

افشای اطلاعات کارتهای بانکی

برداشت مدیریت ارتباطات در گفتگو با دکتر فریدون وردی نژاد :

سوء مدیریت ، موجب رجوع رسانه ها به منابع غیر موثق می شود

(ماجرای افشای رمزهای سه میلیون کارت بانکی)

فاطمه پورمعصوم

1391 بهار

Fatemeh_poormassum@yahoo.com

مقدمه

" هنر ارتباطات هنری است که ابزار کار هنرمند آن ، از قلم و رنگ و کاغذ و جوهر فراتر می رود، هنرمند ارتباطات ، نقشی اگر بر صفحه ای می گذارد پیامی است که بر صفحه حافظه آدمی و در نهایت ، حافظه تاریخ می گذارد. تاریخی که هرگز چیزی را از قلم نمی اندازد . " این سخنی از فریدون وردی نژاد ، رئیس طلایی ایرنا در سایت شخصی اش می باشد که درباره ارتباطات و اهمیت نقش آن نگاشته است . وردی نژاد که یکی از مدیران موفق رسانه ای و از اساتید بنام رشته مدیریت رسانه به شمار می آید در طول مدت تدریسش ، سه کتاب مرتبط با مدیریت و رسانه ها به نگارش درآورده است که " مدیریت بحران و رسانه ها " از جمله اولین کتاب هائی هست که به مباحث مدیریت بحران و رسانه ها پرداخته است ، از این روی بهانه ای دست داد تا با در دست داشتن ماجرای افشای رمزهای سه میلیون کارت بانکی به سراغ این استاد برویم و با ابزار مدیریت رسانه ، ابعاد رسانه ای و مدیریتی این پدیده را مورد موشکافی قرار دهیم.

مقدمه

" تعریف بحران و انواع آن " و در ادامه " فرآیندهای مدیریتی مرتبط با رسانه ها در عملیات اداره بحران " و " حضور رسانه ها در بحران " از جمله موضوعاتی هستند که دکتر فریدون وردی نژاد در کتاب " مدیریت بحران و رسانه ها " ی خویش به آن پرداخته است . چگونگی شکل گیری رفتار انسانها توجه به تعاملات محیطی با بررسی عوامل مؤثر در رفتار و تأثیر حضور رسانه ها و تغییرات رفتاری ، هستی شناسی و معرفت شناسی بحران و مدیریت بحران از پیش بینی تا عملیات اجرایی و ارزیابی و تعیین برنامه های جدید و همچنین ارتباطات بحران از سری مطالبی است که در این کتاب گنجانده شده است ، مبنای تأثیر و کارکردهای رسانه در جوامع با تکیه به انواع نظام رسانه ای ، نقش های رسانه ای ، رویکردهای رسانه ای و شیوه های حضور در عرصه های گوناگون به عنوان بستری برای شناخت تأثیر عملکرد رسانه در شرایط بحران را می توان از جمله مواردی دانست که دکتر وردی نژاد در طول سالیان کار و تلاشش در عرصه رسانه و به خصوص به عنوان مدیر طلایی ایرنا به اهمیت و دانش مطالعه آنها دست یافته است . از این روی بهانه ای دست داد تا با در دست داشتن ماجرای افشای رمزهای سه میلیون کارت بانکی به سراغ این استاد برویم و با ابزار مدیریت رسانه ، ابعاد رسانه ای و مدیریتی این پدیده را مورد موشکافی قرار دهیم.

ماجرای افشای اطلاعاتی سه میلیون کارت بانکی توسط یکی از مدیران میانی سابق یک شرکت پرداخت الکترونیک حادثه ای است که منجر شد تا به شما رجوع کنیم و ابعاد این موضوع را از دو منظر مدیریت بحران در سازمانها و نقش رسانه ها در مدیریت بحران مورد بررسی قرار دهیم.

