



سقفی برای فرهنگ

"باتوق فرهنگی" جایی باشد برای تبادل افکار و ایده ها و اندیشه ها و محلی برای تضارب آرا برای درددل کردن ها و پناهگاهی برای پناه بردن از دغدغه و مشغله های روزانه و محفلی که گپ و گفتی باشد با آنانی که عیار جنس همدیگر را سنجیده اند و همدلی شان بر هم زبانی می چربد، دولتی و وابسته نباشد تاثیر و فشار نپذیرد مگر در محبت و خلوص. برنامه و بودجه هم نمی خواهد فقط کافی است تا اهالی فرهنگ از هر جنس که می شناسی روزنامه نگار، نویسنده، عکاس، موسیقی دان، نقاش و هنرمند تجسمی و یا...

بخواهند در یک جا مداوم جمع شوند

دستور جلسات خودش تنظیم می شود

به قول معروف: صد که آمد نود هم پیش ماست

"جای این مکان در همدان خالی است و در شهرستان ها خالی تر.

مکانش می تواند یکی از همین صدها مکان موجود در شهر خودمان باشد

یا مثلا دفتر "روزنامه".

دغدغه جای و شیرینی هم نداریم و کسی هم نمی گذاریم

برای پر کردن کارنامه کار بیش از آن بهره برداری کند

الکی شعار ندهیم؛ بیاید توسعه فرهنگی عملا قدمی برداریم

هر چند کوچک

و نخستین مکان فرهنگی استان را تشکیل دهیم

و نامش را بگذاریم

"باتوق"



کس سعیده آفاخانی

همدان پیام: روز خبرنگار که می شود، همه یکدیگر را می بینند اما مجال گفت و شنید و گپ های طولانی در یک مراسم پر از سخنرانی و پر جاشیه وجود ندارد. کنفرانس های مطبوعاتی هم، جایی برای حرف های خودمانی نیست. برای حرف هایی که فقط قشر خبرنگار آن را درک می کنند. دغدغه هایی از جنس تیتزر، گزارش، مصاحبه، حق التحریر و روش های تازه نوشتن.

این می شود که وقتی کسی از بیرون به دنیای رسانه همدان دقیق می شود، نبود انسجام بین جماعت رسانه ای ها اولین چیزی است که نظارش را جلب می کند. همانطور که چندی پیش عباس محرمی رئیس بسیج رسانه همدان پشت تریبون اعلام کرد اصحاب رسانه و مطبوعات همدان انسجام ندارند و اغلب رسانه های مکتوب و مجازی استان آن را تیتزر کردند.

وقتی یک خبرنگار چیزی را تیتزر می کند، یعنی آن چیز مهم است، بهتر بخوانیدش. و تیتزر کردن "نبود انسجام بین اصحاب رسانه و مطبوعات" نشانه این است که خود

اهالی رسانه نیز به این خلا پی برده اند که آن را مهم و لایق تیتزر شدن می دانند.

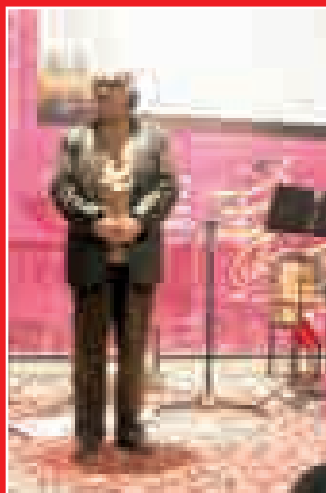
طی سال های گذشته خیلی ها خواستند تا این انسجام در سایه عناوین مختلف به دست بیایند. رماندازی خانه مطبوعات توسط اهالی رسانه برای رفع مشکلات صنفی و اتحاد خبرنگاران برای برگزاری دوره ها و گردهمایی های مختلف از جمله کارهایی بود که در گذشته انجام شد و متأسفانه در همدان نتوانست فعالانه عمل کند.

به طوری که از سال ۸۸ تاکنون انتخابات خانه مطبوعات استان به خاطر به حد نصاب نرسیدن تعداد خبرنگاران شرکت کننده و کاندیداهای هیأت رئیسه برگزار نشده است. در حقیقت خبرنگاران همدان، خانه مطبوعات را محل امن و بی غل و غشی برای ماندن نمی دانند و به فعالیتش خوش بین نیستند.

سرای روزنامه نگاران هم فعالیت خود را آغاز کرد تا سرای امنی برای خبرنگاران و روزنامه نگاران باشد، اما فعالیت این نهاد دولتی هم به ۲ سال نرسیده متوقف شد. هرچند در آن مدت هم نتوانست کار زیادی به جز فعالیت هایی در حوزه آموزشی از پیش ببرد و از

جایی که باید از درون جامعه خبری بجوشد

حاشیه جشنواره فیلم فجر و موسیقی سنتی در همدان



مشکلات هنرمندان تنها داشتن یک پاتوق هنری نیست. آنها

مشکلاتی دارند که اغلب آنها را در یک ردیف می‌دانند

و داشتن یک پاتوق مناسب را بستر حل اغلب

مشکلات می‌دانند. وجود صدها نقاش

فارغ‌التحصیل از دانشگاه‌ها و آموزشگاه‌های

خصوصی، صدها خوشنویس دارای

مدرک ممتاز و فوق ممتاز و استاد و

هنرجو، طراحان گرافیک و عکاسان

بازرژ و... پتانسیل‌های ارزشمندی

در استانمان هستند که نگاهی

تخصصی به هنر از سوی مدیران

ما را می‌طلبند.

یکی از هنرمندان همدانی

می‌گوید: «هنرمندان کار می‌کنند

ولی حتی ابتدایی‌ترین چیزی که

می‌تواند یک مکان باشد برای اینکه

هفته‌ای یکی دوبار همدیگر را ببینیم را

نداریم. پاتوق ما جلوی تالار فجر، پارک یا داخل

ماشین است و این بدترین وضع ممکنه.» او می‌گوید:

«این وضعیت ربطی به هنرمندان ندارد و هم‌ه‌ما برمی‌گردد

به سمت مسئولان و بی‌توجهی‌شان و دل‌پیش هم غیر تخصصی بودن آنهاست.

هنرمندان به فضایی احتیاج دارند که خبری از بروکراسی‌های اداری و اجرای

قوانین آنها توسط شخص هنرمند نباشد. هنرمندان دلشان نمی‌خواهد کارهای

اجرایی و قوانین سرسخت و پیچیده بعضی ادارات و برخوردهای نامناسب

بعضی از آنها افکارشان را منحرف کند.»

یکی از طراحان گرافیک هم می‌گوید: «از وقتی که درسم تمام شده و

برگشتم همدان و فضای هنری همدان را دیدم‌ام برای کار کردن در همدان

کمی دل‌سرد شدم‌ام. به نظرم نیازی که جامعه گرافیک همدان دارد این است

که چیزی شبیه انجمن تشکیل شود حمایت شود ولی مستقل از ادارات باشد و

از قوانین سرسخت حاکم بر مثلا اداره ارشاد و نامه‌بازی‌های آنها به دور باشد.»

