پیام مادستان
ماهنامه خلیلی، سیاسی، فرهنگی

پیش شماره

سال اول
دی ماه ۱۳۹۳
۸ صفحه
۲۰۰ تومان

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: یدا... طاقتی احسن
آدرس: همدان، خیابان مهدیه، ساختمان پیام
تلفن: ۳۸۲۶۴۴۳۳ - ۰۸۱
نمابر: ۳۸۲۷۹۰۱۳ - ۰۸۱
پیامک: ۱۰۰۰۶۰۶۶

لیتوگرافی و چاپ: پیام رسانه
تلفن چاپخانه: ۳۸۲۶۰۲۶۶ - ۰۸۱
E-mail:
payammadestan@yahoo.com
payammadestan2015@gmail.com

جشنواره زمستانی چشم‌انتظار برنامه

امروزه صنعت گردشگری ، یکی از متنوع ترین و بزرگترین صنایع در دنیا به شمار می‌آید. این صنعت نشان داده که می‌تواند به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی، رشد و توسعه یک کشور نقش چشمگیری را ایفا کند. گردشگری دارای انواع گوناگونی چون گردشگری تاریخی، فرهنگی، ماجراجویانه، ورزشی، درمانی،روستایی، رویدادها و... است.توجه به رویدادها در صنعت گردشگری دارای سابقه طولانی نیست.

برگزاری جشنواره فصلی یک رویداد است و برگزاری یک رویداد موجب اعتبار بخشی، توجه رسانه‌ها و سرازیر شدن سرمایه‌ها به یک محل می‌شود، که در پی آن تأمین هر چه بهتر نیازهای مردم محلی، رشد و توسعه یک منطقه را به همراه دارد.

این نوع گردشگری را می‌توان از محدود راه کارهایی برشمرد که سبب بازدید دوباره گردشگر از یک محل و یا جذب گردشگران در ایام غیراز اوج سفر می‌شود.

یک رویداد ممکن است به صورت متناوب و سالیانه مناسک حج یا چند سال یکبار مسابقات جام جهانی فوتبال برگزار شود، و مدت زمان آن می‌تواند یک روزه، چند روزه تا چند هفته و در برخی موارد یکساله انتخاب یک شهر به عنوان کانون توجه باشد.

رویدادها دارای تنوع و گستردگی فراوان است، و می‌توانند در برگیرنده یک رویداد ساده برای مردم محلی یک منطقه شیره پزی مانیزان در ملایر و یا در سطح کلان برگزاری مسابقات المپیک و جشنواره‌های فصلی‌باشند. رویدادها شامل موضوعات گوناگون و وسیعی می‌باشند

ابعاد این نوع گردشگری بسیار متنوع است. از اجلاس سیاسی اقتصادی در یک کشور تا جشن پرتقال در ایتالیا و یا جشنواره سن فرمین در اسپانیا که گاوهای وحشی را در خیابانها آزادانه رها می‌کنند.

با توجه به وجود مراسم و مناسک گوناگون و چهار فصل در بیشتر استان‌ها در ایران ، می‌توان با مدیریت دقیق در هدف گذاری، زمان برگزاری، نوع مخاطبان، موضوع رویداد همچون جشنواره تابستانی و زمستانی و بسیاری از عوامل دیگر از این نوع گردشگری استفاده کرد.

باید ها و نباید های یک جشنواره با محوریت زمستان

همدان به لحاظ بهره مندی از ظرفیت های گردشگری حرف های زیادی برای گفتن دارد و در چند سال اخیر و در فصل سرد زمستان جشنواره زمستانی در استان همدان برگزار شده است.

اما آنچه این روزها در چند قدمی هشتمین دوره برگزاری این رویداد مورد سوال است و نگاه نقد کارشناسان را برمی تابد این است که چرا پس از این سال ها هنوز نه تنها بیشتر همدانی ها بلکه مردم دیگر استان ها از جشنواره زمستانی این دیار چیزی نمی دانند.

شاید بی ربط نباشد اگر گفته شود دیگر این موضوع که رونق گردشگری در یک مقصد به فصل مناسب آن بستگی دارد، کمی کهنه شده، چراکه امروزه تمام کشورهایی که در زمینه گردشگری فعالند به دنبال راهکارهایی هستند که در همه فصل‌ها و در همه روزها اعم از آفتابی و بارانی و برفی و حتی طوفانی، گردشگران را به سوی خود بکشانند.

یکی از کارشناسان گردشگری استان همدان در این خصوص با بیان اینکه گردشگری در زمستان موضوعی است که علاقمندانی در همه جای دنیا دارد، گفت: هنگامی که از گردشگری زمستانی صحبت می‌کنیم، اولین موضوعی که به ذهن متبادر می‌شود، انجام ورزشهای زمستانی در کوه‌های پر برف است که همین مورد، مشتاقان بسیاری در میان گردشگران دارد.

محمد میرشاه ولد افزود: اگرچه تفریحات زمستانی از هزینه بالایی برخوردار است و تنها برای قشر خاصی امکان استفاده از ورزش‌های زمستانی همچون اسکی وجود دارد اما برای علاقه‌مندان به این ورزش نیز پیست‌های اسکی مناسبی در استان‌های غربی از جمله همدان موجود است که نیاز به معرفی بیشتر دارد.

فرصت های گردشگری همدان به عنوان یکی از استان های سردسیر کشور که در دامنه کوهستان الوند قرار دارد یکی یکی از دست می‌رود به نحوی که در آخرین رویداد نشانی از نام این استان در بین استان های مستعد برگزاری جشنواره زمستانی نیست.

دیگر این موضوع که رونق گردشگری در یک مقصد به فصل مناسب آن بستگی دارد، کمی کهنه شده باشد، چراکه امروزه تمام کشورهایی که در زمینه گردشگری فعالند به دنبال راهکارهایی هستند که در همه فصل‌ها و در همه روزها اعم از آفتابی و بارانی و برفی و حتی طوفانی، گردشگران را به سوی خود بکشانند.

ورزشهای زمستانی و جشنواره های برفی

یکی از کارشناسان گردشگری استان همدان در این خصوص با بیان اینکه گردشگری در زمستان موضوعی است که علاقمندانی در همه جای دنیا دارد، گفت: هنگامی که از گردشگری زمستانی صحبت می‌کنیم، اولین موضوعی که به ذهن متبادر می‌شود، انجام ورزشهای زمستانی در کوه‌های پر برف است که همین مورد مشتاقان بسیاری در میان گردشگران دارد.

مریم احمدی با بیان اینکه برگزاری کمپینگ‌های زمستانی و انجام فعالیت‌ها و ورزش‌های متنوع زمستانی دارای پشینه قابل توجهی است، گفت: دیدار از سایت‌های تاریخی و طبیعی در فصل زمستان که تنها در فصل بهار و تابستان عادت به دیدار از آن‌ها داریم، خود خالی از جذبه نیست.احمدی برگزاری جشنواره‌ها، کنسرت‌های موسیقی، نمایشگاه‌ها و آیین‌های باستانی را مورد اشاره قرار داد و گفت: این موارد می‌تواند گردشگران خارجی و داخلی را به سوی مقاصد گردشگری زمستانی بکشاند و برای آن‌ها انگیزه‌ای مضاعف ایجاد کند.

وی با بیان اینکه گردشگران علاقمندند که در مقصد گردشگری خود انواع خدمات را دریافت کنند، گفت: گردشگران نه تنها خواهان لذت بردن از طبیعت و فرهنگ هستند، بلکه به هتل مناسب و غذای لذیذ و موسیقی به یاد ماندنی نیز می‌اندیشند.

احمدی افزود: آئین‌ها و رسومی که به مناسبت فصل سرما در استان همدان و شهرستان های مختلف آن برگزار می‌شود می‌تواند برای بسیاری جذاب باشد.

این کارشناس گردشگری ادامه داد: مردم استان‌های مختلف با توجه به فرهنگ خاص خود در فصول سرد سال مراسم‌های آیینی متنوعی را برگزار می‌کنند، که ممکن است برخی از این آئین‌ها همچون شب یلدا که در سراسر کشور مرسوم است در مناطق مختلف با آداب گوناگون و متنوعی برگزار شود و چنین مراسمی خود جاذبه‌ای گردشگری برای فصل سرما محسوب می‌شود.وی ورزش‌های زمستانی را بهانه‌ای مناسب برای رونق گردشگری در فصول سرد سال دانست و گفت: اگرچه تفریحات زمستانی از هزینه بالایی برخوردار است و تنها برای قشر خاصی امکان استفاده از ورزش‌های زمستانی همچون اسکی وجود دارد، اما برای علاقه‌مندان به این ورزش نیز پیست‌های اسکی مناسبی در استان‌های غربی از جمله همدان موجود است که نیاز به معرفی بیشتر دارد.وی تاکید کرد: باید با برنامه‌ریزی مناسب امکان استفاده از ظرفیت‌های موجود را در تمام ایام سال فراهم کرد.

همدان برای برپایی ورزشهای زمستانی پیشقدم باشد

یکی دیگر از فعالان گردشگری همدان نیز بر لزوم همراه‌سازی گردشگران با ظرفیت‌های فصل سرما و معرفی پتانسیل‌های این فصل در حوزه گردشگری تاکید کرد.

محمد امینی نیز در این زمینه معتقد است: استعداد های منحصر به فردی در گردشگری زمستانی همدان دیده می شود که قابل مقایسه حتی با کشورهای اروپایی است.

وی با بیان اینکه همدان به دلیل اقلیم مناسب در فصول زمستان می تواند برای برپایی ورزشهای زمستانی پیشقدم باشد، افزود: با این وجود گردشگری زمستانی نیازمند بسته خدمت شامل اقامتگاه، رستوران وامکانات اجرای ورزش خاص زمستانی است که نمونه آن در همدان کمتر دیده می شود.

امینی با بیان اینکه برگزاری کمپینگ‌های زمستانی و انجام فعالیت‌ها و ورزش‌های متنوع زمستانی دارای پیشینه قابل توجهی است، گفت: دیدار از سایت‌های تاریخی و طبیعی در فصل زمستان که تنها در فصل بهار و تابستان عادت به دیدار از آن‌ها داریم، خود خالی از جذبه نیست.

