

ایران در «ایران»

محمد رضا عزیزی

دبیر گروه ایران زمین

«ایران» در تراز ایران زمین ایران

شیدای جعفری خانقاه

دبیر ویژه نامه های استانی روزنامه ایران



عزیزی:

روایت معتبر و درست و پرداخت حرفه‌ای به رویداد همیشه از اولین نیازهای مخاطبان است. روزنامه ایران در انعکاس رویدادهای استانی و توجه و پرداخت رسانه‌ای به استان‌ها، بیش از پیش نیاز به بهره‌گیری از پلتفرم‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی دارد تا در تکمیل و همراه با رسانه مکتوب همچنان متعهد و مقید به رویکرد «ایران» برای همه ایرانیان و «ایران» فقط تهران نیست باشد

یک- «ایران»: به فراخور نامش از همان ابتدای انتشار تلاش داشته است که بازتاب دهنده تصویر ایران باشد و این یعنی از پایتخت خارج شوی و در اقصی نقاط ایران از شمال و جنوب تا غرب و شرق، از سیستان و بلوچستان تا آذربایجان غربی و از خوزستان تا خراسان و از مازندران و گیلان تا هرمزگان و بوشهر را هم ببینی. «ایران زمین» همزاد «ایران» شد و نمایندگی‌های روزنامه ایران در همه استان‌های کشور و جدای از آن در بسیاری از شهرها به طور ویژه و افزون بر نمایندگی استانی فعال شدند. در طول این ۳۰ سال، روزنامه ایران با نگاه و رویکرد ایران فقط تهران نیست، روزنامه‌نگاران علاقه‌مند و با استعداد بسیاری را در نقاط مختلف کشور جذب کرد. در یک

مقطع طولانی ویژه‌نامه‌های استانی به طور روزانه و برای همه استان‌ها در ۴ یا ۸ صفحه منتشر می‌شد و با در نظر گرفتن تحریریه جداگانه در تهران و تحریریه‌های استانی، بخش استان‌های ایران از گسترده‌ترین تحریریه در بین مطبوعات کشور برخوردار بود. به واسطه «ایران زمین»، روزنامه ایران روزنامه‌نگاران و علاقه‌مندان به کار رسانه‌ای بسیاری را در سراسر کشور به خود جذب کرد که تعداد زیادی از نیروهایی که کار رسانه‌ای خود را از ایران شروع کردند، بعدها در جایگاه مدیران مسئول و صاحبان امتیاز نشریات در استان‌های محل فعالیت خود قرار گرفتند یا در جایگاه مدیران استانی و رسانه‌ای فعال شدند.

دو- یکی از دبیر پاترین چالش‌ها و حتی آسیب‌های رسانه‌های ایران مرکزیت‌نگری و پایتخت‌محوری در محتوای رسانه‌ای است. پژوهش‌های رسانه‌ای زیادی با رویکرد تحلیل محتوا انجام شده و این نکته را تأیید و تصریح کرده که در رسانه‌های ایران، مسائل و رویدادهای پایتخت بیشتر برجسته می‌شوند و موضوعات استان‌ها بویژه استان‌های محروم و کم برخوردار در صفحه اول مطبوعات جای کمتری دارند. این پایتخت‌محوری رسانه‌ها در مراتب بعدی خود جزئی از زنجیره علت و معلولی پدیده تمرکزگرایی در توزیع امکانات و حتی جمعیت و بی‌توجهی به رویکردها و سیاست‌های کارشناسی شده آمایش سرزمین است. همچنین الزام روزنامه ایران به چاپ و انتشار ویژه‌نامه‌های استانی و توجه به مسائل استان‌ها در چهارچوب و همراه با سیاست‌ها و برنامه‌های آمایش سرزمین و تمرکززدایی بوده است.

سه- در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، رسانه‌های مکتوب را وارد چالش بقا و ادامه حیات کرده است. سرعت انتشار، در دسترس بودن محتوای رسانه‌ای و نداشتن قید و بندهای رسمی از جمله مزیت‌های مهمی است که باعث شده شبکه‌های اجتماعی دست برتر را در جذب مخاطب داشته باشند. همچنین روایت معتبر و درست و پرداخت حرفه‌ای به رویداد همیشه از اولین نیازهای مخاطبان است. روزنامه ایران در انعکاس رویدادهای استانی و توجه و پرداخت رسانه‌ای به استان‌ها، بیش از پیش نیاز به بهره‌گیری از پلتفرم‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی دارد تا در تکمیل و همراه با رسانه مکتوب همچنان متعهد و مقید به رویکرد «ایران» برای همه ایرانیان و «ایران» فقط تهران نیست باشد.

