

بر اساس امتیازهای اعلامی ۱۸ امین جشنواره شهید رجایی؛

سازمان تأمین اجتماعی در میان سازمان‌های شاخص در تبیین دستاوردها و اطلاع‌رسانی

سازمان تأمین اجتماعی در هجدهمین جشنواره شهید رجایی در بخش موضوعی و در زمینه تبیین دستاوردها و اطلاع‌رسانی، در بین ۱۰۷ دستگاه ملی که امتیازهای آنها در سامانه "دولت‌سنج" اعلام شده است، با کسب نمره کامل در کنار دستگاه‌های برتر کشور در این زمینه قرار گرفت.

به گزارش سایت خبری پرسون، وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مستقل زیر نظر ریاست جمهوری و سایر نهادهای حوزه قوه مجریه و چند دستگاه از قوه قضاییه در دو بخش اصلی و موضوعی مورد ارزیابی قرار گرفتند. بخش‌های موضوعی این جشنواره شامل مواردی نظیر "بهره‌وری و مردمی‌سازی دولت"، "تبیین دستاوردهای دولت و اقناع افکار عمومی"، "تسهیل و ایجاد اشتغال"، "اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت و اقامه نماز" و دانشگاه و استاندار برتر هستند.

براساس نتایج ارائه شده در وبگاه "دولت‌سنج" که سامانه رسمی اعلام نتایج این ارزیابی است، در این دوره از جشنواره شهید رجایی در بخش موضوعی تبیین دستاوردها و اطلاع‌رسانی که به ارزیابی برنامه‌های ارتباطی، اطلاع‌رسانی و رسانه‌ای دستگاه‌ها اختصاص دارد، سازمان تأمین اجتماعی در میان ۱۰۷ دستگاهی که امتیازهای نهایی آنها در این وبگاه اعلام شده، به همراه ستاد وزارت نفت، ستاد وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، شرکت ملی نفت، شرکت ملی گاز و سازمان غذا و دارو موفق به کسب نمره کامل این شاخص شده است.

در هجدهمین جشنواره شهید رجایی، معیار "اطلاع‌رسانی و تبیین" مشتمل بر زیرشاخص‌های میزان ارتباط با رسانه‌ها، میزان حضور در رسانه‌های نوین، میزان روشنگری نسبت به انتقادات، شایعات، شبهات و ابهامات، میزان تعاملات و ارتباطات تبیینی مسئولان، میزان تولید انواع محتوای رسانه‌ای از برنامه‌ها، فعالیت‌ها و دستاوردها و میزان استقرار روابط عمومی الکترونیک بوده است.

جشنواره شهید رجایی هر ساله توسط سازمان اداری و استخدامی کشور با هدف نهادینه‌سازی فرهنگ مدیریت و بهبود عملکرد در دستگاه‌های اجرایی، ایجاد رقابت سالم و پویایی بین دستگاه‌های اجرایی، تقدیر از تلاشگران عرصه خدمت به مردم و ایجاد انگیزه برای مدیران و کارکنان دستگاه‌های اجرایی از طریق معرفی دستگاه‌های برتر در سطوح مختلف برگزار می‌شود.

ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی با در نظر گرفتن مفاد فصل ۱۱ قانون مدیریت خدمات کشوری و آیین‌نامه اجرایی مواد ۸۱ و ۸۲ قانون مدیریت خدمات کشوری، در قالب کمیته‌های تخصصی که در دبیرخانه ستاد مرکزی جشنواره شهید رجایی تشکیل می‌شود انجام شده و گزارش نهایی برای انتخاب برگزیدگان به ستاد مرکزی جشنواره شهید رجایی ارائه می‌شود.

براساس اطلاعات ارائه شده از سوی سازمان اداری و استخدامی کشور، در هجدهمین دوره از جشنواره شهید رجایی ۲۵ دستگاه اصلی و سازمان مستقل، ۱۰۹ شرکت تابعه، ۱۸۷۲ واحد استانی و ۳ دستگاه قوه قضائیه مورد ارزیابی قرار گرفتند.

دستاوردهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی تأمین اجتماعی در دولت مردمی سیزدهم

در پی اعلام نتایج هجدهمین جشنواره شهید رجایی و قرار گرفتن سازمان تأمین اجتماعی در کنار دستگاه‌های برتر کشور در زمینه تبیین دستاوردها و اطلاع‌رسانی با کسب نمره کامل در این حوزه در جشنواره یادشده، سید محمدرضا فیاضی مشاور مدیرعامل و مدیرکل روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی ضمن سپاس از ایده شورای اطلاع‌رسانی دولت در اضافه کردن بخش تبیین و اطلاع‌رسانی به جشنواره ۱۸ ام شهید رجایی ابراز امیدواری کرد با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای دستگاه‌های مختلف، شاخص‌ها و جایگاه فعالیت‌های رسانه‌ای هر ساله ارتقاء یابد و گفت: ماهیت حوزه رسانه‌ای، پشتیبانی و تعامل هم‌افزا با سایر واحدهاست که این موضوع گاهی منجر به عدم توجه لازم به ضرورت فعالیت‌های رسانه‌ای می‌شود و اضافه شدن شاخص رسانه‌ای با ابتکار شورای اطلاع‌رسانی می‌تواند به بهبود جایگاه و عملکرد بخش‌های رسانه‌ای و عملکرد منسجم‌تر این واحدها در سطح کشور منجر شود.

فیاضی همچنین ضمن تقدیر از زحمات تمامی همکاران فعال در حوزه رسانه‌ای این سازمان گفت: سازمان تأمین اجتماعی همان‌طور که از نام آن هم مشخص است؛ سازمانی است که در وهله اول اجتماعی است؛ سازمانی که به واسطه ماهیت و مأموریت خود با بیش از ۴۶ میلیون نفر مخاطب از اقشار مختلف جامعه در سه حوزه بیمه، درمان و فعالیت‌های اقتصادی مشغول خدمت است و این عدد چه به جهت کمیت و چه به جهت تنوع، مستلزم بهره‌گیری از سطح بالایی از ارتباطات است؛ ارتباطاتی که بخش قابل‌توجهی از آن از مسیر استفاده از ابزار رسانه انجام می‌شود و با توجه به تنوع حوزه‌های فعالیت سازمان می‌بایست ضمن اطلاع‌رسانی خدمات سازمان، پاسخگویی به هنگام و شفاف را در مواجهه با فضای رسانه‌ای و افکار عمومی داشته باشد. به همین جهت اولین تلاش در حوزه رسانه‌ای سازمان ناظر به تقویت وجه اطلاع‌رسانی چه به جهت کیفیت و چه به جهت وسعت جریان‌های ارتباطی بوده که بخشی از آن از طریق استفاده از ظرفیت‌های درونی سازمان پیگیری شده و بخشی نیز از طریق تعامل مثبت با سایر رسانه‌های محیطی سازمان انجام شده است. در بخش اخبار تنها در سال ۱۴۰۱، بیش از ۵۱۰۰ عنوان خبری در سطح کشور تولید و بازنشر شده و ۱۱۴۵ گفت‌وگو با رسانه‌های مختلف صورت پذیرفته است. در ۴۰۴ عنوان پاسخگویی به فضای رسانه‌ای و عمومی انجام شده و بیش از ۲۸۰ هزار محتوای غیرخبری در فرمت‌های مختلف تولید و توزیع شده و حدود ۴۲ هزار محتوا در شبکه‌های اجتماعی انتشار یافته است.

فیاضی با اشاره به برخی اقدامات تبلیغی این اداره کل در طراحی و تولید کمپین‌های رسانه‌ای ذیل طرح بیمه فراگیر خانواده و اپلیکیشن "تأمین من" گفت: فارغ از فعالیت‌های معمول اطلاع‌رسانی که البته حائز اهمیت است؛ اطلاع‌رسانی و تبلیغ طرح‌های بیمه‌ای با محوریت بیمه فراگیر خانواده از جمله سیاست‌هایی بوده که بخش قابل‌توجهی از آن با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای سازمان پیگیری شد. در واقع فارغ از کارکردهای معمول واحدهای روابط عمومی، با رویکرد بازاریابی تلاش شد تا از مسیر طراحی کمپین‌های ۳۶۰ درجه رسانه‌ای، این سیاست سازمان پیگیری شود. به لطف خدا و تلاش همکاران در بخش‌های بیمه‌ای و روابط عمومی، وضعیت ثبت‌نام در طرح‌هایی نظیر بیمه دانشجویی و زنان خانه‌دار با رشد قابل‌توجهی همراه شد و هم‌اکنون نیز بخش دیگری از کمپین با استفاده از ظرفیت فضای مجازی، تبلیغات محیطی و رسانه‌های جمعی در حال پیگیری است.

