

המדיה היא המסר

אריקה כהן

"משק הבקר והחלב" המגזין המקצועי של ענף הרפת, יוצא לאור על ידי התאחדות מגדלי הבקר ומופק על ידי חברת שנאר חוגג את מהדורתו ה-400.
התמחותה בהפקת מגזין המשלב בצורה מושלמת, את הצד המחקרי, חדשותי ואת הפן המסחרי, של החברות והגופים, המניעים את הענף לאורך השנים. עבודתנו נעשית בעיקר באהבה גדולה ומקצועיות רבה. הרשו לנו לחלוק עמכם את העשייה •

בימי הקיץ החמים, אני נזכרת בחופשות היפות ביותר שהיו למשפחתי במושב תל-עדשים במשק של משפחת צימבל שהייתה לה רפת לתפארת וכל חייה היו מסתובבים סביבה ואולי מכאן באה כל אהבתי לענף שבו אני עובדת ותורמת את הידע והמקצועיות שלי. למגזין שהוא בטאון התאחדות מגדלי הבקר אני מביאה את החיבור בין הצד המקצועי עיוני אקדמי לחשיפת התשומות המסחריות שתורמות לקידומו של הענף ולתועלתו של כל רפתן.

זהו גיליון 400 של "משק הבקר והחלב" הישג אדיר בעיתונות בכלל ובעיתונות מקצועית בפרט.

העיתון "משק הבקר והחלב" בתכנון הוא חלק בלתי נפרד מהמקצועיות של הענף ותורם למעמדו הבלתי מעורער של הרפתן הישראלי שידוע כמוביל בהשכלתו האינטליגנציה והאינטגרטי שלו בענף כמוביל בעולם!!

אם אני רוצה לסכם את סוד הצלחתו של "משק הבקר והחלב" אחלק את הצלחתו ל-4 גורמים שקשורים זה בזה:

1. היותו בטאון התאחדות מגדלי הבקר
2. תוכנו המקצועי
3. מעורבותו המוסדית, הפוליטית והחברתית
4. הצד השיווקי - חשיפת התשומות המסחריות לענף.

"הצורך במידע איכותי קיים כל עוד אנשים חושבים חיים על פני כדור הארץ".

אימרה זו מתחזקת כשמדובר במגזין שקוראיו הנאמנים מיישמים את המידע הלכה למעשה ברפת שלהם והצורך במידע בעידן זה רק הולך וגדל. המחקרים הנעשים במוסדות המחקר, אוניברסיטאות, מעבדות, מכוני מחקר, שה"מ, עבודות של עובדי מועצת החלב והניסיון האדיר הנרכש בשטח תוך כדי עבודה מאומצת חשובה ויצירתית בשטח של הרפתנים, כל אלה מוצאים את מקומם בתוכנו של המגזין.



הבאת החידושים משדה המחקר ומהחברות המסחריות לרפתן. אריקה



המקצועיות של המגזין שהוא השופר של התאחדות מגדלי הבקר - המגזין הדו חודשי: "משק הבקר והחלב".

מתוך הכרת הענף ואנשיו אנו משתדלים תמיד לוודא את הדרך הנכונה להביא את "העגל אל השוקת" - ואנחנו רק החולייה המגשרת במענה אמיתי לגישור זה בין הצדדים. רעיון זה בא לידי ביטוי בעוצמה הראויה שגם אין לו אח ורע בחקלאות הישראלית. הכנס השנתי "כנס מדעי הבקר" שהמגזין הוא חלק בלתי נפרד מתוכנו ומהחוויה עצמה של הכנס.

כאן, בכנס בא לידי ביטוי שיתוף הפעולה שעל פיו פועל העיתון, באולם אחד הרצאות ובשני תצוגת התשומות.

אבל, יש גורם נוסף והוא אהבת הענף, מעורבותנו בו והחשיבות שאנחנו רואים בהעברת התכנים והמיידע אל הקוראים שהמגזין "משק הבקר והחלב" הוא חלק מהאג'נדה היומית שלהם ומגיע אליהם - אל הרפת של כל אחד ואחד אל שולחן עבודתו של כל רפתן.

פעילותה של שנאר שמורכבת מתחקירנים, אנשי מכירות, עיתונאים, אנשי יחסי ציבור, מעצבים מהרמה הגבוהה ביותר מאגדים את כל אלה יחד ומביאים אחת לחודשיים את היצירה הזו "משק הבקר והחלב" אליכם הרפתנים. לקראת כל מהדורה אני מתרגשת מחדש והופכת את העיתון מצד לצד ונהנית לקרוא אותו מההתחלה ועד הסוף. אני מאמינה שכך יהיה גם בגיליון 400 אותו אתם מחזיקים בידכם. ▲

מהפן החברתי המגזין מהווה במה לדעות מקשת רחבה של רפתנים, דעות אישיות ופוליטיות הן מהאופוזיציה והן מהקואליציה. דיווחים של עובדי ההתאחדות על כל הקורה ונעשה במוסדות הממשלה ובוועדות השונות גם אם הדברים קשים ומרגיזים.

אין זה סוד שמוסדות המחקר הציבוריים, מכוני המידע והאקדמיה סובלים מתקציבים נמוכים שמגבילים את פריצות הדרך המדעיות והטכנולוגיות המשמעותיות. לעומתם החברות המסחריות וחברות ענק בינלאומיות משקיעות סכומי עתק במחקר ויישומו לשם פיתוח מוצרים וטכנולוגיות שמיועדות לפיתוח צרכים של הרפתנים, כי הרי מהמוצרים שפיתחו ומכירתם לצרכנים הם מתקיימים, מתפרנסים... ומרוויחים.

בתוך כל אלה נכנס מעמדו השיווקי של "משק הבקר והחלב" ושליחתו להביא את המידע הזה אל "השוקת" של הפרה/ אל הרפתן כדי להקל על עבודתו, לרווחת הפרה ולהגדיל את הכנסתו הברוכה.

בעבודתנו יצרנו קורלציה בין הצרכים לתשובה דהיינו להביא את כל החידושים מהחברות המסחריות אל הרפתן ולפרסם כדי להחדיר את המוצר שהוא משווק, ליצור את הסקרנות אל מוצריו, ליצור את הצורך במוצר, ללוות את המוצר ולדעת להתאים אותו לכל הצרכים של הרפתן, אבל לפני הכל לחשוף אותו מעל הבמה