



**همراه
با مردم
همگام
با جشنواره**

رسانه‌های غرب ایران
هم صدا برای ایران مقتدر

**نخستین جشنواره و نمایشگاه
مطبوعات و رسانه‌های**

با حضور استان‌های
آذربایجان غربی
ایلام

کردستان
کرمانشاه
لرستان
همدان

نمایشگاه: ۱۳ الی ۱۵ آبان ۱۴۰۴
اختتامیه جشنواره: ۱۵ آبان ۱۴۰۴
همدان، مجتمع فرهنگی شهید آوینی

زاگرس، میراث مشترک زاگرس‌نشینان



14 منطقه غرب و بخشی از مرکز ایران به دلیل گستردگی رشته کوه زاگرس در زیست‌بوم یا آنچه اکوسیستم تحت تأثیر زاگرس گفته می‌شود، اشتراک دارند. مردم ساکن در ۱۲ استان کرمانشاه، آذربایجان غربی، کردستان، اصفهان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد، لرستان، همدان، مرکزی، فارس، ایلام و خوزستان که نزدیک به ۱۰ میلیون نفر ایرانی هستند، در این منطقه زندگی می‌کنند و زاگرس‌نشین خوانده می‌شوند. می‌توان ادعا کرد زاگرس از زمانی که انسان در کره زمین بوده، میزبان انسان بوده است و به نوعی امروز ما میراث‌دار این میراث طبیعی و تاریخی عظیم هستیم و وظیفه داریم از این میراث مشترک پاسداری کنیم. زاگرس ما امروز وضعیت مناسبی ندارد و از آفات، تخریب پوشش گیاهی، تغییر اقلیم، تجاوز به منابع طبیعی و مدیریت نامناسب رنج می‌برد. در حالی که برآوردها نشان می‌دهد زاگرس فراتر از ارزش‌های زیست‌محیطی متنوع، به‌دلیل تأمین ۴۰ درصد آب‌های سطحی و زیرزمینی مورد نیاز کشور، نقش حیاتی و جبران‌ناپذیری در امنیت آبی، خاکی و ملی ایران دارد. بنا بر آماری که سازمان برنامه و بودجه کشور منتشر کرده، از کل عرصه ۳۰ میلیون هکتاری زاگرس، ۶.۲ میلیون هکتار آن هنوز از پوشش جنگلی برخوردار است که همین سطح نیز رو به کاهش پرشتاب است. در حالی که منطقه زاگرس نه تنها تنوع زیستی کم‌نظیری دارد، بلکه زیستگاه مهم‌تر بخش عمده‌ای از عسایر ایران (حدود ۷۰ درصد) و بالغ بر ۵۰ درصد واحدهای دامی است. این منطقه نقش غیرقابل انکاری در

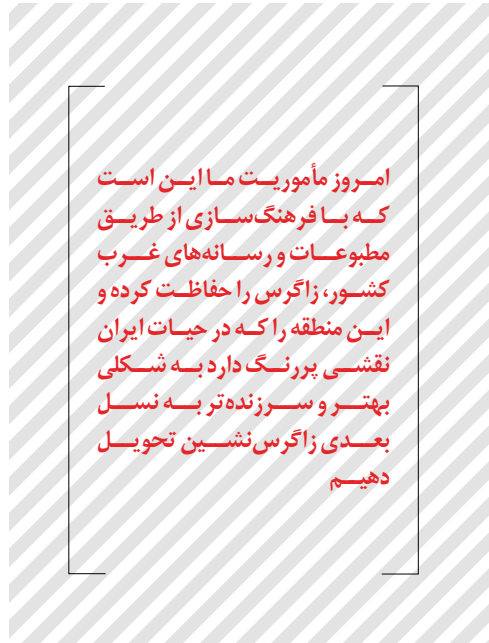
تولید اکسیژن، پیشگیری از گسترش ریزگردها، تأمین خوراک دام، ثبات زندگی روستایی و حتی حفظ میراث فرهنگی کشور دارد.

یکی از مسئولان این سازمان در اهمیت توجه به زاگرس گفته است: «معتمد بدون زاگرس سالم، نه تنها بسیاری از روستاها و شهرهای مرکزی و غربی در معرض تنش معیشتی و مهاجرت اجباری خواهند بود، بلکه شریان آب، اکسیژن و غذای ایران مختل می‌شود.»

اما توصیه این مسئول برای پاسداری از زاگرس قابل تأمل است. وی بر این باور است: «برای نهادینه شدن راهبرد جدید، باید با ابزار رسانه و آموزش فراگیر حتی در سطح مدارس و خانواده‌ها، حساسیت عمومی نسبت به محیط زیست، جنگل و مرتع را تقویت کرد و یک پویش فرهنگ‌سازی و عمومی راه‌اندازی کرد تا لایه‌های مختلف جامعه نسبت به بزرگ‌ترین سرمایه طبیعی خود مسئولیت‌پذیرتر شوند.»

اکنون جشنواره مطبوعات غرب کشور به عنوان یکی از مناطق مهم زاگرس در همدان می‌تواند این راهبرد را اجرایی کرده و با یکپارچه‌سازی تلاش‌ها، اصلاح رویکرد و تلاش برای فرهنگ‌سازی و مسئولیت‌پذیری همه ذی‌نفعان در راستای صیانت از زاگرس و حل مشکلات آن و مردم ساکن در این منطقه الگویی نو در حکمرانی منطقه‌ای ارائه دهد.

الگویی که بتوان با تکیه بر زاگرس، مشکلات مهم این منطقه را با اولویت‌بندی حل و فصل کرد. مشکلاتی چون بیکاری، کاهش جنگل‌های بلوط، سختی دسترسی به آب پایدار و سرمایه‌گذاری برای



مهرداد حمزه
دبیر جشنواره مطبوعات هگمتانه



15 نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه با حضور جمعی از فعالان رسانه‌ای از ۶ استان غربی کشور برگزار می‌شود؛ رویدادی که بی‌تردید می‌تواند نقطه عطفی در مسیر هم‌گرایی، تعامل و رشد رسانه‌ای منطقه باشد. این جشنواره با حضور نمایندگان رسانه‌ها از استان‌های آذربایجان غربی، ایلام، کردستان، کرمانشاه، لرستان و همدان برگزار می‌شود و هدف آن، ایجاد بستری برای تبادل تجربه، معرفی ظرفیت‌های رسانه‌ای غرب کشور و توجه به نقش مؤثر رسانه‌ها در توسعه فرهنگی و اجتماعی این منطقه است.

غرب ایران همواره خاستگاه فرهنگ، تاریخ و تمدنی اصیل بوده است. از آثار باستانی و جاذبه‌های ثبت جهانی شده گرفته تا طبیعت بکر، صنایع دستی کم‌نظیر، موسیقی محلی، غذاهای سنتی و فرهنگ متنوع مردمان منطقه، همه و همه گنجینه‌هایی‌اند که می‌توانند محور توسعه گردشگری، فرهنگی و اقتصادی غرب کشور قرار گیرند. پرداختن به این ظرفیت‌ها نیازمند حضور رسانه‌هایی پویا و حرفه‌ای است که با درک درست از اهمیت روایت محلی، بتوانند تصویر واقعی و زیبایی غرب ایران را به مخاطبان داخلی و خارجی معرفی کنند. از هگمتانه تا بیستون، از طبیعت زیبای اورامانات تا تخت سلیمان، از غارهای پیش تاریخ خرم‌آباد تا کوه‌های صخره‌ای زاگرس در ایلام، از موسیقی کردی و لری و ترکی تا طعم آش‌ها و غذاهای سنتی و محلی جای جای غرب کشور، از فرهنگ مردم این دیار تا بزرگان نام‌آور این پهنه، از نام‌آوران شهید ایلام و کرمانشاه و همدان و سنجندج و ارومیه و خرم‌آباد تا تاریخ پرشکوه زاگرس‌نشینان، همه نشان از عظمت غرب ایران دارد. غربی که مهجور مانده است و باید به تمام زوایای آن بیش از پیش پرداخت.

بی‌تردید، برگزاری جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه گامی مهم در همین راستاست؛ فرصتی برای گردهمایی روزنامه‌نگاران، خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای غرب کشور تا ضمن تبادل نظر و انتقال تجربه، درباره آینده رسانه و نقش آن در توسعه متوازن منطقه به ویژه توسعه گردشگری در این خطه گفت‌وگو کنند.

وجود نیروهای متخصص، متعهد و علاقه‌مند در عرصه رسانه‌ای غرب کشور از جمله مزیت‌های مهم این منطقه است. خبرنگاران و فعالان مطبوعاتی در استان‌های غربی، با وجود محدودیت‌های ساختاری و منابع محدود، توانسته‌اند با شور و انگیزه بالا، روایتگر صادق تحولات و واقعیت‌های جامعه خود باشند. چنین نیروی انسانی ارزشمندی نیازمند حمایت، آموزش و شبکه‌سازی است، امری که جشنواره هگمتانه می‌تواند آن را تسهیل کند.

در کنار برنامه‌های اصلی، برگزاری دو کارگاه آموزشی تخصصی با حضور چهره‌های شاخص روزنامه‌نگاری ایران نیز در دستور کار جشنواره قرار دارد تا زمینه ارتقای مهارت و دانش فعالان رسانه‌ای غرب کشور فراهم شود. همچنین نمایشگاه مطبوعات و رسانه‌ها که هم‌زمان با جشنواره برپا خواهد شد، فرصتی برای معرفی گسترده‌تر توانمندی‌ها و دستاوردهای رسانه‌های رسمی منطقه خواهد بود.

با توجه به استقبال گسترده و اهمیت این رویداد، می‌توان امیدوار بود که در سال‌های آینده، جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه در سطح ملی برگزار شود و به محفلی دائمی برای تبادل تجربه و تقویت هم‌افزایی رسانه‌های سراسر کشور تبدیل گردد. فعال بودن دبیرخانه دائمی جشنواره در طول سال نیز ضروری‌انکارناپذیر است تا این جریان رسانه‌ای به یک حرکت مداوم و هدفمند بدل شود. جشنواره هگمتانه، نویدبخش تپش تازه‌ای در کالبد رسانه‌های غرب ایران است؛ تپشی که می‌تواند صدای این دیار را رساتر و پرامی‌تر از همیشه به گوش کشور برساند. همین.

تپش تازه رسانه‌های غرب ایران در هگمتانه

اعضای هیأت مدیره خانه مطبوعات استان همدان



■ رضا زنداسرار مدیر عامل



■ یدا... طاقتی احسن نائب رئیس



■ مهرداد حمزه رئیس خانه مطبوعات استان و دبیر جشنواره



■ مسعود پورصالحی عضو هیأت مدیره



■ فرشید گلمحمدی عضو هیأت مدیره



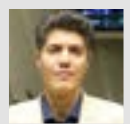
■ زهره پوروهایی خزانه‌دار



■ سعید طاهری بازرس



■ مجید مختاری بازرس



■ سعید افقی عضو هیأت مدیره





استاندار:

۲۲ **جشنواره مطبوعات هگمتانه، آغاز راهی برای بالندگی رسانه‌های غرب کشور**

جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه را آغاز راهی برای بالندگی هر چه بیشتر رسانه‌های غرب کشور دانست.

حمید ملاتوری با اشاره به حضور بیش از ۳۰۰ نفر از ۱۶ استان غربی ایران در این جشنواره، گفت: امروز رسانه‌ها نقش کلیدی در توسعه پایدار دارند و نباید از موضوع غافل شد.

وی اظهار کرد: جامعه امروز ما نیاز به اخبار سازنده و امیدبخش دارد و برگزاری چنین جشنواره‌هایی می‌تواند انگیزه خبرنگاران و اصحاب رسانه برای بازتاب اخبار امیدبخش دوچندان کند.

استاندار تمرکز رسانه‌ها بر روزنامه‌نگاری توسعه را یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر دانست و اظهار کرد: جشنواره‌هایی همچون جشنواره مطبوعات هگمتانه می‌توانند در جامعه خبری جریان‌ساز بوده و اثرگذار باشد.

ملاتوری ادامه داد: خوشبختانه استان همدان همچون دیگر بخش‌های فرهنگی و هنری در حوزه رسانه نیز دارای پیشینه‌ای تاریخی بوده و بزرگان بسیاری را در این عرصه پرورش داده و چنین جشنواره‌هایی می‌توانند نمایش بخشی از این توانایی‌ها باشد.

وی بیان کرد: استان‌های شرکت‌کننده در این جشنواره نیز هر کدام ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارند که قرار گرفتن این ۱۶ استان در کنار هم می‌تواند اتفاقات خوبی را در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و به ویژه گردشگری رقم بزند. استاندار با اشاره به اینکه سیاست دولت چهاردهم در استان همدان حمایت از رویدادهای فرهنگی، هنری و گردشگری است، گفت: برگزاری جشنواره مطبوعات هگمتانه، جشنواره قرآنی مدهامتان و جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان ظرف کمتر از ۲ ماه در استان همدان نشان از عزم راسخ مدیران استان برای توسعه فعالیت‌های فرهنگی و هنری دارد.



نایب رئیس مجلس شورای اسلامی:

۲۲ **تجلی همدلی رسانه‌ها در پایتخت تاریخ و تمدن ایران**

نایب‌رئیس مجلس شورای اسلامی با تأکید بر ضرورت حمایت از فعالیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای در کشور گفت: مجلس شورای اسلامی از برگزاری رویدادهایی که به توسعه فرهنگ، رسانه و هویت ملی کمک کند، حمایت همه‌جانبه خواهد داشت.

حمیدرضا حاجی‌بابایی با اشاره به برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه، اظهار کرد: استان همدان از ظرفیت‌های بالایی برای میزبانی رویدادهای فرهنگی و هنری برخوردار است و این جشنواره فرصتی مغتنم برای معرفی توانمندی‌های رسانه‌ای غرب کشور محسوب می‌شود.

وی با اشاره به حضور نمایندگان رسانه‌ای از ۱۶ استان غربی کشور در این جشنواره افزود: همگرایی و تبادل تجربه میان روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای این

غرب کشور در عصر رسانه: پویا و توسعه‌گرا

استان‌ها می‌توانند به تقویت جریان اطلاع‌رسانی منطقه‌ای و ملی کمک کنند.

حاجی‌بابایی گفت: استقبال گسترده اهالی رسانه از این جشنواره نشان‌دهنده ظرفیت بالای فرهنگی و اجتماعی همدان است و بیانگر آن است که اهالی رسانه، نقش خود را در اعتلای فرهنگ و تقویت روحیه امید و همبستگی ملی به‌خوبی درک کرده‌اند.

نایب رئیس مجلس با اشاره به جایگاه تاریخی و تمدنی همدان خاطرنشان کرد: همدان پایتخت تاریخ و تمدن ایران است و به تعبیر رهبر معظم انقلاب اسلامی، مرکز همه ارزش‌های تمدنی کشور به‌شمار می‌آید. چنین جایگاهی، مسئولیتی بزرگ برای حفظ و ترویج ارزش‌های فرهنگی این استان ایجاد می‌کند.



نماینده مردم همدان و فامنین در مجلس شورا اسلامی:

۲۲ **رسانه آگاه و مستقل، ستون اصلی اعتماد عمومی است**

نماینده مردم همدان و فامنین در مجلس شورای اسلامی با اشاره به برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه، بر نقش بی‌بدیل رسانه‌ها در ارتقای آگاهی، تقویت سرمایه اجتماعی و ضرورت قانون‌گذاری در حمایت از خبرنگاران تأکید کرد.

عباس صوفی با اشاره به جایگاه رسانه در نظام مردم‌سالاری دینی، گفت: رسانه‌های آگاه و متعهد، ستون‌های اصلی اعتماد عمومی هستند و جامعه‌ای که رسانه قدرتمند ندارد، نمی‌تواند مسیر توسعه و عدالت را هموار کند.

