

اکنون



علی دهقان

سردبیر

رفاه‌فرا تر از وظیفه سازمانی

سازمان‌های رفاهی باید به مولفه‌هایی فرا تر از توزیع رفاه اندیشه کنند. این «باید» از خصوصیت‌های دنیای امروز است که بر شانه سامانه‌های رفاهی سنگینی می‌کند. دنیای امروز و یادهم‌های ساکن در دنیای اکنون ویژگی‌های متفاوتی دارند که صرفاً نمی‌توان با توزیع رفاه بر این باور بود، دایره وظایف سازمانی در قبال جامعه به اتمام رسیده است. گزاره فوق را می‌توان در قالب این پرسش نیز مطرح کرد که در روزگار ما آیا می‌شود رفاه را صرفاً در مکانیزم‌های متنوعی تعریف کرد که می‌خواهند زندگی را برای مخاطبان سامانه‌های رفاه آسوده‌تر کنند؟ پرسش فوق دقیقاً محتوای چالش بزرگی را نشان می‌دهد که اکنون در بسیاری از نقاط جهان در مقابله روابط اجتماعی سامانه‌های رفاه قرار گرفته است. اگر رفاه را صرفاً به عنوان یک وظیفه سازمانی تلقی کنیم، احتمالاً پاسخ پرسش مورد نظر مثبت خواهد بود چون سازمان‌های کارآمد، تراز رفاه را مثبت می‌کنند و در قالب یک ریل از رفتار سازمانی، وظایفی را که برای ارتقای آسودگی مخاطبان خود تعریف کرده‌اند به سرانجام می‌رسانند اما اگر بگوییم رفاه جزوی از ماهیت و محتوای «قوه اجتماعی» کشور است آن وقت شیرازه تعاریف ما به هم می‌ریزد. چون یک قوه در کنار ثبیت و یا ارایه خدمات متنوع، وظیفه «ایجاد کردن» و «ساختن» را نیز برعهده دارد. با این نگاه در سطح بندی وظایف سازمانی یک قدم جلو آمده‌ایم. تغییر ماهیت سامانه رفاه از یک ارایه‌دهنده صرف خدمات رفاهی به سازنده و ایجادکننده سرمایه‌های اجتماعی، به نوعی تغییر محتوای یک سامانه محسوب می‌شود تا درآمدات خود به خلق قوه اجتماعی برسد. هدف ساختن نگاهی فرا تر است تا یک مجموعه سازمانی به چشم‌اندازی بیشتر از وظایف سازمانی خویش اندیشه کند، چون آدم‌های دنیای امروز در کنار نیاز به رفاه عمومی و متداول به امری فرا تر نیز نیاز دارند تا در بطن خود گزینه رفاه واقعی را لمس کنند. رفاه باید آسودگی خاطر و آرامش روحی و روانی شهروندان را نیز به عنوان ملاکی برای توسعه ظرفیت‌های اجتماعی در نظر بگیرد. این اتفاق چه زمانی رخ می‌دهد؟ زمانی که راولان رفاه در یک ظرف مشترک با مردم قرار بگیرند و مقیاس «رفاه بطنی» را در همزیستی مشترک با مردم تخمین بزنند. این نقطه، جغرافیای وسیعی دارد که می‌شود گفت یکپارچه در راستای ارتقای سرمایه‌های اجتماعی شکل گرفته است. ما بی‌شک ملزم خواهیم بود که از چنین اندیشه‌ای جدا نشویم و به عنوان بازوی رسانه‌ای سازمان تامین اجتماعی بیشتر از هر وقت دیگری به سهم خود مسیر سازمان را برای دستیابی به این یکپارچه‌سازی برای ایجاد سرمایه‌های اجتماعی هموار سازیم.



