

وزارت جهاد کشاورزی
اداره کل روابط عمومی

تحلیل محتوای مطبوعات

در انعکاس رویدادهای بخش کشاورزی با مقایسه و تفکیک

فعالیتها در ۶ ماهه اول و دوم سال ۱۳۸۴

اداره مطالعات افکار عمومی و برنامه ریزی ارتباطی

پاییز ۱۳۸۴

وزارت جهاد کشاورزی
اداره کل روابط عمومی

عنوان تحقیق:

تحلیل محتوای مطبوعات در انعکاس رویدادهای بخش کشاورزی با مقایسه و تفکیک فعالیتها در ۶ ماهه اول و دوم ۱۳۸۴

تهیه و تنظیم:

اداره مطالعات افکار عمومی و برنامه ریزی ارتباطی

مدیر تحقیق: حمید شکری

پژوهشگر: آزاده حکمت با همکاری مینو داوری

تاریخ: اردیبهشت ماه ۱۳۸۵

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های تحقیق:

- در سال ۱۳۸۴ بیشترین حجم از طریق روزنامه‌های اقتصادی (ابرار اقتصادی، هدف و اقتصاد، اقتصاد پویا، جهان اقتصاد، عصر اقتصاد و پول) منعکس شده‌است.
- مهمترین موضوعات مطرح شده در ۶ ماهه اول سال ۱۳۸۴ مباحث کلی بخش کشاورزی (۱۸/۸ درصد) و مبحث زراعت (۱۴/۷ درصد) و در ۶ ماهه دوم موضوع دام و طیور (۱۸/۸ درصد) و صادرات و واردات (۱۰/۸ درصد) بوده است.
- مباحث اقتصادی در نیمه دوم سال ۸۴ بیش از نیمه اول مورد توجه بوده است.
- در ۶ ماهه دوم اخبار مرتبط با محصول گوشت دام (۱۷/۷ درصد) و طیور (۱۷/۵ درصد) بیش از سایر محصولات مورد توجه بوده است.
- توجه به محصولات استراتژیک گندم، جو، ذرت، دانه‌های روغنی و کلزا در ۶ ماهه دوم رشد نزولی داشته‌است.
- بیشترین حجم اطلاعات بخش کشاورزی از سوی مدیران بخش (۳۰/۷ درصد) مسؤولان (۱۷/۱ درصد) کارشناسان (۱۵/۴ درصد) و وزیرجهادکشاورزی (۱۳/۳ درصد) تولید شده‌است.
- در خصوص منابع خبری، بیشترین حجم مطالب توسط خبرنگاران (۲۶/۸ درصد) خبرگزاری ایسنا (۱۸/۲ درصد) و خبرگزاری مهر (۱۶ درصد) تهیه شده‌است.
- میزان فعالیت خبرگزاری کشاورزی (ایانا) در مقایسه با ۶ ماهه اول بیش از دو برابر افزایش داشته است.
- در ۶ ماهه دوم از حجم فعالیت خبرنگاران و خبرگزاریهای ایرنا، ایلنا و واحد مرکزی خبر و همچنین روابط عمومی سازمانهای تابعه وزارت کاسته شده و در مقابل میزان اطلاع رسانی روابط عمومی وزارتخانه، روابط عمومی سازمانهای جهاد کشاورزی استانها و خبرگزاریهای ایسنا، فارس، مهر، باشگاه خبرنگاران جوان، ایانا، ایسکا و خبرگزاریهای خارج از کشور افزایش داشته‌است.

- در ۶ ماهه دوم سال ۸۴ از سوی مطبوعات و رسانه‌های نوشتاری، حوادث، رویدادها و وقایع بخش کشاورزی بیش از راهکارها، سیاستها و برنامه‌های بنیانی مورد توجه قرار گرفته‌اند.
- بیشترین حجم اطلاعات در ۶ ماهه دوم در حوزه معاونت امور دام (۱۱/۷ درصد) و سازمان دامپزشکی (۱۱/۱ درصد) بوده‌است.
- ۶۶/۹ درصد مطالب بخش کشاورزی در گستره جغرافیایی ملی بوده‌اند.
- ۶۸ درصد اطلاعات مندرج در روزنامه‌ها بدون عکس و تصویر بوده‌اند.
- ۸۹/۵ درصد مطبوعات در پی نقد بخش کشاورزی نبوده بلکه تنها منعکس کننده مشکلات، مسایل، وقایع و رویدادهای بخش بوده‌اند.
- ۵۶/۹ درصد موضوعات بخش کشاورزی در ۶ ماهه دوم سال ۱۳۸۴ فاقد تیتراژ فرعی بوده‌اند.
- ۹۷/۳ درصد مطالب بخش در صفحه‌های داخلی چاپ شده‌است. در این خصوص بیشترین حجم مطالب با ۴۱/۹ درصد در صفحه‌های لایه، ۳۶/۶ درصد در صفحه‌های دوم تا چهارم و ۱۸/۹ درصد در صفحه آخر بوده‌است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

- با توجه به اینکه روزنامه‌های اقتصادی بیشترین حجم اخبار بخش را شامل می‌شوند، این اداره کل در نظر دارد به صورت مداوم و مستمر، اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های بخش را از سوی اداره ارتباط با رسانه‌ها، برای کلیه روزنامه‌های اقتصادی ارسال نماید.