وی افزود: امروز قدرت کشورها، نه در منابع مادی بلکه در توان تحلیل، اقناع و اطلاع‌رسانی آنها نهفته است. اطلاع‌رسانی دقیق، منصفانه و به‌موقع می‌تواند از بروز شایعات و تنش‌های اجتماعی جلوگیری کند و زمینه‌ساز مشارکت بیشتر مردم در تصمیم‌سازی‌ها شود.

صوفی با تأکید بر ضرورت ارتقای حرفه‌ای خبرنگاران بیان کرد: خبرنگاری تنها انتقال خبر نیست، بلکه نگاهی پژوهشی، تحلیلی و مسئولانه به رویدادها ست. خبرنگار باید با شناخت عمیق از جامعه، جریان‌های فکری و اولویت‌های مردم، پیام‌آور حقیقت باشد. لازمه این امر آموزش مستمر، امنیت شغلی و حمایت حرفه‌ای است. خبرنگار زمانی می‌تواند آزاد و بی‌طرف عمل کند که دغدغه معیشت و ناامنی شغلی نداشته باشد.

نایب‌رئیس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی همچنین با اشاره به وظیفه قانون‌گذار در حمایت از رسانه‌ها تصریح کرد: مجلس باید با نگاهی نو، زیرساخت‌های حمایتی از اصحاب رسانه را تقویت کند.

بازنگری در قوانین مطبوعات، سامان‌دهی بیمه خبرنگاران، حمایت مالی شفاف از رسانه‌های محلی و توزیع عادلانه آگهی‌های دولتی از موضوعاتی است که باید به‌صورت ساختاری دنبال شود.



مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان:

۲۲ **رقابت ۱۲۵۰ اثر در نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه**

بیشترین تعداد شرکت‌کنندگان در جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه مربوط به استان همدان با ۱۱۹ نفر است و پس از آن استان‌های ایلام با ۵۱ نفر، لرستان ۴۵ نفر، کردستان ۳۶ نفر، کرمانشاه ۲۹ نفر و آذربایجان غربی ۲۷ نفر قرار دارند.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان با بیان این مطلب گفت: در این جشنواره در مجموع ۱۲۵۰ اثر از ۳۰۷ شرکت‌کننده از استان‌های آذربایجان غربی، ایلام، کردستان، کرمانشاه، لرستان و همدان دریافت شده است.

سیدمحمدرضا جوادی با اشاره به استقبال کم‌نظیر اصحاب رسانه اظهار کرد: دو مرحله بارگذاری آثار در سایت جشنواره تمدید شد و در نهایت دهم مهرماه به عنوان آخرین مهلت ارسال آثار تعیین گردید.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی همدان ادامه داد: فرآیند داوری آثار با حضور ۵ نفر از اساتید برجسته علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری کشور که از سوی مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انتخاب شده‌اند، آغاز شده است. وی با بیان اینکه این رویداد، فرصتی برای تبادل تجربه میان اصحاب رسانه غرب کشور است، اظهار داشت: در کنار داوری آثار، نمایشگاه مطبوعات با حضور استان‌های شرکت‌کننده و کارگاه‌های آموزشی با حضور اساتید برجسته کشوری نیز برگزار خواهد شد.

جوادی ادامه داد: این جشنواره با مشارکت و همراهی استانداری همدان، معاونت اطلاع‌رسانی و تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ادارات کل آموزش و پرورش، صمت، میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان همدان، شرکت توزیع برق استان، شهرداری همدان، گروه هتل‌های بین‌المللی باباطاهر و مجموعه فرهنگی روزنامه همدان پیام برگزار می‌شود.



مدیرعامل خانه مطبوعات استان:

۲۲ **اختتامیه جشنواره مطبوعات هگمتانه، ۱۵ آبان برگزار می‌شود**

استقبال خوبی را از اصحاب رسانه غرب کشور از این جشنواره داشتیم، امیدواریم این جشنواره سنگ بنایی برای برگزاری رخدادهای بهتر و بیشتری در زمینه مطبوعات و رسانه‌ها در استان‌های غربی کشور باشد.

مدیرعامل خانه مطبوعات استان همدان با بیان این مطلب از برگزاری اختتامیه نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه در تاریخ ۱۵ آبان ماه ۱۴۰۴ در مجتمع شهید اوینی شهر تاریخی همدان خبر داد.

رضا زنداسرار با اعلام این خبر گفت: همچنین نمایشگاه مطبوعات با حضور استان‌های غربی از تاریخ ۱۳ تا ۱۵ آبان ماه ۱۴۰۴ در سالن استاد زنگنه مجتمع شهید اوینی همدان برگزار خواهد شد.

وی افزود: این جشنواره با هدف تکریم فعالان عرصه مطبوعات، ایجاد فضای همکاری و تبادل تجربه میان

رسانه‌های نوشتاری و مجازی استان‌های غرب کشور و معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای این منطقه، برگزار می‌شود.

زند اسرار بیان کرد: استان همدان، به عنوان پایتخت تاریخ و تمدن ایران، میزبان شایسته‌ای برای این رویداد مهم رسانه‌ای است.

عضو شورای سیاست‌گذاری جشنواره مطبوعات هگمتانه محورهای بخش اصلی این جشنواره را خبر، گزارش، مقاله، مصاحبه، تیتُر، طنز و کاریکاتور، عکس، گرافیک و صفحه‌آرایی، کلیپ و پادکست خبری و همچنین ۱۱ عنوان موضوع در بخش ویژه عنوان کرد و افزود: استانداری همدان ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، میراث فرهنگی، صمت، شهرداری همدان و شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و هم چنین مجموعه رسانه‌ای همدان پیام و گروه هتل‌های بین‌المللی باباطاهر در برگزاری جشنواره مشارکت دارند.

زنداسرار تصریح کرد: داوری آثار ارسالی بر عهده اساتید برجسته حوزه رسانه و روزنامه‌نگاری است که از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی معرفی شده‌اند. وی همچنین به برنامه‌های جنبی جشنواره اشاره کرد و گفت: برگزاری کارگاه‌های تخصصی روزنامه‌نگاری و پنل‌های گفت‌وگو محور با موضوع چالش‌ها و فرصت‌های مطبوعات استانی از دیگر برنامه‌های این رویداد خواهد بود.

شهردار:

۲۲ **روایت خبرنگاران از شهر در جشنواره مطبوعات هگمتانه**

شهردار همدان برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه به میزبانی همدان و با استقبال گسترده اصحاب رسانه استان‌های غربی ایران را نقطه عطفی در فعالیت‌های رسانه‌ای پایتخت تاریخ و تمدن دانست.

سیدمسعود حسینی گفت: این رویداد گامی تازه در مسیر هم‌افزایی میان مدیریت شهری و رسانه‌هاست تا تصویر واقعی، پویا و مردم‌محور از شهر در رسانه‌ها بازتاب یابد.

وی با اشاره به مشارکت فعال شهرداری در برگزاری جشنواره اظهار کرد: شهرداری همدان با همکاری خانه مطبوعات استان، فضای شهری را برای برگزاری باشکوه این نمایشگاه و جشنواره مهیا کرده تا توجه مردم بار دیگر به اهمیت روزنامه‌خوانی و نقش رسانه‌ها در زندگی امروزی جلب شود.

شهردار همدان افزود: رسانه‌های مختلف باید بتوانند در محیطی پویا به تبادل ایده، نقد سازنده و روایتگری شهری بپردازند و این موضوع قطعاً به تیم مدیریت شهری برای اداره بهتر شهر و جامعه کمک خواهد کرد.

حسینی بیان کرد: موضوع «روایت شهر: بازتاب مدیریت شهری همدان در رسانه‌ها» در بخش ویژه جشنواره مطبوعات هگمتانه با استقبال اهالی رسانه مواجه شده و این اتفاق فرصتی است برای هم‌فکری و گفت‌مان‌سازی میان خبرنگاران و مدیران شهری تا ضمن انعکاس خدمات و طرح‌های عمرانی، مسائل و نیازهای واقعی مردم نیز به زبان رسانه مطرح شود. برپایی نمایشگاه آثار رسانه‌ای، نشست‌های تخصصی و تجلیل از خبرنگاران برتر از جمله برنامه‌های نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه است که با استقبال اهالی رسانه و فعالان فرهنگی ۱۶ استان غرب کشور روبه‌رو شده است.



معاون فرهنگی و رسانه‌ای استان تأکید کرد

۲۲ **ارتقاء کیفیت رسانه‌ها با برگزاری جشنواره مطبوعات هگمتانه**

جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه به‌عنوان یکی از رویدادهای فرهنگی مهم در عرصه رسانه‌ای، فرصتی برای ارزیابی و تبادل تجربیات میان رسانه‌ها و فعالان فرهنگی است.

معاون فرهنگی و رسانه‌ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان گفت: با اشاره به دو محور اصلی تأثیرگذاری و عقی‌بخشی جشنواره گفت: برگزاری جشنواره مطبوعات هگمتانه یک فرآیند مهم در تقویت دیپلماسی فرهنگی و دموکراسی محلی است. مجید فروتن افزود: این جشنواره بستری است تا داد و ستدهای فکری و تبادل اندیشه‌ها در زمینه‌های مختلف رسانه‌ای و فرهنگی انجام گیرد.

وی اضافه کرد: برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات هگمتانه با حضور استان‌های آذربایجان غربی، ایلام، کردستان، کرمانشاه، لرستان و همدان، یک مشارکت اجتماعی را شکل داده که هم از لحاظ تأثیرگذاری مردمی و هم از منظر تأثیرگذاری رسانه‌ها اهمیت دارد. معاون فرهنگی و رسانه‌ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان با اشاره به رسالت مهم جشنواره در زمینه آگاهی‌بخشی عمومی افزود: این جشنواره به‌عنوان یک گام اساسی برای ارتقای کیفیت رسانه‌ها و توسعه آگاهی عمومی عمل می‌کند.

فروتن ادامه داد: جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه با هدف ارتقای کیفیت رسانه‌های محلی و ایجاد رقابت سالم در عرصه رسانه، نقش مهمی در آینده رسانه‌ای استان و کشور خواهد داشت.

مدیرکل میراث فرهنگی استان تأکید کرد

۲۲ **جشنواره مطبوعات هگمتانه، بستر توسعه گردشگری غرب کشور**



مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان همدان، با اشاره به برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه گفت: این جشنواره فرصتی ارزشمند برای تقویت نقش رسانه‌ها در تبیین دستاوردهای فرهنگی و گردشگری و پادداشت ثبت جهانی هگمتانه است.

محسن معصوم‌علیزاده با بیان اینکه ثبت جهانی هگمتانه نقطه عطفی در معرفی میراث تاریخی همدان به جهان محسوب می‌شود، افزود: پس از این رویداد بزرگ، رسانه‌های متعددی با انتشار گزارش‌ها و یادداشت‌های تخصصی به بازتاب اهمیت این ثبت جهانی پرداختند و آثار منتشرشده در این زمینه اکنون به دبیرخانه جشنواره مطبوعات هگمتانه ارسال شده است.

وی تصریح کرد: در بخش ویژه این جشنواره ۱۱ محور موضوعی پیش‌بینی شده که ۲ محور مهم آن «توسعه گردشگری استان‌های غرب کشور» و «ثبت جهانی هگمتانه» بوده و اداره کل میراث فرهنگی استان حامی این رویداد فرهنگی مهم است.

به گفته معصوم‌علیزاده، این موضوعات نشان‌دهنده نگاه منطقه‌ای جشنواره و توجه به هم‌افزایی فرهنگی و رسانه‌ای میان استان‌های همدان، آذربایجان غربی، کردستان، کرمانشاه، لرستان و ایلام است.

وی افزود: استان‌های غرب کشور از ظرفیت‌های متنوع گردشگری برخوردارند، از طبیعت بکر زاگرس و آتین‌های اصیل مردمان فارس و ترک و کرد و لر گرفته تا آثار تاریخی و مذهبی شاخص.

مدیرکل صمت استان همدان:



۲۲ **مسیر توسعه پایدار غرب کشور را همواری کند**

مدیرکل صمت، معدن و تجارت

استان همدان با اشاره به استقبال گسترده اهالی رسانه از برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه، گفت: این جشنواره گامی مؤثر در جهت تبیین و تحقق شعار سال با محوریت موضوعات اقتصادی است.

محمدعلی محمدی با اشاره به توجه ویژه رسانه‌ها به «بررسی چگونگی تحقق شعار سال در سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴» در بخش ویژه این جشنواره افزود: هم‌گرایی رسانه و صنعت می‌تواند مسیر توسعه اقتصادی منطقه غرب کشور، به‌ویژه استان همدان را هموارتر سازد.

وی با تأکید بر اهمیت منویات مقام معظم رهبری در انتخاب شعارهای سالانه با رویکرد اقتصادی خاطر نشان کرد: رسانه‌ها در خط مقدم فرهنگ‌سازی و مطالبه‌گری اقتصادی قرار دارند و این جشنواره بستری برای هم‌افزایی و تعامل بیشتر میان فعالان رسانه‌ای و بخش‌های تولیدی و صنعتی استان خواهد بود.

مدیرکل صنعت، معدن و تجارت همدان هم‌چنین از حمایت کامل این اداره کل از برگزاری جشنواره مطبوعات هگمتانه خبر داد و ابراز امیدواری کرد نتایج این رویداد رسانه‌ای بتواند به ترسیم نقش راهی روشن برای رشد اقتصادی و تقویت تولید در استان و منطقه غرب کشور منجر شود.

محمدی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به اهمیت ارتباط مستمر مجموعه‌های اقتصادی با رسانه‌ها، بیان کرد: رسانه‌ها بازاری اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی فعالیت‌های اقتصادی هستند و حضور فعال آن‌ها در کنار تولیدکنندگان، سرمایه‌گذاران و کارآفرینان، موجب افزایش اعتماد عمومی و تقویت روحیه تولید ملی می‌شود.

مدیرکل آموزش و پرورش استان:

۲۲ **رسانه‌های غرب کشور، پیشگام در تبیین نهضت عدالت آموزشی**



استان همدان با اشاره به اهمیت نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه، از استقبال خوب اصحاب رسانه از موضوع «نهضت توسعه عدالت آموزشی» در بخش ویژه این جشنواره خبر داد و گفت: این جشنواره‌ها فرصتی ارزشمند برای تبیین دستاوردها و تقویت گفتمان عدالت آموزشی در غرب کشور است.

رسول شیدایی اظهار کرد: این جشنواره که با حضور ۱۶ استان غرب کشور شامل همدان، کرمانشاه، کردستان، ایلام، لرستان و آذربایجان غربی بر گزار می‌شود، گامی مؤثر برای تقویت نقش رسانه در توسعه فرهنگی و اجتماعی منطقه به‌شمار می‌آید. وی با بیان اینکه محورهای بخش ویژه این جشنواره در ۱۱ عنوان متنوع تنظیم شده است، افزود: خوشبختانه موضوع «نهضت توسعه عدالت آموزشی» با استقبال گسترده خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای مواجه شده و آثار متعددی در این حوزه به دبیرخانه جشنواره ارسال شده است.

مدیرکل آموزش و پرورش استان تصریح کرد: عدالت آموزشی از اولویت‌های اصلی رئیس جمهوری، وزارت آموزش و پرورش و این اداره کل و از ارکان تحقق توسعه پایدار در کشور است و نقش رسانه‌ها در بازتاب و تبیین این رویکرد راهبردی بسیار تعیین‌کننده است.

