|  |  |
| --- | --- |
| **عنوان شاخص: تبیین دستاوردها و اقناع افکار عمومی** | **تعداد سنجه:** 6 |
| **تعریف و هدف شاخص:**  **تعریف: شاخص “ تبیین دستاوردها و اقناع افکار عمومی" به معنای توانایی دستگاههای ملی و استانی در انتقال شفاف و موثر سیاست ها، برنامه ها، فعالیت ها ، اقدامات، خدمات و دستاوردهای خود به مردم است، به گونه‌ای که موجب درک بهتر، اعتماد بیشتر و حمایت افکار عمومی شود. این شاخص نشان می‌دهد که دستگاه تا چه اندازه در انتقال پیامها و اطلاعات به‌گونه‌ای موفق بوده که جامعه و به خصوص ذینفعان دستگاه آن را بپذیرند و از آن حمایت کنند.**  **هدف: هدف از ارزیابی این شاخص، سنجش عملکرد دستگاهها در ارتباط با ذینفعان خود و اطلاع رسانی مناسب و موثر برای جلب اعتماد و رضایت افکار عمومی است. این ارزیابی کمک می‌کند تا کیفیت اطلاع‌رسانی و ارتباطات و راهبردهای ارتباطی بهبود یابد، و دستگاه‌ها بتوانند اثربخشی بیشتری در تعامل با جامعه، افکار عمومی و ذینفعان خود داشته باشند.** | |
| **واحد متولی شاخص در دستگاه ارزیابی شونده:** مراکز روابط عمومی | |
| **مستند قانونی شاخص(مرجع قانونی مورد استناد شاخص): اجرای ماده (5) آیین نامه تشکیل شورای اطلاع رسانی دولت ابلاغی شماره 151478/ت60364هـ‌ مورخ 22/8/1401 هیئت دولت و بند (الف) و (ب) ماده (3) آیین‌نامه اجرایی مواد (۸۱) و (۸۲) قانون مدیریت خدمات کشوری به منظور ارزیابی عملکرد دستگاه‌ها در راستای تحقق اهداف و وظایف محول شده.** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **سنجه 1:**  **میزان تولیدات موثر رسانه‌ای** | **وزن از 100: 30** |
| **نحوه ارزیابی و فرمول سنجش:**  این سنجه به عبارتی بیانگر اطلاع‌رسانی هنرمندانه و انعكاس مناسب‌ و مؤثر اهداف، مأموریت‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها، اقدامات و دستاوردهای دستگاه به‌ ذینفعان، رسانه‌ها و جامعه‌ در قالب‌های متنوع اطلاع رسانی و مبتنی بر پیوست های ارتباطی و اطلاع رسانی به خصوص در طرح های کلان و مهم است. تعهد به اجرای این سنجه موجب آگاهی ‌بخشی، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی و در نهایت امیدآفرینی می‌شود.  محاسبه میزان تولیدات موثر رسانه‌ای در قالب‌های متنوع و انتشار آن در بسترهای مختلف دستگاه بر اساس فعالیت‌های زیر است:   * **زیر سنجه 1:** **تولید محتوای متنی:** تعداد محتوای متنی تولیدی (شامل خبر، مصاحبه، گزارش، بیانیه، اطلاعیه‌ و ...) منتشر شده در بسترهای رسمی مختلف دستگاه (محتوای تکراری که در بسترهای مختلف منتشر شده است، یک عنوان محاسبه می‌شود.) * **زیر سنجه 2: تولید محتوای تصویری:** محاسبه تعداد محتوای عکس و گرافیک تولیدی (شامل تصویر، عکس، اینفوگرافیک، پوستر و ...) منتشر شده در بسترهای رسمی مختلف دستگاه ( محتوای تکراری که در بسترهای مختلف منتشر شده است، یک عنوان محاسبه می‌شود.) * **زیر سنجه 3: تولید محتوای چند رسانه‌ای:** محاسبه تعداد محتوای صوتی و تصویری تولیدی (شامل فیلم سینمایی،‌ سریال، فیلم کوتاه، تیزر، مستند، مسابقه تلویزیونی، برنامه ترکیبی، پویانمایی (انیمیشن)، موشن‌گرافیک، ویدئو کامنت و ...) منتشر شده در بسترهای رسمی مختلف دستگاه (محتوای تکراری که در بسترهای مختلف منتشر شده است، یک عنوان محاسبه می‌شود.) | |
