

## «ایران» علیه ناامیدی، ترس و بی‌پناهی



**محمدرضا نوروزپور**  
مدیرعامل  
خبرگزاری ایرنا

بهمن ماه سال ۱۳۷۳ با پتیر «به میان شما آمدیم» روزنامه‌ای متولد شد که حالا ۲۶ سال از عمر آن می‌گذرد و همچنان در میان مردم مانده است.

بقای یک روزنامه در غوغای فضای مجازی و جهان شبکه‌ای شده بواسطه رشد فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی یک چیز است و محبوب باقی ماندن و مخاطب داشتن چیز دیگر. «ایران»، هم باقی مانده است و هم محبوب؛ و جمع این دو با هم افتخاری است متعلق به روزنامه‌نگاران و دست‌اندرکاران این مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی در سه دهه گذشته. به همه آنها تبریک و خسته نباشید می‌گویم. این البته همه افتخار آفرینی‌های روزنامه ایران نیست. شاید از همه سخت‌تر این بوده است که «ایران» باوجود شناخته شدن با عنوان «روزنامه دولت» تقریباً به جز معدود مواقعی، ناواسته است صدا و دیدگاه مستقل خود را نسبت به روندها و فرآیندها حفظ کند و به گونه‌ای عمل کند که هم تبیین‌گر اقدامات و تصویرگر دستاوردهای دولت باشد و هم منتقد و مصلح وضعیت موجود. ایران تلاش داشته است بی‌آنکه از سمت شهروندان فاصله بگیرد، دولت و ملت را نزدیک‌تر کند و رسانه‌ای باشد علیه شکاف‌ها و روزنامه‌ای باشد در سوی همگرایی و در جبهه انسجام.

از این منظر «ایران» هم اکنون یکی از بازوهای اصلی رسانه‌ای دولت و مرجعی معتبر در حوزه اطلاع‌رسانی و تبیین‌گری است، آن هم در روزگار هیاهوی فیک‌نیوزها و گرم شدن تنور انواع جنگ‌های روانی و ادراکی داخلی و خارجی که هر یک با اهداف و اغراض سیاسی، اقتصادی و امنیتی، ارایه خود می‌رانند تا رازینه‌ها بر اذهان و قلوب مردم و افکار عمومی می‌زنند. «ایران» امروز ما در شرایطی است که بیش از هر زمان دیگری نیازمند اخبار و اطلاعات و تبیین‌های دقیق و درست است. آنها که «ایران» ما را ویرانه و در بند می‌خواهند، چو «ترس» را در جامعه می‌پرورانند و تخم «پاس و ناامیدی» می‌کارند تا شهروندان عمیقاً باور کنند که «ایران» در آستانه بی‌دولتی و فروپاشی است و کار از دست رفته است، هیچ چیز در جای خود قرار ندارد و امید به اصلاح نیست؛ تا از این طریق آشوب در جان مردم و کالبد جامعه اندازند و آنها را ره‌اشده و سرگردان به هر سمت و سویی که با انتشار اخبار دروغ و جعلی تعیین می‌کنند، بکشانند. پروژه پمپاژ پاس و ناامیدی در مقیاس کلان و وسیع از طریق بمباران اخبار دروغ، جهت‌دار، تحریف شده و ساختگی، به منظور تثبیت «ترس و بی‌آیندی» در افکار عمومی انجام می‌شود تا مردم را پریشان و مضطرب و مسئولان را وادار به ارتکاب اشتباه در تصمیم‌گیری یا اقدام نمایند. این همه حاصل فرآیند پیچیده جنگ روانی و جنگ ادراکی چند الیام است که ویرانی طبلان از خارج علیه کلیت نظام به راه انداخته‌اند و عده‌ای نفوذی یا افراطی سودازده نیز همسو با آنان در داخل علیه دولت.