همدان، میزبان اهل قلم و رسانه غرب کشور



■ **مریم مقدم**

۱۲ در روز گاری که رسانه‌ها نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی یافته‌اند و به یکی از ارکان اصلی توسعه فرهنگی و اجتماعی کشور تبدیل شده‌اند، توجه به توانمندی و پویایی مطبوعات محلی، ضرورتی انکارناپذیر است. رسانه‌های منطقه‌ای، به‌ویژه در استان‌های غرب کشور، با بازتاب دغدغه‌ها و ظرفیت‌های بومی، در خط مقدم جهاد تبیین، آگاهی‌بخشی و امیدآفرینی قرار دارند.

در همین راستا، نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه در استان همدان، فرصتی ارزشمند برای گردهمایی اهالی قلم و رسانه از ۶ استان غربی کشور فراهم کرده است؛ رویدادی که هدف آن نه‌تنها تجلیل از تلاش‌های روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای، بلکه تقویت تعامل، هم‌افزایی و همگرایی فرهنگی در پهنه غرب ایران است.

این جشنواره، با حضور بیش از ۳۰۰ نفر از خبرنگاران، مدیران مسئول نشریات، عکاسان خبری و فعالان رسانه‌ای از استان‌های همدان، کرمانشاه، کردستان، ایلام، لرستان و آذربایجان غربی برگزار می‌شود و فرصتی است تا تجربه‌ها، اندیشه‌ها و دستاوردهای رسانه‌ای منطقه در قالبی حرفه‌ای و تخصصی به اشتراک گذاشته شود.

اهمیت این رویداد در آن است که رسانه را به‌عنوان عامل توسعه و نیرویی برای بازسازی امید اجتماعی می‌نگرد. برگزارِ جشنواره هگمتانه می‌تواند انگیزه‌ای دوباره برای روزنامه‌نگاران باشد تا در مسیر بازتاب واقعیت‌ها، روایت‌امید و تحلیل منصفانه رخدادها گام بردارند.



مدیرکل ارشاد آذربایجان غربی:

۱۲ جشنواره مطبوعات غرب کشور، یک معیار سنجش است
با نزدیک شدن به زمان برگزاری جشنواره مطبوعات هگمتانه با حضور استان‌های غرب کشور در همدان، مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان غربی در خصوص اهمیت این رویدادها و نقش رسانه‌های محلی در توسعه منطقه‌ای به همدان پیام گفت: جشنواره مطبوعات غرب کشور، یک معیار سنجش است.

علیرضا نوروزی عنوان کرد: رسانه‌های محلی باید زبان مردم محروم و زبان توسعه حاکمیت باشند. اهمیت جشنواره و لزوم به‌روزرسانی در عصر رسانه نوین یک ضرورت است.

نوروزی با تأکید بر اهمیت برگزاری جشنواره‌هایی مانند جشنواره مطبوعات غرب کشور گفت: جشنواره‌ها به‌طور کلی، ابزاری برای تقدیر نیستند؛ بلکه یک محصل و معیار در‌ست برای سنجش هستند. این رویدادها فرصتی برای شرکت‌کنندگان فراهم می‌کنند تا خود را ارزیابی کنند و به فکر پیشرفت در آینده باشند.

وی تأکید کرد: وقتی بحث به حوزه مطبوعات می‌رسد، این اهمیت چند برابر می‌شود. امروز دیگر نمی‌توانیم بگویم رسانه فقط قلم زدن است. رسانه به معنای استفاده از دانش‌های نوین است که هر روز در حال پیشرفت هستند و ما رسانه‌ای‌ها موظفیم خود را به‌روزرسانی کنیم. در یک جشنواره،

رسانه‌ها خود را با بهترین‌ها و نخبگان مقایسه می‌کنند و این مقایسه، مستلزم استفاده از دانش‌های روز است.

علیرضا نوروزی عنوان کرد: علاوه بر این، رسانه یک رسالت مهم دارد و قرار است زبان مردم، زبان حکومت و زبان فعالان در حوزه‌های مختلف باشد.

این جشنواره‌ها در عمل اهالی رسانه را مجبور می‌کنند که هر روز به‌روز شوند و خود را از تقاء دهند و این ارتقاء، به توسعه منطقه و کشورمان کمک خواهد کرد.

وی همچنین به نقش و تأثیر گذاری رسانه‌های محلی در توسعه استان‌های غرب و شمال غرب کشور اشاره کرد و گفت: در منطقه شمال غرب و غرب کشور، ما به حقیقت دروازه اروپا هستیم. در این استان‌ها که به‌طور عمده آذری و ترک‌زبان هستند، تأثیر گذاری رسانه اهمیت متفاوتی پیدا می‌کند. ارتباط ما با آن‌طرف مرزها، این امکان را به رسانه می‌دهد که فرهنگ و نگاه‌های فرهنگی را جابجا کند.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان غربی گفت: من معتقدم رسانه‌های محلی بومی، باید آ زبان مهم را داشته باشند که شامل زبان مردم محروم مرزی و مناطق مرزی، محمل اصلی ورود و خروج کالا و منافع مرزی برای کل کشور هستند؛ اما متأسفانه همچنان محرومیت‌هایی در آن‌ها وجود دارد. صدای مردم این مناطق باید همین مطبوعات و رسانه‌های محلی باشند..



مدیرعامل خانه مطبوعات استان ایلام:

۱۲ جشنواره های منطقه ای؛

نفس تازه در کالبد رسانه های محلی

چند سالی است که جشنواره‌های ملی رسانه‌ای در کشور متوقف شده‌اند و این خلأ، تأثیر محسوسی بر پویایی فضای رسانه‌ای ایران گذاشته است. در چنین شرایطی، برگزاری جشنواره‌های منطقه‌ای می‌تواند جایگزینی مؤثر و حیاتی باشد؛ رویدادهایی که علاوه بر رقابت، بستری برای یادگیری، تعامل و ارتقای کیفیت رسانه‌ها فراهم می‌آورند.

با سپاس از تلاش‌های همکاران ارجمند در خانه مطبوعات استان همدان و اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی برای برگزاری جشنواره مطبوعات هگمتانه با حضور استان‌های غرب کشور، باید گفت که چنین رویدادهایی می‌توانند به‌عنوان موتور محرکه‌ای برای زنده نگه داشتن روح مطبوعات در کشور عمل کنند.

متأسفانه در سال‌های اخیر، جشنواره‌های ملی رسانه‌ای که زمانی نقش مؤثری در ارتقای سطح حرفه‌ای و انگیزشی خبرنگاران داشتند، به دلایل مختلف متوقف شده‌اند. در این میان، جشنواره‌های منطقه‌ای می‌توانند تا حد زیادی این خلأ را جبران کنند؛ زیرا زمینه تعامل میان استان‌ها و تبادل تجربه و ایده را فراهم می‌سازند.

در یک جشنواره منطقه‌ای، خبرنگار ایلامی می‌تواند با آثار و توانمندی‌های همتایان خود در همدان، کرمانشاه، لرستان یا کردستان آشنا شود و از این رهگذر، سطح کار خود را ارتقا دهد. این تبادل فرهنگی و رسانه‌ای، نه‌تنها سبب رشد فردی خبرنگاران می‌شود بلکه بر کیفیت کلی تولید محتوا در منطقه نیز اثر گذار است.

در استان ایلام، برای مشارکت در جشنواره «هگمتانه»، تلاش شد تا اطلاع‌رسانی به شکل چهره‌به‌چهره

و فعال انجام شود. خوشبختانه، ایلام پس از همدان بیشترین میزان مشارکت را در این رویداد داشت. باور ما این است که چنین جشنواره‌هایی می‌توانند نفس تازه‌ای در کالبد رسانه‌های محلی بدمند و انگیزه‌ی دوباره‌ای برای پیگیری دغدغه‌های عمومی و اجتماعی مردم ایجاد کنند.

در پایان، ضمن تشکر از برگزارکنندگان این جشنواره، باید تأکید کرد که تداوم چنین رویدادهایی تضمین‌کننده حیات رسانه‌های محلی و انگیزه‌بخش برای آینده‌ی مطبوعات کشور است.



مدیرعامل خانه مطبوعات کردستان تأکید کرد

رسانه‌های غرب کشور نیازمند یارانه و

حمایت جدی هستند

مدیرعامل خانه مطبوعات کردستان با تأکید بر اینکه رسانه‌های مرزی نقش حیاتی در اطلاع‌رسانی دارند عنوان کرد: اما مشکلات مالی، تأثیر گذاری آنها را به شدت کاهش داده است.

سید محمد حسین حسینی نسب، در گزارشی نگران‌کننده از وضعیت رسانه‌های محلی در این استان، بر نقش حیاتی و استراتژیک مطبوعات در مناطق مرزی و غرب کشور تأکید کرد. وی با بیان اینکه رسانه‌های محلی در استان‌های غربی و مرزی، وظیفه بسیار مهمی در اطلاع‌رسانی، پوشش‌های خبری دقیق و انعکاس مطالبات مردم به حساس‌ترین نقاط کشور ایفا می‌کنند، نسبت به کاهش تأثیر گذاری آنها به دلیل مشکلات مالی هشدار داد.

۱۲ سقوط تیراژ از ۲۰۰۰ به ۵۰ نسخه

وی با اشاره به اینکه در حال حاضر حدود ۲۷ تا ۲۸ هفته‌نامه مطبوعاتی در استان فعال هستند، بزرگترین چالش این حوزه را "نبود یارانه" عنوان کرد.

به گفته حسینی نسب پرداخت نکردن یارانه‌های مطبوعاتی در ۲سال گذشته، تأثیر منفی شدیدی بر فعالیت این رسانه‌ها گذاشته است.

وی با ارائه مثالی تکان‌دهنده، بیان کرد: به عنوان نمونه، تیراژ روزنامه‌های محلی معتبری مانند جام جم کردستان، از ۲۰۰۰ نسخه به تنها ۵۰ نسخه کاهش یافته است.

مدیرعامل خانه مطبوعات افزود: این مشکل صرفاً به تیراژ محدود نمی‌شود؛ کاهش حمایت‌ها بر کل فضای تولید محتوا و فعالیت رسانه‌ها در فضای مجازی نیز سایه افکنده و عملاً قدرت مانور و تأثیر گذاری آنها را سلب کرده است.

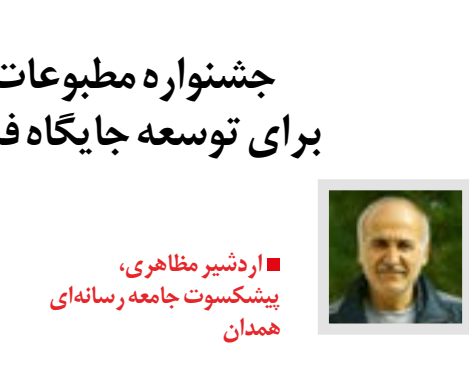
حسینی نسب ضمن قدردانی از تلاش‌های شبانه‌روزی خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای که با وجود حداقل امکانات به کار خود ادامه می‌دهند، تأکید کرد که می‌توان با تمرکز بر کیفیت محتوا و برگزاری منظم جشنواره‌ها و برنامه‌های حمایتی، بخشی از این مشکلات را جبران کرد. وی در این باره تصریح کرد: تنها شرط موفقیت در این مسیر، توجه بیشتر مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مدیران استانی به مطبوعات است. رسانه‌های غرب کشور صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نیستند؛ آنها سنگربانان فرهنگی و اجتماعی منطقه در خطوط مقدم هستند و نباید به حال خود رها شوند. مدیرعامل خانه مطبوعات کردستان در پایان خواستار درک عمیق‌تر نقش محوری رسانه‌های محلی و توجه فوری به نیازهای مالی و حمایتی این حوزه حیاتی شد.



■ **مهدی بکنند، مدیر روابط عمومی، نشریات و امور بین‌الملل استانداری همدان**

نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه را باید فراتر از یک رویداد صنفی یا ویتربینی برای رقابت آثار، به‌مثابه یک آزمایشگاه گفت‌وگو و نقطه‌ای برای بازاندیشی عمیق در ساختار اطلاع‌رسانی و نقش راهبردی رسانه در توسعه پایدار دانست. پیام محوری این جشنواره روشن است: رسانه، به‌عنوان زیربنای بازتولید سرمایه اجتماعی، در عصر دگرگونی‌های فناوری و شبکه‌های هوشمند داده، تنها در بستر گفت‌وگو، همگرایی و تقویت امید اجتماعی می‌تواند نقش خود را از ناقل خبر به تحلیلگر و آینده‌پژوه جامعه ارتقا دهد.

در عصر جدید، جشنواره‌ای چون هگمتانه به‌میدان هم‌افزایی دانایی میان نخبگان رسانه‌ای غرب کشور بدل می‌شود، جایی که مسئولیت اجتماعی و اخلاقی حرفه‌ای در تعامل با نیازهای واقعی جامعه تمرین می‌شود. تأکید بر محورهایی چون نهضت توسعه عدالت آموزشی نیز نشان از بلوغ گفتمانی این حرکت دارد؛ زیرا عدالت آموزشی صرفاً یک سیاست تعلیم‌وپر تربیت نیست، بلکه شاخصی محوری از کیفیت حکمرانی و ضریب توسعه انسانی است که رسانه با تحلیل و تبیین آن، افکار عمومی را بر محور برابری فرصت‌ها و امید بازسازی می‌کند. نگران‌کننده از وضعیت رسانه‌های محلی در این استان، بر نقش حیاتی و استراتژیک مطبوعات در مناطق مرزی و غرب کشور تأکید کرد. وی با بیان اینکه رسانه‌های محلی در استان‌های غربی و مرزی، وظیفه بسیار مهمی در اطلاع‌رسانی، پوشش‌های خبری دقیق و انعکاس مطالبات مردم به حساس‌ترین نقاط کشور ایفا می‌کنند، نسبت به کاهش تأثیر گذاری آنها به دلیل مشکلات مالی هشدار داد.



در روزهایی که پاییز هزار رنگ در کهن‌شهر همدان جلوه‌گری می‌کند، ضرب‌آهنگ برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه با حضور ۶استان غربی ایران در همدان کوک شده و شمارش معکوس برای برگزاری آیین اختتامیه این رویداد فرهنگی و رسانه‌ای ارزشمند در پایتخت تاریخ و تمدن ایران آغاز شده است.

همدان، سرزمینی با پیشینه‌ای کهن در فرهنگ، علم و ادب، اکنون در آستانه گامی تازه در عرصه رسانه‌ای قرار گرفته است. برگزاری این جشنواره می‌تواند نویدبخش آغاز فصلی نو برای رسانه‌های غرب کشور و به‌ویژه همدان باشد؛ استانی که سزارا جایگاهی درخور شأن تاریخی و فرهنگی خویش در این حوزه است.

اگرچه عامه مردم ایران، همدان را خاستگاه اندیشمندان و فرهیختگانی چون باباطاهر شوریده حال، میرزاده عشقی، ملاحسینقلی مشنودی، عالم‌عامل ملاعلی همدانی، عین‌القضات، میرسیدعلی همدانی، داور و شهیدان نامداری چون حسین همدانی و علی شادمانی می‌شناسند، با این حال، این دیار فرهنگی هنوز در عرصه رسانه‌ای به جایگاه شایسته خود دست نیافته است؛ جایگاهی که این جشنواره می‌تواند زمینه‌ساز شکوفایی آن در سطح استانی، منطقه‌ای و حتی ملی باشد.

استقبال چشمگیر استان‌های غربی از این رویداد، نشانه‌ای روشن از اهمیت و جایگاه آن است؛ رویدادی که بی‌تردید با حمایت مسئولان ملی و استانی حداقل می‌تواند به‌صورت دوسالانه در همدان استمرار یابد و در

جشنواره هگمتانه و باز تعریف نقش رسانه در عصر داده‌ها

به سطح راهبردی و سیاست‌گذاری عمومی ارتقا یافته است. رسانه‌های منطقه‌ای تنها زمانی می‌توانند کنشگر توسعه باشند که از مدار خبر صرف خارج شده و به سطح تحلیل و آینده‌پژوهی برسند؛ همان جایی که حقیقت، مسئولیت و امید به هم می‌رسند.

