

## نگاه به تجربه، راهکار برای آینده

علی نادری

مدیرعامل سابق خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران

روزنامه ایران طبیعتاً مستقلاً از خبرگزاری ایرنا نیست، بلکه به لحاظ حقوقی، زاده خبرگزاری است و خبرگزاری ایرنا هم یکی از سهامداران اصلی آن است. به لحاظ سیاستگذاری هم طبیعتاً از سیاست‌های کلی حاکم بر رسانه‌های دولت تبعیت می‌کند و معمولاً با خبرگزاری ایرنا همگرایی و همکاری دارد. از طرفی دیگر با دفتر رئیس جمهوری و وزارت ارشاد هم هماهنگی دارد. یعنی هماهنگی سه‌جانبه‌ای وجود دارد و معمولاً در همه دولت‌ها هم سعی بر این است که این ارتباط سه طرفه همواره وجود داشته باشد. خبرگزاری ایرنا بیشتر از حیث



لجستیک و پشتیبانی و در واقع حقوقی پشتیبان مجموعه رسانه‌ای ایران است. مسأله روزنامه و در کل مؤسسه ایران، هزینه بالای تولید روزنامه، به نسبت خروجی‌اش است. یعنی ما به جهت تراکم نیروی انسانی از یک جهت و هزینه مکانیزم‌های تولید محتوا از سویی دیگر، همواره با این مشکل مواجه هستیم که چگونه قرار است از پس این هزینه‌ها برآییم. تجربه‌های کاری در روزنامه‌های دیگر

نشان می‌دهد که با هزینه کمتر هم می‌توان این خروجی را تولید کرد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مؤسسه ایران که کمک می‌کند وضعیت مالی‌اش سامان بگیرد، بحث کاهش هزینه تولید روزنامه است که خب طبیعتاً در هر دوره‌ای تدابیری برایش اتخاذ می‌شود که اغلب به جهت تراکم بدهی، نیرو و مسائل دیگر، با موفقیت همراه نبوده‌اند و در نهایت با یارانه و در واقع حمایت، به کار خود ادامه داده است. از همین رو در نظر من برای رفع این معضل، مؤسسه ایران یک تزریق مالی بزرگی لازم دارد تا به یک حالت ثبات برسد، بدهی‌ها تسویه شود، نیروهایی که می‌خواهند از سازمان منفک شوند و در نهایت یک سیستم چابک و کم‌هزینه اما کارآمد شکل بگیرد.

در دوره حضور من در مدیریت خبرگزاری ایرنا، تقریباً حقوق ماهانه کارکنان، از مسیر خبرگزاری ایرنا تأمین می‌شد. در واقع یک بخشی از بودجه ایرنا صرف خرید محتوای مکتوب روزنامه شده و به عنوان حقوق به پرسنل پرداخت می‌شد. هم به لحاظ سیاستی و به لحاظ رویکردی سعی شد که بین خبرگزاری ایرنا و مؤسسه ایران هماهنگی وجود داشته باشد. البته در دوره حضور من در خبرگزاری استقلال مؤسسه ایران زیاد بود و در بسیاری از موارد مستقل عمل می‌کرد. شاید برخی‌ها این موضوع را نمی‌پسندیدند اما ما به خاطر ملاحظات فکری کردیم که روزنامه باید مستقل عمل کند. بالاخره این هم یک مدل مدیریتی بود.

به لحاظ حقوقی، خبرگزاری ایرنا مالک ۳۳ درصد از سهام مؤسسه ایران است. ۳۳ درصد در اختیار وزارت ارشاد است و ۳۳ درصد دیگر هم در اختیار دفتر ریاست جمهوری است. به نظر من یک راهکار درست و مناسبی که می‌تواند باشد این است که ایرنا از طریق افزایش سرمایه به سهامدار عمده تبدیل شود و از طریق سرمایه‌ای که می‌تواند به ایران تزریق کند، مسائل و بدهی‌ها را حل کند. البته ایران بدهی‌های بزرگی هم دارد. از جمله موضوع بیمه و مالیات که اینها هم راه‌حل‌هایی دارند. مثلاً دولت می‌تواند با مصوبه‌ای، در راستای تأمین ایران به این مشکلات خاتمه دهد. علاوه بر اینها، اگر یک اصلاح ساختار بزرگ و مناسبی هم در مؤسسه ایران انجام شود، می‌توان امید داشت که مشکلات مؤسسه بزرگ ایران حل شود.

