

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۳.....	مقدمه
۵.....	۱. راهنمای استفاده
۸.....	گام اول؛ جنگ اقتصادی
۱۰.....	۱. استعمار و استثمار ملت‌ها
۱۲.....	۲. مواجهه ایران و استعمار
۱۴.....	۳. تحریم نه، محاصره اقتصادی
۱۷.....	گام دوم؛ وضع کنونی کشور و ضرورت مقاومت
۱۸.....	۱. ساختارهای کلان اقتصادی
۲۲.....	۲. تولید و نظام توزیع
۲۴.....	۳. الگوی مصرف
۲۸.....	۴. فرهنگ اقتصادی
۳۰.....	گام سوم؛ ما می‌توانیم
۳۲.....	۱. نهضت‌های مقاومت اقتصادی
۳۳.....	۲. ... اما توانستیم
۳۶.....	۳. ما می‌توانیم
۳۸.....	گام چهارم؛ اصلاح فرهنگ اقتصادی
۴۰.....	۱. آنچه باید درمورد اقتصاد مقاومتی بدانیم
۴۳.....	۲. اصلاح فرهنگ مصرف
۴۴.....	الگوی مصرف (اسراف و قناعت و تجمل)
۴۸.....	ضرورت استفاده از تولید ملی
۵۲.....	۳. تقویت فرهنگ کار و تلاش
۶۰.....	۴. فرهنگ و تربیت اقتصادی
۶۵.....	پیوست ۱
۶۶.....	منابع:

مقدمه

گروههای جهادی به عنوان بارزترین مصادیق گروههای خودجوش مردمی، همواره در مشکلات و محرومیت‌ها یاور انقلاب بوده‌اند. روزگاری در ابتدای پیروزی انقلاب، در لوای گروههای سازندگی و سالهایی نیز به نام گروههای جهادی برخاسته از دانشگاهها و مجامع فرهنگی، باهدف محرومیت زدایی و نقش آفرینی مثبت و سازنده در عرصه‌های فرهنگی، عمرانی و بهداشتی و... نقش بسزایی را ایفا نموده‌اند. در پی تاکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر ضرورت فعالیت و استفاده از تمامی ظرفیتهای سازمانها، نهادها و اقشار مختلف جامعه در راستای اجرای اقتصاد مقاومتی، شاهد به وجود آمدن انگیزه و دغدغه در گروههای جهادی جهت ورود به این عرصه هستیم که نیاز است به آن پاسخ مقتضی داده‌شود.

رهبر انقلاب در خصوص بکارگیری و استفاده از این ظرفیت عظیم بارها توصیه‌هایی را داشته‌اند «این مجموعه‌های خودجوش مردمی که کار فرهنگی میکنند روزبه‌روز باید توسعه پیدا کنند؛ دستگاه‌های دولتی باید به اینها کمک کنند. دستگاه‌های دولتی، آنهایی که مربوط به فرهنگ‌اند، به جای اینکه آغوش خود را به روی کسانی که نه اسلام را قبول دارند، نه انقلاب را، نه نظام اسلامی را، نه ارزشهای اسلامی را [باز کنند]، آغوش خود را به روی بچه‌مسلمانها، به روی جوانهای مؤمن، به روی بچه‌های انقلابی، به روی بچه‌های حزب‌اللّهی باز کنند؛ اینها میتوانند کار کنند و دارند کار می‌کنند؛ کارهای فرهنگی باارزشی دارد انجام می‌گیرد. در همه‌ی زمینه‌ها جوانان انقلابی ما می‌توانند تلاش کنند.»^۱ با وجود بیانات رهبری در این خصوص، متأسفانه در بدنه مسئولین ذیربط، شاهد وجود عزم و همت جهت استفاده از ظرفیت این نیروی عظیم مردمی، از طریق ایجاد بسترهای لازم نیستیم. به همین دلیل در بستر عمل، اقتصاد مقاومتی در حد شعار باقی مانده و طرح و برنامه اجرایی برای آن تولید نگردیده و به اقدام و عمل ختم نمی‌گردد.