این رویداد همچنین پیوند میان روابط عمومی‌ها و نشریات اصیل را بازتعریف می‌کند. در شرایطی که فضای رسانه‌ای کشور تحت‌تأثیر سرعت و هیاهوی فضای مجازی قرار دارد، تکیه بر اصالت، سابقه و سلامت حرفه‌ای نشریات مکتوب و رسانه‌های مسئول، ضرورتی برای حفظ اعتماد عمومی و بازسازی سرمایه ارتباطی دولت با مردم است. روابط عمومی‌ها، به‌ویژه در ساختار دولت محلی، باید از منطق ارسال خبر به مدیریت گفتمان برسند؛ گفتمانی که در تعامل هوشمند و حرفه‌ای با مطبوعات شکل می‌گیرد. نشریات معتبر، میرانداران حافظه رسانه‌ای هستند و استمرار آن‌ها نیازمند همکاری آگاهانه‌ای است که نه از سر تبلیغ، بلکه از موضع اعتماد و احترام متقابل و نگاه راهبردی انجام گیرد.

بنابراین، جشنواره هگمتانه نه تنها فرصتی برای ارزیابی آثار، بلکه میدان سنجش سطح تعامل روابط عمومی‌ها با نظام رسانه‌ای استان است. تعاملی که اگر به درستی بر محور گفت‌وگوی حرفه‌ای و تقویت مسئولیت‌پذیری دوطرفه هدایت شود، موتور محرک اعتماد عمومی، سرمایه اجتماعی و همبستگی حرفه‌ای میان دولت و رسانه خواهد بود و محصول اطلاع‌رسانی استان را به واقعیت نزدیک‌تر و از شائبه مصلحت‌گرایی دور تر می‌سازد.

جشنواره مطبوعات هگمتانه؛ گامی ارزنده

برای توسعه جایگاه فرهنگی و رسانه‌ای همدان

تقویم فرهنگی کشور جایگاهی ثابت پیدا کند. از سویی، در حالی که کمتر از یک ماه تا برگزاری اختتامیه این جشنواره باقی مانده است، استقبال پرشور فعالان رسانه‌ای غرب کشور یادآور این نکته است که توجه کیفی و کمی به آئین اختتامیه و فرایند دآوری، نقشی تعیین‌کننده در ماندگاری آن خواهد داشت. هرچند قیاس این جشنواره با رویدادهای ملی هنوز زود است، اما تنوع آثار ارسانی، سطح بالای دآوری و انگیزه شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد که می‌توان به آینده روشن آن امیدوار بود.

تجربه‌های گذشته، همچون جشنواره بین‌المللی فیلم کودک و نوجوان که روزگاری به میزبانی همدان برگزار می‌شد و شوربختانه از استان رفت، یادآور این واقعیت است که تداوم یک رویداد فرهنگی تنها با حمایت و اهتمام جدی مسئولان ممکن است، که امید می‌رود این‌بار شاهد تکرار آن تجربه تلخ نباشیم و جشنواره رسانه‌ای هگمتانه در همدان به‌الگویی موفق و ماندگار تبدیل شود.

همدان با برخورداری از بیش از ۲۰۰ رسانه چاپی و برخط فعال، از ظرفیت بالایی برای نقش‌آفرینی در عرصه رسانه‌ای کشور برخوردار است که با آسیب‌شناسی دقیق، برنامه‌ریزی هدفمند و حمایت مادی و معنوی، می‌توان این ظرفیت را به بالندگی رساند و جایگاه رسانه‌ای همدان را به سطح ملی ارتقا داد.

فعالان رسانه‌ای استان، با وجود مشکلات متعدد، با عشق، تعهد، فعالیت حرفه‌ای و تاب‌آوری بالا از کیان رسانه‌ای خود پاسداری کرده و امروز، به‌حق، در حال رقابت شانه‌به‌شانه با رسانه‌های ملی هستند. لذا این تلاش صادقانه، سزارا پشتیبانی جدی از سوی مسئولان است تا با احسن برگزاری نخستین جشنواره مطبوعات و رسانه‌های هگمتانه، برگ زرین حمایت مسئولان ملی و استانی همدان در حوزه رسانه،افزوده شود.



■ **نصرت‌الله طاقتی احسن،مدیرمسئول روزنامه همدان پیام وعضو هیأت مدیره کانون ملی کارآفرینان برتر رسمی**

پویایی رسانه‌ای غرب برای ایران

در دنیای امروز با وجود تغییر و تحولات نظام ارتباطی و اطلاع‌رسانی و فعالیت رسانه‌های جدید و حتی فرد رسانه‌ها در این حوزه جهانی، اما هنوز مطبوعات جایگاه خود را به‌عنوان اصیل ترین و مردمی‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی حفظ کرده‌اند و همچنان به رسالت خود در جامعه که اصلی‌ترین آن نمایندگی از مردم در پیگیری مطالبات و پاسخگو کردن قدرت است، عمل می‌کنند.

ابزار جدید اطلاع‌رسانی نه‌تنها مطبوعات را تحدید نکرده، بلکه به بالندگی آنها ایفای بهتر نقش‌ها و همچنین ارتباط بهتر با مردم کمک کرده است.

در این وضعیت، البته رسانه‌های محلی به‌رغم آنکه در مسیر حرکت با مشکلات و موانعی فراتر از مطبوعات سراسری مواجه بوده‌اند، اما هرگز از مردم فاصله نگرفته و با تمام توان به رسالت خود در اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و مطالبه‌گری عمل کرده و در این راه هزینه‌های مضاعف را نیز به جان خریده‌اند.

امروز مطبوعات محلی در غرب کشور، مطبوعاتی کارآفرین، پویا، مردمی، پیشرو، مطالبه‌گر، به‌روز و باسدار منافع و امنیت ملی هستند.

مطبوعات غرب کشور در جنگ ۱۲ روزه ثابت کردند که برای ایران حاضر به هر نوع فداکاری و ایثار هستند و با فداکاری آنها بود که روحیه وطن‌دوستی توسط رسانه تشدید شد و بخش زیادی از انسجام اجتماعی و اتحاد کشور و فضای جدید با حرکت معقول رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای به‌ویژه فعالان مطبوعاتی شکل گرفت.

اکنون و پس از جنگ ۱۲ روزه، به ثمر نشستن تلاش‌ها برای برگزاری جشنواره مطبوعات غرب کشور تحت عنوان نام جهانی هگمتانه و به میزبانی همدان، آغازی بر پویایی مطبوعات این منطقه با تأثیر مستقیم این جشنواره است.

جشنواره‌ای که تعطیلی یک دهه‌ای آن سبب دوری رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای از هم و نبود فضای تعامل و گفت‌وگو بین آن‌ها برای پیشرفت و توسعه و تعالی منطقه‌ای تحت این عنوان شده بود.

اکنون ضمن قدردانی از تمامی کسانی که برای برگزاری این جشنواره تلاش کردند و خیر مقدم به تمام مهمانان گرمی و اظهار خوشحالی از نقش همدان پیام در حمایت از این رویداد مهم فرهنگی و رسانه‌ای، انتظار می‌رود برگزاری این جشنواره بتواند به همکاری، تعامل و هم‌افزایی رسانه‌ای، تشکیل کارگروه‌های رسانه‌ای، آموزشی و کارآفرینی منجر شده و تقاهمی نو برای تداوم خدمت بی‌منت به ایران عزیز و منطقه غرب کشور و حرکتی نو برای جهش و پویایی رسانه‌ای را سبب شود.



■مجدد فروتن

فروتن در حال حاضر مطبوعات محلی شناسه و هویت فرهنگی یک منطقه به شمار می‌آیند که به عنوان پیش‌قراول فرهنگ، هم عامل توسعه فرهنگ آن جامعه محسوب می‌شوند و هم میزان توسعه و ترقی یک منطقه با آن ارزیابی و محک می‌خورد. وجود مطبوعات محلی با پیشینه تاریخی و فرهنگی، حاوی اطلاعات و داده‌های بسیار از کنش و بینش گذشته جامعه است که می‌تواند پشتوانه بزرگی برای آینده جامعه و روند توسعه مطبوعات جامعه به شمار آید. امروزه هر چند جنب و جوش در مطبوعات محلی در هیاهوی رسانه‌های دیداری و شنیداری و مطبوعات سراسری کمتر است، اما همین پشتوانه تاریخی و فرهنگی باعث شده رونق مطبوعاتی در استان‌ها به نسبت گذشته بیشتر شود. رقابت مثبت مطبوعاتی سبب بهبود کمی و کیفی این بخش می‌شود و یک استمرار پایدار و پویا را به وجود می‌آورد و این پویایی و رسیدن به موقعیت تثبیت، مستلزم پرداخت حرفه‌ای به شغل خبرنگاری و روزنامه‌نگاری با در نظر گرفتن پارادایم‌های امروزی آن است تا به مطبوعات حرفه‌ای با هویت بومی و فرهنگی برسیم. در یک آمار از سال ۱۳۲۴ تا سال ۱۳۲۹ هجری قمری در عهد مشروطه با گسترش و شدت‌یافتن انتشار مطبوعات ۲۰٫۷٪ از نشریات کشور در غرب کشور منتشر می‌شد (جبار لوی بهرام، بررسی توصیفی ویژگی‌های مطبوعات دوران انقلاب مشروطه، ۲۶۴)؛ اما اطلاعات دقیق‌تر نشان می‌دهد که تعداد نشریات این منطقه از رقم ذکرشده بالاتر می‌باشد. در این مختصر نگاهی به ویژگی‌ها و کارکردهای نشریات محلی با تأکید بر وضعیت تاریخی نشریات غرب خواهیم داشت.

۱۱- کار کرد مطبوعات محلی در توسعه جامعه

در باب کارکرد مطبوعات محلی در کنار کارکردهای نشریات سراسری باید گفت که این دسته از مطبوعات به‌طور کلی نقش مهمی در بازتاب نیازها و مشکلات جامعه یک منطقه جغرافیایی داشته و پویایی و رشد آن‌ها به توسعه مطبوعات سراسری منجر می‌شود و افزایش توجه مخاطبان نسبت به این‌گونه نشریات، افزایش خوانندگان و مخاطبان نشریات سراسری را در پی خواهد داشت. نشریات محلی به عنوان یک ابزار فرهنگی بومی، در مقایسه با دیگر رسانه‌ها همچون مطبوعات سراسری، به علت دسترسی آسان به آن‌ها از اقبال مردمی بیشتری برخوردارند و به نوعی رسانه عمومی تری به شمار می‌آیند که صاحبان این رسانه باید از این پشتوانه مردمی برای تأثیرگذاری و مخاطب‌پسندی به‌خوبی استفاده کنند.

اما در کنار این امتیازات مثبت نشریات محلی، این گروه از رسانه‌های مکتوب به دلایل ضعف بنیه اقتصادی، ساختار مدیریتی و اجرایی و نگاه سنتی از وضعیت مناسبی در استان‌ها و شهرستان‌ها برخوردار نیستند و این دلایل سبب شده است تا مطبوعات محلی نتوانند تا حدودی به رسالت و کارکرد اصلی خود نزدیک شوند. کلی‌نگری و یک‌سویه‌نگری از دیگر مشکلات امروزی این رسانه را تشکیل می‌دهد؛ به‌طوری که برای مردم منطقه همیشه تاژیگی نداشته و همان اخبار تکراری روزنامه‌ها و رسانه‌های

کار کرد و ویژگی مطبوعات محلی بانگاهی به تاریخ مطبوعات غرب کشور

سراسری را باظاهری همیشگی تکرار می‌کنند و نوآوری و به‌روز بودن آن‌ها در مقایسه با سرعت دیگر رسانه‌ها کم است. این دلایل باعث شده است که مطبوعات محلی بیشتر از دیگر رسانه‌ها به توجه و حمایت متولیان امر نیازمند باشند تا آن‌ها نیز در این میدان باقی بمانند و به رسالت واقعی خود عمل کنند. کمبود نیروهای حرفه‌ای و متخصص در نشریات محلی و فقدان آموزش‌های لازم مطبوعاتی و مجهزنبودن به منابع، از دیگر مسائل روز مطبوعات محلی است.

آنچه در مطبوعات محلی به‌خوبی قابل مشاهده است، توجه بیشتر به ابزارهای سنتی و نگاه سنتی به حرفه مطبوعات از سوی مدیران این گروه از رسانه‌هاست. اصحاب جراید محلی به ندرت به دنبال کسب دانش نوین و تجهیز به آن هستند تا بتوانند در این راه با رسانه‌های جمعی و مخاطبان خود همراه شوند. پیرامون مطبوعات محلی، ذهنیت‌های منفی نیز شکل گرفته است. عده‌ای آن‌ها را متأثر از رسانه‌های ملی و بین‌المللی می‌دانند و بر این عقیده‌اند که نشریات محلی به نوعی همسر و یا مختصرشده همان نشریات سراسری می‌باشند؛ اما باید در نظر داشت که فضا و شرایط هر یک متفاوت از یکدیگر می‌باشد. برای رفع این ذهنیت‌ها و اینکه نشریات محلی بهتر بتوانند فضا و شرایط تأثیرگذاری بیشتری پیدا کنند و پشتوانه مردمی پیدا کنند، این است که آن‌ها باید قبل از هر چیز بیشتر تولیدکننده باشند؛ زیرا تنها مزیت نسبی مطبوعات محلی و شرط بقای آن همین تولید است. باید کار خلاقانه و تولیدی در مطبوعات محلی سرلوحه کار قرار گیرد. در مرحله دوم نیز مطبوعات محلی باید به شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه‌ی خود بیش از پیش توجه داشته باشند و اشراقی کلی و کامل بر آن داشته باشند، اولویت‌ها و نیازهای بومی و محلی را سرلوحه کار خود قرار دهند تا بتوانند اثرگذاری خود بر هویت منطقه و انسجام‌بخشی جامعه را تقویت نمایند.

در حقیقت احیای ارزش‌ها و هنجارهای محلی و منطقه‌ای در راستای توسعه جوامع محلی از مهم‌ترین کارکردهای یک رسانه محلی به شمار می‌آید. در خصوص ضرورت تقویت فرهنگ بومی از سوی نشریات محلی علاوه بر اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی که اساس کار مطبوعات است، لازم است برای تقویت فرهنگ بومی و ایجاد وحدت بین سطوح جامعه حرکت کنند. با وجود اینکه کارکردهای مطبوعات محلی چندان بر همگان مشخص نشده اما با این امتیازات و انتشار جزئیات رویدادهای محلی مورد اعتماد جامعه خود قرار گرفته‌اند. آنچه به عنوان حلقه گمشده توسعه جامعه‌ها به شمار می‌آید و مطبوعات محلی باید به آن اهتمام بیشتری داشته باشند، این است که به استخراج نیازها و اولویت‌های توسعه محلی و ارائه آن به مسئولان در راه کمک به شناسایی نیازها و



«تاریخ مطبوعات استان کرمانشاه»

اقدام برای حل آن‌ها مبادرت ورزند (رسانه، ش ۹۷، ص ۹۳، ۱۳۷).

۱۱- ویژگی نشریات قدیمی غرب کشور

در زمان قاجاریه به خصوص دوران مشروطه‌خواهی، نشریات محلی به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان فرهنگی در ایجاد آماذگی پذیرش مشروطه و ورود به شرایط اجتماعی- سیاسی آن و پیروزی و آشنا کردن مردم با ترقی و پیشرفت کشور نقش عمده‌ای داشتند. به همین سبب در این دوره شمار زیادی از افراد به چاپ نشریه مبادرت کردند. به‌طور عمومی این نشریات انقلابی و آزادی‌طلب بودند و مردم را به چند موضوع مهم که عبارت بودند از: تعلیم و تربیت، تمدن جدید، عدل و قانون، نظم و ترتیب، عبرت از کار زاین، تذکر مفاخر، دعوت به اخوت اسلامی و معرفی سیاست روس و انگلستان در آسیا دعوت می‌کردند. (فرید سید قاسم، ۱۳۷۶، ۲۶).

