

تحلیل اخبار رسانه‌ها در خصوص سازمان حمایت و افزایش قیمت بلیط قطار

مؤلف: غلامرضا کاوه
مدیرکل حوزه ریاست و سخنگوی سازمان

اداره کل حوزه ریاست
دی ماه سال ۱۳۹۴

فهرست مطالب

عنوان	شماره صفحه
مقدمه.....	۲
۱.موضع گیری رسانه‌ها نسبت به سازمان با انعکاس نامطلوب بیانات وزیر راه و شهر سازی.....	۲
۲.دیدگاه کارشناسان حوزه اقتصاد در باره سخنان وزیر راه و شهرسازی.....	۵
۳.نظرات خوانندگان رسانه‌های جمعی در خصوص اظهارات وزیر راه و شهرسازی در رسانه‌ها.....	۶
۴.راهکارهای پیشنهادی	۷
- منابع و یادداشت ها.....	۸

انعکاس پیام از طریق رسانه های جمعی بر روی مخاطبان موثر است. نظریات مختلفی وجود دارد که تبیین کننده تاثیر پیام رسانه ها بر پیام گیران می باشد. از جمله این نظریات برجسته سازی است. طبق این نظریه، رسانه ها و خبرنگاران آن چیزی که برای مردم مهم است را تیتتر کرده و اهمیت موضوع را نمایان می کنند تا بتوانند پیرامون آن افکار عمومی را شکل دهند. از جمله مسایلی که طی روز های گذشته سوژه اخبار رسانه شده سخنان وزیر راه و شهر سازی در خصوص سازمان حمایت بوده است. واکنش سازمان حمایت به افزایش غیر قانونی قیمت بلیط قطار در مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۵ و اعمال قانون در این ارتباط موجب موضع گیری غیر متعارف وزیر راه و شهر سازی بر علیه سازمان که انعکاس گسترده ای در رسانه های جمعی به دنبال داشت. اخبار منتشره (تیتتر، لید، متن خبر)، نظر خوانندگان رسانه های جمعی و تحلیل های کارشناسان اقتصادی در این خصوص مورد بررسی قرار گرفته که نتایج آن در چهار بخش با عنوان موضع گیری رسانه ها نسبت به سازمان با انعکاس نامطلوب بیانات وزیر راه و شهر سازی؛ نظرات کارشناسان اقتصادی؛ نظرات مخاطبان رسانه ای جمعی و راه کاری پیشنهادی برای مقابله با جریان سازی های خبری علیه سازمان آمده است.

۱. موضع گیری رسانه ها نسبت به سازمان با انعکاس نامطلوب بیانات وزیر راه و شهر سازی

این بررسی بر اساس جامعه آماری ۱۶ رسانه جمعی و خبرهای منتشره از تاریخ ۱۳۹۴/۹/۲۸ لغایت ۱۳۹۴/۱۰/۵ شامل: خبرگزاری ها، سایت های تحلیلی و روزنامه ها از تاریخ ۱۳۹۴/۹/۲۸ لغایت ۱۳۹۴/۱۰/۵ در مقوله های چون تیتراصلی، لیدخبر و متن خبر با سطح واحد تحلیل کلمات و واژه ها و با شاخص هایی همچون، انحلال سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان، نهادهای سوسیالیستی و کمونیستی قیمت گذاری، قیمت گذاری، ناهماهنگی دولتی، مشکلات بخش ریلی و افزایش قیمت بلیط قطار صورت گرفته تا از این طریق بتوانیم جهت گیری رسانه ها را نسبت به سازمان از جهت مثبت مستقیم، مثبت غیرمستقیم، خنثی، منفی مستقیم، منفی غیرمستقیم بدست آوریم.

از ۱۶ روزنامه، خبرگزاری و سایت های خبری مورد بررسی تعداد ۹ تیتتر انحلال سازمان حمایت ۴ تیتتر واکنش سازمان حمایت و سایر کارشناسان به سخنان وزیر راه و شهر سازی و ۳ تیتتر نیز ارتباط مستقیمی به موضوع افزایش قیمت بلیط قطار نداشته و صرفاً سخنان وزیر در خصوص اقتصاد آزاد و واژه های کمونیست و سوسیالیسم را مورد نقد قرار داده، عناوین خبری را تشکیل داده است. در تیتترهای زده شده عنوان سازمان حمایت ۱۶ بار، نهادهای سوسیالیستی و کمونیستی ۵ بار، واکنش به سخنان وزیر راه ۲ بار مستقیم و ۶ مورد غیرمستقیم، قیمت گذاری ۴ بار و افزایش قیمت بلیط قطار ۳ بار به کار رفته و به عناوینی چون ناهماهنگی دولتی و مشکلات بخش حمل و نقل و راه آهن اشاره ای نشده است.

