

# ایپانا

## تنها خبرگزاری کشاورزی دنیا



این روزها که به عصر طلایی ارتباطات معروف است، روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها، مجلات و... همه در پی انعکاس اخبار روز هستند تا مخاطبان خود را نسبت به مسایل دنیای اطرافشان آگاه سازند. البته در حال حاضر هر کدام از این رسانه‌های خبری در پی ارایه اخبار تخصصی هستند تا بتوانند مخاطبان خاص خود را پیدا کنند. در این بین در کشورمان روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و مجلات مختلف با عنوان‌های خاص و تخصصی مشغول فعالیتند. این پهنانه‌ای از جمله بخش‌های مهم در صنایع مادر ایران محسوب می‌شود و مسایل مربوط به آن نیز بالتبع از اهمیت زیادی برخوردار است.

جهان‌گزار است که از سال ۸۲ با هدف انتقال اطلاعات و پوشش اخبار بخش کشاورزی تأسیس شد و در حال حاضر نیز به فعالیت خود ادامه می‌دهد. دکتر ذاکری حدود ۷ ماه است که مدیریت خبرگزاری را بر عهده دارد و علاوه بر آن مشاور معاون وزیر نیز می‌باشد.

وی ۸ سال پیش مسوولیت اداره مطبوعات روستایی وزارت جهاد سازندگی را بر عهده داشته و از تکنیک‌های خاص خبری برای انتقال دانش و اخبار به روستاییان و عشایر استفاده می‌کرده و سعی بر آن داشته تا روستاییان را نسبت به مسایل اطراف خود آشنا کند. دکتر ذاکری با سابق مطبوعاتی خود توانسته خبرگزاری ایپانا را به صنعت گفت‌وگویی را با ایشان انجام داده که با هم می‌خوانیم.

### خبرگزاری از چه سالی و با چه هدفی

#### تأسیس شد؟

در برنامه سوم توسعه کشور، بخش زراعت و به طور کل بخش کشاورزی از اولویت خاصی برخوردار بود، به همین دلیل سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی بعد از ادغام (وزارت جهاد سازندگی و وزارت جهاد کشاورزی) منوط به این شد که بتواند در عرصه‌های خودکفایی فعالیت‌های لازم را به عمل آورد.

در سال ۸۱ و متعاقب این موضوع در سال ۸۲ برنامه‌ریزی‌های لازم صورت گرفت تا وزارت جهاد کشاورزی بتواند نقش فعال‌تری در زمینه کشاورزی ایفا کند. وزارتخانه برنامه‌ریزی‌های متوسطی را به عمل آورد و پس از کارهای کارشناسی متعدد، نتیجه بر آن شد که تمام بخش‌های کشاورزی برنامه‌های خود را براساس و در زمینه توسعه بخش ارایه دهند. در

این زمینه تمام واحدهای وزارتخانه فعالیت خود را انجام دادند از جمله معاونت ترویج و نظام بهره‌برداری که متولی فعالیت‌های ترویجی در کشور است و به این نتیجه رسیدند که برای انتقال اطلاعات و اخبار بخش کشاورزی، لازم است که نهادی ارتباطی تشکیل شود. در واقع از آسیب‌های موجود در بخش کشاورزی عدم انتقال اطلاعات و موضوع مرتبط با بخش بود که به مخاطبان عام که شامل مردم کشور به ویژه تولیدکنندگان و بهره‌برداران می‌شود، ارایه داده نمی‌شد. سایت‌ها مجموعه تخصصی و دارای حوزه‌های محدود هستند، اگر کسی درباره مسایل ترویج اخباری را بخواهد، می‌تواند به سایت ترویج وزارتخانه مراجعه کند و یا این که در زمینه اقتصاد کشاورزی می‌تواند به سایت معاونت برنامه‌ریزی اقتصادی وزارتخانه مراجعه کند یا در زمینه مسایل تحقیقاتی می‌تواند به سایت سازمان آموزش و تحقیقات مراجعه کند، اما این سایت‌ها محدود هستند و صرفاً در زمینه مسایل تخصصی خود صحبت می‌کنند بنابراین از شمول عام خارج خواهند شد.

