

به نام خدا

" سیر تحول و ورود فناوری به خبرگزاری جمهوری اسلامی "

دکتر فریدون وردی نژاد
عضو هیات علمی دانشگاه تهران
و
مدیرعامل اسبق خبرگزاری جمهوری اسلامی

آنچه که درباره آن سخن میگویم، مربوط به اوایل دهه ۷۰ در خبرگزاری جمهوری اسلامی (IRNA) است. موضوع از این قرار است که هنگامی که به عنوان مدیرعامل وارد ایرنا شدم، بررسی کردم که شرایط چگونه است؟ نخستین چیزی که به آن رسیدم این بود که ایرنا نسبت به رقبای خارجی خود از امکانات نرم افزاری و سخت افزاری ضعیف تری برخوردار است. براین اساس بایاری یک تیم ماهر، رقبا را به سه دسته تقسیم کردیم:

- ۱- رقبای منطقه ای که در آن زمان، شامل خبرگزاری غیرمتعهدها (NANAP) و خبرگزاری آسیا و اقیانوسیه (OANA) و خبرگزاری های کشورهای همسایه که هند، پاکستان، ترکیه و برخی از کشورهای عربی جزء آنها بودند .
- ۲- بنگاه هایی که کمی از دسته اول قویتر بودند، تطبیق ایتارتاس روسیه و برخی از خبرگزاری های درجه ۲ اروپایی مانند آنسا ایتالیا و همچنین کیودو ژاپن .
- ۳- خبرگزاری های پیشرفته و تاثیرگذار بین المللی، مانند رویتر، آسوشیتدپرس و فرانس پرس .

تیم پژوهشی با بررسی دقیق به این نتیجه رسید که بهتر است ایرنا را با خبرگزاری های منطقه ای و همسایه مقایسه نکنیم، بلکه مناسب است ما خودمان را از لحاظ نیروی انسانی و آموزش کادر در سطح خبرگزاری های رده دوم جهان قرار دهیم و از نظر تکنولوژی خبرگزاری را همپای خبرگزاری های رده اول جهان قرار بدهیم. به این معنا که نرم افزار و سخت افزارمان را آنقدر پیگیری کنیم که وضعیت سخت افزاری ما به تجهیزات مدرن روز جهان، یعنی خبرگزاری های پیشرفته تبدیل شود، همچنین ساختارمان مانند آنها شود. یعنی ساختاری بسیار منعطف و از نظر آموزش و نیروی انسانی و تامین کادر، رقبای خود را خبرگزاری های رده دوم ببینیم به این علت

که احساس کردیم، اگر از نظر نیروی انسانی خود را در سطح خبرگزاری های پیشرفته ببینیم، قادر به تامین و پرداخت به آنها نخواهیم بود.

بر همین اساس، اینجانب بررسی کردم که در وهله اول ما باید درآمد را شویم که بخشی از هزینه هایمان را بتوانیم از محل درآمدهایمان تامین کنیم، درثانی، باید خروجی های خبرگزاری را متنوع کنیم تا از حالت يك تلکس معمولی خارج شود، و سوم اینکه، بکوشیم تا براساس نیاز مشتریان، خبر و اطلاعات تولید کنیم.

قدم بعدی، مطالعه وضع موجود و ترسیم وضع مطلوب و تعیین ضرورت های دوران گذار بود که مشخص کنیم نیازمندی های دوره گذار چیست؟ درخصوص دوره گذار، متوجه شدیم که در این دوران ما باید به سه زمینه بپردازیم:

