



دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی، درمانی کرمانشاه
معاونت بهداشتی

برنامه ارتباط خطر و مشارکت

اجتماعی (RCCE)

در زمان جنگ

گروه آموزش بهداشت و ارتقای سلامت

۱. هدف کلی

افزایش آگاهی و توانمندسازی جامعه برای مقابله با بحران جنگ، با استفاده از ارتباط مؤثر، شفاف و مبتنی بر اعتماد و مشارکت فعال مردم.

۲. اهداف اختصاصی

- اطلاع‌رسانی مؤثر، دقیق و به‌موقع در مورد تهدیدها و خطرات.
- مدیریت شایعات، اطلاعات نادرست و جنگ روانی دشمن.
- تقویت اعتماد عمومی به نهادهای رسمی.
- جلب مشارکت جامعه در پاسخ به بحران و ارتقاء تاب‌آوری اجتماعی.
- محافظت از گروه‌های آسیب‌پذیر با اطلاع‌رسانی هدفمند و حمایت‌محور.

۳. مخاطبان هدف

- عموم مردم
- گروه‌های آسیب‌پذیر (کودکان، سالمندان، زنان، افراد دارای ناتوانی، آوارگان)
- رسانه‌ها
- سفیران و داوطلبان سلامت محله
- کارکنان بهداشت، آموزش، امداد و خدمات اضطراری

۴. ارزیابی مخاطرات (Risk Assessment)

- شناسایی تهدیدهای محتمل
- برآورد احتمال و شدت آن‌ها
- تعیین میزان خطر،
- انتخاب اقدام‌های پیشگیرانه و واکنشی برای کاهش آسیب

۵. شناسایی گروه‌های هدف و تقسیم‌بندی مخاطبین

عموم مردم و خانوارها ساکن مناطق در معرض درگیری یا تهدید، که نیاز دارند در شرایط ناامن از سلامت جسمی و روانی خود محافظت کنند .

گروه‌های آسیب‌پذیر با اولویت بالاتر:

۱. کودکان و نوجوانان
۲. سالمندان
۳. زنان باردار و مادران شیرده
۴. افراد دارای بیماری‌های مزمن (قلبی عروقی، دیابت، آسم، صرع، فشارخون، بیماری کلیوی و...)
۵. افراد دارای معلولیت (حرکتی، بینایی، شنوایی، ذهنی) و نیازمند مراقبت

۶. راهبردهای کلیدی RCCE در زمان جنگ

الف) اطلاع‌رسانی سریع و رسمی

- استفاده از کانال‌های رسمی، معتبر و چندرسانه‌ای برای اطلاع‌رسانی فوری.
- ارسال پیام‌های ساده، واضح و قابل فهم.
- تأکید بر واقعیت‌ها، پرهیز از ایجاد وحشت یا پنهان‌کاری.
- اعلام موقعیت‌های خطر، راه‌های حفاظت، محل‌های امن و دستورالعمل‌های اضطراری.

ب) مشارکت اجتماعی (Community Engagement)

- استفاده از ظرفیت داوطلبان سلامت محلی برای انتقال پیام‌ها و جمع‌آوری بازخورد.
- برگزاری جلسات هماهنگی با رهبران محلی، دینی و فرهنگی (حضوری یا مجازی).
- ایجاد سامانه‌های پیام‌رسان برای ارتباط دوطرفه بین مردم و مسئولان.

ج) ارتباط دوطرفه با جامعه

- راه‌اندازی خط تلفن و چت‌بات پاسخگویی به سؤالات مردم.
- جمع‌آوری بازخورد، نیازها و دغدغه‌های مردم در مناطق بحران‌زده.
- بهره‌گیری از روحانیون، معلمان و داوطلبان بسیجی برای انتقال پیام‌ها و شنیدن مشکلات محلی.

د) حمایت روانی و اجتماعی

- تولید محتوای آرام‌بخش برای کودکان (انیمیشن، قصه، بازی‌های ایمن خانگی).
- توصیه‌های روان‌شناسی عمومی برای مدیریت ترس، استرس و اضطراب.
- آموزش والدین در مورد کنترل هیجانات خانوادگی در شرایط بحران.