یک استاد دانشگاه نیز معتقد است: در صورتی که به استعدادهای ذاتی همدان در این زمینه توجه شود صنعت توریسم می تواند اقتصاد این منطقه را متحول کند.

علی یاوری افزود: استان همدان در تمامی شهرستانها امکانات منحصر به فردی دارد که به خاطر تمرکز امکانات در برخی شهرستانها، سایر مناطق مورد غفلت واقع شده است.

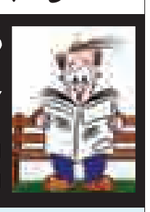
همدان اگر برگزار کننده هشتمین دوره جشنواره زمستانی باشد تنها می توان ابراز امیدواری کرد در این جشنواره با به کار گیری سیاست ها ی درست و کارشناسی شده جشنواره ای موفق داشته باشیم.

پیام مادستان
ماهنامه خلیلی، سیاسی، فرهنگی

آزمایشی

پیش شماره

سال اول
دی ماه ۱۳۹۳
۸ صفحه
۲۰۰ تومان

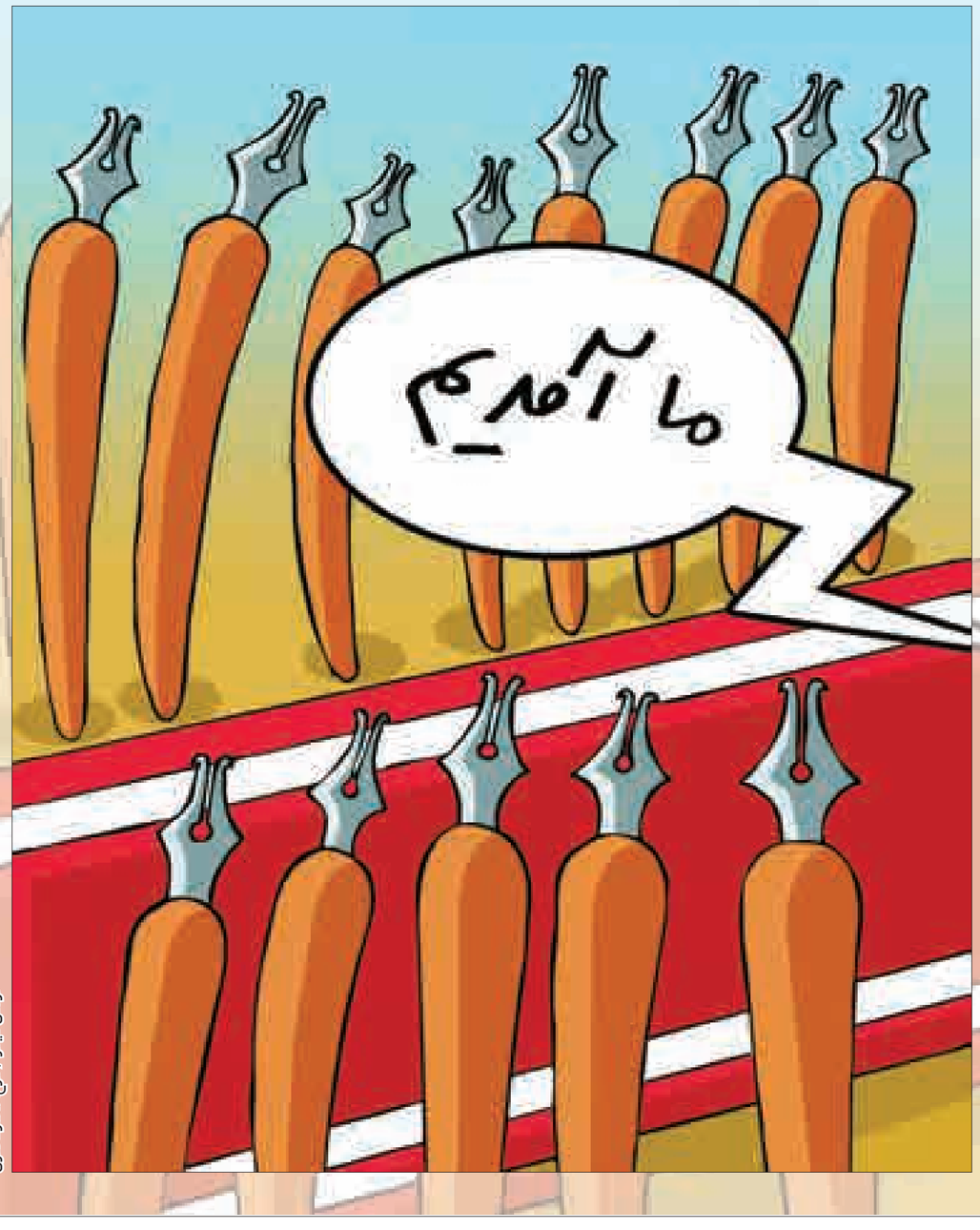


ماهنامه متفاوت چگونه باشد؟

انتظارات همدانی‌ها از مجله‌ای استانی

تاریک و روشن فضای انتخابات

آفتاب اندرین عمارت نیست



تولدی دیگر / طرح: محمود نظری

تولدی دیگر

مدیر مسئول

۱ قبل از هر نکته‌ای لازم است اشاره شود که این شماره آن چیزی نیست که قرار است روی دکه‌های مطبوعاتی قرار بگیرد تنها یک نسخه آزمایشی چکش‌کاری نشده و یک بررسی اجمالی درون‌سازمانی می‌تواند تحلیل شود.

۲ یک دهه از آغاز فعالیت روزنامه‌ای در اســتان می‌گذرد فضای رســانه‌ای استان از آن روز تاکنون تغییرات گسترده‌ای را به خود دیده است. افزایش کمی و کیفی نشــریات، گسترش فضای مجازی و اینترنتی گســترده، افزایش روش‌های اطلاع‌رسانی به‌روز در کنار افزایش سطح توانمندی فعالان جامعه رســانه‌ای اســتان نشان می‌دهد که همدان نیاز به یک جهش دیگر در فضای اطلاع‌رسانی دارد و یک دهه زیرساخت‌های خوبی را برای اثبات رسانه‌ها و پایداری آنها ایجاد کرده است.

۳ در حال حاضر در حوزه رســانه‌ها بر ۲ نوع دیدگاه برای فعالیت رســانه‌ای در آینده مطرح است؛ نخست حرکت رسانه‌ها از فضای موجود به سمت فناوری به‌روز و دیجیتالی اســت که موجب انقلاب در نحوه اطلاع‌رسانی دنیا شده است و کم‌کم خبررسانی از حالت کاغذی به حال دیجیتالی رفته و تحلیل محتوا در شکل موجود باقی خواهد ماند.

در دیــدگاه بعدی که تقریباً نیم‌نگاهی به همان روش‌های فعلی دارد رســیدن به فضای دیجیتالی و ســایبری را زود قلمــداد می‌کنند و معتقدند که رسانه‌های مکتوب باید به سمت فضاهای تخصصی حرکت کند.

۴ امروز تجربه بنگاه‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگی دنیا این است که در کنار آنکه یک ستون اصلی را محوریت خود قرار داده‌اند از شاخه‌های مختلف تخصصی برای تأثیرگذاری و به دســت آوردن جامعه مخاطب بیشــتر ایجاد کرده‌اند که نمونه تقریباً موفق آن در ایران را می‌توان روزنامه همشهری دانست. در همدان هم توانمندی‌های زیرساختی چنین امکانی وجود دارد.

نشــریات را اگر در ۲ ســطح عمومی و تخصصی تعریف کنیم آن چیزی که هر روزه به عنوان خبرسان با محتوای عمومی و به زبان جامعه مخاطب مردمی می‌توان دید، نشــریات، روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌هایی اســت که هر روزه مقابل دیدگان عابران در دکه‌های مطبوعاتی است و گروه دوم نشریات، تخصصی و علمی موجود در دانشگاه‌ها و وابسته به فضاهای اداری و غیره است که جامعه مخاطب ویژه و سطح علمی متفاوتی دارند. بدون قضاوت درباره میزان موفقیت این نشــریات، در ســطح کمی می‌توان گفت همدان به مرحله‌ای از اشباع و یا سقف کامل خود رسیده است و فضای بینابین ۲ سطح عمومی و تخصصی که بتواند از اخبار، اطلاعات و اتفاقات روز با بهره‌گیری از تخصص‌های مختلف دانشگاهی و کارشناسی و... محتوای تحلیلی و هدفمند ویژه جامعه مخاطب تعریف شده را داشته باشد احساس می‌شود.

۵ «پیام مادســتان» نشــریه‌ای هم عمومی و هم تخصصی خواهد بود و سیاســتگذاری هیأت تحریریه، شیوه کار و سایر برنامه‌های آن در آینده به صورت رســمی اعلام خواهد شــد. در حال حاضر این پیش‌درآمدی است تا هم محکی برخودمان باشــد و هم یک نظرسنجی از اینکه چه چیزی را منتشر کنیم.

بزودی همراه شما خواهیم بود

آفتاب اندرین عمارت نیست

معمولا در جلسات هم‌اندیشی که مدیران با مطبوعات و رسانه‌ها برگزار می کنند از نقش این رکن دموکراسی در توسعه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جوامع، سخن بسیار شنیده می شود. از اینکه رسانه‌ها از ارکان مهم جامعه پویا و توسعه‌یافته به شمار می‌روند و نقد آنها بنوعی نعمت برایشان محسوب می شود. اما چگونه است که با وجود محروم نبودن مدیران از این نعمت؛ چرا با وجود زندگی در یک جامعه پویا در کنار حضور انواع و اقسام رسانه ها ؛ برای چه در جامعه ای که مدیرانش پی در پی جلسات متعدد با رسانه ها برگزار می کنند، وضعیت توسعه ای اینگونه دنیال میشود؟

جای دوری نمی رویم. با مروری به اخبارهای شهرمان می بینیم که کمتر زمانیست مدیری پای صحبت با رسانه ای نباشد. اما آنچه از برایند این همه تیتر شدن حاصل می شود چیزی جز وضعیت کنونی توسعه استان نیست.