۱- مسایل نرم افزاری و نیروی انسانی، که در اینجا به این جمع بندی رسیدیم که دانشگاه های ما و مراکز آموزشی و آکادمیکی که داریم، تامین کننده نیازهای کاربردی خبرگزاری و جامعه مطبوعاتی نیست و دانشجویانی که از این مراکز فارغ التحصیل می شوند، در اصل مهندسان آچار به دست عرصه خبر نیستند. بنابر این به این تصور رسیدیم که يك مرکز آموزشی کاربردی ایجاد کنیم تا متناسب با نیازهای آن زمان خبرگزاری باشد. چنین بود که برای رفع مشکل تامین نیروی انسانی، ایده تاسیس دانشکده خبر شکل گرفت و به این نتیجه رسیدیم که نیروهایی را تربیت کنیم که فارغ التحصیلان این دانشکده به گونه ای باشند که هم مسلط بر تئوری ها و هم از نظر عملیاتی، قادر به انجام کارهای خبری باشند و وقتی از دانشکده بیرون می آیند، دیگر نیازی به این نباشد که به صورت استاد - شاگردی کار یاد بگیرند. بر این اساس برای نیروی انسانی مورد نیاز تعیین تکلیف کردیم تا وقتی خبرنگاری در رشته اقتصادی فارغ التحصیل می شود، هم اقتصاد خرد و کلان و هم مسایل مالی و پولی و دیگر مسایل روز اقتصادی را بلد باشد و هم دروس خبری را خوانده با کار خبر آشنا باشد.

۲- امور سخت افزاری و تکنولوژیک، در مسایل سخت افزاری و فناوری، به این نتیجه رسیدیم که ما علاوه بر مشکل ارتباطات که در گردش اطلاعات و آموزش نیروی انسانی داشتیم، در مسایل تشکیلاتی هم، مشکل ساختاری داریم و ساختار ما دولتی، بلند و متمرکز است و تصمیمات در آن بد می چرخد و با کار خبر هماهنگی ندارد و بسیار اداری است. علاوه بر اینها ساختار سنتی موجود از تجهیزات و امکانات روز هم خوب استفاده

نمی‌کند و همین عدم استفاده از تجهیزات روز، موجب می‌شود تصمیمات در خبرگزاری خیلی طولانی شود و از نظر خبری نسبت به رقبا عقب باشد.

۳- شعار حرکتی، شعاری که در این دوره طراحی شد و مبنای حرکت معرفتی جدید قرار گرفت، شعار "سرعت، صحت و دقت" بود. به این معنا که خبر باید سریع تهیه شود، دقیق باشد و از صدق خبری و صحت منبع برخوردار باشد و صحیح هم باشد، یعنی هر سه مورد را توأمان داشته باشد.

در آن زمان، خبرگزاری ایرنا رقیب هم نداشت، بنابر این به نتیجه رسیدیم که یک سری رقیب هم در داخل برای خبرگزاری ایجاد کنیم که ایده خبرگزاری‌های بخش خصوصی را مطرح کردیم که در آن زمان بازتاب‌های سختی داشت، یک عده‌ای مخالفت می‌کردند، اما به حمداله ایده دنبال شد و امروز بیش از ۱۰ خبرگزاری بخش خصوصی در کنار خبرگزاری ایرنا وجود دارد و من اینها را جزو کارهای اساسی در کار خبر می‌دانم.

درباره بهره‌گیری از تجهیزات و تکنولوژی، در آن زمان یک تیم تخصصی را مأمور کردیم تا وضعیت خبرگزاری را بررسی کند. دیدیم که ارتباطات خبرگزاری به طور عمده بر اساس تلکس‌های ام ۱۰۰ و ام ۱۰۰۰ است. یعنی خبری را که در ساعت ۱۰ روی خط ارسال می‌کردیم، ممکن بود در شرایطی پس از عبور از دالان ترافیک، در ساعت ۱۵ در روی خط بنشیند. علاوه بر این، ایرنا دارای یک اتاق ارتباطات (تلکس لاتین) بود که در آن زمان خبرها پس از ارسال به این اتاق، باید به صورت فارسی تبدیل می‌شد که این کار مستلزم صرف زمانی طولانی بود. در آن زمان مرحوم مهندس اسکندری معاون فنی وقت سازمان، مرکزی برای خبرگزاری درست کرده بود که پایه‌های رایانه‌ای شخصی روی سایت خبرگزاری و کامپیوتر مرکزی بود که کار با آن بسیار سخت بود.