۱۱- الف – محتوای نشریات

- از لحاظ تاریخی اغلب نشریات غرب کشور متعلق به بازه زمانی اواخر دوره قاجاریه و به خصوص شکل‌گیری انقلاب مشروطیت هستند و شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حاصل از این انقلاب باعث شکل‌گیری آن‌ها شد.
- از ویژگی‌های نشریات محلی این دوره ذکر اخبار شهر در کنار حوادث داخلی و خارجی، اخبار مشروطه و مجلس، در این دوره نشریات عمومی و حاوی اخبار و حوادث داخلی و خارجی بودند. برخی از این نشریات فقط اخبار و مطالب مرتبط با شهر خود را درج می‌کردند.
- از دیگر ویژگی‌های نشریات این دوره می‌توان به نقل و ذکر صرف حوادث و اخبار و عدم توجه به تحلیل و بررسی حوادث، به کار بردن نشر کهن، مصنوع و مزین به آرایه‌های ادبی در سبک نوشتاری به جای استفاده از زبان محاوره‌ای با توجه به شرایط و سن مخاطبان بود.
- عمر کوتاه، استفاده از کاغذ نامرغوب و کیفیت نامناسب چاپ و صفحه‌بندی، اندازه‌های غیرمرسوم و همچنین تعلق به شکل‌های صنفی و طبقات اجتماعی و اقتصادی از دیگر خصوصیات نشریات غرب کشور بود.
- اکثر نشریات این دوره به‌صورت هفتگی و یا دوهفته‌نامه که چندان دارای نظم انتشار نبودند، در قطع روزنامه معمولی و عرف زمانه در ۲ یا ۴ صفحه چاپ و منتشر می‌شدند. نشریات در دوره قاجار سهیم

و درآمد چندانی از چاپ آگهی نداشت‌ه 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 این دوره محتوای فرهنگی و اطلاع‌رسانی در موضوعات عناصر آموزشی چون قرائت‌خانه، مدارس و تدریس و فعالیت‌های فرهنگی بود.

۱۱- ب – فرم

- بیشتر نشریات نخستین غرب کشور دارای مالکیت شخصی بودند و همین موضوع در شکل و نوع طراحی آن تأثیر فراوان می‌گذاشت. زیرا روزنامه‌ها با هزینه شخصی به چاپ می‌رسید و مسأله محدودیت هزینه، سبب می‌شد که از تزئینات و مصورسازی کمتر استفاده شود و بیشتر دغدغه‌ی اصلی آن‌ها بیان دیدگاه مسئولان روزنامه بوده است.

•همچنین مضمون روزنامه، ارتباطی مستقیم با نوع طراحی آن داشته و با توجه به زمینه تاریخی اثر و وقایع سیاسی و اجتماعی آن دوره، هدف اصلی این روزنامه‌ها، بیان دیدگاه‌ها و عقاید سیاسی مسئولان آن‌ها بوده است؛ این امر موجب شده که به جای طراحی و استفاده‌ی بیشتر از عناصر تصویری با متن مواجه باشیم (عفت‌السادات افضل طوسی و الهام محمدخانی، ویژگی‌های بصری روزنامه‌های دوره قاجار، مجله‌ی گنجینه اسناد، ش ۷۸، ص ۸۹، ۷۶ و ۷۷).

•جراید در این عهد، اصول اولیه طراحی، صفحه‌بندی و ترکیب‌بندی را رعایت نمی‌کردند. نشریات در ساده‌ترین شکل و ترکیب‌بندی، بدون طراحی هنری توأم با ابتکار و نوآوری ترئین شده است و ترکیب‌بندی فضای متنی نیز چندان ساختار حرفه‌ای ندارد و در صفحه‌ارایی الگوی آن‌ها نشریات کشوری بود. چیدمان مطالب و طراحی صفحات نشریه نیز به‌ویژه صفحه اول با توجه به شرایط و فضای صفحه و حجم نوشته‌ها انجام می‌شد و صفحه‌بندی در قالب ستون‌های نامنظم معمولاً سه‌الی پنج ستونی بدون کادربندی جهت جداسازی مطالب انجام می‌شد. بیشتر نشریات این دوره از لحاظ تزئینات و لوگو نشریه از فن صرفه‌جویانه – که در مقابل فن پررقشی قرار دارد – بهره‌بردار ی شده است. در این فن، طراح، انتخاب عناصر بصری را در نهایت اختصار و سادگی انجام داده و طرح مزبور از لحاظ بصری، تداعی‌کننده خلوص، فروتنی و فقر است (همان، ۷۹).

- استفاده از تصویر و عکس در نشریات کمتر مرسوم بود و اکثر صفحات آن‌ها شامل متن و نوشته بود و در هیچ‌یک از نشریات این دوره از تصویرسازی و تصویرگری استفاده نشده است. لوگو نشریات اغلب چندان با مضمون و محتوا و زمینه نشریه هم‌خوانی ندارد و دارای طراحی مناسب با استفاده از عناصر تزئینی و اصول گرافیکی نیست. اغلب آن‌ها با طراحی‌های ساده تداعی‌کننده‌ی مضمون و هدف نشریه نبودند.

بیشتر نشریات لوگو خود را در وسط صفحه تعبیه کرده بودند، اما نشریات نیز بودند که بدون توجه به فضا و انقلاب مشروطیت هستند و شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حاصل از این انقلاب باعث شکل‌گیری آن‌ها شد.
• از ویژگی‌های نشریات محلی این دوره ذکر اخبار شهر در کنار حوادث داخلی و خارجی، اخبار مشروطه و مجلس، در این دوره نشریات عمومی و حاوی اخبار و حوادث داخلی و خارجی بودند. برخی از این نشریات فقط اخبار و مطالب مرتبط با شهر خود را درج می‌کردند.

- از دیگر ویژگی‌های نشریات این دوره می‌توان به نقل و ذکر صرف حوادث و اخبار و عدم توجه به تحلیل و بررسی حوادث، به کار بردن نشر کهن، مصنوع و مزین به آرایه‌های ادبی در سبک نوشتاری به جای استفاده از زبان محاوره‌ای با توجه به شرایط و سن مخاطبان بود.
- عمر کوتاه، استفاده از کاغذ نامرغوب و کیفیت نامناسب چاپ و صفحه‌بندی، اندازه‌های غیرمرسوم و همچنین تعلق به شکل‌های صنفی و طبقات اجتماعی و اقتصادی از دیگر خصوصیات نشریات غرب کشور بود.
- اکثر نشریات این دوره به‌صورت هفتگی و یا دوهفته‌نامه که چندان دارای نظم انتشار نبودند، در قطع روزنامه معمولی و عرف زمانه در ۲ یا ۴ صفحه چاپ و منتشر می‌شدند. نشریات در دوره قاجار سهیم

۱۱- قدیمی ترین نشریات غرب کشور

تاریخ انتشار نخستین نشریه در ارومیه به سال ۱۲۶۵

هجری قمری ۱۸۴۹ میلادی برمی‌شود که در آن سال نشریه‌ای به زبان آسوری با نام زاهریرادی باهارا (زهریرای باهره) به معنای شعاع نور یا اشعه روشنایی در ارومیه منتشر شد. این نشریه توسط دکتر جاستین پرکینز، رهبر هیأت مذهبی آمریکایی انتشار یافت. به روایت دیگری صاحب امتیاز و مدیر آن یوسف خنات بث صوما از آشوریان ارومیه بود.

نام دیگر این نشریه زاراریت باهارا بود که بیش از نیم قرن به فعالیت خودش ادامه داد. نکته حایز اهمیت در خصوص این نشریه ذکر این مطلب است که نشریه مذکور علاوه بر اینکه نخستین نشریه شهرستانی و نخستین نشریه مذهبی ایران بوده است، نخستین نشریه آسوری زبان جهان نیز تلقی می‌شود. این روزنامه نقش بسیار مهمی در بیداری فکری و فرهنگی جامعه مسیحی آشوری در منطقه آذربایجان داشت.

از قدیمی‌ترین نشریه استان لرستان، می‌توان به نشریه لرستان اشاره کرد که به سال ۱۳۰۴ شمسی منتشر شد. صاحب امتیاز و مدیر آن غلامحسین خان ارشد بود. این نشریه ابتدا در شهر بروجرد منتشر شد و بعد از مدتی در شهر خرم‌آباد به انتشار خود ادامه داد. این نشریه ابتدا به صورت هفتگی منتشر و یک نشریه سیاسی، اجتماعی و خبری محسوب می‌شد. از نظر خط مشی سیاسی، از سیاست‌های حکومت حمایت می‌کرد.

پیشگام مطبوعات در شهر کرمانشاه نشریه بیستون نام دارد که در سال ۱۳۲۵ هجری قمری / ۱۹۰۷ میلادی / ۱۲۸۶ شمسی به‌صاحب امتیازی ابوالقاسم لاهوتی و مدیریت مهدی فرهمپور (صدیق دفتر) در این شهر منتشر شد.

پس از تأسیس حزب کمونیست ایران، این روزنامه یکی از روزنامه‌های این حزب محسوب می‌شد. بیستون در ابتدا هفته‌ای دو شماره و در هر شماره با تیراژ ۵۰۰ نسخه منتشر می‌شد و محل چاپ آن چاپخانهٔ شرافت احمدی کرمانشاه بود. با غزیمت صاحب امتیاز نشریه از کرمانشاه، انتشار بیستون پس از ۱۱ شماره متوقف شد. محتوای کلی آن اخبار رسمی دولتی، اوضاع سیاسی ایران و جهان، اخبار محلی کرمانشاه و مطالب آموزشی و اخلاقی بود. نشریه بیستون نقش بسیار مهمی در آگاهی عمومی داشت.

نشریه کرمانشاه هم یکی از قدیمی‌ترین نشریات این شهر می‌باشد که بین سال ۱۳۲۵ یا ۱۳۲۶ هجری قمری توسط عبدالحسین خان فرمانفرما، حاکم کرمانشاه منتشر شد.

از نخستین‌های نشریه استان ایلام می‌توان به نشریه پیشاهنگ اشاره کرد. تاریخ انتشار آن سال ۱۳۲۴ شمسی صاحب امتیاز و مدیر آن غلامحسین فرهمند از فعالین بود. مطبوعاتی ایلام بود. این نشریه به صورت هفتگی در شهر ایلام منتشر می‌شد. محتوای آن عمومی، هفتگی و خبری بود و نقش مهمی در آگاهی‌بخشی و

نخستین نشریه همدان در آستانه پیروزی مشروطه‌خواهان به نام عدل مظفری در تاریخ ۱۱ شوال ۱۳۲۴ هجری قمری / ۱۷ آذر ۱۲۸۵ شمسی / ۲۸ نوامبر ۱۹۰۶ میلادی منتشر شد. این نشریه در عهد مظفرالدین شاه قاجار به همت حسین‌خان طیبی، پزشک ظهیرالدوله، حاکم ترقی‌خواه و مشروطه‌طلب همدان منتشر شد. این روزنامه که سرآغاز تاریخ مطبوعات همدان محسوب می‌شود- با هیاهوی مشروطه‌خواهی و آزادطلبی و آشتی مردم با واژه‌های آزادی اندیشه، قلم و قانون اساسی هم‌زمان بود. ظهیرالدوله خود در باب اعلان وعده چاپ روزنامه در همدان می‌نویسد: «به اجازه حکومت جلیله اعلان می‌شود مجلس فواید عمومی همدان روزنامه‌ای چاپ و منتشر خواهد کرد که حاوی شش ستون خواهد بود از این قرار که ستون اول اخبار داخلی ایران و سایر بلدان ایران، ستون دوم اخبار داخلی همدان، ستون سوم متعلق به تنظیمات، ستون چهارم متعلق به تجارت و فواید آن، ستون پنجم مطالب متفرقه و ستون ششم اعلانات از هر قبیل، قیمت این روزنامه در همدان ورقی یک عباسی و در سایر نقاط ایران ورقی پنج شاهی و هر ده روز یک ورقه چاپ خواهد شد و تا ععد خوانندگان به صد و ده نرسد شروع نخواهد شد.

هر کس طالب است باید خودش یا یک نفر از طرف ذی‌شرفش زحمت کشیده به مجلس فواید عمومی تشریف شریف ارزانی داشته نام نامی‌اش را در دفتر این کار ضبط و قیمت ۶ مامه را پیش کرم فرماید» (خاطرات و اسناد ظهیرالدوله، ۲۶۵). در چند صفحه بعد ظهیرالدوله پس از نامیدن این نشریه به نام عدل مظفری خبر از چاپ این روزنامه در همدان به تاریخ ۱۱ شوال ۱۳۲۴ هجری قمری می‌دهد و به مطالب مندرج در نخستین شماره آن با همان ترتیب و تقسیم‌بندی اشاره می‌نماید.

توسعه فرهنگی این منطقه در آن دوران داشت.

روزنامه کردستان از قدیمی‌ترین نشریه استان کردستان است. این نشریه در سال ۱۳۲۰ هجری قمری / ۱۲۸۱ شمسی / ۱۹۰۳ میلادی منتشر شد. موسس و مدیر آن میرزا عبدالرحیم خان مشیرالملک بود که بعدها به «مشیراعلی» معروف شد.

او فردی تحصیل کرده بود. این نشریه ابتدا در شهر سنندج چاپ و منتشر می‌شد و به دلیل فشارهای سیاسی، این نشریه در چند شهر مختلف به انتشار خود ادامه داد. این روزنامه به زبان فارسی و با خط نستعلیق چاپ می‌شد. در مجموع حدود ۳۶ شماره از این روزنامه منتشر شد. نشریه کردستان یک روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بود که اخبار داخلی ایران و اخبار مناطق کردنشین را پوشش می‌داد و نمادی از بیداری فکری و فرهنگی در منطقه کردستان محسوب می‌شد.



«تاریخ مطبوعات استان کرمانشاه»

«تاریخ مطبوعات استان کرمانشاه»

نخستین نشریه همدان در آستانه پیروزی مشروطه‌خواهان به نام عدل مظفری در تاریخ ۱۱ شوال ۱۳۲۴ هجری قمری / ۱۷ آذر ۱۲۸۵ شمسی / ۲۸ نوامبر ۱۹۰۶ میلادی منتشر شد. این نشریه در عهد مظفرالدین شاه قاجار به همت حسین‌خان طیبی، پزشک ظهیرالدوله، حاکم ترقی‌خواه و مشروطه‌طلب همدان منتشر شد. این روزنامه که سرآغاز تاریخ مطبوعات همدان محسوب می‌شود- با هیاهوی مشروطه‌خواهی و آزادطلبی و آشتی مردم با واژه‌های آزادی اندیشه، قلم و قانون اساسی هم‌زمان بود. ظهیرالدوله خود در باب اعلان وعده چاپ روزنامه در همدان می‌نویسد: «به اجازه حکومت جلیله اعلان می‌شود مجلس فواید عمومی همدان روزنامه‌ای چاپ و منتشر خواهد کرد که حاوی شش ستون خواهد بود از این قرار که ستون اول اخبار داخلی ایران و سایر بلدان ایران، ستون دوم اخبار داخلی همدان، ستون سوم متعلق به تنظیمات، ستون چهارم متعلق به تجارت و فواید آن، ستون پنجم مطالب متفرقه و ستون ششم اعلانات از هر قبیل، قیمت این روزنامه در همدان ورقی یک عباسی و در سایر نقاط ایران ورقی پنج شاهی و هر ده روز یک ورقه چاپ خواهد شد و تا ععد خوانندگان به صد و ده نرسد شروع نخواهد شد.

