

تلنگری در سال ۱۴۰۰



مسعود شاه‌می‌پور
عضو سابق شورای سردبیری ایران

چرا همه منتظر سال ۱۴۰۰ هستند؟ مگر قرار است خبری شود؟ آیا منتظر اتفاق خاصی هستیم؟ در ظاهر تنها خبر خاص سال ۱۴۰۰، ورود به قرن یازدهم خورشیدی خواهد بود و این را هم دلیلی ندارد انتظار بکشیم؛ خودش می‌آید چه باشیم چه نباشیم، البته ناگفته پیداست که اگر انتظاری هست انتظار بهبود است. در کشوری که چندین سال است درگیر انواع گرفتاری‌هاست انتظار مردمش برای بهبود اوضاع، انتظاری بی‌بوهه نیست. شاید با همین انتظار بحق است که چشم‌ها به سال ۱۴۰۰ دوخته شده است. ما اهالی رسانه هم می‌توانیم و باید به منتظران پیوندیم اما وقتی به حیطه رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری ورود کنیم مقوله انتظار معنای متفاوتی می‌یابد و صرف انتظار شایسته اهالی رسانه نیست. چرا؟! بگذارید از بهار ۱۴۰۰ شروع کنیم؛ سال ۱۴۰۰ که برسد انتخاباتی برگزار می‌کنیم و با درصد بالا و پایینی از مشارکت، رئیس جمهوری معرفی می‌شود و همگان بار دیگر مشغول کار همیشه می‌شوند. رسانه‌ها هم همین‌طور، بخصوص مطبوعات که سالیان بسیار درازی است به کار گل سرگرم است. چرا که نه؟ اگر طالب کشور گل‌ویلبیم کار مطبوعاتش باید کار گل باشد. تحول را هم فقط باید در گذر دوره‌ها و شب و روز را بر سر بردن دریافت و ما به‌سادگی به این درک و دریافت عادت کرده‌ایم. حالا اگر سالروز تأسیسی را جشن می‌گیریم در واقع تلنگری است که به پیکره خودمان می‌زنیم تا یقین پیدا کنیم که به خواب نرفته‌ایم و هنوز سرپاییم. بگذارید صریح بگویم که این تأسیس از ابتدا اشکال داشت. زیرا دولت نباید متولی مطبوعات باشد، آن‌هم نهادهی که یک‌سر باید وظیفه‌اش نقد قدرت باشد اما دیده‌وخوانده‌ایم که سیطره‌قدرت بر مطبوعات چگونه از ابتدای حیات مطبوعات در این سرزمین برقرار شد و این چند دهه نیز نهادهای متعدد و متفاوت خود صاحب و متولی مطبوعات شدند و تمامی‌شان خود را نمایندگان ملتی خواندند که لایذ قرار است خودشان را هم نقد کنند. به هر تقدیر دولت صاحب روزنامه شد و انتسابش به خبرگزاری رسمی کشور نیز خود مؤید صاحب‌منصبی دولت بر این روزنامه است و حال که چنین است آیا روزنامه‌نگاران این بنگاه مطبوعاتی باید مبلغان دولت و روزنامه هم تریبوش باشد؟ اگرچه در این دوره دولت محروم از تریبون است اما باید باور

روزنامه ایران تا ۱۴۰۰ تا همیشه



فرهاد سپهرام
عضو سابق شورای سردبیری ایران

و آغاز، انسانی و وظیفه می‌دانم به روان تمامی درگذشتگان از خانواده مؤسسه مطبوعاتی و رسانه‌ای «ایران» عزیز- که شوربوختانه پرشمار شده‌اند-به ویژه شادروان استاد سیدحسین الهامی

و استاد ابراهیم امین‌زاده، تازم‌ترین درگذشته از نسل بنیانگذاران- درود فرستم و برای همه جداشدگان و ماندگان، آرزوی تندرستی، شادکامی و رضایت حرفه‌ای کنم. سیاست‌گزارم که از این همکار دوران پایه‌گذاری یاد کرده و نوشته خواسته‌اید.