| **مستندات قابل‌قبول از سوی دستگاه:**  ارائه آمار و اطلاعات محتوای تولیدی و مستندات تولید و انتشار آن  \* فایل محتواهای تصویری و چند رسانه ای در صورت محدودیت حجم در سامانه به صورت هارد و فلش مموری ارسال شود. | |

|  |  |
| --- | --- |
| **سنجه 2: رویدادها و اقدامات تبلیغی** | **وزن از 100: 20** |
| **نحوه ارزیابی و فرمول سنجش:**  این سنجه بیانگر اقداماتی مانند برگزاری یا مشارکت در انواع پویش‌ها یا حضور در نمایشگاه‌ها،‌ جشنواره‌ها، سمینارها، همایش‌ها، گردهمایی‌ها و دیگر رویدادها و اقدامات تبلیغی برای معرفی اهداف، مأموریت‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها، اقدامات و دستاوردهای دستگاه به جامعه، ذی‌نفعان، اقشار مختلف و مبتنی بر پیوست‌های ارتباطی و اطلاع رسانی به خصوص در طرح های کلان و مهم است. تعهد در اجرای این سنجه موجب ارتقا و شناخت اقشار مختلف از فعالیت های دستگاه و تقویت برند سازمانی است.  محاسبه میزان تبلیغات و رویدادها بر اساس فعالیت­های زیر خواهد بود:   * **زیر سنجه 1: اقدامات تبلیغی و اجرای پویش‌ها**: محاسبه تعداداجرای تبلیغات محیطی برون ‌سازمانی، انتشار و توزیع تبلیغات و محتوا در رسانه‌ها و صداوسیماو برگزاری یا مشارکت در پویش‌های مرتبط با حوزه فعالیت‌های دستگاه و...(محتواهای تولید شده مانند بیلبورد، بنر، تیزر، پوستر، تصویر، عکس و.... مربوط به سنجه یک می‌باشد و در این سنجه باید تعداد اقدامات تبلیغی یا برگزاری و همکاری در پویش ها ارائه شود.) * **زیر سنجه 2:** **برگزاری یا حضور در نمایشگاه‌ها، ‌جشنواره‌ها و رویدادها:** محاسبه تعداد برگزاری یا حضور در رویدادهای مختلف اعم از نمایشگاه، جشنواره و.... به‌منظور معرفی فعالیت‌ها، خدمات، طرح‌ها و دستاوردهای دستگاه (محتواهای تولید شده برای رویدادها مانند تیزر، پوستر، تصویر، عکس و.... مربوط به سنجه یک است و در این سنجه باید تعداد حضور یا برگزاری ارائه شود.) | |
| **مستندات قابل‌قبول از سوی دستگاه:**  ارائه آمار و اطلاعات از حضور یا برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، آمار انجام پویش‌ها و اقدامات تبلیغاتی. | |

|  |  |
| --- | --- |
| **سنجه 3: توسعه تعاملات موثر با رسانه‌ها** | **وزن از 100: 15** |