با تسلط گفتمان «بی‌تکلیفی» یا «هاشدرگی» بر جامعه، توده‌های مردم دچار تردید، تشویش و حیرانی می‌شوند و حس بی‌پناهی بر آنها چیره می‌شود. ملتی که احساس هاشدرگی بر آن غالب شود، پیوندهای خود را با حکمرانان و به معنی مشخص‌تر دولت قطع می‌کند؛ چراکه به این باور می‌رسد که کسی به فکر آنها نیست و یار و یاور ی ندارند. در چنین محیطی، افکار عمومی براجتی جذب روایت‌های غیر معتبر، حقایق جایگزین، اخبار جعلی و جهت‌دار می‌شود. سطح باورپذیری مردم نسبت به مسائل، واقعیت‌ها و جزئیات، پایین آمده؛ ساده‌سازی‌های گمراه‌کننده فراگیر شده و باورپذیری شبه‌علم و خرافات که از قضا منحصر به فضای مجازی هم نیست، افزایش می‌یابد. چنین محیطی بشدت مستعد رشد و برآمدن سیاستمداران عوامفریب و شارلاتان، ظهور جریان‌های رادیکال و ویرانی‌طلب و حتی آنا‌رشیست‌های آشوب‌طلب، خواهد بود.

این احساس درماندگی و ادراک هاشدرگی در جامعه سریعاً به احساس خطرناک‌تر «ترس و اضطراب» فراگیر تبدیل می‌شود. ملتی که از قبل با بمباران اخبار ناامید کننده تضعیف روحیه شده و به ورطه احساس «بی‌کسی و بی‌پناهی» رسیده حالا دچار ترس و اضطراب شدیدی است که برای رهایی از آن ممکن است دست

به هر اقدام درست یا نادرستی بزنند. اینجاست که به گفته برژینسکی، استیلای ترس به شکل مرموزی احساسات را در توده‌ها تحریک کرده و کار را برای سیاستمداران عوامفریب بسیار ساده می‌کند تا توده‌ها را به هرسویی سوق دهند یا با هر سیاستی که مناسب می‌دانند، همراه سازند.

از این رو به کارگیری این شگردهای عملیات روانی و جنگ ادراکی، همواره از سوی بازیگران بین‌المللی علیه کشورهایی که آنها را دشمن تلقی می‌کنند یا توسط گروه‌ها و افراد نفوذی در داخل یا حتی جریان‌های سیاسی رقیب مرسوم بوده است.

تداوم تسلط دو گفتمان «ترس و بی‌تکلیفی» در افکار عمومی که رسانه‌ها نقش مؤثری در فراگیری آن دارند، فشار مضاعف روانی بر کارگزاران وارد می‌کند که نتیجه آن اتخاذ تصمیم‌های نامعقول و بعضاً اشتباهی است که خود مجدداً بر بحرانی‌تر شدن شرایط روانی جامعه می‌افزاید. این چرخه مستمر و بی‌پایان تخریب اذهان و روان مردم و بالا بردن ضریب خطا در سیاستگذاران و کارگزاران، سرانجام ممکن است به فروپاشی ذهنی و حتی فروپاشی سیاسی بینجامد.

حالا در چنین فضایی، روزنامه‌ای که ۲۶ سال قبل به میان مردم آمده و عنوان «روزنامه دولت» را هم یک می‌کشد، رسالتی بزرگ‌تر از هر دورانی بر دوش دارد. اگرچه این شگردها قدیمی است، اما بواسطه توسعه فناوری‌های نوین، فراگیری شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون‌های خبری آنلاین و پیام‌رسان‌های تلفن هوشمند، هیچگاه تا این اندازه بر اذهان گذشته‌ها و عملکرد کارگزاران مؤثر نبوده‌اند. خصوصاً اینکه طراحان جنگ روانی و ادراکی از گذشته تا به حال، بهره بسیار زیادی از رسانه‌های نوین برده‌اند. از سوی دیگر نباید فراموش کرد که میزان اثربخشی و موفقیت شگردهای جنگ روانی و ادراکی در هر جامعه بستگی به وجود بسترها و زمینه‌های مساعد دارد. درحالی‌که شیوع یک پاندمی مانند کرونا، زمینه لازم برای اثربخشی جنگ روانی را در همه کشورهای دنیا بالا برده است باید توجه داشت که «ایران» ما فراتر از مؤلفه «کرونا» یا زمینه‌های مستعد دیگری از جمله «تحریم»، «جنگ اقتصادی امریکا»، «فساد»، «ناکارآمدی سوء مدیریت»، «فقر و تبعیض و گرانی» مواجه است که کار را برای ختنی کثرت اثرات جنگ روانی سخت‌تر می‌کند.