لذا، با توجه به کارگیری واژه " انحلال سازمان " توسط برخی سایت‌های خبری و خبرگزاری‌های نظیر: خبرگزاری اقتصادی ایران، تابناک، فارس، مهر، ایرنا، جوان آنلاین، فردانیوز و اقتصاد آنلاین باید گفت این رسانه‌ها در انعکاس اخبار مربوط به افزایش قیمت بلیط قطار و سخنان وزیر راه و شهر سازی در مورد سازمان، نسبت به سازمان موضع‌گیری منفی مستقیم داشته‌اند چرا که می‌توانستند، مطالب مهمتر و مرتبط بیشتری غیر از انحلال سازمان از جمله " افزایش غیر قانونی بلیط قطار " را در تیتراژ منعکس نمایند.

همچنین پایگاه خبری انتخاب نیز به‌طور غیرمستقیم در تیتراژ خود موضع‌گیری منفی غیرمستقیم اتخاذ کرده و روزنامه کیهان، خبرگزاری‌های نسیم و تسنیم نیز با تیتراژهای غیرمستقیم موضع‌گیری مثبتی به سازمان نشان داده‌اند. توضیحاً این که بیشترین انعکاس خبر مذکور طی روزهای جاری مربوط به خبرگزاری فارس بوده و یک تیتراژ در سایت خبری تحلیلی اقتصادی، یک تیتراژ در خبرگزاری‌های فارس و مهر به واکنش سازمان به سخنان وزیر راه اختصاص داده شده است.

یکی از مقوله‌ها تعریف شده برای بررسی محتوای رسانه‌های فوق‌الاشعار " لید " است که با توجه به شاخص‌های پیش گفته، تعداد ۱۶ لید مورد بررسی قرار گرفت که بیشترین عبارت به کار رفته در آن‌ها نیز " انحلال سازمان " با ۱۱ بار، " نهادهای قیمت‌گذاری کمونیستی و سوسیالیستی " ۷ بار و " قیمت‌گذاری " ۸ بار منتشر و سایر شاخص‌ها نظیر " مشکلات حمل و نقل ریلی " مد نظر قرار نگرفته است.

با بررسی متن اخبار نیز مشخص شد عنوان " سازمان حمایت " ۷۴ بار، " نهادهای سوسیالیستی و مارکسیستی " ۷۹ بار، واکنش به سخنان وزیر ۱۲ بار، " قیمت‌گذاری " ۵۲ بار، " ناهماهنگی دولتی " یک بار، " مشکلات بخش ریلی " ۲۱ بار و " افزایش قیمت بلیط قطار " ۲۹ بار مورد استفاده قرار گرفته است بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های جمعی در انعکاس اخبار بیش از آن که اقدام شرکت‌های حمل و نقل ریلی مبنی بر افزایش قیمت بلیط قطار را برجسته سازند و ورود سازمان حمایت به موضوع را بر اساس مصوبات هجدهمین هدفمند سازی یارانه‌ها تبیین نمایند اقدام به انعکاس انحلال سازمان نموده‌اند که می‌تواند بیانگر جریان سازی رسانه‌ای علیه سازمان حمایت باشد.