موضوع نوشته را «روزنامه ایران و رویکرد ۱۴۰۰» تعیین فرموده‌اید. از این رو تلاش می‌کنم به آن وفادار بمانم و ناگزیر به آینده نیز تاح دانش و آینده نگری اندک خود بپردازم. روزنامه ایران در جایگاه یکی از نهادهای رسانه‌ای دولت، سال سختی را پیش رو خواهد داشت. سال تالطم ناشی از انتخابات رئیس جمهوری، فراز این دشواری است. بی‌شک روی آوردن مخاطبان به فضاهای آگاهی‌رسانی نوین (مجازی)، کاهش مقبولیت رسانه‌های چاپی و میل به دانستن خبر در لحظه، رسانه چاپی را در مراحل بعدی انتخاب مردم (آن‌هم علاقه‌مندان و نه همگان) قرار داده است. روزنامه ایران باید یک دولت را بدرقه و از دولت بعدی (درسال ۱۴۰۰) استقبال کند. در فاصله زمانی این دو رویداد، چگونگی بخت و فرصت دادن به نامزدان تأیید شده، چالشی جدی است؛ بویژه در شرایط کنونی و احتمال کاهش مشارکت رأی دهندگان.

تجربه نسل ما همکاران ادوار روزنامه ایران (ویژه۱۳۷۶)، کوشش برای دادن فرصت مناسب به دو نامزد جدی تأیید شده بود، اما به دیگران هم امکان ارائه نظر (با اعلام کتبی و رسمی در روزنامه) داده شد. میزگردهایی که اکثراً به پیشنهاد و

داشته باشیم که پهنه سرزمینی و عرصه خدمتگزاری دولت‌ناب‌ترین و صادق‌ترین تریبون است که می‌شد بهترین بهره را از آن برد حتی اگر شرایط و ساختارها عرصه‌های خدمت را مدام تنگ و تنگ‌تر می‌کردند که کردند. بگذریم؛ که توقف بر این مقوله راه به جایی نمی‌برد. اما در این میانه حق مردم چه می‌شود مردمی که صاحبان اصلی همه و هرچیزی در این سرزمین اند. کدام نماینده در کدام رکن و قوه حق مردم را آن چنان که باید ادا کرده که حالا از مطبوعات به مثابه رکن چهارم مشروطیت توقع کنیم؟ و اگر وظایف مطبوعاتیان در قبال حق ملت در هیچ سرزمین و با هیچ حصر و شرطی تعطیل‌بردار نیست پس در این اقلیم وظایف روزنامه‌نگاران در روزنامه دولت چگونه تعریف می‌شود؟ مناسباتشان با صاحب قانونی یعنی دولت (بدون درنظر گرفتن مردم به‌عنوان صاحبان اصلی) چگونه برقرار می‌گردد؟ با تعاریف حقوقی، سیاسی و حتی مدنی تعریفش ساده است؛ حفظ حرمت و حیثیت، دفاع و حمایت‌بی‌قید و شرط، اطاعت بی‌چون و چرا و حرکت در جهت منویات و تمناهای گوناگون صاحب قانونی. از میان این بایدها کدایش در قاموس مطبوعات با روح آزادی‌گی و سلامت مطبوعات سازگار است؟ بجز مورد اول یعنی حفظ حرمت و حیثیت دولت که بر تمامی اتباع و ارگان‌ها و نهادهای حکومتی و مردمی لازم و خدشه‌ناپذیر است، بقیه موارد گفته و ناگفته تضاد فاحش با اصول حرفه‌ای مطبوعات دارد. یادمان باشد، اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری حکم می‌کند که دست‌اندرکاران این حرفه شریف آینه تمام‌نمای جامعه باشند و فراتر از وظیفه اطلاع‌رسانی و تبلیغ، رسالت بیان دردها و دغدغه‌های مردم در تمام عرصه‌های حیاتی کشورشان را برعهده بگیرند نه به دنبال و همراه، بلکه باید پیشاپیش جامعه، روشنگری، آگاهی‌بخشی و نقد قدرت کنند تا شان مرجعیت جامعه را بیابند و اگر این همه را معطل گذارند کارمندان اداره‌های هستند که نامش روزنامه است.

اما از حق نگذریم، روزنامه ایران پایگاه و مدرسه‌ای برای آموختن کار در همه بخش‌ها و جنبه‌های گوناگون حرفه روزنامه‌نگاری است و پایدارش در دوره‌های بسیار متفاوت و مخاطب‌هاکنیز به اتکای دانش و توان تکتک اعضای تحریریه و دیگر بخش‌های این مؤسسه بزرگ بوده است و نیز یادمان باشد که تیراژ همواره مالک گویا و آشکار قدر و قیمت نشریه نزد جامعه است و از این حیث روزنامه ایران سربلند و شاخص است.