مدیرکل روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی افزود: در بحث استفاده از خدمات غیرحضور سازمان نیز با طراحی اپلیکیشن "تأمین من" و پشتیبانی و به روزرسانی مناسب آن توسط همکاران مرکز فناوری و اطلاعات و آمار، کمپین بازاریابی این برنامه اجرایی شد و تعداد نصب نرم‌افزار با رشدی قابل‌توجه به حدود دو میلیون کاربر رسیده است که انشاءالله این روند صعودی در جهت تسهیل استفاده از خدمات، تداوم خواهد داشت.

وی همچنین گفت: علاوه بر مواردی که ذکر شد یکی از ایده‌هایی که به لطف خدا با موفقیت نسبی انجام شد؛ رویکرد استفاده از ظرفیت جمع‌سپاری در حل مسائل بود. این موضوع که اولین بار در تیرماه ۱۴۰۱ و همزمان با هفته تأمین اجتماعی انجام شد؛ با هدف استفاده از ظرفیت ایده‌های همکاران ذیل هشت مسئله کلان اجرایی شد و نهایتاً ۲۰ ایده برتر با رأی حوزه‌های تخصصی سازمان معرفی و تقدیر شده و این ایده‌ها برای پیگیری و اجرایی شدن به معاونت برنامه‌ریزی و مالی ارجاع شد. این رویکرد که ناظر به استفاده از مفهوم خلاقیت باز انجام شد؛ در مرحله بعد ذیل فراخوان ایده‌های رسانه‌ای برای معرفی خدمات سازمان، طرح بیمه فراگیر و فرهنگ بیمه‌ای، اجرایی شد و در هفته تأمین اجتماعی امسال، ایده‌های برتر معرفی شده و مورد تقدیر قرار گرفتند.

مدیرکل روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی ادامه داد: با همین رویکرد استفاده از ظرفیت ایده‌ها و جمع‌سپاری مسائل بود که حضور یکپارچه سازمان و شرکت‌های زیرمجموعه در نمایشگاه ال‌کامپ نیز به صورتی متمایز انجام شد؛ تمایزی که بر اساس آن برای اولین بار لیست نیازهای مرتبط با حوزه‌های فناوری از بخش‌های مختلف سازمان و شرکت‌ها اخذ شده و با اعلان عمومی آن، عملاً فرصت آشنایی فعالان حوزه فناوری با مسائل سازمان محقق شد. همچنین در مدت برگزاری نمایشگاه نیز فرصتی برای ارائه توانمندی‌ها و محصولات و ارتباط مستقیم شرکت‌های استارت‌آپی با مدیران سازمان و شرکت‌ها فراهم شد تا تعاملی دوسویه و ناظر بر مسائل سازمان انجام شود. موضوعی که انشاءالله با تلاش همکاران مرکز فناوری و اطلاعات و ذیل دبیرخانه خلاقیت تداوم خواهد داشت. این رویکرد در نمایشگاه "اکسپو" نیز در قالب حضور یکپارچه سازمان و شرکت‌های زیرمجموعه و معرفی ظرفیت‌های سازمان با گروه‌های بازرگانی و دریافت لیست نیازهای آن‌ها صورت پذیرفت.

