



پیام آدینه ۳۰۱ • سال پنجم • به بهانه بیست و یکمین نمایشگاه مطبوعات کشور

برای بزرگترین گردهمایی رسانه‌های کشور:

نقد داریم پاسخ مسئولانه؟!!



نمایشگاه مطبوعات از دریچه دوربین



حضور نوبخت سخنگوی دولت در غرفه همدان پیام



حضور همتی مدیرعامل بانک ملی و عارف رئیس خانه مطبوعات استان همدان در غرفه همدان پیام



حضور مفتاح نماینده نویسندگان در غرفه همدان پیام



رئیس‌جمهوری در مراسم افتتاح بیست‌ویکمین نمایشگاه مطبوعات و خبر‌گزاری‌ها:

کشورمطبوعاتے بارویکرد شفاف مے خواهد



روشن با قوانین و مقررات روشن. اینکه با روی کار آمدن دولت یازدهم، شرایط برای فعالان مطبوعاتی آسان‌تر شده به این معنا نیست که مطبوعات ایران در وضعیتی مطلوب بسر می‌برد. برگزاری نمایشگاه، برپایی جشن‌های رسانه‌ای و سخنان مسئولان فرهنگی کشور در خصوص لزوم حمایت از حوزه مطبوعات به خودی خود کمکی به رفع مشکل‌های این حوزه نخواهد کرد.

به گزارش ایرنا برگزاری نمایشگاه در هر حوزه، تلاشی در جهت برجسته‌سازی نکته‌های مثبت و کمک به پیشرفت، ایجاد حس رقابت و همدلی میان فعالان و مهمتر از آن فرصتی برای تشویق مسئولان برای رفع چالش‌های آن حوزه است. پرسشی که اکنون مطرح است این است که برگزاری نمایشگاه مطبوعات طی ۲۰ سال گذشته چه کمکی به این حوزه کرده است؟ هزینه‌های فراوان و آماده‌سازی چندین ماهه این رویداد تا چه میزان به رشد مطبوعات کشور یاری رسانده است؟ پرسش مهمتر این‌که فعالان مطبوعات چقدر در برگزاری این نمایشگاه سهم دارند و از آن سود می‌برند؟ در این زمینه برخی معتقدند این نمایشگاه از رویکردهای فرهنگی اصلی خود مبنی بر توجه به مطبوعات و فعالان آن دور شده و به محلی سالانه برای جولان برخی چهره‌های خاص تبدیل شده است.

۱- این نمایشگاه در حالی امسال وارد دهم بیستم فعالیت خود شد که مطبوعات ایران پس از پشت سر گذاشتن یکی از شکننده‌ترین و دشوارترین دوره‌های خود هنوز نیز به خوبی روی پای خود نایستاده و زیر سایه فشارهایی که همواره بر بدنه جامعه مطبوعات و فعالان آن وارد شده، روزهای گاه خاستری را سپری می‌کند. کاستی‌های قانونی، چالش‌های معیشتی روزنامه‌نگاران، نگاه به فعالان مطبوعاتی به چشم افرادی مزاحم، فاصله زیاد مسئولان و روزنامه نگاران، فشارهای سنگین افرادی که در زمره مسئولان فرهنگی- رسانه‌ای کشور قرار ندارند اما از سمیه برزور دلواپسی خود برای اعمال نفوذ در بسیاری از حوزه‌ها بهره می‌برند و هزاران نسخه‌های برخط و مجازی بی‌بهراند. لزوم تغییر این نگاه به دلیل تاثیر غیرقابل انکار تحولات نو بر روزنامه‌نگاری و فعالیت رسانه‌ای و نیز وضعیت در استانیگِ نسل سوم شبکه مجازی بیشتر به چشم می‌آید.

۴- «آلبر کامو» نویسنده فرانسوی زبان، جمله پرمعنایی در خصوص آزادی مطبوعات دارد. کامو می‌گوید مطبوعات آزاد می‌توانند خوب و بد باشند همانطور که نیازمند به نهاد رسانه هستیم، نیازمند به نظام مطبوعات هم هستیم؛ نظام مطبوعات شفاف،

داشت. این جمله به خوبی حال و روز امروز مطبوعات ایران و چرایی بسیاری از دغدغه‌های این حوزه را مشخص می‌کند.

مصدق‌های این نوع آزادی را می‌توان برگزاری نمایشگاهی دید که بنایان اصلی آن روزنامه‌نگاران و مدیران مسئول روزنامه‌ها باشند، آزادی در داشتن دادگاه‌های مطبوعاتی که به روزنامه‌نگاران نه به چشم مزاحم، نفوذی و فتنه‌گر بلکه به چشم مروجان

برگزاری نمایشگاه در هر حوزه، تلاشی در جهت برجسته‌سازی نکته‌های مثبت و کمک به پیشرفت، ایجاد حس رقابت و همدلی میان فعالان و مهمتر از آن فرصتی برای تشویق مسئولان برای رفع چالش‌های آن حوزه است

آگاهی و فرهنگ بنگرند، آزادی در داشتن صنفی که به روزهای بی‌سقفی روزنامه‌نگاران پایان دهد و فعالان این عرصه قادر باشند آنگونه که حق طبیعی آنهاست برای پیگیری مشکل‌ها و همفکری با یکدیگر و بدون نگاه‌های سنگین افرادی که گردهمایی‌های آنها را میتینگ‌های سیاسی می‌خوانند دور هم جمع شوند و برای چالش‌های خود چاره‌ای بیابند. ۵- در میان چالش‌های گوناگون، از دشواری‌های قلم فرسایی و نگرانی از پیامدهای سنگین آن گرفته تا تنگناهای معیشتی، تبعیض در بهره‌مندی از امکانات و مزیت‌های رسانه‌های خاص و... روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است که با رسالتی بزرگ گره خورده و آن فرایند آگاهی بخشی، ایفای نقش دیدبانی جامعه در عرصه‌ها و صحنه‌های گوناگون به ویژه سیاسی- اجتماعی، گسترش اعتماد و تزریق امید به جامعه است.

مطبوعات، از زمانی که انسان به آن درجه از بلوغ ذهنی و اجتماعی رسید که نهاد قدرت، جامعه و همه مناسبات اقتصادی و فرهنگی که در آن شکل می‌گیرد نیاز به چشمی بینا و گوش‌ی شنوا داشته باشد که نقد کند و بر تاریکی‌ها نوری بیفکند و تا امروز که رکن چهارم دموکراسی نام گرفته است، محل بحث و مناقشه بوده است. این چالش همیشگی نقش، کارکرد و آسیب‌های این حوزه را دربر می‌گیرد. چه آنکه وقتی قرار است چشم بیدار جامعه، روزنامه باید پیش از همه فلسفه وجودی، کیفیت و جایگاه خود را تحلیل کند. اینجاست که نقش دونه‌ای روزنامه بیش از پیش مشخص می‌شود؛ باید با یک چشم جامعه را بنگرد و پلشتی‌های آن را به دار نقد بکشد و با چشم دیگر سعی در اصلاح امور خود در همه زمینه‌ها داشته باشد.

تاریخ مطبوعات در ایران سیر پرفرازونشیبی دارد. از زمان وقایع انقلابی تا امروز بسیاری از دیدگاه‌ها عقاید خود را در چارچوب روزنامه با مردم در میان گذاشته‌اند و در این بین برخی موفق و برخی ناموفق و برخی کهنسال و برخی جوانمرگ شده‌اند. پرسش اما حالا نه از کارکردهای آنها بلکه از کیفیت و راهی است که پیش گرفته‌اند و مقصدی که در نظر دارند. این تحلیل ساده‌تر می‌بود اگر قصد داشتیم صرفاً از مکتوبات پایتخت‌نشین سخن بگوییم که آنها هم از نظر محتوا و هم امکانات قابل مقایسه با مطبوعات شهرستان‌نشین نیستند.

روزنامه‌های شهرستانی، آنهایی که به واقع روزنامه هستند و هدفشان در راستای همان اصل کلی و مقدس- رکن چهارم دموکراسی- تعریف شده است مشکلات فراوانی از شکل تا محتوا دارند. این موضوع وقتی اهمیت پیدا می‌کند که فراموش نکنیم هر سال در نمایشگاه مطبوعات بسیاری از روزنامه‌ها و رسانه‌های شهرستانی به مقایسه خود با دیگران و با یکدیگر می‌پردازند. برای بررسی این موضوع با چند کارشناس مطبوعاتی استان به گفت‌وگو نشستیم. جایی که بحث اصلی بر حمایت کردن یا نکردن دولت است. پرسشی که پاسخ آن به کاری بیش از یک یا چند نوشتار نیاز است.

تا وابستگی به دولت باشد انتظار روزنامه‌نگار حرفه‌ای نداشته باشیم

آنها به دولت است.

برخی از نظریه‌پردازان ارتباطی بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند. همزمان با برگزاری بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات و خبرگزاری‌ها، در بین مردم حضور یافتیم و نظرشان را درباره مطبوعات و جایرد و میزان مطالعه‌شان پرس‌وجو شدیم. دانشجوی کاردانی روابط عمومی درباره میزان مطالعه‌اش می‌گوید: روزانه بخشی از وقت خود را صرف مطالعه روزنامه‌ها و سایت‌های خبری می‌کنم. مهدی عابدی ادامه می‌دهد: هر روز روزنامه هفت‌صبح و همدان پیام را از ده‌کاه روزنامه‌فروشی خریداری و صفحات مورد نظر را مطالعه می‌کنم. به گفته عابدی، صفحات سیاسی، ورزشی و حوادث روزنامه‌ها نظرم را بیشتر جلب می‌کند و روزانه این صفحات را پیگیری می‌کنم. یکی از کسبه خیابان هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کند. به عبارتی در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش غلیظی از جامعه‌پذیری نسل‌ها از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر رسانه تا جایی است که خود سامان یابد.

هزینه‌ها، تبادل اطلاعات و رشد رسانه‌ها خواهد شد.

وضعیت مطبوعات نسبت به گذشته بهتر شده است

معاون اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی همدان اما وضعیت خوشبینانه‌تری به مطبوعات همدان دارد. مجید فروتن در ازبایی وضعیت مطبوعات استان اعتقاد دارد؛ با توجه به به‌روز شدن زیرساخت‌های مطبوعات در استان شامل توسعه صنعت چاپ و به کار گرفته شدن افراد تحصیلکرده هم در صنعت چاپ و هم در قسمت اجرایی رسانه‌ها، خوشیخانه وضعیت مطبوعات نسبت به گذشته هم به لحاظ کیفی و هم کمی مطلوب‌تر شده است.

فروتن می‌افزاید: یکی از تغییرات دیگر مطبوعات نسبت به گذشته نگاه حرفه‌ایی داشتن مسئولان به رسانه و مطبوعات است که بر خلاف گذشته که نگاه سنتی بود همین نگاه حرفه‌ایی فعلی موجب توسعه و پویایی بیشتر مطبوعات شده است.

وی برگزاری نمایشگاه مطبوعات را نیز یکی از اقدامات اساسی و مؤثر برای رشد بیشتر وضعیت مطبوعات می‌داند؛ با توجه به اینکه نمایشگاه مطبوعات بهترین فضا برای تبادل افکار و اندیشه صاحبان قلم و فعالان عرصه رسانه و مطبوعات است به طور قطع برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی می‌تواند بسترساز پیشرفت و حرکت به جلو رسانه‌ها شود.

با همه این توصیفات اما فروتن نقاط ضعف را هم در نظر دارد. از نظر وی مشکلات مالی همچنان بزرگ‌ترین گرفتاری مطبوعات همدان است اگر حمایت‌های دولتی در بحث زیرساخت‌های مالی بیشتر شود بی‌شک شاهد تقویت بیشتر مطبوعات خواهیم بود.

وی در پایان ایجاد بنگاه‌های مطبوعات، تشکیل صنف مطبوعات و نگاه صنفی داشتن به مطبوعات و نیز تشکیل مؤسسات حمایتی را از مهمترین راهکارهای تقویت بیشتر مطبوعات استان عنوان کرد.

مطبوعات قوی موجب رشد کاری مدیران می‌شوند

غلامرضا جمالی‌زاده از دیگر فعالان بخش مطبوعات استان، همچون فروتن نگاهی مثبت دارد هر چند از نقاط ضعف هم غافل نیست: مطبوعات استان رشد بسزایی را از نظر تاریخی داشته‌اند و اینکه در مقایسه با خود مطبوعات حوزه استان همدان، مطبوعات محلی و فعال جمع بودند. این می‌تواند پیشه‌های قابل تأمل شهرستان (ملایر) اصلاً قابل مقایسه با دو دهه قبل

دنبال می‌کنم.

اسماعیل مددی ادامه می‌دهد: مشکلی که رسانه‌های داخل کشور دارند این است که اخبار را به موقع و شفاف اطلاع‌رسانی نمی‌کنند گاه‌ی بینیم بسیاری از خبرها را رسانه‌ها خارج از کشور بهتر و شفاف‌تر از رسانه‌های ما اعلام می‌کنند. مددی می‌گوید: البته این بدین معنا نیست که رسانه‌های خارج راست و درست می‌گویند و همه چی را آن طور که هست بیان می‌کنند اما اعلام نشدن برخی اخبار از رسانه‌های خودمان باعث می‌شود که مردم به رسانه‌های خارج گرایش پیدا کنند.

فروشنده لوازم خودرو نیز می‌گوید: متأسفانه روزنامه‌های ما به‌روز نیستند و معمولاً بسیاری از اخبار را با تأخیر درج می‌کنند. فرید شاطری می‌افزاید: مشکل جامعه ما فرهنگ است و رسانه‌ها در بسیاری از موارد می‌توانند تأثیرگذار باشند اما آنگونه که باید عمل نکنند و موفق نبودند، وی که بیشتر روزنامه ایران و هگمتانه را مطالعه می‌کند، می‌گوید: بیشتر صفحات مربوط به اخبار استان و کشور را دنبال می‌کنم و اصلاً علاقه‌ای به خواندن اخبار حوادث ندارم و به نظرم چاپ آنگونه اخبار برای جامعه مفید نیست.

یکی از تاکسیداران خط هنرستان نیز می‌گوید: به دلیل

دولت حمایت بکند یا نکند؟

نگاهی به وضعیت مطبوعات در همدان

نیست و واقعاً رشد خوبی داشته است. برخی مطبوعات درجا زدند و زیاد افزایش نداشتند اما در برخی نشریات رشد خوبی را شاهد هستیم.

وی در ادامه با بیان اینکه مطبوعات استانی از نظر محتوایی نیز نسبت به خود رشد خوبی داشته‌اند می‌گوید: اما در مقایسه با رشد کلان کشوری و حتی برخی استان‌های اطراف که شاید قابلیت‌های فرهنگی کمتر از استان همدان داشته باشند، متأسفانه رشد محتوایی آنچنان بسزا و قابل توجه نیست. عمده‌ترین علت این موضوع شاید بحث نوع نگاه مدیران چه مدیران استانی و چه مدیران خود نشریات است.

جمالی‌زاده با اشاره به تلاش‌های ارزنده‌ای در داخل حوزه مطبوعات به‌ویژه خانه مطبوعات استان همدان اعتقاد دارد: هرچند اگر این فعالیت‌ها حوزه خانه مطبوعات برای رشد و ارتقای مطبوعات و حمایت‌های انجام شده از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران استانی نبود به هیچ عنوان این مقدار رشد را هم شاهد نبودیم.

وی از جمله راهکارهای این موضوع را ایجاد انگیزه در بین خود خبرنگار و روزنامه‌نگار به‌ویژه مسئولان مطبوعات برای دانش‌افزایی و به‌روز کردن حیطه‌های فعالیت خودشان به‌ویژه حیطه‌های نوشتاری می‌داند و می‌افزاید: نکته بعدی حساسیت مدیران نسبت به این قضیه است که اگر خبرنگاران ما رشد و ارتقای علمی و حرفه‌ای داشته باشند صد درصد در کار و خدمت‌رسانی به دستگاه‌های دولتی و مردم تأثیرگذارند. این در حالست که برخی مواقع مثب در روند کار مدیران وجود دارد که اگر خبرنگار رشد کند دید تیربین همراه با ذربین و نقادانه آنها ممکن است به حوزه فعالیت آنها آسیب برساند اما واقعیت این است که اگر این اتفاق بیفتد و خبرنگاران کارشان دقیق‌تر شود به صورت غیرمستقیم تأثیر مثبت در روند کار مدیران می‌گذارد و جایگاه آنها را بالاتر می‌برد.اگر این نگاه را در مدیران تقویت کنیم می‌توانیم تأثیرگذار باشیم.