در این بحث قرار نیست گله ها سمت و سویی دولتی و مدیریتی داشته باشد چراکه همچنان از نظر آنها رسانه رکن مهمی نه در تیتر شدن که در توسعه است! به همین خاطر سعی شده است دلیل عقب ماندگی را در قالب رسانه ملی بدلیل خدمات توسعه ای فراوان در این چارچوب قرار نمی گیرد! لذا مطبوعات و خصوصا مطبوعات و خبرگزاری محلی در این خصوص مدنظر می باشد.

در ابتدا این سوال وجود دارد که مطبوعات استان تا چه حد نسبت به معیارهای رسالت روزنامه نگاری پایبند هستند؟ بعد این سوال مطرح می شود که به چه میزان حرفه‌ای و به عوامل توسعه ای آگاه و معتقدند؟ البته اگر جواب سوال اول منفی باشد سوال دوم پوچ است. لذا با وجود مثبت بودن پاسخها باید از نظّار پرسید که دلیل این وضعیت چیست؟ به قول ملک الشعرای بهار؛ هرکه این کاخ ساخته است به شهر/ بوده با نوع مردمش سر قهر/ شمس را اندر او نظارت نیست/ آفتاب اندرین عمارت نیست. امروز نزدیک نود درصد مطالب به سبک خبر در استان دنبال می شود. اخباری که در دل خود سوالات بسیار ایجاد می کند که از پس تحلیل هریک از آنها ، مدیران در برزخی قرار می گیرند که سعی می کنند به زحمت سالانه یکبار با نشریات مواجه شوند.

هفتاد درصد مطالب نیز غیر تولیدی و از خبرگزاری‌های مختلف کشوری برداشت می شود و در بهترین حالت از روابط عمومی‌ها اخذ می شود در حالی که تولیدات محلی که می بایست به نیازها و اولویت‌های توسعه‌ای محلی و پرداختن به مسایل و مشکلات محلی بپردازد با فاصله ای بسیار از هدف اصلی قرار دارد.

البته دلایل بسیاری در بوجود آمدن این وضعیت دخالت دارد که از جمله آنها میتوان به موارد زیر اشاره کرد: ضعف شناختی در خصوص فعالیت روزنامه نگاری حرفه‌ای، ضعف ساختار سازمانی و مالی که امکان به کارگیری نیروهای متخصص و توانمند را محدود میکند؛ زدوبند و بده بستان، بی‌توجهی به مسائل و خواست‌های کیفی جامعه و مردم محلی، سطحی نگری، دخالت انگیزه های شخصی و خانوادگی و تن دادن به توقعات و انتظارات نامعقول. لذا نتیجه آن می شود که بهار در شعر خود آورده اند که نه تنها در خدمت توسعه نیستند که نه منافع عمومی برایشان اهمیت دارد و نه باز کردن گره از کار دولت.

در فضای رخوت توسعه ای ، نوشته‌هایی که استنباط ، اندیشه و استدلال را همراه خود دارند بسیار تاثیر گذار در روند تحولات مدیریتی و سپس پیشرفت استان هستند. مگر غیر از اینست که مقصد و رسالت روزنامه ها ، هفته نامه ها ، ماهنامه ها و سالنامه ها یکی است؟ پس چرا باید ماهنامه و حتی سالنامه نیز غالب مطالبش خبری باشد؟ پس کی زمان تحلیل محوری فرا می رسد؟ چه زمانی قرار است نظارت صورت گیرد؟ آیا واقعا تحریر نقدها در فضای مصلحت اندیشی است که محو شده یا سهل انگاری و منافع شخصی؟ پس چگونه است که در فضای انتخاباتی انواع و اقسام تحریرها شکل می گیرد! در فضای سفر دولتمردان قلم ها گزارش می دهند! و بعد از ارسال پیام؛ پیشرفت مادستان و هگمتانه فراموش می شود! ملک الشعرا می افزاید: فاش گردد چو شد زمان حسیب/ کز من و اوکه خورده است فریب!/ زر و زور از تو دستبردار است / آنچه همراه تست کردار است.

جای ماهنامه‌ای تحلیل

توسعه مطبوعات در اســتان همدان ظرف ۲ دهه اخیر روند خوبی داشــته است و جدای از رشــد کمی تعداد نشــریات، بیشتر از هر شاخصی این رشــد کیفی و محتوایی رسانه مکتوب در این استان اســت که جلب نظر می‌کند. تنها در شــهر همدان ۳۲ نشــریه در قالب روزنامه، هفته‌نامه، دوهفته‌نامه و ماهنامه دارای مجوز انتشــار هستند که تنها تعداد معدودی از آن به دلایل مختلف تاکنون روی پیشخوان روزنامه‌فروشی‌های شهر قرار نگرفته است.

برای بهبود وضعیت کلی نشریات یک شهر با کشور شرایط مختلفی باید برقرار باشــد که می‌توان گفت یکی از این شرایط کارساز همانا رقابت و میل به پیشــرفت در نزد صاحبان عناوین مختلف نشریات در شهری چون همدان است. البته و خوشبختانه در دیگر شهرهای اســتان همــدان از جمله ملایر و نهاوند نیز گام‌هــای بلند و رو به رشدی برای کیفی‌سازی ســاختار نشریاتی در حال انجام است که قابل قدردانی اســت. رقابت در تمــام عرصه‌های زندگی فردی و اجتماعی عامل بســیار تعیین‌کننده و غیرقابل انکار در راه توســعه اســت که این عامل سرنوشت‌ســاز اکنون در بدنه برخی نشریات روزانه و هفتگی همدان مشهود و امیدوارکننده است و از سویی نیز قابل پیش‌بینی است که ثمره چنین رقابت‌ها ظهور نشریات هدفمند و مخاطب‌پسند در آینده باشد. مهم این است که طرح‌ها و کارهای جدید در عرصه مطبوعات هر شهر با الگوبرداری درستی از اسلاف خود پا به عرصه فعالیت رســانه‌ای گذاشته و توسعه‌طلبی و رقابت سالم را ســرلوحه کار خویش قرار دهند. در این یادداشت قصد نام بردن از هیچ نشــریه و معرفی الگوی برتر و یا جریان‌های ضعیف نیست ولیکن جای تشویق و حمایت از کل ساختار مطبوعاتی استان بسیار باقی است. این بر عهده مسئولان و متولیان اصلی حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی اســت تا زمینه افزایش و توســعه نشریات به عنوان عامل مهم توســعه عمومی را فراهم آورنــد و چه بهتر که زمینه‌ایی پویا و سالم نیز برای رقابت سازنده اینگونه زیرساخت‌های فرهنگی ایجاد کنند تا اثرات شــیرین و خداپســندانه آن را نه‌تنها نسل‌های آینده بلکه همگان در کوتاه‌مدت شاهد باشند.

تنوع در عنوان و محتوای نشریات در جامعه بسیار مهم است. میدان دادن به فعــالان عرصه مطبوعات برای خلق محصولات متنوع در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به رشد تمام ابعاد توســعه کمک می‌کند. از ویژگی‌های مهم و بســیار اعجاب‌انگیز فرهنگی بخصوص مطبوعات این اســت کــه ذهن مخاطبان خود را آماده و باورســازی کند و این تأثیر شــگرف بســیار زود حادث می‌شــود و بدیهی اســت که جامعه در تمام ابعاد ظاهری و باطنی خویش مولود اذهــان عمومی و نوع تفکر آدم‌هــای همان جامعه اســت. در این میان اذهان عمومی، به‌ویژه در شهرستان‌ها چندان با نشــریاتی با تناوب ماهانه عجین نیســتند؛ زیرا قشرهای مردمی بیشــتر پیگیر اخبار روزنامه در نشــریات هســتند و کمتر محتوای تخصصــی علمی و اظهارنظرهای سیاســی را در ماهنامه ملاحظه می‌کنند، در صورتی که این مطالب و موضوع‌های ویژه در نشریات ماهنامه‌ای اســت که اگر به ظاهر قشرهای خاصی را مخاطب قرار می‌دهد، اما آگاهی‌بخشــی بیشتری دارد و به بسیاری از سؤال‌های پنهان در اذهان مردم پاسخ می‌دهد. دامنه نفوذ محتوای فرهنگی و علمی ماهنامه به تدریج از ذهن خواص به ضمیر عوام نیز تعمیم می‌یابــد و ماننــد دوغ‌آبادی که در ساختمان‌ســازی بر پی و بنیان بدنه اصلی نفوذ می‌کند، موجب استحکام فکری و بینش افراد یک جامعه نیز خواهد شد. اکنون تنوع و شمار نشریاتی در قالب ماهنامه در اســتان همدان بســیار اندک، محدود و نامرتب است به نحوی کــه نمی‌توان هیچ خروجی مؤثری برای معدود ماهنامه‌های محلی در اســتان متصور شــد. جای دارد تا با تشویق و ترغیب نخبگان و علاقه‌مندان عرصه مطبوعات در اســتان، زمینه‌ای مناســب و پویا برای ورود محصولات فرهنگی به صورت ماهنامه نیز فراهم شــده و اصحاب فعال و فرهیخته مطبوعات اســتان در این عرصه همت گماشته و پیشقدم می‌شوند.

از درخشش در اینچئون تا هیأت‌های سرگردان

ورزش همدان در پاییز ۹۳، فصل شلوغی را پشت سر گذاشت و ترافیک اتفاقات بیش از هر فصل دیگر ســال، نشان از روزهایی می‌داد که در عین حال که می‌توانســت خوشــحال‌کننده باشد، ناامیدکننده هم بود.

برای تحلیل وضعیت ورزش اســتان همدان در ۳ ماه گذشــته می‌توان دو رویکرد مختلــف را به کار برد. در رویکرد اول نتایج سنجیده شوند و دلایل موفقیت‌ها و علت‌های ناکامی‌ها بررسی شــود. فایده این کار این است که اگر گوش شنوایی وجود داشته باشد، می‌تواند از ناکامی‌ها پلی به سوی موفقیت‌های آینده بزند. به این معنا که رشــته‌هایی که در این ماه شــلوغ، نتایج خوبی کســب کرده‌اند در مقابل رشــته‌های ناکام قرار گیرند و از این مقایســه نتیجه بگیریم که مثلاً چه شد که قایقرانی موفق بود و چگونه دو مسابقه بزرگ کشتی کشور را آبرومند میزبانی کردیم ولی در مقابل تیم الوند در مشکلات غرق شد.

