



**در خیابان صفی علی شاه پشت یک صف از دانش آموزان ایستادم تا بابای مدرسه آنها را به آن سوی خیابان هدایت کند. روزنامه‌ها را جلوی داشبوردها گذاشته بودم که گذاشتم ماشینی پیدا بود. خاطرم نیست دانش آموزان ابتدایی بودند یا راهنمایی، ولی خدا می‌داند که تا چشم هفت، هشت تا آنها به روزنامه خورد، مشتم‌هایشان را گره کرده و یک صدا گفتند «بخوان ایران بخوان»**

بدون شک با وجود درایتی که در کار بود، از ساختار روزنامه تا فونت آن هم با نگاه کارشناسی تعیین شد. وردی نژاد در این خصوص به جلسات متعددی اشاره می‌کند که گاهی تا نیمه‌های شب ادامه پیدا می‌کرد و چگونگی ساختار روزنامه، ویژگی صفحات، قطع و فونت آن تعیین می‌شد: «در آن مقطع غیر از «همشهری» هیچ روزنامه رنگی دیگری نبود و عمده روزنامه‌ها حتی اطلاعات و کیهان بعدازظهر به چاپ می‌رسید و همشهری هم که مرتبط با شهرداری بود، در آن مقطع فقط در تهران انتشار می‌یافت. بنابراین «ایران» اولین روزنامه سراسری رنگی بود که صبح‌ها منتشر می‌شد و هم نام ملی داشت و هم دولتی. با اینکه تناسبی بین ذهنیت آحاد مختلف از نخبگان و خبرگان تا دولتی‌ها و غیردولتی‌ها و بخش خصوصی و دانشگاهی برقرار شده بود، ساختار محتوایی و نگارشی آن هم طوری فراهم شد که مردم با آن همذات‌پنداری می‌کردند و به این ترتیب باید بگویم در آن مقطع موفق شدیم مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها را وارد روزنامه کنیم.

#### ◀ نوآوری‌های موفقیت‌آمیز

برای موفقیت «ایران» باید چند محور اصلی را زیر ذره‌بین برد. وردی نژاد که دغدغه شکل‌گیری روزنامه‌ای مردمی را در سر داشت بهتر از هر کسی این محورها را می‌شناخت. می‌پرسم آیا می‌توان برای موفقیت «ایران» چند پیکان ترسیم کرد و او بدون مکث می‌گوید: «حتماً؛ ۳ یا ۴ محور اصلی، موفقیت «ایران» را رقم زدند. اول صفحه‌ای با نام «آینه» که در اصل محل طرح خواسته‌های مردم از دولت بود. با این پرسش که قول‌هایی که دادید چه شد؟ چکار کردید؟ در آن مقطع اصلاً چنین چیزی در هیچ کدام از رسانه‌های وقت وجود نداشت. دومین دلیل موفقیت، ایجاد فضایی برای مطرح کردن دیدگاه‌های جوانان بود که در کنار سرویس آینه به تشکیل میزگردهای خیابانی منجر شد. خبرنگار ما می‌رفت بین مردم بخصوص جوان‌ها و دیدگاه‌های آنها و مردم را راجع به تحولات روز و جاری در قالب گزارشات میدانی با این ویژگی که هیچ نوع دروازه‌بانی و سانسوری بر آن حاکم نبود، مطرح می‌کرد. حتی انتقادات از دولت و دستگاه‌های مختلف را که قولی داده و عمل نکرده بودند در این بخش منتشر می‌کردیم که بعضاً با انواع و اقسام انتقادات از سوی دولتی‌ها روبه‌رو می‌شد.

سومین پیکانی که ترسیم کردیم و به عنوان یکی از پیکان‌های موفقیت روزنامه محسوب شد بخش «دیگه چه خبر؟» بود. در این فضا اخبار طبقه‌بندی شده که تقریباً شکل محرمانه داشتند، مطرح می‌شد. در دهه ۷۰ مسائل سیاسی خیلی سخت مطرح می‌شد. این بخش روزنامه ایران عملاً تابوشکنی کرد و اخباری که به عنوان خبرهای ویژه، غیرمنتشره و دارای طبقه‌بندی شناخته می‌شدند، در چند مقطع و به این ترتیب منتشر می‌شد؛ خبر اول اینکه... خبر دوم اینکه... دیگه چه خبر...»

این بخش با استقبال خیلی زیادی روبه‌رو شد به طوری که به گواه بسیاری از کیوسک‌داران، روزنامه ایران خیلی زودتر از باقی روزنامه‌ها به فروش می‌رفت.