| **نحوه ارزیابی و فرمول سنجش:**  این سنجه بیانگر نحوه تعاملات رئیس و معاونان سازمان با رسانه‌ها اعم از صداوسیما، خبرگزاری‌ها، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی، نشریات و تعامل مستمر و مؤثر با آنان و همچنین روشنگری و پاسخگویی به انتقادات، شایعات، شبهات، ابهامات و سوالات رسانه‌ها و افکار عمومی است که بر اساس سه فعالیت زیر مورد ارزیابی قرار می­گیرد:   * **زیر سنجه 1:** **ارتباط با صداوسیما:** محاسبه تعداد حضور یا ارتباطات تصویری و تلفنی در شبکه‌های سراسری و استانی و برنامه‌های خبری و غیرخبری رادیو و تلویزیون توسط رئیس، معاونان، سخنگو و مدیر روابط عمومی دستگاه * **زیر سنجه 2:** **ارتباط با سایر رسانه‌ها:** محاسبه تعداد برگزاری گفت‌وگوها و نشست‌های خبری، گفت‌وگوهای اختصاصی، نشست‌های غیرخبری تبیینی و مشورتی با اصحاب رسانه و فعالان رسانه های اجتماعی، بازدید از رسانه‌ها و... توسط رئیس، معاونان، سخنگو و مدیر روابط عمومی دستگاه. * **زیر سنجه 3:** **نسبت روشنگری و پاسخگویی به انتقادات، شایعات، شبهات، ابهامات و سوالات مطرح در رسانه‌ها:**  محاسبه نسبت پاسخگویی‌ به رسانه‌ها و افکار عمومی از طریق تقسیم مجموع تعداد موارد پاسخ داده‌ شده به انتقادات، شبهات و پرسش‌های رسانه‌ای بر تعداد کل موارد مطرح‌ شده در رسانه‌ها | |
| **مستندات قابل‌قبول از سوی دستگاه:**  ارائه اطلاعات از زمان و حضور در هرکدام از شبکه‌ها و برنامه‌های صداوسیما به همراه لینک یا تصویر برنامه.  ارائه اطلاعات از نوع و زمان ارتباط با رسانه‌ها و اصحاب رسانه به همراه تصویر و لینک مربوطه.  ارائه اطلاعات محتوای رسانه‌ای و پاسخگویی به رسانه‌ها، به همراه لینک محتوای رسانه و پاسخگویی. | |

|  |  |
| --- | --- |
| **سنجه 4: گسترش ارتباطات موثر تبیینی در حوزه عمومی** | **وزن از 100: 10** |
| **نحوه ارزیابی و فرمول سنجش:**  این سنجه در بعد تبیینی بیانگر تعامل رئیس و معاونان‌ دستگاه‌ با جامعه و به‌خصوص ذی‌نفعان دستگاه مانند شخصیت‌های‌ حقیقی‌ و حقوقی‌، اقشار مختلف‌ مردم‌، سازمان‌های مردم‌نهاد، انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی و صنفی با هدف تداوم‌ و تبیین اصولی‌ سیاست‌ها، ‌برنامه‌ها، فعالیت‌ها، اقدامات و دستاوردهاست.  محاسبه میزان برنامه‌های تییینی بر اساس فعالیت­های زیر خواهد بود:   * **زیر سنجه ۱:** **دیدار و نشست با تشکل‌ها، گروه‌ها و افراد مؤثر:** محاسبه تعداد دیدارها و نشست‌های رئیس و معاونان دستگاه با اتحادیه‌ها، اصناف، سازمان‌های مردم‌نهاد، انجمن‌های علمی و تخصصی، تشکل‌های ذی‌نفع و مؤثر جامعه هدف دستگاه و حضور برای بازدید یا سخنرانی در مراکز علمی، آموزشی، عمومی و مذهبی (دیدارها و گفت‌وگوهای مجازی نصف حضوری ارزش‌گذاری می‌شود.) * **زیر سنجه 2:**  **برگزاری یا همکاری در بازدیدهای تبیینی:** محاسبه تعداد برگزاری یا همکاری در اجرای اردوهای راهیان پیشرفتِ و بازدیدهای موضوعی از فعالیت ها، خدمات، طرح ها و دستاوردهای دستگاه برای آشنایی اقشار مختلف مانند اصحاب رسانه، دانش‌آموزان، دانشجویان، طلاب، پژوهشگران، فرهنگیان، هنرمندان، ورزشکاران و اساتید... | |
| **مستندات قابل‌قبول از سوی دستگاه:**  ارائه آمار و اطلاعات دیدارها، نشست‌ها، برگزاری یا همکاری در بازدیدها. | |

|  |  |
| --- | --- |
