسانی شفاف و موثر از مهم ترین اقدامات دولت در یکسال اخیر با پرهیز از بزرگنمایی و عددسازی
- ۳- روایت واقعیت ها همراه با پذیرش نقایص و لزوم عذرخواهی از مردم در رابطه با مشکلات
- ۴- جلب مشارکت مردم در انعکاس و بازنشر فعالیت های دولت در شبکه های اجتماعی
- ۵- ایجاد حس همدلی در جامعه با تبیین گفتمان وفاق ملی
- ۶- تشریح رویکرد دولت به گفت وگو، همدلی، انسجام اجتماعی و همکاری میان جریان های مختلف برای عبور از بحران ها و پیشبرد برنامه توسعه کشور

رویکردهای تولید محتوا:

۱- تبیینی:

روایت های گذشته، حال و آینده بخش های مختلف کشور در قالب پروژه، برنامه و خدمت با نگاه مقایسه ای به آنچه از دولت های گذشته تحویل دولت چهاردهم شده است.

در این بخش اقدامات به ثمر رسیده، اقدامات و فعالیت های در حال انجام و نیز برنامه ریزی برای پروژه ها و طرح های

شروع نشده یا نیمه تمام مدنظر است و در بخش نگاه به آینده، هدف جلب و جذب مشارکت مردم در اجرا و تکمیل طرح‌ها مدنظر است. این موضوع در تمام برنامه‌های پیش‌بینی شده در هفته دولت اعم از سخنرانی‌ها، گفت‌وگوهای رسانه‌ای، نشست‌های عمومی و تخصصی با ذینفعان و رسانه‌ها، افتتاح پروژه‌ها و... مورد توجه است.

بازه زمانی کوتاه هفته دولت، زمان دیده شدن و تبیین تمام دستاوردهای دستگاه نمی‌تواند باشد، لذا مناسب است برای اثرگذاری بیشتر و تحقق اهداف روی ۵ تا ۱۰ دستاورد اصلی و مهم متمرکز شده و در مورد آنها تولیدات رسانه‌ای و تبلیغی صورت پذیرد.

۲- اقناعی

پاسخگویی به ابهامات، شبهات و انتقادات: هر چه در حوزه اطلاع رسانی و آگاهی‌بخشی قوی عمل کنیم اما نسبت به رفع ابهامات و شبهات ضعف داشته باشیم، اهداف پیش‌بینی شده محقق نخواهد شد، لذا ضروری است برای اثربخشی بیشتر اقدامات رسانه‌ای به پاسخگویی توجه جدی شود.

قابل توجه اینکه

- ضرورت و لازمه اقناع، پاسخگویی به ابهامات و شبهات است، بنابراین اقناع باید با شیوه‌های مختلف پاسخگویی تا رفع اثر ابهام و ایجاد حس اعتماد در مردم، انجام شود.

- مناسب است مهمترین انتقادات و ابهامات به دستگاه اجرایی طی یک سال گذشته که آثار آن هنوز وجود دارد و یا انتقادات و ابهامات احتمالی در ایام هفته دولت احصاء و ضمن تهیه پاسخ‌های اقناعی و مستدل برای انتشار در زمان مقتضی برنامه‌ریزی شود.

۳- تبلیغی

منظور استفاده از شیوه‌ارایه نتایج و اقدامات و فعالیت‌ها با استفاده از زبان تبلیغات یعنی ایجاد تصویر مثبت و اثرگذاری با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباط بصری محیطی مانند بیلборدها، استرابوردها و سازه‌های تبلیغی شهری و بین شهری است. انتخاب داده‌های کلیدی، لحن مثبت و بصری‌سازی داده‌ها از ویژگی‌های این رویکرد است.

بهره‌مندی حداکثری از ظرفیت رسانه‌ای

از آنجایی که رسانه هم ابزار انتقال پیام و هم بستر ارتباطی برای دستگاه‌های اجرایی در اعلام و ارایه دستاوردها و گزارش عملکرد یک‌ساله محسوب می‌شود، بهره‌مندی حداکثری از ظرفیت رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب،

شبکه‌های اجتماعی در گستره محلی و ملی طی ایام هفته دولت، امکان تحقق هر چه مطلوبتر اهداف و نمایش محتواهای تولیدی با رویکردهای پیش گفته را فراهم می‌سازد.

حضور در برنامه‌های رسانه ملی:

- حضور مقامات و مدیران دولت در برنامه‌های شبکه‌های سراسری و استانی رادیو و تلویزیون؛ با توجه به هماهنگی انجام شده با رسانه ملی، برنامه‌هایی برای حضور اعضای محترم دولت و مدیران ارشد دستگاه‌های اجرایی احصاء و برنامه‌ریزی شده است که در قالب جدول زمان‌بندی ارائه می‌شود.

این فضا فرصت مناسبی است تا سیاست‌ها و رویکردهای پیش‌بینی شده در این نوشتار، مورد توجه قرار گیرد.

- ضروری است برش مهمترین بخش‌های گفت‌گو در فضای رسانه‌ای و مجازی بازنشر شود.