بنابراین، به این نتیجه رسیدیم که اولین قدم در بخش فنی خبرگزاری و آوردن تکنولوژی روز در خبرگزاری این است که ما در کنار مأموریت خبری، دو مأموریت دیگر را برای ایرنا تعریف کنیم. یکی مأموریت بازاریابی خبری بود که در اصل بازرگانی خبر هم مأموریت خبرگزاری باشد و این به معنای آن بود که بخش اداری و اجرایی خبرگزاری هم از حالت "پشتیبانی" به "صف" تبدیل شود.

در حقیقت در آن برهه معاونت خبر، "صف" بود و مأموریت اجرا می‌کرد، اداری و فنی هم پشتیبانی بودند، لذا تصمیم گرفتیم اینها را هم به "صف" تبدیل کنیم. بنابر این در قسمت بازرگانی،

بخش اجرایی و بازاریابی را فعال کردیم که آنها هم مأموریت حرفه‌ای داشته باشند و به بخش فنی نیز برای اینکه فناوری اطلاعات و خبر را به مأموریت تبدیل کند، گفتیم که باید بخش خصوصی را وارد این کار کند.

در این مسیر، مطالعاتی را از جاهای مختلفی که وضع فنی آنها خوب بود، انجام دادیم. یکی از جاهایی که در این زمینه حرفه‌ای شناخته شد، جهاد دانشگاهی بود. لذا با آنها قرارداد مطالعه میدانی منعقد کردیم و بخش فنی خبرگزاری و نوآوری فنی خبرگزاری و وارد کردن تکنولوژی و نرم افزارهای گردش خبر، نرم افزارهای حرفه‌ای و ارتباطات و زیرساخت‌های خبری را قرار شد در یک دوره شش ماهه مطالعه کنند و در یک دوره دو تا سه ساله تمام اینها نوآوری شوند. در مورد مشکل بودجه هم باید بخشی از آن را قرض می‌کردیم، یک بخشی هم از سوی دولت و بخشی نیز از راه تقویت کردن بخش بازرگانی باید فراهم میشد که این کار هم توانمند انجام گرفت و قدم‌های اولیه برداشته شد.

جالب آن است که ما در فاز اول مجبور شدیم روی "داس" کار کنیم و بعداً به سمت "ویندوز" رفتیم و در بحث گردش خبر از حالت اطلاع‌رسانی در دفاتر داخل و خارج از تلکس بیرون بیاوریم و به سمت کامپیوتر برویم و از نرم افزارهای آن استفاده کنیم که این امر باعث تحول بزرگ و همه‌جانبه در ایرنا شد.

در اینجا ما با مشکلاتی برخورد کردیم، یکی از مشکلات ما، کانال‌های ارتباطی بود که مخابرات قادر به ارائه این سرویس به ما نبود و محدودیت کانال‌های ارتباطی داشت و دوم هم مسئله نیروها بود که با کامپیوتر آشنایی نداشتند و نمی‌توانستند با کامپیوتر آشتی کنند و در برابر آن مقاومت می‌کردند. در این زمینه از رده‌های سردبیران به بالا خواستیم، از ساعت شش تا هشت صبح به ایرنا بیایند و آموزش ببینند. هرچند این کار از روی اجبار انجام شد، اما چاره‌ای هم جز این نداشتیم. بعد از آموزش نیروها، کامپیوترهای نسل جدید را آرام آرام وارد کار کردیم و بعد از گذشت حدود شش ماه که قبل از آن هیچکس حاضر نبود با کامپیوتر کار کند، بر سر داشتن کامپیوترهای بهتر بین نیروها بحث و رقابت وجود داشت. حتی شبکه حضور و غیاب را در ایرنا برای مدیران جمع کردیم و آنها را از طریق شبکه رایانه‌ای مدیریت می‌کردیم و سیستم را به سمت مجازی شدن پیش بردیم.