محوریت جناب آقای محمد آقازاده در موضوع‌های گوناگون برگزار شد، توانست طیفی گسترده از سلیقه‌ها و شخصیت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی را دورهم آورد که به میزگردهای «از مرضی‌تا بهزاد نبوی» مشهور شد. پیشنهاد می‌کنم روزنامه‌های ادوار همزمان با انتخابات رئیس جمهوری را دوباره ببینید. رفتن به سوی انعکاس عملکرد دولت تا حد اغراق آمیز، از آسیب‌های جدی برخی دوره‌های روزنامه بود که از شمار مخاطبان کاست. از این رویکرد باید برهیزر کرد؛ هرچند فشارها و خواست ناگزیر دولت‌ها خواهد بود.

با نگاه به آنچه در بخش آغازین نوشته آمد، نمی‌دانم چرا در این سال‌ها با ظرفیت موجود در اساسنامه دوران تأسیس خبرگزاری «پارس» (که پس از پیروزی انقلاب اسلامی به «خبرگزاری جمهوری اسلامی» تغییرنام یافت) به سوی پایه‌گذاری رسانه‌های نوین کمتر حرکت شده؟

همه افزایش یا تلفیق توانایی خبررسانی بروی بسترهای نوین مانند نرم افزار یا ابزارک (اپ) با خبرگزاری جمهوری اسلامی «ایرنا»، برای خبررسانی سریع به مخاطب و سپس گرایش نسخه چاپی (روزنامه) به گزارش، تحلیلی و ستون نویسی، می‌تواند «راز بقای» روزنامه باشد. (کنون روزنامه جوان و پرتلاش هفت صبح چنین ابزاری دارد). در هجوم

بی‌امان و پرشمار رسانه‌های دیداری- شنیداری و «همراه» نوین، فقط در آسیا، می‌توان روزنامه «آساهی شیمبون» ژاپن را با شمارگان یا تیراژ ۳ میلیون نسخه و دو نوبت چاپ صبح و عصر، به‌عنوان روزنامه ماندگار، مثال آورد. از توان‌های فراورش شده (مغفول مانده) سایر نشریات مؤسسه بود که در اوج درخشش، «ایران جوان» و... در پایان دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ خورشیدی، نه تنها پرخواننده، بلکه اثربخش و تأثیرگذار بودند؛ چرا از این ظرفیت‌ها بویژه نبود یک رسانه روزانه در حوزه زنان (فارغ از شیوه نشر چاپی یا غیر آن) بهره نمی‌گیرد؟ «ایران» بی‌تردید یک آموزشکده یا دانشکده کوچک و توانا بود، نیروهای با کیفیت و توانایی تربیت کرد. از آن‌که ماندگارند جز پیشگوستانی مانند «استاد محمد بلوری» (که همچنان از او کمک می‌گیرید)، فقط در حد تشریفات و در آیین‌ها، سراغ نگیرید.

مؤسسه «ایران» باید توان همه‌افزایی و شرایط بهره‌مندی از تنوع ادبانی و سلیقه‌های نیروهای با سابقه و متخصص را در خود ایجاد کند.

کوتاه سخن آنکه «ایران برای همه ایرانیان» از اهداف و شعارهای مؤسسه و روزنامه از رمان پایه‌گذاری بود؛ امید که فراموش نشود.

تا ۱۴۰۰ و تا همیشه «ایران» بماند و بماند.

- چهارشنبه ۱ بهمن ۱۳۹۹
- سال بیست و هفتم
- شماره ۷۵۴۶

مهسا قوی‌قلب خیرنگار

روزنامه ایران از ابتدای بهمن‌ماه سال ۱۳۷۳ آغاز به کار کرد، در پیشبرد برنامه‌های راهبردی این رسانه کافذی افراد زیادی گام‌های مؤثری برداشته و تلاش‌های قابل‌تقدیری داشتند؛ یکی از این بزرگان، دکتر مجید رضاییان - جانشین مدیر مسئول و نخستین سردبیر این روزنامه، استاد دانشگاه و پژوهشگر ژورنالیسم- است، گفت‌وگویی با ایشان داشتیم که می‌خوانید:

■ **آقای رضاییان!** شما زبنیانگذاران روزنامه ایران بودید و در تأسیس و انتشار این روزنامه تلاش‌های بی‌وقفه‌ای داشتید، به‌عنوان سؤال اول چه ایده و هدفی داشتید که «ایران» با به عرصه، رسانه و مطبوعات کشور گذاشت؟ لطفاً کمی هم درباره چند و چون پروسه تولید روزنامه توضیح دهید.

