

چه تعداد از مشهدی ها، روزنامه خراسان می خوانند؟

میزگرد

* آقای دکتر نمک دوست! از آن جا که شما به راه حل ها اشاره کردید، می خواستیم بدانیم این که برخی از مطبوعات ما دنبال هر و فضای مجازی شده اند - به این معنا که به اصطلاح به سراغ ترندهای مجازی می روند و آن ها را دنبال می کنند تا بلکه از این طریق بتوانند مخاطب جذب کنند، نتیجه بخش است؟

نمک دوست: به هر حال باید این واقعیت را قبول کنیم که بازیگری نقش اول قلمرو خبر، روزنامه های کاغذی نیستند. البته این مطلق نیست و هنوز هم برخی از اولین خبرهای عالم را روزنامه ها منتشر می کنند (البته به طور خاص) یا



آنچه که روزنامه نگاری تحقیقی است در همین حوزه تعریف می شود. اگر مادر ک چند رسانه ای را بپذیریم آن وقت بازاری که باید رسانه را در آن اداره کنیم فرق می کند؛ از سطح گرفتن آگهی و فروش تک شماره بالاتر می رود. ما می توانیم یک ارزش افزوده هایی خلق کنیم که در نسخه های کاغذی به آن ها فکر نمی کردیم. الان در نشریات دنیا که چند رسانه ای شده اند، می بینید که جز محتوا رزوه های متنوع دیگری هم دارند. در سطوح پایین می بینید که برخی رسانه ها، چیزهایی مثل کیف، شال، کلاه و... را با نشان رسانه می فروشند. برای مثال در نشریه گاردین یک ضمیمه آشپزی منتشر شده بود که سه صفحه از ۴ صفحه جلد این ویژه نامه دارای تبلیغات لوازم آشپزی بود و نکته جالب این که می گفت سفارش این اجناس را به سایت گاردین بدهید که همین باعث درآمدزایی برای گاردین می شود. به همین ترتیب می توان تجویزهایی برای رسانه بزرگی مثل خراسان یا همشهری هم داشت. در کشور صدها مسئله داریم که حل آن ها نیاز به مشارکت اجتماعی دارد و ما پول های کلانی برای حل سخت افزاری مسائل هزینه می کنیم در حالی که توجه به وجوه فرهنگی نداریم. مثلاً در زمینه تصادفات جاده ای، در سال ۱۵ هزار تلفات و حدود ۶۰ هزار معلولیت و نزدیک به ۵۰۰ هزار نفر مجروح داریم. عدد هزینه ای ۲۴ هزار میلیارد تومان است که با عدد غیر مستقیم ۴۰ هزار میلیارد تومان می شود که عدد بسیار بزرگی است و اقتصاد ایران آن را می پردازد. آیا نمی توانم به عنوان هسته پیش برنده این موضوع، رسانه هایی مثل خراسان قرار گیرند و با دستگاه های درگیر صحبت کنیم و از این عدد بزرگ، بخش کوچکی حدود ۲۰۰ میلیارد تومان را در همه رسانه ها خرج فرهنگ کنیم. اگر این عدد وارد صنعت مطبوعات شود از این رو به آن رو می شود. به همین ترتیب چه راه حل هایی را روزنامه خراسان می تواند برای خراسان و ایران بدهد؟ خراسان، قدرت چانه زنی دارد. برند و عمر ۷۰ ساله خراسان اعتباری است که اجازه می دهد وارد این حوزه ها شود. برندهای بزرگ می توانند در سطوح حل مسائل اجتماعی به گونه ای وارد شوند که آورده اقتصادی هم داشته باشند. البته فقط با روزنامه هم نمی شود و باید خبرگزاری، شبکه تلویزیونی و... داشته باشید. ما خودمان با دست خودمان افتاده ایم به جان موسسه مطبوعاتی تا فقط به روزنامه برسیم چون فکر می کنیم، روزنامه می تواند پول تولید کند در حالی که هر کاری کنید، روزنامه و محتوا به تنهایی پول تولید نمی کند.

خانیک: برای حسن ختام عرض می کنم که شعار روزنامه خراسان "برادر جان خراسان است اینجا / سخن گفتن نه آسان است اینجا" فقط برای زیبایی نبود آخرش می گوید: "خراسان مردمی باهوش دارد / خراسانی دولب ده گوش دارد" اگر شما مخاطبی در نظر بگیرید که دولب و ده گوش دارد یعنی مخاطب را فعال در نظر بگیرید و تصور این که هر چه تولید کنیم آن ها مصرف می کنند، درست نیست.



۹۰ درصد مشهدی ها پیگیر اخبار هستند

در ابتدای این نظرسنجی، ابتدا از مردم مشهد پرسیدیم که چقدر پیگیر اخبار هستند و آن را درصد می کنند؟

اسفند ۹۶	
بله	۸۷/۶ درصد
خیر	۱۲/۴ درصد

روزنامه، سومین رسانه پر مخاطب مشهدی ها

ما از مخاطبان مان پرسیدیم که بیشتر از چه ابزاری برای اطلاع از اخبار استفاده می کنند؟ همان طور که در جدول پایین می بینید پرطرفدارترین ابزار اطلاع رسانی همچون سابق صدا و سیما و در رتبه های بعدی فضای مجازی از پرطرفدارترین ابزارهای اطلاع رسانی هستند و روزنامه ها در رتبه بعدی قرار دارند.