بنابراین یکی از آسیب‌شناسی‌هایی که در این زمینه کارشناسی شده و به دست آمده بحث عدم انتقال اطلاعات و اخبار صحیح برای بخش کشاورزی بود. یعنی بسیاری از اخبار به مخاطبان اصلی‌اش که بهره‌برداران و یا رسانه‌هایی که در زمینه کشاورزی کار می‌کنند، نمی‌رسد. می‌دانید که چیزی در حدود ۳۰ میلیون هکتار از اراضی کشور قابل کشت است و از این مقدار بیش از حدود ۵۰ درصد آن مورد کشت و بهره‌برداری قرار نمی‌گیرد. این ظرفیتی که الان محدود است تا زمانی که بخواهیم به رقم ارزشمند ۲۰ یا ۲۵ میلیون هکتار برسیم، نشان‌دهنده سرمایه‌گذاری



رسانه‌های جهانی اینترنتی به عنوان یک خبرگزاری تخصصی کشاورزی مطرح کند، جایگاه خود را در جهان پیدا کرده است. ولی هنوز از سوی ما اقدامی در جهت معرفی خبرگزاری ایانا به عنوان یک رسانه تخصصی صورت نگرفته است. اما به دنبال جبران این ضعف هستیم و زبان دوم (انگلیسی) خبرگزاری در حال راه‌اندازی است که از این طریق ارتباط بیشتری را با مخاطبان خارجی به دست خواهیم آورد.

### مهمترین چالش پیش روی خبرگزاری برای ارسال اخبار خود چه بوده است؟

بزرگترین چالش‌هایی که خبرگزاری با آن روبه‌رو بوده، عدم درک درست از خبرگزاری در کشور است. خیلی‌ها خبرگزاری را با سایت اشتباه می‌گیرند و فکر می‌کنند که چون در بخش کشاورزی صدها یا هزاران سایت کشاورزی وجود دارد، چه ضرورتی برای ایجاد یک خبرگزاری در کنار آنها است. این در حالی است که سایت با خبرگزاری تفاوتی چشمگیر دارد.

تغییر دیدگاه‌های برای این که ضرورت وجود یک خبرگزاری در بخش کشاورزی را درک کنند از مهمترین چالش‌های موجود بوده است. این نشان می‌دهد که بخش کشاورزی مشکلات خاص خود را دارد.

اطلاعات و اخبار زمانی که به صورت صحیح در اختیار مردم قرار گیرد، دیگر با موج‌های گرانی و سرسام‌آور روبه‌رو نمی‌شویم.

بسیاری از زد و بندهای اقتصادی همیشه در جامعه وجود دارد تا آن جامعه از نظر انتقال اطلاعات و اخبار بسته شود، به همین دلیل جامعه هیچ وقت ثبات اقتصادی ندارد و همیشه با مسایل و مشکلات اقتصادی روبه‌رو می‌شود. اما اگر ما اخبار صحیح را در اختیار مردم قرار دهیم، از نوسان اقتصادی جلوگیری می‌کنیم و فروشنده، خریدار و تولیدکننده به درک درستی از قیمت می‌رسند.

بنابراین خبرگزاری با ارایه اخبار شفاف و روشن می‌تواند در توسعه و شکوفایی اقتصاد کشور و کشاورزی نقش سازنده داشته باشد.

خبرگزاری یک مجموعه‌ای است که به تولید خبر می‌پردازد تا سایر رسانه‌ها بنا بر نیاز خود اخبار را انتخاب کنند. خبرگزاری نمی‌تواند معجزه کند، بلکه اعجازش در این است که اخبار را علاوه بر این که روی سایت می‌گذارد از طریق سایر رسانه‌ها نیز به اطلاع مردم می‌رساند.

