

دسترسی پیدا کنند. موضوع دوم اینکه اخبار و اطلاعات در دهه ۷۰ تغییراتی به خود دیده بودند تا به صورت اخبار کوتاه‌تر و با روش‌هایی حرفه‌ای‌تر به مخاطب عرضه شوند. نکته سوم هم اینکه ممکن بود در آن مقطع، مرجعیت رسانه‌ای آرام‌آرام از درون مرز به خارج از مرزها انتقال پیدا کند، لذا درون خبرگزاری ایرنا بحث‌های گوناگونی شکل گرفت که ایده راه‌اندازی «ایران» یکی از مهم‌ترین آنها بود.

آن‌طور که وردی‌نژاد می‌گوید، «ایرنا» در شکل‌گیری بسیاری از خبرگزاری‌های دیگر هم نقش اول را بازی کرده است به طوری که اشاره می‌کند: «در ایرنا دنبال آن بودیم رقاباتی را به وجود بیاوریم تا یک رقابت حرفه‌ای در عرصه خبر شکل بگیرد و خبرگزاری ایرنا چابک‌تر از آن چیزی شود که تا آن زمان بود، به همین دلیل و به کمک «ایرنا» به ترتیب خبرگزاری‌های ایسنا، مهر، ایلنا، ایونا و... شکل گرفت تا عرصه خبر متنوع و حرفه‌ای‌تر شود.»

راه‌اندازی رادیو از دیگر ایده‌هایی بود که در سال ۱۳۷۳ برای اطلاع‌رسانی و ارتباط مستقیم با مردم مطرح شد که البته آن‌طور که باید، در مورد این ایده رسم امانتداری بجا نیامده شد؛ «رادیو هم یکی دیگر از ایده‌های مدنظر من و همکارانم بود که دغدغه اطلاع‌رسانی و ارتباط با مردم را داشتیم. می‌خواستیم بخش قابل‌توجهی از تولیدات ما که در آن مقطع نزدیک به یک‌هزار خبر بود و کمتر مورد استفاده قرار می‌گرفت، مستقیم در اختیار مخاطب قرار گیرد، به همین خاطر راه‌اندازی یک رادیوی کوچک خبری را با نام «رادیو خبر» به دولت وقت پیشنهاد دادیم و رئیس جمهوری وقت مرحوم هاشمی‌رفسنجانی هم آن را تأیید و به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و صداوسیما ابلاغ کرد. بنا داشتیم هر ۱۵ دقیقه یک‌بار خبر پخش کرده و در این فاصله پیام‌هایی را رد و بدل کنیم و در مقابل با دفاتر خبرگزاری ایرنا در خارج از کشور به طور مستقیم ارتباط بگیریم و آخرین وضعیت آنجا را به صورت زنده در این رادیو منعکس کنیم. صداوسیما هم پذیرفت و قرار شد به همراه شورای سیاست‌گذاری که متشکل از رئیس صداوسیما، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس خبرگزاری ایرنا و چند کارشناس که رادیو خبر را هدایت می‌کردند، به بحث و بررسی بنشینیم، اما متأسفانه در فاصله کوتاهی صداوسیما ایده «ایرنا» را به نام خود راه‌اندازی کرد و در روزهای اول با همان عنوان «رادیو خبر» روی آنتن رفت تا اینکه به این موضوع اعتراض کردیم و در نهایت به «رادیو پیام» تغییر نام داد. اینترنت رادیویی و تولیداتی در شبکه‌های مجازی یا همان فعالیت چندرسانه‌ای هم از دیگر ایده‌هایی بود که داشتیم و بعدها به حقیقت پیوست، اما روزنامه ایران مهم‌ترین و جذاب‌ترین ایده‌ای بود که در آن سال با رئیس جمهوری وقت در میان گذاشتیم و متولد شد.»

از او می‌پرسیم مگر ضریب نفوذ خبرگزاری ایرنا در آن دوره چقدر بود که تا این میزان مرجعیت داشت و چنین تصمیم‌هایی اتخاذ می‌شد و او می‌گوید: «بر اساس بررسی‌ها و تحقیق‌های میدانی، در آن دوره ضریب نفوذ خبری ایرنا ۷۶ درصد اعلام شده بود، با این حال مورد رضایت ما نبود چراکه ارتباط مستقیم با مخاطب نداشتیم و روزنامه ایران به بهترین شکل ممکن این ضعف را جبران کرد.»

