

تیر پیشنهادی: ضرورت بازنگری در سیاست‌های تبلیغاتی وزارت صنعت، معدن و تجارت در دولت جدید

ضرورت بازنگری در سیاست‌های تبلیغاتی وزارت صنعت، معدن و تجارت در دولت جدید

انگلیسی‌ها ضرب‌المثل خوبی دارند که می‌گویند «تو مراقب پنی (کم ارزش‌ترین سکه آن کشور) های خود باش، پوند (واحد پول آن کشور) ها مراقب خود خواهند بود». چندان دشوار نیست که در جای‌جای سیاست‌های دولت‌ها نشان از اصراف در هزینه‌ها ببینیم. اصلاً "ناکارآمدی هزینه‌کرد" حتی در توسعه‌یافته‌ترین کشورها هم، همواره از آسیب‌های سیاست‌های عمومی و دولتی بوده است. اما آیا برای اصلاح این وضع، همیشه لازم است به اقدامات تندرمانه و رادیکال دست یازید؟ درست است که دولت جدید احتمالاً در نظر خواهد داشت برخی سیاست‌ها و رویه‌های دولت قبلی را تغییر دهد، اما بی‌شک می‌توان گفت اصلاح برخی روش‌ها که ضرورتاً ممکن است در نگاه اول چندان ناکارآمد یا حتی مخرب هم به نظر نرسند، می‌تواند علامت خوبی باشد هم برای عوامل داخلی خود یک سیستم و هم برای مخاطبان آن، که حرکت در مسیر افزایش منافع، با کاهش کم‌اهمیت‌ترین ضررها آغاز شده است.

یکی از مواردی که به نظر می‌رسد در برنامه‌های اعلام‌شده برای دوره جدید تصدی وزارت صنعت، معدن و تجارت کمتر مورد توجه قرار گرفته است - البته نمی‌توان گفت از این نظر انتقادی بر برنامه‌ها وارد است، زیرا برنامه قانداً باید به موضوعات سیاستی عام‌تر و همچنین مورد نگرانی بیشتر بپردازد - موضوع تجدیدنظر در هزینه‌هایی است که وزارت صمت صرف تبلیغات می‌کند. اطمینان داریم که تبلیغات از مهم‌ترین ابزار

حاکمیتی در جهت اطلاع‌رسانی در مورد فعالیت‌های انجام‌شده و برنامه‌های پیش‌رو و همچنین جلب نظر یا حتی جهت دهی به افکار عمومی در راستای سیاست‌هاست. اما آیا تاکنون هیچ بررسی بی‌طرفانه‌ای در مورد کارآیی و نتایج انواع روش‌های تبلیغاتی که وزارت صمت و دستگاه‌های زیرمجموعه آن به کار بسته‌اند به عمل آمده است؟ در اینجا تنها به یک نمونه از این نوع روش‌های تبلیغی و اطلاع‌رسانی یعنی ارسال پیامک‌های مختلف توسط روابط عمومی وزارت‌خانه و برخی از زیرمجموعه‌های آن همچون سازمان توسعه تجارت اشاره می‌کنیم که مخاطبان آن اساساً مدیران مجموعه‌های دولتی و برخی افراد خاص‌اند. به نظر می‌رسد با انجام ارزیابی‌های صحیح و علمی، این رویه‌ها را می‌توان به نحو مؤثرتری اجرا کرد، و چه بسا که معلوم شود برخی از آن‌ها باید کنار گذاشته شوند. بدین ترتیب، با کاهش هزینه‌های غیرمفید، مطمئناً هم هزینه‌ها و هم نیروی کار و وقت دولت به سوی فعالیت‌های مولدتری هدایت خواهد شد.

تایید رییس موسسه: <input type="checkbox"/>	تایید حوزه ریاست: <input type="checkbox"/>	تایید مدیر ذیربط: <input type="checkbox"/>	تایید تهیه کننده: <input type="checkbox"/>
---	---	---	---