محمدرحیمتمداری

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی

تصحیح و تقویت ساختار اقتصاد اجتماعی برای خدمت موثر تر به همه مردم

ساختار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به گونه‌ای است که این نهاد دولتی را تماماً در تعامل با جامعه ایرانی و بزرگترین نهاد اجتماعی کشور و در اصل وزارتخانه عدالت اجتماعی قرار داده است. بر این اساس باور دارم که مجموعه تعاون، کار و رفاه اجتماعی بیش از آنکه بخواهد یک دستگاه دولتی برای تسهیل زندگی ملت باشد، نمای از قوه اجتماعی کشور است که باید دغدغه مناسبات و جهت‌گیری‌های جامعه با مردم و مردم با جامعه را داشته و نهاد گفت‌وگوی اجتماعی باشد، همچنین راهبردهایی برای تاب‌آوری جامعه و شکوفایی استعدادهای آن ارائه دهد. گاهی اوقات در تحلیل‌های کارشناسی و حتی نگاهی که بدنه جامعه به اجزای این وزارتخانه دارد مأموریت‌ها و اهداف صرفاً اقتصادی را نیز در حیطه وظایف وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی قرار می‌دهند. البته بزرگی و دامنه گسترده خدمت‌رسانی این وزارتخانه به کشور شامل برخی ابعاد اقتصادی نیز می‌شود که در پرتوی آن حتی گره‌گشایی‌های اقتصادی را نیز در ید وظایف مجموعه نهاد اجتماعی کشور می‌دانند. بی‌شک خانواده تعاون، کار و رفاه اجتماعی از ارائه هیچ خدمت راهگشایی سر باز نمی‌زند و به یقین نقش و وظیفه این وزارتخانه نیز در تسهیل برخی مراودات اقتصادی قابل کتمان نیست اما باید توجه کرد که در چشم‌انداز فعالیت‌های ما این امر نهفته است که به عنوان یک مکانیزم اجتماعی علاوه بر آنکه دائم باید زمینه تقویت سرمایه‌های اجتماعی را فراهم کنیم، باید در اجرای این راهبرد بزرگ نیز کوشا باشیم که مسیر همه بخش‌های اجتماعی کشور در تاثیرگذاری‌های اقتصادی هموار شود. در این میان بزرگترین خدمت اقتصادی می‌تواند دخیل کردن همه مردم در مواهب اقتصادی کشور باشد. اجرای راهکارهایی برای کاهش تورم، رکود و یارفع بسیاری دیگر از گره‌های اقتصادی حتماً ادامه حیات را برای توسعه ملی کشور تضمین می‌کند، اما در کنار این اقدامات بزرگ، ایجاد فرصت‌های برابر برای مشارکت در فعل و انفعالات اقتصادی و همچنین گشایش در بهره‌مندی ارگانیزم بزرگتری از مردم از مواهب اقتصادی نیز قطعاً برای توسعه ملی اهمیت بزرگ و سرنوشت‌ساز دارد. چون اقتصادی که از دل همیاری ملی و یکسان‌سازی فرصت‌ها برای بهره‌مندی از شاخص‌ها سر بلند می‌کند، با قدرت بیشتری به توسعه متکی بر سرمایه‌های اجتماعی می‌رسد و این اقتصاد به سادگی آسیب‌پذیر نخواهد بود.

ایجاد فرصت‌های برابر برای مشارکت در فعل و انفعالات اقتصادی و همچنین گشایش در بهره‌مندی ارگانیزم بزرگتری از مردم از مواهب اقتصادی قطعاً برای اهمیت بزرگ و سرنوشت‌ساز دارد

