

گفت‌و‌گو با دکتر زارعیان، مدیر کل دفتر روابط عمومی شرکت مخابرات ایران و رییس انجمن متخصصان روابط عمومی ایران

چراغی: آقای دکتر زارعیان، استحضار دارید که ITU به مناسبت روز جهانی مخابرات، هر سال شعاری را به عنوان توصیه و برنامه‌ی کاری شرکت‌های مخابراتی برای یک سال برمی‌گزیند و رویکرد امسال این اتحادیه، کم‌توانان و ناتوانان (و به عبارتی معلولان) است که باید از فرصت‌های ICT استفاده کنند. اولاً دیدگاه حضرت‌عالی در قبال این پیام و شعار چیست و ثانیاً آن را چه گونه تحلیل و تعلیل می‌فرمایید؟ به خصوص که در پیام دبیرکل ITU هم آمده که این موضوع را بسیار جدی گرفته و در سطر سطر پیام روی آن تأکید کرده است.

دکتر زارعیان: می‌دانید که چند سال پیش ITU شعار «ICT برای همه» را در نظر گرفت و اعلام کرد و دامنه‌ی ارتباطات را به همه‌ی بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی توسعه داد. بعد از آن هر سال این توصیه را برای یک قشر از مردم اختصاص داد. مثلاً جوانان، بزرگسالان و امسال هم معلولان. در اسناد ITU هم آمده که ICT این قابلیت را دارد که در خدمت همه‌ی گروه‌ها از جمله معلولان باشد.

چراغی: کاربرد ICT برای معلولان، در چه قالب یا مصادیقی، محقق می‌شود؟
دکتر زارعیان: موضوع کاربرد ICT برای معلولان از چند جنبه قابل بررسی است:

- ۱) در حوزه‌ی آموزشی، ICT امکانات خوبی را در اختیار معلولان می‌گذارد.
- ۲) در حوزه‌ی اشتغال، ICT می‌تواند برای افراد کم‌توان، کار ایجاد کند و سطح اشتغال جامعه را توسعه دهد.
- ۳) در حوزه‌ی مسائل اجتماعی، ICT می‌تواند معلولان را از فضای بسته‌شان و از حیات خلوت‌شان، خارج کند و در جریان مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قرار دهد.
- ۴) در حوزه‌ی سیاسی، هم ICT به اعتقاد من، می‌تواند مشارکت معلولان را در عرصه‌های سیاسی باعث شود و زمینه‌ی آن را فراهم کند. مثلاً رأی دادن از راه‌دور، نمونه‌ای است که ICT می‌تواند آن را محقق سازد. می‌تواند پیشنهاد فعالیت در عرصه‌ی سیاسی بدهد. به همین جهت، دولت‌ها باید برنامه‌های مختلفی را تدوین کنند تا ICT در خدمت معلولان باشد.

چراغی: آقای دکتر زارعیان، چه قشرهایی کم‌توان یا معلول شناخته می‌شوند؟ با توجه به تنوع معلولیت‌ها، چگونگی فراهم آوردن شرایط مطلوب در بهره‌مندی از خدمات عمومی مخابراتی، یکی از مسائلی است که چندان روشن نیست که وظیفه مخابرات چیست. مثلاً باجه‌های تلفن همگانی آیا برای معلولان، مناسب است؟ چه مرجعی باید پیگیری کند که تولیدکنندگان ضرورت طراحی مناسب برای همه‌ی اقشار را احساس می‌کنند و خود را ملزم بدانند.

دکتر زارعیان: معلولان چند دسته‌اند. یک عده مشکل راه رفتن دارند. عده‌ی مشکل شنیدن، عده‌ای مشکل دیدن، عده‌ای مشکل سخن گفتن و ...

ICT چه گونه‌ی می‌تواند مشکل همه‌ی گروه‌های معلول را حل کند. ICT تنها ابزار چند رسانه‌ای است که می‌تواند هم برای ناشنوایان امکانات سمعی فراهم کند، هم برای نابینایان، صدا بگذارد. هم برای ناتوانان راه رفتن نیز کل سیستم ارتباطی را در اختیارشان بگذارد. مثلاً در گذشته در حوزه‌ی پاسخگویی و اپراتوری تلفن، از وجود نابینایان استفاده می‌شد. اکنون این فعالیت در عرصه‌های مختلف توسعه یافته است.

