

زمانی که « شهر آ ر ا » به عنوان یک پیش شمار ه آزمایشی در یکی از شنبه های نیمه اول دی ماه سال ۱۳۷۲ بدستور

سید جواد اشکذری

عباس امیری پور، شهر دار وقت مشهد، منتشر شد، کمتر کسی فکر می کرد این چند صفحه گاهنامه سیاه و سبزه بی رنگ و روی آزمایشی، بعد از ۲۶ سال به یکی از جدی ترین روزنامه های نه تنها مشهد بلکه کشور تبدیل گردد و در دریف روزنامه های «الف» وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار گیرد.این روزنامه بومی شانزده صفحه‌ای تا امروز که ۳۰۰۰ شماره از انتشارش می گذرد، اخبار بسیاری منتشر و موضوعات بسیاری را هم پیگیری کرده است تا نشان دهد می تواند نشانی مردمی در رسانه‌های شهرش باشد. مردمی که در مسیر شهرآرا حرف‌ها خوانده‌اند و حالا در ایستگاه یکشنبه، اولین روز زمستان ۹۸ حرف‌ها دارند.رباره «شهرآرا»

- هفته هفته تا هر روز

«شهرآرا» که با تیتیر «باید امکانات نسبی برای زوار حضرت رضا(ع) فراهم شود»، انتشار اولین پیش شماره خود را آغاز کرد، بعداز انتشار ۳۰ پیش‌شماره، اولین شماره هفته‌نامه شهرآرا را دوشنبه ۱۷ اردیبهشت‌ماه سال ۷۵ با تیتیر یک «مشهد در آستانه پذیرایی از سران اکو» منتشر کرد. این هفته‌نامه در مسیر فراز و نشیب خود، چند سالی را طی کرد تا اینکه شورای اول شهر مشهد رای به تعطیلی هفته‌نامه داد تا ۲۲۱. آخرین شماره‌ای باشد که در روز ۲۳ اسفندماه سال ۷۹ منتشر شود. اما «سلام»، تیتیر یک هفته‌نامه‌ای می‌شود که بعد از چندماه دوری از فضای رسانه‌ای، دوباره در ابتدای پاییز سال ۸۰ روی دکه‌های روزنامه فروشی‌های مشهد به مردمش سلام می‌فرستد. سلامی که تا خرداد ۸۸ به‌صورت هفته‌ای اما مستمر ادامه داشته و هیچ‌گاه ختم نشد به خداحافظی.

داشته‌نی نداشتن یک روزنامه شهری «خداحافظی» واژه‌ای بود که در بهار ۸۸ خیلی شنیده می‌شد و خیلی‌ها مدعی بودند که مشهد ظر قیمت خبری و موضوعی زیادی برای انتشار یک روزنامه ندارد و بسا کاهش تب رسانه‌ای‌اش، به‌سرعت خداحافظی خود را از فضای مطبوعات کشور اعلام خواهد کرد. برخی معتقد بودند مردم میلی به اخبار بومی ندارند و اگر هم داشته باشند، آن‌ها را در لایه لای اخبار اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جست‌وجو خواهند کرد. بر برخی هم در شروع مسیر، انتشار این روزنامه محلی و شهری را محکوم به فنادانستند و معتقد بودند که اگر مردم مشهد هم این ضرورت را احساس کنند –که محال است- با بنود نگاران بومی و محلی نویسی که مشهد را بشناسند و نگاه دقیق و عمیقی به شهر داشته باشند، «شهرآرا» به مشکل خواهد خورد و از این نظر گام‌های «شهرآرا» را برای مردم نگاری مشهد و در نهایت از تباط، آن‌ها با یک روزنامه خاص خود مشهد، سست می‌پنداشتند. این حرف‌ها حتی از سوی مطبوعاتی قدیمی ادامه داشت تاانتشار اولین شماره شهرآرا.