۷. ابزارها و کانال‌های ارتباطی پیشنهادی

- رادیو و تلویزیون شبکه استانی
- شبکه‌های اجتماعی داخلی (ایتا، بله،)
- پیامک‌های اضطراری و هشدارهای تلفن همراه
- اینفوگرافیک‌ها، بروشورها و پوسترهای ساده و تصویری
- مراکز تماس و خط تلفن پاسخگویی شبانه‌روزی

ابزار	کاربرد
تلویزیون، رادیو	پیام‌های رسمی و فوری
پیامک و تلفن همراه	هشدار لحظه‌ای
شبکه‌های اجتماعی داخلی	اطلاع‌رسانی گسترده و گفت‌وگو با مردم
بلندگوهای سیار	در مناطق بی‌دسترسی یا بی‌برق
بروشور و پوستر ساده	برای کودکان، سالمندان، بیماران

۸. انتخاب کانال‌های ارتباطی آموزشی مناسب (با طبقه‌بندی):

استفاده ترکیبی از کانال‌های زیر:

۱. رسانه‌های جمعی (Mass Media)

نوع رسانه	کاربرد در بحران
رادیو استانی	پخش پیام‌های صوتی کوتاه و ساده در فواصل زمانی مختلف
شبکه استانی	برنامه‌های آموزشی کوتاه با مشارکت متخصص بهداشت
بلندگوهای عمومی	اعلام نکات فوری در معابر، مساجد، بازارها
فضای مجازی	پیام‌های بهداشتی، پادکست، اینفوگرافی از طریق پیام رسان های داخلی، ویدیوهای کوتاه آموزشی

۲. رسانه‌های بین‌فردی (Interpersonal Communication)

نوع ارتباط	گروه هدف	روش اجرا
آموزش چهره‌به‌چهره	عموم مردم	توسط بهورز، مراقب سلامت
مشاوره فردی	مراجعه‌کنندگان	در مراکز و پایگاههای بهداشتی
گروه‌های کوچک	زنان خانه‌دار،	جلسات آموزشی ۸ تا ۱۲ نفره
داوطلب سلامت	تمام خانواده‌های محله	آموزش خانه به خانه

۳. رسانه‌های دیداری و مکتوب (Visual/Printed Media)

ابزار	ویژگی محتوا	مکان نصب/توزیع
پوستر و بنر	تصویری، پیام کوتاه، خوانا	مدارس، مساجد، درمانگاه
کلیپ و پادکست	خودمراقبتی در بحران نظامی	کانال های فضای مجازی

۹. مثال‌هایی از پیام‌های کلیدی (در قالب پیامک، رادیو یا پوستر)

- در زمان شنیدن صدای انفجار، به مکان امن پناه ببرید و آرام بمانید.
- در خانه بمانید؛ پناهگاه امن شماست.

- به منابع رسمی گوش دهید؛ شایعه دشمن آرامش شماست.
- با اتحاد و همکاری، امنیت را حفظ می‌کنیم.
- کودکان را با بازی و حرف زدن آرام کنید؛ آن‌ها هم نگران‌اند.
- کودکان را آرام کنید؛ آن‌ها امنیت را از رفتار شما می‌آموزند.
- در زمان انفجار در کنار دیوار محکم بنشینید، نه کنار پنجره.
- محلی برای تجمع خانواده بعد از حادثه مشخص کنید.
- شماره یکی از بستگان را به خاطر بسپارید.
- در زمان انفجار دهان را باز نگه دارید تا فشار صدا آسیب نزنند.
- در زمان انفجار گوش‌ها و سر را بپوشانید.
- در زمان انفجار در خودرو نمانید، سریعاً پیاده شوید.
- در هنگام تخلیه منزل کیف اضطراری را همراه ببرید.
- در هنگام تخلیه منزل شیر گاز را ببندید و برق را قطع کنید.
- در زمان انفجار اگر در فضای باز هستید در گودال یا پشت دیوار محکم پناه بگیرید.
- پس از حادثه به مجروحان کمک کنید.
- پس از حادثه از تماس تلفنی غیرضروری خودداری کنید.
- پس از حادثه از انتشار تصاویر دلخراش پرهیز کنید.
- پس از حادثه از اجسام مشکوک دوری کنید.
- در شرایط اضطراری، حفظ آرامش و توجه به ایمنی شخصی، اولین و مهم‌ترین اقدام است.
- از تجمع در محل حادثه خودداری کنید و فقط به اطلاعیه‌ها و هشدارهای رسمی توجه داشته باشید.
- شایعه‌پراکنی می‌تواند جان افراد بیشتری را به خطر بیندازد.
- در شرایط بحرانی، مراقبت از کودکان، سالمندان، مادران باردار و افراد ناتوان را در اولویت قرار دهید.

