

گپ و گفتی با محمد صادق باطنی، رئیس شبکه امید

مخاطب خاص رسانه

شاید بتوان نمایشگاه مطبوعات را نمایشگاهی برای مطالبه‌گری و بررسی دانست. در این نمایشگاه چهره‌های متفاوت سیاسی و اجتماعی نقطه‌نظرات متفاوت خود را در مورد رسانه و مسائل این چنینی ارائه دادند. همچنین رسانه‌های گوناگون با نمایش چشم‌اندازهای شان در مورد آینده رسانه در ایران یکسری منظره طراحی کردند. در این بین ما به گفت‌وگو با محمد صادق باطنی، رئیس شبکه امید نشستیم تا ببینیم آینده رسانه‌ها

نماین قدیانی

نوجوانه



و حرف حساب نوجوانه و رسانه چیست؛ این شما و مصاحبه این هفته.

قرار دهیم. دوم این‌که بعد از شناسایی زیست بوم نوجوان این مسئله را بررسی کنیم که چگونه شبکه امید را به این زیست بوم برسانیم.

ما به شبکه امید به چشم یک ابزار هویتی و یک سید فرهنگی نگاه و سعی کردیم فعالیت نوجوان را در این شبکه قرار دهیم.

خروجی این برنامه‌ها از لحاظ فنی ابتدا ساخت یک شبکه ارتباطی با نوجوانان بود که در شش ماهه ابتدایی به آن دست یافتیم. ما توانستیم یک شبکه مناسب و دقیق از نوجوانان را پیدا و از آنها استفاده کنیم. در گام دوم افزایش کیفیت بخش شبکه بود. نوجوان امروز به عنوان یکی از اصلی‌ترین گروه‌های هدف رسانه و به عنوان یک فرد ارزشمند وقتی جذب یک برنامه می‌شود که رنگ و بوی ارزشمندی و کیفیت بدهد. همچنین در حوزه محتوایی ما موارد محتوایی را بالا بردیم و سعی کردیم با نیازسنجی از مخاطبان محتوایی تولید کنیم که از دل نوجوان بیرون آمده باشد.

همچنین سعی کردیم با قرار گرفتن در میانه گود و استفاده از خود نوجوان در مسائلی ورود کنیم و مطالبه‌گری داشته باشیم که اولین و اصلی‌ترین مخاطب آن نوجوان است.

همچنین سعی کردیم با استفاده از استعدادیابی‌هایی که اجرا شد به معرفی توانایی و شناساندن نوجوان متخصص و ماهر امروز پردازیم و آنها را در پرورش استعدادشان هدایت کنیم.

ما سعی کردیم گستردگی انواع نیازها و علاقه‌مندی‌ها را در برنامه کار قرار دهیم. از گیم و سینما گرفته تا کارهای جهادی با تمرکز با حضور نوجوان در این برنامه‌ها....

خلاصه این‌که تمام تلاش ما این بود که ارتباط نوجوان با این آنتن احیا شود و از آن طرف شبکه در رویدادهای مهم حوزه نوجوان کشور در میان گود باشد. همچنین شبکه امید سعی کرد برای خودش رویدادهایی تعریف کند، یعنی با تشکل‌ها، سایت‌های تبلیغات، سازمان‌ها و رویدادهای مختلف.

به عنوان یک خبر باید گفت خروجی این اتفاقات این شده که شبکه امید توانست خودش را از بین شبکه‌های مختلف سیما در بین سید مصرفی شبکه‌های تلویزیونی

بالا بکشد و سهم بالایی

از مخاطب نوجوان را

نصیب خود کند.

فاصله ما با نوجوان

همچنان قابل تامل

است و باید در این

مورد تدبیر کنیم.



۴ نقش رسانه در تربیت نوجوان چیست و نوجوان چه تاثیری در رسانه داشته‌اند؟

نوجوانی سن بلوغ و هویت‌یابی افراد است. رسانه در این رده سنی می‌تواند بخشی از نقش تربیتی نوجوان را بر عهده بگیرد. رسانه می‌تواند به رشد و توانمند کردن نوجوانان کمک کند یا به صورت برعکس عمل کند. تاجایی که مادر نظام جمهوری اسلامی از ابتدای انقلاب می‌دانیم این است که تعبیر رهبر انقلاب ایران این بوده که رسانه شانس مربی و مربی‌گری دارد. از سمتی دیگر نوجوانان نگاه متفاوت و کاربردی جدید برای رسانه قائل شده‌اند. امروزه رسانه برای نوجوان صرفاً یک ابزار سرگرمی و اطلاع‌رسانی نیست، بلکه نوجوان امروز از رسانه برای هویت‌سازی بهره می‌برد و به معنایی دیگر با استفاده از رسانه خود را تعریف می‌کند. خیلی مهم است که به این نکته توجه کرد که در عصر امروز نوجوانان بدون استفاده از رسانه نمی‌توانند هویت کاملی داشته باشند و به بیانی دیگر در ارائه خود دچار آسیب می‌شوند.