اطلاع‌رسانی رویداد محور

منظور از برگزاری رویداد ارایه تصویری از دولت و کارگزاران آن کنار ملت با هدف بهره‌گیری از این ظرفیت و استفاده از آن به عنوان ابزاری برای انتقال پیام و ایجاد آگاهی عمومی است.

برخی از رویدادهایی که می‌توان پیش‌بینی نمود عبارت است از:

الف- برگزاری کنفرانس‌های خبری اعضای هیات دولت، مقامات و مدیران با رسانه‌ها

ب- برنامه‌ریزی برای بازدید از رسانه‌های سراسری و استانی

ج- حضور در اجتماعات مانند نماز جمعه و برگزاری دیدارهای مردمی

د- دایر نمودن میزهای خدمت در کنار سایر مراسم و پاسخگویی به مردم

قابل توجه اینکه ضروری است از این رویدادها در قالب‌های مختلف محصول رسانه‌ای و تبلیغی تولید و برای انتشار در رسانه‌های توزیع شود.

تاکید می‌شود: ارایه تصویر دولت کنار مردم از اهداف اطلاع‌رسانی رویداد محور است.

و- سفرهای استانی:

سفرهای استانی فرصت مغتنمی است برای تقویت ارتباط دوسویه ملت و دولت؛ لذا ضروری است به صورت هدفمند برنامه‌ریزی شده و از این فرصت حداکثر استفاده برای صحبت با مردم و اقناع و تبیین برنامه‌های آتی برای امیدآفرینی

انجام شود. در این سفرها برنامه‌های ذیل پیشنهاد می‌شود:

- سفر رئیس دستگاه به همراه معاونان به شهرهای مختلف به ویژه مناطق محروم و کم‌برخوردار
- نشست و گفت‌وگوی رودررو با مردم مانند دانشگاه‌ها، انجمن‌های مردم‌نهاد، مساجد و هیئات مذهبی
- نشست با ذی‌نفعان دستگاه برای شنیدن نظرات، گلایه‌ها و پیشنهادات و در مقابل تبیین برنامه‌ها و پاسخگویی به شبهات

- انجام برنامه‌ریزی رسانه‌ای برای افتتاح یا بهره‌برداری از پروژه‌ها و طرح‌ها در مقاطع زمانی قبل، حین و بعد از آن
- مناسب است قبل و حین افتتاح، مطالبات مردمی در خصوص ضرورت طرح، جزئیات، مدت زمان بلاتکلیفی، آثار و ابعاد آن اطلاع‌رسانی شده و پس از آن میزان اثرگذاری آنها بر زندگی مردم و حوزه‌های مختلف به تصویر کشیده شده تا حس امید و باور به درستی منتقل شود.

- تمرکز بر زمان بلاتکلیفی پروژه‌ها طی سالیان گذشته و توجه به اراده دولت در تکمیل آنها

- حضور در نماز جمعه و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های فوق

- حضور در برنامه تلویزیونی استانی

ملاحظات:

- تدابیر و تمهیدات لازم رسانه‌ای برای انعکاس برنامه‌های سفر به مردم انجام و با توزیع مناسبی در فضای رسانه‌ای و مجازی انجام شود.

- مناسب است قبل از سفر، گزارشی از شرایط و وضعیت استان / شهرستان اعم از مهم‌ترین مشکلات، چالش‌ها، ویژگی‌ها، ظرفیت‌ها و اقدامات مهم دولت در استان / شهرستان گرفته شود تا در برنامه‌های پیش‌بینی شده مورد استفاده قرار گیرد.

- پروژه‌ها و طرح‌ها پس از افتتاح و بهره‌برداری رها نشده بلکه در مناسب‌ترین زمان واکنش مردم به آثار پیشرفت آنها به تصویر کشیده شود. این مهم باید در قالب تولید فیلم‌های کوتاه، گزارش‌های تصویری از طریق رسانه‌ها به ویژه رسانه ملی و یا فیلم حضور مقامات در میان ذینفعان و گفت‌وگو با آنها انجام شود.

- از انجام تشریفات و راه‌اندازی کاروان خودرویی و هزینه‌های بی‌مورد در تبلیغات و خوش‌آمدگویی جداً اجتناب شود.

دولت کنار مردم: دستگاه‌های اجرایی اهم وعده‌ها و برنامه‌های رئیس جمهور را که در یک سال گذشته به نتیجه رسیده است، در قالب رویداد «دولت کنار مردم» در رسانه‌ها، تبلیغات محیطی و شهری و همچنین استفاده از تبلیغات در فضای مجازی منعکس کنند.

با توجه به اینکه در برنامه‌های تبیینی، هدف، اقناع و ایجاد قضاوت عادلانه در مخاطب است، چنانچه وعده‌ای محقق نشده دلیل آن صادقانه و با استدلال مورد قبول افکار عمومی مطرح و در صورت ضعف در اجرا، عذرخواهی و برنامه‌های قابل تحقق پیش رو برای عمل به وعده ارائه شود.

شیوه‌های انتشار و توزیع محتوا:

برای انتشار محتواهای هفته دولت ضمن به کارگیری شیوه‌های نوین، خلاقانه و متأثر از فضاها و نسل نو از راهبرد فراگیر و متنوع ۳۶۰ درجه استفاده می شود.