گروههای جهادی دارای ظرفیت فراوان جهت ورود به عرصه اقتصاد مقاومتی هستند، اما با توجه به محدودیتهای موجود، ورود به سه حوزه زیر مهم و قابل تصور است:



-
- ۱- فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی در میان روستائیان و جهادگران
 - ۲- ورود به عرصه اجرایی و عملیاتی جهت تقویت و ایجاد کسب و کارهای روستایی
 - ۳- مطالبه گری عمومی و تخصصی از مسئولین دولتی و نهادها در سطوح ملی، استانی و حتی محلی

با توجه به توان اکثر گروههای جهادی و بازه برگزاری اردوهای جهادی ، ورود عموم گروههای جهادی به دو حوزه مطالبه گری و فرهنگسازی قابل تصور و توصیه است. لذا هسته توانمندسازی حرکت‌های جهادی اقدام به تولید بسته نقش آفرینی گروههای جهادی در فرهنگسازی اقتصاد مقاومتی نمود تا زمینه این کار در بستر اردوهای جهادی فراهم گردد. در این بسته تلاش شده است به صورت عملیاتی و اجرایی، به فعالیتهایی که یک گروه جهادی می‌تواند در بازه اردوی خود در روستا و همچنین در جمع جهادگران حاضر در اردو انجام دهد به صورت فرایندی و نظامند پرداخته شده و الزامات و پیوست‌های مورد نیاز آن نیز در بسته پیوست جمع آوری و ارائه گردد.

۱. راهنمای استفاده

«گفتمان یک جامعه مثل هواست، همه تنفسش میکنند؛ چه بدانند، چه ندانند؛ چه بخواهند، چه نخواهند»^۱؛ لذا جهت ایجاد تغییر و حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی نیاز است تا به ایجاد گفتمان و فرهنگسازی در بین روستائیان و جهادگران اقدام گردد تا به مرور شاهد ایجاد تغییر در تصمیم گیری‌ها و رفتار افراد جامعه باشیم.

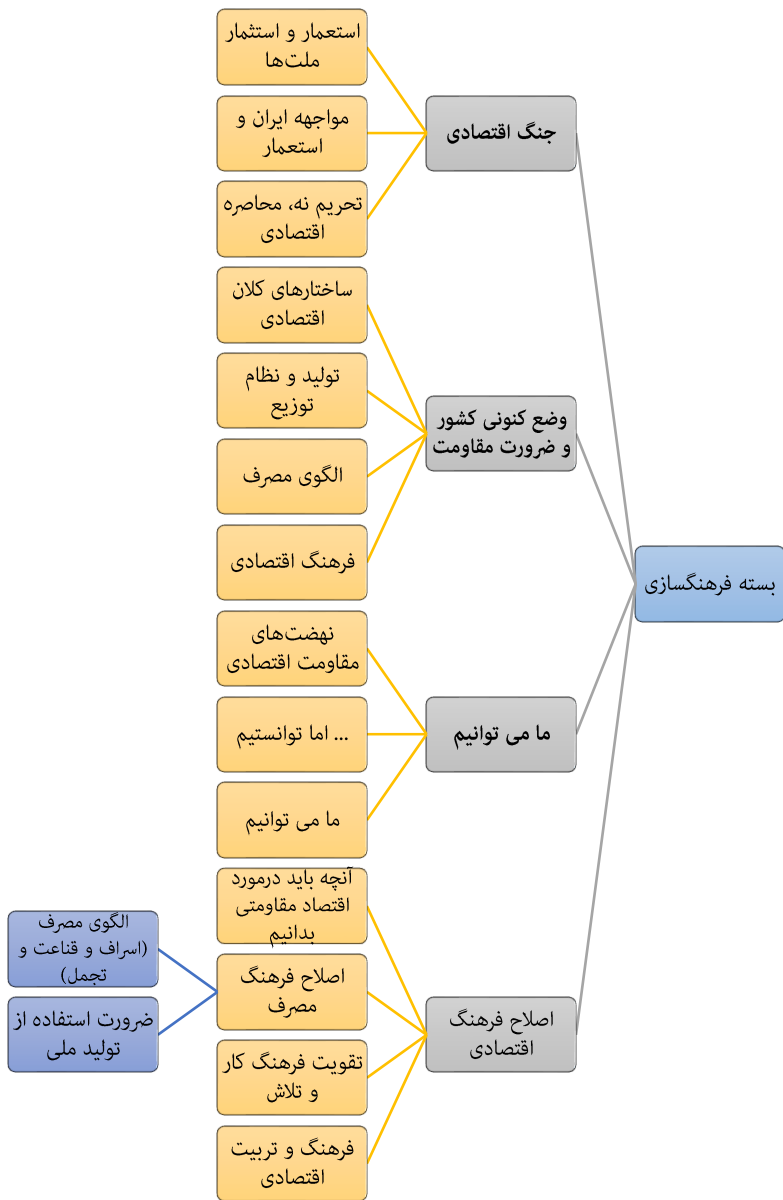
فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی را با توجه به بیانات مقام معظم رهبری و اساتید و صاحب نظران می‌توان در محورهای بررسی نموده و ترویج و گسترش داد؛ در همین راستا در این بسته تلاش شده است تا با تغییر نگرش افراد نسبت به مواجهه کشورهای غربی و آمریکا با ایران و میزان دشمنی آنها در طی سالیان گذشته و حال و همچنین نشان دادن شرایط موجود در کشور در طی دو فصل اول، وجود جنگ تمام عیار اقتصادی اثبات شده و ضرورت انجام حرکت جهادگونه در مسیر اقتصاد مقاومتی به مخاطب منتقل شود. پس از آن در طی یک فصل به سابقه مبارزات و نهضت‌های مقاومت در مقابل استکبار و همچنین فعالیتها و دستاوردهای بعد از انقلاب به عنوان شاهد مثالی بر توانایی ملت در این جنگ تمام عیار اقتصادی پرداخته شده است. در فصل پایانی نیز راهکارهایی عملی و اجرایی، جهت اصلاح فرهنگ اقتصادی کشور در ابعاد دانش اقتصادی، فرهنگ تولید و مصرف و تربیت اقتصادی بیان شده است.