هدفی را که برای این کار پیش بینی کرده بودیم به طور کامل محقق شد و به جای شش ماه ، مطالعات ما در مدت چهار ماه انجام شد و به سرعت از برنامه جلو افتادیم. یعنی یک سال بعد از مسوولیت اینجانب در خبرگزاری ، دقیقاً وارد اجرائیات فنی شدیم و من تمام توانم را روی این موضوع گذاشته بودم، این مسئله یعنی؛

(۱) روزآمد کردن تکنولوژی،

(۲) آموزش نیروها،

(۳) اصلاح ساختاری و تشکیلاتی،

تمام وقت و توان مدیریتی مرا به خود اختصاص داد و کارهای جاری را به دیگر نیروها سپردم و به سرعت توزیع اختیارات کردم و خودم فقط نظارت می کردم. معاونت ها، مدیران و سردبیران را شخصیت دادم، یعنی گفتم که اینها هویت دارند، خودشان تصمیم گیری کنند. نتیجه این کار این شد بعد از حدود دو سال که من در ایرنا بودم ، توانستیم اصلاح ساختار تشکیلاتی را هم داشته باشیم. یعنی اولاً پست ها را با سازمان برنامه و بودجه آن زمان ، هماهنگ کنیم و پست های پشتیبانی و خدماتی را به پست های ماموریتی و فنی تبدیل کنیم و سطح معاونت فنی را ارتقاء دهیم و وارد شوراها و تصمیم گیری های سازمان کنیم.

در کنار این مسئله، ساختار خبرگزاری را از ساختار بلند و بوروکراتیک به ساختار تخت و توزیع اختیارات تبدیل کردیم. ورود تکنولوژی روز و آوردن سیستم های نرم افزاری و کامپیوتری و مدرن سازی به ما کمک کرد که مناطق خبری را در داخل و خارج کشور شکل دهیم. مناطق خبری را من با این شعار راه انداختم که ۹ ایرنا به جای یک ایرنا، یعنی پنج منطقه خبری در داخل و چند منطقه خبری در خارج کشور را درست کردیم و گفتیم هر کدام از اینها یک خبرگزاری کوچکتر هستند و همه آنها اختیارات مدیرعامل را دارند.

این کار را با این هدف انجام دادیم که ۹ ایرنا به جای یک ایرنا داشته باشیم و ضمناً آفتاب در دفاتر ایرنا در سراسر جهان غروب نکند. این شعار ما بود، یعنی اینکه وقتی مثلاً تهران شب بود و همه خواب بودند، جای دیگر روز بود و رده های فعال خبرها را می فرستادند به دفتری که روز بود و فعال بود و به همین ترتیب ایرنا همیشه فعالیت خبری داشت. به عبارت دیگر، اگر امکانات و تجهیزات ما روزآمد نبود، قادر نبودیم این کار را انجام دهیم ، چیزی که اجازه می داد این کارها را انجام دهیم ، امکانات تکنولوژیک و فناوری نوین اطلاعات و شبکه مجازی گردش خبر بود.

