

متفاوت منتشر عرضه شود. به همین دلایل و ویژگی‌های خاص هم بود که این روزنامه در دهه ۷۰ متفاوت از بقیه مطبوعات شناخته شد و توانست در مدت بسیار کوتاه در جامعه اثرگذار باشد و به تیراژ ۳۰۰ هزار برسد. قدیمی‌های روزنامه باید به خاطر داشته باشند که مردم برای خرید روزنامه جلوی دکه‌های روزنامه‌فروشی صف می‌ایستادند. این برجسته‌ترین نشانه تأثیر روزنامه در میان مردم بود. البته روزنامه در میان مسئولان و سیاستگذاران هم به نحوی دیگر اثراتش را گذاشته بود. البته این تأثیرات روزنامه در آن دوره به دور از وجود فضای مجازی و جوی که امروز حاکم است، اتفاق افتاد. آن زمان روزنامه‌ها برد بسیار زیادی داشتند و روزنامه ایران به دلیل ویژگی‌هایی که اشاره کردم از سایر روزنامه‌ها برد بیشتری داشت.»

◀ ایده‌هایی برای رشد روزنامه ایران

مدیرعامل سابق مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران از اتفاقات و تحولاتی که در دوران مدیریت‌اش در روزنامه افتاده اینطور یاد می‌کند: «زمانی که روزنامه را تحویل گرفتم، روزنامه بدهی بسیار سنگینی از دوره قبل داشت و تعداد کارکنان خیلی بیشتر از حد نیاز بود. از طرفی تأمین بودجه مورد نیاز برای بدهی‌ها بسیار مشکل بود و تصمیم‌گیری برای کاهش نیروها با توجه به اینکه تلاش می‌کردیم به معیشت زندگی هیچ کدام از همکاران

روزنامه پیش‌بینی و دنبال کردم بحث دیجیتالی کردن و حضور روزنامه در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بود. به این منظور مجموعه رسانه‌ای «گرا» گروه رسانه‌ای ایران را راه‌اندازی کردیم. در این گروه نیروهای جوان، توانمند و فعال این عرصه با تولید ویدیوهایی درباره سوزهای روز و انتشار آنها در اپلیکیشن‌های مختلف تحولی در فضای روزنامه ایجاد کردند. با این کار روزنامه از حالت مکتوب خارج شد و در شبکه‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر بیشتر در دسترس مردم است، قرار گرفت. البته قبل از آن مطالب روزنامه روی سایت قرار می‌گرفت و در فضای مجازی تا حدی فعال بود اما حضور در شبکه‌های اجتماعی اقدامی بود که در آن دوره انجام شد و بازتاب‌های مثبتی هم داشت و این امکان خوب را ایجاد کرد که روزنامه ایران بتواند در بین مخاطبان جایگاه مناسب‌تری پیدا کند.»

این استاد روزنامه‌نگاری با اشاره به نقش روزنامه‌ها در عصر دیجیتال می‌گوید: «اگر روزنامه‌ها می‌خواهند پایدار و زنده بمانند باید در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی حضور گسترده و فعال‌تری داشته باشند. چون رونق روزنامه‌های مکتوب با روزنامه‌نگاری آنلاین اتفاق خواهد افتاد. انتشار روزنامه به صورت مکتوب در هر دوره‌ای از زمان لازم و ضروری است. اما اینکه بتوانیم بین میلیون‌ها مخاطبی که در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی فعال هستند، اثرگذار



لطمه‌ای وارد نشود، بسیار سخت و حساس بود. باید تصمیمات را طوری می‌گرفتیم که روزنامه ایران با آن وضعیت بتواند ادامه پیدا کند در صورتی که هیچ بودجه دولتی نداشتیم و باید از طریق درآمدهای روزنامه کاری انجام می‌دادیم. بنابراین تصمیم گرفتیم با تغییر و تحول در حوزه سازمان آگهی‌ها مشکل مالی و بدهی‌ها را مدیریت کنیم و کاهش دهیم. برای کاهش نیروها هم تصمیم گرفته شد تعدادی از نیروها با صلاحدید خود و پاداش‌های خاصی که برایشان در نظر گرفتیم، خود را باز خرید کنند و از مجموعه جدا شوند تا روزنامه با تعداد کمتری از نیروها تولید و منتشر شود.»

◀ مجموعه رسانه‌ای گرا

روغنی‌ها از تحول در روزنامه ایران و حضور روزنامه در شبکه‌های اجتماعی و راه‌اندازی مجموعه رسانه‌ای گرا هم این‌گونه یاد می‌کند: «کاری که اواسط مسئولیت‌ام برای

باشیم طبیعتاً باید در شبکه‌های اجتماعی هم به طور موازی کار متفاوتی را ارائه دهیم. در حال حاضر تعداد خوانندگان روزنامه‌های مکتوب بسیار کم شده و تیراژ روزنامه چاپی نسبت به گذشته کاهش پیدا کرده است. این موضوع تهدیدی است که برای همه روزنامه‌ها وجود دارد، اما راهی که می‌تواند این تهدید را به فرصت تبدیل کند، حضور در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و حضور بیشتر در تولید ویدیو و عکس است که می‌تواند تعادلی در وضعیت روزنامه‌ها ایجاد و جایگاه آنها را

بثبات کند.»
روغنی‌ها در پایان گفت: «امیدوارم وضعیت روزنامه در سال جدید بهبود یابد و به جایگاه مطلوب‌تری برسد تا مخاطبان قدیمی و جدید همچنان با «ایران» بمانند. دوستان و همکاران در روزنامه توفیق پیدا کنند و اثرگذاری بیشتری در جامعه داشته باشند و بتوانند در حوزه فضای مجازی تأثیرات بیشتری بگذارند.»



قدیمی‌های
روزنامه باید به
خاطر داشته
باشند که مردم
برای خرید روزنامه
جلوی دکه‌های
روزنامه‌فروشی
صف می‌ایستادند.
این برجسته‌ترین
نشانه تأثیر روزنامه
در میان مردم بود
البته این تأثیرات
در آن دوره به دور
از وجود فضای
مجازی و جوی که
امروز حاکم است،
اتفاق افتاد