جمالی‌زاده با اشاره به برگزاری نمایشگاه هم اظهار می‌کند: این جشنواره به صورت کلی تأثیر مثبت دارد اما نوع استفاده‌ای که مطبوعات می‌توانند ببرند به صورت حرفه‌ای و به نوع نگاه مسا مطبوعاتی‌ها بازمی‌گردد اینکه صرفاً می‌خواهیم خود را عرضه کنیم یا نه از پل‌های اختصاصی کارگاه‌های آموزشی و تجربیات افراد صاحب‌نظر در این زمینه استفاده کنیم. اگر به صورت حرفه‌ای و هدف دانش‌افزایی باشد صددرصد مؤثر خواهد بود.

شغلی که دارم بیشتر رادیو گوش می‌کنم و اخبار را از این طریق دنبال می‌کنم اما هرازگاهی هم روزنامه‌های جام‌جم، هگمتانه و همدان پیام مطالعه می‌کنم.

ناصری نوری می‌گوید: اغلب روزنامه‌ها را با دقت بیشتری مطالعه می‌کنم و مطالب اجتماعی را بیشتر می‌پسندم. خانم سعادت نیز کارمند علوم پزشکی است که می‌گوید: تا چند وقت پیش اشتراک برخی روزنامه‌ها را داشتم و هر روز روزنامه می‌خواندم.

وی می‌گوید: بیشتر صفحه یک روزنامه‌ها را بررسی و تیتیر و عنوان مطلبی که نظرم را جلب می‌کرد، می‌خواندم. وی ادامه می‌دهد: اکنون به دلیل ضعیف شدن چشمانم کمتر روزنامه مطالعه می‌کنم و بیشتر اخبار را از رادیو و تلویزیون دریافت می‌کنم. مظاهری نیز در یکی از کارخانه‌های همدان مشغول به کار است و می‌گوید: بادم نمی‌آید آخرین بار کی روزنامه خواندم؛ چراکه وقت کافی برای مطالعه ندارم و بیشتر شب‌ها اخبار را از تلویزیون پیگیری می‌کنم.

شعاعی می‌گوید: بادم نمی‌آید ادارت استان است که می‌گوید: بیشتر به روزنامه همدان پیام علاقه دارم و سستون شنیده‌های این روزنامه را هر روز پیگیری می‌کنم

رسانه‌های کاغذی حذف‌شوندیانه؟



کد نادرستی

"رسانه‌های کاغذی حذف می‌شوند یا نه؟" این پرسشش اگر چه ممکن است ساده به نظر برسد، اما در واقع به تحلیلی عمیق نیاز دارد. یعنی باید نقش مطبوعات کاغذی در عصر اینترنت و تغییرات اجباری آن بررسی شود.

در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته رسانه‌ها در حال حرکت به سمت حذف کاغذ و روی آوردن به فضای سایبری و مجازی هستند؛ این در حالیست که در کشور ما صدور مجوز برای نشریات مختلف بر اساس افزایش است. پرسش اما این است که با ادامه این روند، مطبوعات به چه مسیری حرکت کرده و دیگر اینکه زیرساخت‌های دنیای دیجیتال و فرهنگ و آموزش استفاده‌کنندگان از آن به اندازه کافی رشد کرده است؟

برخی معتقدند رسانه‌ها و جامعه ناگزیر از گرایش به سمت فناوری‌های روز، باید وضعیت سنتی خود را تغییر داده و در مقابل رسانه‌های مکتوب به تولید محتوا، مستندنگری و تحلیل و… پر محتوا روی بیاورند.

چالش‌نی صبر در کنار شناخت شرایط و همگرایی رسانه‌هابرای ماندگاری رسانه‌های مکتوب موضوعاتی بود که از زبان اساتید ارتباطات مورد تأکید قرار گرفت. در ادامه گفت‌وگو ما با آنها می‌خوانید.

همگرایی رسانه‌ها برای ماندگاری رسانه‌های مکتوب

احسان پوری، مدرس دانشگاه و دارای دکترای مدیریت رسانه است که در این‌باره می‌گوید: تأثیر بی‌چون و چرای تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر کسی پوشیده نیست. امروزه جریان اطلاعات با سرعت بالایی در شبکه‌های اطلاع‌رسانی مجازی در جریان است. این جریان عمودی نیست، بلکه توسعه افقی دارد؛ یعنی از بالا به پایین و یکطرفه نیست.

به گفته وی، از طرفی توسعه جریان اطلاعات به دست کاربران انجام می‌شود که کاربر مصرف‌کننده و همزمان تولیدکننده اطلاعات است و می‌تواند آن را به اشتراک بگذارد؛ یعنی منتشر کند یا به دلخواه و بنا به سلیقه خود در آن دخل و تصرف کرده و بعد منتشر کند.

پوری معتقد است: به نظر می‌رسد در این فضای جدید اطلاع‌رسانی که محدودیت زمانی و مکانی هم ندارد، رقابت رسانه‌های مکتوب از معنا تهی می‌شود. اگر مطبوعات حتی در سرعت اطلاع‌رسانی هم قوی‌تر عمل کنند، ممکن نیست توانایی پوشش بدون محدودیت جغرافیایی و با گستره مخاطب اینچنینی را داشته باشند؛ پس باید راه‌حل دیگری یافت.

وی اظهار می‌کند: امروزه در دنیای ارتباطات، رسانه‌هایی موفق عمل می‌کنند که به استقبال تکنولوژی رفته و سعی در استفاده از آن در کار خود دارند؛ یعنی استفاده از رسانه‌های نوین در بستر وب؛ که نوعی همگرایی بین رسانه‌های سنتی و رسانه‌های نوین است.

این استاد دانشگاه با تأکید بر اینکه همگرایی رسانه‌ها پیشنهاد امروز دنیا برای ماندگاری رسانه‌های مکتوب است، می‌گوید: همگرایی رسانه‌ای در همه فرآیند اطلاع‌رسانی می‌تواند شکل بگیرد؛ در مراحل تولید، بسته‌بندی و انتشار محتوا. البته این همگرایی در سطح نیروی انسانی شاغل در رسانه‌ها، زیرساخت فنی موجود در قوانین و مقررات و همچنین فرهنگ استفاده، می‌تواند رخ دهد.

پوری بیان می‌کند: مدیران رسانه‌ای آیندنگر با شناخت دقیق محیط و اقتضای زمانه، مدل استراتژیک خود را بر مبنای روند توسعه‌ای تکنولوژی‌های رسانه‌ای و چگونگی همگرایی با آن تدوین می‌کنند که به نظر می‌رسد سطح همگرایی رسانه‌های سنتی با تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، چشم‌انداز آینده آنها را ترسیم می‌کند.

شناخت، عنصر اساسی برای پیشروی

علیرضا اسفندیاری‌مقدم، معاون پژوهش و فناوری، و عضو هیأت علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان است.

وی که تحصیلاتش دکتری علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی است، اعتقاد دارد: اگر نگاهی به گذشته بشر داشته باشیم، ورود یک رسانه مصادف با حذف رسانه‌های موجود نبوده است؛ بلکه تسلسل‌وار بوده‌اند. البته تا حدودی با رسانه‌های چاپی که جامعه از عصر صنعتی تا عصر اطلاعات با آن مانوس شده است، یک شبه نمی‌توان خداحافظی کرد و این را پیش‌بینی کنیم که نشریات کاغذی هم منقرض می‌شوند. البته باید برای آن آینده، از هم‌اکنون برای نجات طبیعت و جامعه سبز برنامه‌ریزی کنیم تا اینکه با چاپ مطبوعات آنهم بدون بررسی نیاز واقعی کاربران و شهروندان و روانه کردن آن، سفره یک نفر نشود.

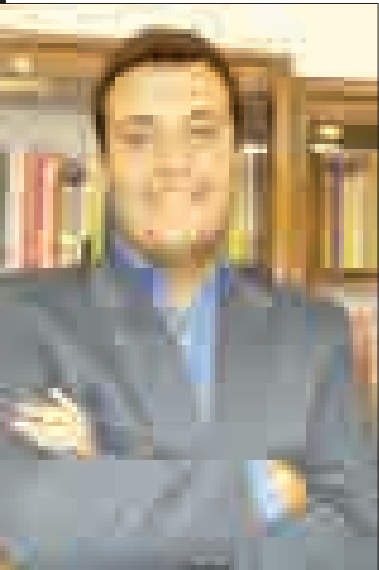
اسفندیاری‌مقدم معتقد است: با برنامه‌ریزی باید آینده‌نگری مناسبی داشته باشیم تا یک توازن برقرار کنیم. البته اینن مهاجرت باید به صورت بلکائی و تدریجی صورت بگیرد؛ به طوری که روزنامه‌ها تیراژ خود را بر اساس یک رآورده، کمتر کنند؛ اما در فضای مجازی و تولید محتوای الکترونیکی کوشا باشند.

وی تلنگری هم بر بالادستی‌ها داشت و اینکه بخشی از این مباحث به شورای عالی فضای مجازی برمی‌گردد. همچنین معتقدم تا از بالادست، سیاستگذاری صحیح، بهینه و جامع‌الابعادی صورت نگیرد؛ رسانه‌ها به صورت واحد نمی‌توانند تصمیم عاجل و مؤثری بگیرند.

این استاد دانشگاه افزایش سواد رسانه‌ای و شبکه‌ای مردم را مطرح می‌کند و اینکه باید آموزش داده و زیرساخت‌ها هم فراهم شود؛ به طور مثال بانکداری الکترونیکی آمده، اما بخشی از شهروندان همچنان حضور فیزیکی در بانک‌ها دارند.

در مجموع باید بپذیریم که تغییر یک فضا به فضای دیگر زمان‌بر است و اگر قرار است این زمان را کوتاه کنیم به عنوان کاتالیزور باید آموزش را بالا ببریم، از طرفی زیرساخت‌های لازم را فراهم کنیم و از همه مهمتر سیاستگذاری بالادستی برای پایش، کنترل، بررسی و بازاندیشی همراه باشد.

اسفندیاری‌مقدم مهمترین چاشنی این کار را صوری می‌داند و می‌گوید: شتاب‌زدگی چیزی جز شکست به دنبال ندارد؛ به‌ویژه در فضایی که امتحانش را خوب



کد نادرستی

پس نداده و جای نیفتاده است. وی تأکید می‌کند: در عصری موسوم به انفجار اطلاعات هستیم و یکی از مشکلاتی که همه شهروندان با آن

دست و پنجه نرم می‌کنند، مدیریت زمان است.

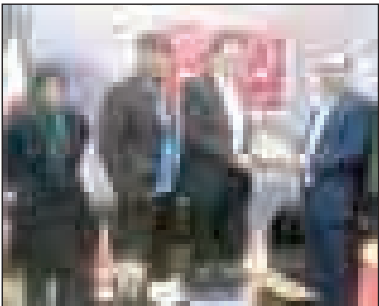
اگر قرار است سهم خود از بازار را از دست ندهیم، طبیعی است نباید تنها ارائه‌دهنده صرف اخبار در ابعاد مختلف باشیم، بلکه گاه‌ها تحلیل و تفسیر داشته باشیم. همچنین در فضای تعامل به بهانه‌های مختلف، گاهی باید مردم را به تبادل نظر دل‌گرم کرد.

اسفندیاری‌مقدم همچنان بر چاشنی زمان تأکید دارد و می‌گوید: شرکت اوراکل گفته که "اینترنت همه چیز را تغییر داده است". این جمله را باید بپذیریم و خودمان را براسی تغییر با رویکرد انعطاف و انطباق آماده کنیم. از طرفی مارشال مک‌لوهان، پدیده دهکده جهانی هم می‌گوید: "سهم آدمیان در جهان معاصر به اندازه حضوری است که در کپکشان رسانه دارند". این جمله هم بر پذیرش و حاشا نکردن این انقلاب دیجیتالی صحه می‌گذارد.

اما سخن پایانی وی در نهایت جمله معروف روزه گارودی بود که می‌گوید: انسان، برده فناوری است؛ ولی اگر قرار است این بردگی را کم کند باید شناختش را از وضعیت موجود افزایش دهد". فراموش نکنیم که شناخت عصری اساسی است تا بی‌گدار به آب نزنیم.

• پنجشنبه ۲۱ آبان‌ماه ۱۳۹۴

حضورِ خاص برای رسانه‌های همدان در نمایشگاه بیست‌ویکم



ر در بیست‌ویکمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌های کشور واقع در محل مصلی تهران همدانی‌ها خاص درخشیدند.

حضور غرفه‌هایی از قبیل «روزنامه همدان پیام"، «پایگاه خبری همدان‌پرس" و «پایگاه خبری رزن جوان" به همراه «خانه مطبوعات استان همدان" با بازدید میهمان‌های استانی و ملی به نسبت بهتر از سایر غرفه‌های استانی حاضر در نمایشگاه ظاهر شد.

غرفه خانه مطبوعات امسال با حضور اعضای هیأت مدیره به عنوان تنها غرفه خانه مطبوعاتی در این نمایشگاه در میان بیش از ۶۰۰ رسانه‌های کشور حاضر شد این غرفه امسال به نمایندگی از ارشاد همدان و به شیوه ابتکاری در نمایشگاه حاضر شد

پایگاه خبری رزن جوان نیز به نمایندگی از رسانه‌های شهرستان رزن با مسئولیت محمود اکبری کیا در این نمایشگاه حضور موفقی را به عنوان یک رسانه شهرستانی در میان غول‌های رسانه‌ای و استانی به نمایش گذاشت.

پایگاه خبری همدان‌پرس نیز با سرپرستی پارسیان پذیرای میهمانان و مخاطبان خاص خود در این نمایشگاه بود.

روزنامه همدان‌پیام نیز که از روزهای تخسین حضور در نمایشگاه با حضور مدیرمسئول روزنامه و تیم رسانه‌ای پذیرای مدیران و مسئولان و همدانی‌های مقیم تهران بود. از نظر میهمانان رسانه‌های همدان در پذیرش و حضور و بازدید میهمانان رضایتمندی خاصی نسبت به سایر استان‌ها فراهم کردند.

نکته قابل توجه در کنار سایر میهمانان کشوری و وزیران، سخنگوی دولت تدبیر و احزاب و سیاستون در غرفه‌های استان، حضور همدانی‌ها و هم‌استانی‌های مقیم پایتخت در نمایشگاه بود که سال‌ها به پستوهای نمایشگاه را برای پیدا کردن غرفه‌های همدان به جستجو پرداخته بودند.

میهمانانی که هر کدام حرف‌ها و پیام‌های خاصی برای استان و محل تولد خود داشتند و می‌خواستند از طریق رسانه‌ها پبگیری و اطلاع‌رسانی شود.

رسانه‌های همدان در نمایشگاه بیست‌ویکم با ابتکار و خلاقیت‌هایی که در نوع حضورشان به کار بستند امسال حضوری متفاوت را نسبت به دوره‌های گذشته به ثبت رساندند.

توسعه مطبوعات، لازمه پیشرفت جامعه

کد محمد سهولایی

رسانه‌های الکترونیکی و به‌ویژه اینترنت شیوه‌ای نوین اشاعه اطلاعات در عرصه‌های ملی و بین‌المللی شکل گرفته است، مطبوعات همچنان قدرت خود را انگلیسی‌روزنامه‌نگاران را در مجلس عوام انگلستان مخاطب قرار داد و خطاب به خبرنگاران این رسانه‌ها گفت: «آقایان شما رکن چهارم دموکراسی هستید"، اهمیت رسانه‌های مکتوب دوچندان شد و مطبوعات از یک نهاد کاملاً مخبر و ناقل اطلاعات، به یک نهاد مؤثر که رسانه و دموکراسی به عنوان دو مفهوم ارتباطی و سیاسی وابستگی خاصی به یکدیگر دارند و نقش کلیدی و جایگاه مطبوعات در تحولات جامعه و رشد و توسعه آن دارد.

مکتوب «رکن چهارم دموکراسی» را نام نهنداد و بعدها برخی‌ها روزنامه را «کتاب مقدس دموکراسی» معرفی کردند. استفاده از این عناوین نشان می‌دهد که رسانه و دموکراسی به عنوان دو مفهوم ارتباطی و سیاسی وابستگی خاصی به یکدیگر دارند و نقش کلیدی و جایگاه مطبوعات در تحولات جامعه و رشد و توسعه فکری در دنیای امروز هستند.

بر این اساس می‌توان گفت توسعه رسانه بخش عمده‌ای از توسعه همه‌جانبه بوده و به جهت اهمیت مطبوعات به طور عام در تکوین افکار عمومی بسیار مؤثرند و در کنار سایر وسایل ارتباط جمعی که به منظور تشریح، تجزیه و تحلیل و تفسیر وقایع و مسائل اجتماعی و ارائه افکار و عقاید عمومی و انعکاس مشکلات و معضلات جمعی، عرضه می‌شوند، عنصر اساسی و اساسی وابستگی خاصی به یکدیگر دارند و نقش کلیدی و جایگاه مطبوعات در تحولات جامعه و رشد جامعه نقد منصفانه است که چنانچه به درستی انجام پذیرد، باعث رشد جامعه و از بین رفتن موانع

توسعه در بخش‌های گوناگون می‌شود.