«ایران» به مثابه روزنامه‌ای که نام و اعتبار خود را توأمان از «دولت» و «ملت» گرفته است، همه ضایعات و توانایی خود را برای رویارویی با چنین شرایط سختی به میدان آورده است. «ایران» در این چندسال کوشیده است با پروژه ناامیدسازی ملت مقابله کند. «ایران» بارها و بارها با به تصویر کشیدن دستاوردهای موفق دولت در حوزه‌های مختلف و تشریح و تبیین خدمات دولت به اقشار مختلف مردم، با پروژه القای حس «بی‌تکلیفی و بی‌پناهی» درافتاد است. «ایران» در همه این سال‌ها از طریق ارائه نظرات و ایده‌های ناب از سوی متخصصان امر تلاش کرده تا به کارگزاران و تصمیم‌گیران و قانونگذاران و سیاست‌ورزان زنه‌ار دهد که تصمیمات اشتباه نگیرند.

«ایران» مفتخر است که همراه در راستای رسانت حرفه‌ای مردم دچار تردید، شگردهای جنگ روانی و ادراکی بدخواهان علیه «دولت» و «ملت» بزرگ «ایران» گام برداشته است. «ایران» این مسئولیت‌ست‌رگ را از دو طریق بر دوش کشیده است؛ نخست، روشنگری درباره ماهیت سیاست‌های خصمانه امریکا، فشارهای بی‌سابقه اقتصادی علیه ایران و همچنین اقدامات و دستاوردهای دولت برای خنثی‌سازی و لغو تحریم‌ها و به حداقل رساندن آثار تحریم‌ها بر زندگی مردم؛ و دوم از طریق آگاهی‌بخشی به جامعه در برابر جریان تحریف و برخی بی‌مهری‌ها و ناامیدسازی‌های تعمدی، که متأسفانه گاه از سوی بعضی جریان‌های سیاسی داخلی با هدف تأمین منافع کوتاه‌مدت فروملی و جناحی در تعارض و ستیز با دولت دنبال می‌شده است.

این راه ادامه دارد و ما در «ایران» به‌دنبال این خواهیم بود تا بر خلاف اهداف جنگ روانی بیگانگان، جامعه را امیدوار، آرام و مطمئن سازیم و کارگزاران را به سوی اتخاذ تصمیم‌های درست و دقیق رهنمون کنیم. «ایران»، امروز یک رسانه ملی است چراکه برای «منافع ملی» در صف نخست ایستاده است.

با پیوند سه نسل روزنامه‌نگاری و درآمیختن تجربه، خلاقیت و نوآوری، روزنامه‌ای متولد شد که از همان آغاز انتشار به جایگاهی شایسته و درخور در جمع نشریات کشور دست یافت. اندیشه

انتشار چنین روزنامه‌ای سال ۱۳۷۲ در جمع مدیران سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی شکل گرفت و با جدیت دنبال شد. متفاوت با بسیاری از تصمیمات، برای انتشار این روزنامه، ماه‌ها بررسی کارشناسی صورت گرفت و شمار زیادی از روزنامه‌نگاران با تجربه، جوانان خوش ذوق و با انگیزه و کارشناسان حوزه‌های



**محمدرضا نوروزپور**  
مدیرعامل سابق  
مؤسسه فرهنگی  
مطبوعاتی ایران

با پیوند سه نسل روزنامه‌نگاری و درآمیختن تجربه، خلاقیت و نوآوری، روزنامه‌ای متولد شد که از همان آغاز انتشار به جایگاهی شایسته و درخور در جمع نشریات کشور دست یافت. اندیشه

