

نقش رسانه در اردبیل ۲۰۲۳

وقتی خبر برگزاری مصاحبه مطبوعاتی مدیرکل میراث فرهنگی استان در فضای مجازی منتشر شد منتظر بازتاب این مصاحبه و چگونگی اثر گذاری آن با توجه به سیاست‌های حاکم بر دبیرخانه ستاد 2023 اردبیل پایتخت گردشگری کشورهای عضو اکو بودیم ولی گویا نتیجه مطلوبی به دنبال نداشته است.

بدون شک رسانه‌ها با تولید محتوای اثربخش، در توسعه گردشگری و شناسایی و معرفی هرچه بیشتر منطقه و در نهایت جلب گردشگر می‌توانند نقش مؤثر و تأثیرگذاری داشته باشند.

برگزاری یک مصاحبه و دعوت‌گزینی از تعدادی فعال رسانه‌ای تا چه حدی می‌تواند دست‌اندرکاران امر را در رسیدن به اهداف تعیین‌شده و استفاده از نقش رسانه‌ها در آگاهی بخشی و ایجاد انگیزه و تمایل در توسعه گردشگری مساعدت نماید.

آنهایی که در ستاد برگزاری ۲۰۲۳ وظیفه تعامل با رسانه‌ها و اعلام نیازها و تشویق آنها به همکاری‌های لازم را دارند آیا تاکنون از عملکرد خود و بازخورد این تعامل راضی و خشنود می‌باشند؟

برای استفاده بهینه از فعالان رسانه و بهره‌برداری از حوزه فعالیت آنها چون رسانه‌های محلی، مطبوعات سراسری، رادیو و تلویزیون و فضاهای مجازی چگونه برنامه‌ریزی‌شده و تاکنون از این ظرفیت استفاده مطلوب انجام پذیرفته است؟

اگر بپذیریم که رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری مهم و قابل‌توجه در تصویرسازی اماکن و جاذبه‌های گردشگری برای مردم می‌توانند تأثیرگذار باشند، آیا در تحقق این امر به درستی عمل کرده‌ایم؟

موفقیت در این راه می‌توانست با به‌کارگیری روش‌های مختلف و نوآوری‌های چند حاصل گردد. درحالی‌که اردبیل به‌عنوان پایتخت گردشگری کشورهای عضو اکو در سال بیش 2023 انتخاب‌شده تا کنون چند جلسه تخصصی با رسانه‌ها و چگونگی اعلام روش‌های تعامل و تأثیرگذاری آنها انجام پذیرفته است؟ در این راستا دست‌اندرکاران امر چه توصیه‌هایی به اهالی رسانه برای بهتر برگزار شدن رویدادهای در نظر گرفته‌شده و معرفی منطقه داشته‌اند؟

برپایی یک جلسه با عنوان مصاحبه مطبوعاتی و دعوت از تعداد انگشتشمار از دست‌اندرکاران رسانه چاره‌ساز نیست، جلسه‌ای که در آن دست‌اندرکاران ستاد برگزاری تعدادشان از اهالی رسانه بیشتر به چشم بخورد نمی‌تواند خروجی مؤثر بر حال رویداد داشته باشد.