م در همان شرایطی که با مسئله محدودیت امکانات مخابراتی وزیر بسترهای ارتباطی مواجه بودیم، با يك موضوع دیگر هم درگیر بودیم و آن، نوسازی و خودکفا کردن مخابرات در دوره سازندگی کشور بود. آنها دنبال این بودند که برای ارائه خدمات به هر سازمانی، از آنها پول کافی بگیرند و یکی از این دستگاه ها، خبرگزاری بود و ما با یکدیگر مواجه شدیم و کار به هیأت دولت کشید، در نهایت قرار بر این شد، مخابرات با تسهیلات، امکاناتی را در اختیار ما قرار دهد. مثلاً برای ارائه سرویس فاکس گفته بودند، اولاً دستگاه فاکس در محلی قابل مشاهده نصب شود و ثانیاً خود دستگاه فاکس را هم از ما (مخابرات) بخرید و هر ماهه آبونمانی هم به ما بدهید. یعنی يك کار انحصاری کرده بودند، فاکس که در همه دنیا يك دستگاه عادی و معمولی بود. پس ما دستگاه فاکس را از خارج وارد کردیم و خودمان آن را راه اندازی کردیم. همچنین بر روی انتقال خبر به وسیله ماهواره فعالیت کردیم و وقتی دیدیم مخابرات به ما فشار می آورد، خودمان يك شبکه وي ست (VSAT) ماهواره ای مشابه همانی که مخابرات وارد کرده بود، وارد کردیم و کار با مخابرات به تنگنا کشید و در نهایت ما در این میدان پیروز شدیم و بعد از ما ادارات دیگری هم اقدام کردند. به هر ترتیب همه دفاتر خبرگزاری را از طریق "وي ست ها" به شبکه ماهواره ای مجهز کردیم که با هم ارتباط داشته باشند. همچنین تلفن ماهواره ای اینمارست قابل حمل و کیفی وارد کردیم و توانستیم سلسله شبکه های سرپا و موبایل برای خبرگزاری ایجاد کنیم. مثلاً در بحران ها، زلزله ها و شرایط غیرمترقبه طبیعی، يك ماشین پاترول یا لندکروز خبرگزاری در محل بحران مستقر می شد که در آن خودرو، سیستم ماهواره ای، اینتل ست، اینمارست، فاکس، بی سیم و ... داشت که قادر بود اخبار را بدون هیچ مشکلی ارسال کند که در چند مورد از آن استفاده کردیم.

در همین فاصله دفتر لندن را به مرکز ارتباطات رایانه ای، رسانه ای و تکنولوژیک در جهان تبدیل کردیم و مرتباً امکانات جدید ارتباطی جهان را از طریق دفتر لندن وارد خبرگزاری می کردیم. سپس يك خط ارتباطی بین لندن – تهران برقرار کردیم که در آن موقع این خط ارتباطی محدود بود و ما آرام آرام به این موضوع دست یافتیم که در جهان پدیده ای به نام اینترنت آمده است. اینترنت تازه مطرح شده بود و کم کم داشت عمومی می شد.

ما يك خط اینترنت از لندن گرفتیم و انداختیم بر روی کانالی که به تهران می آمد و عملاً بخش فنی خبرگزاری در تهران هم صاحب اینترنت شد.

از این خط ارتباطی که ما بین لندن – تهران داشتیم، سه استفاده کردیم:

۱) اینترنت را راه اندازی و این خط ارتباطی را برقرار کردیم.

(۲) خط دریافت و ارسال خبر را داشتیم.

(۳) شبکه تلفنی تهران لندن را به هم وصل کردیم به این معنا که يك تلفن در خبرگزاری داشتیم که سه شماره ای بود، وقتی این تلفن را برمی داشتیم و سه شماره می گرفتیم، دفتر لندن جواب می داد، ضمن اینکه می توانستیم از این طریق با خطوط داخلی شهر لندن هم صحبت کنیم و برعکس آنها هم بتوانند از لندن با ما در ارتباط باشند که بعدها که من سفیر در پکن شدم این سیستم را در آنجا هم انجام دادم و خانواده ها از این سیستم ارزان شهری بهره مند شدند.

این تحول تکنولوژیک که در خبرگزاری ایجاد شد، توانستیم بعدها دفتر مالزی را به عنوان دفتر پشتیبانی فنی قرار دهیم. بتدریج به صورت گردشی تعدادی از نیروهای خبرگزاری را به این دو دفتر (لندن و مالزی) اعزام کردیم تا با مسایل روز آشنا شوند و تجارب خود را به داخل کشور منتقل کنند.