- «شهرآرا»؛ هر روز با شما

اولین شماره روزنامه «شهرآرا» با تیتیر «شهرآرا؛ هر روز با شما» با طراحی متفاوت از قبل، در سوم خرداد ۸۸ وارد دکه‌های روزنامه فروشی شد و جلال فیاضی، اولین مدیرمسئول و به‌توعی مؤسس روزنامه، در سرمقاله خود به چند رویکرد محتوایی از جمله «شهرآرا؛ آینده مشهد امروز و پنج‌راه به‌سوی مشهد فردا»، «روزنامه‌ای توسعه‌گرا برای پیشرفت همراه با عدالت مشهد در کنار مدیران و مردم»، «پیشرو و اطلاع رسانی، روشننگری و فرهنگ‌سازی»، «سخن‌گام‌های صادق صاحبان اندیشه و نظر افلا قلم و هنر در دیار فردوسی بزرگ» و «پایگاهی برای طرح اندیشه‌های ناب خود در جامعه» تأکید کرد. آخرین تیتیر یک دربراره «شهرآرا» در دوران مدیریت فیاضی، «منشده، ۳ سال روی خط شهرآرا» بود که در شماره ۸۵۲ منتشر شد و حدود ۴۰ روز بعد، یعنی در شماره ۸۸۸ مورخ ۱۹ تیرماه سال ۱۳۹۱، نام او برای آخرین بار در شناسنامه «شهرآرا» مشاهده شد. او به‌غیر از دوران مدیریتش در هفته‌نامه، ۱۱۴۳ روز در روزنامه «شهرآرا» فعالیت کرد. سیدجلال فیاضی در آخرین سرمقاله خود در آستانه بازنشستگی، به‌قلم

سوگند خورد و «شهرآرا» را ترک کرد.

- شهرآرای امروز؛ حق مردم مشهد

روزنامه «شهرآرا» در شماره‌های ۸۸۹ تا ۸۹۱، نام مدیرمسئول خود را در شناسنامه‌اش درج نکرد و از شماره ۸۹۲ نام علی حامدمقدم به‌عنوان سرپرست اعلام شد. او در اولین شماره مدیریت خود، در اولین سرمقاله‌اش با عنوان «بر مدار مردم» به تشریح برنامه‌هایش پرداخت. این شماره در تاریخ ۲۴ تیرماه سال ۱۳۹۱ با تیتیر «سهیم مشهد از بودجه استان، اداکننده حق شهر امام رضا(ع) نیست» منتشر شد. علی حامدمقدم از ۲۰ تیرماه سال ۱۳۹۱ تا ۳۰ آذرماه سال ۱۳۹۲ به‌مدت ۵۴۶روز مدیریتمسئول روزنامه «شهرآرا» بود. او در شماره ۱۳۰۶ روزنامه، (در س‌ام آذرماه) در طولانی‌ترین سرمقاله تاریخ انتشار «شهرآرا» با تیتیر «شهرآرای امروز حق مردم مشهد است»، شهرآرا را روزنامه مردم مشهد و نیز مکانی برای تبادل آرا و نظرات همه اقشار دانست و بر چند نکته مانند «حرکت‌نکردن شهرآرا در مطامع سیاسی فرد یا جریان حزبی خاص»، «ضرورت حیاتی گسترش مخاطبان روزنامه متناسب با سلاقی و علایق آن‌ها به‌ویژه مخاطبان جوان»، «ایجاد و تقویت جریان تبیین و تشریح ارزش‌های گران‌قدر انقلاب اسلامی و راه و سیره شهدای عزیز» و «وظیفه تنویر افکار عمومی و بیان انتقاد به شهرداری» تأکید کرد. او در بخشی از سرمقاله خود نوشت: «اگر شهردار مشهد به‌عنوان نماینده مردم مشهد به‌دنبال بهره‌گیری از تکنیک‌ها و تخصص‌های ارتباطات جمعی به‌منظور ارتباط مؤثر با مردم و استفاده از نظرات آن‌ها در تصمیم‌سازی‌ها و در نهایت تصمیم‌گیری‌های شهری است، وجود یک روزنامه مردمی قوی و اثرگذار مانند شهرآرای امروز، راه‌حل منب‌ابراین به‌نظر می‌رسد در ضرورت وجود روزنامه‌ای توانمند که روزنامه مردم مشهد باشد و تبدیل به روزنامه شهرداری مشهد نشو، تردیدی و جود ندارد.»

