

بسمه تعالی

مصوبات کمیته اطلاع رسانی بحران و معرفی سخنگو

مصوبات

بدون تردید فرایند اطلاع رسانی یکی از مهمترین مراحل مدیریت بحران ها و رخدادها در هر حوزه میباشد. بدیهی است ضعف در اجرای این فرایند موجب ایجاد مشکل در تصمیم گیری و امکان تکرار و گسترش موارد مشابه را در پی خواهد داشت. همچنین تردید واجتناب بیمورد از ارائه اطلاعات و آگاه سازی جامعه از حساسیت و اقدام به موقع مبتلایان و یا سانحه دیدگان به مراکز امدادی و درمانی کاسته و در مقابل منجر به افزایش موارد ابتلائات جدید، معلولیت و مرگ و میر (موربیدیت و مورتالیت به خصوص در مورد مسمومیت ها و اپیدمی های با منشاء بیولوژیک) خواهد شد. البته مدیریت اطلاع رسانی بایست توأم با ظرافت لازم، مبتنی بر گزارشات علمی، دقیق، به موقع، سریع، قانع کننده، مرتبط با موضوع، توأم با صحت، هماهنگ و در نظر داشتن تمامی جوانب (جامعیت) باشد.

در غیر این صورت هر رخداد با سرعتی بیش از وقایع و عوامل خطر ناشی از بحران خود کانونی برای تولید انواع شایعه، افتراء، تخریب، سیاه نمایی و یا حداقل اغراق خواهد شد و در صورت عدم اقناع افکار عمومی می تواند سوی توجه جامعه را به سوی رسانه های معاند منحرف نماید. تحلیل بسیاری از بحران ها، نشانگر سوء مدیریت اطلاع رسانی به عنوان علت اصلی برخی از استعفا ها است نه اتهام به بی مبالائی و قصور در مورد پیدایش رخداد اصلی.

* لذا شیوه نامه حاضر جهت مدیریت بهینه فرایند اطلاع رسانی در جنب بحران ها در مصوبه کمیته اطلاع رسانی بحران تصویب و پیشنهاد می شود:

۱- شناسائی، دسته بندی و تعیین درجه (از نظر شدت و وسعت پذیری) انواع رویدادها که ظرفیت ایجاد آسیب فراگیر و گسترده (حالات بحران) برای جامعه را در بردارد.

۲- تفکیک دستگاههای اجرایی ذیربط به مسئول (دارای مسئولیت مستقیم) و معین در خصوص یک رویداد مشخص قبل از وقوع آن (زیرا تجربه نشان داده ساعات و فرصت طلایی در بحران ها به تداخل و رفع اختلاف یا بعضا احاله مسئولیت بین دستگاه های مختلف سپری می گردد) لذا حتی المقدور از ورود به اطلاع رسانی در حوزه مسئولیت سایر دستگاه ها بشدت پرهیز شود.

۳- عدم ورود افراد در ورود به موضوعات خارج از حیطه مسئولیت خویش

۴- معرفی متولی اطلاع رسانی (سخنگو) و جانشین و یا سایر مقامات مجاز برای اطلاع رسانی (با صدور حکم از بالاترین مقام دستگاه) به رسانه ها -

۵- سطح (لایه) بندی اطلاع رسانی - سازمان ها وابسته و دانشگاه ها دست اندرکار و مراکز تحقیقاتی زیر مجموعه حوزه سلامت حسب وظایف ، تکالیف می توانند گزارشات خبری- آماری در خصوص اقدامات خود را به رسانه های محلی و حتی ملی ارائه نمایند ولی با عنایت به احتمال بروز تناقض آماری و لزوم وحدت رویه و ارائه آمار جمع بندی شده ، پرهیز هرگونه تصحیح آماری بعدی و تبعات بعدی از جمله عدم اطمینان وحاشیه سازی از آمار ارائه شده میزان آسیب به زیر ساخت ها و مهم تر تلفات انسانی و هرگونه ابتلاء در جریان اپیدمی ها اطلاع رسانی در بعد ملی صرفا از سوی مقامات مجاز (سخنگویان تعیین شده) درستاد مرکزی وزارت بهداشت ارائه گردد. لذا دانشگاه ها در این زمینه آماری به رسانه ارائه ننمایند. با توجه به لزوم مشارکت بین بخشی در هر نوع مشکل با ابعاد ملی سازمان های مختلف در این زمینه نیاز به هماهنگی بیش از پیش دارند. لذا سطوح مدیریتی درون و فرابخشی نیازمند اطلاعات دسته بندی - طبقه بندی شده می باشند که بطور خاص و از طریق کانال مطمئن برای آنان بطور مستمر ارسال گردد.