هر کس طالب است باید خودش یا یک نفر از طرف ذی‌شرفش زحمت کشیده به مجلس فواید عمومی تشریف شریف ارزانی داشته نام نامی‌اش را در دفتر این کار ضبط و قیمت ۶ مامه را پیش کرم فرماید» (خاطرات و اسناد ظهیرالدوله، ۲۶۵). در چند صفحه بعد ظهیرالدوله پس از نامیدن این نشریه به نام عدل مظفری خبر از چاپ این روزنامه در همدان به تاریخ ۱۱ شوال ۱۳۲۴ هجری قمری می‌دهد و به مطالب مندرج در نخستین شماره آن با همان ترتیب و تقسیم‌بندی اشاره می‌نماید.

معاون اسبق امور مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در گفت‌و‌گو با همدان‌پیام:

رسانه اشرف موضوعات است



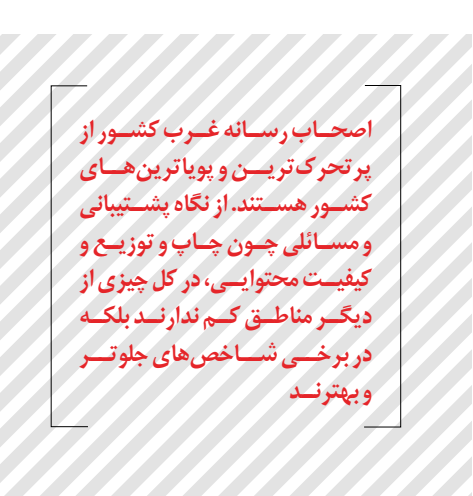
کیفی غفلت‌کنندوتنه‌ابه‌عنوان‌گردهمایی‌اصحاب‌رسانه‌توجه‌شود،ج‌ز هزینه‌نمری‌نخواهدداشت.

■ **مهم‌ترین پیشنهاد شما برای اثر گذاری هر چه بیشتر جشنواره چیست؟**

معتقدم که جشنواره باید از شیوه ارسال کار برای جشنواره عبور کند و شاید هم کرده باشد. در جشنواره‌ها باید به رسانه و مطبوعات آنگونه که هستند نگر بسته شود و هر آنچه هست را ارزیابی کنند، نه به کارهای جشنواره‌ای و سفارشی پرداخته شود و از روند کلی رشد محتوایی و کیفی غفلت شود. در سال‌های دور، ما جشنواره فصلی مطبوعات را بدین گونه برگزار می‌کردیم که شیوه اثر بخشی در کیفیت بخشی بود.

■ **در جنگ ۱۲ روزه مطبوعات غرب کشور و نقش رسانه‌ها در انسجام اجتماعی را چطور دیدید؟**

رسانه یک واقعیت‌انکار ناپذیر در همه موضوعات جهان است، چه در جنگ، چه غیر جنگ. اصلاً “رسانه اشرف موضوعات” است. هیچ



■سمانه جهانگیری عرش

■ **استان همدان** آبان ماه امسال رویداد جدیدی از جنس فرهنگ و رسانه را تجربه خواهد کرد، به طوری که جشنواره رسانه‌های غرب کشور در همدان، استان پایتخت تاریخ و تمدن برگزار خواهد شد.

این موضوع می‌تواند فرصتی برای استان تمدن‌ساز همدان باشد تا بار دیگر داشته‌های ارزشمند خود را در حوزه رسانه و اینکه بر اساس آمارهای وزارت ارشاد در سال‌های گذشته به عنوان دومین استان روزنامه‌خوان کشور شناخته شد، به رخ بکشد.

قطعاً این جشنواره قادر است ضمن فراهم کردن زمینه لازم برای یک رقابت سازنده، داد و ستدهای فکری و تبادل اندیشه‌ها در زمینه‌های مختلف رسانه‌ای و فرهنگی را مهیا سازد. تبادل تجربیات و اندیشه‌ها به‌عنوان یکی از ویژگی‌های برجسته در کار رسانه است که جشنواره مطبوعات غرب کشور می‌تواند محل تقویت افکار جدید و اندیشه‌های نو در عصر دیجیتال و هوش مصنوعی باشد.

بر کسی پوشیده نیست که باظهور رسانه‌های مجازی، نیاز به تغییر رویکردها برای ماندگاری در این عرصه یک ضرورت است. بنابر این توجه به این مهم و استفاده از خرد جمعی می‌تواند دستاورد مهم گردهمایی رسانه‌های غرب به میزبانی استان همدان باشد.
بالین دیدگاه مصاحبه‌ای با محمدجعفر محمدزاده، معاون اسبق امور و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مدیر پیشین رادیو سراسری ایران که خود نویسنده، پژوهشگر و کارشناس فرهنگ و رسانه است، ترتیب دادیم که ماحصل آن را در زیر می‌خوانید:

■ **ارزیابی شما از وضعیت مطبوعات ایران و ویژه مطبوعات غرب کشور چیست و آینده رسانه‌های مکتوب را چطور ارزیابی می‌کنید؟**

در آغاز به همه همکاران در حوزه رسانه و مطبوعات سلام عرض می‌کنم و بهترین‌ها را برای همه آرزو می‌کنم. به‌ویژه دوستان و همکاران غرب کشور و مخصوصاً شهر همدان و همه کسانی که در برگزاری جشنواره یاری رسانده‌اند.

واقعیت مطبوعات امروز با سال‌های گذشته متفاوت است. اگر مقصود مطبوعات کاغذی و مکتوب است، تفاوت‌ها بسیار است و سهم اندکی از رسانه به آن مرتبط می‌شود. رسانه امروز امری تحول‌یافته است و از آنجا که محور و مدار بسیاری از امور جهان یا رسانه مرتبط است، من امیدوارم که رسانه‌ها ما پایه‌پای تغییرات و تحولات جهان پیشرفت کرده باشند.

■ **جایگاه مطبوعات غرب کشور و تأثیر مطبوعات در تحولات این منطقه را چطور می‌بینید؟**

مطبوعات غرب کشور در سال‌های نه چندان دور از توسعه‌یافته‌ترین مطبوعات مناطق مختلف کشور بودند، حتی بیشتر و بهتر از مناطقی که عمر مطبوعات آن‌ها به دوره مشروطه می‌رسد. اما امروز را من نمی‌توانم ارزیابی دقیقی داشته باشم چون قدری فاصله دارم. اگر چه می‌شناسم اصحاب رسانه غرب کشور را که از پر تحرک‌ترین و پویاترین‌های کشور هستند. از نگاه پشتیبانی و مسائلی چون چاپ و توزیع و کیفیت محتوایی، در کل چیزی از دیگر مناطق کم ندارند بلکه در برخی شاخص‌های جلوتر و بهترند.

■ **آیا جشنواره مطبوعات می‌تواند تحول کیفی در مسیر مطبوعات ایجاد کند؟**

جشنواره‌به‌خودی‌خودمنه‌ای‌تأثیرگذاری‌برکیفیت‌ومحتولمعنی‌ندارد جشنواره‌هدفمند،جشنواره‌ای‌است‌که‌ضمن‌نشان‌دادن‌شاخص‌هاو معیارهای‌رشد‌کیفی،‌چهارراه‌گفت‌و‌گوو‌آموزش‌وتبادل‌تجربیات‌باشد. به‌واقع‌من‌نمی‌دانم‌برنامه‌هادرجشنواره‌کنونی‌چنین‌کارکردی‌دارندیا نه؟درجشنواره‌بایدبه‌ترین‌ها،به‌درستی‌لاوری‌ودیده‌ومعرفی‌شوند‌در کنل‌آن‌باب‌گزاری‌کارگاه‌های‌آموزشی،‌خوبی‌هاو‌خوبی‌ها‌تکثیر‌شوند‌اگر جشنواره‌صرفاً‌به‌کمیت‌هاو‌تعدادش‌درک‌کنندگان‌بیر‌دراواز‌تقاءسطح

در گفت‌و‌گو با ۲ روزنامه‌نگار:

چالش‌ها و فرصت‌های روزنامه‌نگاری بررسی شد

■ **افشاری:** جشنواره‌ها باید دائمی و تخصصی شوند

■ **بختیاریان:** نقش رسانه‌ها در شکل دهی به افکار عمومی مهم است

به صورت دوره‌ای برگزار شوند، فضای رقابت بین رسانه‌ها و همین

طور خبرنگاران شکل می‌گیرد که می‌تواند به بهبود عملکرد رسانه‌ها کمک کند. اما اگر جشنواره به‌صورت مقطعی و موسمی برگزار شود، تأثیر چندان‌ی در ارتقای کیفیت آثار نخواهد داشت. همچنین، کیفیت داوری و جوایز، مهم است. داوران باید بی‌طرف باشند و معیارهای حرفه‌ای و شفاف برای ارزیابی آثار تعیین شود. از سوی دیگر، جوایز باید ارزش مادی داشته باشد تا جذابیت برای شرکت‌کنندگان و برندگان جشنواره ایجاد کند. ارزش مادی قابل توجه می‌تواند، نقش محوری به جشنواره‌ها بدهد. متأسفانه در اغلب موارد، عمده هزینه‌ها در بخش تشریفات مصرف می‌شود و به خصوص در سال‌های اخیر، ارزش مادی جوایز چنگی به دل نمی‌زند.

■ **آیا شما بر این باورید که رسانه‌ها نیاز به آموزش‌های ویژه برای بهبود مهارت‌های حرفه‌ای خود دارند؟ چه برنامه‌ریزی‌هایی باید برای آموزش خبرنگاران و روزنامه‌نگاران در این زمینه انجام شود؟**

افشاری: بله، قطعاً. رسانه‌ها نیاز به آموزش دارند. متأسفانه در حال حاضر آموزش‌های ضمن خدمت در رسانه‌ها تعطیل است و بیشتر رسانه‌ها به دلیل مشکلات اقتصادی فقط به فکر بقا هستند. به همین دلیل، آموزش برای آنها اولویت دوم به‌حساب می‌آید. من تا به حال نشنیده‌ام که رسانه‌ای به‌طور مرتب دوره‌های آموزشی برگزار کند. البته برخی از رسانه‌ها در حوزه‌هایی مانند ستو آموزش‌هایی می‌دهند، ولی این آموزش‌ها به‌صورت مستمر و جدی نیست.

بختیاریان: بله، قطعاً. روزنامه‌نگاری یک حرفه است، نه یک شغل. بنابراین آموزش‌های مستمر و بازآموزی‌های حرفه‌ای جزو لوازم ضروری برای ارتقای این حرفه است. متأسفانه در حال حاضر به این موضوع کمتر توجه شده است. در شهرهایی مانند تهران و مشهد برخی دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت برگزار می‌شود، اما در همدان با کمبود این گونه دوره‌ها مواجه هستیم. باید از تجربیات روزنامه‌نگاران با سابقه در کارگاه‌های آموزشی برای خبرنگاران جوان‌تر استفاده شود. همچنین باید دوره‌های آموزشی به‌طور مستمر برگزار شود و حتی بهتر است الزامی باشد که هر خبرنگار حداقل ۲۰ ساعت آموزش در سال بگذراند و البته خوب می‌دانیم که این الزام زمانی می‌تواند وجود داشته باشد که رسانه، درآمد کافی و در نتیجه حقوق مناسبی به خبرنگاران پرداخت کند.

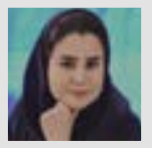
■ **رسانه‌ها به عنوان یک نهاد منتقد در جامعه چه نقشی در شکل‌گیری افکار عمومی و نظارت بر مسئولان دارند؟ جایگاه رسانه‌ها به‌ویژه در عرصه مطبوعات را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

افشاری: رسانه‌ها نقش اصلاح‌گر دارند و نقش آینه‌ای را برای جامعه ایفا می‌کنند. با ظهور شبکه‌های اجتماعی، این نقش پررنگ‌تر شده است، زیرا هر فرد می‌تواند به‌عنوان یک رسانه عمل کند. شبکه‌های اجتماعی باعث شده‌اند که مسئولین بیشتر مراقب رفتار خود باشند. رسانه‌ها به‌ویژه در نقش انتقادی و اصلاحی خود خیلی مؤثرتر شده‌اند. رسانه‌ها بدون جامعه و جامعه بدون رسانه نمی‌توانند زندگی کنند، زیرا رسانه‌ها نقش مهمی در اطلاع‌رسانی و نظارت دارند.

بختیاریان: نقش رسانه‌ها در نظارت بر عملکرد مسئولان دولتی و شکل‌دهی به افکار عمومی بسیار مهم است. جایگاه رسانه‌ها در حال تقویت است، اما این فرآیند کند است و سرعت پیشرفت آن نسبت به دیگر کشورها کمتر است. در ایران رسانه‌های مجازی نفوذ قابل توجهی پیدا کرده‌اند و حتی از رسانه‌های رسمی پیشی گرفته‌اند. با این حال، اگر رسانه‌های رسمی از آزادی‌های بیشتری برخوردار شوند، می‌توانند بهتر نقش نظارتی خود را ایفا کنند.

بنابراین، اگر نهادهای ناظر، به رسانه‌های کاغذی و مجازی اما رسمی، اعتماد بیشتری کند و آزادی‌های لازم را به آنها بدهد، می‌تواند نقش مهم‌تری در نظارت بر مسئولان و تقویت افکار عمومی ایفا کنند.

■ **با توجه به گسترش رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، آیا رسانه‌های مکتوب توانسته‌اند با استفاده از**



■ نیلوفر بهرمندنژاد

■ **در دنیای پرچالش امروز، رسانه‌ها نقشی کلیدی در شکل‌گیری افکار عمومی و نظارت بر عملکرد مسئولان ایفا می‌کنند. از این رو، پرسش‌هایی نظیر چگونگی ارتقای کیفیت رسانه‌ها، تأثیر جشنواره‌ها و لزوم آموزش‌های مستمر خبرنگاران، موضوعاتی هستند که در بسیاری از محافل رسانه‌ای مطرح می‌شوند. به همین دلیل، ما با محسن افشاری و امیر بختیاریان، ۲ نفر از روزنامه‌نگاران با تجربه که سال‌هاست در عرصه روزنامه‌نگاری کشوری و استانی فعالیت می‌کنند، گفت‌و‌گو کردیم تا از دیدگاه‌های آنها در این زمینه آگاه شویم.**

■ **در ابتدا خودتان را به‌طور کامل معرفی کنید؟**



■ محسن افشاری

افشاری: محسن افشاری هستم و در حال حاضر در حوزه روزنامه‌نگاری فعالیت می‌کنم.

بختیاریان: امیر بختیاریان هستم. در مدت ۳دهه در زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی فعالیت‌های مختلفی داشته‌ام، از جمله انتشار یادداشت، تحلیل، سرمقاله و مصاحبه. این فعالیت‌ها هم برای تشریح محلی و هم برای نشریات سراسری بوده است. در دهه ۹۰ نیز مدیر مسئول و سرریبر یک هفته‌نامه به نام «عبارت» بودم که حدود ۴۰ شماره منتشر شد، اما به دلیل مسائل اقتصادی انتشار آن متوقف شد. اکنون هم همچنان به‌طور غیر مستقیم با مطبوعات همکاری دارم.

■ **درباره جشنواره مطبوعات، چه تأثیری در ایجاد فضای رقابت میان رسانه‌ها و ارتقای کیفیت تولید خبری در استان داشته است؟ آیا این رقابت به بهبود عملکرد رسانه‌ها کمک کرده است یا خیر؟**

افشاری: به نظر من، جشنواره‌ها در این زمینه تأثیرگذار نبوده‌اند، چون معمولاً در برگزاری این جشنواره‌ها نظم خاصی وجود ندارد و رسانه‌ها به دلیل حضور در این جشنواره‌ها، کیفیت خود را افزایش نمی‌دهند. رسانه‌ها به دلیل حضور در جشنواره‌ها هزینه و وقت نمی‌گذارند تا کیفیت خود را بهبود بخشند. البته ممکن است برخی روزنامه‌نگاران به‌صورت فردی در ذهن خود این انگیزه را داشته باشند که در این جشنواره‌ها آثارشان رتبه بگیرد و این امر می‌تواند به کیفیت فردی آنها کمک کند، اما رسانه‌ها به‌طور کلی این‌طور عمل نمی‌کنند.