چراغی: آقای دکتر زارعیان، حضرت‌عالی با الزامات قانونی در کشور نیز در هر زمینه‌ای آشنایی دارید که برای هر شخص و هر نهاد یک چارچوب‌های قانونی در راستای، وظایفشان تعیین و تعریف می‌کند. مثلاً

مخابرات برای عرضه‌ی خدمات خود برای معلولان، نیاز به افزودن امکاناتی فنی به امکانات موجود خود دارد تا ICT برای آن‌ها قابل استفاده باشد، خب این کار، هزینه‌ای اضافی ایجاد می‌کند، اگر دولت در قالب قانون، و مقررات، برای مخابرات تعیین تکلیف کند (مانند توسعه‌ی ارتباطات روستایی)، مخابرات چاره‌ای ندارد که بپذیرد، اما اگر خصوصی شود، یا هر شرکت خصوصی را، دولت چه گونه می‌تواند ملزم کند که هزینه بیشتر برای تعمیم ICT برای معلولان در نظر گرفته شود؟

دکتر زارعیان: برای مخابرات هم مانند بسیاری از سازمان‌ها یک سری خدمات اجباری هست. دو شیوه برای محقق ساختن این خدمات هست در واقع این سؤال را می‌توان از دو جنبه مورد بررسی قرار داد:

۱) خدمات داوطلبانه‌ی بخش خصوصی که مثلاً برای تبلیغ خود یا تحکیم موقعیت خود عرضه می‌دارند و یا خدماتی را رایگان می‌دهند. در همه دنیا مخابرات، فعالیت خاص خود را در راستای توسعه‌ی شبکه‌ی ICT و خدمات‌رسانی مطلوب در این حوزه، ادامه می‌دهند و در کنار مخابرات نیز دستگاه‌ها و بخش‌های مسؤؤل نیازها را شناسایی می‌کنند و به مخابرات معرفی می‌کنند و مخابرات با چارچوب تعریف شده در حوزه‌ی عملکرد خود، به عرضه‌ی خدمات (مثلاً) به معلولان می‌پردازد.

۲) گاهی دولت‌ها، هزینه‌ای به شرکت‌های خصوصی می‌دهند تا آن‌ها را ملزم کنند که بعضی خدمات اضافی را به مردم بدهند. خوشبختانه در واگذاری مخابرات ایران به بخش خصوصی به این نکته اشاره شده است. چنان که اگر دولت توسعه‌ی مخابرات را در جایی بخواهد و مخابرات آن را زیان‌ده برای خود تشخیص دهد، دولت هزینه‌ی آن را می‌دهد. بنابراین دولت با تکیه بر بودجه‌ی خود و منابع درآمدی خود، و برای تأمین رضایت مشترکان، این هزینه‌ها را می‌پردازد.

چراغی: آیا سازمان تنظیم مقررات، به هنگام صدور پروانه برای شرکت‌های خصوصی مخابراتی، نمی‌تواند این الزام ارائه خدمات اضافی را بخواهد و مشروط کند؟

دکتر زارعیان: دولت در قالب تسهیلات تشویقی و اختصاص بخشی از حق خود به آن شرکت خصوصی می‌توان آن الزام را بوجود آورد.

روابط عمومی که ماندگار شد

گفت‌وگو با دکتر داوود زارعیان مدیرکل دفتر روابط عمومی و بین‌الملل شرکت مخابرات ایران
محمدفواد رحمان سرشت

اشاره: در سه دولت تجربه مدیریت روابط عمومی دارد و در دانشکده خبر تدریس می‌کند. رئیس «انجمن متخصصان روابط عمومی» است و دکترای علوم ارتباطات خود را از دانشگاه علامه طباطبایی گرفته، و معتقد است که اصل مهم روابط عمومی ماندگار، فعالیت حرفه‌ای در عرصه اطلاع‌رسانی است. دکتر داوود زارعیان رسانه‌ها را شایسته احترام می‌شمارد و کمتر سوالی از وی یا از دفتر روابط عمومی، بی‌پاسخ مانده است؛ خصلتی که این روزها و در حوزه ما کمیاب است. انتخاب او به عنوان «مدیر روابط عمومی برتر» در میان دستگاه‌های مسؤول عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات کشورمان، بهترین بهانه برای یک گفت‌و شنود در پایان سال را فراهم آورد تا با مرور سابقه و فعالیت‌هایش، موضوع انتخاب یعنی «روابط عمومی» را بیشتر مورد مذاقه قرار دهیم. زارعیان با لبخند همیشگی میزبان این مصاحبه شد.