مع الوصف استنباط می‌شود وزیر راه و شهر سازی با مهندسی رسانه‌های جمعی و شناخت ظرفیت‌های آن‌ها در جریان سازی اخبار بر علیه یک سازمان و فریب افکار عمومی تلاش می‌کند با ایجاد فضای کاذب و حاشیه‌ای در افکار عمومی مشکلات متعدد در حوزه مسکن، جاده‌ها و حمل نقل درون و برون شهری و پاسخگویی سوالات متعدد در این خصوص را از خود و حوزه تحت تصدی سلب و با تولید جریان خبری داغ، سازمان دیگری را به عنوان موضوع روز و سرگرمی رسانه‌ای تبدیل نمایند. ایشان با حضور در جلسات، همایش‌ها و اجتماعات متعدد فرصت را مغتنم شمرده و با استفاده از واژه‌های غیر متعارف و تقریباً تحریک‌کننده نظیر: " انحلال سازمان حمایت " و " نظام‌های قیمت‌گذاری " و متهم کردن سازمان حمایت و منتسب کردن این دستگاه حاکمیتی نظارتی به مکاتب

سوسیالیستی و مارکسیستی، سیاست انحراف افکار عمومی را دنبال و با فرافکنی تلاش می‌کند فشارهای رسانه‌ای و خواسته‌های افکار عمومی ناشی از عدم کارآیی حوزه تحت مدیریتش را کاهش و در یک مهندسی معکوس حساب شده رسانه‌های جمعی را نیز با خود همراه سازد. آن چه که از رسانه‌ها انتظار می‌رفت در راستای رسالت خبری خود نسبت به تنویر افکار عمومی اقدام نمایند همانگونه که ذکر شده برخلاف انتظار به جای پوشش خبری افزایش غیر قانونی قیمت حمل و نقل ریلی، فرافکنی وزیر راه و شهرسازی و انحلال سازمان حمایت را در لیده‌های خبری که اکثراً مورد توجه مخاطبان است منتشر نمودند! بنابراین با موضع‌گیری رسانه‌های چون اقتصاد آنلاین، تابناک، ایرنا، فارس، مهر و انتخاب برخلاف مواضع سازمان می‌توان برداشتهای متفاوتی داشت:

دیدگاه بد بینانه: به نظر می‌رسد تلاش سازمان یافته‌ای وجود دارد که هدف آن تحریک حوزه‌های مختلف صنفی و صنعتی بر علیه سازمان حمایت و نهادهای قیمت‌گذاری است. به طوری که با حضور وزیر راه و شهرسازی در هر محفل سخنرانی، موضوع قیمت‌گذاری و انحلال سازمان حمایت آن هم با پوشش رسانه‌ای صورت می‌گیرد. جالب این که به جای تبیین عملکرد حوزه‌های تحت مسئولیت و مشکلات جاده‌ای و کشته شدن عده‌ای زیاد از هموطنان به دلیل ایمن نبودن و حادثه ساز بودن جاده‌ها، علل افزایش بی دلیل قیمت مسکن و رکود حاکم بر آن و سیر صعودی اجاره‌بها و رهن و مشکلات مسکن مهر، بی سامانی پروازها و تاخیر غیر قابل تحمل که اعتراض مسافران را به دنبال داشته است! سازمان حمایت را بدون ارایه حتی یک ادله علمی و قانونی ام‌الامراض معرفی می‌کند. در این شرایط ادامه سیاست سکوت و برخورد انفعالی می‌تواند جایگاه سازمان را در تنظیم بازار کالاها و خدمات و تامین حقوق مصرف کنندگان به عنوان یکی از نهادهای حاکمیتی متولی حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان تهدید نماید.

دیدگاه خوش بینانه: اما به شرایط شکل گرفته می‌توان از زاویه دیگری نگریست. به طوری که با نگاه مثبت به تبلیغات انجام شده علیه سازمان با بکارگیری روش ضد تبلیغ، آن را به فرصت تبدیل کرد. چراکه عدم موفقیت وزارت راه و سازمان‌های تابعه ارتباط معنا داری با فعالیت‌های سازمان حمایت ندارد. نبود زیر ساخت‌های لازم، عدم سرمایه گذاری، عدم افزایش کیفیت خدمات علی رغم افزایش قیمت‌ها طی سال‌های گذشته، دلیل موجهی است که می‌توان از آن در رسانه‌ها بر علیه مواضع وزارت راه و شهرسازی و وزیر مربوطه بکارگرفت. موضع‌گیری یک وزارتخانه در مقابل سازمان حمایت نشان می‌دهد که وجود آن مانع اجحاف به حقوق مصرف کننده بوده که طی هفته‌های گذشته سوژه خبری رسانه‌ها شده است. این سازمان بدون هیچ گونه هزینه‌های تبلیغاتی می‌تواند در پر بیننده ترین شبکه‌های مختلف رادیویی، تلویزیونی و تیتراول خبرگزاری‌ها و مطبوعات از فرصت ایجاد شده اقدامات خود را برای افکار عمومی تبیین نموده و پشتوانه قدرتمند قانونی اقدامات صورت گرفته در راستای نظارت بر قیمت‌ها و جلوگیری از افزایش غیر قانونی قیمت کالاها و خدمات اولویت اول را تشریح و در آگاهی بخشی تمامی لایه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور موثر واقع شود و در واکنش به سخنان وزیر راه، عدم تسامح با