## جان و جهان «ایران»

حسام‌الدین برومند

سردبیر سابق روزنامه ایران

**یکم.** روزنامه ایران ۳۰ ساله شده است و این یعنی سه دهه در کوران خبر و تحلیل و روایت و در صحنه پرمخاطره آگاهی‌بخشی و روشننگری پاییده است تا صدای مردم باشد. سرمایه روزنامه ایران در همه این سال‌ها نیروی انسانی باتجربه‌ای بوده که رسانه ایران را در چشم مخاطب نگه داشته است؛ خبرنگارانی بی‌ادعا و دغدغه‌مند.

**دوم.** تحریریه ایران، ۳۰ سال است که در حرکت است، رصد می‌کند، خبر می‌دهد، تحلیل و تبیین می‌کند، بر سوزها متمرکز می‌شود و ابتکار و هنر و خلاقیت در فرم و محتوا را به کار می‌گیرد تا مخاطب را اقناع نماید تا بشود آنچه که «ایران» است برای ایران.



**سوم.** تحریریه ایران از مرکز خبر و نظر تا پیام و روایت جا نمانده است.

زمانی که «مارشال مک لوهان»، نظریه «جبرگرایی تکنولوژیک» را وارد مباحث ارتباطات و رسانه کرد؛ حاکی از آن بود که تکنولوژی فقط ابزار رسانه نیست و توانسته است خود را به بشر و دریافت رسانه‌ای و ادراکی او در پهنه زمان تحمیل کند تا جایی که عیان و نمایان شد که «پیام» از طریق تکنولوژی به آسانی و سرعت در دنیا پخش می‌شود و امروزه قدرت انتقال پیام در کسری از دقیقه اتفاق می‌افتد. این واقعیت عربیان و شتاب تحولات رسانه است. اما رسانه‌ای مانند «ایران»، هنرش این بوده که در شتاب تحولات رسانه‌ای و بروز و ظهور فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، همچنان پیام را در جنگ «روایت اول» منتشر کند و مرجعیت رسانه‌ای خود را حفظ کند، افکار عمومی را قادر بداند و در دنیای شلوغ خبر و کمپین و روایت، مخاطب را از دست ندهد.

**چهارم.** اما در سی سالگی «ایران»، همچنان با یک چالش بزرگ روبروست و آن مظلومیت «خبرنگار» است که در دالان بروکراسی و سیستم اداری گیر افتاده است و خواسته یا ناخواسته می‌خواهند «خبرنگار» را «کارمند» کنند! خبرنگاری باید به سمتی برود که محصول و اثر فکری او را قدر ببندند و او را روبات نپندارند که قرار است فلان ساعت بیاید و فلان ساعت برود و فلان تعداد صفحه ببندد! باید روزنامه‌نگاری را فهمید و درک کرد. گاهی ارزش یک تیتر از ده‌ها صفحه مطلب بالاتر است. گاهی خلق یک سوز و پردازش آن، به مانند آن است که کوه‌ها را تراشیده‌ای! روح خبرنگاری، دیالوگ است و از دل دیالوگ‌ها و چالش‌ها و جدال‌ها است که سوز آفریده می‌شود و مطلب و محتوا، عیار پیدا می‌کند و... تحریریه، مرکز شناخت و معرفت است و فکر و ذکر خبرنگار را باید عمیقاً فهمید چراکه خبرنگار هیچ‌گاه تعطیل نیست! در پایان بهترین‌ها را برای خبرنگاران ایران که جان و جهان این رسانه هستند، از محضر احدیت خواهانم که فرمود: «ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ».



نادری:

روزنامه ایران طبیعتاً مستقلاً از خبرگزاری ایرنا نیست، بلکه به لحاظ حقوقی، زاده خبرگزاری ایرنا است و خبرگزاری سهامداران اصلی آن است. به لحاظ سیاستگذاری هم طبیعتاً از سیاست‌های کلی حاکم بر رسانه‌های دولت تبعیت می‌کند و معمولاً با خبرگزاری ایرنا همگرایی و همکاری دارد. از طرفی دیگر با دفتر رئیس جمهوری و وزارت ارشاد هم هماهنگی دارد. یعنی هماهنگی سه‌جانبه‌ای وجود دارد