حال نکته اینجاست که رسانه‌ای می‌تواند این رسالت را به درستی انجام داده و منتقدی دلسوز برای مدیران و دست‌اندرکاران باشد که فعالان این رسانه نیز انتقادپذیری را وجهه همت خویش قرار دهند و رسانه‌ها به استقبال نقد بروند.

دنیای مجازی و رسانه‌ها

کد یدالله طاقتی احسن

ر برای بیست‌ویکمین بار مطبوعات و رسانه کشور کنار هم جمع شدند تا در یک فضای عمومی نسبت به تبادل اندیشه‌ها در بین خود و ارتباط مستقیم با مخاطبان عملکرد خود را به معرض نمایش بگذارند. نمایشگاه بیست‌ویکم از نظر کیفی و کمی از است که مورد ارزیابی کارشناسی همچون گذشته قرار گرفته و هر سال سطح آن افزایش یابد و بخش فضای مجازی دیده شود. یکی از مواردی که این روزها برای نمایشگاه مورد بحث بوده است ورود دنیای مجازی و شبکه‌های اینترنتی به دنیای رسانه‌است که خود به خود افکار عمومی را در هر جا با کمترین زمان با خود همراه می‌کنند.

با ورود شبکه‌های مجازی بسیاری از مردم معتقد هستند که دوران روزنامه‌نگاری دیگر رو به افول خواهد رفت و خود این اتفاق حتی برخی از رسانه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده و آنها نیز به فکر آن افتاده‌اند تا شیوه کار خود را از روش مجموعه‌ای به سایبری تغییر دهند.

نکته‌ای که در اینجا مطرح است این است که وجود فضای مجازی برای رسانه‌های مکتوب نه‌تنها تأثیر منفی نخواهد داشت بلکه به نظر نگارنده خود نقطه قوت خواهد بود؛ چراکه باری از کارهای اطلاع‌رسانی نشریه‌ای را از دوش مطبوعات برداشته و کمک می‌کند تا با فراق بال به افزایش سطح کیفی خود بپردازند.

روش‌های اطلاع‌رسانی سایبری و حتی صداوسیمایی به دلیل گذرا بودن و در اغلب موارد از دسترس خارج شدن و انحصاری بودن آرشپون آنها مزیت سرعت اطلاع‌رسانی و ایجاد تهیج در جامعه را می‌توانند انجام دهند و قدرت تحلیل و تمرکز را از مخاطبان می‌گیرند که در اغلب موارد منحصر به قضاوت‌های ناقص و هیجانی می‌شود و در اصل بیشتر به ارزش زمانی و دربرگیرندگی توجه می‌شود این اتفاق مزیش برای مطبوعات آن است که دیگر زمان خود را برای انتشار اخبار تلف نکنند و با کمک گرفتن از امکانات جدید در میدان رقابت از اطلاع‌رسانی در مقابل رقبا جا نمانند و در عوض فرصت پیدا می‌کنند تا همان اخبار و گزارش‌های لحظه‌ای و سطحی را با تعمق و کیفیت بهتر تجزیه و تحلیل کرده و منتشر نمایند و با این کار خود با شفاف‌سازی موضوعات افکار عمومی را به سمت صحیح و درست هدایت کنند.

نکته‌ای که اینجا هست و اغلب صاحبزطران به آن معتقد هستند پایین بودن سطح کیفی مطالب نشریات خصوصاً محلی‌هاست و دیده نشدن گزارش‌ها و گفت‌وگو استخوان‌دار در این رسانه‌ها است که به نظر می‌رسد وجود فضای مجازی می‌تواند فرصت بیشتری را برای ارائه چنین مطالبی در نشریات و مطبوعات فراهم کند و نه‌تنها رقیبی برای مطبوعات نیستند و مرگ مطبوعات را رقم نخواهد زد بلکه به افزایش سطح آنان کمک خواهند نمود.

کما اینکه پس از گذشت نزدیک به یک قرن رادیو و تلویزیون نتوانسته است مطبوعات را حذف کند. پیش‌نهاد می‌شود بخش فضای مجازی و برگزاری دوره‌های آموزش و تولید و استفاده از نرم‌افزارهای رسانه‌ای از صورت ویژه در دستور کار متولیان امر قرار گیرد و حتی وزارت ارشاد و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط در این زمینه با تدوین آیین‌نامه‌ها و قوانین مدون و مشخص شاخه جدید رسانه‌ای را به صورت علمی و حرفه‌ای در کشور ایجاد کنند تا از این فضا به جای بهره‌برداری‌های ناصحیح و غیر اصولی به صورت حرفه‌ای و اساسی بهره‌برداری شود.

• سردبیر

سخنگوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی:

بارعایت فضای اعتدال به دنبال نقد سازنده هستیم



عمل می‌کنند؟ دوم توجه به فضای آزاد اطلاعات و فضای باز رسانه‌ها در انتقال پیام در کمترین زمان ممکن، شکل نوینی به امر اطلاع‌رسانی داده که بخشی از آن ناگزیر است و تکرار خبرها نیز از همین امر ناشی می‌شود و در چنین فضایی رسانه‌ای قادر بر ایجاد محدودیت برای درج خبری در رسانه‌ای دیگر نیست.

■ **برنامه شما برای کیفی‌تر شدن نشریات از لحاظ محتوا چیست؟**

واحدهای ذی‌ربط در بدنه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با پشتکار و هدف تعیین شده‌ای در امر نظارت بر نشریات کوشا هستند و با رصد روزانه آنها طبق قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات و اصول و قواعد مشخصی در جهت کیفی‌تر شدن و اعتلای امر اطلاع‌رسانی فعالند و با تشویق و تنبیه و تذکراتی به موقع در راستای این هدف گام برمی‌دارند.

■ **از فعالیت پایگاه‌های اینترنتی بدون مجوز چگونه جلوگیری به عمل خواهد آمد؟**

ملاک عمل قانون خواهد بود.

■ **بیمه خبرنگاران به کجا رسید، هنوز برخی فعالان این عرصه بدون بیمه کار می‌کنند.**

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دولت تدبیروامید، تمامی مسئولان رسانه‌ها را به بیمه کردن خبرنگاران خود تشویق کرده است.

این وزارتخانه سعی می‌کند که حق بیمه خبرنگاران را به مسئولان رسانه‌ها پرداخت کند، عقب‌افتادن بیمه از ناحیه مسئولان رسانه‌ای است. یعنی باید مسئولان رسانه‌ای پیگیر بیمه خبرنگاران خود باشند.

■ **برای صدور کارت حرفه‌ای خبرنگاری دولت وارد عمل شده آیا نباید این کار به نهادهای صنفی واگذار می‌شد؟**

خبرنگارانی که در سامانه سمان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ثبت‌نام کرده‌اند، با عنایت به شرایط دستورالعمل مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و برای آنان کارت صادر می‌شود. البته تشکیل صنفی سراسری برای اصحاب رسانه مدنظر ما است و در حال پیگیری هستیم که در صورت شکل‌گیری سازمان نظام صنفی رسانه‌ای، مشکلات خبرنگاران نیز در آن مطرح می‌شود.

سه سمانه جهانگیری‌عروش

■ **برگزاری نمایشگاه مطبوعات فرصت مغتنمی را فراهم آورده است تا اصحاب رسانه جدای از گرایش‌های فکری و سیاسی، به انتقال دانش و تجربیات لازم در زمینه اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم بپردازند.** قطعاً با بالا رفتن فرهنگ مطالعه رسانه‌ها و نیز سواد رسانه‌ای مردم سطح مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های مختلف و به‌ویژه سازندگی کشور بالا خواهد رفت.

در حقیقت این میزگرد بزرگ که با حضور رسانه‌های مختلف کشور برپاست، فضای مناسب و مساعدی ایجاد می‌کند تا در کنار برگزاری نمایشگاه مطبوعات به اهدافی چون ارتقای سطح اطلاع‌رسانی، آزاداندیشی، بالا بردن سواد رسانه‌ای در جامعه و نیز رقابت سالم میان رسانه‌ها دست پیدا کنیم.

نمایشگاه مطبوعات فرصتی را ایجاد می‌کند تا امر نهادینه کردن آموزش مردم و اهالی رسانه‌ها به صورتی فراگیر صورت گیرد تا رسالت عظیم و اهداف مورد نظر آن تحقق یافت و ظرفیت‌های رسانه‌ای کشور متبلور شود.

شکی نیست که این نمایشگاه فرصتی بسیار مناسب برای تبادل افکار است و با توجه به ذات رسانه که نقد و اطلاع‌رسانی آزاد است، مردم نیز در بازدید و حضور از این نمایشگاه، در رویارویی عملی با آن قرار خواهند گرفت.

و اما شعار نمایشگاه بیست‌ویکم با عنوان "نقد منصفانه، پاسخ مسئولانه" که منطبق بر ایده‌آل‌هایی است که باید در فضای رسانه‌ای کشور و میان مسئولان و صاحب‌منصبان وجود داشته باشد در برهه‌ای مطرح شده است که کشور کمکم به سمت یک جریان بزرگ سیاسی با عنوان انتخابات مجلس شورای اسلامی پیش می‌رود. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متولی اصلی امور مطبوعاتی و رسانه‌ای در کشور همواره کوشش داشته تا با مدیریت رسانه‌ها، حرفه‌ای شدن و آزاد بودن فضای نقد در رسانه‌ها را دنبال کند.

رویکرد مناسبی که امور مطبوعاتی وزارت ارشاد در پیش گرفته، بر این اساس است که این تجمع سالیانه رسانه‌ها با کمک و همراهی خود رسانه‌ها و تشکل‌های صنفی، طراحی و برگزار شود که اقدام مطلوب به شمار می‌رود.

قطعاً بیست‌ویکمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌های کشور در کنار ارتقای دانش حرفه‌ای و قانونی، کمکی به امر اطلاع‌رسانی و قانون گردش آزاد اطلاعات بکند، امتیاز محسوب می‌شود.

■ **آیا صدور زیاد مجوز باعث نشده که همه نشریات یک شکل عمل کنند و فقط خبرها تکرار شود؟**

نخست باید ملاک قضاوت‌مان را مشخص کنیم اینکه حد و مرز صدور مجوز کجاست و واقعاً نشریات همه یک شکل

استاندار همدان:

حامی رسانه‌های استان هشتم

"حامی رسانه‌های استان هشتم". این گفته استاندار همدان است که می‌گوید: من به عنوان خدمتگزار مردم به همه رسانه‌های همدان که بار امنیت مادستانی‌ها را دارند به نام بسزرگ و تاریخی همدان هستند، کمک می‌کنم تا همدان را به جایگاهی که شایسته آن است، برسانیم.

محمدناصر نیکبخت با تأکید بر اینکه رسانه‌ها نافذترین و مؤثرترین عنصر اطلاع‌رسانی، پیام‌رسانی و پیام‌گیری و امید به جامعه هستند، تأثیرگذاری بالای این رسانه‌ها و نقش خاصی را در جامعه دارد، گفت: اگر این وظایف ذاتی خود را انطور که هست به آن عمل نشود نتیجه عکس خواهد داد و همه ما از دولت، رسانه‌ها و مردم باید تلاش کنیم تا امید را در میان جامعه افزایش دهیم و البته امانتدار باشیم؛ زیرا امانتداری رسانه‌ها آنها را به اهداف نهایی که همانا به نفع جامعه است، خواهد رساند. استان همدان فرهنگی‌ترین و تاریخی‌ترین استان به لحاظ دارا بودن مفاخر شایسته است و به همین سبب هم باید دارای مطبوعات و رسانه‌هایی پویا و نافذی باشد؛ هرچند نمی‌شود این اثر را نادیده انگاشت که رسانه‌های همدان برپاثر و نافذتر از رسانه‌های سایر استان‌ها عمل کرده‌اند و فراگیری‌شان هم در این زمینه قابل قدردانی است، زیرا اصل امانتداری و صداقت مداری‌شان در انجام وظایف رسانه‌ای مورد تأیید همگان است.

■ **فعالیت تیم رسانه‌ای همدان پیام قابل قدردانی است**

"به بهانه بیست‌ویکمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها یا محمدابراهیم الهی‌تبار، معاون سیاسی و امنیتی استاندار همدان گفت‌وگو کردیم. الهی‌تبار بر تعامل با مطبوعات تأکید می‌کند، و معتقد است که رسانه‌ها وظیفه را دارند حدود را رعایت کنند و تلاش کنند در چالش‌برانگیز باشد ورود پیدا نکنند. حاصل گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

■ **وضعیت مطبوعات استان همدان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

وضعیت مطبوعات استان از لحاظ کیفی خوب است از لحاظ کمی باید تعداد نشریات بیشتر از این باشد، تقریباً شهرستان‌های ملایر، تویسرکان، نهاوند و همدان از نشریات محلی برخوردار هستند اما در برخی شهرستان‌ها نشریه نداریم که باید تلاش کنیم آنها هم صاحب نشریه شوند در مجموع نشریات استان حضور خوب و فعالی در مسائل رسانه‌ای استان دارند. به عقیده من به هر میزان عرصه رسانه‌ای چه از لحاظ کمی و کیفی بیشتر باشد اطلاع‌رسانی به صورت دقیق‌تر در اختیار مردم قرار خواهد گرفت و از سوی دیگر مسائل مختلف استان راحت‌تر نقد و بررسی می‌شود؛ چراکه مطبوعات پل ارتباطی خوبی بین جامعه و مردم هستند.

■ **با توجه به سخنران رئیس‌جمهوری در مراسم افتتاحیه نمایشگاه مطبوعات مبنی بر اینکه توقیف آخرین مرحله باشد چه تدبیری باید اندیشیده شود تا این سخنان در استان هم اجرایی گردد؟**

با نظر ایشان موافقم ماهیت کار بر این است که دید امنیتی بر مسائل مطبوعاتی حاکم نشود و از منظر مسائل اجتماعی و افکار عمومی جرائم مطبوعاتی رصد و تخطی صنفی سراسری برای اصحاب رسانه مدنظر ما است و در حال پیگیری هستیم که هیأت منصفه برآیند افکار عمومی باشد. به نظر عقیده من تعامل با مطبوعات باید بیشتر از این باشد و از سوی دیگر رسانه‌ها هم وظیفه دارند حدود



در استان فعالیت داشته است و پس از استان هم ارتقا پیدا کرد. تغییرات دیگری هم ممکن است رخ بدهد.

این تغییرات گاهی بنا بر خواسته خود مدیران و گاهی هم بنا بر ضرورت‌هایی است که برخی سازمان‌های مرکزی می‌خواهند تا تغییراتی صورت بگیرد یا در راستای توسعه استان بوده است. البته بنده همیشه تلاش کرده‌ام تا کار مدیران را مدنظر داشته باشم و ملاک‌هایی قرار دهم و مدیران هم به ملاک انتخاب، آگاهی دارند البته این تغییرات در استان برای خوشایند افراد خاصی نبوده است.

■ **بحث اطلاع‌رسانی خدمت دولت و کارکرد روابط‌عمومی‌ها در این حوزه بارها مورد انتقاد جنابعالی بوده است، آیا پس از ۶ ماه به تدبیر و راهکاری رسیده‌اید که تقویت شوند؟**

تا حدودی بهتر شده است که البته باید بیشتر توجه و تقویت شود. خدمات دولت را باید منعکس کرد به فرمایش حضرت امام(ره) یک کار که انجام می‌دهید را اطلاع‌رسانی کنید. البته دولت هم کم نگذاشت، خدمات شایسته‌ای انجام داده است که باید اطلاع‌رسانی شود.

می‌توانند در افزایش میزان مشارکت مردم تأثیرگذار باشند یعنی فضای جامعه را به سمت و سوی رقابت سالم سیاسی در بین کاندیدها و جریان‌های سیاسی سوق دهند که ماحصل آن مشارکت حداکثری مردم که خواست نظام و مسئولان ارشد نظام است رقم خواهد خورد.

ما جایگاه ویژه‌ای در بحث نشاط سیاسی برای مطبوعات قائل هستیم و یکی ابزارهای ایجاد نشاط و رقابت سیاسی و نهایتاً حضور مردم در تعیین سرنوشت سیاسی خودشان حضور پررنگ مطبوعات است.

