نقد و نظر روابط عمومی وزارت نفت از شعار تا عمل

ضیائیان علی پور، افشین

صنعت با رسانه‏های گروهی،وظیفه‏ای خطیر و در عین‏ حال ظریف است که بر خلاف تاکید دولت نهم بر این مهم، گاهی مورد غفلت و کم لطفی واقع می‏شود.

"شایسته است در این جایگاه،توجه ویژه‏ای به تعامل‏ مثبت صنعت نفت با رسانه‏ها مبذول دارید،این تعامل،زمینه‏ ساز تحقق یکی از اهداف مهم وزارت نفت در دولت نهم،یعنی‏ شفاف‏سازی و اعتمادسازی میان صنعت نفت از یکسو و مدیران،صاحب نظران،اصحاب رسانه و عموم مردم از سوی‏ دیگر خواهد بود."

این جمله،بخشی از متن حکم انتصاب علی قنواتی،مدیر کل جدید روابط عمومی وزارت نفت در تاریخ‏3/12/84 است.

هنوز تلخی رفتار مدیر کل پیشین روابط عمومی وزارت‏ نفت که خود نیز فردی رسانه‏ای بود،در کام بسیاری از اصحاب‏ رسانه باقی مانده است.مدیر کلی که تنها پنج ماه راهبردی این‏ پست را عهده‏دار بود.

به دنبال این رفتار و اعتراض گسترده و همه جانبه‏ی جامعه‏ همیشه بیدار رسانه‏ها،تغییری در مدیریت روابط عمومی این‏ وزارتخانه رخ داد.علی قنواتی،کسی که سابقه‏ی کار مطبوعاتی‏ و رسانه‏ای داشت،برای این سمت برگزیده شد.

قنواتی،در نخستین نشست خود با خبرنگاران و نمایندگان‏ رسانه‏های گروهی ضمن دلجویی از آنان و تخطئه‏ی آنچه‏ اتفاق افتاده بود،به همه‏ی حضار قول داد اوضاع را بهتر، ارتباطات را تسهیل کرده و در جهت تعامل سازنده و پویا با جامعه رسانه‏ای تلاش خواهد کرد.

این جملات و صحبت‏های مشابه آن در مهمانسرای وزارت‏ نفت،نویدبخش ارتباط سازنده و مؤثر رسانه‏ها با مجموعه‏ی‏ وزارت نفت بود.پس از پایان جلسه،خبر نگاران مهمانسرا را ترک کردند در حالی که به خود و یکدیگر می‏گفتند:خدا کند به وعده‏هایش عمل کند...

اکنون بیش از شش ماه از برگزاری آن جلسه می‏گذرد.

مدیر کل جدید روابط عمومی وزارت نفت در این مدت، جلساتی را با برخی از خبرنگاران با نمایندگان رسانه‏های گروهی‏ برگزار کرد تا از نزدیک با نقطه نظرها و تنگناهای ارتباطی‏ موجود در این بخش آشنا شود.حتی برخی از آنان را نیز به‏ خدمت گرفت تا شاید گروه‏های ارتباطی موجود را سریع تر از دست و پای سیستمی که نمی‏داند چرا همه‏ی خبرنگاران از آن‏ می‏نالند،باز کند.

امیدوار بودم مجموعه‏ی روابط عمومی این وزارتخانه با علم به جایگاه خود و اهمیتی که برای امر خطیر اطلاع‏رسانی‏ قائل است(با توجه به سخنان و وعده‏های مدیریت جدید روابط عمومی و تاکید وزیر بر تعامل مثبت صنعت نفت با رسانه‏ها در حکم وی)و نیز نیروی جوانی آقای قنواتی که‏ نویدبخش اندیشه‏های نو و همفکری بهتر با نیروهای جوان‏ رسانه‏ها را می‏داد،زنجیرهای کهنه و فرسوده کوته بینی و تنگ نظری در مجموعه‏های ارتباطی وزارت نفت را از هم‏ بگسلد و سلسله ارتباطهای مناسب،مناسب،منطقی و سازنده را با مجموعه‏ی مدیران این وزارتخانه پایه‏گذاری کند.

