

سوال والا فرامو

رویش

خوانش رسائی اقتصاد مقاومتی

از منظر رهبر معظم انقلاب

محمد کاظم جعفرزاده فیروزآبادی

سرشناسه: جعفرزاده فیروزآبادی، محمدکاظم، ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور: رویش؛ خوانش رسانه‌ای اقتصاد مقاومتی از منظر رهبر معظم انقلاب/ محمدکاظم جعفرزاده فیروزآبادی؛
به اهتمام دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه؛ گروه مدیریت، سیاست و اقتصاد اسلامی؛ ویراستار: اعظم خوشگفتار.
مشخصات نشر: قم: صدواسیمای جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، نشر دین و رسانه، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری: ۲۴۸ ص.؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک: ۵۰۰۰۰ ریال ۷-۴۷۳-۵۱۴-۹۶۴-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص ۲۳۸-۲۳۷؛ همچنین به صورت زیرنویس.

عنوان: دیگر: خوانش رسانه‌ای اقتصاد مقاومتی از منظر رهبر معظم انقلاب.

موضوع: رسانه‌های گروهی در رشد اقتصادی — ایران

موضوع: Iran -- Mass media in economic development

موضوع: خامنه‌ای، سیدعلی، رهبر جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۱۸ - — دیدگاه درباره اقتصاد

موضوع: Khamene'i, Sayyed Ali -- Views on economics

موضوع: خامنه‌ای، سیدعلی، رهبر جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۱۸ - — دیدگاه درباره رسانه‌های گروهی

موضوع: Khamene'i, Seyyed Ali, Leader of IRI, 1939 -- Views on mass media

موضوع: رسانه‌های گروهی — ایران — تأثیر — جنبه‌های اجتماعی

موضوع: Mass media -- Iran -- Influence -- Social aspects

موضوع: ایران — سیاست اقتصادی — قرن ۱۴

موضوع: Iran -- Economic policy - 20th century

شناسه افزوده: صدواسیمای جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه. دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه.

گروه مدیریت، سیاست و اقتصاد اسلامی

شناسه افزوده: صدواسیمای جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه. نشر دین و رسانه.

رده‌بندی کنگره: HD۷۶

رده‌بندی دیویی: ۳۳۸/۹۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۱۱۰۲۶

رویش؛ خوانش رسانه‌ای اقتصاد مقاومتی از منظر رهبر معظم انقلاب/ کد: ۲۹۰۲

پژوهشگر: محمدکاظم جعفرزاده فیروزآبادی

ناشر: دین و رسانه وابسته به اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه

سازمان صدواسیمای جمهوری اسلامی ایران

به اهتمام: دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه؛ گروه مدیریت، سیاست و اقتصاد اسلامی

ویراستار: اعظم خوشگفتار

طرح جلد: زینب صفاکوشکی

صفحه‌آرا: زهره نیک‌خلق احمدی

نوبت چاپ: اول/ ۱۴۰۰

شمارگان: ۲۰۰

بها: ۵۰۰۰۰ ریال

نشانی: قم، بلوارامین، مجموعه صدواسیمای اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، تلفن: ۳۳۹۱۵۵۱

تهران: جام جم، ساختمان شهید رهبر، طبقه زیرین، تلفن: ۰۲۱-۲۲۰۴۷۳۸، نمابر: ۳۳۱۶۹۹۷

مشهد: خیابان امام خمینی، جنب باغ ملی، ساختمان صبا، طبقه سوم، تلفن: ۰۵۱-۳۳۳۶۰۸، نمابر: ۳۳۳۶۰۸

سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۰۲۵

سامانه مخاطبان: ۰۲۵-۳۳۹۱۵۵۱-۱۱

ISBN: 978-964-514-473-7

شابک: ۷-۴۷۳-۵۱۴-۹۶۴-۹۷۸

www.irc.ir

info@irc.ir

sapp.irc.ir

@irc_ir

فهرست مطالب

۵	سخن نخست
۷	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: کلیات
۱۱	۱. تعریف مفاهیم
۱۶	۲. چهارچوب مفهومی موضوع
۲۰	۳. روش تحقیق
۲۱	۴. اعتبار و پایایی تحقیق
۲۳	فصل دوم: رهنمودها
۲۳	۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های اقتصاد مقاومتی
۲۳	الف) ایجاد تحرک و بویایی در اقتصاد کشور و بهبود شاخص‌های کلان کشور
۲۴	ب) توانایی مقاومت در برابر عوامل تهدیدزا
۲۴	ج) تکیه بر ظرفیت‌های داخلی (اقتصاد درون‌زا)
۲۴	د) رویکرد جهادی
۲۵	هـ) مردم‌محوری
۲۵	و) امنیت اقلام راهبردی و اساسی
۲۶	ز) کاهش وابستگی به نفت
۲۶	ح) اصلاح الگوی مصرف
۲۶	ط) فسادستیزی
۲۷	ی) دانش‌محوری
۲۷	ک) عدالت‌محوری
۲۸	۲. رهنمودهای رهبر
۲۹	الف) هشدارها
۳۱	ب) آسیب‌ها
۳۵	ج) یابدها
۴۲	د) نیابدها
۴۴	هـ) راهبردها
۴۸	و) راهکارها
۵۱	ز) راهکارهای ویژه
۵۳	فصل سوم: راهکارهای کاربردی در برنامه‌سازی اقتصاد مقاومتی
۵۴	۱. سوزها
۵۵	الف) اهداف و آرمان‌ها
۵۷	ب) آسیب‌ها
۶۱	ج) اقتصاد مقاومتی، تجربه و نیاز جهانی
۶۱	د) تنظیم و طراحی اقتصاد مقاومتی
۶۲	هـ) گفتمان ملی اقتصاد مقاومتی
۶۳	و) انتظارات از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی
۶۴	ز) مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی
۶۴	ح) شاخصه‌های اقتصاد مقاومتی
۶۴	ط) الزامات اقتصاد مقاومتی
۶۵	ی) حمایت‌های قوای سه‌گانه و مسئولان

ک)	حمایت از کالای ایرانی	۶۶
ل)	حمایت صاحب‌نظران، دانشگاه‌ها و صاحبان سرمایه	۶۷
م)	دولت (سیاستمداران، برنامه‌ریزان و مدیران اجرایی)	۶۷
ن)	وظایف دولت در اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی	۷۱
س)	مدیریت مصرف	۷۵
ع)	نقش نهادها و شرکت‌های مستقل در اقتصاد مقاومتی	۷۶
ف)	نقش مردم در اقتصاد مقاومتی	۷۶
ص)	نظارت‌ها بر اقتصاد مقاومتی	۷۸
ق)	برون‌دادهای اقتصاد مقاومتی	۷۸
ر)	رسانه‌ها	۷۹
ش)	عناوین ادبی	۷۹
۲.	آیدها	۸۰
۳.	سوالات	۹۷
الف)	سوالات گزاشی	۹۷
ب)	سوالات کارشناسی	۹۹
یک - اهداف و آرمان‌ها		۹۹
دو - آسیب‌ها		۱۰۰
سه - اقتصاد مقاومتی تجربه و نیاز جهانی		۱۰۲
چهار - تنظیم و طراحی اقتصاد مقاومتی		۱۰۳
پنج - گفتمان ملی اقتصاد مقاومتی		۱۰۳
شش - نظارت از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی		۱۰۴
هفت - مؤلفه‌ها، شاخصه‌ها و الزامات اقتصاد مقاومتی		۱۰۴
هشت - حمایت‌های قوای سه‌گانه از اقتصاد مقاومتی		۱۰۵
نه - حمایت از کالای ایرانی		۱۰۶
ده - حمایت صاحب‌نظران، دانشگاه‌ها و صاحبان سرمایه از اقتصاد مقاومتی		۱۰۷
یازده - دولت (سیاستمداران، برنامه‌ریزان و مدیران اجرایی)		۱۰۸
دوازده - وظایف دولت در اجرای اقتصاد مقاومتی		۱۱۲
سیزده - مدیریت مصرف		۱۱۶
چهارده - نقش نهادها و شرکت‌های مستقل در اقتصاد مقاومتی		۱۱۷
پانزده - نقش مردم در اقتصاد مقاومتی		۱۱۷
شانزده - نظارت‌ها بر اقتصاد مقاومتی		۱۱۹
هفده - برون‌دادهای اقتصاد مقاومتی		۱۱۹
هجده - رسانه‌ها		۱۲۰
۴.	منظومه موضوعی اقتصاد مقاومتی	۱۲۱
۵.	اینفوگرافی اقتصاد مقاومتی	۱۲۱
فصل چهارم:	معرفی کارشناسان و منابع	۱۲۵
۱.	معرفی کارشناسان	۱۲۵
۲.	معرفی منابع (برای مطالعه بیشتر)	۱۳۷
سخن آخر (جمع‌بندی)		۱۷۹
پیوست‌ها		۱۸۷
کتاب‌نامه		۲۴۷

