

حمایت شهرآرا از جذب سرمایه‌گذار در مشهد

روز خبرنگار فرصتی را فراهم کرد تا معاون اقتصادی و رئیس سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های شهری مشهد هم ساعتی را مهمان مؤسسه فرهنگی شهرآرا باشد و از نزدیک با فعالیت‌های این مجموعه رسانه‌ای آشنا شود.

رضا خواجنانی با بیان اینکه رسانه‌ها نقش بسزایی در جذب سرمایه‌گذار در کلان‌شهرها دارند، گفت: حاکم شدن روحیه حمایت از جذب سرمایه‌گذار در شهرآرا در این یک ساله سبب شده است که این روزنامه به روند توسعه شهر کمک شایان توجهی کند.

وی با بیان اینکه اطلاعات یکی از مولفه‌هایی است که می‌تواند در هر اقتصادی در روند سرمایه‌گذاری اثرگذار باشد، افزود: این اطلاعات هستند که می‌تواند یکی از مبنای اصلی تصمیم‌گیری هر سرمایه‌گذار برای انجام سرمایه‌گذاری باشند.

خواجنانی ادامه داد: جنس و نحوه انتقال این اطلاعات به سرمایه‌گذاران، می‌تواند در روند تصمیم‌گیری آن‌ها موثر باشد. هر اندازه اطلاعات دقیق‌تر و شفاف‌تر به سرمایه‌گذاران منتقل شود، آن‌ها با اطمینان خاطر بیشتری اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند.

رئیس سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های شهری این نکته را نیز بیان کرد که زمانی که فردی می‌خواهد اقدام به سرمایه‌گذاری کند، فضای عمومی یکی از اولویت‌های اصلی است و اگر فضای عمومی، فضای مساعدی باشد، افراد بیشتری راغب به سرمایه‌گذاری می‌شوند.

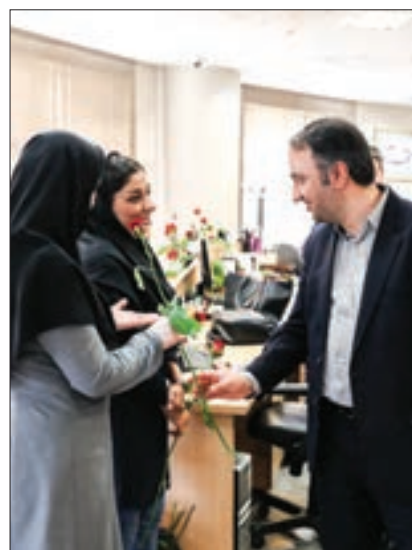
وی اضافه کرد: بر این اساس، شهرآرا با انتشار گزارش‌های مختلف درباره سرمایه‌گذاری در مشهد و مطرح کردن ضرورت تنوع‌بخشی به حوزه‌های سرمایه‌گذاری توانسته است اطلاعات خوبی در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهد.

خواجنانی بیان کرد: همچنین شهرآرا با ایجاد فضای مساعد برای سرمایه‌گذاری، نقش مؤثری در ایجاد فضای عمومی حمایت از سرمایه‌گذاری ایفا کرده است.

معاون اقتصادی شهردار مشهد با بیان اینکه شهرآرا در این یک سال در حوزه فنی و شکلی پیشرفت‌های خوبی کرده است، گفت: تغییرات ایجادشده در فرم روزنامه تأثیر این رسانه را به لحاظ بصری افزایش داده است. ضمن اینکه فرم جدید سبب ارتباط بهتر مخاطب با روزنامه می‌شود.

وی به ویژه نامه‌ها و ضمایم روزنامه مردم مشهد هم اشاره و تصریح کرد: خوشبختانه در یک سال گذشته، شهرآرا ویژه‌نامه‌های تخصصی و کارسردی متعدد و متنوعی منتشر کرده است که با برنامه‌ریزی مدون می‌توان از توان این ویژه‌نامه‌ها برای انعکاس هر چه بیشتر توانمندی‌های نخبگان حاضر در مشهد و خراسان رضوی بهره برد.

خواجنانی با بیان اینکه ضمیمه‌های شهربانو، کوله‌پشتی و میلان بر تعداد خواننده‌های روزنامه شهرآرا افزوده است، ادامه داد: این ویژه‌نامه‌ها با مخاطب‌شناسی و انتشار محتوای متناسب با آن‌ها، بر غنای این روزنامه افزوده‌اند.