اما هیچ کس نمی‏داند ناگهان در وزارت نفت چه اتفاقی رخ‏ داد.همان تعداد محدود برنامه‏های خبری نیز رو به کاهش‏ گذاشت و به دنبال آن تعداد رسانه‏های دعوت شده در برنامه‏ها از انگشتان یک دست فراتر نرفت؛واحد مرکزی خبر و خبرگذاری‏ ایرنا(و در برخی موارد شبکه‏ی خبر و خبرگذاری ایسنا شاید هم شانا)تنها شاهدان برنامه‏های خبری بودند.شاید حقایقی‏ پشت پرده بود که مات از آن بی‏خبریم.

مراسم انعقاد قرار داد با وزیر نفت ونزوئلا،دیدار وزیر نفت‏ ایران با وزیر دوره‏ای اوپک(ادموند داکورو)،بازگشت وزیر نفت از اجلاس کاراکاس و بسیاری برنامه‏های دیگر که تنها نامی از آنها برده شد و حتی روابط عمومی وزارت نفت آنقدر به‏ خود زحمت نداد که خبر آن را برای رسانه‏ها ارسال کند،تنها نمونه‏هایی از این موارد است.

کم‏کم صدای اعتراض مجدد خبرنگاران و حتی برخی‏ شرکت‏های زیر مجموعه‏ی وزارت نفت از نحوه‏ی برخورد و عملکرد روابط عمومی این وزارتخانه بلند شد و حتی به گوش‏ مدیر کل روابط عمومی این وزارتخانه نیز رسید.اما پاسخ‏ها بسیار سطحی و مبهم بود:تشریفات اجازه‏ی حضور خبرنگاران‏ بیشتر را نمی‏دهد،وزیر مایل به اطلاع‏رسانی گسترده نیست، بر اساس اولویت بندی‏های خود،خبرنگاران را دعوت می‏کنیم، ما هم مشکلات خود را داریم و بهانه‏هایی از این دست که تنها باید بر زبان افرادی غیر از مدیر کل روابط عمومی وزارت‏ نفت جاری شود.

مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت: شما خود بهتر می‏دانید اولویت بندی رسانه‏ها برای شرکت‏ در برنامه‏های خبری بویژه برنامه‏هایی که از اهمیت خبری‏ بیشتری برخوردارند،معنایی جز گزینشی عمل کردن ندارد. بماند که مبنای انجام این کار خود جای تامل دارد.کافی است‏ به عملکرد مدیری که اکنون جای خود را به شما داده است، نگاه کنید.

یکی از مهم‏ترین ارکان تعامل مطبوعات با مجموعه‏ی‏ وزارت نفت،اطلاع‏رسانی دو طرفه است.انتظار خبرنگاران از شما این است همانطور که آنان با یک تلفن در هر ساعت از شبانه روز برای پوشش انواع برنامه‏های خبری حاضر می‏ شوند،در مواقعی که آنان نیز نیاز به اطلاعات و یا برخی‏ هماهنگی‏ها دارند،روزها منتظر نمانند.

یکی از مهم‏ترین مواردی که در تنها جلسه‏ی مشترک شما با خبرنگاران مطرح و خواسته شد،اعلام موضع رسمی وزارت‏ نفت در مواردی از قبیل اجلاس اوپک و نظایر آن بود. خوشحالیم که به این مهم،اهمیت دادید.

بر خلاف شعار تمرکززدایی،متاسفانه عملکرد شما تمرکزگرا بوده به گونه‏ای که روابط عمومی‏های مجموعه‏های مربوط برای هر اقدامی باید با شما هماهنگی کنند.این خود وقت‏ بسیار زیادی را بویژه زمانی که این هماهنگی برای انجام‏ مصاحبه باشد،تلف خواهد کرد.