آن زمان من مسئولیت پژوهش ایرنا را داشتم، در آنجا گفته شد که نیاز به یک روزنامه هم وجود دارد، یک پژوهش صورت دادیم تا در آن به این نتیجه برسیم که مردم به «چه موضوعاتی گرایش» دارند و به‌دنبال آن پژوهش متوجه شویم که جای چه روزنامه‌ای خالی است. در مرحله بعدی مذاکراتی با مطبوعات موفق اروپا داشتم، حدود ۱۳ ماذکره با سربریر نشریات و رسانه‌ها و آژانس‌های مختلفی مانند لوموند، فیگارو، فرانکفورتر گلماینه، اسپیگل، استاندارد، دی پرسه و نیز آژانس فرانس پرس و رسانه



خبری تلویزیونی یورونیوز داشتم. بر اساس این پژوهش‌ها به این نتیجه رسیدیم که رویکرد روزنامه باید «خبری - گزارشی» باشد، سپس تحریریه و مدل صفحات با همین رویکرد نو، طراحی شد و در عین حال متوجه شدیم، جای چه چیزهایی خالی است، مثلاً در صفحه ۳، «سرویس آینه» طراحی و جایگزین شد صفحه آخر به «صفحه آزاد» تبدیل شد که در آن مطالب کوتاه به‌صورت ستونی چاپ می‌شد یا در صفحات فیچر روابط بین‌الملل از سیاست بین‌الملل جدا شد و «گزارش نویسی» به نقطه نقل اکثر تولیدات در سرویس‌ها و صفحات درآمد. نهایتاً «ماکت محتوایی» روزنامه، به سستی رفت که در روزنامه شکل خبری - گزارشی پیدا کرد و اینکه سرویس‌ها و موضوعاتی که تا آن روز در جراید کشور وجود نداشت، بیشتر نشان داده شود. برای نمونه در سرویس آینه به «مطالبات مردم از دولت»، پرداخته شد و نیز یک صفحه به‌عنوان «صفحه نظرسنجی و خوانندگان» نیز طراحی کردیم و در آن صفحه، نگاه خوانندگان انعکاس داده شد. همچنین، در روزنامه «ایران» بنا شد که سرویس حوادث تغییر شکل داده شود و «رویدادهای شیرین» را هم چاپ کنیم. اولین گزارش در این صفحه، آزادی ۸ هزار زندانی بود، برای اسم

این روزنامه هم چالشی وجود داشت، قرار بود روزنامه به‌صورت سراسری و ملی باشد لذا در نهایت هم اسم «ایران» انتخاب و طراحی شد. در حوزه سردبیری هم، صفحات و سرویس‌ها را به گونه‌ای طراحی کردم که بیشتر «موضوعی و تخصصی» باشد، بنابراین، معاونت‌های خبری، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... راه‌اندازی کردم و به یاد دارم در نهایت بازخورد خوبی داشت.

■ **در طول عمر روزنامه «ایران» دولت‌ها و گروه‌های مختلفی به این رسانه ورود کردند، این رسانه، رسانه دولت و مردم تلقی می‌شد و با تغییر هر دولتی سیستم کار کرد روزنامه هر بار دچار تغییر می‌شد و روزنامه مجبور بود که فرازنشیب‌های زیادی را پشت سر بگذارد. از زبانی شما از فرازنشیب‌های روزنامه در هر دوره چیست؟**