۶- تعیین اشخاص صاحب دانش و صلاحیت فنی به عنوان منابع و مراجع ذیصلاح در رابطه با هر موضوع و توجیه آنان جهت ارائه اطلاعات علمی مربوط به سخنگوی دستگاه (تکمیل بانک اطلاعاتی از افراد یادشده به همراه اطلاعات تماس برای هر موضوع)

۷- تعیین سیاست و استراتژی اطلاع رسانی ، تعیین خطوط قرمز - حد و مرز و میزان ورود به موضوعات (گزارش کلی و یا با ذکر جزئیات فنی) - نوع واکنش (سگوت، برخورد، اطلاع رسانی تکمیلی، روشننگری، تکذیب، شکایت و...) ، وسعت اطلاع رسانی و ملاحظه درمراتبی که موجب تشویش بیمورد در جامعه خواهدشد- همچنین استراتژی لازم برای اتخاذ انواع روش اطلاع رسانی حسب ماهیت و وسعت رخداد تعیین می گردد)

۸- هدایت و ختم هرگونه تماس رسانه ها به سخنگوی تعیین شده از سوی تمامی عوامل اجرایی درگیر (اجتناب از درز اطلاعات از سوی عوامل اجرایی)

۹- بدست گرفتن ابتکار عمل از سوی سخنگو در ساعات اولیه بحران (در صورت انفعال دراطلاع رسانی مخاطب اولین کانون های اطلاع رسانی را معتبر خواهد شمرد)

۱۰- تعیین مقاطع زمانی منظم بطور مثال ۲۴ ساعت یکبار، حسب طبیعت رویداد برای گزارش دهی و یا پخش گزارش و یا مصاحبه (به جز موارد استثناء که تغییرات ناگهانی ،مهم و تصمیم ساز در سطح رویداد اتفاق بیافتد)

۱۱- ذکر تاریخ و ساعت مصاحبه با هدف پیشگیری از مغایرت و پنداشت جامعه بعنوان **دوگانگی و تناقض**

در اطلاعات (بعضا گزارشات تصویری بصورت آرشیوی و پس و پیش پخش می شود)

۱۲- تعیین کانال ها ، **مراجع و اشخاص مطلع و راویان معتبر** جهت استفاده در فرایند اطلاع رسانی و ذکر

مشخصات راوی در ارائه گزارشات

۱۳- استفاده از تمامی **ظرفیت بالقوه انواع رسانه** جهت همپوشانی هر چه بیشتر در اطلاع رسانی (شبکه های

تلویزیونی ، ماهواره ای، رادیو، پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی، شبکه های مجازی، خبرگزاری ها و جراید و....

۱۴- **تدوین انواع گزارش (سطح بندی شده - اجمالی یا تفصیلی) - انواع گزارش ، خبرنامه ویژه برای مقاصد**

و مخاطبان گوناگون میبایست تولید شود از جمله گزارشات با ساختار و محتوای متفاوت جهت مقامات ، نهادهای

مسئول و سیاستگزاران، دستگاه های اجرایی (که جنبه تصمیم سازی دارد) ، رسانه ها و عموم جامعه (که جنبه

آموزنده و آگاهی بخش دارد) تولید گردد- البته سعی واهتمام کافی در جهت فاقدان تعارض و تناقض بین

محتوای گزارشات مختلف باید وجود داشته باشد (تا در صورت انتشار ناخواسته گزارشات محرمانه به

پنهانکاری متهم نشویم)

۱۵- **سرعت و دقت** در گزارش دهی (موجب اقناع و اعتماد مردم به دستگاه مجری می شودو همچنین کمتر کسی

جرات اظهار نظر بیمورد می نماید) . ازسویی در گزارش دهی باید **واقعیت گرایی** لحاظ شود و هیچ نوع

اطمینان بخشی بیش از حد و ساده انگارانه و یابالعکس نگران کننده بدور از واقعیت ارائه نگردد.

۱۶- **جامعیت گزارش دهی**، مستند بودن آمار و ارقام ، اطمینان کامل سخنگو از صحت اطلاعات دریافتی (در

صورت عدم اطمینان از ارائه اطلاعات مورد تردید خودداری شوددر غیر اینصورت ایجاد موج منفی از سوی

رسانه ها، صدور **تکذیبیه و یا اصلاحیه** غیر قابل اجتناب خواهدبود)

۱۷- **غنا ی علمی و مبتنی بودن بر دانش روز** - بدون شک کانون های اطلاع رسانی معارض با انعکاس تناقضات

علمی - آماری شما در پی بی اعتبار نمودن جریان مخالف خود هستند. با توجه به دسترسی افراد به انواع رسانه

بخصوص به مراجع علمی معتبر از طریق اینترنت ، هرگونه اطلاع رسانی با استفاده از آخرین مبانی علمی معتبر

و بروز شده موجب اطمینان واعتماد در مخاطب شده و مجالی را برای مراجعه به کانون های شایعه فراهم نمی

کند.

۱۸- **آمادگی قبلی** و پیش بینی موارد احتمالی تعارض و سیاه نمایی و درنظر داشتن پاسخ از پیش تعیین شده

(سناریوهای مختلف) برای سرعت عمل در پاسخ دهی

۱۹- **پیشدستی** حضور در فضای رسانه ای و تولید محتوای مرتبط با رویداد و اشباع فضای خبری (از طریق دعوت رسانه های معتبر) با هدف **مجال ندادن** به جوسازی رسانه ای و موج خبری و **نامعتبر سازی** برخی از کانون های خبری معارض

۲۰- قبل از ارتباط با هر رسانه از **صلاحیت و اعتبار رسانه** یاد شده و خبرنگار بودن مصاحبه گر (رویت کارت شناسائی معتبر) اطمینان حاصل شود و از انجام مصاحبه با رسانه های با پیشینه سیاست زدگی پرهیز گردد.

