

رئیس سازمان امور اجتماعی کشور در گفت‌وگوبا «ایران»:

مردم بازیگر اصلی مدیریت بحران در جنگ بودند

گزارش خبری

سمیه افشین فر

گروه‌اجتماعی

سازمان امور اجتماعی پس از حملات دشمن به کشور هماهنگی و کمک به مدیریت «جبهه اجتماعی جنگ» را بر عهده گرفت. این سازمان با تأکید ویژه بر «محلّه‌محوری» و «مدیریت مشارکتی» که همواره یکی از تأکیدات بوده است، ۵۰ روز از جنگ

تحملی سوم، یکی از برجسته‌ترین و درخشان‌ترین نقاط قوت، فعال شدن ظرفیت‌های مردم‌نهاد بوده است که تجلی آن در حضور عظیم مردمی در میادین شهرها و روستاهای کشور مشاهده می‌شود.

سید محمد بطحایی، معاون وزیر کشور و رئیس سازمان امور اجتماعی کشور در گفت‌وگو با «ایران» در مورد نقش و مأموریت‌های سازمان امور اجتماعی در شرایط جنگ، می‌گوید: «اگر بخواهیم نقشش سازمان امور اجتماعی کشور را در این شرایط تبیین کنیم، باید بگوییم با توجه به کارکردها و عضویت اکثریت دستگاه‌ها در شورای اجتماعی، این سازمان در عمل بازوی هماهنگی اجتماعی کشور در شرایط بحران بوده است.»

بطحایی توضیح می‌دهد: «مهم‌ترین مأموریت‌های ما در شرایطی مانند جنگ تحمیلی رمضان رصد و پایش وضعیت اجتماعی در حین جنگ و ارائه تحلیل‌های موضوعی به سطوح تصمیم‌گیری مدیریت بوده است. همچنین ارائه برخی گزارش‌ها و حتی آموزش‌های سسمی و بصری به افکار عمومی به منظور کاهش آسیب‌های اجتماعی ناشی از تقویت و انسجام و همبستگی ملی یکی دیگر از اقدامات سازمان امور اجتماعی کشور بوده است.»

معاون وزیر کشور با تأکید بر هماهنگی بین دستگاه‌ها می‌گوید: «اقداماتی مانند هماهنگ سازی برخی فعالیت‌های دستگاه‌ها در حوزه اجتماعی، راهبری و تسهیل شرایط نقش‌آفرینی شکل‌های مردمی در حوزه اجتماعی، همچنین پیگیری حقوقی و بین‌المللی مسائل اجتماعی جنگ (مانند موضوع حمله به مدرسه میناب) برخی از اقدامات ما در زمان جنگ بوده است. به عبارت دیگر، در سازمان تلاش کرده‌ایم «جبهه اجتماعی جنگ» را با کمک و همکاری سایر بخش‌های حاکمیت راهبری و هماهنگ کنیم.»

ابلاغ بخشنامه صیانت از سرمایه اجتماعی در اوج جنگ

رئیس سازمان امور اجتماعی کشور با اشاره به اهمیت تاب‌آوری اجتماعی و نقش انسجام و وحدت در شرایط جنگی کشور می‌گوید: «شاید تصور اولویه از جنگ، خرابی و ویرانی زیرساخت‌ها و مراکز نظامی باشد، اما بدون تردید اگر زیرساخت‌ها هم آسیب ببینند، دیر یا زود قابل بازسازی هستند. اما واقعیت مهم این است که اگر مؤلفه مهمی مانند سرمایه اجتماعی آسیب ببیند، حیران آن بسیار سخت‌تر است. به همین دلیل است که در اوج جنگ وزیر کشور بلافاصله به ما و همه استانداران دستور داد مراقبت و صیانت از سرمایه اجتماعی به اندازه تأمین مواد غذایی و موضوعات امنیتی و حتی فراتر از آن مورد اهتمام قرار بگیرد. ایشان بخشنامه صیانت از سرمایه اجتماعی را در اوج جنگ به استان‌ها بدین صورت ابلاغ کردند: سازمان امور اجتماعی هم تمرکز خود را بر یکی از ارکان مهم و تأثیرگذار در سرمایه اجتماعی، یعنی ارتقای تاب‌آوری اجتماعی گذاشته است.»