بختیاریان: جشنواره مطبوعات در صورتی که به‌طور مستمر برگزار شود (سالانه، فصلی یا حتی موضوعی) می‌تواند در ارتقای کیفی آثار تولیدی رسانه‌ها مؤثر باشد. در صورتی که جشنواره‌ها



■ امیر بختیاریان

بختیاریان: درست است که در سال‌های اخیر رسانه‌های مجازی به سرعت در حال پیشرفت هستند و نقش رسانه‌های کاغذی کم‌رنگ‌تر شده‌است. اما رسانه‌های کاغذی همچنان در زمینه کیفیت و اعتبار، نقش مهمی دارند. این که رسانه‌های مکتوب بتوانند از جذابیت‌های بصری و گرافیکی استفاده کنند، می‌تواند به آنها در رقابت با رسانه‌های جدید کمک کند. با این حال، باو کارآمدی رسانه‌های مکتوب به میزان آزادی‌هایی که به آن‌ها داده می‌شود بستگی دارد. در صورتی که رسانه‌های کاغذی آزادی بیشتری داشته باشند، می‌توانند موفق‌تر عمل کنند.

■ **مهم‌ترین پیشنهاد شما برای اثر بخشی بیشتر جشنواره مطبوعات چیست؟ آیا این جشنواره‌ها می‌توانند نقش مؤثری در بهبود کیفیت رسانه‌ها و تقویت ارتباط آن‌ها با مخاطب داشته باشند؟**

افشاری: مهم‌ترین پیشنهاد من این است که جشنواره‌ها باید دائمی و منظم برگزار شوند. اهالی رسانه باید بدانند که این جشنواره‌ها در تاریخ و مکان مشخصی برگزار می‌شوند. همچنین جشنواره‌ها باید به سمت تخصصی شدن پیش بروند و به چند بخش مختلف تقسیم شوند. به این ترتیب، رسانه‌ها و خبرنگاران می‌توانند بر روی بخش‌های مشخصی از کار خود تمرکز کنند. علاوه بر این، کارگاه‌های آموزشی باید به‌طور مرتب برگزار شوند تا خبرنگاران و روزنامه‌نگاران با آخرین پیشرفت‌ها و تکنولوژی‌ها آشنا شوند. این کارگاه‌ها می‌توانند به بهبود کیفیت رسانه‌ها کمک کنند. حتی با وجود شبکه‌های اجتماعی، روزنامه‌ها و رسانه‌های کاغذی هنوز زنده و فعال هستند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی هر چند در این چندسال تیراژ و نفوذ روزنامه‌ها و نشریات کاغذی را به شدت تهدید کرده‌اند اما با اجرای تکنیک‌ها و ترفندهای خلاقانه می‌توانند در آینده سبب رشد روزنامه‌ها و نشریات کاغذی شوند.

بختیاریان: برگزاری مستمر جشنواره‌ها به‌طور قطع تأثیر گذار است. علاوه بر این، سیاست‌های جشنواره باید شفاف و مکتوب باشد. جشنواره‌ها باید اهداف، مأموریت‌ها و سیاست‌های خود را به‌طور واضح اعلام کنند. همچنین، ایجاد دبیرخانه و سایت اینترنتی فعال برای هر جشنواره ضروری است. آثار منتخب جشنواره‌ها باید در این پایگاه منتشر شوند و دلایل انتخاب به صورت شفاف، گزارش شود.

داوران جشنواره‌ها باید دارای تجربه و شرایط حرفه‌ای لازم باشند تا فرآیند داوری به‌طور بی‌طرفانه انجام شود. این موارد می‌تواند در بهبود کیفیت رسانه‌ها و تقویت ارتباط آنها با مخاطب مؤثر باشد.



■ فاطمه عباسیان

ف در عصر شتابناک تحولات فناوریانه، رسانه‌ها بیش از هر زمان دیگری در معرض تغییر و بازتعریف قرار گرفته‌اند. امروز دیگر دنیای خبر و روزنامه‌نگاری به قلم و کاغذ محدود نیست؛ هوش مصنوعی، الگوریتم‌ها و ابزارهای دیجیتال، شیوه تولید، توزیع و حتی درک ما از محتوا را دگرگون کرده‌اند. در چنین فضایی، پرسش‌هایی اساسی در ذهن فعالان رسانه‌ای شکل گرفته است:

آیا هوش مصنوعی تهدیدی برای روزنامه‌نگاران است یا فرصتی برای رشد و خلاقیت بیشتر؟
مرز میان تولید محتوای انسانی و ماشینی تا کجاست؟
و رسانه‌های سنتی چگونه می‌توانند از این موج فناوریانه عقب نمانند؟

برای یافتن پاسخی روشن‌تر به این پرسش‌ها، گفت‌وویی با حسن بشیری، استاد حوزه رسانه و روزنامه‌نگاری انجام داده‌ایم؛ گفت‌وویی تحلیلی و صمیمی که به بررسی نقش هوش مصنوعی در آینده روزنامه‌نگاری، چالش‌ها و فرصت‌های آن، و نیز ضرورت آموزش و آگاهی خبرنگاران در مواجهه با این پدیده نو می‌پردازد.

در ادامه، حاصل این گفت‌وگو را می‌خوانید؛ سخنانی درباره آینده‌ای که شاید زودتر از آنچه می‌پنداریم، از راه برسد.

■ به نظر شما به‌روز نشدن رسانه‌های رسمی با ملزومات رسانه‌های مدرن چه تأثیری در کار روزنامه‌نگاری می‌گذارد؟

اگر رسانه نتواند خود را با تحولات فناوریانه امروز همگام کند، بخش قابل توجهی از مخاطبان خود را از دست خواهد داد. در واقع، رسانه‌ای که با نیازها و ابزارهای نوین سازگار نباشد، دیگر شنونده و خواننده جدی نخواهد داشت و تلاش‌های آن بی‌ثمر می‌ماند.

مخاطبان امروز به‌سوی رسانه‌هایی گرایش پیدا می‌کنند که از فناوری‌های نو برای تولید محتوا بهره می‌برند و در قالب‌های متنوع و جذاب پیام خود را منتقل می‌کنند. از همین رو، فاصله‌ای چشمگیر میان رسانه‌های سنتی و مخاطبان امروزی شکل می‌گیرد؛ فاصله‌ای که اگر با نوسازی و تحول جبران نشود، به انزوای رسانه‌ای رسمی خواهد انجامید.

■ به باور من، نخستین گام در کاهش این فاصله، آموزش و توانمندسازی کارکنان و کارشناسان رسانه است. آنها باید با تحولات فناوریانه آشنا باشند و بدانند این تغییرات چگونه بر روند تولید و انتشار محتوا تأثیر می‌گذارد.

گام دوم، استفاده عملی از ابزارهای فناوریانه جدید است. امروز بسیاری از رسانه‌ها، روزنامه‌ها و حتی شرکت‌های تبلیغاتی از هوش مصنوعی برای تولید تصاویر، ویدیوهای تبلیغاتی و محتوای چندرسانه‌ای استفاده می‌کنند؛ محتوایی که هم کیفیت بالاتری دارد و هم با هزینه کمتر تولید می‌شود. همین نواوری سبب می‌شود مخاطب احساس کند با رسانه‌ای پویا و خلاق روبه‌روست و ارتباطی مثبت و پایدار با آن برقرار کند.

در این میان، هوش مصنوعی مولد (Generative AI) در دوه سال گذشته به یکی از بازیگران اصلی عرصه فناوری بدل شده است؛ ابزاری که توانایی تولید تصویر، ویدیو، متن، شعر، نقاشی، خلاصه‌سازی،

استاد روزنامه‌نگاری:

هوش مصنوعی؛ هم‌نشین تازه روزنامه‌نگاران فردا



و فرانسوی ابزارهایی وجود دارد که با دقت بسیار بالا می‌توانند تشخیص دهند یک متن توسط انسان نوشته شده یا با هوش مصنوعی تولید شده است.

این ابزارها حتی تا سطح جمله پیش می‌روند و اعلام می‌کنند که «این جمله به ۹۵ درصد احتمال توسط هوش مصنوعی نوشته شده است»، و موقعیت دقیق آن جمله را در متن مشخص می‌سازند.

اماد مورد زبان فارسی، هنوز چنین ابزار دقیق و قابل اعتمادی در دسترس نیست. ابزارهای عمومی جهانی نیز در تشخیص محتوای فارسی دقت چندانی ندارند، زیرا این فناوری‌ها نیازمند بومی‌سازی و آموزش اختصاصی برای هر زبان هستند؛ فرآیندی که تاکنون برای زبان فارسی به‌طور کامل انجام نشده است.

بااین حال، پیش‌بینی می‌شود که در یکی ۲ سال آینده ابزارهایی با قابلیت تشخیص دقیق‌تر محتوای فارسی نیز توسعه یابند؛ ابزارهایی که بتوانند همانند زبان‌های بین‌المللی، مرز میان نوشته‌های انسانی و تولیدات هوش مصنوعی را با دقت بیشتری مشخص کنند.

■ چه توصیه‌ای برای نسل آینده روزنامه‌نگاران در زمینه استفاده از هوش مصنوعی دارید؟

به باور من، این توصیه نه‌فقط برای روزنامه‌نگاران، بلکه برای تمام فعالان در عرصه‌های مختلف صادق است. فناوری، چه ما بخواهیم و چه نخواهیم، مسیر پیشرفت خود را ادامه خواهد داد. حتی اگر چهره‌هایی سرشناس مانند ایلان ماسک و دیگران خواستار توقف تحقیقات در زمینه «ابر هوش مصنوعی» شوند، واقعیت این است که روند رشد فناوری متوقف نخواهد شد. پس چاره‌ای جز هم‌گامی و یادگیری مداوم نداریم.

در این مسیر، نخست باید دانش خود را درباره جنبه‌های گوناگون هوش مصنوعی افزایش دهیم. شناخت مبانی نظری و سازوکار این فناوری به ما کمک می‌کند تا از آن درست و آگاهانه بهره ببریم. گام دوم، کسب مهارت در به‌کارگیری ابزارهای هوش مصنوعی است؛ ابزارهایی که می‌توانند در تسریع فرآیند تولید محتوا و مدیریت اطلاعات نقش مؤثری داشته باشند.

اما در کنار اینها، باید نقاط ضعف و محدودیت‌های هوش مصنوعی را نیز بشناسیم. محتوایی که توسط این فناوری تولید می‌شود، همیشه دقیق و قابل اعتماد نیست. روزنامه‌نگاران باید آگاه باشند که پدیده‌ای

به نام «توهم هوش مصنوعی» وجود دارد؛ یعنی تولید اطلاعات نادرست یا ساختگی در ظاهر واقعی. پس هوش مصنوعی باید همچون یک دستیار هوشمند در کنار انسان باشد، نه جایگزین او؛ دستکاری که می‌تواند کارهای تکراری و زمانبر را انجام دهد تا انسان فرصت تمرکز بر جنبه‌های تحلیلی و خلاقانه کار خود را داشته باشد.

و در پایان، توصیه‌ام این است که نسبت به تحولات فناوریانه به‌ییش از اندازه خوش‌بین باشیم و نه بدبین. فناوری، هم‌چهره روشن دارد و هم سایه‌های تاریک. در کنار فرصت‌هایی که می‌آفریند، ممکن است تهدیدهایی هم به همراه داشته باشد؛ از کاهش نقش برخی مشاغل ساده گرفته تا کم‌رنگ شدن ارتباطات انسانی و افزایش وابستگی به ابزارهای دیجیتال.

پس بهترین رویکرد، شناخت عمیق، بهره‌گیری فرصتی طلایی برای رشد و تحول روزنامه‌نگاری است. رویکردی که می‌تواند آینده حرفه روزنامه‌نگاری را هم انسانی‌تر و هم کارآمدتر سازد.

ف شاید هیچ‌گاه تا این اندازه، مرز میان «خلاقیت انسان» و «دقت ماشین» به هم نزدیک نشده بود. روزنامه‌نگاری که زمانی صرفاً روایتگر تجربه و احساس انسانی بود، امروز در کنار الگوریتم‌هایی نشسته که می‌نویسند، تحلیل می‌کنند و حتی قضاوت دارند. با این حال، هنوز پرسشی بی‌پاسخ باقی است: در جهانی که داده‌ها سخن می‌گویند، نقش دل و درک انسانی در روایت چیست؟

در همین بستر، با محمد مهدی شیرمحمدی، از فعالان و پژوهشگران حوزه رسانه و هوش مصنوعی و عضو هیأت علمی دانشگاه گفت‌وگو کرده‌ایم تا از زاویه‌ای تازه به این هم‌زیستی نوظهور نگاه کنیم؛ هم‌زیستی انسان و ماشین در تجربه‌های آینده.

■ به نظر شما چرا رسانه‌های رسمی هنوز نتوانسته‌اند خود را با ملزومات رسانه‌های مدرن هماهنگ کنند؟

واقعیت این است که بسیاری از رسانه‌های رسمی ما هنوز نتوانسته‌اند با تحولات رسانه‌های مدرن همگام شوند و از مزایا و ظرفیت‌های آن بهره ببرند. ریشه این مسأله را می‌توان در کم‌توجهی به سواد دیجیتال و چابکی سازمانی جست‌وجو کرد. بسیاری از رسانه‌های رسمی همچنان در پارادایم قدیمی تولید انبوه محتوا برای مخاطب منفعل باقی مانده‌اند، در حالی که رسانه‌های امروز بر تعامل، شبکه‌سازی و ارتباط دوسویه با مخاطب استوارند.

در دنیای کنونی، الگوریتم‌های پلتفرم‌های اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای در جریان اطلاعات دارند. رسانه‌های رسمی باید بیاموزند که چگونه با این الگوریتم‌ها به‌ویژه الگوریتم‌های توصیه‌گر محتوا همکاری کنند، نه اینکه آنها را نادیده بگیرند. نادیده گرفتن فضای تعاملی و شبکه‌ای، همان نقطه‌ای است که سبب عقب‌ماندگی رسانه‌های رسمی می‌شود.

امروز دیگر زیرساخت اصلی رسانه‌ها کاغذ، چاپخانه یا حتی استودیو و دکل رادیویی نیست؛ زیرساخت‌های واقعی رسانه‌های مدرن شامل مراکز داده، پلتفرم‌های ابری و هوش مصنوعی است.

■ رسانه‌های سنتی چگونه می‌توانند از فضای سنتی خود فاصله بگیرند و به سمت بسترهای مدرن حرکت کنند؟

ما در این مسیر با یک تحول دیجیتال واقعی روبه‌رو هستیم، نه فقط یک الحاق یا افزودن فناوری به ساختار موجود. تحول دیجیتال یعنی بازتعریف کامل فرآیندهای تولید، توزیع و کسب درآمد رسانه‌ای. دیگر کافی نیست که یک روزنامه فقط نسخه چاپی خود را در وب‌سایت بازنشر کند؛ رسانه امروز باید بتواند محتوای چندوجهی و تعاملی خلق کند.

نقش هوش مصنوعی نیز حیاتی است؛ زیرا با تحلیل داده‌های کلان یا همان بیک‌دیتا، می‌تواند به رسانه‌ها بگوید چه نوع محتوایی، در چه قالبی و در چه زمانی بیشترین بازخورد و بازدید را خواهد داشت. این یعنی تصمیم‌گیری مبتنی بر داده، نه بر حدس و تجربه، و این همان نقطه‌ای است که رسانه سنتی را به رسانه هوشمند تبدیل می‌کند.

