

رسانه ملی ، بی توجه به امنیت غذایی جامعه

سهم صدا و سیما از فرهنگ سازی در تامین امنیت غذایی جامعه چیست؟

این سوالی است که هنگامی بیشتر رخ می‌نماید که تبلیغات رنگارنگ و پیاپی رادیویی و تلویزیونی انواع و اقسام فرآورده‌های غذایی نظیر چیپس، پفک، چی پلت، چی پف و... به وفور در ابتدا و میان برنامه‌ها، سریال‌ها و مسابقات فوتبال پخش می‌شود. در این میان کمتر می‌بینیم به جز محصولات چند شرکت اسم و رسم دار و شناخته شده، آگهی فرآورده‌های غذایی مفید برای جامعه از تلویزیون پخش شود و هیچگاه در رسانه‌ی ملی در خصوص فرآورده‌های مفیدی چون ماست، دوغ، پنیر، خامه، روغن‌های با ترانس پایین و حاوی کلسترول، شیلات و اثرات مفید آن، تنقلات طبیعی و ارگانیک نظیر برگی میوه‌های خشک مانند آلو، زردآلو، هلو، سیب، انجیر و... به اندازه‌ی غلات حجیم شده مانند پفک و... اطلاع‌رسانی و تبلیغ و فرهنگ‌سازی صورت نمی‌گیرد.

دلیل وقوع این امر بدیهی است: سود سرشار در تهیه تنقلات مصنوعی، اسانس‌دار و حاوی انواع افزودنی‌های (به اصطلاح) مجاز در مقابل هزینه‌های بالای تولید فرآورده‌های غذایی سالم و مقوی برای جامعه و پرداخت‌های چند صد هزار تومانی برای یک ثانیه تبلیغ (توجه کنید برای هر ثانیه) با درآمد معمولی تولید مواد پروتئینی و محصولات ارگانیک جور در نمی‌آید.

چاره چیست؟

پر واضح است که رسانه‌ی ملی، سالانه میلیاردها تومان برای فرهنگ‌سازی و ساخت مجموعه‌های مختلف در امور متعدد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی و... جامعه هزینه می‌کند و البته چند ده برابر آن را از طریق جذب آگهی‌های متعدد و اسپانسرهای ممول برای سریال‌ها و برنامه‌های مختلف تلویزیونی دریافت می‌کند. با این حال به نظر می‌رسد سازمان صدا و سیما در پخش آگهی‌های تلویزیونی در خصوص محصولات غذایی هیچگونه نگاه فرهنگی را مدنظر قرار نداده است. در حالی که این سازمان با تهیه لیستی از فرآورده‌های غذایی سالم و ارگانیک و حتی محلی و اعمال تخفیف ویژه جهت پخش آگهی‌های آنها و پخش آنها در زمان‌های پر بیننده می‌تواند:

- ۱) تولیدکنندگان فرآورده‌های غذایی سالم و ارگانیک را ترغیب به پخش آگهی در رسانه ملی کند.
- ۲) نقش مهمی در تحقق امنیت غذایی جامعه داشته باشد.
- ۳) مخاطبان پر شمار خود را با این فرآورده‌ها آشنا نموده و مصرف آنها را جایگزین تنقلات بی‌ارزش و مضر نماید.
- ۴) سرمایه‌گذاران را تشویق به تولید محصولات غذایی سالم و مفید برای جامعه بنماید.
- ۵) مسوولان و تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان جامعه را با توانمندی‌های واقعی صنایع غذایی کشورمان آشنا کند.
- ۶) تولیدکنندگان ماشین‌آلات کشاورزی و صنایع غذایی ایرانی را در مقابل مشابه خارجی آنها مورد تقدیر قرار دهد.



توسط گروه دامپروری و کشاورزی نولان

پیشرفته‌ترین سیستم شیردوشی در جهان به دامداری‌های ایران راه یافت

در شماره ۸۸ ماهنامه دام، کشت و صنعت و در گفت‌وگویی با فعالترین شرکت‌های بخش خصوصی کشاورزی به مناسبت نوروز طی مصاحبه‌ای با مهندس سیدمحمد جاویدحسینی، مدیر عامل گروه دامپروری و کشاورزی نولان اشتباه‌ناپیی صورت گرفته بود که ضمن پوزش بدین گونه تصحیح می‌گردد:

* در سال ۸۶ بزرگترین دستاورد و نوآوری شما چه بوده است؟

* واردات برترین و پیشرفته‌ترین سیستم شیردوشی جهان به نام بوماتیک که در اولین فارم نصب شده، رکورد شیر را تا ۵/۵ کیلوگرم بهبود بخشیده است.