۲۱- اجتناب سایر مدیران اجرایی و عملیاتی از هرگونه **ارتباط مستقیم** بدون هماهنگی با اصحاب رسانه

۲۲- اصولاً شخص سخنگو از ارائه اطلاعات **بیش از حد ضرورت** و پرداختن به **جزئیات فنی** که زمینه تفسیر و برداشت های گوناگون از سوی عموم را فراهم کند، می بایست اجتناب نماید .

۲۳- در ارائه اطلاعات **دوراندیشی** نسبت به **تبعات بعدی** و احتمال شیطنت و عدم رعایت حدود اخلاق حرفه ای و سوء برداشت و یا سوء استفاده از سوی برخی از فعالان حوزه رسانه را مد نظر قرار دهند.

۲۴- بطور معمول در جنب هر نوع بحران شایعات با اهنگ و سرعتی همانند دامنه عوامل خطر رشد می کند. **رصد به موقع و سریع** رخداد های حوزه بحران (خصوصاً اکاذیب و شایعات در فاضی مجازی) با هدف واکنش به موقع در اطلاع رسانی (با اعزام تیم خبری و یا استفاده از مراجع محلی معتبر) در جهت کاهش تشویش مردم ضروری است.

۲۵- **برخورد قانونی و یا مسدود سازی** مسیر اطلاع رسانی کانون های تولید شایعه با معرفی مراتب به وزارت ارتباطات، مدیریت فاضی مجازی، پلیس فتا، و اجا و وزارت اطلاعات

۲۶- هماهنگی با رسانه های دیداری و شنیداری از جمله صدا و سیما جهت **تایید هرگونه متن خبری** مرتبط با حوزه سلامت قبل از انتشار و حضور در تمامی فضاهای اطلاع رسانی با بهره گیری از ظرفیت **مولتی مدیا**

۲۷- تهیه انواع **بسته آموزشی** برای آگاه سازی و اطلاع رسانی به **گروه های هدف** (مقامات، مدیران، پرسنل اجرایی درگیر با هدف به روز رسانی اطلاعات و مهارت آنان و آحاد جامعه جهت نحوه مقابله با آسیب و مدیریت شرایط جدید) که برای اطلاع رسانی نیز کاربرد خواهد داشت، در دستور کار قرار گیرد.

۲۸- در بیان و ارائه اطلاعات به سادگی و **ادبیات رایج جامعه**، **قابل فهم و متناسب** بودن با اذهان عموم دقت شود و از بکارگیری ادبیات فنی و تخصصی پیچیده که موجب برداشت اشتباه می شود پرهیز گردد. دور از انتظار نیست که حجم بالای توصیه ها موجب سردرگمی مخاطب شده و پیام اصلی در این بین گم می شود. لذا جامعترین، **اثر بخش ترین و کوتاه ترین پیام ها** را برای ارائه به مخاطب انتخاب گردد.

۲۹- اطلاع رسانی و آموزش به جامعه هدف تا فروکش نمودن بحران می بایست **استمرار** یابد و هیچ خلائی در این زمینه از سوی جامعه احساس نشود. همچنین در فرایند اطلاع رسانی **بیان انتظارات** به عنوان رفتار مطلوب باید بطور دقیق به مخاطبان انتقال داده شود.

۳۰- ارائه اطلاعات تکمیلی و **گزارش نهایی** براساس نتایج حاصل از **مطالعات آسیب شناسی** مراکز علمی- تحقیقاتی ذیربط باشد(هم زمینه خدشه و افتراء به اقدامات کنونی را مسدود نموده و هم زمینه بازخوانی و ایجاد تجربه علمی و عملی برای اقدام در موارد مشابه آتی را هموار می نماید)و زمینه ساز تدوین **برنامه جامع آینده** **نگر** برای حوادث مشابه در آینده را میسر می سازد.

۳۱- تدوین **گایدلاین اجرایی** جدید و بروز رسانی آن (حسب موضوع وبا بهره گیری از نتایج مطالعه فوق) برای تعیین نحوه ایفای نقش **پرسنل درگیر** و اطلاع رسانی به **عموم** سانحه دیدگان (زمینه اطمینان و اعتماد مردم را به صحت عمل کارکنان اجرایی فراهم می نمایدو از بروز حوادث بعدی می کاهد)

۳۲-انجام **رزمایش های** ادواری (مانور های مقطعی) اطلاع رسانی با سوژه های مشابه،واقعی و کوچک در جهت ارزیابی آمادگی برای مدیریت بحران های بعدی

۳۳- در زمان بحران **مدیر روابط عمومی بعنوان سخنگو وظیفه ارتباط با رسانه ها و انتشار اخبار** را به عهده دارد.