محورهای عملکردی دولت چهاردهم

بر اساس رویکردها و گفتمان رئیس جمهور برخی محورهای عملکردی که ذیل آن دستگاه‌ها می‌توانند متناسب با مأموریت و در چارچوب وظایف خود به تولید محتوا بپردازند، عبارت است از:

- ۱- وفاق ملی
- ۲- دولت کنار مردم
- ۳- عدالت آموزشی
- ۴- توسعه روابط بین‌المللی
- ۵- اصلاح الگوی مصرف انرژی
- ۶- عدالت درمانی
- ۷- افزایش نقش اهالی فرهنگ و هنر در حکمرانی فرهنگی
- ۸- اصلاح رویه‌ها، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و ترک برخی رسوم و سنت‌های جاری در دولت‌ها

هم‌افزایی در حمایت از عملکرد کلان دولت:

اگر تمام ارکان دولت به مثابه یک خانواده باشند و عملکرد هر دستگاه اجرایی، عملکرد کلان دولت و ریاست محترم جمهوری تصور شود، باید حمایت و پشتیبانی رسانه‌ای تمام ارکان دولت را به همراه داشته باشد.

الزامات:

- خلاصه گزارشی از عملکرد دولت توسط دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت تهیه و در اختیار تمام دستگاه‌های اجرایی قرار خواهد گرفت و به تمام سطوح مدیریتی ارسال می‌شود تا در سخنرانی‌ها، گفت‌وگوهای رسانه‌ای و عمومی، نشست‌های نخبگانی و ذی‌نفعان و... مورد استفاده قرار گیرد.
- از رسانه‌ای کردن هرگونه اختلاف بین دستگاهی اکیداً اجتناب شود.

توصیه‌ها:

- به منظور سیاست‌گذاری و انسجام در تدوین برنامه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی گرامی داشت هفته دولت، ستاد بزرگداشت هفته دولت در دستگاه‌های اجرایی به ریاست رئیس دستگاه تشکیل شود.
- دستگاه‌های اجرایی دستورالعمل اطلاع‌رسانی را به سازمان‌ها و واحدهای تابعه ملی و استانی ابلاغ و بر اجرای دقیق آن تأکید کنند.
- دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت بر روند اجرای این دستورالعمل نظارت کرده و گزارش عملکرد دستگاه‌های اجرایی را در پایان هفته دولت تهیه و جهت استحضار ریاست محترم جمهوری ارسال می‌کند.
- دستگاه‌های اجرایی موظف هستند گزارش عملکرد فعالیت‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی (اقدامات رسانه‌ای - تبلیغاتی - رویدادی) را بر اساس فرمت واحد اعلامی دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت تکمیل و در زمان مقرر تحویل دهند. جمع‌بندی و ارائه گزارش عملکرد استانداری‌ها بر اساس فرمت دبیرخانه شورا بر عهده وزارت کشور است.

- توجه به شعار «۱۲ ماه تلاش ۱۲ روز دفاع» در طرح‌های تبلیغاتی و تولیدات رسانه‌ای

ضروری است.

- به منظور در اختیار بودن فرصت کافی برای برنامه‌ریزی دقیق فعالیت‌های اطلاع‌رسانی هفته دولت و جلوگیری از تراکم آنها در مدت زمان کوتاه، بازه زمانی اجرای دستورالعمل مذکور از ۲۹ مرداد تا ۸ شهریورماه تعیین می‌شود.

- برای هم‌افزایی و انسجام در اطلاع‌رسانی اقدامات و دستاوردهای دولت، ضروری است ظرفیت‌های رسانه‌ای ملی و استانی دستگاه‌های اجرایی بکار گرفته شود.
- نشست‌های مشورتی، تبیینی و رسانه‌ای با اصحاب رسانه در سطوح مختلف مدیریتی، به منظور اقناع و تقویت همراهی ایشان با برنامه‌های پیش‌بینی شده در همراهی آنان و همراه سازی افکار عمومی موثر است.
- استفاده از شعار و طرح تبلیغی واحد دولت در تولیدات و محتوای رسانه‌ای به منظور پیام‌رسانی واحد الزامی است.
- تولیدات رسانه‌ای و تبلیغی به جای شخص محور بودن معطوف به عملکرد دستگاه باشد.
- استفاده از آمار و ارقام مقایسه‌ای و نشان دادن تغییرات در تبیین شرایط و عملکرد، مؤثر است.
- برای اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های هفته دولت از ظرفیت مردمی و نخبگانی استفاده حداکثری شود.
- برای اثرگذاری فعالیت‌های رسانه‌ای لازم است تولید محتوا متناسب با مخاطبان انجام شود.
- از تشریفات پرهزینه در برنامه‌های پیش‌بینی شده به ویژه سفرهای استانی پرهیز شود.
- تأکید می‌شود از دادن وعده‌های جدید دور از انتظار، پرهیز شده و در تشریح و تبیین شرایط و دستاوردها، صداقت و بیان حقیقت مورد توجه باشد.

دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت

۱۹ مرداد ۱۴۰۴