بعدها بانک اطلاعات متمرکز برای خبرگزاری ایجاد کردیم و خبرگزاری را بر روی اینترنت منتقل کردیم. نخستین جایی که در کشور اینترنت را وارد کرد، خبرگزاری ایرنا بود و بقیه را با اینترنت آشنا کرد، نخستین جایی که ارتباطات را از طریق اینترنت برقرار کرد، خبرگزاری بود و بعدها در سایر دستگاه ها بتدریج عمومی تر و مردمی تر شد. همچنین در این چارچوب، بانک عکس دیجیتال را در خبرگزاری ایجاد کردیم و توانستیم در آن مقطع این کار را انجام دهیم، ارتباط ماهواره ای بین دفاتر را در رفت و برگشت برقرار کردیم، حتی دفاتر خبرگزاری در آن موقع می توانستند پخش خبر هم داشته باشند، به عبارتی می توانستند رادیوهای محلی داشته باشند، حتی ایرنای صوتی - تصویری را در اینترنت راه اندازی کردیم و یکی از خدمات خوبی که در آن سالها راه اندازی کردیم و بسیار بسیار برای ایرانیان مقیم خارج قابل استفاده بود، علاوه بر اینکه می توانستند از طریق اینترنت به اخبار خبرگزاری دسترسی داشته باشند، رادیو تلویزیون را هم بر روی سایت خبرگزاری ایرنا منتقل کردیم (در آن زمان هنوز رادیو تلویزیون بر روی اینترنت قرار نداشت). ما در ایرنا به صورت آنلاین و زنده، شبکه های تلویزیون را بر روی اینترنت

منتقل کردیم و مردم می توانستند در هر نقطه از دنیا تلویزیون ایران را مشاهده کنند. علاوه بر این برای مناسبت های مختلف ملی و روزهای خاص مانند ایام نوروز، برنامه های ویژه برای خارج کشور بر روی اینترنت تعریف کردیم و اینترنت را به محلی برای آشتی مردمان دو سوی آنها قرار دادیم. به طور مثال، برای هموطنان امکانات ایمیل تبریک عید گذاشته بودیم، یعنی می توانستند به روی سایت بروند و عکس و هر چیز دیگری را برای هموطنان خود در داخل کشور ارسال کنند و

همچنین متقابلاً در داخل نیز هر کدام از ایرانیان که پیامی برای هموطنان خود در خارج داشتند، از این طریق اقدام می کردند و مابا پست به کسانی که همکان تماس اینترنتی نداشتند می رساندیم و روحیه زیبایی در ایام خاص برای ایرانیان ایجاد شده بود.

به طور خلاصه ، ما توانستیم با وارد کردن بخش خصوصی ، همگانی کردن آموزش در درون خبرگزاری ، راه اندازی نهضت تکنولوژیک و علمی و آکادمیکی کردن مسایل فنی و همچنین تعریف مأموریت های جدید برای خبرگزاری، یعنی مأموریت فنی و مأموریت فروش و بازرگانی خبر، برای بخش اجرایی ، قائل شدیم معاونت ها را با هم هماهنگ کنیم و یک رقابت را در درون خبرگزاری ایجاد کنیم که همه برای پیشرفت و استفاده از تکنولوژی روز با یکدیگر مسابقه داشتند. در آن دوران تعریفی که من از نظر مدیریت برای این مسئله داشتم این بود که، خبرگزاری تشکیلاتی است که باید به محیط و دنیای پیرامونی خود توجه داشته باشد و یکی از مهمترین مسایل محیطی ، تکنولوژی است و با تغییرات تکنولوژی ، ما باید روزآمد شویم و از آخرین فناوری ها استفاده کنیم و رقیب ما هم در این مسئله ، خبرگزاری های بزرگ بین المللی قلمداد می شدند. در آن زمان توانستیم قراردادهایمان را به دلیل منطقه ای کردن خبر ، بالا رفتن گردش خبر، متنوع شدن خبر و گزارش افزایش تعداد خبرهای تولیدی (گاهی بیش از ۱۰۰۰ خبر تولیدی در روز)، قراردادهای خوبی با خبرگزاری های خارجی بستیم که برای ما درآمدزایی داشت. ما در آن مقطع توانستیم خطوط خبری را به خارج کشور بفروشیم و توانستیم اخبار دیگر خبرگزاریها را به صورت خیلی ارزان و به شکل پایاپای دریافت کنیم و در داخل کشور بفروشیم و شروع کردیم به تولید و فروش اخبار و بولتن های تخصصی.

