

مساله کارآفرینی به قدری برای رسانه ملی اهمیت داشت که یکی از اتفاقات ویژه امسال را باید تمرکز این رسانه بر ساخت برنامه‌هایی در حوزه ترویج کارآفرینی دانست. شیوه اجرای برنامه‌ای که با عنوان «حرف حساب» روی آنتن می‌رود، مبتنی بر حضور دو کارآفرین در زمینه‌های گوناگون اقتصادی در هر قسمت از برنامه است

درباره برنامه ریزی و تلاش تلویزیون برای حمایت از کارآفرینی در سالی که با «جهش تولید» گره خورد

یار دوازدهم کارآفرینان



در روزگاری که پیشرفت لحظه‌ای تکنولوژی و رقابت‌های شدید صنعتی در کنار بالا رفتن سطح انتظار مشتریان و بحران‌های دنباله‌دار اقتصادی عرصه را برای هرکسی که خواهان ورود به گود تولید و کارآفرینی است، تنگ کرده است؛ توسعه کارآفرینی ارتباط تنگاتنگی با رسانه پیدا می‌کند. به شکل طبیعی در این شرایط انتظار از رسانه ملی به عنوان فراگیرترین رسانه کشور که دسترسی به محتوای پخش شده در آن تا دورترین نقاط ایران نیز امکان‌پذیر است، بیشتر می‌شود؛ رسانه‌ای که تلاش می‌کند حامی کارآفرینان باشد و به قول فوتبالی‌ها، در قامت یار دوازدهم کارآفرینان در عرصه ظاهر شود.

ترویج فرهنگ کارآفرینی با تلویزیون

تلویزیون در سالی که از سوی رهبر معظم انقلاب به نام «جهش تولید» نامگذاری شده دست به کار شد تا برنامه‌های متنوعی را با محوریت کارآفرینی که پایه و اساس جهش تولید است، تولید کند. هر چند که توسعه کارآفرینی در جوامع مقوله‌ای چندبعدی است و صرفاً نمی‌توان انتظار داشت که با ساخت برنامه‌های تلویزیونی این امر پیچیده را محقق کرد اما بدون شک مهم‌ترین کارکرد تلویزیون در این شرایط تأمین زیرساخت‌های لازم و اجرای برنامه‌هایی هدفمند برای ترویج فرهنگ کارآفرینی و تلاش برای رواج اندیشه‌های کارآفرینانه و صدا البته ارتقای دانش و توانمندی‌های مجموعه‌های فعال در این حوزه برای استفاده صحیح از پتانسیل‌ها و منابع موجود در کشور برای تحقق بیشتر این مساله است. مسیری که با کمک رسانه‌ای همچون تلویزیون می‌تواند زمینه‌ساز پاسخگویی به تحولات و چالش‌های پیش‌رو باشد.

خیز رسانه ملی برای پیشی گرفتن در حمایت از «جهش تولید»

رسانه ملی از همان ابتدای سال نشان داد که مساله «جهش تولید» به عنوان شعار سال، به شکل جدی در دستور کار این سازمان قرار گرفته است. رسانه‌ای که در سال قبل از آن نیز که «رونق تولید» نامگذاری شده بود سعی کرد با ساخت مستندهایی گرافیکی همچون «گیر کار کجاست؟»، از این بگوید که مانع رونق گرفتن تولید در کشور کجاست. ورود به سال «جهش تولید» نیز باعث شد تا تلویزیون از همان روزهای ابتدایی سال و در ایام نوروز با ساخت ویژه‌برنامه‌ای با عنوان «جهش تولید» به تبیین شعار سال بپردازد.

مبنای این برنامه معرفی ظرفیت‌های معدنی، بازار بزرگ اقتصادی ملی، نیروی کار جوان و پرانگیزه و دیگر ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی بود؛ ظرفیت‌هایی که هر کدام به تنهایی نیز می‌توانند زمینه‌ساز اتفاقاتی مهم در حوزه جهش تولید باشند. البته که در کنار معرفی ظرفیت‌ها، مسائل مهمی همچون موانع تولید در ایران، انحصار و مجوزهای کسب و کار، عدم انتقال نقدینگی به تولید، قیمت‌گذاری و تورم و

فعالیت نهادهای شبه‌دولتی در اقتصاد نیز پرداخته شود تا بحث بر سر «جهش تولید» و ابعاد مختلف مرتبط با آن، کامل‌تر شود.

یک جشنواره پُر از کارآفرینی

مساله کارآفرینی به قدری برای رسانه ملی اهمیت داشت که یکی از اتفاقات ویژه امسال را باید تمرکز این رسانه بر ساخت برنامه‌هایی در حوزه ترویج

از تشویق تا برنامه‌ریزی و مطالبه‌گری در تلویزیون



از دستگاه‌های مسؤول در حوزه وظایف قانونی زمین مانده مطالبه‌گری کند. مسیری که شواهد نشان می‌دهد این روزها با جدیت در رسانه ملی در حال پیگیری است تا در کنار تشویق در حوزه حمایت از کارآفرینی، مساله مهم مطالبه‌گری در این حوزه نیز مورد توجه قرار بگیرد.

نیز در نشستی با اعضای این ستاد، با اشاره به هدف‌گذاری «ستاد رسانه‌ای جهش تولید» برای تصویب و اجرایی شدن قوانین لازم برای جهش تولید گفته بود: «این ستاد باید با دعوت از دیگر بازیگران و موثران این عرصه در قوای سه‌گانه و هماهنگی و پشتیبانی‌های لازم از آنان،

جدی بودن مساله حمایت از کارآفرینی را از یک نکته دیگر نیز می‌توان فهمید؛ راه‌اندازی ستاد رسانه‌ای جهش تولید در رسانه ملی؛ ستادی که بنابر اعلام علی مروی، مسؤول دبیرخانه آن فقط تا پایان مرداد ماه امسال، ۵۰ آیتم کوتاه در چهار برنامه به نام‌های «از کجا شروع کنیم» (برای معرفی کسب و کار)، «قهرمان تولید» (برای معرفی کارآفرینان)، «شفافیت برای ایران» و «اقتصاد، مشکلات و راه حل‌ها» (با موضوع مالیات بر عایدی و خانه‌های خالی) به واسطه آن تولید و پخش شده است.

به این موضوع باید برنامه «پایش» را هم اضافه کرد که از برنامه‌های با سابقه تلویزیون در حوزه اقتصاد است و امسال به شکل ویژه‌ای به مساله جهش تولید و رونق کارآفرینی پرداخت. همچنین در شبکه اول سیما به عنوان قدیمی‌ترین شبکه تلویزیون، چندین مستند با محوریت جهش تولید، ساخته و پخش شد.

در همین زمینه مرتضی میرباقری، معاون سیما و رئیس «ستاد رسانه‌ای جهش تولید»