- از آنجا که بیشترین مشکل روابط عمومی تأمین و تولید اطلاعات عملکردی و برنامه‌ای است، پیشنهاد می‌شود پایگاه تأمین و تولید اطلاعات وزارتخانه تشکیل و راهکاری جهت تولید اطلاعات به‌هنگام و موثق ارائه شود.
- مناسب است با برگزاری گردهمایی‌ها و همایش‌های تخصصی و علمی برای افزایش همکاری و ارتباط روابط عمومی‌ها و رسانه‌های جمعی اقدام نمود.
- مناسب است از سوی معاونت‌ها، سازمانها و شرکتهای تابعه، پاسخگویی به اخبار و گزارشهای انتقادی بخش، در اولویت قرار گیرد. بدیهی است در پاسخ به گزارشها و مقاله‌های انتقادی، ارائه اطلاعات موثق و قانع کننده از سوی مسؤولان ذیربط، می‌تواند افکار عمومی را در جهت تحقق اهداف وزارتخانه سوق دهد.
- به این اداره کل اجازه داده‌شود تا مسایل و مشکلات موجود در بخش کشاورزی را صادقانه و بصورت شفاف به مطبوعات منعکس و راهکارهای مناسب را نیز، از طریق واحدهای سازمانی ذیربط، به رسانه‌ها ارائه دهد. این امر موجب می‌شود تا:
 - دست سودجویان و دلالانی که با افشاگری و ایجاد بحران، بدنبال منفعت طلبیهای خود هستند، کوتاه شود.
 - وزارتخانه به بی‌اطلاعی و ناآگاهی از مشکلات کشاورزان متهم نشود.
 - بیان مشکلات از سوی وزارتخانه، در کشاورزان و مخاطبان بخش امنیت خاطر ایجاد خواهد نمود و آنها با علم به اینکه وزارتخانه بدنبال رفع مشکلات آنهاست، نوعی صبوری و شکیبایی در تحمل مسایل خواهند داشت.

- با عنایت به اهمیت فرایند پاسخگویی در ایجاد رضایت در مخاطبان، بهتر است دستورالعملی در راستای افزایش حجم عملکرد اطلاع‌رسانی سازمانها و مؤسسات تحت پوشش به منظور پاسخگویی به نیاز مخاطبان، تهیه و تدوین گردد.
- با توجه به اینکه طرحهای محوری در ۶ ماهه دوم با رشد نزولی مواجه بوده، مناسب است عملکرد طرحهای محوری با تبیین درست اهداف، استراتژیها و دستاوردها از سوی مسؤولان ذیربط تهیه و برای انعکاس به رسانهها به این اداره کل ارسال شود.
- به منظور ایجاد هماهنگی در اطلاع‌رسانی مطلوب و گسترده، مناسب است جلسات بحث و تبادل نظر با سردبیران مطبوعات و دست‌اندرکاران رسانهها تشکیل شود. همچنین تشکیل جلسه خبرگزاریها به عنوان منابع خبری تأثیرگذار و پوشش‌دهنده به منظور گسترش همکاریها، مناسب خواهد بود.
- نظر به اینکه ۶۸ درصد مطالب مندرج در روزنامهها فاقد عکس یا تصویر بوده‌اند، مناسب است برای راه‌اندازی آرشیو عکس در وزارتخانه برنامه‌ریزی شود و سپس برای مطبوعات فعال بخش به صورت مستمر عکسهای مناسب جهت درج در روزنامهها ارسال شود.
- با فعال نمودن سایت روابط عمومی به عنوان یک پایگاه اطلاع‌رسانی به‌هنگام، معتبر و موفق، میتوان حوزه اطلاع‌رسانی را گسترده‌تر نمود.
- نظر به اینکه ۵۶/۹ درصد مطالب مندرج در مطبوعات طی ۶ ماهه دوم فاقد تیترهای فرعی به ویژه سوتیتر بودند و با عنایت به اینکه کاربرد تیتر بیشترین نقش را در جذب مخاطب ایفا مینماید، پیشنهاد میشود یک کمیته تخصصی به منظور

پردازش و تولید مؤثرترین پیامهای بخش کشاورزی، تشکیل و قبل از برگزاری کنفرانسهای مطبوعاتی، نمایشگاهها، همایشها، سمینارها و غیره بر اساس عملکرد معاونتها و سازمانهای تابعه، نافذترین پیامهای بخش را تهیه و در اختیار خبرنگاران و دست‌اندرکاران رسانه‌ها قرار دهد.

- به منظور تأمین خوراک خبری و اطلاعاتی جهت رسانه‌ها، مناسب است برای برگزاری سمینارها، همایشها، نمایشگاهها و سفرهای تبلیغاتی برنامه‌ریزی شود و همچنین اطلاعات عملکردی در قالب بروشور و کاتالوگ تهیه و برای رسانه‌ها ارسال گردد.