«مشعل» یک اثر فاخر است به بزرگی هزارها و هزاره‌ها

دقیق به یاد ندارم آخرین نشریه کاغذی «مشعل» را که با دست لمس کردم و ورق زدم، چندمین شماره از این نشریه بود؟ و واقعا هیچ تصویر ذهنی ماندگاری از مطالعه نسخ الکترونیک این نشریه طی چند سال گذشته به یاد ندارم... چرا که نشریه الکترونیک را فاقد روح و کشش لازم برای مطالعه می‌دانم؛ اما به جرات باید گفت که هفته‌نامه «مشعل» همیشه و از هر لحاظ خوب و قابل قبول بوده و طی چند سال گذشته، هم به لحاظ کیفیت محتوا و قالب‌بندی و هم به لحاظ جذابیت‌های بصری، شاهد تغییرات مثبت و بنیادین بوده است. به نظر بنده «مشعل» یک اثر فاخر است؛ چرا که در آن از تلاش، کوشش، تولید، خدمت رسانی، شکوفایی و امید می گوید و همه اینها یعنی فخر، غیرت و خودباوری... و چه چیز هایی بهتر از این!!!

اما واقعا هدف از انتشار این نشریه در ارزشمند چیست؟ انعکاس اخبار و رویدادهای مهم و دستاوردها و تلاش خدمت رسانی به کارکنان خودم صنعت نفت.

روزگاری را به یاد دارم که کارگران و کارکنان زحمتکش عملیاتی در گرما و رطوبت طاقت فرسای سکوهای نفتی در خلیج‌فارس، زیر سایه لوله‌ها و ظروف تفکیک در زمان استراحت خود، جای دنجی پیدا می کردند و با ورق زدن صفحات و خواندن مطالب جذاب با دیدن یک تصویر آشنا خستگی در می کردند و دوباره مهیای کار می‌شدند. آن زمان می‌شد این نشریه را در دستان کارکنان ساعی در هر سطحی از مسؤولیت و سواد و تجربه دید؛ آنها خود را مالک این نشریه می دانستند و اینگونه تعلق خود را به صنعت نفت نشان می‌دادند. اگر عکس یا مطلب جالب و مرتبطی پیدا می کردند، حتما بای این نشریه به منزل کشیده می‌شد و اعضای خانواده هم آن را می دیدند و می خواندند و به یادگار نگه می‌داشتند...

حال سوال این است با اینکه کیفیت این نشریه در ابعاد مختلف افزایش پیدا کرده، اما چقدر به هدف اصلی نزدیک‌تر شده‌ایم؟ ضریب نفوذ اطلاع‌رسانی به کمک این نشریه چه میزان افزایش یافته و آیا همچنان همه کارکنان، امکان دسترسی و مطالعه این نشریه را دارند؟ آیا آن کارگر دردور ترین مناطق محروم عملیاتی هنوز می تواند در خلوت خود غرق در صفحات «مشعل» شود؟ خبر نمی‌شود. مناسفانه الان «مشعل»، را فقط باید از پشت میز و صندلی در یک اتاق به مدد یک سیستم رایانه‌ای دید و خواند. اگر بتوان آمارگیری کرد، حتما از تعداد خوانندگان نشریه کاسته شده است، یعنی به همان نسبت از هدفمان دور شده‌ایم. و به همان نسبت گرایش کارکنان به خبرگزاری‌ها و کانال‌های تلگرامی به اصطلاح نفتی بیشتر افزایش یافته است. به عبارتی، ناخواسته، جایگزین‌های دیگری برای نشریه رسمی و استاندارد «مشعل» تعریف شده است. به هر حال تغییر شکل انتشار این نشریه حتما مزایا و فوایدی هم داشته که از درک بنده خارج است؛ اما همانگونه که گفتم، «مشعل»، نشریه بزرگی است به بزرگی هزار و هزاره‌ها، حتما نسخ اولیه آن جزو اسناد تاریخی است و حتما شماره هزارم آن هم در زمان چاپ دو هزارمین شماره آن، تاریخی و ماندگار خواهد بود... و حتما تهیه و نداری این محتوا به دست همکاران محترم نشریه، ارزشمند و هنرمندانه است و جای بسی سپاس و قدردانی دارد...

با آرزوی موفقیت و پیروزی برای شما

احسان رضایی نژادیان، مدیر منابع انسانی شرکت نفت خزر

«مشعل» تریبون گویای صنعت نفت

رسانه، اصلی‌ترین عنصر در نمایش واقعیت‌های زندگی بشر است و در این میان، سهم رسانه‌های مکتوب، با توجه به قدمت و قرابت احساسی در آنها، به مراتب بیش از دیگر رسانه‌هاست.