زیربخش‌های کشاورزی، چیزی حدود ۷ سرویس برای این موضوع در نظر گرفتیم و این ۷ سرویس با توجه به ضرورت و اهمیت کارهای ما از قبیل سرویس کشاورزی با دو بخش منابع طبیعی، گیاهان دارویی، سرویس تشکلهای غیر دولتی، سرویس صنایع و توسعه روستایی، سرویس استان‌ها، سرویس فرهنگی، سرویس بین‌الملل و سرویس عکس شکل گرفته است. دو سرویس بین‌الملل و عکس از

جمله سرویس‌های فعال این خبرگزاری هستند. در تمام استان‌ها نیز هم خبرنگاران افتخاری و هم کسانی که از سوی ما انتخاب شده‌اند، داریم که اخبار و اطلاعات را برای ما ارسال می‌کنند. حدود ۱۴ استان با ایانا ارتباط مستقیم خبری و ارسال آن را دارند. در استان خوزستان نیز دفتر نمایندگی داریم.

توسعه فعالیت‌های ایانا در کشور جزو اهداف و فعالیت‌های ما است و در نظر داریم با هماهنگی لازم، در هر شهر شعبه و نمایندگی داشته باشیم. استان‌های مورد نظر ما باید یکی از قطب‌های فعال کشاورزی باشند و به همین دلیل ما استان‌ها را شناسایی می‌کنیم و پس از این که استان‌ها با فعالیت‌های کشت و کارهای صنعتی، مشخص و بررسی شدند، در آن منطقه دفتر راه‌اندازی می‌کنیم.

در واقع خبرگزاری ایانا تنها خبرگزاری کشاورزی دنیاست که به بخش کشاورزی می‌پردازد و در حال حاضر با ۴۸ خبرنگار امید دارد که بتواند در آینده نزدیک به صورت یک الگو چه در داخل یا خارج کشور در آید.

### بازتاب اخبارتان در سایر رسانه‌ها چگونه است؟

بین ۱۶ تا ۲۲ درصد اخبار کشاورزی را که مربوط به موضوع‌های مختلف این بخش به طور متوسط در رسانه‌ها داریم را پوشش داده است و به طور کل می‌توان گفت که این آمار نشان می‌دهد که ایانا جایگاه خود را در بین رسانه‌های داخلی کشور باز کرده است.

### چه کارهایی باید انجام شود تا این خبرگزاری در نقاط مختلف جهان شناخته شود؟

همین قدر که ایانا توانسته خود را در بین

ضعیف در این بخش است. در مقایسه کشاورزی با دو بخش صنعت و معدن و بخش خدمات، کشاورزی پایین‌ترین جایگاه سرمایه‌گذاری را دارد، به همین دلیل ما می‌بینیم که استقبال درستی از فعالیت‌های کشاورزی صورت نمی‌گیرد و در این جا مشخص شد که یکی از آسیب‌های اساسی بخش کشاورزی عدم انتقال اطلاعات به موقع و صحیح به مخاطبان است. بنابراین برای این که یک کشاورزی توسعه یافته و کشاورزی مناسب و سودآور داشته باشیم تا بتواند نیاز جامعه را تامین کند و به عنوان صادرات غیرنفتی در بازارهای جهانی جایگاهی مناسب داشته باشد، باید با ظرفیت‌های لازم حرکت کنیم و با دادن اطلاعات درست و به موقع، کشاورز را نسبت به مسایل اطرافش آگاه سازیم.

### آیا برنامه خاصی برای ارایه درست اخبار به روستاها وجود دارد؟

در سایت‌های ارتباطی وزارت جهاد کشاورزی به این موضوع توجه شده است. خبرگزاری صرفاً برای این نیست که ما اخبار را به روستایی و یا کشاورز برسانیم، بلکه وزارتخانه وظایف دیگری هم دارد. یعنی با ایجاد و تاسیس مراکز ترویجی و خدماتی در مراکز و دهستان‌های کشور، این امکان برای کشاورزی به وجود آورده شود تا بتواند از اطلاعات و اخبار آموزشی لازم بهره‌مند گردد و اما خبرگزاری، صرفاً برای انتقال اخبار و اطلاعات مناسب و بهینه برای کسانی است که می‌خواهند در زمینه کشاورزی سرمایه‌گذاری لازم را به عمل آورند.

### در حال حاضر چند سرویس در خبرگزاری وجود دارد؟ در چه زمینه‌هایی فعالیت دارند؟

در حال حاضر در خبرگزاری با توجه به