■ **مطبوعات چه نقشی در توسعه می‌توانند داشته باشند؟**

رسانه‌ها در توسعه همه جاتیه به شدت تأثیرگذار هستند، نمی‌توان نقش آنان را نادیده گرفت؛ چراکه رسانه‌ها یکی از ابزارهای توسعه در بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هستند و برای رسیدن به هدف می‌توانند کمک حال هم مردم و مسئولان باشند.

■ **در خصوص چالش‌هایی مطبوعات استان با آن مواجه هستند مواردی بوده که شما نقشی برای برون‌رفت از آن داشته باشید؟**

در حوزه کمک‌های مالی و یارانه‌ای باید حمایت بیشتری از مطبوعات شکل بگیرد تا نشریات بتوانند سر پای خود بایستند، ما هم داید تلاش کنیم که دیدگاه‌ها نسبت به تمامی رسانه‌ها یک دیدگاه امنیتی نباشد مگر اینکه خلاف آن ثابت نشود و سعی کردیم که این روش را در معادلات خود نسبت به رساله دنبال کنیم.

البته شاخص‌ترین حرکتی که می‌توان به آن اشاره کرد تشکیل کارگروه رسانه در راستای پیگیری امور رسانه در استان است.تقریباً نمایندگان اصحاب رسانه و مدیران مرتبط در این کارگروه حضور دارند و هر از چندگاهی مواردی که در حوزه مطبوعات وجود دارد مانند مشکلاتی که در حوزه مالیاتی با دستگاه‌های اجرایی دارند یا مواردی که نیاز به حمایت داشته باشند توسط نمایندگان رسانه‌ها در این جلسات که با حضور دستگاه‌های متولی همراه است طرح موضوع و پیگیری می‌شود.

منظم‌تر نشان می‌دهد و نکته منفی خاصی یا مشکل قابل طرحی در این نمایشگاه مشاهده نکردم. اما تا جایی که بازدید داشتیم غرفه‌های استان همدان به نسبت بسیاری از استان‌های دیگر برتر و قابل توجه‌تر بود.

■ **رئیس‌جمهوری در سخنرانی روز افتتاحیه از نشریات و مطبوعات تندرو گفت که از زندگی مردم تا مدیران را به حاشیه کشیده‌اند، آیا در استان ما از اینگونه نشریات منتشر می‌شود؟**

حاشیه‌سازی، تحریب و عناد روی هم رفته، روش خوبی نیست؛ حالا چه اجتماعی چه شخصی باشد، مورد پسند قرار نمی‌گیرد و نگرفته‌است، ولی نقد منصفانه تأثیرگذار است. البته گفته رئیس جمهوری ملاک اظهارنظره‌است و در استان همدان هم مورد خاصی که حاشیه‌ساز باشد، نداریم.

■ **آیا تغییرات برخی مدیران کل و یا جابجایی‌ها در استان، از جمله آقای افتخاری، ناشی از فشار یا برای خوش‌آمد برخی افراد یا گروه‌های اصلاح‌طلب بوده است؟**

خیر، تغییرات در هر مرحله‌ای دلایل خاص خودش را داشت. مثلاً آقای افتخاری که اسم آوردید تقریباً ۸ سال



معاون سیاسی و امنیتی استاندار همدان:

از مطبوعات و نقدهای منصفانه حمایت می‌کنیم

نظام علاقمند به گردش آزاد اطلاعات در جامعه به شکل مطلوب است

به وضعیت موجود اتکفا کنیم باید برویم به سمت اینکه بتوانیم این حرکت را بالنده‌تر کنیم.

■ **با توجه به در پیش بودن انتخابات مجلس شورای اسلامی مطبوعات چه نقشی می‌توانند در این زمینه داشته باشند؟**

هدف ما مشارکت حداکثری در انتخابات، ایجاد فضای رقابت سالم و حضور اندیشه‌های مختلف در چارچوب نظام است، بنابراین رسانه‌ها، خصوصاً رسانه‌های مکتوب



همدان پیام از ابتدا تا کنون

پیام تاریخ و تمدن مادستان

مطبوعات در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۸

- کسب عناوین اول به عنوان رسانه فرهنگی در جشنواره بین‌المللی استان و فیلم کودک و نوجوان از ۸۶ تا کنون
- کسب رتبه‌های برتر در جشنواره مطبوعات غرب کشور استان کرمانشاه ۱۳۸۷
- کسب رتبه‌های برتر "ترویج فرهنگ حجاب و عفاف" در جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان ۱۳۹۰
- کسب عنوان رسانه مروج ازدواج در جشنواره ملی ازدواج استان همدان ۱۳۹۰
- کسب رتبه‌های برتر در غرب کشور در جشنواره استان کردستان (۱۳۹۱)
- انتخاب روزنامه به عنوان حامی توسعه دولت الکترونیک در جشنواره ملی نظام اداری الکترونیکی ۱۳۹۲ دانشگاه صنعتی امیرکبیر
- کسب رتبه برتر در بین مطبوعات غرب کشور لرستان (امسال ۱۳۹۴)
- حضور در همایش‌های ملی و بین‌المللی با موضوع رسانه
- کسب عنوان رسانه حامی مطبوعات محلی در غرب کشور ۱۳۹۴ لرستان
- شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی مطبوعات از سال ۸۵ تاکنون به صورت مستمر
- انتخاب مدیرمسئول روزنامه به عنوان رئیس کانون کارآفرینان استان همدان

- مشارکت در برنامه‌های فرهنگی
- حضور مدیران روزنامه و چاپخانه پیام‌رسانه در نمایشگاه و سمینارهای خارج از کشور
- ضمائم**
- دارای سایت اینترنتی به نشانی **www.hamedanpayam.com**
- انتشار ویژه‌نامه‌های مناسبتی در مناسبت‌های مختلف سال
- انتشار محلی ضمیمه تحلیلی و آموزشی پیام‌آدینه پنجشنبه‌های هر هفته که تاکنون ۳۰۰ شماره منتشر شده است.
- انتشار ضمیمه آموزشی "شاره" از زمان برگزاری جشنواره بین‌المللی فیلم کودک و نوجوان در همدان
- ضمیمه روزانه نیازمندی‌ها در ۴ صفحه که تاکنون بیش از ۱۸۸۵ شماره منتشر شده است
- انتشار ماهنامه تحلیلی- سیاسی- فرهنگی سراسری پیام مادستان از سال ۹۴

چشم‌انداز

کسب مجوز سراسری برای ورود به گستره کشوری

- برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در حوزه راه‌اندازی فاز ۴ چاپخانه با هدف تقویت زیرساخت‌های اقتصادی و جلوگیری از خروج ارز از کشور
- تلاش برای ایجاد حرکت به سمت چندرسانه‌ای شدن و توجه به سلیقه‌های مختلف و نیازهای فرهنگی و اجتماعی و قومی و بومی کشور
- راه‌اندازی مرکز آموزشی فرهنگی تخصصی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران در غرب کشور

آدرس روزنامه:

همدان، ابتدای خیابان مهدیه، روبه‌روی دبیرستان شریعتی، ساختمان پیام
تلفن ثابت:۰۸۱-۳۸۲۷۴۴۳۳
تلفن همراه:۰۹۱۳۱۴۱۸۸۸

چاپ دنیا سوژه‌ها و ایده‌های فراوانی را با خود می‌آورد و پس از بومی‌سازی برای آگاهی‌سازی در رسانه خود از آنها استفاده می‌کنند. طی ۱۲ سال عمر انتشار، همواره برای خارج شدن از تک رسانه‌ای بودن و کسب تجربیات در حوزه مطبوعات و هم صنعت چاپ تلاش کرد. و با دارا بودن ۲ چاپخانه مجهز در همدان و تبریز پس از ۱۲۰ نشریه را به چاپ می‌رسانند. و چه بسا به دست آوردن چنین موفقیتی در بین روزنامه‌های محلی کشور را مدیون حضورهای متعدد خود در نمایشگاه‌های متعدد است. حضور در نمایشگاه‌ها به همدان پیام آموخته تا همواره از الگوهای موفق در عرصه رسانه و چاپ استفاده کرد و خود دوباره مسیر را از آغاز نییماذی موجب شود تا با سرعت سطح و کیفیت محتوا و نگارش روزنامه و نشریات هفته‌نامه‌های دیگرش را بالا ببرد، کیفیت در کار چاپ چاپخانه‌های پیام‌رسانه در همدان و تبریز و استفاده از دستگاه‌ها و تکنولوژی‌ها روز را ارتقا دهد و همواره جزو نشریاتی فعال باشد تا برای بروز بودن تلاش می‌کند.

همین تحقیقات و آموزش‌هاست که موجب شده نشریه‌ای که روز اول با هفته‌نامه آغاز شده حالا به مجموعه‌ای تبدیل شود که دو چاپخانه مجهز در غرب و شمال غرب کشور در زیرمجموعه خود دارد و حرف برای گفتن داشته باشد، ۱۰ نفر اشتغالزایی ایجاد کند و همواره بدون وابستگی به سازمان دولتی روی پای خودش باشد.

همدان پیام هیچگاه در شهر خود سیر نمی‌کند تا حرف همشهریان را بزند بلکه هر سال در چندین کشور اروپایی و آسیایی و در نمایشگاه‌های مختلف ملی و بین‌المللی حضور دارد تا بسا استفاده از روش‌ها و تکنولوژی‌های جدید فراتر از یک رسانه تک بعدی فعالیت کند و با استفاده از تجربیات بین‌المللی حرف و خواسته مردم را بازگو کند.



بازدید وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از غرفه همدان‌پیام

جنتی: انتقاد حق رسانه‌است

▪ درباره میزبانی جشنواره فیلم کودک سال آینده تصمیم‌گیری می‌کنیم

وابسته هستند و به قولی پشتشان گرم است، یارانه‌ای نمی‌دهیم.

این یارانه‌ای که به آنها می‌دادیم هم داریم به بخش خصوصی توزیع می‌کنیم و ایسن یک نوع حمایت و کمک ما به این بخش است؛ از طرفی هم در بخش خصوصی تشکلی‌هایی که در حال تشکیل شدن هستند، می‌توانند با جمع شدن دور هم به راهکارهایی برسند و از حقوق‌شان با استفاده از این فرصت دفاع کنند.

▲ سال آینده درباره میزبانی جشنواره کودک و نوجوان تصمیم می‌گیریم

جنتی در خصوص تفکیک جشنواره کودک و نوجوان که امسال به صورت آزمایشی جداگانه در استان‌های همدان و اصفهان برگزار شد هم پاسخ داد: امسال بخش کودک این جشنواره در اصفهان و جشنواره نوجوان هم در همدان برگزار شد و باید یک ارزیابی انجام بدهیم که آیا این تفکیک خوب عمل کرد و کیفیت قابل‌قبولی داشت یا خیر، اگر قابل‌قبول بود همین روال را ادامه خواهیم داد و در غیر این صورت به روال قبل و تعیین استان میزبان، خواهیم پرداخت.

▲تعرفه کاغذ افزایشی نیافته

وی درباره پیشنهاد افزایش تعرفه ورود کاغذ هم اینچنین گفت: تا به حال ۲ پار جهوم آورده‌اند تا قیمت کاغذ وارداتی را بالا ببرند که طبعاً تأثیرگذار بود؛ یکی برای عوارض کاغذ رول که کاغذ مطبوعات است و ورقی که برای کتاب استفاده می‌شود و دیگری هم تعرفه کاغذ بود که در هر ۲ بخش وقتی چنین چیزی در دولت مطرح شد، ما به شدت با آن مخالفت کردیم. خوشبختانه دولت همراهی کرد و تصویب نشد. هر ۲ بار می‌خواستند ۴ درصد اضافه کنند؛ یعنی ۸ درصد به تعرفه بیفزایند، اما وقتی ۴ درصد در ورود اضافه می‌شود این میزان در بازار افزایش ۲۰ درصدی می‌یابد. خوشبختانه این مسأله ثابت ماند و امسال به هیچ‌وجه تعرفه و عوارض کاغذ تغییر نخواهد کرد و اضافه نمی‌شود.

▲ آنها که نیامدند هیچ تلمه‌ای به اسلام وارد نشد

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص این موضوع که برخی رسانه‌ها در نمایشگاه شرکت نکردند، بیان کرد: همانطور که مردم شاهد هستند تعداد زیادی از نشریات،

خبرگزاری‌ها و بنگاه‌های خبری در نمایشگاه مطبوعات امسال مشارکت کردند و شاهد هستیم که بیش از ۶۰۰ رسانه و بنگاه مطبوعاتی در این نمایشگاه حضور دارند و حالا عده‌ای به هر دلیلی علاقمند به شرکت در نمایشگاه مطبوعات نبودند، نیامدندشان هیچ تلمه‌ای به اسلام وارد نکرد. جنتی در این نشست خبری در پاسخ به سؤالی در مورد ارزیابی خود از اظهارات رئیس‌جمهوری در افتتاحیه گفت: «سخت‌ان رئیس‌جمهوری شفاف و برای همه قابل فهم بود و نیاز به توضیح و تشریح من ندارد.»

▲اساس کار ما مامشات با رسانه‌هاست

وی همچنین در خصوص رفتار با برخی رسانه‌ها و حاشیه‌های امنیتی که این روزها سخن از آن گفته می‌شود، اظهار کرد: در این دولت اساس ما بر مامشات با مطبوعات در هیات نظارت در مطبوعات است، حتی در هیات نظارت برخی نشریات به خاطر عملکرد خوشان تشویق می‌شوند. توبیخ یا تعطیلی یک نشریه آخرین راه‌حل است و ما باید بر اساس اصلاح امور حرکت کنیم.

▲ انتقاد حق همه است، اما... دروغ نه!

وزیر ارشاد در پاسخ به سؤالی در مورد اظهارات روز گذشته رئیس‌جمهوری درباره اینکه برخی رسانه‌ها با پول بیت‌المال علیه دولت می‌نویسند هم گفت: منظور رئیس‌جمهوری انتقاد نبود، ما

انتقاد را حق همه می‌دانیم. نقد منصفانه هم شعار این نمایشگاه است. برداشت من از صحبت‌های ایشان این بود که برخی رسانه‌ها با پول بیت‌المال علیه دولت شایعه‌سازی، دروغ‌سازی و تخریب می‌کنند. جنتی همچنین در مورد اعمال فشار بر برخی نهادها به مطبوعات بیان کرد: ممکن است برخی نهادها از قدرت خودشان استفاده یا سوء استفاده کنند و نشریات را به‌ویژه در شهرستان‌ها محدود کنند، ولی ما به عنوان دولت فضا را باز کرده‌ایم که همه فعالیت کنند

همه‌زیر یک سقف



۲۱ سال است که رسانه‌های متعددی در نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات حضور دارند، هر یک به دنبال کسب تجربه، معرفی، موفقیت و کسب درآمد هستند. نمایشگاه همیشه و در همه جای دنیا محلی مناسب برای به خصوص استفاده از تجربیات دیگران بوده و البته روزنامه همدان پیام هیچگاه از حضور در نمایشگاه‌های مختلف غافل نبوده و همواره تلاش کرده تا با حضور در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی داخل و خارج از کشور حضور داشته باشد.

از تجربه بهترین‌ها استفاده کند و هم تجربیات خود را در اختیار دیگران بگذارد. همچنان که پس از حضور در نمایشگاه‌های مطبوعات و صنعت

مطبوعات به دنبال نهاد صنفی توانمند

۱۲ مطبوعات در ایران سابقه‌ای بیش از یک قرن فعالیت دارند و البته مانند هر کالای وارداتی دیگر از غرب به طور کامل منتقل نشده‌اند و مشکلاتی را به همین دلیل همواره به همراه خود داشته‌اند.

از جمله مشکلات مطبوعات در ایران شکل نگرفتن نهاد صنفی قدرتمند برای صنف فعال در نشریات است و مطبوعات به همین دلیل از داشتن انجمن‌های صنفی و در نهایت اتحادیه‌ای که از نمایندگان این انجمن‌ها تشکیل شود، محروم هستند. دولت‌ها هر یک به فراخور اندیشه و نگاهی که به رسانه داشته‌اند، سعی کرده‌اند که این ضعف را به شکلی پوشش دهند. تشکیل خانه‌های مطبوعات در استان‌ها، تشکیل شورای روزنامه‌نگاران و زمینه‌سازی برای شکل‌گیری انجمن‌ها و سمن‌های فعال در این زمینه از برنامه‌های دولت‌ها بوده است. اما واقعیت آن است که دولت‌ها تمام تلاش خود را برای قدرت نگرفتن این نهاد و دولتی ماندن آنها داشته‌اند و نکته قابل تأمل آن است که در این فضا آنچه از یاد رفته است، مطالبات صنفی و مشکلات رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای است.