هر اقدام غیر قانونی که موجب تضییع حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌شود و از نقاط قوت سازمان بشمار می‌رود را برجسته نمود.

۲. دیدگاه کارشناسان حوزه اقتصاد در باره سخنان وزیر راه و شهرسازی

در این بخش نظر اساتید دانشگاهی فعال در عرصه اقتصادی (۲ نظر) و نظر عضو کمیسیون اقتصادی مجلس درباره سخنان وزیر راه و انحلال سازمان حمایت بررسی شده است. دکتر شیخی از کارشناسان اقتصادی مطرح با نقد تند نظر وزیر راه معتقد است ریشه تفکرات آقای غنی نژاد، اقتصاد سرمایه داری است و آقای آخوندی به عنوان یک سرمایه دار مرفه در مورد اقتصادی نظر می‌دهد که هیچ جایگاهی در آن ندارد. از نظر ایشان نمی‌توان قیمت‌گذاری را به دست عده‌ای از گردن کلفت‌های مد نظر آقای آخوندی گذاشت. وی معتقد است که امروزه غربی‌ها از اقتصاد لیبرالی ضربه دیدند و برخی از مشکلات خود را ناشی از آزاد سازی قیمت‌ها می‌دانند و جالب این که آقای غنی نژاد همواره ۱۰ قدم از غربی‌ها عقب است. ایشان تاکید می‌کنند وجود سازمان‌های مانند سازمان حمایت در راستایی اجرای وظایف بخش عمومی اقتصاد، یعنی حاکمیت و دولت ضروری است. در جامعه‌ای که شرایط یکسان فرصت‌های اقتصادی وجود ندارد و اختلاف طبقاتی فراوانی بین فقیر و غنی دیده می‌شود با استفاده از سازمان‌های چون سازمان حمایت می‌توان بازار را تنظیم کرد. بر اساس نظر این کارشناس وزیر راه که یکی از مهمترین وزارت خانه‌های کشور تحت تصدی دارد فاقد دانش اقتصادی است و ایشان بخش مسکن را با بیش از ۱۵۰ رشته فعالیتی در اقتصاد کشور به تعطیلی کشانده است.

دکتر رزاقی از کارشناس دیگر اقتصادی نیز با انتقاد از سیاست‌های آزاد سازی قیمت‌ها در استانه انتخابات می‌گوید با توجه به کاهش توان قدرت خرید مردم و رکود طولانی مدت در آستانه اجرای برجام و انتخابات مجلس به جای ایجاد آرامش اقتصادی، جلوگیری از بی‌اعتمادی مردم و نارضایتی آن‌ها، دست به افزایش قیمت‌ها زدند و خارج کردن سازمان حمایت از صحنه نظارت بر قیمت‌ها و شعار آزادسازی قیمت‌ها را مطرح می‌کنند. از نظر این کارشناس اقتصادی، دولت خود به گرانی‌ها دامن زده و در جاهایی هم که سازمان حمایت برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و یا کنترل قیمت‌ها وارد می‌شود با مداخله دولت حضور این سازمان بی‌اثر می‌گردد. لازم است سازمان حمایت نقش منطقی در حوزه کاری اش داشته باشد. اما این سازمان دچار تعارض نقش است گاهی در افزایش قیمت‌ها نفوذ می‌کند، مواقعی قیمت‌ها را به نفع مصرف‌کننده کنترل می‌نماید و در شکل دیگر از سوی وزیری و تو شده و تهدید به تعطیلی می‌گردد.