رسانه‌ها رکن چهارم دموکراسی‌اند و آگاهی‌بخشی در فضاهای منتهب امروز، یکی از مهم‌ترین رسالت‌های آن‌هاست. در این میان، رسانه‌های محلی مسئولیت سختی برای هموار کردن این مسیر بر عهده دارند. شهرآرا نمونه‌ای از موفق‌ترین رسانه‌های محلی کشور و از جنس مردم است. هرچند این روزنامه پیش از روی کار آمدن شورای تدبیر و امید، بیشتر درگیر مسائل و مباحث سیاسی بود

از اردیبهشت سال گذشته و پس از پیروزی لیست امید، روند محتوایی شهرآرا نیز تغییر کرد. مباحث اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، خبری و دیگر حوزه‌ها در این روزنامه رنگ و بوی مردمی به خود گرفت و در واقعیت امر، شهرآرا به روزنامه واقعی مردم مشهد تبدیل شد. هرچند طی چند سال اخیر همواره واژه «روزنامه مردم مشهد» بر پیشانی شهرآرا جا خوش کرده بود، طی ۹ ماه اخیر بود که این جمله به حقیقت

پیوست و شهرآرا روزنامه مردم مشهد شد. اقشار مختلف مردم محور تولید گزارش‌های اقتصادی و اجتماعی، اخبار شهری، تریبون شهر، ادبیات و فرهنگستان، گردشگری، فرهنگ شهر و بند و بسیاری دیگر از حوزه‌های کاری شهرآرا شدند که با توجه به سیاست مدیریت مجموعه، این روند ادامه خواهد یافت. در این راستا، خلاقیت و مردمی بودن در تولید محتوا به صفحه‌آرایی نیز رسید و شهرآرا با گریب جدید توانست مخاطبان

بیشتری از اقشار مختلف را به خود جذب کند. افزایش مخاطبان شهرآرا در تعداد پیامک‌ها، تماس‌های تلفنی و مراجعه حضوری افراد کاملاً مشهود است. انتقادهایی نیز وجود دارد که قطعاً مدیریت مجموعه از آن‌ها به عنوان یک فرصت و برای اصلاح عملکرد بهره‌می‌برد. واکنش‌ها به مطالب تولیدی در صفحات مختلف شهرآرا و نتیجه‌بخش بودن بسیاری از گزارش‌هایی که با رویکرد بررسی مشکلات در زمینه‌های مختلف تهیه شده است نشان

می‌دهد شهرآرا نقش مهمی در انعکاس مشکلات اقشار گوناگون داشته و دارد. طی دو روز گذشته نیز گروه‌ها، مدیران و مسئولان بسیاری برای خدا قوت‌گویی به خبرنگاران روزنامه به موسسه شهرآرا آمدند با تقدیر از خلاقیت این مجموعه از حرکت رو به جلو و مردمی شدن شهرآرا تقدیر کردند. مردمی بودن برای شهرآرا ارزشی است که به احترام اقشار مختلف مردم، آن را پاس خواهد داشت.

شهر آرا برای همه مردم

گزارش

تلفیق جوان‌گرایی و تدبیر

توصیف قائم‌مقام تولیت آستان قدس رضوی از عملکرد شهرآرا

سیاسی متعدد در جامعه ادامه داد: شهرآرا رسانه مردم مشهد است و به یک جریان سیاسی تعلق ندارد. از مدیران و خبرنگاران این روزنامه وزن تشکر می‌کنم که در این مسیر خوب عمل می‌کنند و می‌کوشند صدای مردم را به گوش مسئولان برسانند.

وی تأکید کرد: باید دقت بیشتری شود که روزنامه شهرآرا به معنای واقعی کلمه رسانه مردم مشهد باشد و همچنان همین راه را ادامه دهد. بختیاری در بخش پایانی سخنان خود به اظهارات مدیرعامل مؤسسه شهرآرا که او را ساده‌زیست توصیف کرده بود واکنش نشان داد و گفت: اگر به اعتقاد شما و دیگر دوستان ساده‌زیستی در من وجود دارد، ناشی از حسن توجه و ابراز لطف شماست.

وی ادامه داد: بر اساس سیره پیامبر اکرم و معصومان(ع)، در نظام اسلامی، اگر مسئولان در خدمت به مردم نیت دیگری داشته باشند، قطعاً باخته‌اند. در نظام اسلامی، هرگز نباید خودمان را یک سر و گردن بالاتر از مردم بدانیم. قائم‌مقام تولیت آستان قدس رضوی بیان کرد: مردم باید احساس کنند خدامان‌شان از جنس آن‌ها هستند. زندگی مردم خواجه ناخواه انسان را از توده‌های مردم جدا می‌کند. از صدر اسلام تاکنون همواره بار جامعه روی دوش مردم بوده است.