■ تحولات رسانه‌ای سال‌های اخیر و تأثیر آن بر فعالیت رسانه‌نگاران چیست و چالش‌های بومی، فرهنگی در استفاده از هوش مصنوعی در روزنامه‌نگاری چیست؟

در سال‌های اخیر رسانه‌ها شاهد تحولات گسترده‌ای بوده‌اند که شاید مهم‌ترین آنها «شخصی‌سازی محتوا» باشد؛ گذر از دوران پیام‌های عمومی به عصری که هر پیام می‌تواند برای یک مخاطب خاص طراحی شود. این تغییر بزرگ، نقش روزنامه‌نگار را نیز دگرگون کرده است. خبرنگار امروز تنها گزارشگر رویداد نیست، بلکه باید مهارت‌های تازه‌ای همچون روزنامه‌نگاری داده‌محور،

یک فعال حوزه رسانه و هوش مصنوعی:

رسانه‌های امروز بر شبکه‌سازی و ارتباط دوسویه با مخاطب استوارند



■ مرز میان تولید محتوای انسانی و محتوای هوش مصنوعی تا چه اندازه قابل تفکیک است؟

اگر بخواهیم صادقانه نگاه کنیم، مرز میان محتوای انسانی و محتوای تولیدشده با هوش مصنوعی در حال محو شدن است، اما هنوز در بسیاری از زمینه‌ها قابل تشخیص است. هوش مصنوعی «الگوهای داده‌ای» را می‌فهمد، اما درک عمیق از «علت‌ها» و «زمینه‌های انسانی» ندارد.

ماشین می‌تواند روابط و همبستگی‌ها را تشخیص دهد، اما چیزی از تجربه زیسته، عاطفه، شهود و اخلاق انسانی نمی‌فهمد. به‌طورمثال ممکن است هوش مصنوعی گزارشی دقیق و بی‌طرف از یک جنگ بنویسد، اما تنها یک روزنامه‌نگار انسانی است که می‌تواند رنج غیرنظامیان را چنان روایت کند که وجدان جهانی را بیدار سازد.

در واقع، هوش مصنوعی می‌تواند ساختار را بسازد، اما روح داستان را نمی‌تواند خلق کند. بنابراین برای محتواهای ساده، داده‌محور و خبری، این مرز بسیار کمرنگ شده است؛ اما در حوزه‌هایی مثل تحلیل، گزارش‌های تحقیقی، روایت‌گری انسانی و تولید خلاق، هنوز مرز میان انسان و ماشین کاملاً پررنگ است.

وظیفه ما در این میان «شفافیت» است؛ یعنی اگر محتوایی با کمک هوش مصنوعی تولید شده، باید به مخاطب اطلاع داده شود. این شفافیت به اعتماد رسانه و پویایی فضای خبری کمک می‌کند.

■ رسانه‌های داخلی را در استفاده از ابزارهای هوشمند مانند تحلیل احساسات، تولید خودکار خبر یا چت‌بات‌ها چقدر موفق می‌دانید؟

ما هنوز در ابتدای مسیر هستیم. بیشتر رسانه‌های داخلی استفاده از ابزارهای هوشمند را به شکل پراکنده و آزمایشی آغاز کرده‌اند و هنوز ساختار منسجمی در این زمینه شکل نگرفته است. برخی رسانه‌ها از چت‌بات‌ها برای پاسخگویی به کاربران یا از ابزارهای تحلیل احساسات برای سنجش افکار عمومی درباره یک خبر استفاده می‌کنند، اما این تلاش‌ها جزیره‌ای و محدود است.

مشکل اصلی در ۳ بخش خلاصه می‌شود: نخست، نگاه مدیریتی سنتی و کمبود استراتژی کلان برای ادغام هوش مصنوعی در فرایندهای خبری؛ دوم، محدودیت بودجه و دسترسی به فناوری؛ و سوم، کمبود نیروی انسانی متخصص.

■ اگر بخواهید یک توصیه برای نسل آینده روزنامه‌نگاران در عصر هوش مصنوعی داشته باشید، آن چیست؟

توصیه من این است که روزنامه‌نگاران آینده نباید با ماشین رقابت کنند، بلکه باید یاد بگیرند با ماشین «همکاری» کنند. رقابت با ماشین‌ها بی‌فایده است؛ چون در سرعت، دقت و پردازش داده، هوش مصنوعی همیشه جلوتر خواهد بود. اما اگر یاد بگیریم از آن به عنوان یک دستیار هوشمند استفاده کنیم، می‌تواند به توانمندی‌های انسانی ما اضافه کند.

خبرنگار آینده باید روی مهارت‌هایی تمرکز کند که ماشین از آنها عاجز است: تحلیل، تفکر انتقادی، خلاقیت، اخلاق حرفه‌ای و روایت انسانی. باید بیاموزیم چگونه هوش مصنوعی برای تقویت این مهارت‌ها بهره بگیریم، نه اینکه اجازه دهیم جایگزین ما شود.

به تعبیر من، روزنامه‌نگاران نسل آینده خلبانان هوش مصنوعی‌اند؛ آن‌ها مسیر را مشخص می‌کنند و هدایتگر این فناوری هستند، نه پیرو آن. در تاریخ رسانه، هیچ‌گاه تا این اندازه فرصت برای «دیده شدن»، «شنیده شدن» و «اثرگذاری» وجود نداشته است. هوش مصنوعی می‌تواند روزنامه‌نگاری را به دوران طلایی خود بازگرداند، به شرط آن که ما -به عنوان متولیان علم و رسانه- نقش راهبری این تحول را بر عهده بگیریم و آن را به سمت مسیر درست هدایت کنیم.

چهارمین شماره مجله هگمتانه با حضور استاد های
رب کشور بار دیگر موضوع توسعه منطقه ای را به عنوان
موضوعی برای این منطقه مطرح کرد. در ادامه
رب کشور و قریبا شصت هگمتانی که رشته کوه زاگرس
آنها خودمحمای می کنند، نعمت از این دلیلی شده
زیست بوم مشترک داشته باشند و به نوعی به دلیل
بستگی به زاگرس، بتوان ادعا کرد ساکنان آن همه به
هم در یک زیست بوم مشترک زندگی می کنند و نسبت به
هم بومی محسوب می شوند و مرزبندی های بین استانی
نیست. او تأکید کرد: از فرهنگ های مشترک در بین

مادر شاخص مطبوعات و صنعت چاپ، اوضاع متفاوت است و منطقه غرب کشور نه تنها وابستگی به پایتخت دارد، بلکه حرف برای گفتن زیاد دارد. از زمان انتشار مطبوعات در ایران، نشریه در استان‌های غربی با تلاش روزنامه‌نگاران منتشر شده و اکنون نیز این منطقه دارای روزنامه محلی، چاپخانه‌های مدرن و پیشرفته بوده و بهره‌رهنگی و خبری خود را در توسعه کشور در این حوزه دارد.

سته این نافی رقابت‌های بین‌استانی که در راستای تقویت آن اتحاد منطقه‌ای باشد، نیست و لازم است مدیران نیز با کید بر اولویت توسعه منطقه‌ای، توسعه استانی را دنبال کنند. با نظر گرفتن این اصول می‌توان نتیجه گرفت که توسعه و رشد پیگیری آن در منطقه غرب کشور با هدف مینایات از زاگرس و پاسداری از این میراث مشترک، با شنوازه مطبوعات هگمتانه تغییر اساسی خواهد کرد و دیگر در توسعه منطقه‌ای برای افزایش رضامندی مردم منطقه، اولویت تمام خواهد بود.



هم‌افزایی بین رسانه‌ها چنانچه با تمرکز بر اهداف مشترک و تجمیع توانمندی‌ها همراه شود و در فضایی آکنده از فهم متقابل شکل بگیرد، نقش تعیین کننده در سازندای و ظرفیت بخشی رسانه‌ای و به دنبال آن ارتقای شاخص‌های توسعه در ابعاد مختلف خواهد داشت.

استفاده از تمامی ظرفیت‌ها و امکانات موجود و به‌علاوه بازبینی دقیق و لحاظ نمودن درخواست و نگاه افکار عمومی و مخاطبین می‌تواند به برنگزاری مطلوب کشوره مویدات، آن هم در سطح کیفی بالا کمک نماید و در نهایت منجر به هم‌افزایی رسانه‌ای نه فقط در سطح استانی بلکه در گستره وسیع و حوزه جغرافیایی ممتاز و مهم غرب کشور گردد.



سود تکرار جشنواره

با این حال، گسترش جغرافیایی جشنواره باید
با تدبیر و تدریج همراه باشد. در گام نخست،

از تجربه جهان نشان می‌دهد که بسیاری از رویدادهای بزرگ، از جرقه‌هایی کوچک آغاز شده‌اند. جشنواره فیلم ساندنس در آمریکا، از سال ۱۹۷۸ به عنوان جشنواره‌ای محلی در ایالت کالیفرنیا با هدف حمایت از فیلم‌سازان مستقل آغاز شد. هیچ‌کس در آن زمان تصور نمی‌کرد این رویداد روزی به یکی از معتبرترین جشنواره‌های سینمایی جهان بدل شود و بر مسیر سینمای مستقل تأثیر بگذارد. با جشنواره ادینبورگ فرانسه در اسکاتلند که در سال ۱۹۴۷ با حضور تنها چند گروه کوچک نمایشی آغاز شد و امروز بزرگ‌ترین جشنواره هنرهای اجرایی جهان است. در ایران نیز می‌توان به جشنواره فیلم فجر اشاره کرد که در آغاز، رویدادی کوچک و

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

افول مطبوعات و دلایل رشد رسانه‌های مجازی



ماورای زمینی، چهره‌ی خود را در آئینه ... مشاهده کند.

آرزوهای دیرینه و رویاهای دور و دراز جوامع بشری برای دسترسی به اسرار و خیالات قدرت و دفاع از حق حیات و اندیشه فرد، چنین می‌گوید که انسان همواره در صدد رهایی از قید و بندهای رسمی بوده است و گرچه هیچ‌گاه نتوانسته زنجیرهای اوهام را بگسلد، اما مسیر رشد و پیشرفت جوامع صنعتی الزاماً کار را به جایی رسانده که دیگر نمی‌توان این غول را به شیشه بازگرداند. غول مجاز دیگر به شیشه بر نمی‌گردد و این مطبوعات کاغذی هستند که یا باید تغییر کاربری دهند و یا تبدیل به رسانه‌هایی شوند که شکل و شمایل و حجم مطالبشان شبیه رسانه‌های مجازی شود.

اما آنچه در این میان نمی‌گذارد که مطبوعات از ماهیت خود دست بکشند، یکی حفظ اصالت خبر و پیوست اعتبارسنجی گزارش‌هاست و دیگری مطالب تحلیلی و مقالات طولانی‌ست که در فضای مجازی قابل اجرا نیست. لذا است که کورسوی امیدی همچنان برای بقا و دوام مطبوعات روشن است و احتمال آنکه مخاطبان خود را حفظ کنند و یا به مرور زمان با کاستن از به اصطلاح "قالورهای" یک سایت یا شبکه، دوباره مطبوعات جانی تازه بگیرند.

اما این اتفاق یک شرط دارد: درک شرایط جدید جهانی و شناخت دقیق کارکرد رسانه‌های اینترنتی و شبکه‌های مجازی، تا بدین وسیله رنگ و لعاب رسانه مکتوب نیز اندکی به جذابیت‌های بصری فضای مجازی نزدیک شود.

فریاد طبقات فرودست تبدیل شد و می‌رود تا در میانه قرن بیست و دوم، به غولی دیجیتالی برای بلعیدن تمامی کاغذهای مطبوعات در صد سال گذشته بدل شود.

پس می‌توان عامل اصلی رشد سریع و بی‌واسطه رسانه‌های مجازی را، تشنگی و عطش مردمان برای نوشیدن از شوکران حقیقت دانست. در تاریخ ادبیات گاه از جام جهان‌بین و گاهی از آینه سخنگو می‌خواندیم و حال شاید به تحقق این اسطوره کهن جامه عمل پوشانده‌ایم و جام جهان‌بین امروز نه فقط در دست پادشاهان، بلکه در اختیار و مقابل دیدگان تک‌تک انبای بشری است و هر کس می‌تواند بدون نیاز به ثروت و قدرت ابدی و بدون اتصال به موجودات



اکرم چهاردولی

هنوز ۲۰ دهه از تسلط فضای مجازی بر ارکان رسانه نمی‌گذرد که شاهد افول و یا تعطیلی رسانه‌های مکتوب هستیم. این افول تدریجی گرچه توسط اندیشمندان و نخبگان عرصه رسانه پیش‌بینی شده بود، اما کمتر کسی باور می‌کرد که حتی ارکان تولید و نشر خبر دگرگون شده و دیگر شکل و شمایل تیترو لید و پاسخ‌های پنج‌گانه به تولید محتوای خبری، کارکرد خود را از دست بدهد و فتوتیتر و اشکال مدرن خبر وارد حیات رسانه‌ها شود.

حال که غول‌های رسانه‌ای جهان، انحصار خود را بر خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها از دست داده‌اند، شاهدیم که حتی ممکن است یک درگاه کوچک و محلی، یک وبسایت با بینندگان کم‌شمار، گاه بتواند بر یک موج خبری سوار شود و معادلات مرسوم توزیع و پیامدهای انتشار اخبار را بر هم بزند. تجربه‌های چندساله اخیر در انتشار یک کلیپ یا گزارشی اتفاقی از یک شاهد عینی که با گوشی تلفن همراه تهیه شده و در یک صفحه اینستاگرامی بارگذاری شده، نشان می‌دهد که واکنش جامعه حتی به یک شورش و درگیری بزرگ ممکن است منجر شود.

حال این پرسش مطرح است که آیا افول رسانه‌های مکتوب و درهم‌پچیدن قواعدی چون اصالت خبر و صحت و سقم آن، تقصیر گسترش شبکه‌های اجتماعی است و یا اینکه رسانه‌های مکتوب و بنگاه‌های بزرگ خبرپراکنی، پیشاپیش کارایی خود را از دست داده بودند؟ در جهان معاصر آنچه بیش از سایر پارامترها مطرح است، نه موضوع امانتداری در انتشار خبر، بلکه پدیده‌ای نایاب به نام "آزادی بیان در تولید و انتشار اخبار" است.

حتی در جهان غرب، این رسانه‌های بزرگ و غول‌های خبری بودند که به افکار و رفتار مردمان جوامع جهت می‌دادند و به رغم بیان شفاهی آزادی بیان، هیچ‌گاه اجازه نمی‌دادند انحصار تولید و نشر خبر از دستشان خارج شود، زیرا نظام‌های سیاسی مسلط نیازمند رسانه‌هایی بزرگ بودند تا بتوانند شکل ظاهری و اغراض سلطه خود بر اقتصاد و فرهنگ را توجیه و عادی‌سازی کنند.

اما گسترش ناباورانه شبکه‌های مجازی و حضور پر شمار خبرنگاران مبتدی تحت عنوان "شهروند-خبرنگار" نشان داد که جوامع تحت سلطه از مدیریت ذهن خود توسط کمپانی‌های بزرگ خبری خسته شده و در جستجوی راهی برای رساندن صدای خود به کانون‌های اصلی قدرت، برآمده‌اند. گرچه گسترش شبکه‌های اجتماعی معلول تسلط همان نظام‌های سیاسی اقتدارگرا در جهان است، اما خواسته یا ناخواسته، این مولود نوپا به تریبونی سهمگین برای رساندن

غول مجاز دیگر به شیشه
بر نمی‌گردد و این مطبوعات
کاغذی هستند که یا باید تغییر
کاربری دهند و یا تبدیل به
رسانه‌هایی شوند که شکل و
شمایل و حجم مطالبشان شبیه
رسانه‌های مجازی شود