بطحایی با اشاره به مفهوم تاب‌آوری اجتماعی توضیح می‌دهد: «وقتی می‌گوییم تاب‌آوری اجتماعی یعنی

باید مراقب توان جامعه برای حفظ آرامش، ادامه زندگی و بازسازی خود در دل بحران و حین بحران باشیم.» به گفته معاون وزیر کشور، این تاب‌آوری یک پیش‌نیاز جدی دارد که انسجام و وحدت اجتماعی است. او می‌گوید: «اگر جامعه دچار چنددستگی، بی‌اعتمادی یا ناامیدی شود، شایعات سریع‌تر گسترش پیدا می‌کنند و اضطراب عمومی افزایش می‌یابد، همچنین مشارکت مردم کاهش پیدا می‌کند و مدیریت بحران سخت‌تر می‌شود.» به همین

دلیل سازمان امور اجتماعی در حین جنگ با توجه به توانمندی خود چند مسیر را هم‌زمان جلو برده است. به گفته بطحایی، کمک به مدیریت فضای روانی جامعه، تولید محتوای هدفمند (امیدآفرینی و تثبیین واقعیت‌ها) مقابله با شایعات خصوص رویدادهای اجتماعی حین جنگ از مهم‌ترین موارد بوده‌اند. رئیس سازمان امور اجتماعی کشور توضیح می‌دهد: «برای کمک به تقویت حس همبستگی ملی، راهبری بیانیه‌های مشترک تشکل‌ها و سمن‌های مردمی از گروه‌ها و مذاهب و اقوام مختلف حول محور دفاع از ایران را در برنامه داشته‌ایم. در این بیانیه‌ها، تقویت روایت‌های وحدت‌بخش و تأکید بر هویت ملی و مشترک مورد تأکید قرار گرفته است.»

بطحایی با اشاره به تلاش برای مداخلات اجتماعی و روانی به حضور تیم‌های مشاوره و روانشناسی از دستگاه‌های مختلف در مناطق آسیب‌دیده برای حمایت از خانواده‌ها و کودکان اشاره می‌کند و می‌گوید: «حضور این افراد و تلاش آنها برای کاهش تنش‌های اجتماعی در محلات در زمان حملات دشمن صهیونی-آمریکایی بسیار مؤثر بوده است.» او با بیان اینکه سازمان امور اجتماعی بلافاصله بعد از دستور وزیر تمهیدات لازم را

بهبوده، تسهیل

بطحایی، شرایط برای میدان‌دادن به مردم در عمل یکی از فعالیت‌های انجام شده است، به این معنا که حضور مردم فقط نمادین نبوده، بلکه کاملاً عملیاتی شده است

در بسیاری از محلات، یکی دیگر از مواردی است که بطحایی به آن اشاره می‌کند، او می‌گوید: «پزشکان و پرستاران داوطلب وارد میدان شدند، روانشناسان خدمات رایگان ارائه دادند و جوانان در حوزه امداد، اطلاع‌رسانی و پشتیبانی فعال شدند. حتی در برخی محلات و شهرها ظرفیت زنان مانند

روزهای جنگ تحمیلی شکل گرفت.» اما نتیجه این رویکرد چه بود؟ بطحایی می‌گوید: «افزایش سرعت و اثربخشی کمک‌رسانی، افزایش اعتماد عمومی به مدیریت دولت در شرایط جنگی و تقویت حس تعلق و مسئولیت اجتماعی از مهم‌ترین نتایج این رویکرد در روزهای جنگ تحمیلی سوم

طرح محلّه‌محوری و مردم‌پایه شدن مدیریت اجتماعی

در خود محله گرفته می‌شود و نه در مرکز، سرعت عمل را بالا می‌برد. دوم اینکه چون مسائل توسط خود مردم شناسایی می‌شود، دقت را بیشتر می‌کند. سوم چون مردم خودشان مجری هستند، نه فقط مخاطب، مشارکت واقعی می‌شود. در نهایت افزایش اعتماد عمومی یکی دیگر از اثرات این طرح است، چون مردم نتیجه مشارکت خود را می‌بینند، به همین دلیل شاهد بودیم مردم هر محله خود برای حمایت از این طرح، مکان، جا، میدان، موبکب و... را طراحی و اجرا کردند و منتظر دستور از مرکز نماندند. یک نکته کلیدی در این مدل این است که دولت «تسهیل‌گر» است، نه صرفاً «دستگاه اجرایی» و این همان چیزی است که از آن به عنوان مردم‌پایه شدن مدیریت امور یاد می‌شود.» رئیس سازمان امور اجتماعی کشور با بیان اینکه سازمان امور اجتماعی، هماهنگی و کمک به مدیریت «جبهه اجتماعی جنگ» را برعهده داشته است، می‌گوید: «با تمرکز بر تاب‌آوری، انسجام و وحدت ملی از طریق فعال‌سازی ظرفیت‌های مردمی و تشکل‌ها و با تکیه بر مدل محلّه‌محور و مردم‌پایه در واقع تلاش کرده‌ایم مدیریت بحران از یک رویکرد صرفاً دولتی، به یک مدیریت اجتماعی مشارکتی تبدیل شود.»