در ابتدای گفتگو پرسش آغازین این است که بحران چیست ؟ و چه زمانی ، شرایط بحرانی در یک سازمان اعلام می شود؟

به طور کلی هر وقت یک مجموعه یا دستگاهی از حالت تعادل و طبیعی فاصله بگیرد دچار شرایط غیراستقرار و غیر ثابت شده است که این شرایط به شرایط تزلزل ، تنش ، فوق العاده تا شرایط بحرانی تقسیم بندی می شود و اگر این شرایط خروج از تعادل و استقرار ضعیف باشد سازمان دچار تزلزل شده است و اگر کمی قوی تر باشد شرایط تنش ایجاد می شود و اگر این شرایط خروج از تعادل ، قوی تر انجام بگیرد سازمان دچار شرایط فوق العاده و اگر از مسیر خودش خارج شده و اثر بخشی سازمان را دچار مشکل

کند وارد شرایط بحرانی شده است. به طور روشنتر، همه سازمانها دنبال مزیت رقابتی هستند و وقتی مزیت رقابتی پایدار سازمان ها دچار مشکل و اختلال می شود سازمان را از حالت تعادل خارج کرده و در نتیجه بهره وری سازمان را نیز دچار مشکل می کند. از سوی دیگر بهره وری متشکل از کارایی و اثر بخشی است، بنابراین اگر یک رخداد، کارایی یک سازمان را دچار مشکل کند سازمان دچار شرایط فوق العاده شده است و اگر اثربخشی را دچار اختلال کند شرایط بحرانی برای یک سازمان پیش می آید.

می شود بیشتر توضیح دهید؟

کارایی یعنی خوب، منظم و اقتصادی انجام دادن کارها و اثر بخشی یعنی حرکت در چارچوب اهداف. پس اگر رخدادی کارایی یک سازمان را دچار تزلزل کند به اندازه قدرت رخداد و ضربه آن به سازمان، شرایط فوق العاده ایجاد می شود و اگر ضربه یا رخدادی اثر بخشی یک سازمان را در بخش هدفش زیر سوال ببرد سازمان دچار بحران می شود، لذا بحران در اصل افراطی ترین شرایط خروج از تعادل برای یک سازمان هست. در شناخت نوع بحران نیز می توان بحرانها را به بحران های طبیعی و بحران مصنوعی یا دست ساز انسانها تقسیم کرد مانند سیل، زلزله و شرایط پیش بینی نشده و یا بحرانی که اخیرا برای وزارت نفت بوجود آمده که بر اثربخشی این سازمان تاثیر گذاشته است.

پس ماجرای افشای اطلاعات سه میلیون کارت بانکی موجب ایجاد شرایط بحرانی برای شرکت های پرداخت الکترونیک شده است؟ خیر، به نظر من هنوز هم شرایط بحرانی ایجاد نشده است.

به خاطر اینکه کارایی زیر سؤال رفته است؟

بله بیشتر شبیه یک تنش و شرایط ویژه و فوق العاده است، چرا که این رخداد مردم را به کارایی این شرکت ها و بانک مرکزی و سیستم بانکی کشور مورد تردید قرار داد، نه اینکه کل سیستم را از رده خارج کند، پس نمی شود این شرایط را بحرانی تلقی کرد و در حد یک تنش می شود نامید و در نهایت توصیف شرایط امروز می توان گفت که شرایط فوق العاده ایجاد شده است. دلیل این هم این است که چون سیستم ها شفاف عمل نکردند رسانه ها و افکار عمومی با دنیایی از ابهام و نا روشنی مواجه شدند و عدم اطلاع رسانی به جای شفافیت موضوع، شایعه سازی را ترویج داد و باعث شد تا شرایط از کنترل خارج شود.

بنابراین این مسائل موجب شد تا کمی شرایط پیچیده تر شده و در جامعه تشویش و نگرانی ایجاد شود؟

بدلیل اینکه سازمان مربوطه به موقع و بهنگام عمل نکرد و اطلاعات لازم به موقع و با شفافیت اعلام نشد در نتیجه افکار عمومی در ابهام و سؤال قرار گرفتند و چون سیستم بهنگام عمل نکرد، موجب شد تا شایعات، رسانه ها را به سمت اظهار نظرهای غیر کارشناسی سوق دهند.