او می‌گوید: «انجمنی باید داشته باشیم که قوانین مربوط به گرافیک را وضع

کند. وجود آن باعث می‌شود هنرمندان یک جایی برای جمع شدن، تبادل نظر

و همدیگر را دیدن، داشته باشند و فرهنگ‌سازی برای گرافیک و جا انداختن

صحیح آن در شهر به وجود بیاید.»

یکی از هنرمندان می‌گوید: «ماهی یک بار دوستانمان را در نمایشگاه

همدان‌پیام: داشتن فضایی آسوده یکی از نیازهای هنرمند است برای اینکه به ارتقای فکری برسد و سطح هنری‌اش را بالا ببرد. اما ایجاد این فضا دیگر دست هنرمند نیست. فضای هنری ما در دست دولت است و نه در دست بخش خصوصی؛ پس فراهم کردن فضای رشد و ارتقای آن از دست هنرمندان خارج است و دست‌اندرکاران باید کاری انجام دهند.

هنرمندان در طی سال‌های گذشته خواسته‌هایشان را بیان کرده‌اند و تلاش کرده‌اند تا موارد مورد نیازشان برآورده شود ولی هیچگاه به آن نرسیده‌اند. یکی از هنرمندان مطرح همدانی در سطح بین‌الملل می‌گوید: «ما ایده‌لیست نیستیم که جایگاهی مثل هنرمندان کشورهای توسعه یافته خواهیم. ما فقط می‌خواهیم بدانند هنرمند تخصص دارد، مثل یک پزشک، مهندس و... و در این رابطه دولت فرهنگ‌سازی کند.»

تا امروز نشستن پای درد دل هنرمندان در جایی که شأنشان حفظ نمی‌شد دردی را دو نکرده است و حتی باعث شده این روزها دیگر، هنرمندان حاضر به حرف زدن نباشند. انزوایی که در فضای هنری همدان به وجود آمده خواست هنرمندان نبوده و به اجبار و یواش یواش و در سکوتی این اتفاق افتاده است.

در این گزارش به انواع مشکلات هنرمندان پرداخته نشده است. اما یکی از مواردی که تا با هنرمندان ریز و درشت صحبت می‌کردم، مطرح می‌شد نیازشان به پاتوق‌های هنری برای رشته‌های هنری مختلف است که در همدان جای خالی آن بسیار احساس می‌شود و یکی از پیش‌زمینه‌ها برای ایجاد فضایی هنری و برای ارتقای سطح هنر و هنرمندان در شهر است. یکی از ادبای شهرمان می‌گوید: «آرزوی من این است که در هر محله‌ای یک انجمن شعر تأسیس شود.» او داشتن انجمن‌های متعدد را زمینه‌ای برای رشد شاعران می‌داند و می‌گوید: «از این انجمن‌ها، شاعران متولد می‌شوند. مثلا جوان ۱۶ ساله‌ای می‌آید و شعرهایش را در این انجمن‌ها می‌خواند و بقیه او را نقد و تشویق می‌کنند. اینجا جای ویرایش و پرداخت شعرهای کسانی است که شعر می‌نویسند و در انجمن‌ها می‌خوانند و گرنه از کجا ایراد شعرهایش را بلداند. حافظ‌ها و مولوی‌ها از همین انجمن‌ها بیرون می‌آیند.»

هنرمندان در رشته‌های دیگر اما تجربه داشتن فضاهای این‌چنینی را ندارند و داشتن چنین فضایی را یکی آرزوهای هنری می‌دانند. یکی از نقاشان همدانی مقیم تهران می‌گوید: یکی از فائزیه‌های من وجود یک جایی است که هفته‌ای یک بار بیایم همدان و بروم آنجا دوستانم را ببینم و درباره نقاشی با هم حرف بزنیم. این یک نیاز برای هنر و هنرمند به‌حساب می‌آید.»



کارشناسان فرهنگی عنوان کردند

پاتوق فرهنگی از چارچوب دستورات خارج باشد

همدان‌پیام: پاتوق فرهنگی مکانی است فرهنگی، هنری در پاسخ به نیازها و علایق مردم جامعه که به منظور فراهم کردن زمینه رشد و استعداد‌های آنها شکل می‌گیرد.

کارشناسان در حوزه فرهنگ بر این باورند که هدف از ایجاد این مکان، ارتقای سطح توانمندی اقشار مختلف در زمینه بحث‌های گروهی، تفکر انتقادی، ارائه طرح‌ها و ایده‌های پیشنهادی و ایجاد محیطی امن برای ارائه دانسته‌ها و داشته‌ها است.

پاتوق‌های فرهنگی در صورتی راه به سوی هدفی مطمئن می‌برند که فضای فعالیتی آنها توسط نخبگان فرهنگی و یا ارگان‌های مرتبط به حوزه‌های فرهنگی مدیریت شود. معاون فرهنگی هنری اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی همدان معتقد است: حوزه فرهنگ گستردگی بسیار زیادی دارد. اگر فرهنگ را به عنوان مجموعه‌ای از آداب و رسوم و بینش‌هایی در نظر بگیریم که توسط مردم جامعه مورد پذیرش قرار گرفته باشد، خیلی از برنامه‌هایی که برای حفظ این آداب و رسوم توسط آنها به اجرا درمی‌آید، در قالب پاتوق فرهنگی خواهد بود.

هادی فیض‌منش در توضیح این مطلب فعال بودن محافل متنوعی چون، انجمن حافظ‌خوانی، پروین خوانی و جلسات آموزشی موسیقی، خط و نقاشی را نمونه‌هایی از پاتوق‌های فرهنگی عنوان کرد.

از نگاه این کارشناس فرهنگی هر چقدر جامعه‌ای پاتوق فرهنگی زیادی داشته باشد، آن جامعه موفق‌تر است و جامعه‌ای که در راستای توسعه فرهنگی قدم برمی‌دارد از حصاد نامطلوب به دور خواهد بود و هر چقدر هم این جامعه از این حوزه‌ها دور باشد، شرایط نگران‌کننده‌تر خواهد بود.

چه بسا می‌توان ادعا کرد با کم‌رنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی، جامعه از فرهنگ و هنر تهی می‌شود که این روند شرایط نامطلوبی را به دنبال خواهد داشت.

وی به رسالت ادارات فرهنگ و ارشاد و ارگان‌های مرتبط با حوزه‌های هنر نیز اشاره کرد و گفت: این سازمان‌ها رسالت ایجاد پاتوق‌های متنوع فرهنگی را دارند و چه بسا شکل‌گیری این فضاهای فرهنگی نقش مؤثرتری نسبت به برگزاری جشنواره و همایش‌ها داشته باشد. چرا که پاتوق‌های فرهنگی فعالیتی مداوم دارند و جشنواره‌ها دارای محدودیت زمانی در برگزاری هستند.

فیض‌منش به قهوه‌خانه‌ها هم گریزی زد و ادامه داد: قهوه‌خانه‌ها سال‌ها پیش، پاتوق‌های فرهنگی و مکان‌هایی برای ارائه مسائل فرهنگی و رد و بدل کردن ایده‌ها و حفظ آداب و رسوم بودند و امروز با کم‌تر شدن چنین فضاهایی نیازمند ایجاد پاتوق‌های فرهنگی با محتوای شاخص هستیم. اما با تمام نیازی که امروز در این زمینه داریم باید گفت ما در این حوزه فقیر هستیم و ایجاد پاتوق‌های فرهنگی

از مهمترین عواملی هستند که می‌توانند فقر فرهنگی را کم‌رنگ‌تر کنند.

