

نقش رسانه‌ها در گفتمان‌سازی

اقتصاد مقاومتی

مؤلف: حسین رضاپور

سرشناسه : رضاپور، حسین، ۱۳۳۹ -
 عنوان و نام : نقش رسانه‌ها در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی/ مولف حسین رضاپور.
 مشخصات نشر : تهران: اندیشه طلایی، ۱۳۹۴.
 مشخصات : ۷۲ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
 ظاهری
 شابک : ۸۰۰۰۰ ریال ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۱۷-۱۲-۷ :
 وضعیت فهرست : فیا
 نویسی :
 داشت :
 : کتابنامه: ص. ۷۲.
 : رسانه‌های گروهی در رشد اقتصادی -- ایران
 : ایران -- سیاست اقتصادی -- قرن ۱۴
 رده بندی - کنگره : HD۷۶/۷۶ ن ۷۱۳۹۴
 رده بندی دیوید : ۹۰۹۵۵/۳۳۸
 شماره : ۳۹۷۲۰۶۹
 کتابشناسی ملی

مشخصات اثر

نام اثر: نقش رسانه‌ها در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

نویسنده: حسین رضاپور

ناشر: انتشارات اندیشه طلایی

ویراستار: سیدمحسن احمدپناه - محمد نیک فرجام

طراح جلد: سید اسماعیل احمدپناه

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴ تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

چاپ: چاپ شریعت قم

مرکز پخش: تهران - میدان انقلاب - ضلع شمال غربی. تلفن: ۶۶۱۲۰۸۳۴

شابک: ۷-۱۲-۷۷۱۷-۶۰۰-۹۷۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ می باشد

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه.....
<u>فصل اول اقتصاد مقاومتی</u>	
۱۱	عرفی اقتصاد مقاومتی.....
۱۶	دریخچه دینیه.....
<u>فصل دوم: رسانه ها</u>	
۲۷	رسانه در جوانی (مرز)
۳۳	نقش رسانه در اقتصاد.....
۴۱	راهبردهای ارتقای نقش رسانه در کشور.....
۴۹	توجه به فرهنگ کار و تبلیغ و ترویج آن.....
۵۰	روشنگری در افکار عمومی.....
۵۱	تشویق و ترغیب به مصرف کالاهای داخلی.....
۵۱	نقش سینما و تلویزیون.....
۵۳	اجتناب از تبلیغ مستقیم کالاهای خارجی.....
۵۳	تدوین استراتژی برای ارتقای دانایی مردم در اقتصاد مقاومتی.....
۵۴	پژوهش و تحقیق مبنای کار رسانه‌ها.....
۵۴	اقتصاد مقاومتی راهبرد همیشگی.....
۵۷	نقش و کارکرد رسانه‌ها در اقتصاد مقاومتی.....
۵۸	ارتباط رسانه و مطبوعات با اقتصاد مقاومتی.....
۶۰	ایجاد مباحث اقتصادی در رسانه‌ها.....

۶۸ رسانه‌های خارجی

۷۰ پیشنهادات

۷۴ منابع

www.ketab.ir

بسمه تعالی

مؤثرترین ابزار در جهت اقناع مخاطب رسانه است و انسان‌ها معمولاً اتفاقات رخ داده را آن گونه تفسیر می‌کنند که رسانه‌های مسلط بر آن‌ها می‌خواهند رسانه‌ها وقایع را طوری جلوه می‌دهند که مخاطب برداشت مدنظر آن‌ها را داشته باشد. بزرگ‌نمایی، گفتن بخشی از حقایق و در برخی موارد کتمان، انکار، ابزارهای متداول در این عرصه است. رسانه‌ها در جوامع امری طیف بسیار گسترده‌ای از اهداف را دنبال می‌کنند که عدم آگاهی نسبت به آن‌ها می‌تواند ما را نسبت به این پدیده تأثیرپذیرتر سازد؛ اهدانی به چون جامعه‌پذیر کردن، سرگرمی، نظارت و اطلاع‌رسانی، تفسیر، پیوند انسان‌ها ..

در این کتاب تحلیلی از عملکرد رسانه‌ها، ابعاد داخلی و خارجی، نسبت به مقوله‌ی «اقتصاد مقاومتی» ارائه می‌شود. با این توضیح که مطابق اعتقاد مک لوهان، رسانه در هر تعریفی، یا خود پیام است، یا ابزاری برای پیام‌رسانی به وجود آمده است. پیام نیز یا خود فرهنگ است یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است.

اقتصاد مقاومتی به مثابه‌ی دکترین کشور برای مواجهه با تحریم‌ها و پیشرفت در شرایط فعلی است که توسط مقام معظم رهبری (دام ظلّه) مطرح شده است. مردمی کردن اقتصاد، کاهش وابستگی به نفت، مدیریت مصرف، استفاده‌ی حداکثری از زمان، منابع و امکانات، حرکت بر اساس برنامه، وحدت و همبستگی، حمایت از تولید ملی و مدیریت منابع ارزش را می‌توان استراتژی اصلی این مفهوم نوظهور دانست.

امروزه جمهوری اسلامی در حوزه‌های اقتصادی خود با مسائل یا مفاهیمی مواجه است که به هیچ عنوان تاکنون چه در عرصه‌ی نظر و در کتاب‌های دینی، چه در عرصه‌ی عمل و تجارب بشری مشابه و مابه‌ازای واقعی نداشته است. بنابراین خود انقلاب اسلامی مکلف به نوآوری و ابتکار و نظریه‌پردازی و الگوسازی در این عرصه‌های جدید اقتصادی است. هر کشوری که علم استکبارستیزی را برپا کند نیازمند چنین الگوهایی است. یکی از این مفاهیم، «اقتصاد مقاومتی» است.

اگر تمام دانش انباشته و کتاب‌های مرسوم اقتصادی دنیا را مطالعه کنید، نظریه یا تجربه‌ای مدون و مکتوب درباره‌ی اقتصاد مقاومتی نخواهید یافت. در تمام متون و کتاب‌های اقتصاد، هیچ پایه‌ای نظری یا عملی از تحریم بانک مرکزی نخواهید دید و از آن جا که این امر تاکنون سابقه نداشته، چگونگی واکنش به آن هم امری بدیع است. حتی اگر مطالعاتی هم در این باره صورت گرفته باشد، در طبقه‌بندی‌های

محرمانه و امنیتی قرار گرفته و امکان دسترسی به آن برای کارشناسان معمولی وجود ندارد. نتیجه اینکه اقتصاددان انقلاب اسلامی نمی‌تواند از نظریه‌های متداول برای حل مشکل و مسئله‌ی خود بهره بگیرد. لذا این است که جنبش نرم‌افزاری و الگوی اسلامی - ایرانی اداره‌ی جامعه، شکال بدیعی به خود می‌گیرد که الهام‌بخش جمیع ملت‌های آزاده خواهد بود.

انشاء... بنیان به به گیری صحیح وسازنده از رسانه ها در پیشبرد اهداف اقتصاد بقاوتی گامی هرچند کوچک برداشته باشیم.

حسین رضا پور

زمستان ۱۳۹۴