به خاطر دارید قرار بود هر از چند گاهی،جلساتی با خبرنگاران‏ داشته باشید.الان اکنون بر هفت ماه از انتصاب شما می‏گذرد و تنها یک جلسه برگزار شده است.

فکر می‏کنم به خاطر مشغله زیادی که دارید یادتان رفته‏ باشد،قرار بود جلساتی نیز با مدیران و معاونان وزارتخانه‏ جهت اطلاع‏رسانی به صورت منظم برای خبرنگاران ترتیب‏ دهید.

حال خود بنشینید و عملکرد چند ماهه خود را با شعارهایی‏ که پیشتر دادید،ارزیابی و مقایسه کنید.خودتان بهتر می‏دانید دلایلی که بیان کردید،تنها بهانه‏ای برای فرار از مسئولیت‏ خطیر اطلاع‏رسانی است.شما نیز روزی مثل همه‏ی ما در عالم خبر و اطلاع‏رسانی بوده‏اید و از تمامی مشکلات و در عین حال انتظارات فعالان این بخش اطلاع دارید.با وجود همه‏ای این مسائل و اطلاع از آنها،مسئولیت روابط عمومی این‏ وزارتخانه خبر خیز را پذیرفتید و باید جوابگوی عملکرد خود باشید.

شما بهتر می‏دانید که یکی از محورهای مورد تاکید وزیر در هنگام اخذ رای اعتماد از مجلس نیز شفاف‏سازی و اطلاع‏ رسانی صریح و دقیق به مردم و دولت بود.با این تفاسیر،این‏ وظیفه‏ی شماست که حتی در صورت غفلت وزیر از این مهم، نه تنها به وظیفه‏ی شرعی،قانونی و ملی خود عمل کنید،بلکه‏ وزیر را نیز از این مهم آگاه کنید.

مدیر مسئول:اینجانب با شناختی که از قنواتی دارم و ذکاوت‏ و ظرفیت ارتباطی که از او می‏شناسم بروز چنین شکافی در ارتباطات رسانه‏ای را بعید می‏دانم و در تعجب هستم.جناب‏ قنواتی باید عنایت داشته باشند که ارتباط با رسانه‏های همگانی‏ یکی از وظایف اصلی روابط عمومی است که نقش بسیار مهمی‏ در موفقیت یا عدم موفقیت یک روابط عمومی دارد به طوری که‏ دکتر رضا امینی در کتاب معروف روابط عمومی خود، روابط عمومی را چیزی جز ارتباط رسانه‏ای نمی‏داند به طوری‏ که می‏گوید:

البته ما تعریف و نگاه دکتر امینی را مربوط به زمان خود می‏دانیم و در حال حاضر قائل به آن نیستیم،اما به اهمیت‏ ارتباط رسانه‏ای برای روابط عمومی تاکید داریم.انجمن روابط عمومی ایران،همان طور که در تبریک انتصاب اشاره کردیم‏ برای کمک به حرفه‏ای شدن و تخصصی عمل کردن اعلام‏ آمادگی می‏نماید و با تاکید بر ظرفیت‏های ارتباط و توان‏ تخصصی مدیریت جدید روابط عمومی نفت،امیدوار است هر چه سریع‏تر محدودیت‏ها را برطرف و موانع ارتباطی را شناسایی‏ و بردارد و شاهد کم شدن شکافهایی از این نوع باشیم.

گله‏هایی از این نوع توسط یک خبرگزاری مطرح و نیز اتفاقاتی از تنوع جلسه مشترک وزیر با خبرنگاران به مناسبت‏ روز خبرنگار و تکلیف به سانسور خبری برای یک روابط عمومی‏ با سابقه که پشتوانه اولین روابط عمومی کشور را در تاریخ روابط عمومی به خود دارد،پیام‏های خوبی ندارند-در انتظار پاسخ‏ تحول‏جو.