- روزنامه نگاری اسلامی در «شهرآرا»

ظهر ۳۰ آذرماه سال ۱۳۹۲، حجت‌الاسلام محسن بذرگری‌هاشمی و علی حامدمقدم در تحریریه حضور پیدا کردند و یکی از آن‌ها با خبرنگاران و همکارانش سلام کرد و دیگری خداحافظی، شناسنامه «شهرآرا» از شماره ۱۳۰۷، محسن بذرگری را با عنوان مدیرمسئول در خود دید. سومین مدیرمسئول روزنامه در نشست معارفه خود به بیان دیدگاه‌های خود درباره «شهرآرا» پرداخت. «با در مسیری گذشته‌ایم که افق آن احیای تمدن نوین اسلامی خواهد بود»، به‌روزنامه‌نگاری اسلامی کمتر توجه شده است»، «یک روزنامه‌نگار برای خودش و جشنواره تیتیر نمی‌زند، بلکه کارش باید برای مردم و رضای خدا باشد»، «مشهد شهری است که مختص به خود مشهد است» و «باید مشهد را با میمزهای خود مشهد در روزنامه شهرآرا ببینیم» نمونه‌هایی از دیدگاه‌های این روزنامه‌نگار به‌شمار می‌آید.

تبدیل «شهرآرا» به رسانه کامل مردمی محسن بذرگری‌هاشمی مؤسسه «شهرآرا» را در ابتدای سال ۱۳۹۶ ترک کرد و نام امیر جلیل نژاد که در آن زمان سردبیر شهرآرا بود، به‌مدت ۳ماه در شناسنامه «شهرآرا» به‌عنوان جانشین مدیرمسئول و سردبیر درج شد. با پیروزی اصلاح‌طلبان و آمدن اعضای شورای پنجم مشهد و مشخص شدن تغییرات در «شهرآرا»، جلیل‌نژاد از مؤسسه رفت و مجید تفکر که در آن زمان معاون اجرایی و اداری مؤسسه بود، به‌مدت ۲ ماه سرپرستی «شهرآرا» را بر عهده گرفت تا حکم مجید خرمی صادر شود. نام مجید خرمی به‌عنوان مدیرعامل مؤسسه فرهنگی شهرآرا از ۱۵ مهرماه سال ۱۳۹۶ در شناسنامه «شهرآرا» جای گرفت. انتشار روزنامه در مدیریت خرمی از شماره ۲۲۷۹ با تیتیر «شهرآرای مردمی» آغاز شد و تا امروز که شماره ۳۰۰۰ منتشر شده است، ادامه دارد. خرمی در ابتدای حضورش به موضوعات و مسائلی چون «زنده‌کردن روحی شهرآرا در پیکر شهر»، «تبدیل شهرآرا به رسانه کامل مردمی»، «استفاده از هر فرصتی با توجه به توانمندی‌های خبرنگاران برای بهتر شدن شهرآرا»، «حامی حضور و نگاه بانوان و زنان در جامعه» اشاره کرد. او معتقد بوده که اقداماتی را انجام خواهد داد که مردم تغییرات شهرآرا و ضرورت وجود روزنامه محلی را احساس کنند.

