«مشعل» هنرمندانه از صنعت نفت بگوید

محمد طاهرزاده
از همکاران و سردبیران سابق نشریات وزارت نفت

سرزنده و خندان است و امیدوارانه از افق پیش روی جوانان و آیندگان صنعت نفت سخن می‌گوید. مشتاقانه از اهالی «مشعل» و روابط عمومی می‌خواهد که کارهای بزرگ صنعت نفت پس از انقلاب را بدقت شناسایی کنند و با زبان و شکلی هنرمندانه آن را برای مردم و کارکنان صنعت بزرگ نفت بازگو کنند. محمد طاهرزاده معتقد است که «مشعل» خودش یک روابط عمومی کوچک است و می‌تواند کارهای بزرگی انجام دهد. در ادامه گفت‌وگوی ما را با این پیشکسوت روابط عمومی صنعت نفت می‌خوانید:

چه شد که به صنعت نفت و نشریه روابط عمومی ورود کردید؟

۷ فروردین سال ۶۴ به عنوان گزارش نگار مجله «پیک نفت» وارد صنعت نفت شدم. مدتی بعد به عنوان خبرنگار معرفی شدم و پس از آن در سمت سردبیر نشریه «پیک نفت» کار را ادامه دادم. تا اواخر سال ۶۶ در «پیک نفت» بودم و پس از آن رئیس امور فرهنگی روابط عمومی شدم؛ البته امور فرهنگی با تغییر چارت سازمانی تعاریف و نام‌های جدیدی چون «واحد ارتباطات رسانه‌ای»، «اداره ارتباطات» و ... یافت که همچنان من مسؤول آن بودم. تا اینکه «پیک نفت» از سال ۷۴ به «مشعل» تغییر نام داد. در آن زمان، دبیر سرویس خبر «مشعل» شدم. مدتی هم آقای غیاثوند بیمار شدند و سرپرستی «مشعل» را به عهده داشتم. سال ۷۶ آقای صحفی، رئیس روابط عمومی شدند و با گستردگی کارها، من دوباره به واحد ارتباطات برگشتم. کارهای بسیار زیادی در آن زمان وجود داشت و باید امور خبرنگاران بیرون نفت را سامان می‌دادیم.

بعد از آن، چه کردید و چگونه با «مشعل» مرتبط بودید؟

تا سال ۸۵ در امور فرهنگی و ارتباطات بودم تا اینکه به مدیریت اکتشاف منتقل شدم. آن زمان مشاور مدیر بودم و البته روابط عمومی رسمی در آن مدیریت وجود نداشت؛ اما کارهای روابط عمومی به بنده ارجاع داده می‌شد. سال ۹۲ بازنشسته شدم و با بازگشت آقای زنگنه و آقای نعمت اللهی به وزارت نفت، از بنده دعوت به کار شد و از آن زمان تا الان مشاور مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت هستم و خدمت می‌کنم. به صورت مستقیم با «مشعل» در ارتباط نبودم؛ اما در جلسات مشورتی، ارتباط غیر مستقیم با این نشریه داشته‌ام.

در دوران مختلف مسؤولیتتان، چگونه راهبردهای نشریه را مشخص می‌کردید؟ دغدغه‌های اصلی تان در نشریه چه بود؟