ایــن نگاه عمدتاً رویکردی کمّی اســت. یعنــی موفقیت و عدم موفقیت رشــته‌ها را با عدد و رقم می‌سنجیم. اما با نگاهی کیفی به ورزش، نتایج می‌تواند مقداری تغییر کند. در این وضعیت نتایج مجرداً تأثیرگذار نیستند، بلکه آنچه وضعیت یک رشته را مشخص می‌کند پروســه‌ای است که آن رشته در حال پیمودن است و در ۳ ماه پاییز طی کرده اســت. در این حالت رشته‌ای می‌تواند با چند مقام، متوسط ارزیابی شــود اما رشته‌ای دیگر با مقام‌ها و مدال‌ها به نســبت کمتر از رشته دیگر، در صدر ارزیابی‌ها قرار گیرد. نکته دیگر این است که فقط نمی‌توان مسابقه را برای سنجش کیفیت ورزش استان بررســی کنیم. بلکه شاخص‌های دیگری نیز وجود دارند که خارج از زمین مســابقه هســتند و در تأثیرگذاری کم از «نتیجه» ندارند. چنین شاخص‌هایی عموماً شامل مسائل اخلاقی، اجتماعی و رفتاری هیأت‌ها در مقابل یکدیگر، ورزشکاران، متولیان و از همه مهمتر اداره کل ورزش هســتند. بــا این نگاه دعواهای دنباله‌دار هیأت‌ها با زیرمجموعه‌هایشان، مشکلات بسیار هیأت‌ها با اداره ورزش که هیچگاه علنی نمی‌شود و رفتار کلی اداره ورزش در مســائل مختلف می‌تواند، نمره کلی ورزش اســتان در پاییز را مشخص کند.

افزایش نمایندگان در آسیا

پاییز امسال با بازی‌های آسیایی اینچئون آغاز شد. ورزش همدان همچون دوره‌های گذشته ورزشکارانی در رشته‌های مختلف به بازی‌های آسیایی اعزام کرد. در وهله نخست اعزام امسال با افزایش عددی ورزشکاران نسبت به سال‌های قبل همراه بود که موفقیتی برای ورزش همدان به شمار می‌رفت. استان در مسابقات آسیایی اینچئون ۹ ورزشکار و یک داور داشت که آمار خوبی به شمار می‌رفت. در بین این ورزشکاران آرزو حکیمی در قایقرانی، میثم جوکار در کشتی و آرمین تشکری در والیبال از سرآمدها بودند و در نهایت هم موفق شدند به مدال‌های ارزنده‌ای دست پیدا کنند. حکیمی نقره گرفت و جوکار و تشکری هم در کشتی و والیبال طلا گرفتند. مه‌لقا جام‌بزرگ با بدشانسی در تیراندازی چهارم شد. در ورزش معلولان نیز حمید اسلامی موفق شد طلا بگیرد. حضور در بازی‌های آسیایی به طور کلی موفقیتی خوب برای ورزش استان بود و اگرچه ساسان شهسواری، بهنام آرین و علیرضا خلیلی نتوانستند روی سکو بروند اما نفس حضور در چنین مسابقاتی می‌توانست فی‌نفسه موفقیت خوبی باشد.

پاس؛ آغاز ماراتن بزرگ

پاییز امسال بر تیم پاس همدان شرایط دوگانه‌ای حاکم بود. پاس با مهابادی کار خود را شروع کرد و تیم با نظر او جمع شد. از مهمترین مباحث مربوط به تشکیل تیم پاس، نحوه حضور بازیکنان بومی در پاس بود. از نظر عده‌ای پاس حتی اگر به لیگ برتر هم صعود نکند باید تا حد امکان بومی شود و از کادر فنی و مربی و بازیکن و آبدارچی و توپ جمع‌کن همدانی شود. اما دیدگاه دیگری وجود داشت و آن این بود که هدف پاس صعود به لیگ برتر است و در این راه هر آنکس که تواناتر باشد به کار گرفته می‌شود؛ خواه این افراد بومی باشند یا نباشند. داوود مهابادی اگرچه با به کارگیری دیدگاه دوم عملاً آب پاکی را روی دســت حامیان بومی‌گرایی ریخت اما با ســفرهایی به ملایر و نهاوند سعی کرد مخالفان خود را کمی آرام کند. هرچند این رفتارها در نهایت به همان سفرهای چند ساعته کفایت کرد و در نهایت پاس بدون حضور همدانی‌ها شکل گرفت.

سیزپوشــان پاییز امسال لیگ را شــروع کردند. در ۳ بازی پیروز شدند اما بعد از آن روند سینوسی شاگردان مهابادی آغاز شد. پیروزی، تساوی و شکست هر کدام هفته به هفته برای پاس اتفاق می‌افتاد. در نهایت نیم فصل به پایان رسید و پاس در مکان چهارم قرار گرفت.

الوند؛ ناامیدیِ محض

همزمان با پاس الوند هم پاییز امسال مسابقات لیگ دسته دوم باشگاه‌های کشور را آغاز کرد. الوند و پاس اگر چه یکی خصوصی و دیگری دولتی بود اما هر دو تحت مدیریت بهرام یدی بودند. الوند لیگ را بد آغاز کرد و هر چه گذشت بدتر شد.

آغاز لیگ آغاز ناامیدی‌ها بود. الوند نتیجه نمی‌گرفت و روزبه‌روز در جدول پایین می‌آمد. خیلی‌ها مشکل را از کادر فنی کم‌تجربه آن می‌دانستند، اما مدیریت باشگاه مشکل اساسی را بی‌پول دانست و حتی تهدید به تعطیلی هم کرد و وقتی قول استاندار را گرفت که به این باشگاه کمک پولی خواهد شد، کار مجدداً از سر گرفته شد. یعنی ظاهراً مدیریت استان تصمیم گرفت به این تیم خصوصی کمک مالی کند تا تعطیل نشود. در اواسط پاییز خبری منتشر شد مبنی بر اینکه یک سرمایه‌دار قصد خرید این تیم را دارد. چند جلسه علنی و غیرعلنی بین حسین دائمی، بهرام یدی، عبدی افتخاری و سید محمد عیوقیان برگزار شد. اختلاف‌های زیادی وجود داشت و مهمترین آنها بر سر پول بود.

دو طرف معامله برای قیمت اختلافاتی داشتند، اما در نهایت اعلام شد ظاهراً قراردادی بین دائمی و یدی بسته شد که طبق آن ۸۰ درصد باشگاه به دائمی رسید و ۲۰ درصد به یدی. این خبر البته چندان دوام نیاورد و خریدار گفت از فوتبال همدان بیزار است و مشکلات پشت پرده چنان به او فشــار وارد کرد که کار را رها کرد و رفت. بنابراین الوند برای یدی ماند و مســابقات را ادامه داد.مشکلات مالی از یکسو، درگیری بودن مالک الوند از سوی دیگر و در نهایت ضعف شدید فنی بازیکنان و کادر رهبری الوند باعث سقوط روز به روز این تیم می شد. در اواخر پاییز الوند خریدار جدیدی پیدا کرد. مجتبی مهرجوســرشــت، سرمربی تیم دانشگاه آزاد همدان با طرح‌هایی اقتصادی زیربغل، به استانداری رفت تا هم طرح‌هایش را به کار بنشاند و هم الوند را مدیریت کند. اما این کار خریدار جدید واکنش تند مالک الوند را به دنبال داشت و در نهایت او هم نتوانست کاری کند. در نهایت در اوایل زمســتان یدی تیم را به هیأت فوتبال واگذار کرد و آنها هم آن را به حاج ناصر قره‌باغی، مدیر تیم تالار وحدت همدان دادند تا با مدیریت جدید مسابقات را ادامه دهد.

کشتی؛ میزبانی مهم و یک ناامیدی مهمتر

کشــتی همدان هم در ۳ ماه گذشــته وضع دوگانه‌ای داشت. از یک طرف دو میزبانی مهم کشتی کشور به همدان داده شد و استان در مجموع از این دو آزمون سربلند بیرون آمد اما از طرف دیگر مشکلات و اختلافات از یکطرف و ادامه بی‌توجهی‌ها به یکسری مسائل خاص از طرف دیگر، وضعیت کلی کشتی را نگران‌کننده کرد.

در مهرماه، مسابقات کشتی آزاد و فرهنگی قهرمانی جوانان کشور در همدان برگزار شد. در این رقابت‌ها کشتی‌گیران جوان همدانی حرف خاصی برای گفتن نداشــتند و تیم همدان در نهایت نه در رشــته فرنگی و نه در رشته آزاد روی سکو نرفت، اما برگزاری آبرومندانه این مسابقات که در ســالن دانشــگاه آزاد اسلامی همدان رخ داد، فدراسیون کشــتی را مجاب کرد که میزبانی مرحله نهایی جایزه بزرگ باشگاه‌های کشور را هم به همدان بدهد.

تیم همدان در جایزه بزرگ باشــگاه‌های کشــور در مرحله نخست که اوایل تابستان برگزار شــد شرکت کرد و با ترکیبی از کشتی‌گیران بومی و غیربومی موفق شــد مقام سوم را کســب کند، اما در فصل دوم این رقابت‌ها مشکل همیشگی ورزش همدان باز هم گریبان آن را گرفت. هیأت کشتی اعلام کردکه در این مسابقات شرکت نمی‌کند چون پول ندارد ورودیه به فدراسیون پرداخت کند. این در حالی بود که گویا اسپانسر کشتی همدان یعنی شــرکت صنایع غذایی سحر تعهدات خود را انجام داده ولی مسئولان استان که قول همکاری داده بودند نتوانستند به قول خود وفا کنند. این البته روایت هیأت بود و دیگر مسئولان هیچگاه در این‌باره اظهارنظر نکردند.