مدیرکل فرآورده‌های طبیعی سازمان غذا و دارو:

۱۳ میلیون قوطی شیرخشک در ایام جنگ تولید شد



گزارش خبری

مدحنه جعفری

گروه‌اجتماعی

حدود ۱۳ میلیون قوطی شیرخشک در ایام جنگ تحمیلی سوم تولید و با گسترش شبکه توزیع، برنامه‌ریزی ماهانه برای توزیع آنها انجام شد. شیرخشک از جمله کالاهای یارانه‌ای است که میزان سهمیه آن بر مبنای برآورد مشترک سازمان غذا و دارو و معاونت بهداشت وزارت بهداشت تعیین می‌شود. با این اوصاف وقتی دچار بحرانی مثل جنگ می‌شویم، ممکن است دسترسی به برخی کالاهای سلامت‌محور دچار چالش شود، اما با پایش منظم مسئولان سازمان غذا و دارو از خطوط تولید در کارخانجات نقاط مختلف کشور، با وجود حملات ناچوانمردانه به انبار شیرخشک همدان، مردم هیچ مشکلی برای تهیه این محصول حیاتی نداشتند. در تمام ایام ۴۰ روزجنگ، تولید شیرخشک‌های رگولار، متابولیک و رژیمی با ظرفیت مطلوب در جریان بود.

دکتر شهرام شعبیی، مدیرکل فرآورده‌های طبیعی، سنتی، مکمل و شیرخشک سازمان غذا و دارو با تشریح جزئیات تولید، توزیع و مدیریت بازار شیرخشک در ایام جنگ و پس از آن به «ایران» می‌گوید: «در پی حملات

نوزادشان بدون غذا نماند. با توجه به پشت سرگذاشتن تجربه جنگ ۱۲ روزه سازمان غذا و دارو برای چنین شرایطی آمادگی کامل داشت و تدبیر برای جلوگیری از کمبود کاذب این محصول اتخاذ کردیم. به همین منظور بخشنامه فروش حداکثر دو قوطی شیرخشک به هر مقاضی در هر نوبت را به داروخانه‌ها ارسال کردیم تا افراد براساس نیاز خرید کنند. این تصمیم با هدف جلوگیری از ایجاد کمبود کاذب و اطمینان از دسترسی عادلانه تمامی خانواده‌ها اتخاذ شد و تجربه نشان داد این تمهید نه‌تنها همچنان خرید را افزایش نداد، بلکه با مدیریت روانی بازار، ازاحتکار و خریدهای هیجانی جلوگیری کرد.»

ذخیره ۴ ماهه

شیرخشک‌های رژیمی و تخصصی
شعبیی با اشاره به تعیین داروخانه‌های منتخب برای توزیع شیرخشک هم می‌گوید: «این سازوکار باعث شد دسترسی مردم به محصول مورد نیاز به‌صورت کامل فراهم شود تا بازار دچار نوسانات غیرمنطقی نشود. در حال حاضر وضعیت بازار از نظر تأمین و توزیع مناسب ارزیابی می‌شود و با پایداری زیرساخت‌ها و رفع اختلالات سازمانه‌ای، فرآیند فروش و توزیع به روال عادی بازگشته است.»