«پیک نفت» سلف «مشعل» است. آن سال‌ها در «پیک نفت» مسأله اصلی جنگ بود؛ اگر چه کارهای روی روال و اخبار و گزارش‌های معمولمان را مدنظر داشتیم و تهیه می‌کردیم؛ اما واقعا یکی از دغدغه اساسی مان جنگ بود. بالاخر تاسیسات ما را به طور مرتبط می‌زدند. برای مثال سال‌های جنگ با رئیس منطقه خارگ مصاحبه‌ای داشتم. در طول مصاحبه، شش بار رفتیم به پناهگاه و برگشتیم. هواپیماهای عراقی به طور مداوم خارگ را بمباران می‌کردند. همان شب نیز بمباران کردند و بچه‌های یکی از همکاران نفتی که آنجا کار می‌کرد، شهید شدند. به طور کلی دغدغه و دلمشغولی ما در دوران جنگ، حفاظت و حراست از تاسیسات نفتی بود؛ البته همان سال‌ها، طنزی به نام «نقاد وقاد» در نشریه تعریف کرده بودیم که می‌کوشیدیم به وسیله آن مشکلات و برخی مسائل کارکنان و ادارات را به زبان طنز و طوری که به کسی برنخورد، بیان کنیم. کار «نقاد وقاد» در آن سال‌ها خیلی بالا گرفته بود. مثلا رفته بودیم پالایشگاه تبریز و با مدیرعامل وقت آنجا مصاحبه داشتیم. از کنار یکی از تاسیسات رد می‌شد که دیدیم یکی از بالای تاسیسات ما را صدا می‌زند. ایستادیم، آمد پایین گفت: شنیده بودم که گزارشگران «پیک نفت» اینجا آمده‌اند. آمده‌ام فقط بگویم خسته نباشید و دمتان گرم. همین را گفت و دوباره رفت بالا. می‌خواهم بگویم تا این حد نشریه در میان کارکنان نفوذ کرده بود. واقعا تنها رسانه نفت «پیک نفت» بود. ما هم سعی می‌کردیم که کارکنان خودشان را در نشریه کارکنان ببینند. بالاخره حضور کارکنان در نشریه خودشان به آنها انرژی می‌داد. ما این فضا را شکسته بودیم که نشریه صنعت نفت، فقط سخنگوی مدیریت باشد. ما معتقد بودیم کارگر و کارمند باید خودشان را در نشریه ببینند. برای این منظور تابو شکنی‌های زیادی کردیم. مثلا کسی به نام آقای انگوری، متصدی آسانسور همین ساختمان مرکزی نفت بود. با او مصاحبه مفصلی کردیم که با عکس در نشریه منتشر شد. باید می‌گفتیم که ما برای کارکنان کار می‌کنیم، آن هم در آن شرایط بسیار مشکل و سخت و خطرناک جنگ که زحماتشان چند برابر بود. یا مثلا درباره اخبار «مشعل» در جلسات تحریریه مشخص می‌شد که رویکردمان چگونه باشد و روی آنها خبر تولید می‌کردیم و مقاله و سرمقاله می‌نوشتیم. دقت کنید که هیچ اینترنتی نبود. تنها یک تلکس بود که گاهی خبرهایی از آن می‌گرفتیم و بیشتر خبرها تولید خود «مشعل» بود. می‌توانم بگویم ۹۰ درصد این طور بود. این در حالی بود که خبرنگاران «مشعل» بسیار کم تعداد بودند.

چه افقی پیش روی «مشعل» می‌بینید و چه توصیه ای به فعالان این نشریه قدیمی صنعت نفت دارید؟

به نظر می‌رسد که نشریه داخلی صنعت نفت، باید پلی میان کارکنان و مدیریت باشد. کارکنانی که در دورترین نقاط صنعت نفت فعالیت دارند، باید خودشان را در «مشعل» ببینند. این نشریه، یک روابط عمومی کوچکتر نفت و مکتوب است. مهم ترین و ویژه ترین ابزار روابط عمومی است؛ چون به طور مرتب «مشعل» را می‌خوانم و می‌بینم، الحمدالله خیلی حرفه‌ای تر و بهتر شده است. افراد حرفه‌ای در آن مشغل هستند و خبرها، گزارش‌ها و مقاله‌ها بسیار قوی شده است و در مسیر تعالی و ایده آل قرار دارد.