امروز گفت‌وگویمان بیشتر حول بخشی از ارتباطات یعنی «روابط عمومی» است که موضوع فعالیت و سمت شماست، به نظر تان در ایران جایگاه این موضوع نزد مدیران کجاست؟

من فکر می‌کنم یکی از رشته‌هایی که کمتر به عنوان یک رشته تخصصی به آن نگاه شده رشته روابط عمومی است. شاید خیلی اوقات انتظار کسانی که مدیران روابط عمومی را منصوب می‌کردند از «روابط عمومی چی خوب» کسی بود که بتواند ظاهراً ارتباط خوبی با دیگران برقرار کند. شاید همین تفکر باعث شد که ارسطو ارتباطات و شاید روابط عمومی را یک علم قلمداد نمی‌کرد. اما کارکردهای روابط عمومی در سال‌های اخیر نشان داده که روابط عمومی علم است و به گونه‌ای است که اتفاقاً در آن بسیاری از رشته‌ها لحاظ شده است. علمی است که مجری آن ضمن تسلط به مدیریت باید جامعه‌شناسی بداند و در حالی که مردم‌شناسی می‌داند باید نسبت به هنر بیگانه نباشد و تکنیک‌های ارتباطی را هم خوب بشناسد تا بتواند موفق باشد.

این نگاه باعث می‌شود که تعداد افراد کارشناسی را که در حوزه تخصصی روابط عمومی پیدا می‌کنیم کم باشند. البته کم بودن آن دلایل مختلفی دارد که یکی از آنها این است که وقتی نگاه به روابط عمومی مثبت نباشد، کمتر افرادی، علاقه‌مند کار در این حوزه هستند؛ به همین علت با وجود توانمندی‌هایی که دارند از این حوزه بیرون می‌روند. اما شاید چون تحصیلات من در رشته روابط عمومی بوده است در این حرفه ماندگار شدم. همواره یک اصل را مدنظر خود قرار داده‌ام و آن، کار حرفه‌ای کردن در عرصه اطلاع‌رسانی است. دولت‌های ایران هم آنچنان بوده‌اند که وظیفه روابط عمومی همواره سخنگویی، اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی بوده است. روابط عمومی‌ها همیشه باید ضعف‌ها را به مسؤولان منتقل می‌کردند و عملکردها را برای عموم منتشر می‌ساختند.

شما از جمله مدیرانی هستید که در دو دولت حضور داشتید. لطفاً تفاوت کار در حوزه روابط عمومی در این دو دوره را بگویید؟

من در سه دولت مختلف مسؤولیت روابط عمومی داشتم، تفاوتی در برخورد با حرفه روابط عمومی ندیدم تا به حال هیچ دولتی از ما انتظار اغراق نداشته است. شاید تفاوت تنها از بابت تکنیک بوده است. برای مثال تعداد رسانه‌های دوره فعلی با دوران دولت آقای هاشمی قابل قیاس نیست شاید آن موقع ۱۰-۱۲ روزنامه منتشر می‌شد بنابر این در حال حاضر کار روابط عمومی‌ها دشوارتر و پیچیده‌تر از گذشته شده است. سال ۷۰ که به

ICT شدم با تعداد معدودی روزنامه مواجه بودیم و

مجله تخصصی هم هنوز وجود نداشت؛ سال ۷۵ هم که وارد عرصه مخابرات شدم بازهم مجله یا روزنامه تخصصی مخابرات نداشتیم. در حالی که امروز با بسیاری رسانه‌ها از جمله روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و مجلات تخصصی و ده‌ها رسانه دیگر مواجه هستیم؛ با این اوصاف کار در عرصه روابط عمومی مدل تخصصی‌تری یافته است.