مدیرکل فرآورده‌های طبیعی سازمان غذا و دارو با تأکید بر تداوم رصد بازار تولید و مصرف شیرخشک کشور می‌گوید: «مواد اولیه مورد نیاز خطوط تولید داخلی شیرخشک‌های رژیمی و تخصصی نیز در گمرکات موجود است، بنابراین از نظر تأمین مواد اولیه و محصول نهایی، نگرانی وجود ندارد. براساس مستندات علمی، فرمولاسیون بیش از ۹۵ درصد از شیرخشک‌های رگولار موجود در بازار تقریباً یکسان است و اصرار بر خرید برندهای خاص توزیع منطقی ندارد. در غیاب یک برند خاص، محصولات هم‌رده توانایی پاسخگویی کامل به نیاز نوزادان را دارند و اولویت تأمین سازمان غذا و دارو، نوزادان زیر ۶ ماه است چون بعد از این زمان نوزادان می‌توانند از غذای سفره هم تغذیه کنند.»

بهبودگرایی

به طورکلی مصرف ماهانه شیرخشک در کشور حدود ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار قوطی برآورد می‌شود و تاکنون در مجموع ۸۶ میلیون و ۵۰۰ هزار قوطی شیر خشک در برندهای مختلف تولید شده است

گزارش

غزل رضایی‌ثانی

گروه‌اجتماعی

طبق اعلام آموزش و پرورش، مدارس و مراکز رفاهی در همان روزهای اول در اختیار افرادی قرار گرفت که خانه و کاشانه‌شان را بر اثر حمله دشمن از دست داده بودند. فردین یآوری مدیرکل رفاه و پشتیبانی وزارت آموزش و پرورش در گفت‌وگو با «ایران» درباره اسکان خانواده‌ها و افراد آسیب‌دیده در مدارس سراسر کشور توضیح می‌دهد: «کاری که ما مصرف شیرخشک کشور انجام داده‌ایم، خیلی زودتر و سریع‌تر از اقدام ارزشمندی بود که از سوی شهرداری تهران انجام شد. ما در دومین روز نوزادان که خانه‌های‌شان در تهران تخریب شده یا دیگر قابل استفاده نیست، با مدیریت شهرداری تهران در حال حاضر در هتل‌های شهر مستقر شده‌اند. اما ما هم در سایر شهرهای کشور سعی کردیم در حد توان از امکاناتی که وجود دارد برای افراد خسارت دیده از جنگ استفاده کنیم. البته مدرسه ماهیت آموزشی دارد و نمی‌توان امکانات هتلی در آن

ایجاد کرد یا از آن انتظار امکانات ویژه داشت.»

یآوری درباره اعلام آمادگی مرکزرفاه و پشتیبانی وزارت آموزش و پرورش برای اسکان ایام‌نوروز که ناگهان این آمادگی منجر به اسکان اضطراری شد، می‌گوید: «ما آمادگی کامل را داشتیم، چون اسکان نوزوی نزدیک بود و باید خدمات رفاهی را برای مسافران آماده می‌کردیم. از قبل ۹ هزار مدرسه در کشور را به عنوان ستاد اسکان نوزوی در نظر گرفته بودیم و بلافاصله سه هزار مرکز و مدرسه از این ۹ هزار مورد را به خانواده‌ها و افراد آسیب‌دیده اختصاص دادیم. اما با شروع ایام نوروز تعداد مراکز را بیشتر کردیم. ۴۵۰ مرکز آموزشی-رفاهی که دارای حدود ۱۸ هزار تختخواب است به عنوان اسکان نوزوی به تعداد مدارس و مراکز رفاهی که از قبل داشتیم، اضافه شد.»

او با اشاره به معلمانی که خانه آنها در حمله رژیم صهیونی-آمریکایی تخریب شده است، می‌گوید: «در کنار مردم و افراد خسارت‌دیده از جنگ، همکاران فرهنگی و معلمانی وجود دارند که خانه‌های‌شان تخریب شده یا امکان سکونت در آن وجود ندارد. این همکاران فرهنگی نیز در مراکز رفاهی اسکان داده شده‌اند.»

به گفته یآوری مدرسه‌ای که برای اسکان در نظر گرفته شده دارای امکاناتی مانند یخچال، تلویزیون، سرویس حمام، سرویس بهداشتی و



بوده است. اگر بخواهم خلاصه بگویم مهم‌ترین دستاورد اجتماعی ما این بود که مردم از «تماشاکر بحران» به «بازیگر اصلی مدیریت بحران» تبدیل شده‌اند. هرشب بخشی از بازیگری در سطح میادین و خیابان‌های شهر با کاروان‌های خودروپی و پوشش اجتماعی حمایت از میدان مشهود است.»