با توجه به تاکید کارشناسان به حضور سازمان حمایت در تنظیم بازار کالاها و خدمات عضو کمیسیون مجلس شورای اسلامی نیز معتقد است در شرایط فعلی حذف سازمان حمایت به صلاح کشور نیست. ایشان با اشاره به وظایف و مسئولیت‌های بسیار گسترده وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌گوید در صورت شکل‌گیری شرایط رقابتی

در کشور می توان از وجود سازمان حمایت کمتر استفاده کرد. یعنی این که حتی در شرایط رقابتی نیز عضو کمیسیون اقتصادی مجلس معتقد به حضور حداقلی سازمان در اقتصاد کشور می باشد.

بنابراین می توان گفت هر چند جامعه علمی کشور، اعتقاد به وجود فضای رقابتی دارد ولی به دلایل شرایط اقتصادی کشور و تلاش گروه های سرمایه داری برای تسلط بر تمامی تصمیم گیری های کلان اقتصادی و اثر گذاری بیشتر بر سیاست های اقتصادی دولت، نهادهای نظارتی و قیمت گذاری را مغل تلقی نموده و با جریان سازی رسانه ای و حمایت های تئوریک به ظاهر علمی در جهت حذف آن ها برآمده است. خوش بختانه با بررسی نمونه ای از نظرات کارشناسانی که از نظر دانش اقتصادی مورد تایید جامعه علمی کشور می باشد مشخص می شود در اقتصاد آزاد، مختلط و دولتی به دلیل نابرابری های اقتصادی نظارت های حاکمیتی لازم بوده و هرگاه ضرورت ایجاب نماید دولت ها در اقتصاد مداخله می نمایند و کشور ما نیز از این شرایط مستثنی نبوده و عدم وجود فضای رقابتی و برخی انحصارات وجود سازمان حمایت را اجتناب ناپذیر می سازد.

۳. نظرات خوانندگان رسانه های جمعی در خصوص اظهارات وزیر راه و شهرسازی در رسانه ها

از آنجایی که انعکاس خبر در رسانه های جمعی، افکار عمومی را وادار به واکنش می نماید با بررسی نظرات آن ها که در خبرگزاری ها مطرح شده است می توان میزان پذیرش سخنان وزیر راه و شهرسازی را در خصوص سازمان حمایت و افزایش غیر قانونی قیمت بلیط قطار مورد سنجش قرار داد.

در بررسی اجمالی نظر خوانندگان خبرگزاری (۴۵ نظر) باید گفت این دیدگاه های در سه گروه قابل دسته بندی است.

گروه اول که ۴۰ نظر را در بر می گیرد نشان می دهد، مردم نسبت به سخنان وزیر راه و شهرسازی موضع گیری منفی داشته اند و عملکرد ایشان را در حوزه مسکن مهر، عدم تحقق مسکن اجتماعی، انتصابات نابجا در حوزه های مدیریت، تصادفات جاده ای، عدم برداشت صحیح از مفهوم مارکسیسم و سوسیالیسم، ناتوایی در حل مشکلات و تامین وجوه مورد نیاز از طریق افزایش قیمت ها (ناکارآمدی دولت در مدیریت کشور)، مقصر قلمداد کردن دولت قبلی در مشکلات وزارت راه (اگر دولت قبلی نبود مشکلات بر گردن چه کسی بود؟)، رکود حاکم بر بازار مسکن، و... مورد نقد صریح قرار دادند و متذکر شدند که ایشان با آزاد سازی قیمت ها و تلاش برای انحلال سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان به دنبال ایجاد جامعه سرمایه داری بوده و با هرگونه افزایش قیمت که به نفع طبقه بالا و مرفع جامعه باشد جانبداری می نماید. خواننده ای با ذکر این نکته که "آقای آخوندی خودش را به خواب زده است و بیدار نمی شود به انحصارات در جامعه اشاره کرده و معتقد است به دلیل نبود فضای رقابتی در کشور، وجود سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان الزامی است".

