آیین‌نامه نحوه فعالیت، وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاههای اجرایی

هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۶/۲/۲۳ بنا به پیشنهاد مشترک شماره ۲۰۸۲/۳۱۲ س خ مورخ ۱۳۸۶/۳/۲۳ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت حقوقی و امور مجلس رییس جمهور و شورای اطلاع‌رسانی دولت و به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، آیین‌نامه نحوه فعالیت، وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاههای اجرایی را به شرح زیر تصویب نمود:

آیین‌نامه نحوه فعالیت، وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاههای اجرایی

ماده ۱- در این آیین‌نامه، اصطلاحات زیر در معانی مشروح مربوط به کار می‌روند:

الف- روابط عمومی: اداره کل یا دفتر روابط عمومی دستگاههای اجرایی

ب – شورا: شورای اطلاع‌رسانی دولت

ج – سخنگوی دولت: سخنگوی دولت جمهوری اسلامی ایران و رییس شورای اطلاع رسانی دولت

ماده ۲- اهم فعالیتهای روابط عمومی هر وزارتخانه یا سازمان اجرای سیاستهای اطلاع‌رسانی دولت، همکاری با رسانه‌های جمعی جهت انعکاس مناسب عملکردهای بخشهای مختلف، پاسخگویی به ابهام‌ها و اطلاع‌رسانی درخصوص آن دستگاه، تهیه و اجرای طرح‌های تبلیغاتی سازمان، اجرای مناسب مراسم و مناسبتها، ایجاد حسن رابطه بین کارکنان و مسئولان دستگاه مربوط از طریق برگزاری جلسات داخلی، نظارت بر انتشارات و نشریات دستگاه، مدیریت پایگاههای اطلاع رسانی الکترونیک دستگاه و افکارسنجی عمومی و دستگاهی است.

تبصره ۱- شرح وظایف و ساختار جدید سازمانی روابط عمومی‌ها جهت اجرای وظایف یاد شده با توجه به شرح وظایف، اهداف، پراکندگی جغرافیایی و سایر موارد مربوط ظرف چهارماه پس از ابلاغ این آیین‌نامه با پیشنهاد سخنگوی دولت به تأیید شورای اطلاع‌رسانی دولت رسیده و با تصویب معاونت ذی‌ربط در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور لازم‌الاجرا می‌گردد.

تبصره ۲- به منظور ایجاد ساختار مناسب روابط عمومی، دستگاههای اجرایی موظفند جذب ظرفیت سازمانی مصوب روابط عمومی را از سهمیه استخدامی ستادی و استانی خود از میان دارندگان مدارک تحصیلی دانشگاهی روابط عمومی و رشته‌های مرتبط و یا دارندگان تجربه کاری در زمینه روابط عمومی را در اولویت قرار داده و جهت ارتقای پستهای حوزه روابط عمومی اقدام نمایند.

ماده ۳ - امور ارتباطی، تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی دستگاههای اجرایی مشمول ماده (۱۶۰) قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران – مصوب ۱۳۸۳ – باید تابع خط مشی‌ها و سیاستهای اجرایی دولت باشد.

تبصره ۱- رییس شورای اطلاع رسانی دولت موظف است به صورت مستمر نظارت مؤثر بر اجرای صحیح سیاستهای تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی دولت را به عمل آورده و زمینه آموزش مدیران روابط عمومی‌ها جهت اجرای مناسب مفاد این آیین‌نامه را با همکاری دستگاههای اجرایی و آموزشی و انجمنها و مؤسسات ذی‌صلاح غیردولتی فراهم سازد.

تبصره ۲- سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور موظف است هزینه‌های آموزشی و هماهنگی اطلاع‌رسانی دولت را در ردیف مستقل در بودجه سالانه ذیل ردیفهای نهاد ریاست جمهوری منظور و در اختیار دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت قرار دهد.

تبصره ۳- اختیارات هیئت وزیران درخصوص تعیین ضوابط و هماهنگی اطلاع رسانی و امور تبلیغاتی به کار گروهی مرکب از وزراء دادگستری، فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاون حقوقی و امور مجلس رییس جمهور تفویض می‌گردد. ملاک تصمیم‌گیری درخصوص اختیارات یادشده موافقت وزیران عضو کارگروه یادشده می‌باشد و مصوبات آن در صورت تأیید رییس جمهور با رعایت ماده (۰۱۹) آیین نامه داخلی هیئت دولت قابل صدور می‌باشد.