آقای زارعیان، ما با عملکرد غیرشفاف برخی روابط عمومی‌ها مواجهیم، با توجه به جایگاه کلیدی یک روابط عمومی در انعکاس درست یک واقعیت، این عملکردها نشان از محدودیت انتشار اطلاعات به رسانه‌ها ندارند؟

من معتقدم که دولت فعلی بسته عمل نمی‌کند. تنها به دلیل اینکه در برخی از عرصه‌ها متخصصان روابط عمومی نداریم. این استنباط در جامعه گسترش پیدا کرده است. هیچ وقت در دولت جدید به من نگفتند که فلان مطلب را نگو، هیچ وقت خط قرمزی برای من تعیین نکردند، و به دلیل گفتن مطلبی توبیخ نشدم و این واقعیتی غیرقابل انکار و قابل اعتراف است. فکر می‌کنم تلقی بسته عمل کردن برای دولت فعلی به دلیل احتیاط افراد ناشی و غیرمتخصص وارد شده در عرصه روابط عمومی است. مگر رسانه‌ها تا به حال چه مورد غیرمتعارفی از ما خواسته‌اند؟ بنابراین رسانه‌ها باید تمام و کمال پاسخ خواسته‌های خود را دریافت کنند، چون خواسته‌های متعارفی دارند مگر آنکه پاسخ سوالی را یک روابط عمومی نداشته باشد که تا به حال این کاستی برای مجموعه ما پیش نیامده است.

آقای دکتر، چالش‌های پیش روی روابط عمومی‌ها در کشورمان را چه می‌دانید؟

این نکته مهمی است که می‌پرسید. اول از خود روابط عمومی‌ها شروع می‌شود، عدم تخصص، ندیدن آموزش کافی، عدم شناخت محیط رسانه‌ای کشور و نحوه تعامل با رسانه‌ها و این موارد بخشی از چالش‌های این حوزه محسوب می‌شود. چالش‌های بعدی مربوط به مدیریت کلان است. عدم شناخت مدیران ارشد کشور از تعریف و عملکرد روابط عمومی، نگاه سنتی به روابط عمومی، نگاه توزیع‌گر یا تبلیغ کننده به روابط عمومی از جمله چالش‌های روابط عمومی بشمار می‌رود. از طرف دیگر کمبود بودجه، نداشتن اعتبار کافی به دلیل تعیین نشدن روابط عمومی به عنوان اولویت اول یک مجموعه در کنار چالش‌های ذکر شده جملگی مشکلات پیش روی روابط عمومی‌هاست. اگر همه این موارد را با چالشی اساسی - که همان دور بودن اداره‌ی روابط عمومی از دستگاه مدیریتی و نبود این اداره در بطن یک مجموعه و به تبع آن نداشتن اطلاعات لازم است - در کنار هم قرار دهیم آن وقت چالش‌ها را کامل بیان کرده‌ایم.

من فکر می‌کنم بایستی روابط عمومی‌ها و مدیران با هم کمک کنند تا این مشکلات برطرف شود چرا که رفع آن از سوی هر یک به تنهایی امکان‌پذیر نیست.

ابزارهای حل این مشکلات کدامند؟

«آموزش» ابزار اولیه است، جذب نیروهای کارآمد و متخصص، اعتماد به روابط عمومی، اعطای اختیارات لازم به روابط عمومی، بازیگر کردن روابط عمومی در عرصه‌های مختلف، اجازه حضور روابط عمومی در جلسات و شوراها، سیاستگذاری و تصمیم‌گیری نیز از جمله ابزارها بشمار می‌رود. در کنار اینها ابزارهایی چون بودجه، امکانات، تجهیزات باید به روابط عمومی‌ها داده شود.

روابط عمومی نباید در مورد کارهای کوچکی که احیاناً بد انجام شده بازخواست شود، برای اینکه در حجم وسیع کارهای یک روابط عمومی این قبیل اتفاقات دور از ذهن نیست.