همین باعث شــد که خیلی‌ها در اســتان موافق میزبانی همدان در فصل سوم این مسابقات نباشــند؛ زیرا در نهایت همدان قطعا نمی‌توانست در مجموعه ۳ فصل روی ســکو برود و به مسابقات باشــگاه‌های جهان راه پیدا کند. منتقدان می‌گفتند پول و زمان و انرژی که صرف این میزبانی می‌شــود اگر صرف تقویت پایه‌های کشــتی همدان شود می‌توان امیدوار بود تا چند ســال دیگر وضعیت ناامیدکننده موجود دگرگون شود و به روزهای خوب خود در سالیان قبل بازگردیم. صدای این منتقدان البته هیچگاه چنان بلند نشد که به گوش کسی برسد. پس مسابقات با تبلیغات گســترده به همدان رســید و البته باز هم آبرومندانه برگزار شد. همدان در این فصل با ۲ تیم امید و بزرگسالان شرکت کرد. امیدهای همدان در همه بازی‌ها باختند و بزرگســالان نیز اگرچه پر از غیربومی‌ها بود اما در نهایت در فصل ســوم، دوم شــد و در مجموع پنجم. از حاشیه‌های مهم این مســابقات حضور کشتی‌گیران روس در ترکیب تیم صنایع غذایی سحر همدان بود که آنطور که باید و شاید خوب کشتی نگرفتند و انتقادات زیادی از طرف افکار عمومی کشتی‌گیران همدانی می‌گفتند اگر قرار بود از روس کشتی‌گیر بیاوریم که ببازد و پولمان را هم با خود ببرد بهتر بود از همدانی‌ها استفاده می‌کردیم که هم کمتر از آنها پول می‌گرفتند و هم تجربه‌شان بالاتر می‌رفت. در اواسط زمستان همدان ۳گانه میزبانی خود در کشتی کشور را تکمیل می‌کند. میزبانی که از همین حالا انتقادات زیادی را برانگیخته است.

ماهنامه متفاوت چگونه باشد؟

"پیام مادستان" عنوان نشریه جدید همدان است که به تازگی به جرگه نشریات استان پیوسته است پیرامون اینکه این ماهنامه چه آیندهای داشته باشد و بیشتر به چه مسائلی بپردازد با چند کارشناس گفتگو کردیم که ماحصل آن از دیدگاهتان می گذرد. پرداختن به دغدغه های توسعه استان، مخاطب شناسی، حرکت به سمت تبلیغات تخصصی توجه به شکل و محتوا از جمله مواردی است که به اعتقاد کارشناسان برای انتشار یک ماهنامه باید مد نظر باشد.

دکتر احسان پوری قائم مقام
مرکز مطالعه رسانه مدرس دانشگاه:

مخاطب شناسی مد نظر باشد

■ با شرایط فعلی کشور در حوزه چاپ ،انتشار روزنامه و مجله جـای تقدیر دارد که یک گروه قرار اسـت مجله ای را با عنوان «پیام مادستان» برای مخاطبان محلی منتشر کنند بنابراین مخاطب شناسی و تعیین جامعه هدف نکته ای اسـت که به نظر می رسد در این ماهنامـه ابتدا باید به آن توجه شـود و از آنجا که حوزه انتشار مادسـتان محدود به استان همدان اسـت به نظر می رسد مخاطب این ماهنامه در وهله اول مخاطبان اسـتانی یا همدانی های هستند که در محدوده جغرافیایی این منطقه قرار دارند بر این اساس ما باید با نگاه به مخاطب ،تولید محتوا داشته باشیم. از سـوی دیگر بـار تحلیلی این ماهنامه باید نسـبت به بخش خبری و اطلاع رسـانی بیشتر باشد به دلیل اینکه مخاطب هایی که در اسـتان همدان یا پایتخت قرار دارند دارای نیاز های مشترک و از طرفی نیاز های متفاوتی هستند که البته نیاز های مشترک را رسانه های سراسری، روزنامه ها و روزنامه همدان پیام پوشش می دهند بنابراین باید به مواردی که رسانه ها پوشش نمی دهند به عنوان حلقه مفقوده ارتباط بین مخاطب و رسانه ورود پیدا کنند و روی آن برنامه سازی شود.

از سوی دیگر آموزه ها رشد و توسعه تکنولوژی های نویـن ارتباطی مخاطب ما فعال و پویاسـت ، با یک کلیک می تواند به جهان ارتباطات، خبر و اطلاعات دسترسی داشته باشـد طبعا برای این مخاطب تولید کردن پیام کار سختی است باید بررسی لازم صورت بگیرد تا ببینیم می توانیم یک ماهنامه در خور شـان مخاطب منتشر کنیم یا نه!

البته همه این موارد به تیم حرفه ای که در تحریریه حرفـه ای همـدان پیام وجود دارد بـاز می گردد و بررسی ها نشان داده که در این کار موفق بود و حالا در تجربیات یـک ماهنامه باید دید چگونه می تواند مخاطب را جذب و نگه دارد!

تبلیغات نیز یکی از راههای درآمد سـازی رسانه ها است رسانه ای بدون تبلیغات نمی تواند حرکت کند امـا اینکه در قدم اول این نشـریه بخواهد با هدف اقتصادی و تبلیغات باشه هدف قشنگی نیست.

در این زمینه باز به مخاطب شناسی اشاره می کنم اگر پیام مادسـتان بتواند مخاطب خود را پیدا کند به نظر می‌رسـد باید به سمت تبلیغات تخصصی حرکت کند یعنی تبلیغ آن با تبلیغات یک روزنامه فرق کند.

مجید فروتن معاون فرهنگی و هنری
اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی :

پیام مادستان به دغدغه‌های توسعه استان بپردازد

■ پیام مادسـتان باید نگاه توسـعه‌ای داشـته باشد یعنی به دغدغه‌های توسعه استان در حوزه فرهنگی، اجتماعی، سیاسـی و... بپردازد. با توجه به اینکه این نشـریه به دنبال ارائه مطالـب تخصصی، تحلیلی و آموزشـی در موضوعات گوناگون اسـت، افق دید و چشـم‌انداز آن می تواند توسعه فرهنگ جامعه، رونق اقتصادی و گردشگری، توسـعه سیاسی و اجتماعی اسـت و با اثر مسائل و مشکلات، اولویت‌ها و نیازها و راهکارهـای علمی و عملی را بیـان کند می‌تواند ترسیم‌گر توسعه آینده استان باشد.

البته به تدریج بیرون رفتن از مرزهای استان و گسترش فعالیت مطبوعات به عنوان نماد مطبوعات اسـتان در کشور می‌تواند به عنوان افق این نشریه مد نظر باشد.

همچنیـن بـه نظر می‌رسـد این ماهنامـه باید در چارچوب روش و زمینه مصوب نشـریه گام بردارد و مسائل و مطالب خود را تدارک ببیند. امروزه مباحث فرهنگی از اعم مباحث روز جامعه به شـمار می‌آید که نشریه پیام مادسـتان می‌تواند در این حوزه‌ها و حوزه‌های دیگر فرهنگ‌سـازی کند و به ارتقا سطح فرهنگی آموزش و اجتماعی جامعه کمک نماید.

احیاء سنن گذشـته، آداب و رسوم، معرفی و شناساندن مفاخر و بزرگان استان، معرفی هنرمندان برجسته کنونی استان، درج نتایج جلسات نقد و تحلیل و بررسی ابزارها و مباحث نقدی فرهنـگ، برپایی پاتوق‌های فرهنگی می‌تواند از موضوعاتی باشد که این نشریه به آنها بپردازد. در کنار آن از آنجا که توجه به تکنولوژی و ابزارهای جدید در جامعه و زندگی مردم شـکل گرفته است و اینکه امروزه در حوزه‌های آموزشـی و علمی مطالب میان رشـته‌ایی جدید اولویت و نیاز شـده است این نشریه می‌تواند به این مسائل هم بپردازد.

دکتر محمد رضا عراقچیان عضو هیئت علمی دانشگاه:

پیام مادستان تریبونی صادق برای مردم باشد

■ چنین نشـریه ای اگر قصد داشـته باشد با مشی سیاسـی، فرهنگی و اجتماعی منتشر شود ابتدا باید تکلیف مخاطب را روشـن کند چراکه قطعا مخاطب آن مخاطب عام نیست.

نکته دیگر توجه به شکل و فرمت نشریه است مانند صفحه آرایی، فونت،گرافیک و نوع و جنس کاغذ چراکه این موارد می‌تواند در جذب مخاطب تاثیر گذار خواهد بود. مهمتر اینکه این نشریه قرار است به چه مواردی بپردازد اگر بخواهیم اخبار معمولی را جمع کنیم و پایان کار منتشر کنیم معمولا اخبار سیاسی سوخت می شود بنابراین به جای اینکه مستقیما از خبر استفاده کند می‌تواند به تحلیل خبر،پژوهش و کارهای آماری بپردازد.

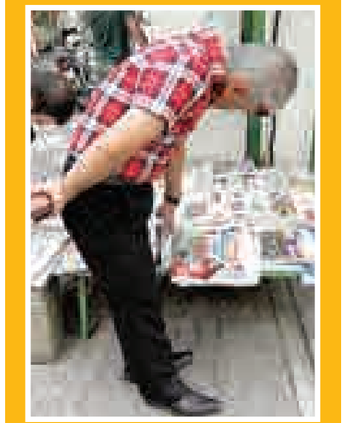
همچنیـن یکی از مـواردی که باید مد نظر باشـد اسـتفاده از شاخه های میان رشته ای به جای شاخه های اصلی است یعنی به جای اینکه صرفا به مطالب سیاسـی یا اقتصادی پرداخته شود از شاخه جدیدی به نام اقتصاد سیاسـی که به آن شاخه میان رشته‌ای گفته می شـود اسـتفاده کند و گفتگو با حداقل دو متخصص در ایـن زمینه و مرتبط کردن بحث های این افراد به یکدیگر هـم جذاب خواهد بود و حرف تازه ای را به مردم ارائه می دهد.