تبصره ۴- پرداخت هر نوع وجه صرفاً در چارچوب ماده (۳) این آیین‌نامه مجاز و پرداخت هرگونه وجه دیگری ممنوع است. ذیحسابان وزارتخانه‌ها و سازمانهای دولتی و سازمان حسابرسی یا حسابرسان قانونی شرکتها مکلفند نظارت لازم را اعمال و موارد خلاف را گزارش نمایند.

ماده ۴ - مدیر روابط عمومی دستگاههای اجرایی در سطح ستادی از سوی عالی‌ترین مقام دستگاه و از میان افراد دارای خلاقیت، تحرک و آگاهی سیاسی – اجتماعی و رسانه‌ای و تا حد امکان مرتبط با رشته روابط عمومی با هماهنگی سخنگو و در سازمانها و ادارات زیر مجموعه هر دستگاه با هماهنگی مدیر روابط عمومی دستگاه مربوط انتخاب خواهد شد و به صورت مستقیم زیر نظر مقام منصوب کننده فعالیت خواهد کرد.

تبصره ۱ - دستگاههای اجرایی مکلفند ترتیبی اتخاذ نمایند که تا حد امکان کلیه فعالیتهای قابل انتشار و ارتباطات تمام بخشهای دستگاه از جمله پایگاههای اطلاع‌رسانی دستگاه به صورت متمرکز از سوی روابط عمومی مربوط صورت پذیرد. موارد استثناء به پیشنهاد دستگاه به تصویب شورای اطلاع‌رسانی دولت خواهد رسید.

تبصره ۲ - عالی‌ترین مقام دستگاه مربوط، سخنگوی دستگاه را از میان مسئولان ارشد دستگاه مربوط با اولویت مدیر روابط عمومی و با رعایت تبصره (۱) این ماده انتخاب خواهد نمود. مواضع رسمی دستگاه از سوی سخنگوی آن دستگاه اعلام خواهد شد.

ماده ۵ – به منظور ایجاد انسجام، اتخاذ شیوه‌های مناسب و هماهنگی در امور اطلاع‌رسانی و ایجاد وحدت رویه، شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاههای اجرایی متشکل از کلیه مدیران روابط عمومی دستگاهها و معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ریاست سخنگو و دبیری دبیر شورا تشکیل خواهد شد.

تبصره – شورای هماهنگی روابط عمومی در مراکز استانها به ریاست استاندار و در غیاب وی معاون سیاسی و امنیتی استاندار و دبیری مسئول روابط عمومی استانداری و با شرکت کلیه مسئولان روابط عمومی دستگاههای استانی و فرمانداریها تشکیل می‌گردد و وظیفه هماهنگی اطلاع رسانی دستگاههای اجرایی را در استان بر عهده خواهد داشت.

ماده ۶ – به استثنای مقامات موضوع تبصره ۰۲) ماده (۱) قانون نظام هماهنگ پرداخت کارکنان دولت – مصوب ۱۳۷۰– و همطرازان آنها، انجام هرگونه مصاحبه توسط مسئولین و کارکنان دستگاه و انتشار هرگونه خبر باید از طریق روابط عمومی دستگاه و با رعایت سیاستهای کلی اطلاع رسانی دولت صورت پذیرد.

ماده ۷– روابط عمومی‌ها موظف به همکاری و تعامل مناسب با تمامی رسانه‌های قانونی به خصوص سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، خبرگزاری جمهوری اسلامی و مؤسسه فرهنگی – مطبوعاتی ایران و رعایت سیاستهای مربوط ابلاغی موضوع آیین‌نامه ساماندهی فعالیت پایگاههای اطلاع رسانی (سایتهای) ایرانی، موضوع تصویب نامه شماره ۱۰۹۰۶۰/ت ۳۵۷۴۱ هـ مورخ ۱۳۸۵/۹/۵ از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند.

ماده ۸– روابط عمومی‌ها حداکثر تا اول اسفند ماه هر سال برنامه‌های ارتباطی، اطلاعاتی و انتشاراتی سال بعد خود را براساس برنامه سالانه وزارتخانه یا سازمان متبوع و هماهنگی با دبیرخانه شورای اطلاع رسانی دولت تنظیم خواهند نمود.

ماده ۹ – دستگاهها موظفند حداقل دو در هزار ، بودجه جاری ستادی و استانی خود را به تفکیک برای فعالیتهای روابط عمومی و اطلاع‌رسانی در نظر گیرند و هنگام مبادله موافقتنامه با سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور یا استان آن را به عنوان هزینه‌های ضروری دستگاه منظور کنند و در اختیار روابط عمومی‌ها قرار دهند.

