



مهدی شفیعی

مدیر عامل مؤسسه فرهنگی - مطبوعاتی ایران

چرا «ایران ماه» منتشر می‌شود؟

نخستین شماره هر نشریه، در تولد خویش، سرنوشت عجیبی دارد. باید دستی بر آتش داشت تا فهمید که شماره یک، بدون شک مشکل‌ترین شماره هر نشریه خواهد بود. وقتی اعضای تحریریه و بخش‌های مختلف یک نشریه دور هم جمع می‌شوند تا با همتی بلند و عزمی جزم، نشریه‌ای را منتشر کنند، با هزاران اما و اگر روبه‌رو هستند و در این بین باید ده‌ها سؤال را پاسخ دهند که ضرورت انتشار نشریه تازه چیست؟ هدف‌اش کجاست و چه می‌خواهد انجام دهد؟

ضرورت انتشار این ویژه‌نامه چیست؟ نشان دادن تغییرات در مؤسسه؟ شاید. نشان دادن توانایی جمعی از روزنامه‌نگاران در انتشار ویژه‌نامه؟ شاید. ماندگاری بیشتر ویژه‌نامه و در دسترس بودن آن به مدت طولانی‌تر به نسبت نسخه معمولی؟ شاید. اما آیا این شاید‌ها در روزگار کمبود کاغذ دلیل کافی برای انتشار ویژه‌نامه محسوب می‌شود؟ به نظر نگارنده، نه.

پس پاسخ این سؤال به خوانندگان محترم دلایل دیگری می‌طلبد که سعی می‌کنم به آنها بپردازم. در روزگاری که اخبار با سرعتی حیرت‌آور و اغلب همراه تصاویر انتشار می‌یابد و احتمالاً عده زیادی از خوانندگان این اخبار در شبکه‌های اجتماعی احساس می‌کنند در جریانند و می‌دانند که «چه خبر است» به نظر ضرورت انتشار ویژه‌نامه را یادآور می‌شود. مسأله فراتر رفتن از خبر است. چیستی و چرایی و چگونگی است. به دست آوردن چشم‌انداز است. این نکاتی است که در این روزها اهمیت آنها بیش از پیش خود را نمایان می‌کند.

و دیگر، شنیدن صداهایی است که کمتر شنیده شده است. سال پیش چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی بود. کمی مکث کنیم. کسی که در سال ۵۷ به دنیا آمده الان ۴۰ سالگی را رد کرده و به نظر می‌رسد، صدای این ۴۰ ساله‌ها و جوان‌تر از آنها، کمتر در عرصه سیاست شنیده می‌شود. ویژه‌نامه می‌خواهد صدای نسل‌های پس از انقلاب باشد، نسل‌هایی که بخشی از آنها از جوانی گذر کرده‌اند. این امر در عرصه سیاست جز با گفت‌وگوی بین نسلی و گشودگی بر تغییرات حاصل نمی‌شود. از سیاست چه می‌خواهیم مگر در کلی‌ترین وجه هدف سیاست بهبود زندگی و سعادت انسان‌ها نیست؟ و چگونه می‌توان بهبود بخشید بدون شناخت و چگونه می‌توان

شناخت مگر با گشودگی نسبت به موضوع شناخت؟ در بحث‌های مطبوعاتی ما، صدها نکته دیگر وجود دارد که می‌توان درباره هر کدام به تنهایی مقاله‌ای مفصل نوشت. همین دوروز پیش بود که در شورای تیتروژنامه با دوستان همین بحث را داشتیم، از شرکت‌های توزیع تا کیوسک‌های خیابانی، از مردم‌پسند بودن یا جزو خواص بودن، از طبقه‌بندی موضوعی نشریه تا شرایط عرضه و تقاضا، از نبود فرهنگ اشتراک تا جدی شدن در سبد خانواده، از تحمل عقاید دیگران تا تحمل خودسانسوری نویسنده، از محرر معلی خان‌ها تا استفاده ابزاری چشم و ابروی خودمانی.

در چنین بازاری است که باز هم باید پرسید چرا می‌نویسیم؟ «ایران ماه»، یکی از همین نشانه‌هاست، با شعار «دعوت به خواندن و پرسیدن» در زمانی که نه‌حالی برای خواندن مانده و نه حوصله‌ای برای پرسیدن، «ایران ماه»، می‌کوشد کارکرد تازه‌تری از مطبوعات چاپی را به نمایش درآورد. در «ایران ماه»، دیدگاه‌ها، یادداشت‌ها، نظرها، تحلیل‌ها و گفت‌وگوهای کارشناسان و صاحب‌نظران و فعالان سیاسی و اجتماعی و روزنامه‌نگاران تقدیم می‌شود تا عطر تحلیلی مخاطبان وفادار «ایران» را پاسخ دهیم. در زمانی که خلأ گفتمانی چنان مشهود است که فعالان سیاسی هر دو جناح و موافقان و منتقدان دولت نیز بر آن واقف و معترفند؛ می‌کوشیم درهای گفت‌وگو و دریچه‌های گفت‌وگو را باز نگه داریم؛ اینجا صدای سیاست باشد منتها صدای راهبردهای سیاسی به جای رقابت‌های سیاسی. راهکارها سخن بگویند و مسأله‌ها طرح شوند تا طرح‌ها مسأله شوند. به جای سیاسی شدن همه حوزه‌ها، سیاستگذاری حوزه‌ها را مدنظر قرار دهیم. سعی ما ایفای نقش در ارتقای فضای مفاهیم گفتمانی و طرح محوری در حوزه عمومی رسانه است. محلی برای مذاقه ایجاد کنیم. البته که هدف ما تبیین چارچوب نظری گفتمان‌هایی است که در عرصه عمومی و از سوی دولت طرح می‌شود. باور ما این است که رسانه علاوه بر پیگیری خط خبری، رسالت تبیین خط فکری چه قالب نقد و چه قالب نقل را دارد و ما از بستر «ایران» می‌خواهیم چنین خواسته‌ای را به نتیجه برسانیم. امید که شمارا به خواندن و پرسیدن واداشته باشیم.