سخن نخست

اقتصاد مقاومتی، اقتصادی علمی و بومی، برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی، الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام، پیشرو، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، بیرون‌گرا، انعطاف‌پذیر، عدالت‌بنیان و مردم‌بنیاد با رویکرد جهادی است که ضمن مقاوم‌سازی اقتصاد در برابر تهدیدهای نظام سلطه، از توان تقویت اقتصاد و تحقق پیشرفت جهشی جامعه اسلامی برخوردار است.^۱ استحکام ساخت اقتصادی و رشد پویا را می‌توان از اهداف اصلی اقتصاد مقاومتی در نظر گرفت. اقتصاد مقاومتی، وجهه عینی و تطبیق‌یافته نظام اقتصادی اسلام در شرایط ایران پس از انقلاب اسلامی است که در ظرف نظام اقتصادی اسلام تحقق خواهد یافت. بنابراین، نظام اقتصادی اسلام به‌عنوان ظرف اقتصاد مقاومتی، پیش‌فرض قطعی هر نوع فعالیت اقتصادی به نام «اقتصاد مقاومتی» است.

در واقع، بهبود اقتصاد مقاومتی در عرصه‌های مختلف تولید، توزیع و مصرف، فرصت‌های جدیدی را برای فعالان اقتصادی ایجاد می‌کند. ایجاد آن فرصت‌ها در عرصه اقتصادی، هم باعث رشد اقتصادی و هم موجب تحقق مؤلفه‌های عدالت اقتصادی در جامعه می‌شود. شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در نهایت منجر به استحکام ساخت اقتصادی و رشد پویایی خواهد شد.

تحقق الگوی اقتصاد مقاومتی، در وضعیت موجود کشور، الزاماتی دارد که یکی از آن‌ها حضور فعالانه و کنشگرانه رسانه ملی است. تبیین اقتصاد مقاومتی

۱. این تعریف در «مرکز راهبردی مطالعات اسلامی اقتصاد مقاومتی حوزه علمیه قم» مبنای قرار گرفته است.

و گفتمان‌سازی آن، به‌ویژه در رسانه‌ها و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی از مسئولیت‌های رسانه ملی به‌شمار می‌آید. به‌نظر می‌رسد تاکنون خوانش رسانه‌ای از بیانات مقام معظم رهبری در موضوع اقتصاد مقاومتی از طرف مراکز تحقیقاتی و رسانه‌ای اتفاق نیفتاده است؛ از این‌رو لازم است با توجه به حساسیت و اهمیت موضوع اقتصاد مقاومتی، برنامه‌سازان رسانه در متن بیانات معظم‌له تأمل کنند تا کاربردهای رسانه‌ای آن از قبیل سوژه‌ها، ایده‌ها، پیشنهاد‌های برنامه‌ای و تک‌تک مصادیق کاربردی رسانه‌ای آن، استخراج شود. این پژوهش تلاش دارد ضمن تبیین میزان نقش رسانه ملی در اقتصاد مقاومتی، با استنباط از متن بیانات رهبر معظم انقلاب، راهکارهای رسانه‌ای جدید و مغفول‌مانده در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی را ارائه دهد. همچنین نگاه مدیران و برنامه‌سازان رسانه ملی را به ابعاد مختلف موضوع در منظومه فکری معظم‌له معطوف نماید و با به‌کارگیری رسانه و تولید محتوای همگون با فرهنگ و زیرساخت‌های ایدئولوژیک مخاطبان، پیام‌ها، ایده‌ها و سوژه‌های موردنظر، به‌صورت هدف‌دار، نظام‌مند و در قالب‌های گوناگون برنامه‌سازی با جذابیت‌های رسانه‌ای، برجسته و ارائه شود تا فرهنگ عمومی کشور و گفتمان اقتصاد مقاومتی در بستری هنری به‌خوبی جریان‌سازی شود.

در پایان لازم می‌دانیم از پژوهشگر ارجمند جناب آقای محمدکاظم جعفرزاده فیروزآبادی که این تحقیق را سامان دادند، سپاسگزاری کنیم. امیدواریم مدیران و برنامه‌سازان محترم رسانه ملی از نتایج این اثر علمی بهره ببرند و همگی بتوانیم در تبیین رسانه‌ای موضوع اقتصاد مقاومتی سهیم باشیم.

کلیدواژه‌ها: پژوهش‌های اسلامی رسانه