روزنامه در یک طیف حرکت می‌کند، آن طیف سه عنصر مهم دارد، اولی «تولید محتوا»، دیگری «بسته‌بندی و ارائه آن» و سوم «مخاطب» است. می‌توانید دو سمت نازل طیف باشید یا وسط آن. روزنامه «ایران» اگر خواهد پیامش را به‌صورت تبلیغاتی ارائه کند، سمت نازل طیف می‌رود که در نتیجه مخاطبان را «پس» خواهد زد که واگرای ایجاد می‌کند. هر زمان که روزنامه سعی کرده به‌صورت غیرمستقیم پیامش را برساند، موفق‌تر است. دوره آینه‌آل هاشمی، یعنی در اوایل کار، روزنامه خیلی تبلیغاتی کار نکرده و خیلی حرف‌ها را مستقیم زده، در آن دوره و همچنین در دولت اصلاحات و حلال حاضر، روزنامه سعی کرده، حرفه‌ای باشد نه تبلیغاتی. روزنامه «ایران» سعی داشته همیشه همین رویه را در پیش داشته باشد، اما در بازای از زمان‌ها، پیاده‌سازی این رویه میسر نبوده و از این مسیر دور شده و سیاسی ترو تبلیغاتی، جلوه کرده است. روزنامه «ایران» جاهایی باید اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی باشد. اگر ضرورت باشد، می‌تواند سیاسی‌تر باشد، ولی ممکن است، «این سیاسی بودن افراطی» برای مخاطب، خیلی مطلوب نباشد، رفتار تبلیغاتی و مستقیم، برای یک روزنامه ملی شایسته نیست.

■ **رسانه ایران تا چه حد توانسته صدای مردم باشد و مطالبات مردم و طیف‌های مهم را بیان کند؟ عملکرد این روزنامه در سال‌های اخیر را چطور توصیف می‌کنید؟**

در این زمینه روزنامه قدری مشکل دارد، البته مشکل به روزنامه‌نگاران بر نمی‌گردد، «منابع خبری ما» در دولت‌ها باید به اطلاع‌رسانی بها دهند، در این دولت به اطلاع‌رسانی کم بها داده شد و دست روزنامه آن طور که باید و شاید باز گذاشته نشد، اما در ۸ سال اخیر به نظر من روزنامه «ایران» کارنامه قبولی می‌گیرد، چون با وجود موانع، رفتار حرفه‌ای خود را در حد امکان حفظ کرده اما انتظارات را برآورده نکرده که آن هم به این دلیل است که سیاست اطلاع‌رسانی در دولت، منفعل بوده تا «کنش‌گرانه».

■ **در سال‌های اخیر ورود شبکه‌های مجازی در کار در رسانه‌ها تأثیرگذار بودند، روزنامه مامع سعی کرده از ابزارهای جدیدی مانند سایت، کانال، رادیو و تصویر استفاده کند، عملکرد مجازی روزنامه را چطور ارزیابی می‌کنید؟**

وارد جهانی شده‌ایم که «ارتباط آنلاین و هم‌زمان تصویری» بر پایه «وب هوشمند» حرف اول را خواهد زد. گاهی به جای نوشتن، باید بگوییم، کاربرد گفتار و تحلیل‌های دیداری و تصویری در حال افزایش است؛ روزنامه «ایران» از همین حالا به روز شدن را شروع کرده، اما باید «تخصصی

http://irannewspaper.ir
editorial@irannewspaper.ir

گفت‌وگوی «ایران» با **مجید رضاییان** یکی از بنیانگذاران روزنامه ایران

سه گانه «ایران» متعادل، حرفه‌ای و تحلیلی



پرسش» است، پاسخ به پرسش‌های مردم است که یک روزنامه را درخشان می‌کند، به‌عنوان مثال در مساله انتخابات، نمی‌توانیم به مردم بگوییم، بیااید در انتخابات شرکت کنید، بدون اینکه به پرسش‌های آنها پاسخ بدهیم، باید به پرسش مخاطب جواب داده شود، حتی اگر جوابی نداشته باشیم باید به مخاطب بگوییم ما «بیگیری» کردیم ولی به «جواب» نرسیدیم. یادم هست در ابتدای آغاز به کار «ایران» جدولی به‌نام «جدول سوزه» طراحی کرده بودیم، بار هم این جدول شایسته است که راه‌اندازی شود، باید «پرسش محور» رفتار کرد تا موفق شد، این مساله به این معناست که برای مخاطب جام می‌اندازد که دنبال رویدادها هستیم و تعقیب خبری می‌کنیم و پرسش محوری داریم، چون وظیفه داریم به پرسش‌ها پاسخ دهیم؛ امروز کشور و مردم در شرایط حساسی قرار دارند، باید تلاش کنیم که پرسش محور حرکت کنیم، در تمام حوزه‌ها از سیاسی گرفته تا فرهنگی و اقتصادی، ضمن آن‌که باید «متعادل، حرفه‌ای و تحلیلی» حرکت کرد و به پرسش‌هایی شمار چنین پاسخ داد. «ایران» رسانه‌ای ملی و سراسری است، پس باید پیگیری و تحلیل را در رأس امور خود قرار دهد.