در صنعت نفت کشورمان که از قدمتی بیش از یک قرن برخوردار است نیز از ابتدا، تمایل به ابزاری ارتباطی برای انتشار رویدادها و نمایش دستاوردها و حفظ انگیزش کارکنان احساس می‌شد و همین امر، مقدمه‌ای بر پیدایش نخستین نشریه ادواری مکتوب در صنعت نفت شد که با نام «مشعل» شناخته می‌شود.

نشریه «مشعل» از ابتدا با هدف انتشار اخبار صنعت نفت و بررسی و رفع مشکلات و خواسته‌های کارکنان این صنعت بزرگ و خانواده ایشان پایه گذاری شد و به عنوان نشریه‌ای تخصصی و درون سازمانی به فعالیت پرداخت.

این نشریه، طی سال‌های انتشار متعادی تا به امروز که در آستانه انتشار هزارمین شماره آن قرار گرفته ایم، به عنوان تریبون گویای صنعت نفت در داخل سازمان عمل کرده و نقشی بی بدیل در افزایش انگیزه کارکنان و ترغیب آنان به فعالیت‌های جمعی و رشد و شکوفایی صنعت نفت داشته است.

نقش کلیدی و اثرگذار این نشریه در میان کارکنان صنعت نفت، به عنوان سرمایه اصلی این سازمان، روشن و آشکار است و با بررسی بازخوردهای ناشی از میزان اثرگذاری آن در میان کارکنان که در دوره‌های مختلف ثبت و اندازه‌گیری شده است، می‌توان ادعا کرد که این نشریه حتی در عصر رسانه نیز که با رقابت سخت و قزاینده میان ابزارهای ارتباطی و رسانه‌های صوتی و تصویری و مجازی همراه شده، توانسته است به نحو شایسته‌ای در مسیر پیشبرد اهداف تعریف شده ذیل آن عمل کند.

اینجانب، انتشار هزارمین شماره از نشریه وزین «مشعل»، به عنوان نماد انگیزشی و خردورزی در صنعت نفت را به فال نیک می‌گیرم و امیدوارم با کفایت همکارانم در عرصه رسانه، شاهد رشد و شکوفایی روزافزون صنعت نفت کشورمان باشیم.

مجید بوجارزاده

رئیس روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران

اهمیت بسزای «مشعل» در انعکاس خدمات گسترده وزارت نفت

پورنال داخلی، شبکه‌های اجتماعی و همچنین همکاری جاری با رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد. نشریه «مشعل» یکی از رسانه‌های اداره کل روابط عمومی وزارت نفت است که بدو استخدام در وزارت نفت با این نشریه آشنا شدم و معمولا مطالب آن را پیگیری می کنم؛ هر چند از زمان دیجیتالی شدن، قدری کاهش داشته است. مهم‌ترین نقشی که در کل برای رسانه می توان در نظر گرفت، نقش اطلاع‌رسانی است؛ اما برای یک نشریه سازمانی و داخلی، علاوه بر نقش اطلاع رسانی به عنوان ارگان رسمی سازمان، نقش‌های آموزشی و سرگرمی پویژه برای خانواده‌ها و به عنوان وسیله‌ای برای ارتباط و شناخت بیشتر خانواده‌ها با محیط کار پدران و مادران اهمیت پیدا می کند. علاوه بر این تقویت ارتباطات داخلی از طریق ورود «مشعل» به اخبار کارکنان و خانواده‌ها می تواند از جمله انتظارات عمومی از این نشریه باشد. مهم‌ترین مسؤولیت «مشعل» معرفی درست، شفاف و دقیق مجموعه وزارت نفت به منظور تقویت ارتباط مخاطبان با وزارت نفت است. به طور طبیعی، هر چقدر شناخت مردم از مجموعه‌ای ما نند وزارت نفت بیشتر و درست تر باشد، اجرای سیاست‌های این وزارتخانه با چالش‌های کمتری مواجه خواهد شد. به عبارت بهتر «مشعل» با انتقال درست مطالب به مردم می تواند حجم حمایت‌های مردمی را از وزارت نفت تقویت کرده و افزایش دهد. به نظر بنده این نشریه می تواند در شناساندن بخش‌های مختلف صنعت نفت و خانواده‌های کارکنان و همچنین معرفی کارکنان خلاق و موفق مناطق عملیاتی به منظور ایجاد انگیزه در بین کارکنان زحمتکش صنعت نفت، فعالیت بیشتری داشته باشد. «مشعل» باید با توجه به دیجیتالی شدنش، به عنوان رسانه تخصصی وزارت نفت، در بین مخاطبان برون سازمان، به مطمئن ترین و قابل استناد ترین منبع اخبار و اطلاعات نفت تبدیل شود. با توسعه رسانه‌های دیجیتال و سهولت دسترسی مخاطبان به اطلاعات مختلف، به اعتقاد من «مشعل» هنوز نتوانسته جایگاه خود را در میان مخاطبان به عنوان یک رسانه دیجیتالی پیدا کند. ویژگی‌های ظاهری و ماهیت رسانه‌های کاغذی موجب شده جذابیت آنها در مقایسه با نسخه‌های دیجیتالی بسیار بیشتر باشد. در این بین عوامل روانی، خاصیت لمس پذیری و حتی حس مالکیت می تواند نقش مهمی داشته باشد. این واقعیت را می توان در مقایسه نسخه‌های کاغذی با نسخه‌های دیجیتالی و حتی کتاب‌های صوتی بدرستی درک کرد. در پایان باید گفت؛ «مشعل» باید با انتشار مطالب خواندنی و آموزشی در بین کارکنان نفت و خانواده‌ها، به عنوان یک نفت شناخته شود و با موفقیت در میان بیش از ۴۰۰ هزار نفر از کارکنان نفت و خانواده‌های آنها موفقیت بزرگی به دست آورد.