به طور مثال، چون امکانات فنی ما بالا رفته و بسیار سریع و کیفی بود، توانستیم خطوط خبری خاص به هر فرد و سازمانی بدهیم. فرضاً، فقط اخبار طلا یا اخبار چای و قهوه و اخبار علمی و منطقه ای را به متقاضیان خاص آنها بفروشیم که این کارها هم سبب ارتقاء سطح فنی ایرنا و هم باعث درآمدزایی برای خبرگزاری شد.

این کارها هر چند مستلزم هزینه بود، اما سبب صرفه جویی های زیادی هم شد. به عنوان مثال یک خبرنگار وقتی خبر را تهیه می کرد و بر روی کاغذ می نوشت، در اتاقی دیگر توسط افرادی دیگر باید تایپ می شد و بعد از تایپ ، عده دیگری خبرها را مقابل ، غلط گیری و اصلاح می کردند و بعد از امضای سردبیر مجدداً آماده و تایپ می شد که نیروی انسانی و وقت و هزینه زیادی صرف می شد. ما گفتیم، معنا ندارد که خبرنگار تایپ بلد نباشد، لذا تایپ بر روی کامپیوتر

به خبرنگاران آموزش داده شد و حتی در دیگر بخش ها مانند فني ، عكاسي ، اجرايي و مالي سيستم تايبيست را جمع آوري كرديم و مقرر شد كه سيستم كاغذ و نامه نگاري در خبرگزاري جمع شود و نامه ها و مكاتبات از طريق رايانه رد و بدل شود. نتيجه اين كار صرفه جويي در نيروي انساني، كاغذ، قلم ، تايپ ، اديت و مقابله و زمان بندي بود. در اصل اين سرمايه گذاري در بخش فني خبرگزاري انجام شد اما هزينه مصرفي نبود، بلكه هزينه سرمايه گذاري بود و دستاوردهايي كه اين وضعيت و تكنولوژي روز به ما داد، علاوه بر صرفه جويي هاي فراوان مادي كه براي ما در برداشت، موجب اعتبار خبرگزاري ايرنا در سطح بين المللي شد و دنيا بر روي ما حساب جديدي باز كرد.

از اين رو در دوره اي كه كشور از نظر سياسي و اقتصادي در تحريم بود، و ديپلماتها و خارجي ها به كشور ايران رفت و آمد نمي كردند، هر روز و هر هفته يكي از روساي خبرگزاري هاي معروف دنيا به ويژه خبرگزاري هاي غربي در ايران بودند. در يك دوره چند ساله، خبرگزاري فرانسه سه مدير عامل عوض كرد، هر سه اينها به ايران آمدند.

نكته جالب و حرفه اي ديگر آن بود كه ما كار خبري را از كار سياسي و ديپلماتيك جدا كرديم و گفتيم اين ديپلماسي ، ديپلماسي رسانه اي است و متفاوت از ديپلماسي رسمي كشور است. مثلاً طبق قانون، ما نمي توانستيم در امريكا (واشنگتن) دفتر داشته باشيم چون روابط سياسي نداشتيم، اما در نيويورك مي توانستيم دفتر داشته باشيم و يكي از مراكز منطقه ايرنا بود، در واشنگتن هم يك شركتي را به نام "شركت ايرنا" به ثبت رسانديم و كار اين شركت كه اسمش ايرنا بود، تهيه خبر و فروش آن به خبرگزاري جمهوري اسلامي بود. اين كار كاملاً قانوني بود و امريكايي ها هم نمي توانستند چيزي بگويند. منبع خبر را هم "واشنگتن - ايرنا" مي زديم، به اين معني كه شركت ايرنا طرف قرارداد ما بود و خبرها را در اختيار ما قرار مي داد. اين كارها باعث شد ، هويتي براي خبرگزاري به وجود آيد كه از حالت دولتي خارج شود و به تشكيلات چابك ، دانشي، حرفه اي و يادگيرنده و معرفتي تبديل شود كه در سراسر سازمان، همه احساس مسئوليت مي كردند. مسايل رفاهي كاركنان نيز نسبت به گذشته بهبود يافته بود، در اين دوره طلايي ، ضريب نفوذ خبرگزاري در مطبوعات و راديوتلويزيون در آن موقع به ۷۰ تا ۷۵ درصد رسيده بود.