انتشار چنین روزنامه‌ای سال ۱۳۷۲ در جمع مدیران سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی شکل گرفت و با جدیت دنبال شد. متفاوت با بسیاری از تصمیمات، برای انتشار این روزنامه، ماه‌ها بررسی کارشناسی صورت گرفت و شمار زیادی از روزنامه‌نگاران با تجربه، جوانان خوش ذوق و با انگیزه و کارشناسان حوزه‌های

با سیاست‌های متفاوت وابستگی و حتی دلبستگی داشته است، با بهره‌مندی از یک تیم روزنامه‌نگار حرفه‌ای، چارچوبی مشخص و سبکی ویژه و مستمر برای خود برگزیده است. یکی از ویژگی‌ها و وجوه ثابت این روزنامه در دوره‌های مختلف، جنس مخاطبانش در حوزه رسمی یعنی نخبگان سیاسی و دولتمردانی است که با این گروه از مخاطبان در کنار سایر سیاستمداران و سیاستگذاران اجتماعی، با نقش آفرینی در حوزه‌های



**سید شپناهشامی**  
مدیرعامل سابق  
خبرگزاری ایرنا

با سیاست‌های متفاوت وابستگی و حتی دلبستگی داشته است، با بهره‌مندی از یک تیم روزنامه‌نگار حرفه‌ای، چارچوبی مشخص و سبکی ویژه و مستمر برای خود برگزیده است. یکی از ویژگی‌ها و وجوه ثابت این روزنامه در دوره‌های مختلف، جنس مخاطبانش در حوزه رسمی یعنی نخبگان سیاسی و دولتمردانی است که با این گروه از مخاطبان در کنار سایر سیاستمداران و سیاستگذاران اجتماعی، با نقش آفرینی در حوزه‌های

## دلتنگی برای خورشیدی که دیگر نیست



**امیر یوسفی**  
معاون سردبیر

نقشه‌ای که ۲۶ سال پیش، معماران و مهندسان برای عمارت رسانه‌ای «ایران» رسم کردند سه ستون مستحکم و معنادار داشت: سمت راست

پیشانی صفحه اول، نستعلیق ایران را نشاندهند؛ سمت چپ خورشیدی زرد و زعفرانی گنجاندهند؛ و نهایتاً راست و چپ پیشانی را با باریک‌های صاف که به خط افق می‌اناست به‌هم رسانده‌ند و با آن «ایران» را به آفتاب پیوند زدند. در این نقشه، عبارت ایران، چهره به چهره خورشید مسی نشسته بود درست مثل کاخ عالی‌قاپو درنقش جهان که سال‌هاست چشم‌درچشم مسجد شیخ لطف‌الله خیره مانده است. این رفتار هوشمندانه گرافیکی دو معنا داشت: نخست آنکه میهن را در افق امید و تیررس آفتاب می‌دید؛ و دیگر آنکه روزنامه را لبالب از روشنا و گرما می‌خواست. «ایران» به اعتبار این تدبیر بصری، اقار می‌کرد که رسانه‌ای مهرآیین است. انگار می‌خواست با این نشان، پیوندش را با خورشید حقیقت و آفتاب امید به رخ بکشاند و به مخاطب

جامعه‌شناسی و اقتصاد رسانه گرد هم آمدند و علاوه بر جلسات روزانه، در نشست‌هایی که از ساعات اولیه شب آغاز و گاه تا سپیده صبح ادامه می‌یافت‌جوانب گوناگون انتشار روزنامه‌ای متفاوت و متناسب با نیازها و خواسته‌های مخاطبان را بررسی می‌کردند تا سختی‌نور ا در قالبی جدید پیش روی مخاطبان قرار دهد.