- تا زمانی که خطر به طور کامل رفع نشده، وارد صحنه حادثه نشوید.
- تعداد مصدومان، نوع آسیب‌ها و خطرات محیطی را ارزیابی کنید.
- در خونریزی شدید، با پارچه تمیز فشار مستقیم وارد کنید.
- اگر جسمی مانند شیشه در زخم فرو رفته است، آن را خارج نکنید.
- در صورت بیهوشی مصدوم، هوشیاری، تنفس و نبض را بررسی کنید.
- در شکستگی‌ها، از جابه‌جایی غیرضروری مصدوم خودداری کنید.
- در شکستگی‌ها عضو آسیب‌دیده را بی‌حرکت کرده و زیورآلات را خارج نمایید.
- در سوختگی‌ها، محل آسیب را حداقل ۲۰ دقیقه با آب خنک شستشو دهید.
- در سوختگی‌ها از ترکاندن تاول‌ها و استفاده از پمادهای خانگی خودداری کنید.
- در آسیب‌های چشمی، چشم را نمالید و با آب تمیز شستشو دهید.
- در آسیب‌های چشمی از مصرف داروهای چشمی بدون نسخه پرهیز کنید.
- شماره‌های اضطراری را به خاطر بسپارید: اورژانس ۱۱۵، آتش‌نشانی ۱۲۵، پلیس ۱۱۰، هلال احمر ۱۱۲

۱۰. نقش نهادهای کلیدی در اجرای RCCE

مسئولیت	نهاد
پیام‌های سلامت جسم و روان	دانشگاه علوم پزشکی
پخش پیامهای آموزشی	صدا و سیما
اعلام وضعیت و مناطق امن	سپاه و ارتش
آموزش‌های کمک‌های اولیه و روان‌درمانی اضطراری	هلال احمر
تعیین سطوح هشدار و راهنمایی محلی	سازمان مدیریت بحران
مدیریت اطلاع‌رسانی دیجیتال و پاسخ به شایعات	مدیریت فضای مجازی (پلیس فتا)

۱۱. برنامه‌ریزی عملیاتی آموزش

گام	عنوان مرحله	شرح فعالیت‌ها
1	نیازسنجی	بررسی میزان آگاهی عمومی در خودمراقبتی در بحران نظامی
2	برنامه‌ریزی جهت تولید پیام و مدیریت اینفودمیک	تدوین پیام‌های ساده، علمی، و کاربردی
3	انتخاب رسانه مناسب	متناسب با گروه هدف
۴	تولید و توزیع محتوا	تهیه بروشور، فایل صوتی، و کلیپ آموزشی
۵	اجرای آموزش	از طریق کلیه کانال‌ها و توسط تیم آموزش‌دیده
۶	پایش و ارزشیابی	بررسی تأثیر پیام‌ها، میزان مشارکت، تغییر رفتار

۱۲. پاسخ به شایعات و اطلاعات نادرست

اقدام	مسئول
رصد شایعات محلی	داوطلبان سلامت
پاسخ فوری با مدرک مستند	کارشناس آموزش سلامت و مدیر مرکز بهداشت
شفاف‌سازی از زبان معتمدین	فرماندار، رئیس شبکه، روحانیون، شورا

۱۳. ارزشیابی اثربخشی آموزش:

- ارزشیابی فرآیند: آیا آموزش در زمان مناسب، برای گروه هدف انجام شد؟
- ارزشیابی نتیجه: آیا سطح خودمراقبتی جامعه در بحران نظامی بهبود یافته؟

۱۴. شاخص‌ها:

- تعداد افراد آموزش دیده
- تعداد رسانه‌های تولید و توزیع شده

۱۵. سوالات پرتکرار مردم در زمینه بحران نظامی

- ۱- آیا چسب زدن به شیشه پنجره ها تاثیری در کاهش آسیب دارد؟
- ۲- معیارهای مهم در شناسایی نقاط ایمن در هر ساختمان چیست؟
- ۳- جوشاندن آب لوله کشی در زمان بمباران ضرورت دارد؟
- ۴- در صورت نیاز به ذخیره آب آشامیدنی از چه ظرفی استفاده شود؟
- ۵- برای تهیه کیف اضطراری در زمان بحران نظامی چه مواد غذایی و تجهیزاتی را آماده کنیم؟
- ۶- برای کنترل استرس و اضطراب در کودکان چه کاری لازم است انجام شود؟
- ۷- اگر در زمان انفجار در حال رانندگی باشیم چه کار کنیم؟
- ۸- در صورت کمبود مواد غذایی، چه خوراکی هایی ماندگاری طولانی دارد؟
- ۹- برای پیشگیری از آسیب پرتوی در انفجارها، مصرف قرص ید ضرورت دارد؟
- ۱۰- از چه کانالی اخبار درست و مطمئن را دنبال کنیم؟
- ۱۱- در صورت آتش سوزی در منزل چه کاری انجام دهیم؟

۱۶. پایش و ارزیابی

- پایش لحظه‌ای احساسات عمومی در شبکه‌های اجتماعی.
- پایش مداوم شایعات و اطلاعات نادرست در رسانه‌ها.
- ارزیابی بازخورد مردم از اثربخشی پیام‌ها.
- اصلاح مستمر روش‌های ارتباطی بر اساس نیاز و تجربه میدانی.
- گزارش‌های دوره‌ای از تأثیر پیام‌رسانی بر سطح اضطراب و مشارکت مردم.