سرزمینی پهناور با برخورداری از داشته‌های ناب فرهنگی، تاریخی، اقلیمی و گردشگری، کشاورزی و... در کنار نیروی انسانی خلاق و کوشا (بویژه نسل نوجوان و جوان مستعد)، محق رسیدن به بالاترین سطوح توسعه‌یافتگی در ارکان مختلف است. آگاهی در هر جامعه‌ای، منجر به پرورش ذهنی پرسشگر و روحیه‌ای نقادانه می‌شود. آگاهی، جامعه را تشنه دانستن می‌کند و قطعاً این رسانه‌ها هستند که می‌توانند به عنوان ابزار اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، جامعه را از این نظر سیراب کنند؛ رسالتی سنگین که به نظرمی رسد جایگاه آن در کشوری غنی از ظرفیت‌های پیدای و پنهان در عرصه‌های فرهنگی، قومیتی، مذهبی، منابع طبیعی و... همچون ایران، فراتر

از سایر کشورهاست. ایران، سرزمینی باشکوه، متمدن با سابقه تاریخی ارزشمند، رنگین‌کمانی از اقوام گوناگون و با خرده‌فرهنگ‌های متنوع است که جلوه‌ای زیبا از همزیستی مسالمت‌آمیز و مودت مردمانش را به تصویر کشیده است، اما پرواضح است که تداوم چنین شکلی از حیات اجتماعی نیازمند تقویت و حفظ انسجام، همبستگی و تمرکز بر تعمیق وفاق ملی است؛ واژه‌های امیدبخشی



که بدون توجه به آگاهی از شرایط کشور و استان‌ها، شهرستان‌ها و روستاها و از همه مهم‌تر نیازها، مطالبات و خواسته‌های مردمانش، مفهوم و بایسته‌های آن درک نخواهد شد. در این هنگامه که اغلب نقاط دنیا و منطقه آبستن حوادث متفاوت و بعضاً غیرقابل پیش‌بینی است، این وظیفه رسانه‌هاست که با تبیین هوشمندانه واقع‌گرایی و نه واگرایی، درصدد امیدآفرینی و نه خیال‌پردازی در کشور برآیند تا امکان تحقق شعار «وفاق ملی» که در ذات خود دستاوردهای ارزنده دیگری برای کشور همراه داشت، مهیا کنند. به نظرمی رسد «ایران» با گذشت سه دهه از عمر خود، به عنوان رسانه‌ای مطرح و با کوله‌باری از تجربه و دانش، بتواند با نیازسنجی‌های باموقع و مبتنی بر تحقیق و پژوهش، فرصت‌ها و کاستی‌های استان‌های مختلف کشور را با تمرکز بر آمایش سرزمینی و توجه به اقتضائات هر خطه از ایران زمین، تبیین و با انعکاس باموقع گزارش‌ها به مسئولان بالادستی، یاریگر سیاستگذاران در اتخاذ تدابیر راهبردی، سازنده و راهگشا برای شکوفایی و تعالی ۳۱ استان دیگر به موازات استان تهران باشد. تمرکز بر آمایش سرزمینی و اقتضائات هر استان، دو نکته مهمی است که نباید مورد غفلت نهادهای رسانه‌ای به عنوان ابزاری اثربخش در سیاستگذاری‌ها قرار گیرد. روزنامه ایران به عنوان رسانه‌ای پرمخاطب، طی سال‌ها فعالیت مستمر، تلاش کرده با انتشار ویژه‌نامه‌های استانی با محوریت توجه به آمایش سرزمینی و توزیع آن در گستره استان‌های مقصد، پیوند میان مخاطبان استانی و جوامع محلی را با مسئولان استانی و ملی بیشتر کند. شاید یکی از دلایل محبوبیت و مقبولیت این رسانه، توان آن در حفظ مخاطبانش در سایر استان‌ها و شهرستان‌ها باشد؛ بازخوردهای مثبتی که از مخاطبان سراسر کشور، نه فقط استان تهران دریافت می‌شود نیز دال بر این مدعاست. امید است توجه به مخاطبان سراسر کشور، همچنان در رأس سیاستگذاری‌های خبری روزنامه ایران به عنوان رسانه‌ای اثرگذار و پرمخاطب باشد و این رسانه بتواند همپای سایر نهادهای رسانه‌ای، گام‌های بنیادین و ماندگار در اعتمادافزایی میان مخاطبان سراسر کشور با مسئولان استانی و ملی بردارد.