فیض‌منش نیاز هر منطقه، محله و هر خانواده را ایجاد یک پاتوق فرهنگی دانست و افزود: در این پاتوق می‌توان با حافظ‌خوانی، شاهنامه‌خوانی و مرور تاریخ و فرهنگ ایرانی، ریشه‌های فرهنگ را برای نسل‌های آینده محکم‌تر کرد و چه بسا با تشویق خانواده‌ها به تشکیل پاتوق‌های فرهنگی، خواهیم توانست شخصیت‌های بزرگ فرهنگی و تاریخ و هنر ایرانی را به فرزندانمان بشناسانیم. این در حالی است که امروزه می‌دانیم وجود علم و تکنولوژی روز در زندگی اقشار جوان موجب به سوی تکنولوژی رفتن جوانان ما با چنین میراث غنی در فرهنگ ایران اسلامی شده است و فعالیت در پاتوق‌های فرهنگی است که می‌تواند به نیاز جامعه برای برگشتن به فرهنگ غنی ایران اسلامی کمک کند.

یک کارشناس مدیریت امور فرهنگی نیز معتقد است، توسعه فرهنگی و دستیابی به این مهم جمله‌ای شاری نیست، این هدف قابل دستیابی است اگر زمینه‌های آن در هر جامعه کوچکی چون، خانواده و یا جامعه بزرگی چون مردمان یک شهر فراهم باشد.

حمید پارسا عنوان کرد: توسعه فرهنگی در نمایان کردن هویت فرهنگ یک جامعه کوچک مؤثر است و این مهم در قالب اهمیت دادن به ارزش‌های محلی و ملی باید بتواند

از طریق برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه پاسخ دهد.

از نگاه این کارشناس برنامه‌های یک پاتوق فرهنگی باید با محوریت خواسته‌های اعضای این پاتوق به اجرا درآید و باید برای جذب علاقه‌مندان به فعالیت‌های فرهنگی در پاتوق‌های مشخص، هدفمند جلو رفت.

وی می‌گوید: همانگونه که ورود عموم به قهوه‌خانه‌های قدیم و کافی‌شاپ‌های جدید آزاد بود و هر مراجعه‌کننده به این فضا می‌تواند، علایق خاص خود برای ایجاد و انجام بحث‌های فرهنگی را پیدا کند؛ باید بتوانیم با راه‌اندازی یک پاتوق فرهنگی، فضایی مردمی‌پسند را ایجاد کنیم تا هر کس فراخور علاقه‌اش ارتباطات خود را با دیگران تعریف کند.

این کارشناس جای خالی یک پاتوق فرهنگی مردمی در استان را محسوس عنوان می‌کند و معتقد است: پاتوق فرهنگی باید تکاپو داشته باشد و از چارچوب دستورات خارج باشد، باید بتواند نظرها و ایده‌های خوب را از میان اعضای حاضر کشف کند و به پردازش آنها بپردازد. باید بتواند جایی برای بحث کردن‌های مفید ایجاد کند و گرنه پاتوق‌های به ظاهر فرهنگی با عناوین خاص فراوان است، اما تا این فضاها در هر حوزه‌ای به واقع مردمی نشود، راه به جایی نخواهد برد. و چه بسا باید گفت پاتوق فرهنگی وقتی می‌تواند پر تکاپو باشد که برای مردم و از مردم باشد.

می‌بینیم کلی انگیزه می‌گیریم. اگر جایی داشته باشیم که دور هم جمع شویم، کارهایی را ببینیم باعث می‌شود در هنر هم پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشته باشیم و هنرمندان بیشتری خواهیم داشت که به سمت تخصصی بودن بروند.»

البته وجود یک مکان برای جمع شدن هنرمندان کار آسانی است و احتمالا هر اداره یک اتاقی یا سالینی دارد که بتواند روزی یکی ۲ ساعت آن‌را به هنرمندان اختصاص بدهد و امکاناتی مثل صندلی یا یک پروژکتور را در اختیار آنها قرار دهد و عنوان پاتوق هنری را بر روی آن بگذارد و فراهم کردن و در اختیار قرار دادن به هنرمندان را شرایطی مثبت برای هنرمندان بداند. یکی از عکاسان می‌گوید:

«مکان‌هایی هست که دور هم جمع شویم و عکس‌های هم را ببینیم، اما ایجاد محدودیت‌های فکری و کاری که از طرف سازمان‌ها بر ما حاکم می‌شود

بیشتر ما را محدود می‌کند و دستانمان را از کار می‌اندازد.»

یکی از طراحان گرافیک هم می‌گوید: «گاهی وقت‌ها پیش می‌آید با زحمت و انگیزه و گذاشتن وقت زیاد، انجمنی را زیر نظر اداره‌ای تأسیس می‌کنیم و فکر می‌کنیم آن اداره قرار است حامی ما باشد و انجمن مکانی برای جمع دوستان و هنرمندان و فعالیت‌های موردنظرمان، که از قبل هم با توافق فقط به‌خاطر همان چیزها آنجا را راه می‌اندازیم. اما بعد از مدتی می‌بینیم اگر عطایش را به لقایش ببخشیم بیشتر پیشرفت می‌کنیم.» او می‌گوید: «محدودیت‌هایی که در ادارات و ارگان‌های مربوط به هنر برای ما ایجاد می‌کنند دست ما را می‌بندد و اذیتمان می‌کند. هر چی هم هنر داشتیم یواش یواش از دست دادیم.»

از صحبت‌های هنرمندان پیداست درد دلشان زیاد است ولی داشتن یک مکان برای جمع شدن آنها دور هم و یادگیری از هم و ایجاد انگیزه کاری و نتیجه‌گیری از کارشان یکی از نیازهای مهم آنهاست؛ بدون اینکه وارد محدودیت‌های اداری شوند و مجبور شوند دست از هنرشان بکشند. آنها می‌خواهند فضاهایی برایشان ایجاد شود که بتوانند با فراق بال در کنار یکدیگر به هنر بپردازند. چیزی که سال‌ها از آن محروم بوده‌اند.



برند فرهنگی هم نداریم!

همدان پیام: در صورت طراحی برند فرهنگی در هر منطقه‌ای متولیان امور و برنامه‌ریزان خواهند توانست با طراحی برند فرهنگی، بهانه‌ای برای معرفی فرهنگ تاریخ و هنر آن منطقه ایجاد کنند. اما آنچه جای تأمل دارد این است که برند فرهنگی در همدان غریب است، این در حالی است که در این دیار تاریخی بیش از هزار و ۸۵۰ جاذبه وجود دارد و همدان مهد پرورش بزرگ مردانی در عرصه‌های علم و هنر و مذهب است. برای ایجاد یک برند فرهنگی لازم است، عبارات فرهنگ و برند را بشناسیم.

فرهنگ را ادوارد تایلور (۱۹۱۷–۱۸۳۳)، مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هرچه که فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرا می‌گیرد، تعریف می‌کند.