تامین اجتماعی و رسانه

پلی محکم میان سازمان و اعتماد عمومی



مصطفی سالاری

مدیرعامل سازمان تامین اجتماعی

ارقام فوق نشان می‌دهد که سازمان تامین اجتماعی به طور مدام در یک سیکل مالی-اقتصادی قرار دارد که با توجه به روند فاقد ثبات منحنی اقتصادی کشور هر لحظه برای پوشش امنیت اجتماعی کارگران با مشکلات زیادی دست به گریبان است. برنامه‌های سازمان تامین اجتماعی البته بر این امر تاکید دارند که باید سازمان بهترین بنيه را برای خدمت‌رسانی به کارگران و مردم داشته باشد و ما نیز همواره در تلاش بوده ایم تا سازمان تامین اجتماعی در این نقطه ایده آل بایستد. اما لازمه این امر برقراری تراز مثبت میان منابع و مصارف سازمان است. تأخیر یا اختلال در وصول حق بیمه ماهانه موجب اختلال در پرداخت حقوق مستمری‌گیران بازنشسته، از کارافتاده و بازمانده و همچنین مزایای مقرر ی‌گیران بیکار و تأمین هزینه‌های درمان می‌شود که می‌تواند کارایی سازمان تامین اجتماعی را تحت تاثیر قرار دهد. گاهی حتی چالش‌های غیر قابل پیش‌بینی این عدم تناسب میان منابع و هزینه‌ها را دامن می‌زند و مشکلات تحمیلی زیادی را روی دوش سازمان تامین اجتماعی می‌گذارند. در همین بحران کرونا که طیفی از مشکلات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را به وجود آورد تعداد مقرر ی‌گیران بیمه‌بیکاری که تا پایان بهمن ماه ۹۸ جمعاً ۲۴۳ هزار نفر بودند، از تاریخ ۲۲ اسفندماه ۱۳۹۸ تاکنون صرفاً به دلیل بحران کرونا به بیش از ۶۶۰ هزار نفر افزایش یافته‌اند. البته سازمان تامین اجتماعی در تمام سطوح خود وظیفه می‌داند که در مقابل این بحران‌ها بایستد و تا امروز نیز این گونه بوده است اما باید در تحلیل رفتار سازمان تامین اجتماعی در دوره‌های مختلف فقدان تناسب میان منابع و هزینه‌ها را ارزیابی کرد. بی‌شک رسانه‌ها می‌توانند در ارزیابی درست و واقعی‌کنش موجود در سازمان تامین اجتماعی نقش ویژه‌ای ایفا کنند. برای همین باید به ظرفیت رسانه‌ای در سازمان تامین اجتماعی و گسترش آن اندیشه کرد چون این سازمان فراز و فرودهای گسترده‌ای دارد که تحلیل آنها نیاز به چابکی رسانه‌ای و پشتوانه محکم فرهنگی دارد. برای رسیدن به این نقطه باید رویکرد یکسویه نگرانی نسبت به امر رسانه ترمیم شود، چون رسانه‌ها بنابر کارکرد خود نمی‌توانند در گیمه‌های صفر و صدی به اصالت رفتاری و فکری دست یابند، برخی بر این باورند که نهادهای عمومی به واسطه ماهیت خدماتی و گستردگی جامعه مخاطبین نباید از رسانه‌ها (به مثابه ابزار تبلیغاتی) استفاده کنند. این یک نگاه تقلبی‌گرایانه به رسانه است که می‌توان آن را جایگزین نگاه خدمت‌گرایانه کرد و با این رویکرد سراغ رسانه‌ها رفت که آنها می‌توانند دایره خدمت‌رسانی به ارباب رجوع را کامل‌تر و محکم‌تر کنند. برای این منظور و ایجاد پلی محکم میان سازمان و ذینفعان آن با پیشرفت‌های رسانه‌ای باید به مدلی منسجم و سیاستی کارآمد برای شکل دادن به روشمندی رسانه‌ای در سازمان تامین اجتماعی دست یافت تا به واسطه آن هم نگاه‌های صرفاً سودی ترمیم‌شود و هم این رسانه‌ها بتوانند در ایجاد تناسب میان منابع و هزینه‌های سازمان و جلب اعتماد عمومی به ویژه شرکای اجتماعی برای تقویت این تناسب کارکرد‌های ویژه‌ای داشته باشند.

