

برگزاری نشست تخصصی نقش روابط عمومی و رسانه در تحقق اقتصاد مقاومتی

مرداد 11، 1395

[نشست تخصصی نقش روابط عمومی و رسانه در تحقق اقتصاد مقاومتی](#) * برگزار شد.

به گزارش [نشریه الکترونیکی نگاه](#)، رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی [آذربایجان غربی](#) در این نشست که با حضور مسئولان و کارشناسان روابط عمومی دستگاه های اجرایی و رسانه های استان در سالن جلسات استانداری برگزار شد، با تاکید بر نقش بی بدیل رسانه و روابط عمومی ها در تحقق دموکراسی و توسعه، گفت: اقتصاد مقاومتی نسخه روز اقتصاد کشور است و قابلیت تعمیم به همه سال های اقتصاد ایران را دارد.

ناصر حضرتی با اشاره به رویکردهای اقتصاد مقاومتی، افزود: مطابق سیاست های ابلاغی مقام معظم رهبری، تأمین رشد پویا، بهبود شاخصهای مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم انداز بیست ساله از اهداف و برنامه های پیش روی اقتصاد مقاومتی است.

وی به برنامه های اقتصاد مقاومتی در سطح ملی و استانی اشاره کرد و گفت: اصلاح مسیر حرکت اقتصاد ایران از شرایط فعلی به سمت رویکردهای اقتصاد مقاومتی، نیازمند تغییرات جدی در سیاستها و برنامه های اقتصادی است که بخش عمده ای از آن در قالب بندهای مختلف سیاستهای کلّی اقتصاد مقاومتی تبیین شده است.

[رئیس خبرگزاری ایرنا در آذربایجان غربی](#) نیز که به نمایندگی از رسانه های استان در این نشست تخصصی با اشاره به نقش مردم، دولتمردان و سیاست گذاران در تحقق برنامه های اقتصاد مقاومتی، افزود: هیچ برنامه اقتصادی بدون همراهی همگانی به سرانجام نمی رسد و نقش رسانه و روابط عمومی در تحقق برنامه های اقتصاد مقاومتی برجسته تر است.

حسن فاخری با بیان اینکه نظام رسانه ای باید معنای اقتصاد مقاومتی را برای مردم و مخاطبان تبیین کند؛ اظهار داشت: گفتمان

سازی در جامعه از نیازهایی است که هم از سوی مخاطب و هم از سوی سیاست گذاران دنبال می شود.

نماینده روابط عمومی های دستگاه های اجرایی استان و مدرس ارتباطات و روابط عمومی نیز در این نشست تخصصی با تأکید بر لزوم آشناسازی توده های مردم با مفاهیم پایه اقتصادی، گفت: تا زمانی که نظام آموزشی و رسانه ای ما در آموزش اصول و مبانی اقتصاد به آحاد جامعه موفق نباشند نمی توان انتظار همراهی و همدلی مردم را در بحث تحقق سیاستهای طولانی مدت اقتصادی داشت.

شفیع بهرامیان اعتمادسازی، شفاف سازی، مخاطب شناسی، سیاست زدایی از چهره اقتصاد، ترویج فرهنگ مطالبه گری و نظارتی رسانه ها، تدوین نظام نامه جامع مسئولیت اجتماعی برای رسانه و روابط عمومی، آموزش و پیاده سازی خبرنگاری و گزارشگری توسعه، توجه و بازنشر فرایندها بجای رویدادها، جریان سازی به جای دنباله روی از جریانها، توجه به نیازهای مخاطب برای اقناع سازی، التهاب و ابهام زدایی از اصطلاح اقتصاد مقاومتی، انطباق اقتصاد مقاومتی با سند چشم انداز 20 ساله کشور، اطلاع رسانی درست پیامدهای اجرایی این سیاست و محرم دانستن مردم در آگاهی از این نتایج، نقد منصفانه و نظارت درست و مطالبه گرانه از مسئولان و ترجیح منافع عمومی بر فردی را از جمله عوامل فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی در کشور عنوان کرد.

ارائه پرسش و پاسخ از سوی حاضران و اعضای پنل، از برنامه های جانبی این نشست تخصصی بود.