و موضوعی» شود، اقتضای کار این است که در «وب تصویری» حوزه‌های ورزشی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جدا باشد. کار خوبی شروع شده ولی باید تکمیل شود. این در حالی است که نوشتار از بین نمی‌رود، اما به مرور کاربرد کمتری خواهد داشت. باید در فضای دیداری هم قوی شد. روزنامه نگاران در جهان پیش رو هر کدام باید به یک مونیور، تبدیل شوند تا میکس صدا و تصویر با متن را بخوبی یاد بگیرند و در کمترین زمان ممکن، به کار ببرند. از لحاظ ژانر روزنامه‌نگاری، دنیا به سمت ژانر روزنگاری تحلیلی رفته است، «ایران» در این زمینه مناسب عمل کرده، اما باید گسترش بیشتری پیدا کند، ژانر روزنامه نگاری دنیا تحلیلی است، این ژانر تحلیلی است که مخاطب را به‌دنبال شمامی‌کشاند. رسانه‌های حرفه‌ای دنیا از مرز جیستی گذشته و همه به‌دنبال «چگونگی و چرایی» هر رویداد و مساله‌ای هستند و از این طریق موفقیت خود را در ارتباط با مخاطب حفظ کرده‌اند.

■ **به‌عنوان سؤال آخر، به اعتقاد شما، رسانه «ایران» در سال ۱۴۰۰ چه ویژگی‌ها و مختصاتی باید داشته باشد و برای ارتقای بهتر کار، چه توصیه‌هایی دارید؟**

همه می‌دانیم، آنچه مهم به نظر می‌رسد، «یافتن به مسیری دیگر کشاند، هرچند شاکله آن ماند و به هر حال توانست حرمت و اعتبار خود را حفظ کند. جوانانی که به این روزنامه پیوستند قد کشیدند و وارد دوره میانسالی خود شدند، امروز آنچنان توانمند و خلاق هستند که با خوداکنیجیخی، مسیرهای صعب و ناشناخته را طی کنند و نیازی ندارند که ما از دور به آنها رهنمود بدهیم، تنها باید به آنها میدان داد و دانست نوآوری از دل شکست‌ها و ناکامی محقق می‌شود و به‌همین دلیل ترس از شکست بالقوه، اجازه بالفعل شدن را نمی‌دهد و همه را محافظه کار می‌کند، دلیل

دارد. البته در این مسیر باید مراقب باشد با واقع نمایی به اعتماد عمومی، به دولت، اعتبار رسانه و آینده کمک کند نه اینکه مخاطب را به مشاهده یک پروپاگاندا دولتی دعوت کند. اگر مردم احساس کنند مسئولان و رسانه‌ها رنج‌شان را نادیده می‌گیرند یا کم‌رنگ و بی‌اهمیت می‌انگارند بی‌شک از رسانه رو برمی‌گردانند. اگر می‌خواهیم نفوذ رسانه‌ای و مردمی خود را بیشتر کنیم باید نسبت به رنج اقتصادی، رنج اجتماعی، رنج سیاسی و حتی رنج فرهنگی شان بی‌تفاوت نباشیم. از سوی دیگر باید بدانیم پایان هیچ دولتی حتی دولت تدبیر و امید «پایان امید» نیست. باید مردم را به تعبیر برخی صاحب‌نظران از «حسن به آینده‌گی» رهایی بخشید.

واز آنجاکه رسانه‌ها کنش‌گران اصلی در هویت‌بخشی و تحلیل و تفسیر موضوعات محیطی هستند و مردم راوبیان صادق را به دیده احترام می‌نگرند، می‌توان با خوش‌بینی به آینده کشور امید‌آفرین شد و میزان «تاب‌آوری جامعه» در مقابل کاستی‌ها و توطئه‌ها را افزایش داد.

در حوزه رسانه‌ای «ایران» با توجه به پیشینه، امکانات و انتظاری که از آن می‌رود باید به‌روز و «پیشگام» باشد.

واقعیت جغرافیای رسانه‌ای، صاحبان رسانه را وادار به جهادی مستمر و پویا می‌کند تا ضمن حفظ جایگاه و اعتبار خود، به مخاطب» تغییر ذائقه یافته» نیز توجه کنند، نیازهای جدید آن را بشناسند و برای آنها به سهم خود بستری بر مدار فهم صحیح از وقایع بیرونی فراهم سازند.