اما در مورد شکل‌گیری روزنامه این موضوع را مدنظر قرار دادیم که عمده روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های سطح اول دنیا بخصوص اروپای شرقی و چین، تنها صدای دولت و به نوعی تریبونی برای دولت بودند، ویژگی پروپاگاندا سیاسی داشتند و عمدتاً تبلیغاتی محسوب می‌شدند و شبیه روابط عمومی عمل می‌کردند. بنابراین به این نتیجه رسیدیم که از چنین روزنامه‌ای

استقبال نخواهد شد، اما در صورتی که روزنامه‌ای متفاوت متولد شود که با مخاطب صادق باشد و بر اطلاع‌رسانی، اولویت مردم و پوشش‌دهی خواسته‌های مخاطب تمرکز کند و در مقابل از پروپاگاندا و تبلیغ دولت به دور باشد و بتواند ایده‌ها، خواست و ترجیحات دولت را هم در کنار اولویت، خواست و نیاز مردم مطرح کند، بدون شک در قلب مردم ایران جا خواهد گرفت. در اصل قرار شد روزنامه آوند ارتباطی میان حاکمیت و ملت شود چراکه در آن مقطع به این نتیجه رسیده بودیم که کشور در دولت‌سازی موفق‌تر از ملت‌سازی عمل کرده است و نمی‌تواند دیدگاه‌هایش را به خوبی به ملت منتقل کند. این بود که روزنامه ایران متولد شد.»

چرا «ایران» نام گرفت؟

«بعد از اطمینان از راه‌اندازی روزنامه به دنبال نامی بودیم که جامعیت داشته و در ذهن مردم به عنوان یک جهت جدید ملی تعیین‌کننده باشد. «توسعه، سازندگی، عصر توسعه» و نام‌هایی از این دست مطرح می‌شد اما من از روز اول در ذهنم بود که این روزنامه باید هویت ملی و جامع داشته و نام آن هم روشن‌گر آن باشد. از مردم تا آیت‌الله هاشمی‌رفسنجانی که «ایران اسلامی» را پیشنهاد داده بود، در انتخاب این نام سهم داشتند، اما من که می‌خواستم همه‌آحاد ملت و جهت‌های فکری آن زمان حس کنند این روزنامه خودشان است و حرف آنها را هم درج خواهد کرد، خیلی اصرار کردم تا نام آن «ایران» بدون هر پیشوند و پسوندی باشد؛ نامی که با حمایت مقام معظم رهبری انتخاب شد؛ از ایشان استعلام کردیم و پاسخ‌شان این بود که اتفاقاً هم اسم قشنگی است و هم نامی هوشمندانه برای روزنامه؛ بنابراین انتخاب شایسته‌ای است. با همین پشتوانه، دیگر معطل نکردم.»

لوگوی «ایران» چطور، در طراحی آن هم با اهالی فن بحث و بررسی‌هایی انجام شد؟

دقیقاً همین‌طور است. هر تصمیمی که برای روزنامه گرفتیم، از نام آن تا کمپین‌ها، تبلیغات، ساختار و صفحات روزنامه با همراهی کارشناسانی از ۳ نسل انجام شد. بر همین اساس قرار شد لوگوی روزنامه هم ویژگی‌های ایرانی داشته باشد. به این ترتیب تصمیم بر آن شد تا هویت بصری روزنامه به خط نستعلیق نوشته شود. معروف‌ترین و مهم‌ترین خط‌نویس ایران یعنی آقای غلامحسین امیرخانی، «ایران» زیبایی را به خط نستعلیق نوشت و برجستگی خورشید ایرانی هم در این لوگو برای ما اهمیت داشت چراکه نماد هویت ملی و دینی کشور است.

وفاق در عین تنوع

یکی از دلایل پویایی روزنامه ایران این بود که همچون کشور ایران در عین تنوع، وفاق و وحدت در آن جاری بود؛ نمونه‌اش همان ۳ نسلی است که صفحات روزنامه به همت تک‌تک آنها منتشر شد. از مؤسس روزنامه ایران در مورد این ۳ نسل می‌پرسیم و او در پاسخ می‌گوید: «نسل اولی که وارد این عرصه جدید شد، نسل گذشته روزنامه‌نگاری و کسانی بودند که در آن مقطع یا قلم به زمین گذاشته یا خسته شده و قهر کرده بودند. نسل جوان انقلاب هم گروه دیگر بودند؛ کسانی که در انقلاب حضور داشتند و قلم به دست بودند. افراد نسبتاً جوان و میانسال هم به عنوان نسل سوم در روزنامه به کار گرفته شدند که به واسطه آنها صحنه و عرصه آموزشی هم فراهم و بعدها به دانشکده خبر تبدیل شد. با این ایده نیز در خبرگزاری و روزنامه نیروهای جدید و متخصص پرورش داده شدند.»



خیلی اصرار کردم تا نام روزنامه «ایران» بدون هر پیشوند و پسوندی باشد؛ نامی که با حمایت مقام معظم رهبری انتخاب شد. از ایشان استعلام کردیم و پاسخ‌شان این بود که اتفاقاً این هم اسم قشنگی است و هم نامی هوشمندانه برای روزنامه است؛ بنابراین انتخاب شایسته‌ای است. با همین پشتوانه من دیگر معطل نکردم.