

سیر تحول و ورود فناوری به 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 ضعیف‌تری برخوردار است. بر این اساس بایاری یک تیم ماهر، رقبا را به سه دسته تقسیم کردیم:

۱- رقبای منطقه‌ای که در آن زمان، شامل خبرگزاری غیرمتعهدها (NANAP) و خبرگزاری آسیا و اقیانوسیه (OANA) و خبرگزاری‌های کشورهای همسایه که هند، پاکستان، ترکیه و برخی از کشورهای عربی جزء آنها بودند.

۲- بنگاه‌هایی که کمی از دسته اول قویتر بودند، نظیر ایتراتاس روسیه و برخی از خبرگزاری‌های درجه ۲ اروپایی مانند آنسا ایتالیا و همچنین کیودو ژاپن.

۳- خبرگزاری‌های پیشرفته و تاثیرگذار بین‌المللی، مانند رویتر، آسوشیتدپرس و فرانس پرس.

تیم پژوهشی با بررسی دقیق به این نتیجه رسید که بهتر است ایرنا را با خبرگزاری‌های منطقه‌ای و همسایه مقایسه نکنیم، بلکه مناسب است ما خودمان را از لحاظ نیروی انسانی و آموزش کادر در سطح خبرگزاری‌های رده دوم جهان قرار دهیم و از نظر تکنولوژی خبرگزاری‌ها همپای خبرگزاری‌های 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 خبرگزاری‌های 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 خبرگزاری‌های رده دوم ببینیم به این علت که احساس کردیم، اگر از نظر نیروی انسانی خود را در سطح خبرگزاری‌های 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 هزینه‌هایمان را بتوانیم از محل درآمد‌هایمان تامین کنیم، درثانی، باید خروجی‌های خبرگزاری‌ها را متنوع کنیم تا از حالت یک‌تکس معمولی خارج شود، و سوم اینکه، یکوشیم تا براساس نیاز مشتریان، خبر و اطلاعات تولید کنیم.

قدم بعدی، مطالعه وضع موجود و ترسیم وضع مطلوب و تعیین ضرورت‌های دوران گذار بود که مشخص کنیم نیازمندی‌های 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 جمع‌بندی رسیدم که دانشگاه‌های ما و مراکز آموزشی و آکادمیکی که داریم، تامین‌کننده نیازهای کاربردی خبرگزاری و جامعه مطبوعاتی نیست و دانشجویانی که از این مراکز فارغ التحصیل می‌شوند، در اصل مهندسان آچار به دست عرصه خبر نیستند. بنابر این به این تصور رسیدیم که یک 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 نیروهای را تربیت کنیم که فارغ التحصیلان این دانشکده به گونه‌ای باشند که هم مسلط بر تئوری‌ها و هم از نظر عملیاتی، قادر به انجام کارهای خبری باشند و وقتی از دانشکده بیرون می‌آیند، 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 می‌شود، 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 مسائل سخت افزاری و فناوریانه، 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 می‌چرخد 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 رقبایش 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 مخبر و صحت منبع برخوردار باشد و صحیح هم باشد، یعنی هر سه مورد را توان 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 می دانم.

درباره بهره گیری از تجهیزات و تکنولوژی، در آن زمان یک تیم تخصصی را مامور کردیم تا وضعیت خبرگزاری را بررسی کند. دیدیم که ارتباطات خبرگزاری به طور عمده بر اساس تلکس های ام ۱۰۰ و ام ۱۰۰۰ است. یعنی خبری را که در ساعت ۱۰ روی خط ارسال می کردیم، 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 می شد 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 پایه های رایانه ای 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 ماموریت خبری، دو ماموریت دیگر را برای ایرنا تعریف کنیم. یکی ماموریت بازاریابی خبری بود که در اصل بازرگانی خبر هم ماموریت 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 ماموریت اجرا می کرد، 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 ماموریت حرفه ای داشته باشند و به بخش فنی نیز برای اینکه فناوری اطلاعات و خبر را به ماموریت 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 حرفه ای 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 حرفه ای 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 می کردیم، یک بخشی هم از سوی دولت و بخشی نیز از راه تقویت کردن بخش بازرگانی باید فراهم میشد که این کار هم توانان انجام گرفت و قدم های 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 اطلاع رسانی 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 همه جانبه در ایرنا شد.