در پالایشگاه تبریز در حال مصاحبه و تهیه گزارش بودیم که ناگهان پالایشگاه را زدند و مجبور شدیم کار خبری و رسانه‌ای‌مان را تعطیل کنیم. یک خاطره مهمی که دارم و شاهد آن بودم، سازندگی‌ها در اوج جنگ بود. یعنی در صنعت نفت، سازندگی در عین خرابی‌ها انجام می‌شد. خلاقیت‌ها بسیار بالا بود. افتخار بسیار بزرگی برای صنعت نفت در زمان جنگ بود که حتی یک لحظه هم جریان صادرات نفت قطع نشد. این را هم باید اضافه کنم که صنعت نفت کشور ما نقش بسیار پررنگی دارد. باید عظمت این جایگاه را بدانیم. کارهای بسیار بزرگی در صنعت نفت انجام شده و اگر این کارها نبود، کشور با مشکلات بزرگی مواجه می‌شد و بیشتر این کارها به دست توانمند متخصصان و کارگران داخلی انجام شده است. برای مثال قبل از اینکه عسلویه از نظر صنعتی فعال شود، برای هماهنگی‌های حضور رئیس جمهور وقت، به منطقه نخل تقی رفته بودیم. موقع برگشتن مشکل کوچکی پیش آمد و دوستان ما مرا جا گذاشتند. مجبور شدم از نخل تقی تا جاده پیاده بروم و تازه از سر جاده اصلی، مدتی طول کشید تا خودرویی پیدا شود و مرا به شهر ببرد. این شرایط را با امروز مقایسه کنید؛ عظمت بسیار بالایی در عسلویه وجود دارد که حیرت برانگیز است. اینها همه نشان می‌دهد که چقدر کارهای بزرگ و تلاش عظیمی انجام شده است. «مشعل» و روابط عمومی باید باز تاب دهنده این کارهای بسیار بزرگ باشد. بسیاری از مردم و حتی برخی کارکنان صنعت نفت نمی‌دانند که در این صنعت تاریخ ساز ایران، چه اتفاقاتی افتاده است. ما باید اینها را هنرمندانه اطلاع دهید و منعکس کنیم. «مشعل» باید با بیان هنرمندانه و اشکال جدید و به شکلی زیبا و دلنشین، از عظمت این کارهای انجام شده بگوید.

طاهرزاده:
«پیک نفت» سلف «مشعل» است. آن سال‌ها در «پیک نفت» مسأله اصلی جنگ بود؛ اگر چه کارهای روی روال و اخبار و گزارش‌های معمولمان را مدنظر داشتیم

همدلی و صمیمیت کاری، رمز موفقیت «مشعل» بود

سعید تاجبخش، با دیدن یک آگهی در شماره ۱۵۶ «مشعل»، فعالیت خود را در این نشریه شروع کرد که این ارتباط کاری نزدیک به ۱۴ سال دوام آورد. او که فارغ‌التحصیل رشته کارشناسی گرافیک است، به شوق انجام فعالیت هنری در صنعت نفت، وارد این نشریه شد؛ هنوز هم در روابط عمومی است؛ اما از سال ۹۲ به بعد دیگر در «مشعل» فعالیت ندارد و در عین حال، روزهای کاری‌اش در نشریه کارکنان صنعت نفت ایران را از بهترین دوران ۳۲ ساله خدمتش می‌داند.

سعید تاجبخش
از مدیران هنری و فنی سابق نشریه «مشعل»

چه شد که به صنعت نفت آمدید و وارد تحریریه «مشعل» شدید؟

به صورت خانوادگی سابقه حضور در صنعت نفت داشتیم؛ پدر و مادرم هر دو از کارکنان صنعت نفت بودند. پدرم در اکتشاف بود و مادرم از پزشکان صنعت نفت. سال ۶۶ همکاری‌ام را آغاز کردم. از مهر ۷۰ کارمند بازرسی انبارها شدم و بعد از هشت سال به شرکت اکتشاف رفتم. بعد در اداره ژئوفیزیک به عنوان نقشه کش کار کردم تا اینکه در سال ۷۶ در رشته گرافیک فارغ‌التحصیل شدم. آن زمان‌ها نشریه نفت را که «پیک نفت» نام داشت و از سال ۷۴ به «مشعل» تغییر نام داد را می‌خواندم و مخاطب آن بودم. سال ۷۶ بود که در شماره ۱۵۶ «مشعل» فراخوانی منتشر شد. گفته بودند کسانی که در زمینه هنری فعالیت دارند و سابقه‌ای هم در صنعت نفت دارند، می‌توانند برای همکاری اعلام آمادگی کنند. من درخواست دادم و آن زمان، آقای صحفی، مدیر وقت روابط عمومی نفت گفتند که برای مصاحبه بروم. در مصاحبه پذیرفته و از اکتشاف، مامور در «مشعل» شدم و زیر نظر آقای غیاثوند، سردبیر وقت نشریه، کارم را به عنوان دبیر عکس و طرح آغاز کردم. کار را از آقای افخمی تحویل می‌گرفتم و برای مطالب و گزارش‌هایی که فاقد عکس بود، عکس و طرح آماده می‌کردم. آن زمان نشریه ۶۴ صفحه بود.