معاون ارتباطات و رسانه آستان قدس رضوی نیز در جریان بازدید از روزنامه شهرآرا گفت: برای بنده، ۱۷ مرداد سال ۹۷ روز بسیار عزیز است زیرا توفیق پیدا کردم در رسانه خوب و حرفه‌ای شهرآرا حضور پیدا کنم. سید نظام‌الدین موسوی با بیان اینکه رسانه در دنیای امروز پدیده‌ای مؤثر و ارزنده است که پیگیری منافع عمومی و مطالبات مردم را بر عهده دارد افزود: خوشبختانه وجهه مردمی شهرآرا پررنگ شده و این رسانه در جلب رضایت مردم کما حد زیادی موفق بوده است. وی افزود: اگر چه از زمان تأسیس روزنامه شهرآرا مدت زیادی نمی‌گذرد، این رسانه وزین به خوبی توانسته است خیلی زودتر از آنچه انتظار می‌رفت، جای خود را در افکار عمومی پیدا کند. موسوی بیان کرد: به رغم اینکه در نتیجه تغییرات مدیریتی امکان ایجاد تزلزل در فعالیت هر مجموعه وجود دارد، خوشبختانه شاکله فعالیت روزنامه شهرآرا با وجود تغییر مدیریت آن حفظ شده و در یک سال اخیر ادامه پیدا کرده است.

وی با بیان اینکه روزنامه شهرآرا مسیری رو به رشد را در پیش گرفته است افزود: انتشار ضمایم مختلف برای پوشش نیازهای اقشار مختلف جامعه نشان‌دهنده بلوغ و پویایی این رسانه است. موسوی به نقش رسانه‌های افزود: امروزه در عرصه رسانه، روزنامه‌های محلی به یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین ابزارها تبدیل شده‌اند و شهرآرا در این زمینه موفق بوده است. وی ادامه داد: از آنجا که شهرآرا ابعاد مختلف زندگی شهروندی را مورد توجه



عکس: جوان‌گرایان شهرآرا

خبر

رسانه‌ها مؤثرترین مؤلفه در ترویج مهارت‌آموزی

ظریفیان - مدیر کل سازمان فنی و حرفه‌ای خراسان رضوی نیز از دیگر مسئولانی بود که با حضور در روزنامه شهرآرا هفته‌خبرنگار را به اهالی این رسانه تبریک گفت. افسشین رحیمی گفت: اتفاقات خوبی در مشهد می‌افتد که بسیاری از رسانه‌ها اطلاع‌رسانی درستی از آن‌ها انجام نمی‌دهند. با این حال، شهرآرا روزنامه‌ای تأثیرگذار است که اخبار را به درستی و به موقع به اطلاع همنشهریان می‌رساند و نقش مؤثری در ترویج مهارت‌آموزی در استان داشته است.

وی ادامه داد: امیدوارم رسانه‌ها روز فنی و حرفه‌ای را همواره به یاد داشته باشند زیرا اشتغال دغدغه تمام مسئولان در نظام جمهوری اسلامی است. سالانه بالغ بر ۱۲۵ هزار نفر در خراسان رضوی تحت آموزش‌های مهارتی سازمان فنی و حرفه‌ای قرار می‌گیرند. این در حالی است که افراد کمی در جامعه از این آمار اطلاع دارند.

رحیمی با تأکید بر اینکه خبرنگاران می‌توانند در آشنا کردن افراد جامعه با مأموریت‌های سازمان فنی و حرفه‌ای بسیار مؤثر باشند افزود: سال گذشته، ۴۷۳ نفر از افرادی که در طرح سه‌ماهه تاش ماهه مهارت‌آموزی در محیط واقعی کار شرکت کردند، پس از اتمام طرح، مشغول به کار شدند. این عدد درخور توجهی است و نشان می‌دهد فردی که ۱۲ سال در یک نظام آموزشی آموزش دیده اما توان ورود به بازار کار را ندارد، در یک طرح آموزشی شش‌ماهه فنی و حرفه‌ای شرکت می‌کند و جذب بازار کار می‌شود. این بزرگ‌ترین افتخار ماست که بتوانیم به افراد جویای کار مهارتی آموزش دهیم که به واسطه آن مهارت مشغول به کار شوند.

وی مؤثرترین مؤلفه در ترویج فرهنگ کار و کارآفرینی را رسانه‌ها دانست و گفت: ما کشوری هستیم که مردمش بیش از آنکه به کسب مهارت علاقه داشته باشند به کسب مدرک تمایل دارند. امروز کشور ما به رشته‌های مهارتی نیاز دارد ولی همه دوست دارند دکتر و مهندس و کارشناسی ارشد شوند.

رحیمی ادامه داد: مسابقات آزاد مهارتی استان را برگزار کردیم که طی آن نخبه‌های آسپزی، نانویی و دیگر مهارت‌ها در استان مشخص شدند. هر روز، وقتی تلویزیون را روشن می‌کنیم، چهره‌های ورزشی و هنری و علمی را فراوان می‌بینیم، آیا در رسانه، افراد دارای مهارت را هم به همان اندازه می‌بینیم؟ همان قدر که یک فوتبالیست، هنرمند، پزشک یا مهندس نخبه است، یک آسپز یا نانوا نیز می‌تواند در رشته خود نخبه باشد و رسانه‌ها هستند که می‌توانند این افراد را برجسته کنند.