در اینجا ما با مشکلاتی برخورد کردیم، یکی از مشکلات ما، کانال های ارتباطی بود که مخابرات قادر به ارائه این سرویس به ما نبود و محدودیت کانال های ارتباطی داشت و دوم هم مسئله نیروها بود که با کامپیوتر آشنایی نداشتند و نمی توانستند با کامپیوتر آشتی کنند و در برابر آن مقاومت می کردند. در این زمینه از رده های سردبیران به بالا خواستیم، از ساعت شش تا هشت صبح به ایرنا بیایند و آموزش ببینند. هر چند این کار از روی اجبار انجام شد، اما چاره ای 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 رایانه ای مدیریت می کردیم 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 اجرانیات 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 درسراسرجهان 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 روز آمد 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 یک 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 بودند، اولاً دستگاه فاکس در محلی قابل مشاهده نصب شود و ثانیاً خود دستگاه فاکس را هم از ما (مخابرات) بخرد و هرماهه آبونمانی هم به ما بدهد. یعنی یک کار انحصاری کرده بودند، فاکس که در همه دنیا یک 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 یک شبکه وی 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 "وی 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، یک 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 یک 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 یک 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 یک تلفن در خبرگزاری داشتیم که سه شماره ای بود، وقتی این تلفن را برمی داشتیم و سه شماره می گرفتیم، دفترلندن 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 دیجیتالی 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 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 طورمثال، 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 آکادمیک 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 طورمثال، 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 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 فنی ، عکاسی ، اجرایی و مالی سیستم تایپیست را جمع آوری کردیم و مقرر شد که سیستم کاغذ و نامه نگاری در خبرگزاری جمع شود و نامه ها و مکاتبات از طریق رایانه رد و بدل شود. نتیجه این کار صرفه جویی در نیروی انسانی، کاغذ، قلم ، تایپ ، ادیت و مقابله و زمان بندی بود. در اصل این سرمایه گذاری در بخش فنی خبرگزاری انجام شد اما هزینه مصرفی نبود، بلکه هزینه سرمایه گذاری بود و دستاوردهایی که این وضعیت و تکنولوژی روز به ما داد، علاوه بر صرفه جویی های فراوان مادی که برای ما در برداشت، موجب اعتبار خبرگزاری ایرنا در سطح بین المللی شد و دنیا بر روی ما حساب جدیدی باز کرد. از این رو در دوره ای که کشور از نظر سیاسی و اقتصادی در تحریم بود، و دیپلماتها و خارجی ها به کشور ایران رفت و آمد نمی کردند، هر روز و هر هفته یکی از روسای خبرگزاری های معروف دنیا به ویژه خبرگزاری های غربی در ایران بودند. در یک دوره چند ساله، خبرگزاری فرانسه سه مدیر عامل عوض کرد، هر سه اینها به ایران آمدند.

نکته جالب و حریفه ای دیگر آن بود که ما کار خبری را از کار سیاسی و دیپلماتیک جدا کردیم و گفتیم این دیپلماسی ، دیپلماسی رسانه ای است و متفاوت از دیپلماسی رسمی کشور است.

مثلاً طبق قانون، ما نمی توانستیم در امریکا (واشنگتن) دفتر داشته باشیم چون روابط سیاسی نداشتیم، اما در نیویورک می توانستیم دفتر داشته باشیم و یکی از مراکز منطقه ایرنا بود، در واشنگتن هم یک شرکتی را به نام "شرکت ایرنا" به ثبت رساندیم و کار این شرکت که اسمش ایرنا بود، تهیه خبر و فروش آن به خبرگزاری جمهوری اسلامی بود. این کار کاملاً قانونی بود و امریکایی ها هم نمی توانستند چیزی بگویند. منبع خبر را هم "واشنگتن - ایرنا" می زدیم، به این معنی که شرکت ایرنا طرف قرارداد ما بود و خبرها را در اختیار ما قرار می داد. این کارها باعث شد ، هویتی برای خبرگزاری به وجود آید که از حالت دولتی خارج شود و به