موضوع دیگری که به عقیده من باید مد نظر باشـد این است که متولیان این نشریه فعلا عجله ای برای اینکه گسـتره مطالب و انتشـار آن را به سطح ملی برسانند نداشته باشـند تلاش کنند دانش سیاسی و اجتماعی اسـتان را ارتقا ببخشند. اگر بتوانند در شان استان و قوی کار کنند به نظرم بهتر از این است که یک نشریه ضعیف در اشل ملی داشته باشیم.

بنابراین پیشنهاد من در خصوص مشی سیاسی مجله این اسـت که واقع گرا باشد واقعیات جامعه را بدون ملاحظـات حزبی برای مردم بازگـو کند یعنی پیام مادسـتان نماینده حزب دسته و گروه نباشد بلندگو و تریبونی باشـد برای آگاهی دادن صادقانه به مردم و تحلیل های سیاسی را صادقانه به مردم اعلام کند.

در زمینه تبلیغات هم هر چه تبلیغات بیشـتر باشـد اعتبـار علمی ماهنامه کاهش پیـدا می کند پس تا جایی که می توانند نباید تبلیغات داشـته باشند مگر اینکه این تبلیغات تخصصی و در راسـتای محتوای نشریه باشد.

انتظارات همدانی‌ها از مجله‌ای استانی



قـرار اسـت "پیام مادسـتان" در اسـتان منتشر و نخستین شماره خود را به دست مـردم برسـاند. در اینجا تـلاش کرده‌ایم در گفت‌وگویـی بـا مـردم پـای شـنیدن خواسته‌ها و توقعاتشان بنشینیم تا جویای انتظاراتشان برای انتشار یک نشریه موفق باشیم.

اول و آخر خواسته‌شـان از رسـانه‌ای‌ها و قلم به دسـت‌ها صداقت بـود و اینکه در کنار آنچه از امید صحبت می‌کنید، حقیقت را هم بگویید.

این پاسخ بسیاری از مردم به پرسشی بود که از آنها خواسته شـد تا بگویند دوست دارند در نشریات از چه چیزهایی برایشان بیشتر گفته شود. البته تنوع در سلیقه و خواسـته‌ها همچون نیازهـای دیگرمردم، موضوعی بود که باید به برآورده شدن آن توجه شود.

پرونده‌ای و تخصصی کار کنید

خیلی افراد که حرف از ماهنامه به میان می‌آمد، پس از درددل‌های بسـیار، بیشـتر بر روی تخصصی کار کردنش تأکید داشتند و هر یک بر مبنای علایق و دیدگاهشان نظری می‌دادند. یکی می‌گفت به دادِ این فرهنگ و هنر و ادبِ مظلوم برسید.

برخی هم بر این نظر بودند که ورزش هم عالیسـت و اینکه در این موضوع سـن و سال هم نمی‌شناخت. تعدادی هم بر مباحث حوادث، آموزش و خانوادگی و... تأکید داشتند. خواسته جوان ۲۵ ساله‌ای که در صف اتوبوس منتظر بود، «تمرین کنید تا با مردم باشید».

اما پیر سالخورده‌ای خیابان را گز می‌کرد هم نظری داشت و توصیه می‌کرد: انسان‌های آگاه را به کار بگیرید تا کیفیت کار هم بالا برود.

او بر این نظر بود که از رسـانه‌های مسـتقل و فعال در بخش خصوصی به دلیل نداشـتن وابستگی به دولت، انتظار بر این است که مستقل‌تر عمل کنند و با مردم صادق بوده و بیشتر با مردم باشند. یکی هم می‌گفت: «اعتقادی به کاغذها ندارد». می‌گفت اصلاً روزنامه، ماهنامه و هر کاغذ دیگر را نمی‌خوانم؛ اینترنت و فضاهای مجازی حتی از رسـانه‌های ملی را هم پیشـتازتر می‌دانسـت. دلیلش را هم اینگونه گفت: «باید بگویم که فضای مجازی به خاطر در دسترس بودن آن‌هم در گوشی همراه رقیبی خوب است و مردم بیشتر شنیداری‌اند تا خواندنی».

تعدای هم هنوز مشکلات اقتصادی نمی‌گذارد حتی نظری یا حرفی بگویند و بیشتر بر تمرکز رسانه‌ها بر این موضوع تاکید داشتند.

تخصصی کار کنید

مریم ۳۵ سـاله و دانشـجوی ارشد است؛ او می‌گوید: تخصصی کار کنید و اگر هم امکانش نیست که هر ماه یک موضوع را محور کنید، اما حداقل هر ماه به یک موضوع بپردازید؛ آن‌هم تحلیلی و قوی نه کپی.

پرداختن به نشاط اجتماعی

یکی از شـهروندان هم می‌گفت: نشـاط اجتماعی در میان این زندگی گم شده، جامعه خسته و درگیر است، پس شادابی را هم در نظر بگیرید و در اصل نشاط اجتماعی را اصل قرار دهید و به آن بپرازید.

خودتان را جدا از مردم ندانید

محمودی همسـر مریم هم در کنار او بود که با تأیید صحبت‌های همسـرش گفت: خودتان را جدا از مردم ندانید و با درک آنها، منفعت‌طلبی را کنار بگذارند. هر مجموعه قطعاً خالی از اشتباه نیست، ولی با نظرخواهی مردم باید به سمت رفع و یا کمتر شدن آن پیش رفت.

پدیده باشید

جمشـید پارسایی در بخش خصوصی کار می‌کند و ۴۵ ساله اسـت. او هم می‌گوید: موضوعات سیاسی را دوست دارم و پیگیر آن هم هستم. بسیار شیرین و پیچیده است و من سخت بودنش را بیشتر دوست دارم. البته پیشنهاد می‌کنم در این حوزه، افراد متخصص و باهوش را به کار گیرید.

وی بر این نظر اسـت که باید پیام متفاوت بودن خود را با ارائه اخبار نو، تحلیل‌های جدید و نوع نگاه به جامعه نشـان دهید و اینکه مردم آن را یک پدیده متفاوت نسـبت به پدیده‌های مکتوب دیگر ببینند؛ وگرنه اقبال خوبی نخواهد داشـت. به نوعی باید از حالت کلیشه‌ای خارج شوید و خلاقیت و تحلیل در آن‌ها بیشـتر باشـد و باید حرفه‌ای عمل کنید، در غیر این صورت جذابیتی برای مردم ندارد. اما بنده رشته و کارم هم مرتبط با اقتصاد و بیزینس است که علاقمندم در حوزه اقتصاد هم فعال باشید و اینکه این بحث را نمی‌توان از هیچ بحثی جدا کرد.

به سمت جلب اعتماد حرکت کنید

رسـولی هم مهندس ساختمان اسـت؛ به ندرت و یا گاهی برای کسب اخبار و اطلاعات مطالعه دارد و بر این نظر است که برخی تریبونی در دست گرفته‌اند که با ژسـت روشنفکری و بدون آگاهی طرح مسأله می‌کنند، در صورتی که همه اهل قلم‌ها باید به سمت جلب اعتماد مردم حرکت کنند. در مورد آنچه آگاه هستید، بنویسید؛ زیرا مردم خیلی باهوش‌تر هستند.

استقبال از ماهنامه تخصصی طنز

جوانی هم حدود ۲۴ ساله قصد رفتن به باشگاه را داشت و بسیار پرانرژی. نامش احمد بود و حرفش‌های را به طنز و شوخی می‌گفت؛ ولی از بین همه آنچه گفت، توانستیم چند کلمه‌ای را طرح کنیم. تمام حرفش این بود که از طنز و کاریکاتور آن‌هم حتی تخصصی‌تر استقبال می‌شود. احمد، طنز را با توانایی‌های بالا برشمرد که ذائقه مخاطب را به سوی شادابی و خنده بر لب آوردن تحریک می‌کند و در کنارش هم ذهن و اندیشه را به چالش می‌کشد.

حرفه‌ای‌تر پا به میدان بگذارید

سعید هم جوانی ۲۶ساله، دانشجوی علوم اجتماعی بود. او بر این نظر بود که در حوزه اجتماعی با توجه به گستردگی آن جای برای کار بسیار است و هر رشته و گوشه‌اش می‌تواند حرفی برای گفتن داشته باشد. اگر قرار است ماهنامه‌ای برای استان خودمان داشته باشیم؛ پس حرفه‌ای‌تر پا به میدان بگذارید و اینکه اندیشـه‌محور عمل کنید. یکی از همشهریان همدانی هم بسیار کوتاه گفت: «کمی منصف باشید». دو قدم نرفته بود که برگشت و گفت: «راسـتی همدان که ماهنامه ندارد و شـاید هم من ندیده‌ام؛ اما همین را بگویم که برای مردم نسخه نپیچید و حرف‌ها را روان و ساده‌تر بیان کنید.» هادی ضیایی هم ۲۷ ساله بود و بیکار. او زیاد حوصله حرف زدن نداشت و در لابه‌لای نیازمندی‌ها به دنبال شغل مناسبی می‌گشت و هر از گاهی هم تماس می‌گرفت و به حالت عصبانی قطع می‌کرد. او گفت: متن‌های خسـته‌کننده را از هر جایی می‌توانید پیدا کنید، پس سـعی کنید جذاب باشـید. مواظب باشید که حرف‌های اشتباه را منتقل نکنید.

ضیایی همیشـه پیگیر روزنامه‌ها و برخی ماهنامه‌های تخصصی اسـت و پیشنهاد دارد که اگر قرار است برای همدان این کار را انجام بدهید حتماً با برنامه‌ریزی و قوی عمل کنید و قدم‌های اول را محکم‌تر بردارید. همچنین علم را به زندگی روزمره مردم پیوند دهید.