در اظهار نظر دیگر که با استفاده از سخنی از امام خمینی (ره) مطرح شده این است "مسئولین ایران انقلابی باید بدانند که عده ای از خدا بی خبر برای از بین بردن انقلاب هر کس که بخواهد برای فقرا و مستمندان کار کند

و راه اسلام و انقلاب را بپیماید فوراً او را کمونیست می‌خوانند" درخواست شده از این اتهامات نباید ترسید و خدا را در نظر داشت و تمام تلاش خود را در جهت رضای خدا به کار بست. و موارد مشابه دیگر

گروه دوم که ۳ نظر را شامل می‌شود با طرح شرایطی مثل ایجاد فضای رقابتی، آزاد سازی قیمت‌ها در قبال افزایش کیفیت کالاها و خدمات، آزادسازی قیمت‌ها در حوزه خودرو و حذف انحصارات از ایده وزیر را حمایت کردند. گروه سوم که ۲ نظر را در برمی‌گیرد بدون حمایت از نظرات وزیر توصیه کردند که در صورت حذف سیستم قیمت‌گذاری باید نظام‌های تعرفه ای و ورودی گمرکی برای پیوستن ایران به تجارت جهانی را آماده کرد تا مردم مجبور نباشند در غیاب تولیدات خارجی کالاهای داخلی بی کیفیت را خریداری نمایند.

بنابراین عدم حمایت از سخنان وزیر راه نشان می‌دهد که مردم وجود سازمان‌های نظارتی را برای تنظیم بازار داخلی ضروری دانسته و نارسایی یک مجموعه در ارائه خدمات مناسب ناشی از سوء مدیریت در آن مجموعه می‌باشد. به طوری حدود ۸۸ درصد خوانندگان با نظرات مطرح شده در رسانه در خصوص انحلال سازمان حمایت و نظام‌های قیمت‌گذاری مخالف می‌باشند.

۴. راهکارهای پیشنهادی

به نظر می‌رسد سازمانی موفق به ادامه حیات خواهد بود که بتواند با جامعه و مردم در ارتباط باشد. بدین منظور در هر سازمانی جایگاهی به نام روابط عمومی تعریف می‌گردد تا از طریق این بخش روابط برون سازمانی و درون سازمانی خود را سامان دهد. به عبارتی روابط عمومی چشم یک سازمان است که باید بتواند شایعات، انتقادات و... پیرامون سازمان را رصد نموده و با ارائه پاسخ‌های مناسب به موقع مانع تضعیف جایگاه سازمان گردد. به طور حتم این امر میسر نمی‌شود مگر با همکاری و احساس مسئولیت همه بخش‌های و حوزه‌های سازمانی که می‌بایست آمادگی لازم برای ارائه پاسخ‌های متقن به انتقادات داشته و همواره از سخنگویی سازمان با ارائه گزارش‌های مستند پشتیبانی اطلاعاتی نمایند. هر مشکلی راه کاری خاص خود را دارد و راه کار زیر برای مقابله با جریان‌سازی‌های خبری علیه سازمان پیشنهاد می‌گردد.

- لزوم حمایت موثر وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت از عملکرد سازمان در هیئت دولت و رسانه‌ها
- افزایش تعامل با خبرنگاران و خبرگزاری‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری به منظوری جریان سازی خبری مثبت به نفع سازمان
- انعکاس مداوم و مستمر عملکرد سازمان در رسانه‌ها برای پیشگیری از جریان سازی خبری منفی در رسانه‌ها بر علیه سازمان
- تعامل با دانشگاه‌ها و انجام پژوهش‌های عملی موثر تطبیقی در حوزه حقوق مصرف کنندگان
- استفاده از پتانسیل‌های سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها در انعکاس وظایف و عملکردهای سازمان در رسانه‌ها

- استفاده از پتانسیل‌های انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در جریان سازی خبری واقناع سازی مخاطبان
- توسعه و ارتقای شبکه اطلاع رسانی خبری و همچنین تحکیم مناسبات با رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های تاثیرگذار
- گسترش فعالیت‌های پژوهشی در خصوص عملکرد سازمان و انتشار آن‌ها از طریق شبکه‌های اطلاع رسانی
- ضرورت همگرایی تمامی حوزه‌های سازمانی به منظور اتقاء ظرفیت رسانه‌ای سازمان
- ظرفیت‌سازی برای گسترش حوزه اطلاع رسانی از طریق ارسال پیام‌های کوتاه در حجم انبوه در سطوح مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و امکان دسترسی برای ارسال اخبار در فضای شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام.

منابع و یادداشت ها:

- گزارش بررسی اخبار کامنت و مکاتبات مرتبط با سخنان وزیر راه و شهر سازی
- اخبار و مطالب خبرگزاری های مهر، فارس، ایرنا ، تابناک و دیگر خبرگزاری ها