در ارائه محتوا و راهکارها در هر فصل سعی شده است اولاً محتواهای موجود و مرتبط اعم از مستند، کلیپ، موشن گرافیک و مجموعه نمایشگاهی و همچنین کتاب و جزوه، قرار داده شود و توضیحات مرتبط به آن ارائه گردد. همچنین در هر بخش مجموعه ای از اقدامات اجرایی اعم از بازدید، مسابقه، نمایشگاه، کارگاه و... که می‌تواند توسط گروه جهادی اجرا گردد بیان و پیشنهاد داده شده است. این نکته نیز لازم به ذکر است که در فرهنگ سازی، تمامی اقشار جامعه دارای اهمیت بوده و می‌توانند منشاء اثر باشند لذا در این بسته سعی شده است تا تمامی مخاطبین اردوهای جهادی اعم از زنان، مردان، کودکان و نوجوانان و همچنین جهادگران در نظر گرفته شوند و متناسب با هر کدام از آنها پیشنهادهای ارائه گردد.

نودار محتوایی بسته فرهنگسازی اقتصاد مقاومتی به شرح زیر می باشد:





قالب‌های اجرا

نکته قابل توجه در خصوص استفاده از محتواهای معرفی شده و برگزاری برنامه‌های پیشنهادی، در نظر گرفتن نیاز و کشش مخاطب است که باید با توجه به آنها سرفصل‌ها و موضوعات مورد نظر انتخاب شده و به مقدار کشش مخاطب به آنها پرداخته شود، به همین لحاظ نیازاست تا نسبت به شناخت مخاطب و دسته بندی آنها اقدام نمود و سپس محتوای مورد نیاز را انتخاب کرد، همچنین می‌توان با توجه به میزان کشش مخاطب نسبت به ترکیب سرفصل‌ها اقدام نموده و در طی تعداد محدودی برنامه به آنها پرداخت.

