



چالش تقابل با رسانه‌های مجازی در عصر جدید ارتباطات: «ایران» چگونه دیده می‌شود؟

حسین خانی

روزنامه‌نگار و خبرنگار سابق روزنامه ایران در مازندران

روزنامه ایران جزو اولین نشریات مکتوب کشور است که در زمان ریاست جمهوری آیت‌الله هاشمی رفسنجانی فقید و با حمایت خبرگزاری ایرنا متولد شد.

در آن سال‌ها که هنوز رسانه‌های مجازی جان نگرفته بودند تکنولوژی‌های جدید ارتباطی مانند امروز همه‌گیر نشده بود، این دست رسانه‌ها مخاطبان و خوانندگان زیادی داشتند. گزارش‌ها و اخبار انتشار یافته در روزنامه ایران آن زمان چنان جذابیتی برای مردم داشت که در دوره‌ای تیراژ روزنامه به بیش از ۵۰۰ هزار نسخه رسیده بود و حتی تا یک میلیون نسخه نیز قابلیت چاپ و انتشار داشت.

اما این روزها هر گوشی تلفن همراه یک خبرگزاری شده و تسهیل در دسترسی به اطلاعات و سرعت در رسیدن به اخبار باعث تنگ‌تر شدن میدان حضور رسانه‌های مکتوب شده است.

در این میان روزنامه ایران نیز از این آسیب

بی‌بهره نمانده است. هزینه‌های مربوط به چاپ و انتشار نیز مزید بر علت شده تا امکان انتشار با تیراژ بالا فراهم نباشد. شاید پراهمیت‌ترین فرصتی که برای فعالان در عرصه رسانه‌های مکتوب باقی مانده است، امکان پرداختن به گزارش‌های تحلیلی باشد که معمولاً در فضای مجازی این مهم میسر نیست.

روزنامه ایران نماد و ارگان هر دولتی است که بر رأس

هرم قوه مجریه قرار می‌گیرد و سیاست‌هایش بر اساس دیدگاه‌های همان دولت تغییر می‌کند. این روزها به نظر می‌رسد تأثیرگذاری روزنامه ایران در میان مخاطبانش روند کاهشی داشته و بنا بر همین، اداره کنندگان آن نیز با کاهش تیراژ و چشم‌پوشی از برخی نشریات مؤسسه مطبوعاتی ایران مانند «ایران زمین» که در سال‌های قبل شاهد استقبال مردم در استان‌های مختلف از آن بودیم، به راه‌اندازی ایران آنلاین روی آورده‌اند تا از قافله اطلاع‌رسانی جا نمانند. به هر ترتیب این روزنامه در حالی به ایام سالروز تأسیس خود گام می‌گذارد که آفتاب حضور رسانه‌های مکتوب هر روز کم‌سوتر از گذشته می‌شود و در سطح جهانی نیز با تأسی از همین گرایش‌ها برخی از رسانه‌های مکتوب جای خود را به فعالیت‌های مجازی داده‌اند. در این برهه، «ایران» ارگان مکتوب و سخنگوی دولت چهاردهم که بروفاق ملی توجه دارد بیش از پیش نیاز به توجه دارد، زیرا در صورت ادامه این روند شاید بزودی شاهد غروب خورشید عمرش «ایران» باشیم. یک رسانه برای آنکه دیده شود باید مخاطب و نیازها و خواسته‌هایش را ببیند. روزهای اوج «ایران» به زمانی برمی‌گردد که این رسانه جدای از وجهه و جایگاه رسانه دولت بودن، نیازهای مخاطبان مردمی را می‌دید و بر همین اساس بر شعار «ایران» تهران نیست، تأکید داشت. حوزه استان‌ها همچنان از حوزه‌هایی است که روزنامه ایران برای دیده شدن باید آن را ببیند و مسائل و مشکلات این مناطق در رسانه دولت برجسته شود.