| **سنجه 5: میزان حضور در رسانه‌‌های نوین** | **وزن از 100: 10** |
| **نحوه ارزیابی و فرمول سنجش:**  این سنجه بیانگر میزان و کیفیت بهره‌مندی از بسترهای جدید ارتباطی باهدف اطلاع‌رسانی از سیاست‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها، اقدامات و دستاوردها و تعامل دوسویه با ذی‌نفعان دستگاه یا عموم مردم است. تعهد در اجرای این سنجه سبب بهبود تصویرسازمانی نزد افکار عمومی و ذی‌نفعان و همچنین ایجاد ذهنیت مثبت از سازمان است. از طرف دیگر باعث تسهیل مسیر دریافت نظرات و پیشنهادات مردم و ذی‌نفعان شده و تعامل چند جانبه بین سازمان، مسئولان و مردم را کوتاه‌تر کرده که بر اساس سه فعالیت زیر ارزیابی می‌شود:   * **زیر سنجه 1:** **حضور حقوقی در رسانه‌های اجتماعی و میزان فعالیت:** محاسبه تعداد محتواهای منتشر شده توسط حساب کاربری رسمی دستگاه در هر کدام از رسانه های اجتماعی یا پیام رسان‌ها.   (حساب فعال به حسابی گفته می‌شود که حداقل هفته‌ای دو محتوا مرتبط با دستگاه محل خدمت و غیر مناسبتی انتشار دهد.)   * **زیر سنجه 2:** **حضور حقیقی در رسانه‌های اجتماعی و میزان فعالیت:** محاسبه تعداد محتواهای منتشر شده توسط حساب کاربری رسمی رئیس و مدیر روابط عمومی دستگاه، در هر کدام از رسانه های اجتماعی یا پیام رسان‌ها.   (حساب فعال به حسابی گفته می‌شود که حداقل هر دوهفته‌ یک محتوای مرتبط با دستگاه محل خدمت و غیر مناسبتی انتشار دهد.) | |
| **مستندات قابل‌قبول از سوی دستگاه:**  ارائه مشخصات حساب کاربری در خروجی‌های مختلف به همراه لینک و تصاویر اطلاعات محتوای بارگذاری شده | |

|  |  |
| --- | --- |
| **سنجه 6: توسعه نظام ارتباطی و اطلاع رسانی** | **وزن از 100: 15** |
| **نحوه ارزیابی و فرمول سنجش:**  این سنجه بیانگر ایجاد و بهبود مستمر ساختارهای ارتباطی و اطلاع رسانی دستگاه با استفاده از فناوری‌های نوین، تدوین برنامه‌های منسجم و هدفمند، و در نظر گرفتن ابعاد مختلف برای طرح‌ها و فعالیت‌های کلان دستگاه است که بر اساس سه فعالیت زیر ارزیابی می‌شود:   * **زیر سنجه 1:** **نوآوری:** محاسبه تعداد فعالیت‌های نوآورانه در حوزه اطلاع‌رسانی دستگاه ( به‌کارگیری فناوری‌های جدید مانند هوش مصنوعی، داده‌کاوی، رسانه‌های اجتماعی و ابزارهای دیجیتال تعاملی تا ارتباطات با ذینفعان مؤثرتر، سریع‌تر و جذاب‌تر شود و محتوای اطلاع‌رسانی با خلاقیت بیشتری ارائه شود.) * **زیر سنجه 2:** **سیاست گذاری:** برنامه محوری ( محاسبه تعداد برنامه ها، اهداف سالانه، برنامه‌های عملیاتی در حوزه ارتباطی و اطلاع‌رسانی) * **زیر سنجه 3:** **پیوست نگاری:** محاسبه تعداد پیوست‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی تدوین شده و مستند نگاری از طرح ها و فعالیت های کلان دستگاه | |
| **مستندات قابل‌قبول از سوی دستگاه:**  ارائه مستندات مربوط به طرح‌های نوآورانه، سند برنامه و اهداف مرتبط، و پیوست های تهیه شده توسط دستگاه | |
| **نهاد ارزیاب:** شورای اطلاع رسانی استان | |