بنابراین با رفع چالش‌ها و با استفاده از ابزارهای اشاره شده می‌توان شاهد بوجود آمدن روابط عمومی‌های موفق ایرانی در سطح بین‌الملل بود. اما متأسفانه تجربه نشان داده است که در کشور ما خیلی‌ها روابط عمومی را دارای اولویت بالا در یک سازمان نمی‌بینند و بسیاری از مدیران با مشاهده استعداد یک فرد و مجموعه توانمندهایش به او سمتی در هیأت مدیره یا جای دیگر پیشنهاد می‌دهند و می‌گویند که تو برای این حرفه حیف می‌شوی! امروز در جهان، دستگاه ارتباطی، سیستمی فرهنگی قلمداد می‌شود و این دستگاه در تمام جهان اولویت اول یک سازمان است. اما یک روابط عمومی‌بد با اطلاع‌رسانی غلط خود می‌تواند کل یک سیستم را نابود کند.

شما جایگاه روابط عمومی را در حوزه ICT چه گونه ارزیابی می‌کنید؟ نقش این اداره در این حوزه با دیگر حوزه‌ها چه تفاوت‌هایی دارد؟

سرعت تحولات در حوزه ICT ایجاب می‌کند تا نقش روابط عمومی هم چند برابر شود در برخی حوزه‌ها چون سرعت تحولات پایین است روابط عمومی‌ها به هر شکل می‌توانند خود را همراه و همگام کنند که این مسأله در حوزه‌ی ICT بسیار مشکل است، چراکه روابط عمومی‌ها باید در حوزه‌های مختلف آموزش، فرهنگ‌سازی، مدافع سازمان و مدافع مردم وارد بشوند که مجموعه این کارها فعالیت پرمشغله‌ای را برای روابط عمومی‌رقم می‌زند. از سویی هم روابط عمومی این حوزه علاوه بر این دانسته‌ها، بایستی اطلاعات فنی هم داشته باشد. شما در خیلی از بخش‌ها که به عنوان مدیر روابط عمومی کار می‌کنید خیلی سریع اطلاعات و اصطلاحات را یاد می‌گیرید. مثلاً اصطلاحات مالی در حوزه روابط عمومی بانکداری.

این موضوعی است که با چهره‌ای متفاوت از دیگر عرصه‌ها در حوزه فناوری و ICT یک مدیر روابط عمومی را مواجه می‌سازد. در حوزه ICT در کنار اطلاعات اجتماعی و ارتباطی بایستی به اطلاعات به روز ICT و مخابراتی مجهز باشید. چون مدیر روابط عمومی باید خود پاسخگو به سوالات باشد پس باید خود به اطلاعات مسلط باشد. بنابر این به دوستانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند توصیه می‌کنیم که فقط روابط عمومی نخوانند و فناوری‌های روز را نیز مطالعه کنند و با علوم دیگر نیز آشنا شوند.

به نظر شما وضع فعلی در روابط عمومی مخابرات رضایت‌بخش است؟

برخی دوستان می‌گویند که حیف است شما بخواهید باز هم در روابط عمومی بمانید شما دکترا گرفتید. اما مطمئن باشید که من اگر راضی نبودم نمی‌ماندم. من مانده‌ام چون در درجه اول کار روابط عمومی را دوست دارم و در درجه دوم اینکه از شرایط موجود راضی هستم. ما در وزارتخانه هر امکاناتی که خواسته‌ایم در اختیارمان گذاشته شده است و هیچ محدودیت ارتباطی میان من و مدیریت شرکت وجود ندارد.

این موفقیت را از تسلط به حرفه خود می‌بینید یا از نگاه مناسب مدیریت به جایگاه روابط عمومی در مخابرات؟

هر دو عامل نقش موثر دارد، هم مدیریت به جایگاه و فعالیت روابط عمومی اشراف کامل و نگاه صحیح دارد و هم نقش من که بی‌تاثیر نبوده است.