هر منطقه از هر کشوری می‌تواند، فرهنگ متفاوتی با دیگر مناطق آن کشور داشته باشد. فرهنگ به وسیله آموزش، به نسل بعدی منتقل می‌شود و برای انتقال فرهنگ به نسل‌های بعد باید حافظان فرهنگ همواره در تکاپو باشند. در مستندات بسیاری فرهنگ، راه مشترک زندگی، اندیشه و کنش انسان تعریف شده است و دربر گیرنده سازگاری کلی با نیازهای اقتصادی یا محیط جغرافیایی پیرامون است و از نگاه دیگر همچنین فرهنگ مجموعه مشترکی از اندیشه‌ها و دستاوردها به شمار می‌آید.

سعيد الماسی کارشناس امور فرهنگی معتقد است: هنگام بررسی فرهنگ باید به ۲ نکته توجه داشت، نخست پهنه فرهنگی است و دیگری قدرت فرهنگ. هر سیستم فرهنگی در یک زیستگاه طبیعی رشد می‌کند. از این رو بی‌تردید محیط بر فرهنگ تأثیر خواهد گذاشت.

از سوی دیگر باید گفت ما ۲ نوع فرهنگ داریم؛ یکی فرهنگ قدرتمند است که پایه‌های استواری دارد و در نتیجه باقی می‌ماند و دیگری فرهنگی است که سست و ناتوان است و از بین می‌رود. در این میان، آن فرهنگی می‌تواند، باقی بماند که برای ماندگار شدن آن همگان در تکاپو باشند و هر روز این مهم مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد. دلیل نابودی برخی فرهنگ‌ها را باید در توجیه نشدن عقلانی و کاربردی آن فرهنگ‌ها دانست؛ اما مسأله اینجاست که فرهنگ‌هایی نیز وجود دارند که با آنکه توجیه کاربردی دارند، اما در حال از بین رفتن هستند. برای آنکه فرهنگ تا همیشه مانا باشد باید تحت برنامه‌ریزی‌های منسجم در هر جامعه‌ای قرار گیرد.

حال که فرهنگ را شناختیم به مقوله ملموس برند نگاهی می‌افکنیم. طبق تعریف انجمن بازاریابی آمریکا، مارک، برند یک نام، عبارت، طرح، نماد یا هر ویژگی دیگری است که مشخص‌کننده خدمات یا فروشنده محصولی خاص باشد که به وسیله آن از دیگر محصولات و خدمات مشابه متمایز می‌شود. عنوان قانونی برای برند، نشان تجاری است.

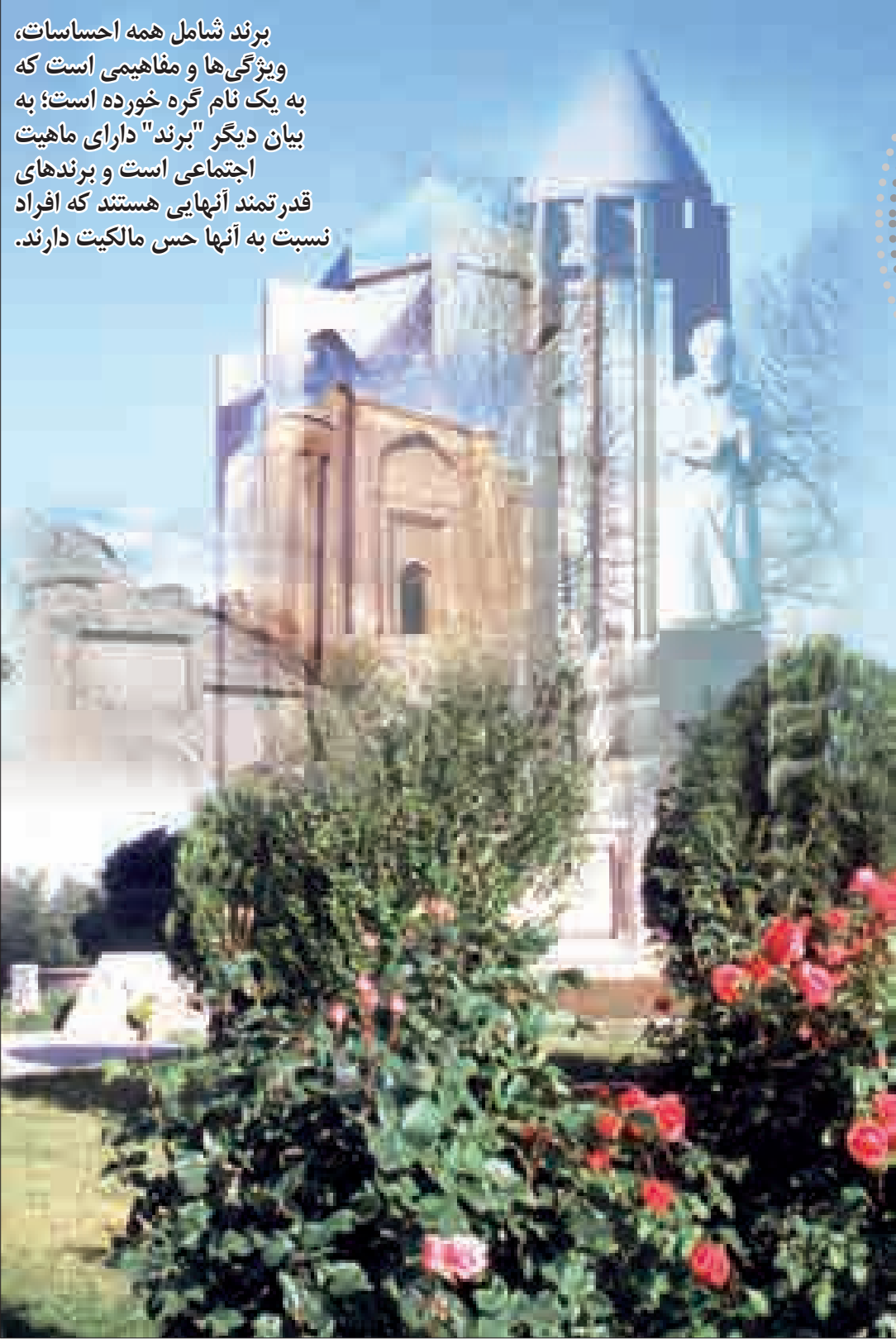
برند، مجموعه گره‌های ذهنی یا تداعیات کارکردی، احساسی، عقلی و مزیت‌هایی است که ذهن بازار هدف را اشغال کرده است. تداعی معانی پیوند دهن تصاویر و نشانه‌ها با برند است، به دنبال این مزایا یا فواید برند است که مبنای تصمیم‌گیری برای خرید آن، واقع خواهد شد.

برند شامل همه احساسات، ویژگی‌ها و مفاهیمی است که به یک نام گره خورده است؛ به بیان دیگر "برند" دارای ماهیت اجتماعی است و برندهای قدرتمند آنهایی هستند که افراد نسبت به آنها حس مالکیت دارند.

اما حال چگونه می‌توان برند و فرهنگ را با یکدیگر در هم آمیخت تا ایده و خلاقیتی در حوزه فرهنگ رخ دهد.

