



دغدغه دانش و معرفت پیدامی کنیم و وقتی در عرصه صنعتی قرار می‌گیریم، دانشگاه را بی‌درد، بی‌مسأله، کند، پرهزینه و کم‌اثر در پیگیری مسأله کشور پیدامی کنیم و نه این برای کار اوارزشی قائل است و نه او برای کار این. این عین گسستگی و توسعه نیافتگی است و توسعه و پیشرفت هرچه که باشد باید فکری به حال پیوستگی، ارتباط ارگانیک و پایدار بخش‌های اقتصاد، پژوهش و سیاست بکند.

رسانه و روزنامه‌نگاری مادر علم گاهی بی وطن می‌شود و به بحث‌های انتزاعی علم ترویجی اکتفا می‌کند. گفته‌اند و توصیه کرده‌اند که ارتباطات علم با جامعه و زبان مردم مهم است و باید پیگیری شود. این حرف خوبی است؛ ولی مثل همه حرف‌های خوب دیگر که معلوم نیست برای کدام مخاطب گفته می‌شود یا گوینده چقدر زیر بار این مسئولیت و مسأله می‌رود، شاید دلی را گرم نکنند و صرفاً موجی سرگردان در هوا یا نوشته‌ای ثبت شده در یک سرور که احتمالاً بیشتر از تمدن بشری دوام بیاورد باشد. رسانه و روزنامه علم و فناوری باید وطن داشته باشد و جهت توسعه و پیشرفت کشور را به خود بگیرد. اگر این‌گونه نباشد، مطالب علمی و توصیه‌های همه جایی کمکی به شوق و همت فعالان در علم و فناوری کشور و مردمی که باید فعالیت و تلاش این عزیزان را بخشی جدانشدنی از زندگی و آینده خود ببینند، نخواهد کرد.

پس اولین مسأله در «رسانه توسعه» دیدن و یافتن همبستگی فرهنگ، اقتصاد و زندگی مردم با علم، پژوهش و فناوری است و باید

و حیف و میل ربطی به این ایدئولوژی یا آن جهت‌گیری سیاسی ندارد همه ما فارغ از میل و ایدئولوژی دلبسته این حرکت و خسته و ملول از ایستایی هستیم و اتفاقاً وقتی این ضرورت به اخلاقی‌ترین وظیفه موجود تبدیل می‌شود، مطلوبیت سیاست‌ورزی در پیگیری راه پیشرفت فهم خواهد شد. یعنی بی تفاوت نسبت به شعارهای فشنگ سیاسی، باید توجه کرد که چه کسی مرد راه پیشرفت کشور است. باید کاری اساسی انجام داد و به تحول فکر کرد. تا وقتی کشور با تمام وجود در راه توسعه و پیشرفت نباشد، جلوگیری از بیهوده‌کاری و فساد و... امکان‌پذیر نیست و حتی آنچنان نمی‌توان به فضیلت یا حکمت عقلی و اخلاقی عمومی نیز امیدوار بود.

انسان‌ها وقتی راهی در پیش دارند، همدل و همزبان می‌شوند و اگر راهی نباشد، هرکس به فکر نجات یا میل شخصی خود است و این دقیقاً اثرات مخرب موجود را تولید خواهد کرد. گفته‌اند که بازار مسکن و خودرو محل سرمایه‌گذاری بانک‌ها و شرکت‌های دولتی و البته بعضی از مردم است و خانه‌های خالی فراوان است. این اتفاق وقتی می‌افتد که افقی پیش روی اقتصاد کشور و قدرت پول ملی نباشد و در نتیجه وسایل معمولی زندگی به ابزار معامله و سرمایه‌گذاری تبدیل شوند که خود بار سنگینی بر زندگی مردم است.

رسانه حتماً می‌تواند در این راه کار مهمی انجام دهد. برای مثال ما وقتی در دانشگاه هستیم، صنعت را عقب مانده، به دور از پژوهش و در پی سود و پول و غافل از علم و

”

رسانه‌ای امروز ما مخاطب را به دور از دیالوگ و حوصله و فهم فرض می‌کند و اگر سخنی با او دارد، این سخن را مانند دارویی که نیاز به طعم‌دهنده‌های مختلف دارد می‌بیند و نمی‌تواند مسئله‌ی مهم و صریح کشور را با فرمی جدی و صریح مطرح کند