ماده ۱۰– کلیه آیین‌نامه، دستورالعملها و بخشنامه‌های مغایر از جمله تصویب‌نامه شماره ۸۱۵۵۲ مورخ ۱۳۵۳/۱۲/۲۸ لغو می‌گردد.

شرح وظایف روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی نیشابور

مدیریت رسانه:

*برنامه ریزی، تدوین و هماهنگی برنامه های مصاحبه مسئولان سازمان با رسانه های گروهی متناسب با اولویتها و نیاز افکار عمومی

*انتشار اخبار دستگاه در سایت، فضای مجازی، جراید و رسانه های جمعی

*فراهم آوردن حسن ارتباط متقابل بین مردم و مسئولین دستگاه مربوطه از طریق برگزاری مصاحبه با رسانه های گروهی و ملاقات عمومی

*ایجاد هماهنگی با رسانه های جمعی به منظور انجام مصاحبه و شرکت در میزگردها و کنفرانس های خبری مسئولین و مدیران

*اطلاع رسانی عملکرد سازمان، موفقیت و دستاوردها به مردم و مسئولان منطقه جهت تنویر افکار عمومی

*اقدام در راستای تنویر افکار عمومی از طریق اطلاع رسانی، ارسال جوابیه، اصلاحیه و تکذیبیه به مطالب مطروحه در رسانه های جمعی

*ارائه راهکار مناسب برای اجرا و تقویت ارتباط الکترونیکی و بهره گیری بیشتر از سایت مرکز در زمینه ارتباط و انتقال پیام به مخاطبان

* همکاری با خبرنگاران رسانه های معرفی شده از سوی روابط عمومی دانشگاه در قالب آیین نامه ارتباط با رسانه ها

*ایفای نقش سخنگوی سازمان به منظور برقراری ارتباط با رسانه های ارتباط جمعی جهت اطلاع رسانی به مردم

*ارایه نظرات مشورتی به ریاست در زمینه چگونگی انعکاس اقدامات و فعالیت های دستگاه به رسانه ها و مردم

*بازتاب فعالیتهای سازمان در نظر اقشار مردم بویژه نخبگان، رسانه ها و دستگاهها از یکسوو مدیران و کارکنان از سوی دیگر و ارائه گزارش آن به مدیریت

*انعکاس مشکلات و چالشهای مورد توجه مردم، کارکنان، مسئولین و رسانه ها در محیط به شورای سیاستگذاری روابط عمومی دانشگاه

*انتشار عملکرد سازمان در قالب های مناسب برای عرضه در نمایشگاه و سمینارها و ارسال به مطبوعات ،هنرمندان ، مسئولان ، نخبگان جامعه

* مانیتورینگ رسانه ای محتوای رسانه ها (روزانه و هفتگی)

*پیگیری اخبار مربوط به دانشگاه در نشریات و رسانه های دیجیتال و صدا و سیما

*پیگیری اخبار کذب و غلط منتشر شده در رسانه ها بر علیه سازمان و دادن جوابیه در کمتر از ۲۴ ساعت

*تهیه و انتشار اخبار ویژه و خبرساز (در اسرع وقت) و اخبار غیر حوادث در کمتر از یک شانه روز (جلسات مهم ،همایش،مانور، پوشش امداد سلامت، گزارش آمار اقدامات و ماموریتهای انجام شده فصلی)

*برگزاری نشست خبری به صورت فصلی جهت انعکاس عملکرد رسانه ای

* تهیه و ارسال زیر نویس پیام های مرتبط عملکردی و گزارشی به مطبوعات وصدا وسیما

مستندسازی:

*تهیه بریده جراید و بولتن خبری مرتبط با سازمان در سطح استان

*تهیه آرشیو فیلم و صدا از اخبار منعکس شده از دستگاه در صدا و سیما

*تهیه آرشیو فیلم و عکس از جلسات مهم، فعالیت ها، مانور ها و عملکرد دانشگاه

* انتشار بروشورهای فشرده عملکرد سازمان در اندازه های مناسب برای عرضه در نمایشگاه ها و سمینارها و سایر مجامع عمومی و ارسال به مطبوعات ،هنرمندان ، مسئولان ، نخبگان جامعه ، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و سایر اندیشمندان جامعه

* تهیه گزارشهای تحلیلی ادواری (ماهانه ، فصلی و سالانه از افکار عمومی داخل و خارج از سازمان) برای ارائه به مدیریت سازمان و سایر مدیران نظارتی شهرستانی و استانی

افکارسنجی:

*سنجش افکار عمومی درون سازمانی نیروهای ستادی و عملیاتی، به منظور بازیابی مسائل و ارائه راهکارهای مناسب در خصوص دستیابی به اهداف و رسالت های سازمانی به مدیریت دستگاه

*طراحی و اجرای نظام گردآوری پیشنهادات کارکنان به منظور ترغیب کارکنان به مشارکت هرچه مؤثرتر در بهبود جریان امور سازمان

* بررسی پیشنهادهای دریافتی از سوی کارکنان و ارجاع به بخش های ذیربط

* پیگیری اجرای نظام پیشنهادات کارکنان

* نظر سنجی از عموم مردم و مخاطبان خاص در خصوص میزان رضایت آنها از خدمات ارائه شده

پژوهش و برنامه ریزی:

*برنامه ریزی و کاربرد شیوه ها و برنامه های مناسب برای انعکاس اهداف، سیاست ها، برنامه ها و فعالیت های مرکز به رسانه ها و جامعه

* تدوین برنامه عملیاتی سالانه در ابتدای هر سال جهت همسو سازی فرآیند ها

* عضویت و شرکت در جلسه های مهم سازمان به منظور آگاهی از سیاستها، خط مشی ها، برنامه ها و روند فعالیتها و نیز آگاهی از نتایج سایر نشستها و گردهمایی ها و جلسه ها.

*نوآوری، خلاقیت و طراحی فعالیتهای جدید در قلمرو وظایف روابط عمومی

*طراحی و برنامه ریزی برای ارتقاء کلیه امور منجر به رشد کمی و کیفی ارتباط و همدلی بین سازمان و مردم و دستگاهها و مدیران و کارکنان با یکدیگر

*نظارت و ارزیابی فعالیتها و اعمال نتایج حاصل بررسی و نقادی سیاست ها ، اقدامات و برنامه های سازمان از زاویه روابط عمومی و طرح نظریه های اصلاحی پیشنهادی برای ارایه به رییس دانشگاه

پاسخگویی:

*ایجاد و ارتقاء ارتباطات با سازمانها و نهاد های مختلف در محدوده وظایف محوله

* دریافت عرایض و شکایات و ارجاع آن به واحد های مربوطه و پاسخگویی از طرف سازمان

* پیگیری در تسریع پاسخگویی به شکوائیه های مردمی

* انجام نظر سنجی و انعکاس نتایج

*ایجاد کانال ارتباط مردمی با سازمان و اخذ نظرات ایشان در جهت اصلاح و بهبود امور در فضای مجازی

مدیریت رویداد:

*مشارکت در برگزاری سمینارها و گردهمایی های تخصصی و عمومی سازمان

* مشارکت در امر پوشش تبلیغی ساختمانها و فضاهای عمومی سازمان در گرامیداشت ایام و مناسبتهای ویژه

* تدوین و اجرای طرح جامع تبلیغات برای فضاسازی فرهنگی – تبلیغی در ساختمانها و محوطهها.

*تهیه، تدوین و اجرای تقویم مراسم داخل سازمان

*تهیه پیام های تبریک، انتصاب وتقدیر برای کارکنان و مسئولان ونیز تهیه هدایا با مناسبت های مختلف جهت توزیع در مسابقات ، اعیاد و تولد ها

* تلاش برای تقویت هرچه بیشتر روحیه تفاهم بین کارکنان و مدیران و زمینه سازی برای برقراری ارتباطات بین آنان

* مجری کلیه بخشنامه های مربوط به امور روابط عمومی

امور تشریفاتی:

*بزرگداشت ایام مرتبط با مشاغل شغلی از طریق ساخت و پخش کلیپ ، برگزاری مراسم ویژه، نصب بنر و ارسال خبر و نیز تجلیل از پرسنل برتر در هر حیطه

* پوشش خبری مراسم ها و همایشها از طریق سایت و بنر های مرکز

*اهتمام به نکوداشت مناسبتها و مراسم های مذهبی و ملی

* برگزاری مراسم تقدیر از ارایه دهندگان پیشنهادهای مهم در پایان هر سال

*ایجاد هماهنگی های لازم بین سایر بخشها و برون سازمانی برای استقبال ، پذیرایی و انجام بازدیدهای رسمی و غیررسمی، جلسات و بدرقه میهمانان داخلی و خارجی

*تدارک تمهیدات و اقدامات لازم برای راهنمایی ارباب رجوع و تسهیل دسترسی به مراکز و مسئولان سازمان و برنامه ریزی، هدایت و اجرای ملاقاتهای عمومی و دیدار کارکنان با رییس دانشگاه