برمدار مردم

نگاهی تاریخی به سیاست‌های محتوایی روزنامه «شهرآرا»



- «شهرآرا»؛ ۱۰۰ سال مردم مشهد

در ۳۰۰۰ شماره گذشته شهرآرا که از سوی ۴ مدیرمسئول اداره می‌شد، تاکنون ۴ شهردار به‌عنوان متولیان اصلی انتشار این روزنامه بر مسند نشسته‌اند و هر یک دیدگاه و اهدافی درانتشار روزانه آن داشته‌اند که «دغدغه مردم‌داری شهرآرا» در همه دیدگاه‌های آنان مشترک است. محمد پژمان که با حکم او، فیاضی و حامدمقدم به‌مدیریت روزنامه رسیدند، معتقد بود که «شهرآرا یک روزنامه فرهنگی، اجتماعی و اطلاع‌رسانی است و باید از ورود به رقابت‌ها و دسته‌بندی‌های سیاسی پرهیز کند». همچنین این شهردار بر این نظر بود: «تحقق انتشار روزنامه شهرآرا با توجه به ضرورت مشارکت مردم در مدیریت شهری و آگاهی مردم از سیاست‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های شهرداری شکل گرفته است» و «شهرآرا پل ارتباطی بین مردم و تمامی دستگاه‌های اجرایی است و تلاش خواهد کرد در جهت فرهنگ‌سازی، افزایش تعلق مردم به شهر و تقویت مشارکت مردمی در اداره شهر مشهد نقش مناسبی را ایفا کند».

بین مردم و تمامی دستگاه‌های اجرایی است و تلاش خواهد کرد در جهت فرهنگ‌سازی، افزایش تعلق مردم به شهر و تقویت مشارکت مردمی در اداره شهر مشهد نقش مناسبی را ایفا کند». همچنین سیدصولت مر تضوی، شهردار وقت مشهد، در نشست معارفه محسن بذرگری، روزنامه «شهرآرا» را متعلق به مردم مشهد دانست و بر چند نکته مانند «شهرآرا باید طیب‌دردها باشد»، «شهرآرا باید درد مردم را بشناسد و نسخه‌ای متناسب با این دردها تجویز کند»، «شهرآرا باید مخاطب‌شناسی کند» و «فضاوت روزنامه «شهرآرا» باید عادلانه و نقدش منصفانه باشد» تأکید داشت. مجید خرمی، تنها مدیرمسئولی بود که از ۲ شهردار حکم در یافت کرد. اولی قاسم‌تقی زاده‌خامسی بود که در نشست معارفه مدیرمسئول خود بیان کرد: «باید مردم شهرآرا را ببینند تا بدانند صدای آنان شنیده می‌شود، بر همین اساس باید روی خلأهایی که باعث دوری مردم از شهرآرا می‌شود، کار شود و با پرکردن این خلأها در جهت بهبود شرایط شهرآرا استفاده شود.» او همچنین به نکاتی چون «روزنامه‌داری با کار زور اداره نمی‌شود»، «روزنامه‌با عشق است که تولید می‌شود»، «شهرآرا باید باب طبع مردم نبوسد»، «شهرآرا باید صدای مردم مشهد باشد»، «در حال حاضر روزنامه به خبر زنده نیست، به گزارش و مقاله زنده است»، «شهرآرا باید به دنبال پوشش‌دهی اخبار محلی گردد»، «شهرآرا از انتشار صدای مخالف نترسد»، «شهرآرا باید به سمت نقد برود» و «روزنامه شهرآرا باید در کنار تحلیل مباحث و مشکلات شهری، دنیای مجازی را نیز در یابد و به تقویت نقش خود در فضای مجازی بپردازد» اشاره کرد. در نهایت محمدرضا کلایی، شهردار این روزهای مشهد، به‌مناسبت دهمین سالگرد انتشار شهرآرا که به‌دنبال توسعه، امیدوار و زیباتر کردن زندگی برای ساکنان دیار امام رضا(ع) است، در این میان نقشی سازماند و اثری شایسته دارد. این نقش را هم در حوزه ارگانی به‌عنوان رسانه مدیریت شهری به‌خوبی ایفا می‌کند و