نکته دیگر در خصوص فرایند فرهنگسازی اقتصاد مقاومتی پرهیز از شعاری نمودن فضا، جلوگیری از ایجاد فضای کسل کننده موضوع از طریق اجرای برنامه‌های ترکیبی، سعی در ملموس نمودن موضوع از طرق مختلف، دوطرفه نمودن بحث و همچنین برگزاری مسابقه، تئاتر، پخش ماهنگ و کلیپ طنز و... است که می‌تواند در ایجاد شادابی و جذابیت کمک کند. در خصوص ارائه مطالب و سیر آن به عنوان نمونه جدولی در انتهای جزوه آورده شده است که می‌تواند مبنای طراحی سایر ارائه‌ها قرار گیرد. قالب‌های قابل استفاده جهت انتقال مطالب به شرح زیر می باشد:

- پخش مستند و کلیپ
- کتاب و جزوه
- برگزاری مسابقه و ایجاد رقابت
- برپایی غرفه
- سخنرانی
- بازدید
- نشریه
- کرسی آزاد اندیشی
- بازی و سرگرمی
- برگزاری نمایشگاه (پوستر و انفوگرافیک)
- داستان، شعر، نمایشنامه



کام اول؛ جنگ اقتصادی

سالها پیش در کشور، شاهد جنگ نظامی با ابرقدرت‌های جهان بودیم، کشورهایی که با تمام قوا سعی در از بین بردن انقلاب اسلامی داشتند، در آن روزها تمامی ظرفیت‌های کشور در خدمت جبهه‌ها و پیشبرد اهداف دفاع از کشور بود، رسانه‌های جمعی، مساجد و هیئات، تشکل‌های صنفی و حتی خانواده‌ها و دانش‌آموزان خود را در فضای جنگ حس می‌کردند و به دنبال نقش آفرینی در آن بودند و این همت جمعی و تمام عیار جامعه بود که موفقیت و پیروزی در این نبرد نابرابر به دست آمد.

امروز نیز کشور درگیر یک جنگ تمام عیار اقتصادی است، اما کمتر فرد و تشکلی در جامعه است که خود را در این فضا حس کند و با توجه به آن قدم بردارد. لذا به نظر می‌رسد در اولین گام نیاز است به تبیین و ایجاد گفتمان در این خصوص اقدام گردد. رهبر معظم انقلاب اولین بار در نوروز سال ۱۳۸۶ از واژه «جنگ اقتصادی» استفاده کردند اما هر چه جلوتر می‌آییم کاربرد این واژه بیشتر می‌شود و واژگانی نظیر اقتصاد مقاومتی و جهاد اقتصادی نیز در بیانات به چشم می‌خورد. رهبری در جلسه ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در جمع همه مسئولین نظام گفتند: «این تحریم‌ها از حدود زمستان سال ۹۰ تا امروز، تبدیل شده به جنگ اقتصادی، دیگر اسم آن تحریم هدفمند نیست، یک جنگ تمام‌عیار اقتصادی است که متوجه ملت ما است» اعمال تحریم‌های یک‌جانبه و محدودیت‌های مالی و تجاری، همواره یکی از ابزارهای غیرقانونی نظام سلطه برای وارد آوردن فشار به نظام جمهوری اسلامی ایران در طول ۳۵ سال گذشته بوده و مرتباً بر حجم این تحریم‌ها افزوده شده است. این وضعیت با اجرای تحریم خرید نفت، بانک مرکزی، کشتیرانی، بیمه و مانند آن از سوی نظام سلطه به اوج خود رسیده است، به گونه‌ای که از زمستان سال ۱۳۹۰ به تعبیر رهبر معظم انقلاب این تحریم‌ها شکل یک جنگ تمام‌عیار اقتصادی به خود گرفته است. در خصوص نحوه فعالیت در این شرایط جنگی رهبر انقلاب می‌فرمایند: «امروز عرصه اقتصاد، به‌خاطر سیاست‌های خصمانه‌ی آمریکا، یک عرصه‌ی کارزار است، یک عرصه‌ی جنگ است، جنگی از نوع خاص. در این عرصه‌ی کارزار، هر کسی بتواند به نفع کشور تلاش کند، جهاد کرده است... این جهاد است؛ البته جهادی است که ابزار خودش را دارد، شیوه‌های مخصوص خود را دارد، باید این جهاد را همه با تدبیر مخصوص خود و سلاح مخصوص خود انجام بدهند.»^۱