دولت‌ها یا سعی کرده‌اند اساسنامه نهادهای قدیمی مطبوعات را به نفع دولت اصلاح کنند و یا با نهادهای مشابه، نهادهای قدیمی صنفی را به کما ببرند و جالب آن است که هیچ دولتی در تقویت برنامه‌های دولت قبل در این زمینه تلاش نکرده و هر کس آمده، برنامه‌ای نو و تازه را آغاز و اجرا کرده است.

این مهم با مقایسه برنامه‌های معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد در دو دولت دهم و یازدهم به خوبی قابل مقایسه است.

اگرچه محمدزاده (معاون مطبوعاتی دولت دهم) پس از کنار رفتن شاید به دلیل اشرافی که بر موضوع مطبوعات داشت، در ابتدا مشاور مطبوعاتی وزیر شد و سپس به ریاست مرکز روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منصوب شد، اما انتظامی معاون مطبوعاتی دولت یازدهم برنامه‌های وی را ادامه نداد، تعطیلی سرای روزنامه‌نگاران و تلاش برای تغییرات مثبت در خانه مطبوعات استان‌ها در کنار برنامه‌های دیگر برای شکل‌گیری انجمن‌های صنفی از مهمترین برنامه‌های انتظامی در این زمینه است که با برنامه‌های محمدزاده تفاوت عمده دارد.

اما در این دوره نیز همچنان نهادهای صنفی به توانمندی لازم نرسیده‌اند و امکان پاسخگویی به اعضای صنف و مخاطبان را ندارند. هنوز درباره خانه مطبوعات مسائلی چون تعطیلی آن و شکل‌گیری نهادی جدید مطرح است البته نام مهم نیست آنچه اهمیت دارد، توان نهاد صنفی است که بتواند به مخاطب‌بان و اعضای صنف پاسخگو باشد و انتظارات و مطالبات آنها را به موقع پاسخ دهد و فراتر از نهادهای مناسبی اقدام کرده و در کنار اعضای خود در هر شرایطی باشد.

اگر چنین نهاد قدرتمندی در ایران فعال شود، قطعاً بسیاری از مشکلات رسانه‌ها نیز با پیگیری‌های این نهاد برطرف خواهد شد، ضمن آنکه در مرحله اول فعالان رسانه‌ای که طیف گسترده‌ای را دربر می‌گیرند و تنها در عنوان خبرنگار خلاصه نمی‌شوند، نیز امید به نهادهی که بتواند از حقوق آنها دفاع کند را همواره خواهند داشت.

امید است در دولت یازدهم این اتفاق برای نهادهای صنفی مطبوعات با برنامه‌ریزی معاونت مطبوعاتی پاسخ دهد.



معاون مطبوعاتی با اشاره به نمایشگاه مطبوعات:

رسانه‌ها از این جشن خانوادگی استفاده کنند

۱۲ اصلی‌ترین هدف نمایشگاه این است که مطبوعات و رسانه‌ها بتوانند مخاطبان خودشان را از نزدیک ببینند و با آنها ارتباط برقرار کنند. وجه دیگر این نمایشگاه این است که رسانه‌ها ۳۵۸ روز زحمت می‌کشند و فعالیت نهادهای دیگر را منعکس می‌کنند، این نمایشگاه فرصت مناسبی است تا دیگران هم در این هفت روز از آنها قدردانی کنند.

معاون امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی بازدید سیاستمداران، چهره‌های هنری، فرهنگی، ورزشی و... از غرفه‌ی رسانه‌های حاضر در نمایشگاه مطبوعات را نوعی قدردانی از زحمات رسانه‌ها دانست.

به گزارش ایسنا، حسین انتظامی با اشاره به مخاطبان عام نمایشگاه مطبوعات گفت: مخاطبان عام در نمایشگاه می‌توانند نویسندگان مجلات، نشریات و رسانه‌های مورد علاقه خودشان را پیدا و از نزدیک با آنها ارتباط برقرار کنند؛ به‌ویژه که نمایشگاه مطبوعات امسال خانهمحور است و تأکید زیادی بر روی هسته خانواده دارد.

انتظامی در پاسخ به این سؤال که جذابیت‌های جشنواره‌ای و دانشگاهی در نمایشگاه مطبوعات امسال چقدر برای مخاطبان فراهم شده است، اظهار کرد: خود رسانه‌ها هر کدام با استفاده از خلاقیت‌های جالبی که طراحی کرده‌اند مخاطبان را جذب و به شیوه‌های مختلف نیز از آنها دعوت به حضور می‌کنند.

معاون امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره حذف جشنواره مطبوعات و خبر در بیست‌ویکمین نمایشگاه مطبوعات خاطرنشان کرد: این جشنواره جنبه‌های رقابتی بین روزنامه‌نگاران داشت

که عمده سردبیران روزنامه‌ها و رسانه‌ها نسبت به نحوه برگزاری آن انتقاداتی داشتند؛ این در حالی است که وظیفه اصلی رسانه‌ها مسئولیت اخلاقی و حرفه‌ای آنهاست که ما باید تلاش کنیم به سمتی پیش برویم که رسانه‌هایی را که به این موارد توجه می‌کنند، شناسایی کنیم.

او نفس برگزاری نمایشگاه مطبوعات را در ارتباط‌گیری با مخاطبان دانست و افزود: در نمایشگاه امسال تصمیم گرفتیم تا در گروه‌های مختلف با توجه به شاخص‌های از

آموزش حلقه مفقوده مطبوعات استان

مطبوعات از کمبود نیروی متخصص رنج می‌برند



یک رشته دانشگاهی است. حال چطور می‌شود در یک مدت کوتاه و با یک یا چند جلسه همه این مفاهیم را آموزش داد. اگرچه این دوره‌ها برای شروع خبرنگاری لازم است که مثلاً یک خبرنگار باید عناصر خبری ۶گانه را بشناسد و آنها را در کار خود رعایت کند.

وی می‌گوید: حتی همین عناصر ۶گانه نیز مطلب بسیار مهمی است و به کارگیری درست آنها مهارت و تجربه لازم را می‌طلبد. بنده خود بعد از ۴۰ سال کار خبری برخی مواقع راجع به رعایت درست عناصر خبری دچار شک و تردید می‌شوم. حال باید دید در خصوص سایر ظرایف حرفه روزنامه‌نگاری چقدر باید کار شود تا فرد یک نیروی حرفه‌ای و متخصص شود.

از وی می‌پرسم چرا حتی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رشته‌های مربوط به روزنامه‌نگاری نیز از مهارت لازم برخوردار نیستند؟ در جواب می‌گوید: یا از اساتید برجسته استفاده نمی‌شود و یا اینکه آموزش‌ها بیشتر به صورت نظری است و کمتر در عرصه عمل به دانشجویان آموزش داده می‌شود.

وی با اشاره به تجربه خود در خبرنگاری ایرنا می‌گوید: در آنجا دوره‌های سختی برای خبرنگاران می‌گذراند و تا حدودی نیروهای ورزیده را به کار می‌گیرند؛ چون یک نهاد رسمی است و می‌خواهند حرفه‌ای‌تر کار کنند.

مهدی ناصرنژاد می‌گوید: این مشکل در شهرستان‌های استان شدیدتر است و نیروهای جوان شاغل در شهرستان‌ها با مفاهیم ابتدایی روزنامه‌نگاری نیز مشکل دارند و البته آنها با ذهنیت پاک وارد عرصه خبرنگاری می‌شوند. باید

آنها را خوب جذب کنیم و خوب آموزش دهیم و تجارب لازم را به دست بیاورند. باید دوره‌های کارورزی داشته باشند و وارد کار میدانی شوند.

وی در پاسخ به این پرسش که چرا برخی‌ها به راحتی جذب حرفه روزنامه‌نگاری می‌شوند؟، می‌گوید: دلیل اول آن است که آنها به روزنامه‌نگاری به عنوان یک شغل ثابت و پردرآمد می‌نگرند ولی وقتی وارد می‌شوند می‌بینند یک سراب است.

دوم اینکه مطبوعات استان به علت مشکلات مالی سعی می‌کنند نیروهای تازه‌کار و جوانی نام و نشان را که نیروی کار ارزان محسوب می‌شوند، به کار گیرند. سوم جذابیت‌های این شغل است که جوان‌ها را به سمت خود می‌کشد ولی باید دانست که خمیرمایه اصلی حرفه روزنامه‌نگاری عشق و علاقه است و لذا می‌بینیم که در این عرصه افرادی هم که دارای شغل ثابت و پردرآمد در جاهای دیگر هستند با توجه به علاقه خود در این وادی قلم می‌زنند. البته به عنوان شغل دوم. پس توصیه من به جوان‌ها این است اولاً حتماً از روی عشق و علاقه بیایند و ثانیاً به این حرفه به عنوان یک شغل ثابت نگاه نکنند.

با توجه به مطالب فوق دست‌اندرکاران مطبوعات و مدیران مسئول روزنامه‌ها و تشکلهایی همچون خانه مطبوعات باید با استفاده از فرصت نمایشگاه مطبوعات به این مشکل اساسی بپردازند و با آسیب‌شناسی دقیق راهکارهایی را بر تربیت روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در کنار تأمین نیازهای مالی این نشر زحمتکش ارائه دهند و گرنه در روی همان پاشنه خواهد چرخید و تحوّل در این عرصه به وجود نخواهد آمد.

مهدی ناصرنژاد، پیشکسوت رسانه و کارشناس حرفه روزنامه‌نگاری که حدود ۴۰ سال است در این عرصه فعالیت می‌کند، در این زمینه می‌گوید: کمبود نیروهای حرفه‌ای در مطبوعات استان یک معضل همیشگی است. اگرچه دوره‌های مقطعی و زودگذر برای خبرنگاران دایر می‌شود ولی این دوره‌ها کافی نیست؛ چون حرفه روزنامه‌نگاری

حتی در دانشگاه علمی- کاربردی فرهنگ و هنر رشته‌هایی نظیر روابط عمومی و خبرنگاری در مقاطع کاردانی و کارشناسی دایر شده است ولی خروجی این رشته‌ها نیز چندان مهارتی در حرفه روزنامه‌نگاری و خبرنگاری ندارند و باید از تجارب کافی برخوردار شوند.

۱۲ قلم و نوشتن آنچنان اهمیتی دارد که خداوند در سوره قلم به آن قسم یاد می‌فرماید: «و قسم به قلم و آنچه می‌نویسند» و این شاید مهمترین دلیل بر اهمیت کار نویسندگی باشد و این موضوع مسئولیت خطیر نویسندگان را برای آنان بازگو می‌کند که باید حرمت قلم را پاس داشت.

محمدرضا کبیر در کتاب روزنامه‌نگاری برای جوانان، روزنامه‌نگاران را به ۳ دسته تقسیم می‌کند؛ ۱- روزنامه‌نگارانی که برای رسیدن به لذت‌های دنیوی می‌نویسند ۲- روزنامه‌نگارانی که برای رسیدن بر قدرت می‌نویسند ۳- روزنامه‌نگارانی که برای خدا می‌نویسند. بدیهی است فقط دسته سوم (روزنامه‌نگارانی که برای خدا می‌نویسند) می‌توانند حرمت و شأن قلم را حفظ نمایند.

در جامعه اسلامی ما روزنامه‌نگاران مسلمان و متعهد کار خود را به عنوان یک خدمت فرهنگی و اجتماعی و سیاسی می‌بینند به همین دلیل اکثریت روزنامه‌نگاران در کشور اسلامی از این ویژگی برخوردارند اینان پیش از آنکه برای به دست آوردن متاع دنیوی بنویسند برای خدا و خدمت به خلق خدا می‌نویسند. ولی شرایط در رسانه‌های تحت سیطره صهیونیسم بین‌الملل کاملاً متفاوت است و آنها بیشتر برای مطامع دنیوی خود تلاش می‌کنند.

آنچه که در کشور ما و در استان همدان به عنوان یک نقطه ضعف در بین مطبوعات و روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مشاهده می‌شود، ناشستن تجربه و تخصص لازم در زمینه نویسندگی و روزنامه‌نگاری است. نبود آموزش‌های رسمی طولانی‌مدت و مستمر و خروج برخی از نیروهای ورزیده از این بخش به علت مشکلات مالی همواره مطبوعات استان را با چالش کمبود نیروی متخصص مواجه ساخته است. در سال‌های اخیر خانه مطبوعات و اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی تلاش‌هایی را در جهت آموزش روزنامه‌نگاران و تشکیل دوره‌های کوتاه‌مدت با حضور اساتید مربوطه انجام داده‌اند ولی این تلاش‌ها لازم بوده ولی کافی نیست.



بدگمان و وسواس اما اصلاح گر و سازنده

✍️ علی نوریار

۱۲۱ روشن ترین و پاک ترین اندیشه‌ها و بهترین حرف‌ها اگر به بهترین روش منتقل نشود، بی‌تردید در جذب مخاطب با مشکل روبه‌رو گشته و در انتقال پیام عقیم خواهد ماند.

نویسندگان، مؤلفان و مترجمان زبردست و اندیشمند هم معمولاً برای انتقال موفق پیام خود به مخاطبان و جذب مخاطب بیشتر از ویراستاران کمک می‌گیرند و در واقع می‌توان گفت ویراستار نقش خطازدایی از اثر یک نویسنده را به عهده دارد.

یک اثر هرچند نفیس و قوی اگر به صورت غیرحرفه‌ای و ناقص و با اشکالات نوشتاری و ساختاری به مخاطب منتقل شود در اثرگذاری ناکام خواهد بود و در اینجا این ویراستار است که به کمک نویسنده آمده و اثر او را از هر خطای احتمالی پاک کرده و با ویرایش زیبا مطلب را مخاطب‌پسند می‌کند. امروز برخلاف گذشته‌ها نویسندگان و مؤلفان به نقش کارساز و بی‌بدیل ویراستاران حرفه‌ای و باتجربه به درستی پی برده‌اند و اکنون این نویسندگان هستند که برای اثرگذاری بالای آثارشان و انتقال درست و کامل پیام خود به مخاطبان در به در دنبال ویراستار می‌گردند.

ویراستار کارآمد کسی است که به ساختار زبان و ادبیات خود تسلط کافی دارد و لذا نقش تأثیرگذار او در سراسر متن و اثر به خوبی مشهود است و او دقیقاً در محتوا اثر می‌گذارد که البته این تأثیرگذاری قطعا با هماهنگی نویسنده و صاحب اثر است.

نقش ویراستار در تولید آثار پرمحتوا به حدی است که امروزه در کشورهای پیشرفته در حوزه ادبیات، هیچ اثری بدون ویراستار تولید و چاپ نمی‌شود؛ زیرا این ویراستار است که با جلوگیری از انتشار واژه غلط و نامأنوس، جمله‌های بلند و پیچیده و ارائه پیام‌های نامطلوب یک اثر را روان‌سازی و آماده انتشار می‌کند. واضح است که نویسندگان و قلم به‌دستان در خلق اثر خود همواره به اهداف و اثرگذاری بیشتر مطالب خود می‌اندیشند و غرق در افکار و اندیشه‌های خود هستند و در این میان به بحث ادبی مطلب و آیین نگارش توجه اندکی دارند و به همین دلیل برای اصلاح متون و جملاتی که با اشکالات نگارشی نوشته‌اند نقش ویراستار خودنمایی می‌کند.

از این رو نویسندگان و ناشران آگاه و عالم و با تجربه به نقش حیاتی ویراستار در زیباسازی اثرشان به خوبی آگاهند و به قول یکی از دوستان ناشر اگر نویسندگی و تألیف را به عمل جراحی و نویسنده را هم به پزشک جراح تشبیه کنیم، در حین عمل جراحی ویراستار نقش متخصص بیهوشی را بازی می‌کند و بدون او قطعا عمل جراحی امکان‌پذیر نخواهد بود.

در اینجااست که نقش ویراستار در قوام ادبیات و فرهنگ روشن می‌شود که البته منظور ویراستاران حرفه‌ای و کارآزموده‌ای که بی‌تردید تعدادشان در کشور اندک و در همدان انگشت‌شمار است و اکنون گروهی از ویراستاران تنها نقش غلطگیری ساده را در آثار ایفا می‌کنند.

البته در این میان نقش ویراستاران در مطبوعات و روزنامه‌ها به مراتب از اهمیت بالایی برخوردار است و ویراستاران در این حوزه نقش تعریف شده و ثابت‌تری دارند و اصولاً بدون نقشی آفرینی آنها هیچ روزنامه‌ای به چاپخانه‌ها راه نمی‌یابد و منتشر نمی‌شود.