هم صدا و زبان مردمان شهر است که می‌خواهند هر روز زندگی بهتر از روز پیش داشته باشند.» او همچنین در مراسم دهمین سالگرد انتشار روزنامه شهرآرا، تنوع و تکثر را ویژگی شهرآرا دانست و با اشاره به اینکه مشهد پایتخت معنوی ایران اسلامی است، گفت: «نگاه شهرآرا در دادن تنوع، تکثر، ارائه فرم و محتواهای متنوع و متکثر تا حدود زیادی فرصت را برای نمایش قدرت معنویت در پایتخت معنوی ایران اسلامی فراهم کرده‌است، این مهم‌ترین ویژگی شهرآرا است، «شهرآرا آنالین» محصول نوع نگاه این دوره به شمار می‌آید. در این دوره، حامدمقدم گروه ضامن‌را راه‌اندازی کرد و استمرار ۳۰ شماره از هفته‌نامه طنز اجتماعی «گاف» و ۸شماره انتشار ضمیمه تاکسی‌رانی با عنوان «سسر خط» ارمان این دوره مدیریتی به‌شمار می‌آید. در این دوره، «شنبه‌نامه» که ویژه بازتاب، پیگیری و پاسخ‌گویی به حرف مردم بود، منتشر شد.

- سردبیران؛ سیاست‌گذاران محتوا

بدون شک سردمداران محتوایی روزنامه، سردبیران شهرآرا هستند. در این ۳۰۰۰ شماره گذشته شهرآرا که در ۴ دوره مدیریتی صورت گرفته، سیاست‌گذاری محتوایی به شکل و شیوه‌های مختلفی صورت گرفته است ولی در همه زمان‌ها، «انتشار حرف مردم و انعکاس مشکلات آن‌ها با ارتباط‌گیری خوب و مناسب با مردم» نقطه مشترک اهداف آن‌ها به شمار می‌آید. «تغییر لوگوی شهرآرا»، «تغییر گرید صفحات روزنامه»، «تغییرات محتوایی در برخی از صفحات»، «برگزاری شورای سوزه»، «برگزاری شورای تیتیر» و… از نکته‌های مشترک همه دوره‌های مدیریتی سردبیران روزنامه به‌شمار می‌آید. بیشترین تغییرات در تمام دوره‌های مدیریتی سردبیران در ۱۰ سال گذشته، بیشتر به سمت «تغییرات سرفصل‌های محتوایی و تأکید بر موضوعات بر اساس قشرهای مختلف جامعه» بوده است.

فیاضی در دوره مدیریتی خود علاوه بر مدیرمسئولی، سردبیری روزنامه را هم بر عهده گرفت و علاوه بر معاونانی که در زمینه‌های اطلاعات و اخبار و نیز فرهنگی و اجتماعی داشت، در مقاطع زمانی مختلف، حمید تقی‌آبادی و علیرضا قربانی را به‌عنوان دبیر تحریریه منصوب کرد. از صفحات روزنامه در دوران سردبیری او می‌توان به صفحات «خبر» (در ۲ صفحه)، «اقتصاد»، «شهریار»، «گزارش روز»، «پران‌شهر»، «کافه‌محله»، «خانواده سالم»، «دانشگاه»، «نیستان» و «حوادث» اشاره کرد. راه‌اندازی ضمیمه‌های «شهرآرا محله» با نگاهی کاملاً محلی به محلات مشهد، صفحه «پلاک سرخ» با تأکید بر اپناز و شهادت، اختصاص صفحات مختلف به هنر شهری و گردشگری، اختصاص صفحه ورزشی (پران و مشهد) و راه‌اندازی یک کودک و نوجوان و انتشار صفحات غیر ثابت خانم ثابت به نام «کوله‌پشتی» و ویژگی‌های محتوایی این دوره به‌شمار می‌آید. اما در دوره حامدمقدم که ابتدا سردبیری را برعهده داشت، بعد از مدتی ماهان صفایی را به‌عنوان سردبیر منصوب و دبیر تحریریه را از ساختار چارت حذف کرد و به‌جای آن اختیار بیشتری به معاون سردبیر داد. در دوره