اسفند ۹۶	
تلویزیون	۶۵/۲ درصد
شبکه های اجتماعی	۲۲/۲ درصد
روزنامه	۶/۶ درصد
سایت های خبری	۲/۵ درصد
ماهواره	۱/۸ درصد
دوستان و نزدیکان	۱/۳ درصد
اپلیکیشن های خبری	۰/۵ درصد

ضریب نفوذ بالای خراسان در مشهد

در مرحله بعدی از افرادی که به خواندن روزنامه علاقه دارند، پرسیدیم که از میان روزنامه های گوناگون ممکن است خراسان را انتخاب کنند؟ مفتخریم اعلام کنیم که نزدیک به ۹۰ درصد این افراد به سوال ما پاسخ مثبت دادند که نشان دهنده محبوبیت این روزنامه در شهر مشهد است. با مشاهده جدول پایین با یک حساب سرانگشتی می توانید دریابید که چقدر از روزنامه خوان های مشهدی مخاطب روزنامه خراسان هستند. همان طور که پیشتر گفتیم نزدیک به نیمی از مردم مشهد اهل روزنامه خواندن هستند و حدود ۹۰ درصد این افراد ممکن است خراسان را مطالعه کنند. این یعنی از هر ۲/۴ مشهدی یک نفر مخاطب جدی روزنامه خراسان است و فقط ۱۱ درصد این افراد، روزنامه های دیگر اعم از روزنامه های محلی و سراسری را می خوانند.



مرکز افکار سنجی دفتر پژوهش موسسه خراسان حدود یک سال پیش و برای چندمین بار نظرسنجی بزرگی را میان مردم مشهد انجام داد و از مردم این شهر درباره دیدگاه شان به روزنامه پرسید تا شناخت بهتری درباره مخاطبان داشته باشد. طبق اعداد و ارقامی که از جامعه آماری گسترده مشهدی ها به دست آمد، به این نتیجه رسیدیم از میان هر ۲/۴ مشهدی یک نفر روزنامه خراسان می خواند. این جا و در ویژه نامه بیست هزارمین شماره روزنامه خراسان هم چکیده ای از آن گزارش را به شما مخاطبان گرامی تقدیم می کنیم.

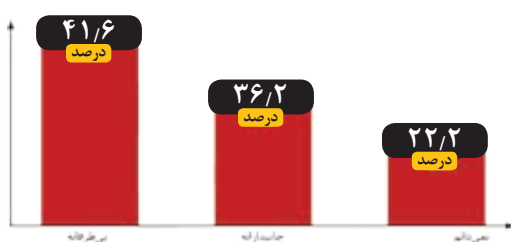
پر خواننده ترین صفحات روزنامه خراسان

همچنین از مخاطبان مان پرسیدیم بیشتر از همه کدام صفحات (به جز صفحات ضمیمه زندگی سلام، جیم و...) روزنامه را مطالعه می کنند؟ همان طور که مشاهده می کنید صفحه حوادث پر مخاطب ترین صفحه روزنامه است.

اسفند ۹۶	
حوادث	۵۴/۳۴ درصد
صفحات سیاسی	۲۷/۵۰ درصد
اجتماعی	۱/۵۴ درصد
ادب و هنر و فرهنگی	۱۱/۵۶ درصد
بین الملل	۶/۹۴ درصد
حرف مردم و صفحه ۲	۱۳/۸۸ درصد
دانش و فناوری	۶/۹۴ درصد
اقتصادی	۱۶/۹۶ درصد

آیا روزنامه خراسان بی طرف است؟

به عنوان سوال بعدی از مخاطبان مان پرسیدیم؛ اخبار روزنامه را بی طرفانه می دانند یا جانبدارانه؟ بیشتر از ۴۱ درصد افراد مطالب روزنامه را بی طرف می دانند.



خراسان چه گرایش سیاسی دارد؟

همچنین از آن ها پرسیدیم که فکر می کنند گرایش سیاسی روزنامه خراسان چیست؟ با توجه به اعداد و ارقام جدول زیر حدود ۸۱ درصد مخاطبان مان یا نمی دانند خراسان چه گرایش سیاسی دارد یا آن را بی طرف و میانه رو می دانند اما در این بین فقط ۱۹/۷ درصد مخاطبان فکر می کنند، خراسان هم جهت گیری سیاسی دارد.

اسفند ۹۶	
نمی دانم چه گرایشی دارد	۴۳/۹ درصد
خراسان اصولگراست	۱۴/۵ درصد
خراسان یک روزنامه میانه رویایی طرف است	۳۶/۲ درصد
خراسان جهت گیری های اصلاح طلبی دارد	۵/۲ درصد