چهارمین پیکان موفقیت هم با استقبال مردم عجیب شد؛ آن زمان علاقه زیادی به حوادث جامعه وجود داشت. ما در این صفحه سراغ روایت‌گری رفتیم به گونه‌ای که سعی داشتیم جنبه آموزشی را هم در نظر داشته باشیم و به نوعی آموزش دهیم که افراد در برابر خطرات و مشکلات فضاهای پیرامون چطور عمل کنند. به این ترتیب این صفحه با ویژگی‌های آموزشی‌ای که داشت به لایه‌های دوم و سوم حوادث وارد شد و علت و چگونگی ایجاد آنها را رصد کرد. علاوه بر این به کمک همین صفحه نگاه جامعه را نسبت به معتادان تغییر دادیم و

به نوعی یادآور شدیم که این افراد، نه طردشدگان، بلکه بیمار هستند و باید کمک کنیم تا با این غول مبارزه شود. همچنین کمک به زندانیان و بازگرداندن آنها به جامعه نیز در این صفحه مورد توجه قرار گرفت. این صفحه آنجایی به یک تحول بزرگ انجامید که با بخش «جویندگان عاطفه» سبب شد گمشدگان سالیان مختلف به یکدیگر برسند.»

#### ◀ ایده جویندگان عاطفه از کجا آمد؟

مثل خیلی از بخش‌های دیگر جرقه‌اش در نشست‌هایمان خورد. عزیزانی که در این صفحه مشغول بودند، تجارب ارزنده‌ای داشتند و این عنوان را انتخاب کردند که اثر بسیار زیادی داشت و تحرک بالایی را در جامعه ایجاد کرد.

#### ◀ مجله «ایران جوان» با آن اقبال عجیب و غریب چطور کلید خورد؟

روزنامه ایران در دل مردم جایگاه خوبی پیدا کرده بود و جوانان علاقه‌مند، ما را در راه‌اندازی این مجله ثابت‌قدم کردند به گونه‌ای که انتشار آن در زمان خود انقلابی بین مطبوعات به پا کرد. خاطرم هست به واسطه نسبتی که با جوانان داشت، تیراژ آن به ۶۰۰ هزار رسید که برای یک مجله در آن دوره عدد خیلی بالایی محسوب می‌شد و همه جا صحبت از روزنامه ایران و مجله ایران جوان بود.

#### ◀ بخوان ایران بخوان

«روزنامه ایران با یک تبلیغات بسیار متفاوت وارد عرصه شده بود. تابلوها، بیلبوردهای سطح شهر، رادیو و تلویزیون از «ایران» می‌گفتند. حتی میدان فردوسی و تمثال فردوسی هم با یک شعار نشان داده می‌شد. یک گروه بسیار حرفه‌ای تبلیغاتی که چندین دهه پیش از ما تجربه داشتند، معرفی آن را بر عهده گرفته بودند. پویبش تبلیغاتی «بخوان ایران بخوان» از همانجا آغاز شد.»

فریدون وردی نژاد با بیان این جمله به یاد خاطره‌ای می‌افتد که لبخند را به چهره‌اش می‌نشانند؛ «۳ نسخه از روزنامه را به صورت آزمایشی نزد وزیر ارشاد وقت بردم که در صورت تأیید از یک یا دو روز بعد منتشر شود. در راه بازگشت در خیابان صفی‌علی شاه پشت یک صف از دانش‌آموزان ایستادم تا بابای مدرسه آنها را به آن سوی خیابان هدایت کند. روزنامه‌ها را جلوی داشبوردها گذاشته بودم که از آن سوی شیشه ماشین پیدا بود. خاطرم نیست دانش‌آموزان ابتدایی بودند یا راهنمایی، ولی خدا می‌داند که تا چشم هفت، هشت تا آنها به روزنامه خورد، مشتم‌هایشان را گره کرده و یک صدا گفتند «بخوان ایران بخوان». آنها فقط «ایران» به خط نستعلیق را دیدند و به من ثابت کردند تبلیغات ما تا چه عمقی نفوذ کرده که هنوز روزنامه منتشر نشده، لوگوی قرمز رنگ آن خودنمایی کرده است. همانجا مطمئن شدم این روزنامه پا خواهد گرفت و آمدم با همکارانم در میان گذاشتم و همان شب اولین شماره با تیر «به میان شما آمدیم» را زیر چاپ بردیم.»

#### ◀ نوآوری در سلول به سلول «ایران»

##### ◀ تیتراول نخستین شماره «ایران» چطور انتخاب شد؟

برای تیتراولی بحث کردیم؛ اینکه «ایران» یک روزنامه فرهنگی، اجتماعی، مردمی، سیاسی و بین‌المللی بود و باید در اولین تیتراول روزنامه دیده می‌شد، با اینکه فرم، شکل و محتوای آن هم باید با نوآوری همراه می‌بود که الحق و الانصاف همه این جزئیات در تیتراول یک روزنامه اول بهمین ۱۳۷۳ لحاظ شد.