حال بیمار مطبوعات

بیستمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌های کشور امسال برای نخستین دوره در دولت تدبیر و امید به عنوان یک رویداد بزرگ رسانه‌ای با شعار «رسانه؛ آزادی مسئولانه» ۱۷ آبان‌ماه ۹۳ با حضور علی لاریجانی رییس مجلس شورای اسلامی و علی جنتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و جمعی از مسئولان و اصحاب رسانه گشایش یافت. نمایشگاه بیستم با شرکت ۳۸روزنامه، ۲۰ خبرگزاری، ۱۱۶ رسانه آموزشی و تخصصی، چهار تشکل مطبوعاتی، ۶۳ رسانه سیاسی- اقتصادی، ۷۰ نشریه عمومی و خانواده، ۸ نشریه غیرفارسی زبان، ۴۵ نشریه فرهنگی، ۱۰ نشریه کودک و نوجوان، ۲۴ مؤسسه رسانه‌ای، ۶۷ نشریه استانی و ۱۳ عنوان نشریه ورزشی آبان‌ماه امسال در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. هرچند این نمایشگاه در روزهایی برگزار شد که رسانه‌های مکتوب با آن اقتصاد بیمارشان، اخبار را به موقع به گوش مردم می‌رساندند و با افت تیراژ مواجه بودند؛ تا آنجا که بهار امسال سه روزنامه در حال انتشار تهران، بنا به گفته مدیرانشان به دلیل مشکلات مالی و نبود توانایی تهیه کاغذ از انتشار بازمانده و تولیدشان را خودخواسته متوقف کردند، در هرحال نمایشگاه فرصتی شد تا رسانه‌ها، موقعیت‌ها و سطح اطلاع‌رسانی و کیفیت ارتقا یافته کارهایشان را به نمایش بگذارند. در نمایشگاه امسال مشارکت نشریات استانی به دو شکل پیش‌بینی شده بود؛ به طوریکه آن دسته از نشریاتی که توان اجرایی متناسبی داشتند، با غرفه‌ای مستقل در نمایشگاه شرکت کرده و دسته دیگر با همکاری ادارات کل استانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به صورت متمرکز، در نمایشگاه فعال بودند.

حضور موفق همدان‌پیام و میهمانان

در کنار سایر نشریات و رسانه‌های محلی حاضر در نمایشگاه که غربت و دست خالیشان از منابع مالی را می‌شد از ظاهر غرفه‌هایشان متوجه شد، آن‌هم در گوشه‌هایی از راهروهای حاشیه‌های نمایشگاه، نه در کنار رسانه‌های قوی و قدرتمند و مایه‌دار پایتختی‌ها؛ همدان پیام هم آماده‌تر از گذشته با حضور در این نمایشگاه بار دیگر قدرتش را با حضور میهمانان مختلف کشوری نشان دادند. از معاون مطبوعاتی گرفته تا ولی... سیف، رئیس کل بانک مرکزی، همتی مدیرعامل بانک ملی و دکتر چمران، رئیس شورای شهر تهران و در کنار آن نیز نمایندگان استان در مجلس شورای اسلامی دوره‌های گذشته و مجلس نهم، در کنار سایر مسئولان ارشد و دستگاه‌های اجرایی استان به بازدید از این غرفه آمدند و از حضور این رسانه به عنوان نماینده رسانه‌های استان ابراز خرسندی کردند و این حضور را به نوعی افتخاری برای خود و استان می‌دیدند. در کنار این حضورها هم گاهی کسی می‌آمد که بومی استان و مقیم پایتخت بود و وقتی نامی از همدان‌پیام در نمایشگاه شنیده بود، خودش را با گذر از پستوهای نمایشگاه و غرفه‌های بزرگ پایتختی‌ها به همدان‌پیام می‌رساند تا از بودن همدان در جمع کشوری‌ها، خرسندی‌اش را ابراز دهد.

تعاملی که حسرت استان‌های همسایه شد

البته یکی از حضورهای خوب هم بازدید استاندار همدان از غرفه همدان‌پیام بود؛ وقتی نماینده‌های دیگر استان‌ها نشست صمیمی استاندار را در جمع اهالی رسانه این غرفه دیدند، از تعامل محمدناصر نیکبخت با رسانه‌های استان همدان تشکر کردند و اینکه کاش این شرایط در استان ما هم می‌شد که باشد. در کنار آن حضور سرمایه‌داران بومی مقیم تهران بود که برخی مشکلات خود را با استاندار در جریان این حضور مطرح کردند که با پاسخ‌های پیگیرانه نیکبخت مواجه شد. اما در زمان برپایی یک هفته‌ای این نمایشگاه، رخدادهای مختلفی در جریان بود؛ از جمله برگزاری نشست‌های تخصصی در حرفه روزنامه‌نگاری از سوی دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها با حضور اهالی فن و اساتید مورد نظر برای روزنامه‌نگاران برگزار شد. البته در این نمایشگاه ۱۷ رسانه خارجی مقیم نیز توسط نمایندگانشان معرفی شدند. حضور کمرنگ نبود؛ اما به نسبت انتظاری که می‌رفت، هم نبود؛ آن‌هم پس از یک دوره غیبت نمایشگاه، دستِ دست‌اندرکاران و متولیان هم پر باشد...

بهشت روزنامه نگاران

در این نمایشگاه موضوع جالبی که در کنار سایر اتفاقات، نظر مخاطب را به سوی خود جلب می‌کرد؛ مطلبی مختصر و چند خطی بود که در یکی از بولتن‌های ویژه نمایشگاه بود و از بهشت روزنامه‌نگاران گفته بود. در این مطلب از مجله‌ای خبر داده بود که در کردستان عراق، سالی یک بار منتشر می‌شود و در آن به شرح تمام اتفاق‌ها و رخدادهای تلخی می‌پردازد که برای روزنامه‌نگاران رخ داده بود و نام نشریه «گزارش نقض حقوق روزنامه‌نگاران» است. این موضوع به قدری مورد توجه نهادهای حقوق بشری در دنیا قرار گرفته است که در گزارش‌های بین‌المللی خود به مطالب منتشر شده در این نشریه، استناد می‌کنند. روزهای برگزاری نمایشگاه اوج فعالیت رسانه‌ها و گفت‌وگوهایشان با مسئولان و میهمانانی بود که در غرفه‌ها به برگزاری نشست‌های تخصصی و یا عمومی می‌پرداختند. البته اخبار تنها منتهی به این حضورها و ثبت آنها نبود؛ بلکه خبرنگاران همچنان دغدغه سؤال‌هایی را داشتند که در قالب بودجه، پروژه و اعتبار و مصوبات دولت و مجلس پرسش می‌شد.

روز اختتامیه

روز اختتامیه هم مدیرکل سازمان صدا و سیما که چندی بیش از انتصابش نگذشته بود، در کنار حداد عادل و سایر مسئولان و اهالی رسانه به طبقه دوم نمایشگاه بین‌المللی تهران در مراسم اختتامیه آمد و سورپرایزی برای حاضران شد.
در این مراسم رسانه‌ها و غرفه‌های برتر معرفی شد که روزنامه همدان‌پیام در بخش رسانه‌های محلی مورد تقدیر قرار گرفت.

پایتخت رنگارنگ فرهنگ همدان

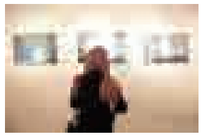
وقتی به مهمترین رویدادهای هنری فصل پاییز همدان نگاه می‌کنیم، می‌بینیم چند اتفاق مهم در این حوزه روی داده است که این مسأله رشد هنری همدان را نسبت به فصل‌های مشابه در سال‌های گذشته نشان می‌دهد.
برگزاری جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان همدان از ۱۶ تا ۲۱ مهرماه، برگزاری پنجمین همایش تئاتر عاشورایان از ۲۴ تا ۲۸ آبان‌ماه، اکران فیلم‌های سینمایی پرفروش «شهر موش‌ها ۲»، «شیار ۱۴۳»، «آتش‌بس ۲» و «آرایش غلیظ» که همزمان با اکران در سراسر کشور و استقبال از سوی همدانی‌ها مواجه شد، اجرای عمومی نمایش «آواز ستاره‌ها» حضور هنرمندان تئاتر در برخی از جشنواره‌های کشوری، برگزاری ۲ اکسپوی نقاشی و هنرهای تجسمی در نگارخانه استاد زنگنه مجتمع فرهنگی و هنری شهید آوینی از مهمترین رویدادهای هنری این فصل در همدان است.

■ هرچند در فصل پاییز تقریباً همه هفته‌ها نگارخانه و نمایشگاه‌های هنرهای تجسمی میزبان هنرمندان و آثار تجسمی آنها بوده و این در نوع خود بی‌نظیر است و نشان‌دهنده ایجاد فضای مناسب برای هنرهای تجسمی است.

اما بیست‌وپنجمین جشنواره تئاتر کودک و نوجوان در همدان مهمترین رویداد هنری نه‌تنها در فصل پاییز که در طول سال، به حساب می‌آید. امسال نحوه برگزاری این جشنواره هرچند همدانی‌ها را راضی نکرد به این دلیل که دبیر آن، پیام دهکردی، تا آغاز جشنواره در همدان حضور نداشت، ولی اتفاقات مهمی در آن رخ داد. از جمله اینکه اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس در همدان حضور یافتند و بخش تئاتر دانش‌آموزی به بخش‌های مختلف آن اضافه شده که مورد استقبال کارشناسان قرار گرفت. به روی سن رفتن پیاپی نرگس خاکیار، کارگردان همدانی برای گرفتن جوایز خود در بخش‌های مختلف نمایش خیابانی، انتخاب فرزاد لباسی به عنوان کارگردان برگزیده این جشنواره برای ساخت نمایش «من و کوزه»، جایزه ویژه نمایشنامه‌نویسی نمایش «تیک‌تاک» به کارگردانی مهدی پورقاسمی، انتخاب بخش آرای مردمی نمایش‌های «من و کوزه» و «دوست من گولاخوف» از اتفاقات خوشایندی بود که برای گروه‌های نمایشی همدان در این جشنواره روی داد. همچنین بزرگداشت هنگامه مفید، پیشکسوت عرصه تئاتر در کشور در مجموعه «خانه مادر بزرگ» که صدای عروسک مادربزرگ را بر عهده داشت، از اتفاق‌های مهم دیگر این جشنواره بود. هرچند برخی از تئاترهای خیابانی چون «خطوط سفید» و نمایش‌های صحنه‌ای «یک بشقاب ماکارونی پیچی»، «مبارک و طلسم شاهزاده»، «به کفشات نگاه کن» نیز از نمایش‌های برگزیده در بخش‌های مختلف جشنواره بودند و مخاطبان زیادی را جذب کردند، ولی نمایش «ترافه» از کشور اسپانیا نیز مخاطبان زیادی را جذب خود کرد و اجرای آن نیز تمدید شد و مخاطبان را طوری جذب خود می‌کرد که ترافیک در محوطه خود ایجاد می‌کرد. پس از آن سینما، دومین محلی بود

که در فصل پاییز تعداد مخاطبان زیادی را به خاطر اکران برخی از فیلم‌ها در خود جای می‌داد.