۴ با توجه به این‌که بیانیه گام دوم انقلاب، خطاب به نوجوانان است، مطبوعات و رسانه‌ها، باید چه اقداماتی برای بیشتر شناساندن این بیانیه به نوجوانان انجام بدهند؟ و اگر اقدامی انجام شده، این اقدامات چه نواقصی داشته‌اند؟

بیانیه گام دوم در سند‌های سیاستی و ابلاغی به عنوان یک سند متفاوت و ویژه باید شناسایی شود. این بیانیه به جای آن‌که مسئولان و افراد در راس را خطاب قرار دهد، در حال ارائه توصیه و محول کردن مسئولیت به نسل بعدی است. شاید این بیانیه یکی از محدود بیانیه‌هایی باشد که به جای نگاه پسینی، نگاه پیشینی به مسائل دارد. ارائه تحلیل و تجربه توسط فردی که پیش، حین و بعد از انقلاب در عرصه بوده و خودش نقش کلیدی داشته، می‌تواند خط‌مشی و برنامه و ارزش‌ها را حفظ کند.

درست است که بیانیه گام دوم لحنی دلسوزانه و متنی تاثیرگذار دارد اما رسانه باید همواره مراقب باشد که در هیچ جا هیچ توصیه‌ای به این رسانه بابت در معرض مستقیم قرار دادن نوجوانان مشاهده نشده است. همچنین مهم است که رسانه‌ها رسالت خود را در تبیین این بیانیه ایفا کنند. بنده فکر می‌کنم ما باید به جای تمرکز بر نثر بیانیه گام دوم به عمق یابی و نگاه سیستماتیک و جامع بر آن پردازیم.

۴ بعد از حضور شما در شبکه امید، چه اقدامات و تغییراتی انجام شد؟

در رابطه با شبکه امید باید بگویم ما در همان ابتدا یک برنامه جامع و کامل تنظیم کردیم. متوجه شدیم این شبکه از گروه هدف خودش که نوجوان است، فاصله زیادی گرفته و به طور کلی از سید مصرف نوجوان حذف شده بود. نکته بعدی این بود که شبکه امید شبکه مناسبی برای قرار گرفتن در فضای زیست بومی نوجوان نبود. این شبکه به عنوان شبکه نوجوان صرفاً به روش سنتی و با استفاده از آنتن با نوجوان در ارتباط بود. ما تصمیم گرفتیم که باقی رسانه‌ها را نیز به عنوان یک یار هم افزا در کنار این رسانه‌ها بدانیم و از آنها استفاده کنیم.

ما دو برنامه مهم داشتیم اول این‌که نوجوان را با آنتن مواجه کنیم و آن را رو به روی تلویزیون

با هم نگاهی به چگونگی این تحول بیندازیم

«رهائی»

این‌که در لحظه از همه اتفاقات و مسائل خبردار شویم خیلی دور از ذهن بود. اجتماعی، دنیا در حد یک دهکده کوچک شده است و سرعت انتقال یک خبر در یک دهکده است. تبدیل شدن دنیا به یک دهکده جهانی از ابتدای رفت فناوری و رسانه‌ها به شمار می‌رود. این تحولات تأثیرهای خیلی زیادی بر حتی زیست ذره‌بینی داشته است.

های زیادی داشتند اما در سال‌های اخیر با تغییر روند رسانه‌ها به نظر می‌رسد دهند. تحقیقات نشان داده است بینندگان تلویزیون به علت رشد پلتفرم‌های پخش محتوای آنلاین و به طور کلی پلتفرم‌های مستقل با کاهش زیادی مواجه شده است. همچنین عموم مردم تمایل خود جهت تماشای برنامه‌های تلویزیون که همراه با پیام‌های دولت‌ها و سیاستمداران است، از دست داده‌اند. در رابطه با شنونده‌های رادیو نیز همین آمار صدق می‌کند. آمار نشان می‌دهد تعداد زیادی از نوجوانان و جوانان این دهه تابه‌حال به رادیو گوش نداده‌اند. همچنین تغییر عادات مصرف رسانه‌ای در نسل جدید و تمایل آنها به محتواهای کوتاه و دیجیتال و آنلاین باعث می‌شود تولیدات تلویزیونی با اقبال کمتری مواجه شود. همچنین با توجه به کاهش درخواست شرکت‌ها و تولیدکننده‌ها برای تبلیغات رادیویی و تلویزیونی، ورشکستگی این رسانه‌ها نیز دور از انتظار نیست. به طور کلی مدیران رسانه‌ای باید به این تحولات دقت کنند و برای همگام و همراه شدن با این تحولات آماده باشند، در غیر این صورت رسانه آنها به مرور مرجعیت و مخاطب خود را از دست می‌دهد و دیگر به صورت کامل از چرخه رسانه‌ای حذف می‌شود.

روز

بحث کنیم، به وضوح باید به چند نکته توجه کرد. یک ابزار دوجانبه نکته دوم بحث مربوط به واقعیت د کرده است. برخی پژوهشگران بر ر هر لحظه به هر جایی بروید. نکته افق رسانه‌های مستقلی که یلاع و واکنش به اخبار،

د خود بازی‌های قرار ارتباط را از طریق یک ندیده ن جانش را