برای تصمیم‌گیری در مورد هر یک از مباحث مورد بررسی همچون نام و نماد روزنامه، عنوان صفحات، موضوع ستون‌ها، قطع و اندازه روزنامه، شکل‌گیری گروه‌های تحریریه، شیوه‌های درآمزدزایی و استقلال مالی و بسیاری از موارد دیگر ماه‌ها بحث و بررسی انجام شد. از میان ده‌ها نام پیشنهادی، نام زیبایی «ایران» برای روزنامه برگزیده شد و با هم‌اندیشی و همدلی روزنامه‌نگارانی که شکل‌گیری جمع آنان در آن دوران

مختلف خرد و کلان کشور، ترسیم مسیر تحولات و تعیین چشم‌انداز دور و نزدیک کشور را به‌عنوان هدف عالی خود مدنظر قرار می‌دهند. چنین دغدغه‌هایی در شرایطی مدنظر دولتمردان قرار می‌گیرد که تحولات پرشتایی در جامعه ایران در حال وقوع است. تحولاتی که در آستانه ورود به قرن جدید برچسته‌ترهم شده و چه بسا ابعاد استراتژیک‌تر و تاریخ‌سازتری هم پیدا کند. در اولین سال قرن یازدهم، یک تحول سیاسی مهم در راه است چون یک دولت هشت‌ساله آماده‌واگذاری تحولات‌آمور به دولت بعدی است. تحولی که در خلال آن دولت مستقر پس از هشت سال، جای خود را به یک تیم دیگر می‌دهد و طبعاً طیف وسیعی از مدیران ارشد و میانی جدید وارد عرصه مدیریت می‌شوند. از سوی دیگر تحولات فناوری‌های مسائل مورد توجه قرار گیرد و شبکه‌های اجتماعی شده است، با ظهور پدیده کرونا، بیش از گذشته بر تحولات فرهنگ جامعه و سیاست اثر گذاشته و تصویری جدید از حال و آینده به نمایش

دور از انتظار به نظر می‌رسید روزنامه‌ای شکل گرفت که از همان آغاز استقبال کم‌نظیر گروه‌های مختلف اجتماعی را در پی داشت. «ایران» روزنامه‌ای شد از جنس مردم با حرف‌هایی نو و در قالبی جذاب که رمز و راز توقیف و ماندگاری آن مدیریت «فریدون وردی‌نژاد» در طراحی و بهره‌گیری از هم‌اندیشی صاحبان‌ایده و تجربیات پیشکسوتان روزنامه‌نگاری و خلاقیت و ابتکار خبرنگاران و نویسندگان جوان و پراگیزه بود. توقیف روزنامه ایران، ایده توسعه فعالیت‌های رسانه‌ای مؤسسه فرهنگی و مطبوعاتی ایران و راه‌اندازی روزنامه انگلیسی‌زبان «ایران دیلی»، روزنامه عربی «الوفاق»، روزنامه «ایران ورزشی»، «ایران سپید» ویژه بانینیان و مجلات «ایران جوان» و «ایران آذین» را به‌دنبال داشت و این تولیدات متنوع و ارز‌شمند، مؤسسه ایران



## «ایران» روزنامه‌ای از جنس مردم

را در جایگاه یکی از بزرگ‌ترین مؤسسات رسانه‌ای کشور قرار داد. «ایران» در دوران افول رونق روزنامه‌های کاغذی، همچنان از جذابیت یک روزنامه حرفه‌ای برخوردار است. البته با تحولات دو دهه اخیر در حوزه ارتباطات و رسانه، ماندگاری و اثربخشی روزنامه‌ها در گرو حضور فعال و مؤثر در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است. با تغییر ذائقه مخاطبان و جذابیت‌های فضای مجازی، دورماندن روزنامه‌ها از فناوری‌های نوین و سستی خبرنگاران در همراه شدن با عرصه‌های نوین اطلاع‌رسانی و فراگیری شیوه‌های نو برای تولید محتوا، بسان آفتی رسانه‌ها را از پویایی و حرکت و تأثیرگذاری بازمی‌دارد. در سالروز تولد روزنامه ایران با تبریک به همکاران حرفه‌ای و خلاق که از آغاز تاکنون با این مولود مبارک همراه بوده‌اند، موفقیت آرزو می‌کنم.