جنگ اقتصادی آمریکا علیه ایران، نه تاکتیکی است و نه موقتی، که یک استراتژی دائمی است. در حقیقت، آمریکایی‌ها هجوم به اقتصاد ایران را به‌عنوان یکی از راه‌های مهار ایران در نظر گرفته‌اند. جنگ اقتصادی نیازمند دفاع اقتصادی (یا حتی آفند اقتصادی) است. از این میدان نبرد، با حرف نمی‌توان پیروز بیرون آمد. سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، راهبرد ما برای دفع شر دشمن است و اگرچه سهم دولت در اجرای این سیاست‌ها بسیار مهم است اما این امر به معنای رفع مسئولیت از دیگران نیست. نیروی جهادی که همیشه به‌عنوان پیشرو حرکت انقلاب در صحنه‌های مختلف نقش آفرینی نموده است، برای تحقق مطالبه‌ی رهبر انقلاب وظایف مهمی بر عهده دارد که شناختی آن وظایف و عمل به آن، راه‌حل عبور از مشکلات اقتصادی خواهد بود.

برای شفاف تر شدن این وظیفه پاسخ به سوالات زیر ضروری است:

- آیا از سال ۱۳۸۶ تا به امروز تغییری در رفتار مدیران متناسب با شرایط جنگ اقتصادی صورت گرفته است؟
- آیا فضای کنونی جامعه نشانگر زندگی در شرایط جنگ اقتصادی است؟
- آیا در ساختار تشکلهای خودجوش می‌توان وظیفه و جایگاهی برای مقابله با جنگ اقتصادی یافت؟

▪ وظیفه و تکلیف ما در شرایط جنگ اقتصادی چیست؟

اینها سوالاتی است که پاسخ آنها، نشاندهنده شرایط نامطلوب در فرهنگ جامعه است، جامعه ای که درگیر یک جنگ اقتصادی تمام عیار است ولی آن را باور ندارد. به همین جهت پیشنهاد می‌شود برای ایجاد تحرک اولیه در جامعه مخاطب، در گام اول بر موضوع جنگ اقتصادی، تاریخچه، ابعاد و نتایج آن تمرکز گردد، تا علاوه بر ایجاد بینش کافی، فضای مناسب جهت ارائه سایر مطالب و راهکارهای مقابله مهیا شود. به همین جهت در ادامه در سه بخش «استعمار و استثمار ملت‌ها» «مواجهه ایران و استعمار» و «تحریم نه، محاصره اقتصادی» محتوای مورد نیاز، معرفی و فرایند پیشنهادی جهت ارائه مباحث بیان می‌گردد.

لازم به ذکر است در ارائه مطالب، می‌توان از قالب‌های متفاوتی استفاده نمود و با تنظیم حجم محتوا و نحوه ارائه آن با توجه به ویژگی‌های مخاطب زمینه ارائه بهتر مطالب فراهم گردد که انشالله در این خصوص در بخش قالب‌های ارائه محتوا به تفصیل صحبت خواهد شد.



۱. استعمار و استثمار ملت‌ها

از دیرباز بشر شاهد جنگ‌ها و خون‌ریزی‌های هولناکی بوده است که از جانب زورمندان و زرپرستان برای تسلط بر ملت‌ها و استثمار آنان صورت پذیرفته است. تلاش نظامی برای استعمار و استثمار ملت‌ها اگر چه در شکل‌های متفاوت ادامه یافت، اما جمع‌بندی حوادث قرن‌ها و رویارویی صاحبان قدرت با توده‌های مردم، آشکار ساخت که حضور علنی نظامی در کشورهای دیگر برای تحمیل اراده سیاسی بر ملت‌ها، روش پایدار و قابل اتکایی نیست زیرا سبب تحریک اراده ملت در بیگانه‌ستیزی شده و سبب رشد اندیشه استقلال‌طلبی می‌گردد. به مرور و با توجه به نقش اساسی فرهنگ در حیات يك ملت، نظریه‌پردازان سلطه به نتیجه رسیدند که اگر موفق به نفوذ فرهنگی در يك کشور شوند می‌توانند با کم‌ترین هزینه‌ای به تأمین منافع خود مطمئن باشند و به استعمار همه جانبه سیاسی و اقتصادی بپردازند.