تشکیلات چاپک، دانشی، حرفه ای و یادگیرنده و معرفتی تبدیل شود که در سراسر سازمان، همه احساس مسئولیت می کردند. مسایل رفاهی کارکنان نیز نسبت به گذشته بهبود یافته بود، در این دوره طلایی، ضریب نفوذ خبرگزاری در مطبوعات و رادیوتلوویزیون در آن موقع به ۷۰ تا ۷۵ درصد رسیده بود.

من امیدوارم در سال های آتی نیز این روند پویا در ایرنا تداوم داشته باشد و با استفاده از « دانشکده خبر » برای تربیت کادرو نیروی انسانی، استفاده از مرکز فنی برای پی جویی مسایل تکنولوژیک و استفاده از روزنامه ایران به منظور ارتباط مستقیم تر با مخاطب و ساختار چاپک و دانشی و معرفت پذیر به اهداف خود برسد.

« سرعت، صحت و دقت » که در آن ایام شعار ایرنا بود می تواند روحیه بخش بوده و همچنان ادامه یابد. البته امروزه شرایط محیطی و شاخص ها ورقها بکلی تغییر یافته اند، اما ایرنا همچنان دارای ظرفیت و توانایی های منحصر به فرد است. در پایان می خواهم بر این نکته تکیه کنم که تکنولوژی ابعاد مختلفی دارد، شما می توانید به تکنولوژی به عنوان یک شی، یا واسط یا ابزار یا کانال، یا فرهنگ و رفتار توجه کنید. سعی کنیم به ابعاد پنج گانه مختلف تکنولوژی اعتبار ببخشیم و به ابعاد فرهنگی - اجتماعی و آموزشی تکنولوژی که فرهنگ ساز است، بیشتر توجه کنیم. این نمی شود، مگر آنکه اولویت ما در کار رسانه ای و خبری، نیروی انسانی و فکر و ارزش انسان ها باشد. یعنی تکنولوژی اهمیت دارد، بر استراتژی تاثیر دارد، بر ساختار اثر دارد، بر نتایج و فراورده ها اثر دارد، اما این تکنولوژی تا توسط انسان کارآمد و تاثیرگذار استفاده و هدایت نشود، هیچ اعتبار و ارزشی ندارد. اساس را باید بر خدمات متقابل نیروی انسانی و تکنولوژی گذاشت، یعنی در یک کلام، اگر از من بپرسید که سرمایه یک رسانه چیست؟ آیا تجهیزات و ساختمان و وسایل و است؟ می گویم:

« سرمایه اصلی یک رسانه، نیروی انسانی آن است»، اما نیروی انسانی چاپک، کارآمد و دارای تخصص، مهارت و توانمندی که بتواند تکنولوژی روز را بکار ببرد. معنای سخن من این است که تکنولوژی، بدون توجه به نیروی انسانی، در عمل، هزینه کردن بیهوده و کم بهره است.

به روز کردن سیستم خبری، همپای با آموزش نیروی انسانی معنا می دهد، باید سرمایه اصلی بر روی نیروی انسانی باشد، چون کار خبری علاوه بر اینکه یک کار عقلانی است، کار روحی، روانی و دلی هم هست. اگر خبرنگار شاداب و راضی باشد و روح و روانش آرام باشد، یک واقعه خبری را برابرواقع تنظیم می کند، اما اگر نظر مادی دچار مشکل باشد و یا امنیت شغلی نداشته باشد، جوری تنظیم می کند که فشارهایش حکم کرده اند!

بنابراین، روح و روان و دل است که در کار رسانه ای و خبری اهمیت بالایی دارد، پس باید سکینه دل و آرامش روح و روان قلم به داستان و اصحاب رسانه، همپای تکنولوژی و تغییرات محیطی دغدغه مدیران رسانه ها و حکمرانان این عرصه باشد!

اسفند ماه ۱۳۸۸ شمسی