در کشور تنها در صورتی می‌تواند در جریان‌سازی فکری و فرهنگی و نهایتاً اصلاح و ارتقای سیاستگذاری، اثرگذار و نقش‌آفرین باشد که در دست‌رگفت‌وگویی سازنده و فراگیر جریان پیدا کند. شکل‌گیری و تقویت فرهنگ گفت‌وگو اگرچه در فرآیندی طولانی صورت می‌گیرد که از خانواده و مدرسه آغاز و اجزای گوناگون جامعه و رسانه را در بر می‌گیرد، ولی آنچه در روزنامه‌ای مثل «ایران» می‌تواند به جد مورد توجه قرار گرفته و نصب‌العین قرار گیرد، تقویت و تمرین فرهنگ گفت‌وگو و آداب آن، با به رسمیت شناختن تنوع سلاقی و تحمل دیدگاه‌های مخالف و متفاوت است. این مهم علاوه بر ارزش ذاتی و تأثیر بسزایی که می‌تواند در میان سرآمدن عرصه مدیریت و سیاستگذاری داشته باشد، الگویی از فرهنگ گفت‌وگو سازنده همراه با مدارا، همدلی و هم‌افزایی در مسیر رشد و تعالی و در سطح جامعه ارائه می‌کند و با استقبال از سوالات نو در فضای گفت‌وگو به ترویج این ضرورت در سطح ملی یاری خواهد رساند.

## از میدان به در نخواهیم شد

میان قوه لاسمه و مغز آدمی، رابطه‌ای نیست که بتوان به سادگی از کنارش گذشت؛ حسی که هنگام لمس مکتوب کاغذی از سرانگشته‌های می‌تراود و به درک معنا می‌انجامد، حاصل پروسه پیچیده‌ای است که طی صدها سال ارتباط میان انسان و کاغذ شکل گرفته و هنوز که هنوز است در میان بسیاری واز جمله نخبه‌ها رابطه‌ای به غایت ظریف و مسیری مطلوب‌تر برای خواندان است. از همین روست که معتقد نمی‌توان به یک باره ذوق زد شد و بر سر مزار هر آنچه مکتوب است، نشست و برای‌شان فاتحه خواند. اما کسی که نداند گذر زمان، احتجاجات و اقتضانات خودش را دارد و با تحکم آنها را به همه ما دیکته می‌کند. و حالا باز ما هستیم و کشاکش چنین سنگین. «ایران» امروز، «ایرانی» که ما در آن می‌نویسیم و طبعاً به آن تعلق خاطر داریم، بی‌گمان می‌بایست نکته را درمی‌یافت و دست به کار می‌شد. «ایران» به صرافت دریافت که انکار امروز آ آینده و صرف پیشگرمی به اسم و رسم و سابقه و البته، آن رابطه باریک نوستالژیک، گرهی از کلاف پیچیده امروز برای ایفای نقشی بایسته در عرصه مردافکن رسانه‌داری و رسانه‌نگاری نخواهد گشود. باید تلاش می‌کردیم تا خود را با زمان و زمانه وفق دهیم، که چاره‌ای جز این نیز نداشته‌ایم. در همین تکلیو بود که در کنار رسم مالوف خود، تجهیز به جهاز میدان آمدن یک روزنامه‌ای سخن می‌گویم که وارد بیست‌وهفتمین سال انتشار می‌شود و وقتی این ربع قرن‌ها از آن دوران گذشته است، سال ۷۳ به میانه میانه آمدن یک روزنامه‌ی خدادنداندانگیر و بزرگوار بود؛ روزگاری که شمار روزنامه‌خوان‌ها و تأثیرگذاری معدود روزنامه‌های آن روز و بالطبع، کارویژه‌شان قابل قیاس با امروز نبود. حالا ماییم و مواجهه‌مان با زمانه‌ای که روزنامه‌ها و از جمله «ایران» در رقابتی فزاینده و نابرابر با اشکال جدید رسانه‌ها و انواع اطلاع‌رسانی از طریق فضای مجازی اند و صدا البته اقبال جانانه مردم کم حوصله‌گوشی در کف به این اشکال جدید. تکلیف چیست؟