استودیو ضبط صدا و تصویر، «توسعه فضاهای مجازی» و «ضبط برنامه‌های زنده اینستاگرامی» از دیگر فعالیت‌های غیرمکتوب اما محتوایی شهرآرا به‌شمار می‌آید و تلاش شده است تا شهرآرا از جایگاه یک روزنامه‌که تعریف سیاسی برایش اهمیت بیشتری داشت، به یک روزنامه شهری تبدیل شود. انتشار ضمیمه «شهرآورزشی» در ۴ صفحه، روزنامه «شهرآرامترو»، هفته‌نامه کودک‌ونوجوان «کوله‌پشتی» هفته‌نامه «میلان»، دوهفته‌نامه «شهربانو»، هفته‌نامه طنز «پلخمون»، ماهنامه «توان‌شهر»، «مدرسه‌زندگی» و «شهداد» از ویژه‌نامه‌های شهرآراست که با هدف پوشش گسترده محتوایی برای همه اقشار مختلف جامعه منتشر شد. در این دوره حجم مطالب تولیدی بسیار گسترش پیدا کرد.

- پویش‌های مردمی «شهرآرا»

روزنامه شهرآرا در مدیریت اخیر، در سال‌های ۹۷ و ۹۸ برای جریان‌سازی‌های محتوایی، پوشش‌هایی را از جمله «طرح لیخد» با هدف گسترش فرهنگ لیخن‌زدن در بین شهروندان مشهدی و نیز «ما بهم ربط داریم» به‌مناسبت دهمین سالگرد روزنامه شهرآرا راه‌اندازی کرد. همچنین پویش «دنیاشو رنگی کن» با هدف کمک به نیازمندان تحت پوشش گلستان علی(ع) در آذرماه ۹۸ در صفحه گزارش صورت گرفت. در این راستا،

گزارشی از زندگی زنی که تنها و بدون حمایت تلاش می‌کند تا یادداشت‌هایی آینده‌فرزندش را بسازد با تیتیر «حتم مادری زیر سقف آرزو» و نیز گزارشی از همراهی خیران با شب‌یلدای ۲ خانواده بی‌یضاعت با تیتیر «مهربانی به بلدای شب‌یلدا» منتشر شد که بعد از انتشار این ۲ گزارش، خبرانی‌با روزنامه تماس گرفتند و برای کمپودهای آن‌ها چاره‌اندیشی کردند و برای شب‌یلدای خانواده‌های بی‌یضاعت پای کار آمدند. اما یکی از مهم‌ترین پوشش‌های شهرآرا که جریان مهمی در جامعه ایجاد کرد، پویش «بی‌قیمت نخریم» بود که روزنامه شهرآرا، همراه با سازمان صمت، تعزیرات حکومتی و اتاق اصناف مشهد، هم‌زمان با گران‌شدن قیمت بنزین و برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها، طی انتشار مطالبی از وضعیت عرضه کالا‌های اساسی و نحوه نصب برچسب قیمت‌ها در بازار، به مردم گزارش داد. گزارش‌های مردمی چون «بدون قیمت‌ها در بازار» و «ویژه‌نامه در قیمت در شهرما ممنوع»، «بی‌قیمت‌ها توبیخ شدند»، «همراهان بی‌قیمت»، «قرار بی‌قیمت‌ها»، «کارت زرد تعزیرات و شنگاه مخاطبان»، «شهرآرا کلوب»، «تنور پوشالی»، «یکه تازی بی‌قیمت‌ها در تک»، «بازار لوازم خانگی زیر ذره‌بین بازارسان»، «خطار به بازار کرد بلور فروشان» از جمله مطالب تأثیرگذار این پویش به‌شمار می‌آید. تاکنون در قالب «پویش بی‌قیمت تخریم» قاضی تعزیرات حکومتی، بازارسان صمت و اتاق اصناف و شورای واحد‌های صنعتی مختلف این پویش به‌شمار می‌آید. تاکنون در قیمت‌های اطراف حرم مطهر، بازار سپاد، مجتمع آرمیتاز، بازار لوازم صوتی و تصویری خیابان سعیدی، مجتمع پروما، فروشگاه کوروش، مجتمع تجاری ابریشم و مجتمع تجاری خورشید بازرسی کرده‌اند. این بازرسی‌ها منجر به پلمب چند واحد صنعتی و صدور برگه جریمه برای واحدهای صنعتی مختلف شد. ایجاد این پویش بازتاب‌های گسترده‌ای بین شهروندان و مسئولان استانی مانند معاون اقتصادی استاندار و رئیس سازمان صمت استان داشته است. با این حال بازتاب این پویش در سطح استان باقی نماند به طوری که حسین مدرس خیابانی، قائم مقام وزیر صنعت در امور بازار گرانسی در ۱۲ آذرماه طی نامه‌ای به سازمان‌های صمت استان که ضمن حمایت از پویش «بی‌قیمت تخریم» تأکید کرد که این پویش باید در همه کشور به اجرا آید. بر مرحله اول پویش «بی‌قیمت تخریم» ۳۰ آذرماه در حالی به‌کار خود پایان داد که گفته رضا شجاعی، معاون نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی اجرای آن سبب شده است تا بیش از ۷۰ درصد مجتمع‌های بازرسی شده به درج قیمت کالاهای خود اقدام کنند.