در حال حاضر محصولات خاصی با برندهایی شاخص، معرف یک منطقه یا شخصیت خواهد بود. به عنوان مثال بسته‌های فرهنگی مختلف که از استان‌های متعدد راهی بازار می‌شوند، می‌توانند نام و نشان و فرهنگ و حتی جاذبه‌های گردشگری آن استان‌ها را معرفی کنند. سعید میری کارشناس فرهنگ معتقد است: برای صاحب برند شدن لازم است، نخبگان و بزرگان در این حوزه با ارائه ایده‌های نو طرحی نو در اندازند.

در این زمینه دبیر ستاد حمایت و صیانت از آثار فرهنگی، هنری وزارت ارشاد



برند شامل همه احساسات، ویژگی‌ها و مفاهیمی است که به یک نام گره خورده است؛ به بیان دیگر "برند" دارای ماهیت اجتماعی است و برندهای قدرتمند آنهایی هستند که افراد نسبت به آنها حس مالکیت دارند.

ک. مهدی غلامی

همدان پیام: رعایت نکردن قوانین و ایجاد بی‌نظمی یکی از نمودهای وجود ناهنجاری در یک جامعه است. این دست امور تنها با قانون‌مداری و به دنبال آن استقرار امنیت در جامعه است که موجبات کاهش آسیب‌های اجتماعی را فراهم کرده و آرامش شهروندان را به دنبال خواهد داشت.

در این راستا جامعه‌ای توانمند است و رویکردش توسعه‌ای است که پویایی، عدالت‌محوری، نظم و حرکت به سوی رشد و تمالی را در خود محقق کند. آنچه نظریه‌پردازان در این خصوص مطرح می‌کنند، اینگونه است که اگر افراد جامعه ۳ مؤلفه فرهنگ عمومی، مدنی و سیاسی را با هم توسعه دهند، خروجی آن ایجاد نظم اجتماعی و برطرف کردن ناهنجاری‌های موجود است.

ولی متأسفانه آنچه بسیاری از جرایم و آسیب‌های اجتماعی را در جامعه ایجاد می‌کند، نتیجه کم‌کاری در حوزه فرهنگ است که انواع معضلات دیگر را فراخور این بی‌توجهی به سایر حوزه‌ها مخصوص اجتماعی و اقتصادی تعمیم می‌دهد. در حالی که انعکاس این موضوع و مشارکت همه دستگاه‌ها و حتی وارد کردن مردم به تصمیم‌گیری‌های کلان برای رفع این دست مشکلات فرهنگی می‌تواند گامی مؤثر در پیشگیری از این آسیب‌ها و جرایم باشد.

از جمله مواردی که می‌تواند در جهت گوناگون، فرهنگ را ورای مسائل کلان مدیریتی در کل کشور که با تصمیمات و هزینه‌های عظیم بدان پرداخته می‌شود در نظر گرفت، تصمیمات مدیریتی در سطوح خردتر و در داخل هر استان یا شهر می‌باشد.

استفاده از شخصیت‌ها و چهره‌های فرهنگی، اساتید، افراد تأثیرگذار و دارای وجهه در هر شهری تا مردم آن که همگی با توجه به جهت‌دهی فرهنگی موجودشان، می‌توانند یکی از گام‌های مثبت و تأثیرگذار در روند برچیدن چهره مضموم اکثر ناهنجاری‌ها باشد. که اگر این روند در همه شهرهای کشور جریان داشته باشد، بسیاری از چالش‌ها و معضلات فرهنگی و اجتماعی شهرستان‌ها که به نوعی همگی با یکدیگر مرتبطاند، برطرف و نتایج آن توسعه و تعالی فرهنگی در کشور را در بر خواهد داشت.

از جمله مواردی که توانسته است، چند سالی با عنوانین مختلف در کشورمان تنها در نام گسترش یابد

و حتی با القاب و عناوین شعاری مختلف و متفاوت و حتی گاهی متناقض در سطوح عمومی، دانشگاهی و مدیریتی روند ابتدایی خود را طی کند، بحث وجود اتاق‌های فکر و کرسی‌هایی از این دست است که قرار بود این‌بار فارغ از مسائل پشت پرده اتفاقاتی رخ دهد که خوشایند همه از متخصصان تا مدیران و مردم باشد که همانطور که گفته شد تنها نامی دهان پرکن بوده و راه خود را به روند گذشته‌اش ادامه می‌دهد. اما آنچه در این خصوص دارای اهمیت است و مربوط به موضوع فرهنگ می‌باشد به آنجا باز می‌گردد که وجود "اتاق" یا "پسوند "فکر" نیز اگر مانند بسیاری از پروژه‌ها تهی از ارزش باشد که فقط نامی را یک می‌کشد، بهتراست به پاس کلمه "فکر" و مهمتر از آن نام "فرهنگ" آن را ایجاد نکنیم.

باید بپذیریم و به مدیران بقبولانیم که امروز افکار دهه‌های اولیه‌شان از نحوه ورود و کنترل تا اداره سازمان و نهادهایشان تا پذیرفتن نیروی سفارشی و بی‌تخصص خیلی وقت است که در سایر کشورها به بایگانی سپرده شده است و امروز و با گسترش دانش و تخصصی شدن عرصه‌های علمی نیاز به نوآوری فکری روز به روز بیشتر احساس، و نیاز به افرادی که بتوانند افکار جدیدی به مجموعه مدیران و تصمیم‌گیران کشورها ارائه کنند، بیشتر نمایان می‌شود. اتاق فکر در نام اصلی خود می‌تواند یکی از ابزارهای آفرینندگی برای حل بسیاری از مسائل و بخصوص بحث فرهنگی باشد؛ مکانی برای اندیشیدن به یک مسأله یا موضوع بدون حضور عواملی که مانع می‌شود در نظر گرفت، تصمیمات مدیریتی در سطوح خردتر و در داخل هر استان یا شهر می‌باشد.

تعمیم اتاق‌های فکر به بحث فرهنگ به آنجا باز می‌گردد که غفلت‌ها در خصوص فرهنگ همچنان ادامه دارد و هر کس نیز به نوعی به این امر آذنان دارد. حداقل پذیرفتن این امر که فرهنگ و شاخه‌های مرتبط با آن در فضای امروز به فراموشی سپرده شده است، بحثی نیست که کمتر کسی آن را نپذیرد. کما اینکه در قانونگذاری و برنامه‌های تدوین شده‌ای مانند، سیاست‌های کلی اصل ۴۴ که برنامه آتی کشور منوط به اجرای صحیح آن می‌باشد، فرهنگ به عنوان یک برنامه جدا و در حوزه‌ای تفکیک شده مورد بررسی قرار نگرفته است و آن را جزو برنامه‌های استثنا عنوان

کرده‌اند؛ چراکه به نظر می‌رسد؛ گمان بر اینست که اقتصاد می‌تواند، زیربنای امور فرهنگی صحیح را پایه‌گذاری کند. در هر حال و با توجه به مباحث ذکر شده، باید اظهار داشت که با توجه به بزده‌ها و ناهنجاری‌های رو به افزایش و با توجه به نشانه‌های بروز انقلاب فکری درشرایط جدید و پاسخگویی به ذهنیت‌های مخرب سیاست‌زدگی، عوام‌زدگی و بی‌تفاوتی‌های دانشگاهی و پژوهشگاهی به نظر می‌رسد استراتژی اتاق فکر و وجود متخصصان در هر نهادی در قالب یک اتاق و تنها در یک حوزه تخصصی مانند فرهنگ و آن هم نه به شکل ظاهری که به صورت عملی فرایندی اجتناب‌ناپذیر است و مهمتر از همه رو به سمت نوگرایی‌ای دارد که همه امروز بدان نیازمندیم، چراکه اتاق فکر، اتاق مفهوم‌سازی و مفهوم‌ستانی است. این اتاق، راهبردی عقلانی برای نهادهای فکر‌سازی و بازسازی فکر‌هاست.