پیش از پاسخ، بگویم که یک نکته باریک‌تر از مو هست که نباید در میانه این هیاهو مغفول بماند. رابطه غریب

۲۶ سال... کم نیست و بی‌شک، در قیاس با روزنامه‌هایی هم که در گوشه و کنار دنیا منتشر می‌شوند و سال انتشارشان به بیش از ۲۰۰ سال می‌رسد، به عهد شباب می‌ماند. هر چند چنان که مدام گفته‌اند و شنیده‌ایم، عرض عمر است که اهمیت دارد. فایده و کیفیت و اثربخشی است که مهم است؛ و گرچه چه فایده روزنامه‌ای داشته باشی یا مثلاً ۷۰، ۸۰ سال سابقه، اما مردم نتخوانندش و تکفروشی‌اش به زور به هزار برسد و صرفاً به زور و ضرب و یارانه و یاریانه و... سرپا مانده باشد. باری، گذشته از همه این بحث‌ها، از روزنامه‌ای سخن می‌گویم که وارد

بیست‌وهفتمین سال انتشار می‌شود و وقتی این ربع قرن‌ها از آن دوران گذشته است، سال ۷۳ به میانه میانه آمدن یک روزنامه‌ی خدادنداندانگیر و بزرگوار بود؛ روزگاری که شمار روزنامه‌خوان‌ها و تأثیرگذاری معدود روزنامه‌های آن روز و بالطبع، کارویژه‌شان قابل قیاس با امروز نبود. حالا ماییم و مواجهه‌مان با زمانه‌ای که روزنامه‌ها و از جمله «ایران» در رقابتی فزاینده و نابرابر با اشکال جدید رسانه‌ها و انواع اطلاع‌رسانی از طریق فضای مجازی اند و صدا البته اقبال جانانه مردم کم حوصله‌گوشی در کف به این اشکال جدید. تکلیف چیست؟

پیش از پاسخ، بگویم که یک نکته باریک‌تر از مو هست که نباید در میانه این هیاهو مغفول بماند. رابطه غریب



**حسین مسلم**  
معاون سردبیر

۲۶ سال... کم نیست و بی‌شک، در قیاس با روزنامه‌هایی هم که در گوشه و کنار دنیا منتشر می‌شوند و سال انتشارشان به بیش از ۲۰۰ سال می‌رسد، به عهد شباب می‌ماند. هر چند چنان که مدام گفته‌اند و شنیده‌ایم، عرض عمر است که اهمیت دارد. فایده و کیفیت و اثربخشی است که مهم است؛ و گرچه چه فایده روزنامه‌ای داشته باشی یا مثلاً ۷۰، ۸۰ سال سابقه، اما مردم نتخوانندش و تکفروشی‌اش به زور به هزار برسد و صرفاً به زور و ضرب و یارانه و یاریانه و... سرپا مانده باشد. باری، گذشته از همه این بحث‌ها، از روزنامه‌ای سخن می‌گویم که وارد بیست‌وهفتمین سال انتشار می‌شود و وقتی این ربع قرن‌ها از آن دوران گذشته است، سال ۷۳ به میانه میانه آمدن یک روزنامه‌ی خدادنداندانگیر و بزرگوار بود؛ روزگاری که شمار روزنامه‌خوان‌ها و تأثیرگذاری معدود روزنامه‌های آن روز و بالطبع، کارویژه‌شان قابل قیاس با امروز نبود. حالا ماییم و مواجهه‌مان با زمانه‌ای که روزنامه‌ها و از جمله «ایران» در رقابتی فزاینده و نابرابر با اشکال جدید رسانه‌ها و انواع اطلاع‌رسانی از طریق فضای مجازی اند و صدا البته اقبال جانانه مردم کم حوصله‌گوشی در کف به این اشکال جدید. تکلیف چیست؟

پیش از پاسخ، بگویم که یک نکته باریک‌تر از مو هست که نباید در میانه این هیاهو مغفول بماند. رابطه غریب