شما در کتاب مدیریت بحران اشاره داشتید که سازمانها در ایران برای مدیریت بحران سعی در پنهان کاری از رسانه ها هستند، آیا در این مورد هم، چنین اتفاقی افتاده است؟

می دانید که بخشی از مدیریت بحران، اطلاع رسانی، شفافیت و پاسخگویی به اذهان عمومی هست، بخشی از مدیریت بحران اطلاع افکار عمومی است و متأسفانه سازمانها به جای انجام دادن این کارها، سعی می کنند رسانه ها را نادیده گرفته و ماجرا را جمع کنند در مقابل این مسئله هم، رسانه ها احساس می کنند دارند حذف می شوند، کنار گذاشته می شوند و از مدار خارج می شوند خودشان به شکل های گوناگون کسب خبر می کنند و در این جاست که شایعات و اخبار بی اتکا و از منبع های غیر روشن تهیه شده و می رود تا شرایط تنش را توسعه داده و شرایط ویژه و فوق العاده را ایجاد کنند. بنابراین تا زمانی که مدیریت مشترک رسانه ای و ارتباطی شکل نگیرد موجب می شود رسانه ها به جای ابزار مدیریت بحران خود منجر به بحران زایی شوند.

در این میان نقش روابط عمومی ها چه بوده است؟ آیا روابط عمومی ها می توانستند با تغذیه اطلاعاتی مانع این تشویش شوند؟

مشکل از روابط عمومی ها نیست، بلکه مشکل سوء مدیریت در مدیریت کلان سازمانهاست چون مدیران دستگاه ها و مدیران عالی جایگاه روابط عمومی ها را نمی دانند و روابط عمومی ها را به عنوان یک عنصر تبلیغاتی، پوستری، برگزاری سمینارها و تبلیغ مدیریت می دانند بنابراین به جای اطلاع رسانی به سمت تبلیغات و پروپاگاندا حرکت می کنند و این در اصل استفاده ابزاری از آنهاست، اما زمانی که مدیران عالی یک سازمان، روابط عمومی ها را چشم نظارتی مردم بر سازمان تلقی کند آنگاه آن روابط عمومی قادر است تا در تعامل با رسانه ها باشد و مطرح کننده فعالیت ها و اقدامات دستگاه باشد پس مشکل روابط عمومی ها نبودن

تعریف و مشخص نبودن جایگاه آنها در سازمانهاست و این در شرایطی است که در سازمانهای ما، هیچ تعریفی برای پیوست اطلاعاتی وجود ندارد و روابط عمومی ها آخرین حلقه ای هستند که از رخداد باخبر می شوند در نهایت می توان گفت که اگر به گلی که با نور خورشید شکوفا می شود تابشی نباشد این گل بسته خواهد شد.

پس در چنین شرایطی روابط عمومی ها می توانند بهتر از این عمل کنند؟

بله، چون روابط عمومی ها فرستنده نیستند و فقط کانال انتقال اطلاعات هستند و به عنوان یک مجرا و مسیر قابل تعریف هستند و تا زمانی که مدیریت کلان سازمان اعتقادی به اطلاع رسانی نداشته باشد روابط عمومی ها نخواهند توانست مسیر قابل اتکایی میان مردم و دستگاه باشند بنابراین به جای مورد شماتت قرار دادن روابط عمومی ها باید مدیریت دستگاه ها را مورد توجه قرار داد و مدیران عالی را روشن ساخت که روابط عمومی ها در اصل کانال و مجرای ارتباطی شما با مشتریان و مردم می باشد پس تا زمانی که روابط عمومی ها مورد اعتماد نباشد و منبع قابل اتکایی به شمار نیایند و سازمانها آنها را جدی نگیرند، رسانه ها هم آنها را جدی نخواهند گرفت و در چنین شرایطی است که روابط عمومی ها تبدیل به یک مرکز توجیه کننده اشتباهات دستگاه ها خواهند بود.

در مورد نوع اطلاعاتی که باید به رسانه ها داد چه نظرانی دارید؟ آیا پردازش غیر تخصصی رسانه ها منجر به فوق العاده شدن این وضعیت نشد؟

اساسا ارائه اطلاعات دارای دو جنبه است، یکی جنبه محتوایی و دیگری جنبه نگارشی است که هر دو جنبه به محتوا، بسته بندی و آرایه اطلاعات می پردازند، مشکلی که ما داریم عدم پرداخت درست هر دو جنبه هست و آنچه که شرایط تنش را در این رخداد فوق العاده کرد و موجب نگرانی مردم شد این موارد است:

اول اینکه، وقتی یک شخص از مدیران به افشای اطلاعات پرداخت قضاوت هایی در مورد این شخص تبلور یافت که باید در این شرایط، قضاوت بر عهده مراجع قضائی قرار می گرفت، پس در نتیجه عملکرد بانک مرکزی در این مرحله درست نبوده است.