■ «شهر موش‌ها ۲» به کارگردانی مرضیه برومند به فروش زیادی دست یافت و رکورد فروش را در طول سال جاری شکست. این فیلم در تمام سینماهای استان بیش از یک‌ماه بر روی پرده ماند. این فیلم در گروه کودکان بود و موجب شد تا پس از سال‌ها بار دیگر کودکان وارد فضای سالن‌های سینمای استان شوند. فیلم «شیار ۱۴۳» با مضمون دفاع مقدس نیز جزو فیلم‌های پرفروش این فصل بود. این فیلم با مضمونی متفاوت در بین فیلم‌های فصل پاییز توانست مخاطبان را برای دیدن فیلمی در حاشیه جنگ بیشتر کند. فیلم‌های «آتش‌بس ۲» و «آرایش غلیظ» با مضمون اجتماعی نیز در سینما قدس مخاطبان زیادی را جذب کرد اما به نظر می‌رسید اکران فیلم‌های خوب پشت سر هم موجب شد این



۲ فیلم به موفقیتی که می‌باید، دست نیافتند

■ پنجمین همایش عاشورایان از جمله رویدادهایی بود که پس از ۳ سال وقفه بار دیگر در همدان برگزار شد. در این همایش که از ۲۴ تا ۲۸ آبان‌ماه در مجتمع شهید آوینی برگزار شد ۴ گروه نمایش و یک گروه تعزیه صبحها برای دانش‌آموزان و مدارس و عصرها اجرای عمومی داشتند. این همایش نیز با استقبال خوبی در همدان مواجه شد.

■ اما اجرای نمایش «آواز ستاره‌ها» به کارگردانی اکبر مرادی کامیاب از جمله نمایش‌هایی بود که با استقبال تماشاگران مواجه شد. هرچند در همدان کمتر پیش می‌آید نمایش‌ها پرمخاطب باشند اما این نمایش که برای مخاطبان بالای ۱۸ سال برگزار می‌شد تبلیغات گسترده‌ای داشت و البته تماشاگران پس از تماشا راضی به نظر می‌رسیدند. اما برگزاری ۲ اکسپوی نقاشی و هنرهای تجسمی با فاصله یک هفته در نگارخانه استاد زنگنه هم از رویدادهای مهم هنرهای تجسمی در همدان است. هرچند اکسپوی نقاشی کیودراهنگی‌ها با استقبال همراه نبود اما اکسپوی خیریه هنرهای تجسمی استادان و هنرمندان همدانی به نفع کودکان مؤسسه «قاصدک‌های امید یلدا» با استقبال مواجه شد و توانست به فروش خوبی دست یابد. این نمایشگاه و فروشگاه از ۲۱ آذرماه به مدت یک هفته هر روز مشتریان خود را داشت. حضور کارگردان‌های نمایش در جشنواره ارسباران، تئاتر عروسکی تهران مبارک و همچنین دعوت از محمد قاسمی و پری بارانی به فستیوال نروژ از جمله اتفاقات مهم برای هنرمندان تئاتر استان بوده است.
ترافیک نمایشگاه‌های هنری در گالری‌های مختلف همدان نیز مورد توجه بود و در هر هفته، هنرمندان در نمایشگاه‌های مختلف آثار خود را ارائه می‌کردند.
برگزاری برنامه‌های هنری پس از فصل پاییز نیز همچنان ادامه دارد و با وجود فرا رسیدن سرمای زمستان، فضای هنری همدان سرد نشده و شاهد اجرای برنامه‌های مختلفی هستیم.

تاریک و روشن فضای انتخابات

اگرچه هنوز در حدود ۱۴ ماه تا انتخابات مجلس دهم فرصت باقی است اما گویا گروههای سیاسی و تشکلها برای رقابت در این انتخابات عجله دارند و اقدامات آنها باعث شده تا وزارت کشور هم در اقدامی نامعمول همگام با فعالان سیاسی شده و انتخابات را در این وزارتخانه کلید بزند.
در زمینه پرداختن به موضوع انتخابات شاید اصولگرایان زودتر از اصلاح طلبان کار را آغاز کرده باشند زیرا در فضای رسمی تا کنون حداقل دو همایش وحدت برگزار کرده اند در حالی که قرار است اصلاح طلبان نخستین همایش خود را در شرایطی که گروهی تهدید بر هجوم به آن کرده اند، امروز برگزار کنند.
به رغم برگزاری این همایش ها اما به نظر نمی رسد که وحدت در جریان اصولگرایان بویژه پایداری و اصولگرایان سنتی و همچنین در بین اصلاح طلبان و اعتدالیون موضوع سهل و آسان باشد.
از سوی دیگر همانقدر که اکثر فعالان سیاسی مجلس آینده را برآمده از فضای حاکم بر سپهر سیاست ایران یعنی اعتدال می دانند، رادیکالها و تندروها هم تقسیم بندی معتدل و غیر معتدل را انحرافی و نادرست ارزیابی می کنند.
در یک تقسیم بندی کلی، رقابت انتخاباتی مجلس دهم تا کنون این گونه شکل گرفته است که جبهه پایداری با سر لیستی سعید جلیلی کار خود را شروع کرده و بنا دارد با کاندیداتوری جلیلی از قم به رقابت با اصولگرایان سنتی یا همان رهروان ولایت با سرلیستی علی لاریجانی برود. مشکل وحدت اصولگرایان از همین رقابتی که پایداری ها می خواهند بین جلیلی و لاریجانی آغاز کنند، شروع شده است و به نظر نمی رسد اصولگرایان معتدل بتوانند با اصولگرایان پایداری که مواضع تندتری دارند به وحدت برسند.
در دیگر سو اصلاح طلبان با وضعیت مشابهی روبرو هستند به طوری که اعلام کاندیداتوری عارف بسیاری از اصلاح طلبان را متقاعد به سرلیستی وی کرده است اما برخی اعتدالیون با طرفداران دولت این تمایل را نداشته و به دنبال سر لیستی یکی از افراد نزدیک به رئیس جمهور یا از چهره معتدل سرشناس مانند ناطق نوری هستند.
در کنار این لیست چهره های سرشناس سیاسی نیز به انتخابات وارد خواهد شد که مشهورترین آنها لیست یاران بهار به سرلیستی محمود احمدی نژاد خواهد بود.
البته پیش بینی می شود چهره های اصولگرای مستقل مانند محسن رضایی نیز در رقابت حاضر باشند.
آنچه اکنون اتفاق افتاده رقابت لیستی بر اساس قرار گرفتن سرلیستی از چهره های شاخص است و هنوز جایگاه احزاب و ائتلافهای حزبی در رقابتها به خوبی نمایان نیست و به نظر می سد با فعالیت احزاب این فضا تغییر بسیاری کند.
در این وضعیت فضای انتخاباتی استان همدان نیز روز به روز فضای روشنتری به خود می‌گیرد.
اعلام انصراف برخی نمایندگان استان در مجلس نهم از ثبت نام مجدد برای رقابت انتخاباتی، اولین اخباری بود که سبب رونق فضای انتخاباتی استان شد.
پس از آن حضور حمید رضا حاجی بابایی در همایش وحدت اصولگرایان و گمانه زنی رسانه ها از تمایل وی به حضور در انتخابات از حوزه انتخابیه همدان باعث شد تا رقبا به فکر تدارک قوی برای رقابت با وزیر دولت احمدی نژاد باشند.
در مرحله اول یادآوری عملکرد حاجی بابایی در وزارت آموزش و پرورش که با ابهاماتی در زمینه استخدام فامیلی و حادثه شین آباد همراه است، دستاویز رسانه های رقیب قرار گرفت تا لقب «مرد یادآور شین آباد» اولین هدیه انتخاباتی رقیبان حاجی بابایی برای وی و هشداری مبنی بر تغییر فضای و سختی کار برای او باشد.
روش حاجی بابایی در انتخابات گذشته حضور مستقل و ائتلاف پنهان با یکی از داوطلبان است که گفته می شود اکنون وی با یکی از مدیران دولت نهم و دهم در استان این ائتلاف را صورت داده و در حال برنامه ریزی برای انتخابات هستند.
با این حال گزینه های اصولگرایان برای انتخابات همدان تنها به حاجی بابایی موکول نخواهد شد و به نظر می رسد رقابت لیست رهروان ولایت که در همدان با سرلیستی امیر خجسته شکل خواهد گرفت با لیست مستقلان اصولگرا به سر لیستی حاجی بابایی و جبهه پایداری با سرلیستی دکتر زلفی گل به عنوان ۳ لیست مهم و اصلی اصولگرایان در استان همدان شکل خواهد گرفت.
اما در جبهه مقابل زمزمه حضور علی اصغر زبردست به عنوان کاندیدای اعتدالیون در کنار علی آقا محمدی سرلیستی حامیان دولت را به استاندار اسبق همدان خواهد داد و در کنار آن اصلاح طلبان اگر به حمایت از این لیست قانع نشوند در صورت تایید صلاحیت کاندیداهای اختصاصی با لیستی به سر لیستی چهره های شاخص خود مانند حسین لقمانیان در انتخابات حاضر خواهند شد.
در کنار این بخشنامه وزارت کشور مبنی بر استعفای مدیران این وزارتخانه که قصد حضور در انتخابات را دارند تا اسفند ماه، قطعا فضای انتخابات استان را روشن تر خواهد کرد و به شایعات انتخاباتی که درباره بسیاری از مدیران این وزارتخانه مطرح است، پایان خواهد داد.
به هر حال اکنون در استان نیز به تبعیت از فضای کشور تمامی گروهها فعال هستند، حال کدام گروهها تا پایان رقابت در میدان بمانند، بستگی به تحولات آینده دارد.