انتشار مطالب جذاب و خواندنی، انتقال شفاف اخبار و گزارش‌های خبری به مخاطب و انتشار مطالب پرمحتوا و عاری از غلط‌های املایی و نگارشی و دستوری از جمله وظایف سنگینی است که ویراستاران در مطبوعات بر دوش دارند. بی‌دلیل نیست که در تحریریه روزنامه‌ها و ویراستاران به داشتن وسواس ذهن بدگمان شهرت دارند چون با همین ویژگی‌هاست که یک ویراستار هیچگاه در ادیت مطالب فردی سهل‌انگار و حرف گوش‌کن نیست و همین بدگمانی او سبب می‌شود که مطالب به اصطلاح بودار را برای انتشار هرگز تأیید نکند.

از این بحث که بگذریم با نگاهی اجمالی به محتوای کتاب‌ها، جزوه‌ها و نشریاتی که در همدان منتشر می‌شود به این نتیجه می‌رسیم که در فرهنگ مکتوب این دیار که نام شهر فرهنگی و تاریخی را یدک می‌کشد جای ویراستاران کارآمد و توانا خالی است.

در شهری که حتی یک تشکل رسمی و غیررسمی و یا کانونی برای نویسندگان و مؤلفان ندارد شاید حرف زدن درباره نقش ویراستار در آثار ادبی استان بی‌معنی باشد.

چاپ و نشر یک اثر ادبی نفیس در این استان که دارای پیشینه ادبی و فرهنگی غنی است بدون توجه جدی به امر ویراستاری امری غیرممکن به نظر می‌رسد و به همین دلیل برای رشد و اعتلای فرهنگ و ادب استان تربیت ویراستاران کارآمد و مسلط به ادبیات و ویراستاری ضرورتی انکارناپذیر است. تربیت ویراستاران توانمند یکی از وظایف سنگین مطبوعات استان است که این اقدام بدون همکاری نزدیک دستگاه‌های فرهنگی استان و مراکز آموزش عالی امکان‌پذیر نخواهد بود.

مجبوریت گزارش نویسی در شهرستان‌ها

گنج‌ها در خرابه‌ها هستند

✍️ سعید زارع صفا

۱۲۱ روزنامه‌نگاری در ایران به تبعیت از تحولات جهانی دستخوش تغییراتی نزولی شده است. تغییراتی که ناشی از گسترش ابزارهای اطلاع‌رسانی لحظه‌ای و دسترسی آسان به منابع خبری است. در این وادی رسانه‌های مکتوب از قافله عقب مانده‌اند و این کندی موجب نگرانی و اث‌گذاری بیشتر مطالب خود می‌اندیشند و غرق در افکار و اندیشه‌های خود آینده‌ای که ممکن است در آن اثری از نشریات کاغذی دیده نشود. اما اوضاع آنچنان هم ناامیدکننده نیست.

راهکار کارکشتگان علم و فن روزنامه‌نگاری به خوبی آگاهند و به قول یکی از دوستان ناشر اگر نویسندگی برجسته در روزنامه‌نگاری به مانند کشف ارتباطات مباحث و حقایق ماجرا، مستندنگاری و بالا بردن حس اطمینان از درستی خبر و راهبری جامعه در پیشبرد اهداف منطوق رسانه‌ای با جریان‌سازی خبری و پرونده شدن مسائل و دغدغه‌هاست. این تفاوت روزنامه‌نگاران با دیگر رسانه‌ای‌ها و هویت بخشی آنهاست. تقویت این مفاهیم اصالت برجسته نشریات مکتوب را در طول تاریخ به رخ می‌کشد که قدیمی‌ترین ابزار ارتباطی بشریت بوده و ماندگارترین اثر را داشته‌اند.

در این میان اما نشریات و رسانه‌های مکتوب در سطح ملی خود دچار گرداب تکرار و استفاده بسته‌ای از اخبار خبرگزاری‌ها یا منابع اینترنتی شده‌اند که این در باقی گزاره‌های روزنامه‌نگاری هم سرایت داشته است.

فی‌المثل در گزارش‌نویسی این نقص بیشتر خودنمایی می‌کند. گزارشاتی که اغلب در یکی از مراحل تکامل گزارش‌نویسی ناقص مانده‌اند اما با این



• پنجشنبه ۲۱ آبان‌ماه ۱۳۹۴

• پنجشنبه ۲۱ آبان‌ماه ۱۳۹۴

✍️ مهدی غلامی

۱۲۱ افزایش نظارت عمومی در نحوه عملکرد سازمان‌ها و نهادهای دولتی یکی از راه‌های افزایش اعتماد مردم و حسن انجام کار است. در عین حال که باید نظارت و رعایت تمام فرآیندهای کنترل بدون اغماض در داخل ادارات وجود داشته باشد، احساس نگاه مردمی نیز باید باشد، چون آنچه که باعث پایداری ملی می‌شود؛ نظارت عمومی است. این موضوعی است که باید در زندگی روزمره مردم جریان داشته باشد؛ چراکه برای برخورداری از سیستمی پاک و پایدار راهکاری کارآمدتر از افزایش نظارت عمومی وجود ندارد. در واقع بعد از حضور در کنار صندوق‌های رای با رصدکردن مدیران بنوعی موتور محرک سیستم کشور محسوب می‌شوند.

رسانه‌ها در این خصوص واسط بین مردم و دولت هستند. یعنی حکم همان اتاقک شیشه‌ای را دارند که مردم به واسطه دریافت اطلاعات از آنها بر امور مدیریتی نظارت می‌کنند. وجود قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات در راستای همین اقدام در کتاب قانون نگارش شده است.

ارائه اطلاعات از سوی مدیران و در دسترس قرار گرفتن اخباری که طبق قانون می‌بایست در اختیار رسانه‌ها قرار گیرد در واقع پذیرفتن نظارت عمومی است. اما متأسفانه این قانون در دولت‌ها همواره به‌گونه‌ای دنبال شده است که گویی تنها حاکم یک‌تنه جور باقی رسانه‌ها را در تولید کرده است و اینگونه است که در مثال ما یعنی گزارش‌نویسی که پیشنهاد ویژه سرآشپز باید باشد به غذای آماده‌ی بدل برگرفته از مواد غذایی نیمه آماده بدل شده که دقایقی حس سیری می‌بخشد و پس از آن نیز به سرعت محو می‌شود. در چنین اوضاعی روزنامه‌نگاران در گزارش‌نویسی که یکی از پرزحمت‌ترین بخش‌های کاری در

روزنامه‌نگاری است وابسته به اینترنتی شده‌اند که قرار بود وسیله رسیدن به هدف باشد نه خود هدف. البته هستند معدود نشریاتی در بین هفته‌نامه‌ها و ماهنامه‌ها گزارشاتی سسرونده با هدف‌گیری مشخص و نظمی

و ارقام با ابهام روبه‌روست که دست آخر هم مخاطب را از تغذیه یک گزارش مطلوب و مقسوی محروم می‌کند.

اگر در تهران مدعیان و متخصصان رشته روزنامه‌نگاری به ورطه تنبلی و تغذیه از غذاهای آماده درافتاده‌اند در شهرستان‌ها این معضل با کمبود منابع، تنگ‌نظری در دسترسی به اطلاعات و مهتر و مکتد از اینها کمبود تخصص و دانش روزنامه‌نگاری روبه‌روست که ضرب در پشت میزنشینی روزنامه‌نگاران باید کرد. البته نباید اینها را توجیهی برای تنزل جایگاه گزارش‌نویسی در شهرستان‌ها دانست؛

چراکه مناطق دور از توجه و بکر ذهن خلاق و حقیقت جوی یک روزنامه‌نگار را به خوبی برای یافتن سوژه افناع می‌کند و او را بهتر از پایتخت‌نشینان بالا می‌کشد. از این رو یک مثل قدیمی

می‌گوید که "اگر به دنبال گنج می‌گردی باید به خرابه‌ها سر بزنی". باید به خرابه‌ها سر برد.



انتشار سلیقه‌ای اطلاعات

بیشتری را صبر و این شرایط را تحمل کنند تا قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات در استان اجرایی بشود.

گرچه رسانه‌های اندکی هم هستند که در ایجاد چنین وضعیتی مقصرد؛ چراکه لازم نیست عکس مسئولی را که خرج کسب سمتمش بیشتر از هزینه یکسال یک نهاد آستانی است، باکیفیت فول اچ دی، قلم به‌دست و با پیش زمینه کتابخانه تیرتر بسک کرد. لذا بسا توجه به اینکه زبان این دست عکس‌ها و متن‌ها نه‌تنها زمان اجرایی شدن قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات را با تأخیر مواجه می‌کند، بلکه دود این ضرر مستقیم به چشم مردم خواهد رفت.

حرفه‌ای را رعایت کنند!

در خصوص مدیران اغلب ادارات استان نیز وضع نه به این شکل، ولی در حال رخ داد است. انتشار اطلاعات یا حول تعریف و تمجید از مدیر و سازمان و اداره خود می‌چرخد یا حول کتمان اطلاعاتی که رسانه‌ای شدنش نه به زبان استان که ضرر منفعتی و شخصی دارد.

حضور ۲ ساله استاندارد در همدان تأثیری بر این روند داشته است؛ اما در مواقعی به دلایل سیاسی و یا مصلحتی این امر یا با کندی یا به فراموشی سپرده می‌شود. لذا وقتی وی هم، انتقاد رسانه‌های نوشتاری را در طول نقدهای غیرمنصفانه بداند، رسانه‌ها (البته که منظور رسانه‌های نوشتاری است) باید مدت

طبق آمارها از درجه بالای فسادپذیری در سطح دستگاه‌های اداری کشور برخوردار است، بیشتر از سایر ارگان‌ها احتیاج به نظارت دارد. لیکن در همدان نه‌تنها به قانون انتشار اطلاعات مبادرت نمی‌کرد که مطبوعات را در مظان اتهام نیز قرار می‌داد. این روند به‌گونه‌ای دنبال شد که بعد از حضور نیکیت در همدان دستوری مبنی بر باز پس‌گیری شکایات این نهاد صادر شد. شکایات باز پس گرفته شد، مدیریت شهرداری با نظارت تیزبینانه شورای شهر!ا تغییر کرد؛ لیکن امروز چه در شورا و چه در شهرداری بازهم انتشار اطلاعات تنها حول تعریف و تمجید از رؤسا و کارمندان می‌چرخد و در آخر هم اینگونه گوشزد می‌کنند که نشریات دقت و اخلاق

مدیرعامل و رئیس هیأت مدیره تعاونی مطبوعات کشور خبر داد:

به روزنامه‌خوانها یارانه تعلق می‌گیرد



متوقف می‌شود و به گفته رئیس‌جمهور دولت یازدهم یارانه به امر توزیع و چاپ نشریات تعلق خواهد گرفت لذا بهتر است یارانه‌های فعلی در راستای گسترش فرهنگ روزنامه‌خوانی صرف شود تا نتایج آن در درازمدت مطلوب باشد.

وی برنامه‌های دولت یازدهم در خصوص مطبوعات

را زیربنایی عنوان کرد و گفت: بیمه کارکنان نشریات و طرح اشتراک از طرح‌های موفق دولت فعلی است.

خواهند کرد و این کار را ادامه می‌دهند.

رئیس هیأت مدیره تعاونی مطبوعات کشور در خصوص نحوه اجرای طرح در استان‌ها خاطرنشان کرد: در همه استان‌ها یک نفر اپراتو برای اجرای این طرح شناسایی شده است و بزودی مقدمات اجرایی آن آغاز می‌شود.

وی با بیان اینکه این طرح از ابتدای سال جاری به صورت آزمایشی در تهران انجام شده است بیان کرد: ما می‌دانیم که پرداخت یارانه نشریات در دراز مدت

علی‌اکبر بهبهانی افزود: مدیران مسئول و صاحبان نشریات از این تصمیم راضی هستند و معتقدند استقبال خوانندگان بیشتر از یارانه نقدی در تقویت بنیه مطبوعات مؤثر خواهد بود.

وی در خصوص کم و کیف طرح اعطای یارانه به خوانندگان نشریات بیان کرد: به مدت یکسال و نیم ۵ نشریه شامل ۲ روزنامه و ۳ مجله به انتخاب مخاطب و یک روزنامه به انتخاب تعاونی مطبوعات به صورت رایگان در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد.

به گفته وی واحدهای صنفی، بانک‌ها، شرکت‌ها و... یکی از اهداف این طرح هستند که هر روز قبل از ساعت ۱۰ صبح نشریات خود را از طریق سیستم توزیع تعاونی مطبوعات به صورت نیمه‌پا دریافت می‌کنند.

وی اضافه کرد: بناسست در هر استان هزار و ۵۰۰ نفر برای دریافت هر روزنامه انتخاب شوند و از این طریق اقبال مردم برای ارسال آگهی به مطبوعات نیز افزایش می‌یابد و همین امر سبب تقویت مطبوعات خواهد شد.

بهبهانی ادامه داد: معتقدم ۲۰ درصد از افرادی که به مدت یکسال‌ونیم به طور مستمر در معرض خوانش نشریات قرار گیرند، به خواندن مطبوعات علاقه پیدا

کهنه مجید فروتن

اَپِلِ مطبوعات به عنوان یک رسانه جمعی، هر چند در نوع و ظاهر، با دیگر رسانه‌ها متمایز می‌گردد اما کارکرد آن همان کارکرد رسانه‌های جمعی است. کارکردهای اطلاع‌رسانی، تغییر افکار و نگرش‌ها، آموزش، ارتقای سطح فرهنگی، آگاه نمودن، تنظیم و تصحیح رفتار و روابط جمعی، سرگرمی و تفریح و ایجاد همبستگی اجتماعی از کارکردهای اصلی و فرعی مطبوعات در عهد حاضر می‌باشد که این رسانه را به بخشی از فرهنگ تسوده تبدیل نموده و خواندن آن به نوعی به پیش نیازی برای آگاه نمودن از اوضاع بدل شده و مدلی که آنها در درون خود ارائه می‌دهند، فهم اطلاعاتی است تا بداییم در جهان پیرامونی چه روی می‌دهد. (دانیس مارسل، ۱۳۸۷: ۱۲۷) همچنین از دیگر کارکردها و رفتارهای مطبوعات

می‌باشد. این یک اصل مهم در رسانه است و باید دانست که یکی از وظایف مهم رسانه، نشان دادن واقعیت بر اساس منافع خود رسانه است. (نشریه رسانه، ش ۹۷، س ۹۳، ص ۱۲۳) در وسعت و انتظار کمتری این رسالت و کارکردهای مطبوعات، همان، رسالت امروزی نشریات محلی را تشکیل می‌دهد که فقط در قلمرو جغرافیایی محدود و انعکاس بیشتر اخبار و حوادث یک منطقه با

مطبوعات سراسری متمایز می‌شوند که به طور منظم و مداوم پیام‌های خود را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند و نه تنها پیشینه اطلاعاتی گسترده‌ای به اخبار محلی و منطقه‌ای می‌دهند بلکه تلاش می‌کنند تا حدودی جای خالی دیگر ابزارهای فرهنگی چون فیلم و کتاب و… را در این مناطق بگیرند و تأثیر فرهنگی اجتماعی خود را بجا بگذارند. (همان، ۱۳۳)
مداومت انتشار و پخش اطلاعات از جمله ویژگی‌های دیگر مطبوعات است که سبب می‌شود

نیازها و علایق مخاطبان به اطلاعات را در هر زمان که آنها مایل باشند و شرایط زندگی اجازه بدهد، برآورده سازند و به‌ویژه در کارکرد اطلاع‌رسانی آخرین اخبار و اطلاعات را به مخاطبان ارائه دهند. فقدان مداومت و نامنظمی در انتشار پیام نزد ارتباطات سنتی، سبب می‌شود که برخی کارکردهای ارتباطی مانند کارکرد اطلاع‌رسانی آنها از ویژگی‌های مطلوب مورد انتظار مخاطبان برخوردار نباشند و برخی علایق و نیازهای آنان را به خوبی پاسخ ندهند.

(کلثانی، ۱۹۰: ۱۱۱)

در اهمیت نشریات ادواری و گذشته همین بس که این گروه و دسته به عنوان یک سند و مدرک معتبر، حاوی اطلاعات ارزشمندی از کنش‌ها و بافت‌های اجتماعی و

فرهنگی گذشته جامعه می‌باشند که علاوه بر دسترسی به گذشته؛ ماهیت و ظاهر خود آنها نیز از جمله منابع مهم هر تحقیق به شمار می‌آیند تا در صورتی که منابع و تحقیقات در باب ایسن کنش‌ها و بافت‌ها را را کمک نکردند و حاوی اطلاعات نبودند، اینگونه منابع و داده‌ها به عنوان مهمترین منابع ما را با شناسه و هویت گذشته خودمان آشنا می‌سازد و تاریخ‌سمبل و ابزارهای فرهنگی منجمله مطبوعات را بازگو می‌کند تا ما با این گردآوری اطلاعات گذشته را به دوران معاصر و آینده پیوند بزنیم و از گذشته و اقدامات فرهنگی نیاکمانان اطلاعات به دست آوریم. در این نوشتار با توجه به نقش و کارکرد مطبوعات محلی، ویژگی و شرایط نشریات استان در ۳ دوره تاریخی قاجاریه، پهلوی و انقلاب اسلامی از لحاظ محتوایی بررسی می‌شود تا با استناد به این داده‌های تاریخی برای مطبوعات امروز استان برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری صورت گیرد.