مورد دوم، نیازی نبود تا اطلاعات تخصصی به مردم داده شود بلکه باید اطلاعات کلی را بصورت شفاف منتقل می کردند و در قالب اینکه شخصی، سیستم را دچار اختلال کرده و مشکلات امنیتی برای این سیستم ایجاد کرده است بیان می شد و در نهایت با ارائه راه کارهایی از سوی بانک مرکزی از مردم خواسته می شد که مثلا مشتریان این کارها و اقدامات امنیتی را انجام دهند. چون مردم با کنترل حساب ها و مسدود شدن حسابها به راحتی می توانستند پی به ماجرا ببرند، پس مورد دوم عدم اعتماد به مردم هست.

یعنی انکار مشکل؟

بله، همان کاری که بانک مرکزی کرد و چنان رفتار کرد که اتفاقی نیفتاده، " همه چیز خوبه"، " مردم فقط لطف کنید، مرحمت کنید، اگر وقت کردید رمز حساب هاتون رو تغییر بدهید." این کار اشتباهی است که بانک مرکزی انجام داد، واقعیت امر این است که زحمات زیادی برای اعتماد مردم به بانک و گشایش حساب های دیجیتال کشیده شده است چرا که مردم ما، مردم فیزیکی هستند و همیشه باید پول نقد در دستشان باشد.

درست می فرمایید چرا که حتی کارت های بانکی ما نقدی هستند و حتی اعتباری هم نیستند.

بله، درست است با این شرایط باید بانک مرکزی شفاف تر عمل می کرد، مشکل سوم هم در نگارش ظاهری و انشائی اطلاعات ارائه شده است که شامل تنظیم اطلاعات می شود، علت آن هم، عدم توجیه درست رسانه ها بود چرا که دسترسی به اطلاعات نداشتند و همین مسئله ممکن بود شرایط فوق العاده را به شرایط بحرانی تبدیل کند.

به نظر شما ماجرای افشای این اطلاعات از چه جنسی بود؟

این موضوع اجتماعی بود یعنی اثرات اجتماعی آن زیادتر از اثرات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بود و باعث شد تا تنش اجتماعی محدود میان مردم ایجاد شود.

به نظر شما کدام رسانه ها می بایست به این رخداد بیشتر توجه می کردند؟

همه رسانه ها می توانند به دنبال کسب خیر باشند، زمانی که اطلاعات صریحی اعلام نمی شود مثل یک مسابقه همه رسانه ها سعی می کنند تا از هم پیشی بگیرند و از دیگران عقب نباشند، بنابراین اگر اطلاع رسانی درستی انجام بگیرد و مدیران عالی سازمانها این کار را انجام دهند می شود در این شرایط رسانه های تخصصی به موضوع پردازند چرا که رسانه ها می خواهند در زمینه تخصصی خودشان موفق باشند و کنار گذاشته نشوند. در یک جمله می توان گفت که مشکل از نوع نگاه حکمرانی بر رسانه هست، مشکل از نوع ارتباط میان حکمرانی کننده ها و حکمرانی شوندهگان دستگاه ها و سازمانهاست.

یک سوال ؛ اگر شرایط حکمرانی خوب بر دستگاه ها و اعمال شفافیت حاکم شود در آن شرایط نوع پردازش رسانه ها به رخدادهای چگونه خواهد بود؟

در آن شرایط دیگر رسانه ها به سمت چارچوب های تخصصی خودشان حرکت می کنند و به این صورت مسابقه افشاگری در جامعه شکل نمی گیرد ، افشاگری با اغواگری و بزرگ نمایی هم همراه هست بنابراین اگر همه چیز جای درست خود باشد همچنین حالتی هم پیش نمی آید . متأسفانه کمبود اطلاعات ، نبود اطلاع رسانی مناسب و رعایت نکردن اخلاق سیاسی از مسائل پیش روی رسانه های ماست دخالت دادن بازی های سیاسی ، منافع حزبی و اقتصادی در انعکاس رخدادهای باعث شده است تا کارکرد اصلی رسانه ها یعنی اطلاع رسانی به مردم به صورت درستی انجام نگیرد.