- ارتباط نزدیک با مخاطبان

برای رسانه‌ای که واژه «مردم» از کنارش دور نمی‌شود، به‌طور حتم حوزه مخاطبان ارزش فراوانی در روزنامه شهرآرا خواهد داشت. این حوزه از ابتدای سال ۹۵ در راستای تحقق مدیریت ارتباط با مشتری و با هدف تهیه و نشری به‌تر بیست و سومین نمایشگاه مطبوعات، «تیرآرازترین روزنامه شهری کشور»، «تنها روزنامه تخصصی شهری کشور» و «برگزیده‌شدن خبرنگاران شهرآرا در جشنواره استانی و ملی مطبوعات کشور» اشاره نکرد. ●

بانک اطلاعاتی مخاطبان و ساماندهی آن‌ها و تجمیع نظرات و پیگیری پیام آن‌ها ایجاد شده و تاکنون ادامه پیدا کرده است. حوزه مخاطبان شهرآرا از مهر ۹۶ تاکنون، ۲۲ هزار و ۴۴۱ پیام در ارتباط دوسویه با مخاطبان مردمی و سازمانی ثبت کرده است. از این تعداد مخاطبان، ۱۱ هزار و ۷۴۳ ارتباط، به بیان مشکلات خود در زمینه‌های شهری، اجتماعی، فرهنگی، خدماتی و… پرداخته‌اند و درخواست پیگیری آن را داشته‌اند و در حدود ۹۳۰۸ بار ارتباط دربراره روزنامه، اظهارنظر کرده یا به معرفی سوزه پرداخته‌اند و تعداد ۷۳۰۰ ع خبری و درج اخبار و جوابیه‌های اسالی بوده است.

تعداد پیام‌های دریافتی از مخاطبان در دوره مدیریت خرمی در مقایسه با دوره مدیریت قبلی در مدت زمان مشابه به میزان ۲۲ درصد رشد داشته است و این به دلیل افزایش تعداد ضامن‌و کاربردی بودن آن‌ها و نشانه اعتماد بیشتر به تولیدات مؤسسه می‌باشد. به‌منظور شفاف‌سازی و تنویر افکار شهروندان به عملکرد شهرداری پرداخته است. حوزه مخاطبان روزنامه کلیه اخبار مربوط به این حوزه را رصد نموده و به تفکیک مناطق، سازمان‌ها و معاونت‌های شهرداری و همچنین اعضای شورای شهر آن‌ها را ثبت کرده است.