آینده مخابرات را از دیدگاه مدیر روابط عمومی مخابرات چگونه ارزیابی می‌کنید؟

امروز مخابرات در همه کشورهای دنیا به عنوان عامل اصلی توسعه مطرح است، بنابر این اگر بخش مخابرات یک کشور عقب بماند، همه اعتراف به عقب‌ماندگی آن کشور خواهند کرد. شایسته است که مسائل مخابرات را به دو بخش تقسیم کنیم: اولیه و ثانویه. اول اینکه به همه مردم وسیله ارتباطی بدهیم که این خود عاملی برای رشد اقتصادی پایدار کشور محسوب می‌شود. صرفه‌جویی‌هایی که به تبع آن در هزینه‌ها و رفت و آمدها

با توجه به طرح موضوع خصوصی سازی در مخابرات، فکر می کنید به اندازه زیرساخت فنی، زیرساختار لازم خصوصی سازی مخابرات هم فراهم است؟

معمولاً خصوصی سازی شوکی را به مجموعه وارد می کند. امیدواریم و تلاش می کنیم که خوب انجام شود که در این صورت هم برای جامعه و هم برای کارمندان منافع دارد و در کل به اقتصاد کلان جامعه کمک خواهد کرد.

بسیاری از کشورها که خصوصی سازی را اعمال کردند حدود ۵-۶ سال بر روی این زمینه کار کردند در مخابرات هم از زمانی که تصمیم گرفتیم تا اپراتور دوم تلفن همراه را وارد کشور کنیم تمرین خصوصی سازی را آغاز کردیم و الان ۳-۴ سال است که روی این زمینه کار می کنیم و فرایند کار بسیار خوب پیش رفته است. روزهای اول که این بحث مطرح شد با سیل تماس ها و مراجعات کارکنان مخابرات مواجه بودیم که با مجموعه کارهایی که صورت گرفت تماس ها هم کاهش پیدا کرد.

آقای زارعیان شخصا از عملکرد خودتان در مخابرات راضی هستید؟ آن را چگونه ارزیابی می کنید؟

توان ما بیشتر از این است و بیشتر می توانیم کار کنیم. ارزیابی را هم شما رسانه ها باید انجام دهید. شاید رضایت من از این بابت است که در کنار خدمت به جامعه و سازمان در حوزه روابط عمومی یک کار دومی را هم انجام می دهم و آن هم خدمت به حرفه روابط عمومی است و اینکه در قالب انجمن متخصصان روابط عمومی، جامعه روابط عمومی را هم ارتقاء می دهیم. این مسأله هم به مجموع رضایت از عملکردمان اضافه می شود. تلاش می کنیم که شغل روابط عمومی را که شغل بسیار حساس و مهمی است بخاطر کارکردهایی که روابط عمومی در جامعه می تواند داشته باشد جایگاه و موقعیت واقعی خود را پیدا کند.

دکتر، برای آینده چه برنامه هایی دارید؟

من دو مقوله را دنبال می کنم که یکی روابط عمومی و دیگری تدریس است. تا زمانی که امکان داشته باشد هر دو را انجام می دهم و زمانی که امکان نباشد تدریس را پیگیری می کنم چرا که علاقه مندم کار علمی در عرصه روابط عمومی را بطور جدی دنبال کنم. البته چند کار فرعی هم کنار این دو مورد در ذهن دارم و بنا دارم مجله ای در این حوزه منتشر کنم. به زودی و شخصا بر روی آن مدیریت خواهم کرد. هرکجا که روابط عمومی بحث اصلی تدریس باشد آمادگی تدریس دارم اما اکنون در دانشکده خبر به تدریس درس های تخصصی روابط عمومی به علاوه حقوق ارتباطات جمعی و افکار عمومی مشغولم.

جایگاه نشریات تخصصی را در حوزه ICT و روابط عمومی چگونه می بینید؟

خوشبختانه این عرصه رشد خوبی داشته است، سال های اولی که این گونه نشریات منتشر می شد مملو از اشتباهات گوناگون در خصوص طرح مسائل فنی و اظهارنظرها بر مبنای دریافت و اطلاعات اشتباه بود. اما در سال های اخیر از لحاظ کمی و کیفی از رشد مطلوبی برخوردار است. جایگاه خوبی هم در مجموعه ای مانند مخابرات دارد و نگاه به آنها نگاهی کاربردی است؛ از مطالب و محتوای آنها استفاده های زیادی می شود. به اعتقاد من هنوز برای مجلات تخصصی جای کار وجود دارد، خارج شدن از فضای صرفاً فنی و بررسی