کارکرد اصلی رسانه ها در وقوع چنین رخدادهایی چیست؟

اطلاع رسانی ، نفوذ به لایه های دوم و سوم موضوع و شکافتن موضوع برای مخاطبان و کمک به مدیران برای گذر از بحران می باشد البته این در شرایطی خواهد بود که رسانه ها این نقش را برای خود احساس کنند و در برابر بحران احساس مسئولیت پذیری کنند و زمانی این مهم اتفاق می افتد که رسانه ها مورد اعتماد قرار بگیرند و رجوع به آنها بخشی از مدیریت شرایط فوق العاده و بحرانی به شمار آید.

آیا دلیلش این هم می تواند باشد که رسانه ها هم نقش خودشان را باور ندارند؟

البته این ناشی از چند مسئله است ، یک : نبودن نظام نامه رسانه ای در کشور ، که منجر شده است تا مرزها و حدود و ثغور رسانه ها مشخص نباشد ، دلیل دوم این است که بخشی از رسانه های ما کارکرد رسانه ای ندارند بلکه کارکرد حزبی دارند که ممکن است خاستگاه سیاسی ، اقتصادی و باندی داشته باشد. دلیل سوم به نبود باور درست در مورد نقش رسانه هاست ، باوری که رسانه ها را مزاحم تلقی می کند و اغتشاش گر نامیده می شوند ، در این شرایط است که کارکرد و نقش اصلی رسانه ها اعمال نخواهد شد.

یک پرسش مدیریتی دیگر ، آیا افشای این اطلاعات از سوی یک مدیر سابق شرکت پرداخت الکترونیک می تواند به علت ضعف مدیریت منابع انسانی باشد؟

به صورت کلی در مدیریت کلان کشور ، مسئله برنامه ریزی استراتژیک انسانی دچار مشکل اساسی هستیم ، بدین معنا که دستگاه ها و مدیران دستگاه ها نیروی انسانی را هزینه تلقی می کنند ، لذا در این شرایط نیروی انسانی احساس می کند از مدار امنیت کاری و رشد خارج می شود . اگر به نیروی انسانی ارج گذارده شود و این تفکر همگانی شود که نیروی انسانی هم بیت المال به شمار می آید و به جای اینکه داشته های یک مجموعه را میز و صندلی و.. به شمار آوریم به نیروی انسانی ارج دهیم ، چنین شرایطی پیش نمی آید و یا دست کم استثناء خواهد بود.

آیا این مسئله ریشه در فرهنگ ما ایرانی ها هم دارد؟

بله ، مردم ایران اهل عینیت و دریافت هستند و باید ماهیت یک چیز را لمس کنند

البته من تنها مشکل را مشکل منابع انسانی نمی دانم، بلکه مشکل این شرکت هم می دانم چرا که بر اساس مطالب گفته شده ، چندبار از شرکت خواسته شده تا سیستم ایمنی خود را قوی تر کند و شرکت به خاطر هزینه بر بودن این مسئله ، خودداری کرده است .

در علم مدیریت به این عملی که یکی از مدیران اسبق این شرکت انجام داد چه عنوانی اطلاق می شود

" بازی های سیاسی و روانی " ، یعنی اعضا با انجام چنین رفتارهایی سعی در مهم جلوه کردن خویش دارند و سعی می کنند به شرکت و سازمان خود ثابت کنند که برای خودشان کسی هستند.

در سؤال آخر ، می خواستم درباره عملکرد بعضی از رسانه های خارجی در انجام مصاحبه با شخص افشا کننده اطلاعات کارت های بانکی داشته باشم ، آیا عملکرد این رسانه ها از جهت علم مدیریت رسانه ، عملی درست به شمار می آید یا نه؟

از لحاظ مدیریت رسانه تاکید می کنم، چون یک اتفاق نادری بوده است به جهت حرفه ای، پرداختن به مسئله کار درستی بوده است. ولی از لحاظ وابستگی این رسانه ها به دولتهایی که حمایتشان می کنند ، مطمئناً مقاصد و نیاتی هم می تواند در پشت این مسائل نهفته باشد.