➤ **ویژگی محتوایی نشریات عصر قاجاریه**

نشریات همدان در دوره قاجار از جمله منابع و رسانه‌های روایی است که صرفاً حاوی اخبار و مطالب خبری و ذکر رویدادها و حوادث است. تحلیل و نقد شرایط و حوادث به ندرت در آنها دیده می‌شود. در کارکرد مختلف مطبوعات همدان و کشور بود و کارکردهای دیگر مطبوعات همچون

آموزش، سرگرمی و ارتقای فرهنگ عمومی چندان مورد توجه مدیران جراید نبود و تنوع کارکردی جراید در این دوره محدود بود. هر چند جنب‌وجوش مطبوعاتی در این دوره کم بود و تأثیر مطبوعات در در ارتقای فرهنگی منطقه قابل ارزیابی نبود اما همین شکل‌گیری و تولید نشریه در همدان باعث آشنایی مردم با این رسانه به عنوان یکی از ابزارهای مهم خبردهی اخبار و حوادث گردید و به تدریج شرایط اجتماعی و فکری جامعه با آن ارتباط برقرار کرد.

در دوره قاجار از انقلاب مشروطه (۱۲۲۴هـ) تا کودتای رضاخان در تاریخ ۱۲۹۹ ش/ ۱۳۲۹ هـ ق در همدان ۱۷ نشریه منتشر شد که از این تعداد ۱۵ نشریه در شهر همدان، یک نشریه به نام عهد انقلاب در تهران و یک نشریه به نام سهیل در شهر ملایر منتشر می‌شد. از نظر



تعداد نشریه در یک مقایسه اجمالی با دیگر ولایات کشور، همدان در این دوره بعد از شهرهای تهران، تبریز، رشت، شیراز، اصفهان و مشهد در مقام هفتم قرار داشت و در مقایسه با ولایات مجاور چون اراک، سنندج، کرمانشاه و خرم‌آباد بیشترین تعداد نشریات را دارا بود.

در سال ۱۲۲۴ هـ ق به عنوان سال مطلع تاریخ انتشار نشریه در همدان، یک نشریه به نام عدل مظفری منتشر گردید. در سال ۱۲۲۵ هـ ق پس از انقلاب مشروطه و اعطای آزادی قلم و بیان و موافقت ضمنی محمدعلی شاه با مشروطه‌خواهان، تعداد نشریات افزایش یافت و عدد آنها در همدان به یکباره سیر صعودی پیمود و در این سال ۴ نشریه به نام‌های اکباتان معروف به اکباتان اول، الفت،

نیازها و علایق مخاطبان به اطلاعات را در هر زمان که آنها مایل باشند و شرایط زندگی اجازه بدهد، برآورده سازند و به‌ویژه در کارکرد اطلاع‌رسانی آخرین اخبار و اطلاعات را به مخاطبان ارائه دهند. فقدان مداومت و نامنظمی در انتشار پیام نزد ارتباطات سنتی، سبب می‌شود که برخی کارکردهای ارتباطی مانند کارکرد اطلاع‌رسانی آنها از ویژگی‌های مطلوب مورد انتظار مخاطبان برخوردار نباشند و برخی علایق و نیازهای آنان را به خوبی پاسخ ندهند.

نیازها و علایق مخاطبان به اطلاعات را در هر زمان که آنها مایل باشند و شرایط زندگی اجازه بدهد، برآورده سازند و به‌ویژه در کارکرد اطلاع‌رسانی آخرین اخبار و اطلاعات را به مخاطبان ارائه دهند. فقدان مداومت و نامنظمی در انتشار پیام نزد ارتباطات سنتی، سبب می‌شود که برخی کارکردهای ارتباطی مانند کارکرد اطلاع‌رسانی آنها از ویژگی‌های مطلوب مورد انتظار مخاطبان برخوردار نباشند و برخی علایق و نیازهای آنان را به خوبی پاسخ ندهند.

نیازها و علایق مخاطبان به اطلاعات را در هر زمان که آنها مایل باشند و شرایط زندگی اجازه بدهد، برآورده سازند و به‌ویژه در کارکرد اطلاع‌رسانی آخرین اخبار و اطلاعات را به مخاطبان ارائه دهند. فقدان مداومت و نامنظمی در انتشار پیام نزد ارتباطات سنتی، سبب می‌شود که برخی کارکردهای ارتباطی مانند کارکرد اطلاع‌رسانی آنها از ویژگی‌های مطلوب مورد انتظار مخاطبان برخوردار نباشند و برخی علایق و نیازهای آنان را به خوبی پاسخ ندهند.

▪ پنجشنبه • ۲۱ آبان‌ماه ۱۳۹۴

بررسی محتوای نشریات همدان در ۳دوره قاجار، پهلوی و انقلاب اسلامی

۲۰ شهر ایران، صاحب نشریه بودند. تهران صدر و تبریز نیابت صدرنشین را دارد بود. عدد نشریه‌های تهران و تبریز ۳ رقمی بود. رشت در جای سوم، اصفهان، شیراز و مشهد رده‌های چهارم تا ششم، کرمان و همدان، ارومیه، کرمانشاه و قزوین در رده‌های هفتم تا یازدهم قرار داشتند و عددشان ۲ رقمی بود. (همان، ۹۰)
در گونه نشریات عمومی و تخصصی، کلیه ۱۷ نشریه منتشره در این دوره شامل نشریات عمومی بودند و حاوی اخبار و حوادث داخلی و خارجه بودند. برخی از این نشریات فقط اخبار و مطالب مرتبط با همدان را در نشریه خود درج می‌کردند. اما اغلب در کنار اخبار حوادث کشور به درج اخبار و حوادث همدان نیز می‌پرداختند. از دیگر ویژگی‌های نشریات این دوره می‌توان به نقل و ذکر صرف حوادث و اخبار و عدم توجه به تحلیل و بررسی حوادث،

بیشتر آگهی‌ها در صفحه آخر درج می‌نمودند.

➤ **ویژگی محتوایی نشریات عصر پهلوی**

در دوران پهلوی وضعیت و احوال مطبوعات محلی همدان، همانند مطبوعات سراسری با شرایط و وضعیت کلی مملکت و انعکاس آن ارتباط مستقیمی داشت. در ابتدا دیکتاتوری و پیامدهای آن مثل سرکوب، اختناق و سانسور بر چهره مطبوعات همدان سایه افکند اما به تدریج با تغییر وضعیت سیاسی و به وجود آمدن فضای باز سیاسی و آزادی موقت قلم و اندیشه، نشریات محلی همدان از لحاظ کمی و کیفی رو به توسعه و گسترش، نهاد. از ویژگی‌های نشریات این دوره می‌توان به رشد سیاسی و اجتماعی نشریات محلی اشاره کرد. در این دوره اغلب نشریات همدان برخلاف نشریات عهد قاجار گرایش شدیدی به سیاست و اخبار و حوادث دولت و ملت پیدا کرد و مباحث سیاسی و اجتماعی بیشتری حجت صفحات نشریه را به خود اختصاص داد و از سوی دیگر استفاده از کاغذ نامرغوب و کیفیت نامناسب چاپ و صفحه‌بندی، انتشار نشریات در اندازهای غیرمرسوم و همچنین تعلق به تشکل‌های صنفی و طبقات اجتماعی و اقتصادی اشاره نمود. در این دوره هر چند اولویت نشریات کشور خبر و خبر دهی بود اما در همدان بیشتر در کنار این اولویت اخبار صنفی و سیاست‌ها و شرایط طبقاتی و منافع اجتماعی و اقتصادی اولویت‌های آنها را تشکیل می‌داد. از آنجا که مجلس فواید عمومی همدان اصفانی بود، یعنی نمایندگان آن اصناف شهر بودند، روزنامه عدل مظفری که سخنگوی آن بود بیاتگر مقاصد و مصالح اصناف بشمار می‌آمد. همچنین روزنامه اکباتان که دنباله روی همان روزنامه بود کما بیش این رسالت سخنگویی اصفانی بودن را حفظ کرده بود. اما روزنامه همه دان و اصنافی که مدیران آن، تاجر بودند آشکارا از مقاصد و مصالح آن طبقه سخن می‌گفتند. روزنامه الفت ارگان انجمن روشنفکران همدان و روزنامه اتحاد چنانچه به دنبال پایگاه طبقاتی آنها باشیم، صرفنظر از برخی عقاید مساوات‌طلبانه، رویهم رفته نظر به جواب ضد فئودالی، ضد استبدادی، معارف‌خواهانه، تجددطلبانه و اتحادجویانه داشته و کما بیش در کنار نیروهای اجتماعی، تاریخی بالنده آن زمان یعنی سوداگران قرار می‌گرفت. (اذکابی پرویز، تاریخ معاصر همدان، دست‌نویس، ۱۲۶)

همچون نشریات کشوری، نشریات اولیه همدان در عصر قاجار وابسته به انجمن‌ها و مجالس محلی و ولایتی و صنفی بودند و به تدریج روزنامه‌های مستقل در همدان شکل گرفت. از مجموع ۱۷ نشریه عهد قاجاریه، تعداد ۷ نشریه وابسته به ارگان و انجمن‌های فرهنگی، ادبی و سیاسی بود و از آنها آراء و اندیشه‌های حزبی و اخبار ارگان مربوطه درج می‌گردید و تعداد ۱۰ نشریه هیچگونه وابستگی خاصی به گروه یا طبقه‌ای نداشتند و به طور مستقل فعالیت می‌کردند. نیز در این دوره تمامی دست‌اندرکاران مطبوعات همدان شامل صاحب امتیاز و

انتقادی نشریات که از شهریور ۱۲۲۰ شکل گرفته بود چندان دوامی نیافت و سیر فقه‌رایی در نشریات و ساختار مطبوعاتی همدان به وجود آمد. اکثر تیتراهای اصلی نشریات این دوره مسائل سیاسی و اجتماعی کشور بود که گاهی تند و انتقادی می‌گردید.

در فاصله زمانی ۱۳۰۰ تا ۱۳۵۷ش از لحاظ سالیانمری، در سال ۱۲۰۰ یک نشریه، سال ۱۲۰۱ یک نشریه، سال ۱۲۰۴ یک نشریه، سال ۱۲۰۷ یک نشریه، سال ۱۲۰۹ ۴ صفحه چاپ و منتشر می‌شد. نشریات همدان در دوره قاجار سهم و درآمدی چندان از چاپ آگهی نداشتند و شیوه فرهنگ جاریه استفاده از تقاضا و تبلیغ از نشریه در قالب آگهی تبلیغی و اطلاع‌رسانی مرسوم نبوده و بیشتر حجم آگهی‌های مندرج در نشریه‌های دوره قاجار همدان، بیشتر محتوای فرهنگی و اطلاع‌رسانی در موضوعات عناصر آموزشی چون قرائت خانه، مدارس و تدریس و فعالیت‌های فرهنگی در حوزه نمایش و کتاب و آگهی‌های دولتی در اعلان احکام و نامه‌های دولتی و رسمی بود. برخی از نشریات قیمت درج آگهی در صفحه اول نشریه حک شده بود. نشریات این دوره همدان صفحه خاصی را به درج آگهی اختصاص نمی‌دادند و درج آگهی‌ها به صورت منظم نبود و به صورت پراکنده در صفحات درج می‌شد و گاهی نیز به مانند نشریات کشوری دوره قاجار، بیشتر آگهی‌ها در صفحه آخر درج می‌نمودند.

در دوران پهلوی وضعیت و احوال مطبوعات محلی همدان، همانند مطبوعات سراسری با شرایط و وضعیت کلی مملکت و انعکاس آن ارتباط مستقیمی داشت. در ابتدا دیکتاتوری و پیامدهای آن مثل سرکوب، اختناق و سانسور بر چهره مطبوعات همدان سایه افکند اما به تدریج با تغییر وضعیت سیاسی و به وجود آمدن فضای باز سیاسی و آزادی موقت قلم و اندیشه، نشریات محلی همدان از لحاظ کمی و کیفی رو به توسعه و گسترش، نهاد. از ویژگی‌های نشریات این دوره می‌توان به رشد سیاسی و اجتماعی نشریات محلی اشاره کرد. در این دوره اغلب نشریات همدان برخلاف نشریات عهد قاجار

گرایش شدیدی به سیاست و اخبار و حوادث دولت و ملت پیدا کرد و مباحث سیاسی و اجتماعی بیشتری حجت صفحات نشریه را به خود اختصاص داد و از سوی دیگر استفاده از کاغذ نامرغوب و کیفیت نامناسب چاپ و صفحه‌بندی، انتشار نشریات در اندازهای غیرمرسوم و همچنین تعلق به تشکل‌های صنفی و طبقات اجتماعی و اقتصادی اشاره نمود. در این دوره هر چند اولویت نشریات کشور خبر و خبر دهی بود اما در همدان بیشتر در کنار این اولویت اخبار صنفی و سیاست‌ها و شرایط طبقاتی و منافع اجتماعی و اقتصادی اولویت‌های آنها را تشکیل می‌داد. از آنجا که مجلس فواید عمومی همدان اصفانی بود، یعنی نمایندگان آن اصناف شهر بودند، روزنامه عدل مظفری که سخنگوی آن بود بیاتگر مقاصد و مصالح اصناف بشمار می‌آمد. همچنین روزنامه اکباتان که دنباله روی همان روزنامه بود کما بیش این رسالت سخنگویی اصفانی بودن را حفظ کرده بود. اما روزنامه همه دان و اصنافی که مدیران آن، تاجر بودند آشکارا از مقاصد و مصالح آن طبقه سخن می‌گفتند. روزنامه الفت ارگان انجمن روشنفکران همدان و روزنامه اتحاد چنانچه به دنبال پایگاه طبقاتی آنها باشیم، صرفنظر از برخی عقاید مساوات‌طلبانه، رویهم رفته نظر به جواب ضد فئودالی، ضد استبدادی، معارف‌خواهانه، تجددطلبانه و اتحادجویانه داشته و کما بیش در کنار نیروهای اجتماعی، تاریخی بالنده آن زمان یعنی سوداگران قرار می‌گرفت. (اذکابی پرویز، تاریخ معاصر همدان، دست‌نویس، ۱۲۶)

همچون نشریات کشوری، نشریات اولیه همدان در عصر قاجار وابسته به انجمن‌ها و مجالس محلی و ولایتی و صنفی بودند و به تدریج روزنامه‌های مستقل در همدان شکل گرفت. از مجموع ۱۷ نشریه عهد قاجاریه، تعداد ۷ نشریه وابسته به ارگان و انجمن‌های فرهنگی، ادبی و سیاسی بود و از آنها آراء و اندیشه‌های حزبی و اخبار ارگان مربوطه درج می‌گردید و تعداد ۱۰ نشریه هیچگونه وابستگی خاصی به گروه یا طبقه‌ای نداشتند و به طور مستقل فعالیت می‌کردند. نیز در این دوره تمامی دست‌اندرکاران مطبوعات همدان شامل صاحب امتیاز و

انتقادی نشریات که از شهریور ۱۲۲۰ شکل گرفته بود چندان دوامی نیافت و سیر فقه‌رایی در نشریات و ساختار مطبوعاتی همدان به وجود آمد. اکثر تیتراهای اصلی نشریات این دوره مسائل سیاسی و اجتماعی کشور بود که گاهی تند و انتقادی می‌گردید.

در سال ۱۲۰۰ یک نشریه، سال ۱۲۰۱ یک نشریه، سال ۱۲۰۴ یک نشریه، سال ۱۲۰۷ یک نشریه، سال ۱۲۰۹ ۴ صفحه چاپ و منتشر می‌شد. نشریات همدان در دوره قاجار سهم و درآمدی چندان از چاپ آگهی نداشتند و شیوه فرهنگ جاریه استفاده از تقاضا و تبلیغ از نشریه در قالب آگهی تبلیغی و اطلاع‌رسانی مرسوم نبوده و بیشتر حجم آگهی‌های مندرج در نشریه‌های دوره قاجار همدان، بیشتر محتوای فرهنگی و اطلاع‌رسانی در موضوعات عناصر آموزشی چون قرائت خانه، مدارس و تدریس و فعالیت‌های فرهنگی در حوزه نمایش و کتاب و آگهی‌های دولتی و رسمی بود. برخی از نشریات قیمت درج آگهی در صفحه اول نشریه حک شده بود. نشریات این دوره همدان صفحه خاصی را به درج آگهی اختصاص نمی‌دادند و درج آگهی‌ها به صورت منظم نبود و به صورت پراکنده در صفحات درج می‌شد و گاهی نیز به مانند نشریات کشوری دوره قاجار، بیشتر آگهی‌ها در صفحه آخر درج می‌نمودند.