سازمان تامین اجتماعی قدیمی‌ترین و بزرگترین نهاد اجتماعی، درمانی و بیمه‌گر غیردولتی در کشور است که علاوه بر حمایت از حقوق‌گیران، صاحبان حرف و مشاغل آزاد و به ویژه کارگران امروز و دیروز (بازنشستگان) در کشور است. طیف وسیع و متنوع مخاطبان این سازمان در کشور، امنیت اجتماعی و همچنین خدمات رفاهی خود را با سازمان تامین اجتماعی به دست می‌آورند. پرداخت مستمری یا مقرری آنان در مواقع از کارافتادگی و بیکاری، پرداخت مستمری آنان پس از بازنشستگی، حمایت از بازماندگان پس از فوت آنان و پرداخت‌های مربوط به تعهدات کوتاه مدت از مواردی است که در لیست برنامه‌های اجرایی سازمان تامین اجتماعی برای خدمت‌رسانی به کارگران قرار دارد. درواقع می‌توان گفت که سازمان تامین اجتماعی در صدر خدمت‌رسانی اجتماعی ایران قرار دارد و بخش غالب جامعه به طور مستقیم هم امنیت اجتماعی و هم امنیت خاطر خود را در تعامل با این سازمان به دست می‌آورند. بر اساس آخرین گزارش رسمی، تا آذر ماه ۱۳۹۸ تعداد بیمه‌شدگان اصلی این سازمان در کشور ۱۴ میلیون و ۴۴۳ هزار و ۳۸۵ نفر و تعداد افراد تحت تکفل این افراد که به عنوان بیمه‌شدگان تبعی تلقی می‌شوند، ۲۲ میلیون و ۸۷۷ هزار و ۳۸ نفر هستند و در مجموع، تعداد افراد زیر پوشش سازمان تامین اجتماعی بالغ بر ۴۴ میلیون نفر از جمعیت حدوداً ۸۶ میلیونی کشور است. همچنین تعداد بیمه‌شدگان شامل ۹ میلیون و ۹۹۱ هزار و ۲۶۱ نفر بیمه‌شدگان اجباری، ۴ میلیون و ۳۶ هزار و ۶۱۲ نفر بیمه‌شدگان خاص، ۲۳۹ هزار و ۵۸۳ نفر مقرر ی‌گیران بیمه‌بیکاری و ۱۶۲ هزار و ۹۲۹ نفر بیمه‌شدگان توافقی هستند. ۲/۵ میلیون خانوار (با احتساب ضریب خانوار افراد مستمری‌بگیر بیش از ۷ میلیون نفر) نیز مستمری‌بگیر این سازمان هستند که از محل اندوخته و پرداخت حق بیمه در دوران اشتغال، از سازمان حقوق ماهانه دریافت می‌کنند. در این وسعت یک نکته را نباید از نظر دور داشت و آن این که سازمان تامین اجتماعی در نهایت فعالیت‌های عملیاتی خود را به گونه‌ای ساماندهی می‌کند که هر کشکی در آن متعلق به مردم است. شصت و هفت و چهار دهم درصد درآمد سازمان از محل حق بیمه وصولی از مردم تأمین می‌گردد که عیناً به ایفای تعهدات قانونی سازمان (پرداخت مستمری) منجر می‌شود که در واقع درآمد ماهیانه خانوارهاست. به عبارت دیگر حق بیمه وصولی هر ماه، صرف پرداخت‌های همان ماه می‌شود و بدین واسطه، دارایی و درآمد سازمان به مفهوم واقعی متعلق به مردم است. از سوی دیگر در سال ۱۳۹۸، متوسط هزینه هر ماه سازمان ۹ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان بوده که حدود ۹ هزار میلیارد تومان آن از حق بیمه‌های دریافتی از سراسر کشور تأمین شده است. در بخش هزینه‌ها، ۷ هزار میلیارد تومان در همان ماه صرف پرداخت مستمری ماهانه بازنشستگان، از کارافتادگان و بازماندگان، مقرر ی‌گیران بیمه‌بیکاری و سایر تعهدات قانونی و حداقل ۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد آن صرف هزینه‌های درمان شده و مابقی برای طرح‌ها و پروژه‌ها، تجهیزات و امور جاری و حقوق کارکنان هزینه شده است.



اگر گرم و سرشار
اگر سرد و مسکین
اگر سبز و شاد
اگر زرد و غمگین

و یار تو هستم
کنار تو هستم



بی‌شک رسانه‌ها می‌توانند در ارزیابی درست و واقعی‌کنش موجود در سازمان تامین اجتماعی نقش ویژه‌ای ایفا کنند برای همین باید به ظرفیت رسانه‌ای در سازمان تامین اجتماعی و گسترش آن اندیشه کرد چون این سازمان فراز و فرودهای گسترده‌ای دارد که تحلیل آنها نیاز به چابکی رسانه‌ای و پشتوانه محکم فرهنگی دارد