فیاضی با اشاره به ظرفیت قابل‌توجه رسانه و این‌که استفاده از این ظرفیت مستلزم خروج از نگاه‌های سنتی نسبت به این پدیده است؛ گفت: استفاده از ظرفیت رسانه در دستگاه‌های غیررسانه‌ای، مستلزم فاصله گرفتن از نگاه‌های رایج رادیکال است. فعالیت رسانه‌ای نه اقداماتی تشریفاتی و غیرضروری است و نه بدون همراهی سایر بخش‌های غیررسانه‌ای می‌توان از آن انتظار حل تمامی مسائل را داشت. به‌طور عمومی رسانه به جز کارکرد تبیین و اطلاع‌رسانی؛ در حوزه آموزش، فراغت و البته نظارت می‌تواند فعال باشد. در بحث نظارت اما مفهوم نظارت با موضوع شفافیت ارتباط نزدیکی دارد. در همین هفته تأمین اجتماعی و با همکاری تمام واحدهای سازمان، تارنمای "تأمین‌نما" در سازمان تأمین اجتماعی رونمایی شد. شفافیت مشابه با بسیاری از مفاهیم و ایده‌های درست، معمولاً در مقام سخن، طرح و مصرف می‌شود؛ در حالی که ایجاد شفافیت مستلزم عملکرد شفاف، پاسخگویی و در عین حال جسارت و شجاعت برای ارزیابی شدن است.

وی افزود: شفافیت برای کاربردی شدن قطعاً نیازمند خلاقیت است چراکه صرفاً منتشر کردن بخشنامه‌ها و اطلاعات پیچیده، پراکنده و حجیم، نه تنها موجب شفافیت نمی‌شود؛ بلکه حتی می‌تواند مخل شفافیت هم بوده و مفاهیم درستی مثل آن را غیرکاربردی و حتی مبتذل کند. درواقع شفافیت پیش‌نیاز ایجاد نظارت چه از موضع رسمی و چه از موضع نهادهای اجتماعی است و برای تحقق نظارت و شکل‌گیری بستر مناسب برای طرح ایده‌های خلاقانه و اصلاحی، نیازمند این هستیم که ابتدا درکی شفاف و شاخص‌مند از وضعیت موجود داشته باشیم تا بتوانیم در مرحله بعد با تخمینی واقعی و شاخص‌مند از وضع مطلوب، بهترین و کارآمدترین ایده‌ها را انتخاب کنیم و "تأمین‌نما" چه به جهت ایجاد شفافیتی قبل‌فهم برای عموم و چه به جهت ارائه نگاهی کلان در مقیاس خدمات سازمان، می‌تواند به تبیین خدمات در سطح رسانه‌ای و افکار عمومی کمک کند.

مشاور مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی همچنین گفت: در بخش نظارت دیگر اقدامی که با همراهی نهادهای نظارتی سازمان انجام شد؛ رونمایی از صفحه اختصاصی نظارت مردمی بود که بر اساس ایده مراجعه نهادهای ناظر به مردم و استفاده از این ظرفیت اجتماعی انجام شد. بر همین اساس مراجعه و گزارش مردم در زمینه افشای فساد یا طرح شکایت به‌صورت غیرحضوری طرح و اجرایی شد تا مردم بتوانند به راحتی گزارش‌های خود را به نهادهای نظارتی ارسال و پیگیری کنند. بر همین مبنا علاوه بر ارتقای سطح اطلاع مردم از حقوق خود و تولید محتوای قابل استفاده برای همه، امکان استفاده از ظرفیت مردمی در جهت بهبود شرایط اداری و تعامل با مردم فراهم شد.

فیاضی ضمن سپاس از همه همکاران سازمان تأمین اجتماعی و همچنین اصحاب رسانه که در فعالیت رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی یاری و همراهی داشته‌اند؛ گفت: همان‌طور که مقام معظم رهبری از مفهوم جهاد برای تبیین و اطلاع‌رسانی استفاده کردند؛ فعالیت‌های رسانه‌ای گفتمان انقلاب اسلامی در مواجهه با جریان رسانه‌ای معاند نیازمند هم‌افزایی و تکمیل است و سازمان تأمین اجتماعی نیز با افق ایجاد تحول در کلیه اقدامات رسانه‌ای خود، آمادگی دارد تا از پیشه‌ها و همکاری تمامی دلسوزان و متخصصان حوزه ارتباطات و رسانه در جهت رفع نواقص و اشکالات و بهبود عملکرد در قبال خانواده معزز بیمه‌شدگان این سازمان بهره‌مند شود.