مجوز، شماره‌ای از آنها منتشر نشده و ترتیب انتشار آنها معلوم نیست.

از نشریات این دوره ۸ نشریه در ابعاد و قطع مجله‌ای و ۲۴ نشریه در ابعاد و قطع روزنامه‌ای منتشر می‌شده است. همچنین در این دوره تعداد ۲۸ نشریه به صورت تخصصی در زمینه‌های فرهنگی و آموزشی و ۲۸ نشریه با زمینه و رویکرد عمومی فعالیت می‌کردند. از مجموعه ۵۲ نشریه عهد پهلوی که در سطح استان همدان منتشر و یا مجوز انتشار گرفته‌اند. تعداد ۴۵ نشریه در همدان و یا مربوط به همدان، ۵ نشریه در ملایر، یک نشریه در نهاوند، یک نشریه در تویسرکان منتشر و یا مجوز انتشار دریافت داشته‌اند.

نشریات محلی عصر پهلوی برخلاف نشریات عصر قاجار که به محافل ادبی و فرهنگی و صنوف وابسته بودند، بیشتر به ارگان‌ها، احزاب و گروه‌های سیاسی چون حزب توده، حزب رستاخیز، حزب دمکرات، ارگان دهقانان و…

و حادث شدن جنگ جهانیگیر دوم بود. از سال ۱۲۳۵ تا ۱۲۳۲ در شرایط بعد از جنگ جهانیگیر دوم، به سبب تغییراتی که در اوضاع سیاسی و اجتماعی ایران بوجود آمد به یکباره در این سال‌ها تعداد نشریات همدان به بالاترین تعداد در حیات مطبوعاتی خود رسید. در سال ۱۲۲۵ هشت نشریه در همدان وارد بازار نشر گردید. در لیست منتشره روزنامه‌ها و مجلات دارای مجوز وزارت فرهنگ، نام نشریات همدان چون کمالی، سپیده، الوند، اروند، نصرت و راهنما به چشم می‌خورد. (اسنادی از مطبوعات، ۲۲۹)

در سال ۱۲۲۶ یک نشریه، سال ۱۲۲۷ دو نشریه، سال ۱۲۲۸ یک نشریه، سال ۱۲۲۹ سه نشریه، سال ۱۲۳۰ چهار نشریه، سال ۱۲۳۱ هفت نشریه، سال ۱۲۳۲ دو نشریه و در ۱۲۳۳ یک نشریه مجوز دریافت داشته و یا شروع به فعالیت نمودند. مهمترین، بادوام‌ترین، همگانی‌ترین و سیاسی‌ترین نشریات همدان ارمغان این دوره می‌باشد. وجود افراد متعدد و دلسوز نسبت به فرهنگ این دیار و کار مطبوعاتی در این مقطع زمانی خود یکی از عوامل مهم شکل‌گیری این نشریات با این ویژگی‌ها در همدان بود. در مکاتبه وزارت کشور با نخست‌وزیری به تاریخ ۱۳۲۶/۰۶/۱۲۳۶ در خصوص لیست نشریات کشور که امتیاز آنها بر طبق تبصره ۳ ماده ۳ لایحه قانون مطبوعات تأیید شده، نام ۴ نشریه همدان به نام‌های نهیب غرب به مدیرمسئولی حسین غفاری، ۲۱۲۱ به مدیرمسئولی محمد پرویز، مبارز همدان به مدیرمسئولی محسن سالمی و ندای اکباتان به مدیرمسئولی حسین زرگریان به عنوان نشریات در حال انتشار سال‌های مذکور همدان ذکر شده است. (اسنادی از مطبوعات، ۲۲۸) اما این رونق مطبوعات محلی در همدان چندان ادیری نپایید و تعداد نشریات به یکباره سیر نزولی یافت تا جایی که از سال ۱۲۳۴ تا ۱۲۵۷ نشریه یعنی مدت ۲۳ سال فقط ۷ نشریه وارد بازار مطبوعات استان شد. بدین قرار که در سال ۱۲۳۲ یک نشریه، سال ۱۲۳۸ یک نشریه، سال ۱۲۴۰ یک نشریه، سال ۱۲۴۱ یک نشریه، سال ۱۲۵۴ یک نشریه و در سال ۱۲۵۶ دو نشریه نشر و توزیع یافت.

در سال ۱۲۵۳ به دنبال اجرای دستورالعمل دولت وقت نشریات از سسوی اربابان جراید به نسبت پیشین بهتر رعایت می‌گردید و نشریات این عهد در مقایسه با نشریات دوره گذشته از دوام بیشتری در عرصه فعالیت مطبوعاتی برخوردار گشته و جنبه همگانی‌تری یافت. به سبب اینکه اکثر این نشریات به صورت هفتگی و دو هفته‌نامه منتشر می‌شد. اخبار و درج حوادث حجم نوشتاری را به خود اختصاص می‌داد و اغلب مختصر و خلاصه ذکر می‌شد اما در جریان مبارزات مردم علیه رژیم شاه ذکر حوادث و انجمن‌ها و مجالس محلی و ولایتی و صنفی بودند و به تدریج روزنامه‌های مستقل در همدان شکل گرفت. از مجموع ۱۷ نشریه عهد قاجاریه، تعداد ۷ نشریه وابسته به ارگان و انجمن‌های فرهنگی، ادبی و سیاسی بود و از آنها آراء و اندیشه‌های حزبی و اخبار ارگان مربوطه درج می‌گردید و تعداد ۱۰ نشریه هیچگونه وابستگی خاصی به گروه یا طبقه‌ای نداشتند و به طور مستقل فعالیت می‌کردند. نیز در این دوره تمامی دست‌اندرکاران مطبوعات همدان شامل صاحب امتیاز و

انتقادی نشریات که از شهریور ۱۲۲۰ شکل گرفته بود چندان دوامی نیافت و سیر فقه‌رایی در نشریات و ساختار مطبوعاتی همدان به وجود آمد. اکثر تیتراهای اصلی نشریات این دوره مسائل سیاسی و اجتماعی کشور، دگرگونی عظیمی پدید آمد که تغییر و دگرگونی اساسی در نشریات سراسری و محلی را هم به دنبال داشت به سبب حساسیت حوادث و اخبار انقلاب، نشریات منتشره در این دوره مورد توجه زیاد مردم قرار گرفت و به خاطر همین توجه روزافزون و گرایش به مطبوعات، نشریات محلی همدان که اغلب از دوره گذشته منتشر می‌شدند، جنبه عمومی و همگانی‌تری یافتند. صاحبان نشریات

➤ **ویژگی محتوایی نشریات عصر انقلاب اسلامی**

در جریان مبارزات مردم علیه حکومت پهلوی و پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی در بهمن‌ماه ۱۲۵۷ در ساختار سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشور، دگرگونی عظیمی پدید آمد که تغییر و دگرگونی اساسی در نشریات سراسری و محلی را هم به دنبال داشت به سبب حساسیت حوادث و اخبار انقلاب، نشریات منتشره در این دوره مورد توجه زیاد مردم قرار گرفت و به خاطر همین توجه روزافزون و گرایش به مطبوعات، نشریات محلی همدان که اغلب از دوره گذشته منتشر می‌شدند، جنبه عمومی و همگانی‌تری یافتند. صاحبان نشریات

هم می‌کوشیدند در کنار توجه به کیفیت و کمیت نشریه خود، به محتوای آن نیز غنا ببخشند. اما به دنبال تعطیلی برخی از جرایدی که قبل از انقلاب در همدان منتشر می‌شد به تدریج توجه به خواست مردم، درج اخبار بهنگام، نقد و تحلیل حوادث و رویدادهای سیاسی و اجتماعی جامعه از سوی نشریات همدان رنگ باخت و با وجود اینکه در سال‌های بعد از انقلاب تعداد نشریات محلی همدان رو به افزایش نهاد اما بیشتر آنها به مطالب تخصصی، علمی، فرهنگی و آموزشی تمایل یافتند. به همین علل کیفی و کمی نشریات اوایل انقلاب نتوانست گرایش و توجه مردم به سوی مطبوعات محلی را به جلب کند و خواسته‌های مردم را پاسخگو باشند. عدم درج بهنگام اخبار، تحلیل و نقد حوادث، کیفیت نامناسب چاپ و طراحی از ویژگی‌های نشریات اولیه عهد انقلاب همدان بود که سبب شد این دسته نشریات در نزد مردم استان ناشناخته بمانند. هر چند این ویژگی‌ها گریبانگیر



گرایش داشته و آراء، عقاید و مرام حزبی خاص خود را تبلیغ و معرفی می‌کردند که همین گرایش‌ات وابستگی‌ها و رویه‌افراطی برخی از آنها باعث تعطیلی این نشریات گردید. از تعداد۵۲ نشریه این دوره ۱۲ نشریه وابستگی سیاسی و فرهنگی داشته و ۴۰ نشریه بدون هیچگونه وابستگی به صورت مستقل فعالیت می‌کردند. در این زمان همچون زمان عهد قاجار اکثر دست‌اندرکاران مطبوعات محلی همدان را مردان تشکیل می‌دادند و زنان نقش خاصی در این حرفه نداشتند.

از لحاظ سوابق تحصیلاتی در رشته‌های مربوط به روزنامه نگاری، تمامی دست‌اندرکاران مطبوعات استان شامل صاحب امتیاز و مدیر در این دوره فاقد تحصیلات در رشته‌های مربوط و حتی آموزش‌های لازم در این حرفه بودند و اکثر اربابان جراید را نویسندگان، شاعران،

گفته شد در اوایل انقلاب تعداد نشریات استان رو به کاهش گشت و فقط چند نشریه منتشر از دوره پهلوی ادامه نشر یافت. به تدریج تعداد نشریات استان متعلق به عهد انقلاب رو به افزایش نهاد که بیشتر به درج مسائل روز کشور و همدان و مطالب سیاسی و اعتقادی می‌پرداختند اما اغلب عمر کوتاهی داشتند و خیلی از دست‌اندرکاران روزنامه‌ها و مجلات همدان، افرادی بودند که در کنار شغل اصلی خود و از روی تفنن و علاقه و یا گرایش سیاسی به روزنامه‌نگاری و فعالیت مطبوعاتی می‌پرداختند.

نشریات همدان در ابتدای دوره انقلاب شهد بود اما به تدریج با افزایش نشریات و رشد کیفی آنها شاهد شکل‌گیری فضا مطبوعاتی در استان بدور از سطحی و کمی نگر و با یک نگاه حرفه‌ای مطبوعاتی هستیم. چنانچه گفته شد در اوایل انقلاب تعداد نشریات استان رو به کاهش گشت و فقط چند نشریه منتشر از دوره پهلوی ادامه نشر یافت. به تدریج تعداد نشریات استان متعلق به عهد انقلاب رو به افزایش نهاد که بیشتر به درج مسائل روز کشور و همدان و مطالب سیاسی و اعتقادی می‌پرداختند اما اغلب عمر کوتاهی داشتند و خیلی از دست‌اندرکاران روزنامه‌ها و مجلات همدان، افرادی بودند که در کنار شغل اصلی خود و از روی تفنن و علاقه و یا گرایش سیاسی به روزنامه‌نگاری و فعالیت مطبوعاتی می‌پرداختند.

نشریات همدان در ابتدای دوره انقلاب شهد بود اما به تدریج با افزایش نشریات و رشد کیفی آنها شاهد شکل‌گیری فضا مطبوعاتی در استان بدور از سطحی و کمی نگرش حرفه‌ای و یا گرایش سیاسی به روزنامه‌نگاری و فعالیت مطبوعاتی می‌پرداختند.

همچنان کار مطبوعات محلی استان با نگاه تفننی و علاقه شخصی صورت می‌گیرد و اکثر دست‌اندرکاران مطبوعاتی استان به عنوان کاری نیمه وقت و فرعی در کنار شغل اصلی، حرفه روزنامه‌نگاری و خبرنگاری را انجام می‌دهند. در دوره میانه انقلاب به بعد نشریات مستقل و شخصی رو به افزایش نهاد. برخلاف نشریات دوره پهلوی که بیشتر وابسته حزبی و گروهی بودند در این دوره تعداد کمی از نشریات به‌ه حوزه و نهادهای سیاسی وابسته بودند و بیشتر وابستگی نشریات این دوره به نهادهای فرهنگی و آموزشی بود. عمده ضعف نشریات کنونی همدان نداشتن سازمان و مدیریت مستقل و عدم وابستگی مالی می‌باشد. کمبود نیروی انسانی متخصص، تجهیزات و سرمایه از مسائل و مشکلات این حوزه می‌باشد. فعلا در حوزه نشریات الکترونیکی هیچ اقدام به رومز و مستقلی صورت نگرفته است و نشریات تخصصی عمومی در حوزه کودکان، زنان، ادبی، ورزشی، خانواده، اقتصادی، هنری، طنز و… بصورت مستقل و حرفه‌ای شکل نگرفته است.

آنچه در باب مطبوعات همدان قابل توصیف و بیان است، رونق و گسترش تعداد نشریات تخصصی از سوی مراکز دانشگاهی و آموزشی است که در موضوعات تخصصی و دانشگاهی بیشتر به صورت فصلی منتشر می‌شوند. این نشریات جنبه عمومی و همگانی نداشتند و سهمی در افزایش ارتباط مردم با این دسته از نشریات ندارند مطالب آنها کمتر در باب همدان است و مطالب علمی مختلفی در قالب مقاله در آنها منتشر می‌شود.

با عنایت به مباحث مطرح شده می‌توان به منظور جذب مخاطب بیشتر و بالا رفتن آمار و ارقام مطالعه مطبوعات مهمترین مسائل و مشکلات امروزی مطبوعات همدان را اینگونه به طور خلاصه بیان کرد:

- عدم تناسب نرم‌افزاری ساختار با حوزه سخت‌افزاری آن
- محدودیت منابع خبری و تولید خبر در استان
- توزیع نامناسب، سریع و گسترده مطبوعات
- فقدان شکل‌های صنفی و حمایتی

- مشکلات اقتصادی مالی و سرمایه‌ای در نشریات استان
- نگاه و رویکرد تفننی به حرفه روزنامه‌نگاری
- نبود استقلال حرفه‌ای، شغلی و اجتماعی حرفه روزنامه‌نگاری
- عدم توفیق در تأثیر همگانی و رخنه در بین مردم و جامعه

فقدان الگوهای ساختاری در نظام مطبوعات بخصوص نشریات محلی

و برای رفع این موانع و آسیب‌های موجود بر سر راه نشریات محلی استان می‌توان راهکارهایی در بعد عملی و علمی ارائه داد تا شاهد به وجود آمدن یک جریان پویا و مستمر مطبوعات حرفه‌ای در استان بود:

- دسترسی آسان مردم به نشریات به ویژه نشریات محلی
- ایجاد مراکز مطالعه نشریات در مراکز عمومی و خصوصی

- توزیع سریع و مناسب نشریات
- حضور بیشتر نشریات در نقاط شهری و روستایی
- توجه به سلاقی مخاطب در موضوع، زمینه و مطالب مندرج در نشریات بر حسب داده‌های طرح مذکور در نشریات روزانه توجه به‌ه مطالب حوادث، سیاسی و نیازمندی‌ها در افزایش و صحت تعداد آنها در نشریات غیر روزانه تخصصی مورد مطالب ادبی، هنری، علوم انسانی و پزشکی و نشریات عمومی معلومات عمومی، فرهنگی و طنز و سرگرمی در سطوح گوناگون
- توجه بخشی به نشریات و عامه‌پسند و همگانی کردن آن
- تبلیغ و معرفی نشریات از طریق دیگر رسانه‌ها
- اجرای برنامه‌های آموزشی و فرهنگی جهت ترغیب و تشویق مردم در مطالعه نشریات

- افزایش کیفی و محتوایی نشریات در جذب مخاطب بیشتر
- تشکیل‌گیری نشریات تخصصی و عمومی بر حسب جنسیت، سن و تحصیلات
- توجه به نیازهای وابسته‌های توسعه مطبوعات محلی
- ارائه الگوی مناسب و ساختاری نظام مطبوعات
- تشکیل نظام‌های صنفی و حمایتی موسسات خصوصی در امر توسعه و آموزش مطبوعات