امروز نه‌تنها در کشور که حتی در استان خود، شاهد هستیم که جلساتی را به حوزه فرهنگ اختصاص می‌دهند و هیچگاه کارنامه و خروجی عملکردی این به اصطلاح فرهنگ‌سازی‌ها در عمل مشخص نمی‌شوند. ولیکن تنها خروجی آن ارائه گزارشی در همان جلسات به خود مسئولان است که اقناع آنها بسیار ارزشمند است!

گفته می‌شود از پس اتاق‌های فکر ۳ ضرورت دنبال می‌شود: فکر‌سازی، بازسازی و اصلاح فکر‌ها، بانک اطلاعات و دریافت فکر‌ها. اما آنچه در جلسات به اصطلاح کرسی و اتاق‌های فکری سازمان و ادارات و به طور وسیع‌تر در نهادهای کلان کشوری می‌گذرد، فرهنگ تک‌گویی یا همان مونولوگ است که هر آنچه واگویه‌های درونی یک شخصیت می‌گوید صحیح است و می‌باید همان نیز دنبال شود.

مخلص کلام؛ اگر به دنبال نهادینه کردن فرهنگ هستیم و به هر ترتیبی سعی در کسب آن داریم و اتاق‌ها و کرسی‌های مختلف را نیز جزیی از ابزار دستیابی به این هدف می‌دانیم، می‌باید در ابتدا تحمل شنیدن فرهنگ چندصدایی را در درون خود نهادینه کنیم که نهادهینه کردن این امر خود کاری بسیار سخت و حتی مهمتر از سایر فرهنگ‌سازی‌هاست، اما منشا و آغاز تدوین بسیاری از گفتنمان‌هاست.

باید بپذیریم و به مدیران بقبولانیم که امروز افکار دهه‌های اولیه‌شان از نحوه ورود و کنترل تا اداره سازمان و نهادهایشان تا پذیرفتن نیروی سفارشی و بی‌تخصص خیلی وقت است که در سایر کشورها به بایگانی سپرده شده است

اتاق تاریک فرهنگی

پاتوق فرهنگی ره یافتی تخصصی

آسیب‌شناسی راهکار عملی آن نیز بیان می‌گردد تا فقط به مشکلات نپردازیم به نظر می‌رسد وجود و راه اندازی مراکزی با اسامی چون پاتوق فرهنگی، نشست‌های تخصصی، کارگاه‌های آموزشی، جلسات نقد و بررسی می‌تواند ما را در این امر یاری کند:

فرهنگ مشارکت و استفاده از خرد جمعی:

یکی از مسائل اصلی که حوزه فرهنگ و هنر استان از آن رنج می‌برد، عدم فرهنگ مشارکت و استفاده از خرد جمعی صاحبان فرهنگ و هنر است. نه افراد متخصص در برنامه‌ها و اجرا حضور مفید و مؤثر دارند و نه از شور و مشورت این دسته استفاده می‌شود و نه روحیه کار گروهی و جمعی تحت لوای واحد در استان به منظور توسعه فرهنگی استان وجود دارد. به این خاطر به چند دستگی افراد و انجمن‌های فرهنگی و هنری، گوشه عزلت نشینی صاحب نظران فرهنگی منتج شده است.

ارتباطات و تعاملات فرهنگی:

این مورد از آن جمله ساختار نرم‌افزاری در استان است که حضور و وجود آن بسیار ضعیف می‌باشد به این خاطر محدودیت ورودی و خروجی فعل و انفعالات فرهنگی و تولیدات آن در استان را منجر گردیده است. داد و ستد و تعامل فرهنگی، علاوه بر به روز کردن جامعه، شرایط مناسبی را بر فرهنگ استان ایجاد می‌کند.

ملاحظات فرهنگی: اشراف بر ارزش‌ها، باورها و نگرش‌ها در استان و در پس آن نیازهای فرهنگی و اولویت‌ها می‌تواند رسالت این محافل فرهنگی را پررنگ کند و آنها را در برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی استان کمک نماید.

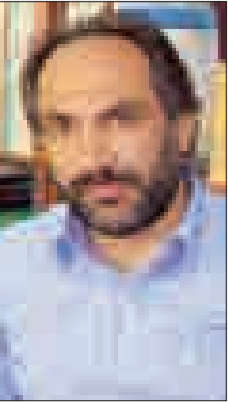
قانونمندی و ساختار منظم تشکیلاتی: دیگر ابزاری که مجامع و محافل فرهنگی و هنری ما را دچار مشکل نموده است، عدم قانوندی و مشخص شدن وظایف و چارچوبه کاری و نوع فعالیت و اختیارات این مراکز است. میزان ارتباطات ساختاری در این محافل مشخص نیست. این محافل دارای یک تشکیلات مستمر و منظم نیستند و قانونی خاص و تعریف شده بر آنها حاکم نیست. متولیان تأسیس مراکز جدید تخصصی و مشورتی اولین کاری

که باید در اولویت خود قرار دهد، قانونمند کردن وظایف این مراکز است.

استقلال و پشتوانه فکری، مالی و اجرایی:

اغلب انجمن‌ها وابستگی دارند و این وابستگی باعث می‌گردد که اختیارات این مراکز چندان زیاد نباشد و قدرت تصمیم‌گیری در جای دیگری باشد. به همین خاطر این مراکز چندان اختیار برنامه‌ریزی و اجرای برنامه ندارند. **آموزش بهنگام و تجهیز به علم، روز:** آنچه باعث گردید این مراکز چندان در نقش و رسالت خود موفق عمل نکنند، رکود و پابین بودن سطح آموزش و عدم آشنایی با علم و اطلاعات روز جامعه است که خود نقش زیادی در پراکندگی اعضا و فقدان توان جذب را در این مراکز به وجود آورده است.

مجامع علمی و دانشگاهی: هیچ ارتباطی بین این مراکز با دانشگاه‌ها و اساتید دانشگاه وجود ندارد و هر یک بدون ارتباط و تعامل اهداف و برنامه‌های خود را پیگیری هستند. وجود ارتباط و حضور مجامل علمی در این محافل باعث رونق علمی و آموزشی آنها می‌گردد.