از سوی دیگر روزنامه شهرآرا با هدف کم‌رنگ کردن تعلق شهرآرا به شهرداری در ذهن مخاطب، به سایر اخبار و همچنین پیگیری مشکلات شهروندان نیز پرداخته است. واحد مخاطبان به‌صورت روزانه تیتیر و عکس یک روزنامه را بررسی می‌کند. نتیجه این بررسی از ابتدای سال ۹۸ تا پایان آذر ۹۸، بیانگر این است که در مجموع ۲۰۶ روز انتشار روزنامه، ۱۴۵ روز تیتیر یا عکس یک به‌موضوعاتی غیر از شهرداری پرداخته است. در آذرماه سال ۹۷، حوزه مخاطبان مؤسسه به‌منظور کسب هر چه بیشتر اعتماد مخاطبان خود، به تشکیل باشگاه مخاطبان اقدام کرده است و تاکنون موفق به عضویت ۳۵۰۰ عضو و تشکیل کانال در پیام‌رسان تلگرام شده است که از این تعداد ۵۰ نفر اعضای طلایی (پر ارتباط) بوده که دیدگاه‌های آن‌ها روشنگر راه مؤسسه بوده است. روزنامه «شهرآامترو» نیز مانند دیگر بخش‌های روزنامه مخاطبان پیگیری دارد. این بخش از ۲۰ شهروبر که آغاز به کار کرد تاکنون، بیش از ۱۰ هزار نظر در قالب پیامک داشته است. استقبال کم‌نظیر مخاطبان، این روزنامه را به یکی از پرمخاطب‌ترین رسانه‌های شهر تبدیل کرده تا جایی که حتی به رکورد ۳۰۰۰ پیامک در یک روز هم رسیده است. تعطیلی موقت این ویژه‌نامه در طول ۵۰ر گذشته بسا واکنش‌های اعتراضی زیادی از سوی حداقل ۲۰۰ مخاطب همراه بوده است. در راستای نزدیک‌شدن ارتباط مخاطبان با مسئولان شهرآرا، نشست‌هایی با حضور سردبیر روزنامه در شهروبرماه امسال برگزار شد و توجید آ‌روش‌نیا از نزدیک، انتقادات و پیشنهادها را از اقشار مختلف شنید.

● شماره‌های حساس یک روزنامه محلی روزنامه «شهرآرا» در یک دهه به شماره ۳۰۰۰ خود رسید با انتشار کلی حوادث و بحران‌های مختلف در همه دوران‌ها، از اشک‌ها و لیخنده‌های مختلف از روزنامه‌نگاران گرفته‌تا مخاطبان برای آن نگرانی‌ها و ناامنی شغلی خبرنگاران گرفته تا تماس‌های مکرر مخاطبان و نگرانی‌شان از انتشار نیافتن صفحه یا ضمیمه‌ای از روزنامه که همه این‌ها حکایت از اهمیت یک رسانه محلی بااهمیت در سطح شهر مهمی چون مشهد دارد. اما از همه مراسم، جشن‌ها و نشست‌های تلخ و شیرین این رسانه بگذریم، از برگزاری جشن و انتشار صدمین شماره روزنامه و اهدای کارت افتخاری خبرنگاری به استاندار خراسان رضوی و همچنین از چهار رقمی شدن انتشار روزنامه همراه با ویژه‌نامه‌ای با تیتیر «هزارمین سلام» نمی‌توان گذشت، با همه خاطراتش. با انتشار سه‌هزارمین شماره شهرآرا در یکم دی ماه، شاید بتوان بر روی بسیاری از خاطرات ناراحت‌کننده مسیر پر فراز و نشیب ۱۰ سال گذشته چشم‌پوشید اما نمی‌توان به اقتضارات پش‌ترآزترین روزنامه شهری از جمله «راهیابی شهرآرا به جمع بهترین‌های کشور و گرفتن تبه الف»، «انتخاب روزنامه شهرآرا به‌عنوان نشریه برتر بیست و سومین نمایشگاه مطبوعات»، «تیرآرازترین روزنامه شهری کشور»، «تنها روزنامه تخصصی شهری کشور» و «برگزیده‌شدن خبرنگاران شهرآرا در جشنواره استانی و ملی مطبوعات کشور» اشاره نکرد. ●