کار صفحه آرایی و مدیریت هنری نشریه به چه شکلی انجام می‌شد؟

سال ۸۰، دکتر نعمت‌اللهی به روابط عمومی آمدند. یکی از خصوصیات ایشان این بود که به جوان‌ها خیلی بها می‌دادند و کارها را به کسانی که داخل اداره بودند، می‌سپرد. ایشان گفتند که کار صفحه آرایی برون‌سپاری نشود و به عهده خود مجموعه «مشعل» باشد. از آن زمان بود که دیگر کار صفحه آرایی را هم انجام می‌دادیم. آقای وانسون فرهادنیکچه، صفحه آرای نشریه بودند و از قدیم کار «پیک نفت» را هم انجام می‌دادند. من یک سال در کنار ایشان کار طراحی و صفحه آرایی در روابط عمومی را بسیار بهتر و بیشتر آموختم و جا دارد که از ایشان هم یادی کنم. یک هفته صفحه آرایی «مشعل» را داشتیم و یک هفته هم طراحی‌های روابط عمومی مثل بروشورها، کارت‌های دعوت، انواع نمایشگاه‌ها و پوسترهای مختلف و... که نیاز به طراحی‌های متنوع و متفاوتی داشتند را انجام می‌دادیم.

آن زمان چگونه با هم کار می‌کردید و چه فضایی بر نشریه حاکم بود؟

وقتی ارتباط و تعامل در کنار احساس مسؤولیت باشد، کار خیلی بهتر پیش می‌رود. هر یک از ما به شکلی وارد صنعت شده بودیم. اینکه هر کدام چقدر عرق کاری داشتیم، چگونه آموزش دیده بودیم و چه کسانی کنار دست ما بودند و از همه بیشتر خودمان چه درون‌مایه‌ای برای کار داشتیم، خیلی مهم بود. ارتباطی که بین آقای غیاثوند و سایر همکاران بود هم تاثیر بسیار خوبی روی موفقیت کاری مان داشت.

پس از انتشار هر شماره از «مشعل» جلسه می‌گذاشتیم و نقاط ضعف و قوتمان را بررسی می‌کردیم، ضمن اینکه واقعا هر کسی در کار خودش خبره بود. مثلا بخش «نفت در آئینه مطبوعات» را کسی مثل آقای راسخی لنگرودی قلم می‌زد که یک عمر کارش نویسندگی بود. یا بخش «اقلیم‌های نفتی» را آقای قطبی می‌نوشت و حضور میدانی داشت. او به مناطق نفتی می‌رفت و به طور مستقیم با اهالی صنعت نفت ارتباط داشت. یا مرحوم آقای افخمی با روحیه بشاشی که داشت، به همه همکاران کمک می‌کرد. همکاری و همراهی در کار، یک اصل اساسی برای همه تحریریه بود. از این بابت که می‌توانستم در جایی کار کنم که با رشته تحصیلی‌ام ارتباط زیادی داشت، خیلی خوشحال بودم و از اینکه توانستم در کنار بزرگان و افراد حرفه‌ای کار یاد بگیرم، هنوز هم خرسندم.

کار هنری چه تاثیری در نشریه مشعل می‌گذاشت؟ چگونه هنر را در صنعت تاثیر می‌دادید؟

از سال ۸۷ مسؤولیت بخش هنری و فنی به من سپرده شد. آن زمان نشریه «مشعل» مدتی به صورت روزانه و با قطع روزنامه‌ای منتشر می‌شد. آقای درویشی و بعد هم آقای رزاق پناه سردبیر بودند و چند حروفچین و صفحه آرا داشتیم و بنده هم مسؤول بخش فنی و هنری بودم تا سال ۹۲ که کار را به جوانان محول کردیم. از آنجا که «مشعل»، یک تعریف درون سازمانی دارد، باید می‌توانستیم آن را از حالت صنعتی صرف، در بیاوریم. بنابراین تلاش می‌کردیم با طرح و رنگ و عکس‌های خوش منظره، فضایی هنری در یک مجله صنعتی ایجاد و نشریه را در عین صنعتی بودن، چشم نواز کنیم.

تاجبخش:
تلاش می‌کردیم با طرح و رنگ و عکس‌های خوش منظره، فضایی هنری در یک مجله صنعتی ایجاد و نشریه را در عین صنعتی بودن، چشم نواز کنیم