که مجید فروتن

همدان پیام: ظهور و بروز و حضور مجامع و محافل تخصصی در کنار حوزه رسمی فرهنگ و هنر که پاسخگوی نیازهای امروزه این حوزه بویژه نسل جوان باشد و بتواند تحت لوای یک پرچم آنها را سروسامانی دهد، فی نفسه لازم و مناسب است. هر چند که فعالیت اینگونه مجامع در قالب انجمن‌های فرهنگی و هنری چون نمایش، ادبی، خوشنویسی و موسیقی مسبوق به سابقه است و این مراکز فرهنگی و هنری در استان دارای سابقه دیرینه‌ای است و شخصیت‌های ادبی و هنری استان از دل اینجمن‌ها و محافل بیرون آمدند و نقش مهمی در توسعه فرهنگی استان را به عهده داشته‌اند. به نظر می‌رسد با توجه به وجود زیرساخت‌های فرهنگی و توسعه ساختارهای سخت‌افزاری در حوزه فضا و مکان، استان آمادگی‌های لازم را دارد که بتواند مجامع و محافل فرهنگی و هنری در نوع امروزی و جدید همچون باتوق فرهنگی را تحت پوشش خود قرار دهد. اما برای ایجاد فضاهای صمیمی و دوستانه و تخصصی در حوزه فرهنگ و هنر با عناوین جدید که بتواند بازاری تخصصی حوزه فرهنگ و هنر باشد به نظر می‌رسد بیشتر باید به دنبال ساختار نرم‌افزاری باشیم و ساختارهایی که در این حوزه وجود ندارد و مشکل و آسیب اساسی همین انجمن‌های فرهنگی و هنری نیز بوده است. باشیم و باید به دنبال رفع و اصلاح این ساختار در حوزه فکری، ارتباطات و تعاملات فرهنگی، قانونمندی و ابزار و تجهیزات بهنگام بود تا بتوان مجامع و محافل فرهنگی و هنری پویا و مؤثری داشت. این مجامع می‌توانند صاحب‌نظران را گرد هم آورند، طرف شور و مشورت متولیان فرهنگ قرار گیرند، به تحلیل مسائل روز فرهنگ جامعه بپردازند و به افزایش اطلاعات مورد نیاز کمک کنند. همچنین وجود و حضور اینگونه محافل و مجامع می‌تواند نقش راهبردی و سیاست‌گذاری در حوزه فرهنگ را بر عهده بگیرد و ارائه‌دهنده نقاط ضعف و قوت فرهنگ جامعه و برنامه‌ها و اقدامات صورت گرفته، گردد. به این خاطر فرهنگ از حالت رکود و سکون بیرون می‌آید. نگاهی نو از برنامه و اقدامات فرهنگی شکل می‌گیرد، فرهنگ رو به جلو می‌نهد، اهمیت فرهنگ مشخص می‌گردد، نقش و وظیفه خود را در توسعه جامعه نشان می‌دهد و سبب رونق فرهنگ و هنر استان و سوق نسل جوان به این حوزه می‌گردد.

با یک نگاه مختصر مشاهده می‌شود به دلیل همان فقدان زیرساخت‌های نرم‌افزاری، همین انجمن‌های فرهنگی و هنری به عنوان پیشگامان محافل جدید فرهنگی است که بیشتر در دست افراد علاقه‌مند و صاحب‌نظر رشته‌های مربوطا بوده اند به انتظارات مورد نظر نتوانستند پاسخ بدهند و نسل جدید به دنبال دیگر گزینه‌های جدید هستند تا بتواند نیاز خود را رفع کنند. به این دلایل سعی می‌شود نگاه آسیب شناسی بر عملکرد گذشته آنها صورت گیرد تا اگر طرح جدیدی وجود دارد و به دنبال برنامه‌های دیگری هستیم، به برنامه و هدفی را پی بگیریم که همان مسائل و مشکلات گذشته گریبانگیر این طرح‌ها نباشد و سبب دور شدن آنها را از رسالت خود نگردد. در پی هر

فعالان فرهنگی سهم به سزایی در راستای این توسعه داشته باشیم، چه بسا تا به امروز در استان پایگاه مشخصی نداشته‌ایم که در آن کارهای فرهنگی یا انجام و یا حمایت شوند. قیصر جواهری کارشناس ادبیات هم گفت: هیچ‌گاه در بازار فعالیت اقتصادی به طرف کار فرهنگی سوق پیدا نکرده است. در بازار زمینه فعالیت‌های اقتصادی در راستای کسب درآمد و سود است و حال اینکه این نگاه به این شکل باید بماند تا تغییر کند جای کار دارد. چه بسا کنار هم آمدن فعالان فرهنگی و اقتصادی در چنین گروه‌هایی خواهد توانست زمینه‌های توسعه و نوع نگاه به هر دو حوزه را متغیر کند.

علی ابوالفتحی که ازچهره های شاخص فرهنگی و از فعالان حوزه توزیع‌کنندگان مطرح کتاب در استان است نیز تأکید کرد: اصل ۳۴ در حوزه فرهنگ تحقق پیدا نکرده است و چه بسا اگر به اقتصاد چاپ و نشر هم مثل صنایع دیگر توجه شود این صنعت متحول خواهد شد. همدان نیازمند یک بازار فرهنگی است این در حالی است که در مراکز اصلی شهر جای نام و نشانی از فعالیت‌های مؤسسه‌های بزرگ فرهنگی خالی است.

هنوز متولیان امور نیاز ایجاد فضاهای اختصاصی برای فعالیت فعالان فرهنگی و جذب مردم به این فضاها را احساس نکرده‌اند چه بسا اگر بازار فرهنگی در همدان شکل می‌گرفت فرصتی ایجاد می‌کرد برای آنکه برای لحظه‌ای هم که شده مردم کوچه و خیابان گذرشان به یک فضای فرهنگی بخورد و این مهم می‌توانست تأثیر به سزایی در تحول سطح فرهنگ جامعه داشته باشد.

علی دادوند مدیرعامل مرکز آموزش بازرگانی که ۵ سال است به صورت تخصصی در این حوزه فعال است نیز معتقد است حوزه فعالیت‌های فرهنگی بسیار گسترده است و برای کسب نتیجه مطلوب در یک فعالیت فرهنگی باید اهداف پیش‌بینی و از قبل تعریف شوند.

یکی از دلایل عدم موفقیت در حوزه فرهنگ این است که ابزار را از دید خودمان در زمینه‌های فعالیتی در نظر گرفته‌ایم. برای تحول در این حوزه نیاز به ارائه برنامه‌های شاخص است که در اول راه ممکن است اظهارنظرات متفاوت باشد اما سرمایه‌ها را صرف و جذب توسعه گردشگری و فرهنگ

در استان کنیم. این نشست در حالی ادامه پیدا کرد که کارشناسان و فعالان حاضر در جمع ایده‌ها و نظرات قابل توجهی را ارائه دادند. با توجه به اهمیت توسعه فرهنگی باید به این مهم توجه کنیم که همدان با مرکزیت قرار گرفتن بین ۶ استان در غرب کشور می‌تواند چهارراه فرهنگی و اقتصادی محسوب شود که این موقعیت یک فرصت گرانبها برای برنامه‌ریزان و متولیان امور می‌تواند باشد. اما برای دستیابی فرهنگی وظیفه خود می‌دانیم برای تحقق ایده‌های آنها حوزه‌های متعدد تأمین و پتانسیل‌ها شناسایی شوند.