مهدی اسماعیلی، رئیس روابط عمومی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران

مشعل؛ زبان گویای صنعت نفت

نشریه کارکنان صنعت نفت ایران سال‌هاست با این صنعت عجین شده و در این مسیر توانسته است به عنوان رسانه‌ای تخصصی و پرستاژ، مامور بتش را که همانا بازتاب دستاوردهای این صنعت معظم است، به گونه‌ای شایسته به انجام برساند. «مشعل» عنوانی است که با فعالیت همکاران تحریر به وفنی-هنری، جایگاهی ویژه در میان کارکنان صنعت نفت به دست آورده، ضمن آنکه در حوزه ارتباطات، اطلاع‌رسانی و فرهنگ سازی نیز پیشرو بوده و به منبعی معتبر و رسمی در این عرصه بدل شده است. محدود بتهای تحمیلی بر صنعت نفت در دهه‌های گذشته مسئولیت این رسانه را که زبان گویای کارکنان بود، خطیر تر کرد و در برهه‌های زمانی و شرایط خاص، با فاقتی آمدن بر چالش‌ها «ملمکن‌ها» را از ادبیات رسانه حذف کرد. دالکترونیکی شدن مشعل، فصلی جدید بود؛ از فعالیت نشریه‌ای قدیمی در عرصه اطلاع‌رسانی که توانست در دوران حکمرانی شبکه‌های اجتماعی؛ با تغییرات بنیادی در محتوا و گرافیک در قالب وبسایت نیز، حرفی برای گفتن داشته باشد. انتشار هزارمین شماره «نشریه کارکنان صنعت نفت ایران» را به فال نیک می‌گیریم و امیدواریم در مسیر پیش رو، همچون گذشته پویا، فعال و ماندگار باشد.

محمد عسگری، رییس روابط عمومی شرکت ملی گاز ایران

رسانه‌ای پیشرو در تعامل دوسویه بین صنعت نفت و کارکنان

بی‌شک دنیای امروز، دنیای ارتباطات است و نقش اصحاب رسانه و نشریات تخصصی به عنوان مشعل‌داران توسعه آگاهی، نقشی بی‌بدیل است. رسانه‌ها با به‌کارگیری هنر، مهارت، تدبیر و دانش خود فضایی سالم را برای اطلاع‌رسانی شفاف و ارتباطات اثربخش بین مردم و سازمان را فراهم می‌کنند که قابل تقدیر است. «مشعل» نشریه داخلی کارکنان صنعت نفت ایران نیز از این امر مستثنا نبوده و با مروری بر تاریخچه این هفته‌نامه درمی‌یابیم که این نشریه قدمتی به پلندای تاریخ این صنعت دارد. خانواده بزرگ صنعت نفت در سالیان سال از طریق این رسانه از آخرین اخبار، رویدادها، موفقیت‌ها و دستاوردهای عظیم این صنعت در حوزه‌های گوناگون نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش و پخش آگاه شده‌اند. نشریه «مشعل» همواره به عنوان پل ارتباطی بین خانواده بزرگ صنعت نفت شناخته شده و به عنوان رسانه پیشرو در حوزه نشریات درون‌سازمانی در حوزه عظیم نفت با تعامل دوسویه بین کارکنان و مدیران این صنعت علاوه بر اطلاع‌رسانی، با ارائه گزارش‌های تحلیلی و میدانی و بیان مشکلات صنعت نفت، تلاش کرده وظیفه خود را به خوبی انجام دهد. اینجانب در آستانه انتشار هزارمین شماره از این نشریه ضمن تقدیر و تشکر از عموم تلاشگران این هفته‌نامه، برای همه عزیزان توفیقات روزافزون در جهت اعتلای امر خطیر اطلاع‌رسانی در صنعت نفت را آرزو می کنم.

ایوب پنوی - سرپرست روابط عمومی شرکت ملی صنایع پتروشیمی