من اميدوارم در سال هاي آتي نيز اين روند پويا در ايرنا تداوم داشته باشد و با استفاده از « دانشكده خبر» براي تربيت كادرو نيروي انساني ، استفاده از مركز فني براي پي جويي مسايل

تكنولوژيك و استفاده از روزنامه ايران به منظور ارتباط مستقيم تر با مخاطب و ساختار چابك و دانشي و معرفت پذير به اهداف خود برسد.

« سرعت ، صحت و دقت » که در آن ايام شعار ايران بود می تواند روحیه بخش بوده و همچنان ادامه یابد. البته امروزه شرایط محیطی و شاخص ها ورقها بکلی تغییر یافته اند، اما ايران همچنان دارای ظرفيت و توانایی های منحصر به فرداست.

در پايان مي خواهيم بر اين نکته تكيه كنم كه تكنولوژي ابعاد مختلفي دارد، شما مي توانيد به تكنولوژي به عنوان يك شي ، يا واسطه يا ابزار يا كانال، يا فرهنگ و رفتار توجه كنيد. سعي كنيم به ابعاد پنج گانه مختلف تكنولوژي اعتبار ببخشيم و به ابعاد فرهنگي - اجتماعي و آموزشي تكنولوژي كه فرهنگ ساز است، بيشتر توجه كنيم. اين نمي شود، مگر آنكه اولويت ما در كار رسانه اي و خبري ، نيروي انساني و فكر و ارزش انسان ها باشد. يعني تكنولوژي اهميت دارد، بر استراتژي تأثير دارد ، بر ساختار اثر دارد ، بر نتايج و فراورده ها اثر دارد، اما اين تكنولوژي تا توسط انسان كارآمد و تاثيرگذار استفاده و هدايت نشود، هيچ اعتبار و ارزشي ندارد .

اساس را بايد بر خدمات متقابل نيروي انساني و تكنولوژي گذاشت، يعني در يك كلام، اگر از من بپرسيد كه سرمايه يك رسانه چيست؟ آيا تجهيزات و ساختمان و وسايل و است ؟ مي گويم : « سرمايه اصلي يك رسانه ، نيروي انساني آن است»، اما نيروي انساني چابك ، كارآمد و داراي تخصص ، مهارت و توانمندي كه بتواند تكنولوژي روز را بكار ببرد. معنای سخن من اين است كه تكنولوژي، بدون توجه به نيروي انساني، در عمل، هزينه كردن بيهوده و كم بهره است.

به روز كردن سيستم خبري، همپاي با آموزش نيروي انساني معنا مي دهد ، بايد سرمايه اصلي بر روي نيروي انساني باشد، چون كار خبري علاوه بر اينكه يك كار عقلائي است ، كار روحي، رواني و دلي هم هست. اگر خبرنگار شاداب و راضي باشد و روح و روانش آرام باشد، يك واقعه خبري را برابرواقع تنظيم مي كند، اما اگر نظر مادي دچار مشكل باشد و يا امنيت شغلي نداشته باشد، جوري تنظيم مي كند كه فشارهايش حكم كرده اند!

بنابراين، روح و روان و دل است كه در كار رسانه اي و خبري اهميت بالايي دارد، پس بايد سكينه دل و آرامش روح و روان قلم به دستان واصحاب رسانه ، همپاي تكنولوژي و تغييرات محيطی دغدغه مديران رسانه ها و حكامرانان اين عرصه باشد!

اسفند ماه ۱۳۸۸ شمسی

پايان