▲گزیده ای از نگاه کارشناسان به فرهنگ مصطفی شیرحمدی یک فعال رسانه‌ای در این زمینه عنوان کرد: فعالیت در حوزه فرهنگ مورد توجه همگان است و چه بسا با تشکیل کارگروهی که در آن متخصصان این حوزه ایده و طرح ارائه بدهند در صورت اتخاذ اهداف کوتاه و بلندمدت خواهیم توانست با هدف قراردادن مصلطفی شیرحمدی یک فعال رسانه‌ای در این زمینه عنوان کرد: فعالیت در حوزه فرهنگ مورد توجه همگان است و چه بسا با تشکیل کارگروهی که در آن متخصصان این حوزه ایده و طرح ارائه بدهند در صورت اتخاذ اهداف کوتاه و بلندمدت خواهیم توانست با هدف قراردادن

به هر ترتیب امروزه برنامه‌ریزی فرهنگی در تمام عرصه‌های ساختاری جامعه امری ضروری به نظر می‌رسد. ارائه نوآوری‌های مختلف، ایجاد راهکارها و راهبردهای علمی و کاربردی در حوزه فرهنگ در اجرای این طرح‌ها، نیازمند یک مدیریت فرهنگی عمیقی می‌باشد. لذا بررسی طرح‌های تحقیقاتی، مقالات مهم و سلایق علمی در این زمینه بسیار با اهمیت است.



هم‌اندیشی فعالان و کارشناسان فرهنگی در همدان پیام

ایده های نو، خلاقیت و توسعه فرهنگی

گرچه توانستیم برای تشکیل گروه اولیه متخصصانی که در جمع حاضرند شناسایی کرده و گرد هم جمع کنیم اما بر این باوریم در این استان صاحبان ایده و خلاقان طرحی هستند که برای ما ناشناخته‌اند و این گرد هم آمدن می‌تواند بهانه‌ای باشد برای شناختن آنها و دست بازی دراز کردن به سوی فعالان و متخصصانی در حوزه فرهنگ که بتوانند با ارائه افکار نو هم خود و هم جامعه خود را منتفع کنند

چه بسا از میان همین گروه‌ها می‌توان ایده‌هایی را به دست آورد که با اجرای آنها برسد فرهنگی برای همدان در زمینه تخصصی، آموزشی و سرگرمی خلق شود.

چه بسا ایده‌هایی در افکار متخصصان وجود دارد که نیازمند حمایت و سرمایه‌گذاری هستند و ما می‌توانیم این امید را در دل آنها زنده کنیم که با کنار هم آمدن فعالان فرهنگی وظیفه خود می‌دانیم برای تحقق ایده‌های آنها یاری گر و حامی واقعی آنها باشیم.



همدان پیام : توسعه فرهنگی منجر به خود باوری جامعه می‌شود، و این مسئله خود در شکل گیری و هویت فرهنگی جامعه نقش مهمی را ایفاء می‌نماید. توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش‌های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه‌ریزی های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خود پاسخ دهد. سیاست فرهنگی از جمله مفاهیم مرتبط با توسعه فرهنگی است که در چند دهه اخیر به آن توجه شده است: هدف این پدیده پیشرفت و پویایی نوین و نظام‌مند جامعه است. از بُعد دیگر در حوزه مطالعاتی توسعه فرهنگی باید توجه به ارتباط بین فرهنگ و تکنولوژی کرد؛ غالباً توسعه تکنولوژی مناسب با فرهنگ یک جامعه باعث رشد و آگاهی دران فرهنگ شده است .

معطوف شدن نگاهی متمایز به فعالیت‌های فرهنگی و فعالان فرهنگی همواره از دغدغه‌های برنامه‌ریزان و فعالان فرهنگی بوده است.

چند صبحایی است کنار هم جمع شدن فعالان فرهنگی با عنوان هم‌اندیشی، جلسه آموزشی و نشست‌های تحلیلی در حوزه فرهنگی در همدان پیام از مهم‌ترین بهانه‌هایی شده است برای ارائه نقطه نظرات و ایده‌هایی که همه از جنس فرهنگ خواهند بود.

در روزهای اخیر هم به همت حضور فعالان فرهنگی صاحب ایده و حمایت متولیان امور در همدان پیام شاهد ارائه نقطه نظرات و تحلیل‌هایی بودیم که یکی پس از دیگری جالب توجه و بحث‌برانگیز بود.

▲ سهم همدان در حوزه فرهنگ هنوز ادا نشده است

مدیرمسئول روزنامه همدان پیام در این نشست عنوان کرد: زمان زیادی بود که فعالان فرهنگی به ما عنوان می‌کردند سهم شما در توسعه فرهنگی استان چقدر است و همدان پیام چقدر برای تحقق بخشیدن به این توسعه در تکاپو است و حال آنچه که ما می‌توانیم در پاسخ به این زمان عذرنا کنیم این است که با توجه به محور توسعه قرار گرفتن فرهنگ، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های این رسانه نگاه متمایزی است که برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران در همدان پیام به این مهم همواره معطوف داشته‌اند. این خواسته‌ها و نیاز به تأمین شدن زمینه‌های توسعه فرهنگی در استان است که ما را بر آن می‌دارد هرازگاهی به بهانه‌های متعدد شرایطی فراهم آوریم تا فعالان فرهنگی استان را همچون حلقه‌ای زنجیری با ارائه ایده‌ها و خلاقیت‌شان به یکدیگر متصل کنیم و عاملی شویم برای آنکه نوآوری‌ها در این حوزه ارائه و با نظر کارشناسی بررسی و به اجرا درآیند.

گرچه با گسترش فعالیت در چاپخانه پیام‌رسانه و روزنامه همدان پیام به نظر می‌رسد قسمت‌های زیادی از راه رسیدن به اهداف را طی کرده‌ایم اما ما معتقدیم هنوز در حوزه فرهنگ ایده‌های بسیاری است که ارائه نشده و راه‌های متعددی است که طی نشده و کارهای زیادی است که به انجام نرسیده است. و به طور قطع دهه دوم فعالیت همدان پیام برای رسیدن به این اهداف برنامه ریزی خواهد کرد.

پاسخ‌گویی به چرایی این عدم تکامل‌ها موجب شد تا نخبگان حوزه فرهنگ را از مدت‌ها قبل در همدان مورد شناسایی قرار داده و با آنها ارتباطی برقرار کنیم و با این هدف آنها را گرد هم آوریم که زمینه‌های توسعه و فعالیت متمایزی در حوزه فرهنگی را در استان موجب شویم.

سهم همدان در حوزه فرهنگ هنوز ادا نشده است، این استان در غرب کشور داعیه‌دار پایلوت رسانه‌ای و مرکزیت چاپ است اما هنوز به این نقطه از رشد دست نیافته‌ایم که در این زمینه‌ها حرف اول را بزنیم و برای متحقق شدن این مهم دست در دست گذاشتن خلاقان فرهنگی واجب است و همین دغدغه‌ها بهانه‌ای شد برای آنکه متخصصان افراد برجسته در حوزه فرهنگ را کنار یکدیگر جمع کنیم تا بتوانیم با تشکل یک اتاق فکر یا

کارگروه

ایده‌ها و طرح‌های نو را

برای دستیابی به این هدف دو تاکتیک مهم را در نظر

گرفتیم یکی آنکه برای فرهنگ‌سازی و تبدیل همدان

به شهر فرهنگی آغازی دوباره را رقم بزنیم و دیگر آنکه

چگونگی انجام فعالیت‌های فرهنگی را در این زمینه با

نگاه

کارشناسی کنیم.