



می‌یابند و قاعدتاً باید نمایندگی ۸۰ رسانه را عهده‌دار باشند اما در عمل، برخی از خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها و حتی نشریات تخصصی به دلیل کم بودن مراجعه‌کنندگان یا خوانندگان به معنای کامل به تحلیل مصاحبه و کنفرانس خبری نمی‌پردازند. متأسفانه تعدادی از همکاران صرفاً با پیاده‌سازی نوار از ابتدا تا انتها به درج متن مصاحبه یا احیاناً پیام‌های دریافتی، فاکس و نامه خبری می‌پردازند که در آن صورت یک رسانه یا ۸۰ رسانه فرقی نمی‌کند. مسلماً وقتی وزیر جهاد کشاورزی یا مدیرعامل بانک کشاورزی پذیرای سوالات متعدد ۷۰-۸۰ رسانه شده و ساعت‌ها وقت می‌گذارند، انتظار دارند سخنان آنان نقد و تحلیل شود و هر رسانه با دیدگاه کارشناسی و اطلاع رسانی خود به پراکنش اطلاعات بپردازد تا دیدگاهها و راه‌کارهای جدید نیز به مسوولان ارایه شود.

۵: ساز و کار اقتصادی رسانه‌های تخصصی بخش کشاورزی همچون سایر بنگاههای خدماتی و اطلاع‌رسانی کشور در رکود به سر می‌برد و به همین جهت آنها سعی می‌کنند: از نیروی کار ارزانتر استفاده کنند و تیراژ و وسعت کار خود را به دلیل زیانهای اقتصادی محدود کنند و بعضاً چاپ نشریه را منوط به دریافت تعداد کافی آگهی که ادامه حیات نشریه را تضمین کند، می‌نمایند.

و: در بسیاری از کشورها، نشریات تخصصی بخش کشاورزی روی میز روزنامه‌فروشی‌ها توزیع می‌شوند که متأسفانه در ایران به جز ماهنامه "دام، کشت و صنعت" کمتر نشریه‌ی مربوط به بخش کشاورزی در دکه‌های مطبوعات عرضه می‌شود.

این همه‌ی مشکلات نیست، اما یادمان باشد وزیر جهاد کشاورزی و برخی از معاونین ایشان (متأسفانه بعضی از معاونین طی یک سال گذشته حتی یک مصاحبه برگزار نکرده یا به سختی در یک اتفاق خبری گیر افتاده‌اند) که زمان زیادی برای خبرنگاران صرف می‌کنند، علاقه‌مند هستند رسانه‌های کشاورزی با علاقه بیشتر به این امر ملی که استقلال اقتصادی کشور به آن بستگی دارد، بپردازد. اما کاستی‌ها و موانع بر سر راه رسانه‌ها موجب عدم توسعه و بهره‌وری صحیح از رسانه‌هاست. برای رفع این مشکل راهی بیابیم. در شماره‌های آینده باز هم در این مورد خواهیم نوشت.

وزیر جهاد کشاورزی در آخرین مصاحبه مطبوعاتی خود وقت گذاشتن بیش از حد برای خبرنگاران را به عنوان انتقادی از خود برشمرد. بدین منظور لازم است نکاتی چند در این خصوص یادآوری شود تا مهندس اسکندری خود بر این امر صحنه بگذارد که وقت گذاشتن برای خبرنگاران و ارباب جراید حسن است و قابل انتقاد نیست.

اطلاع‌رسانی جریان دوسویه‌ای است که در صورت تعامل و همکاری طرفین، بهترین آثار سازندگی را برای توسعه پایدار و تضمین تولید به همراه دارد.

بخش کشاورزی در حیطه اطلاع‌رسانی با چند مشکل عمده روبه‌رو است.

**الف:** بین ۳ الی ۴ میلیون خانوار در بخش کشاورزی و در سراسر کشور (مزارع، کوه‌ها، دشت‌ها، سواحل، جنگل‌ها، مراتع، روستاها و ...) فعالیت و زندگی می‌کنند که در برخی از موارد حتی تصاویر تلویزیونی قابل رویت نیست. چه رسد به نشریات، خبرگزاری‌ها و مجلات تخصصی، از طرفی آمار بی‌سوادها و کم‌سوادها در این بخش زیاد است و اصولاً رسانه‌ها جایگاهی در بین این قشر عظیم برای اثرگذاری مناسب ندارند.

**ب:** نزدیک به ۲۰۰ هزار دکترا، مهندس، کارشناس، کاردان و مروج فارغ‌التحصیل رشته کشاورزی در ایران وجود دارند که گرچه در ظاهر حدود ۴۰ نشریه تخصصی غیردولتی بخش کشاورزی و زیرمجموعه‌های آن و حدود ۲۰ نشریه تخصصی دولتی و نزدیک به ۱۵ نشریه و بولتن علمی کشاورزی داریم، اما کمتر از ۲۰ درصد رقم بزرگ ۲۰۰ هزار نفر تحصیلکرده، خواننده این گروه عظیم ۵۵ نشریه هستند.

**ج:** در حال حاضر هیچ نشریه تخصصی اما ساده برای قشر عظیم ۳-۴ میلیون خانواری (پدران، مادران یا فرزندان) منتشر نمی‌شود که به زبان آنان و به صورت سنتی، علمی، تجربی، آسان و روان به انتقال مطالب، خواست‌ها و روش‌های نوین کشاورزی بپردازد.

۵: در مصاحبه‌های وزیر کشاورزی و مدیرعامل بانک کشاورزی شاهد بوده‌ایم که در مواردی تا ۸۰ خبرنگار و ارباب جراید حضور

در صورت تحلیل و نگاه کارشناسی به مصاحبه توسط رسانه‌ها وقت گذاشتن برای خبرنگاران حسن است نه عیب!