بهره‌کشی از سایر ملت‌ها جهت رسیدن به منافع قومی و ملی، در چند قرن اخیر و با قدرت گرفتن کشورهای اروپایی و آمریکا شدت و عمق بیشتری یافته است، کشور ایران نیز به دلیل واقع شدن در منطقه‌ای حساس در جهان و همچنین برخورداری از منابع طبیعی و انرژی، مورد توجه بسیاری از کشورها از جمله انگلیس و آمریکا قرار گرفت. حضور کشورهای استعماری در ایران دارای فراز و نشیب‌هایی بود که در همه موارد، به سوء استفاده از منابع کشور منجر گردیده است، در حال حاضر نیز این قدرتهای استعماری، درصدد هستند تا با استفاده از استراتژی‌های فشار، نفوذ تا جای ممکن از ظرفیت‌های کشور حداکثر استفاده را ببرند.

در گام اول از انتقال مفهوم جنگ اقتصادی به مخاطب، نیاز است تا با استفاده از ابزارهای مختلف تاریخچه‌ای کوتاه از استعمار و استثمار ملتها در سالهای گذشته بیان‌شود، جهت انتقال این سابقه ذهنی به مخاطب و هرچه روشن‌تر شدن آن می‌توان از محتوای زیر استفاده نمود.

- مستند **چالش بزرگ نفت** به توجه کشورهای استعمارگر به منطقه نفت خیز خاورمیانه که منشا درگیری‌ها و جنگ‌ها بوده است می‌پردازد، همچنین مستند **خنده دلک** به طور خاص به موضوع بررسی مصادیق نفوذ فرهنگی و اقتصادی



آمریکا در اتحاد جماهیر شوروی و سهل اندیشی مسئولان شوروی در ارتباط با آمریکا و بهره برداری‌های ایالت متحده از این سهل اندیشی می پردازد.

- علاوه بر نقش مخرب استعمار در یک منطقه و یا در اثر گذاری بر روی یک کشور، بعضا فعالیت‌های کشورهای استعماری بر روی فضای کلی اقتصاد جهاد تاثیر منفی می گذارند که این موضوع در مستند **استعمار دلار** که به افشای برخی از عوامل پشت پرده حاکمیت دلار در متزلزل کردن اقتصاد کشورها پرداخته و به بررسی تسلط آمریکا بر اقتصاد جهان بواسطه دلار می پردازد و همچنین مستند **دکترین شوک** که به شوک‌هایی که آمریکا در کشورهای دیگر ایجاد می‌کند واز آنها استفاده‌های اقتصادی می نماید می پردازد، به خوبی نشان شده است.
- همچنین جهت فضا سازی درون اردو و برگزاری نمایشگاه می‌توان از مجموعه نمایشگاهی **ایرانی که دشمن می خواهد** استفاده نمود.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوع **روشهای استعمار جدید ملت‌ها توسط قدرتهای استکباری (رسانه ای، فرهنگی، سیاسی)** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*	*	*			مستند	چالش بزرگ نفت
*	*	*			مستند	خنده دل‌قک
*	*	*			مستند	استعمار دلار
*	*	*			مستند	دکترین شوک
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	ایرانی که دشمن می خواهد
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی

جدول ۱: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات



۲. مواجهه ایران و استعمار

مواجهه ملت ایران با قدرتهای استعماری در سالهای گذشته به ایجاد تجربیات متنوعی ختم گردیده است و تاریخ نشان دهنده آن است که این کشورها راههای متفاوتی را جهت تسلط، استثمار و نفوذ در کشور امتحان کرده‌اند. در ادامه سعی بر آن است تا به تعدادی از این خدعه‌های دشمن پرداخته شود.

- برای نشان دادن مسیر طی شده با قدرتهای استکباری می‌توان از سخنرانی رهبری در با موضوع **استعمار در کلام رهبری** و همچنین دو موشن گرافیک **گذشته‌ها گذشته**، که به بازخوانی تاریخچه مذاکرات متعدد ایران و کشورهای استکباری می‌پردازد و مجموعه موشن گرافیک **داستان اعتماد** که به روایت تاریخی تجربه اعتماد ملت ایران به دولت آمریکا در برهه‌های مختلف تاریخی پرداخته است و کلیپ **شش دهه خصومت** با موضوع ۶۰ سال دشمنی آمریکا با ایران، استفاده نمود.
- در خصوص بررسی عمیق تر رابطه آمریکا و ایران و نتایج آن، می‌توان از پخش مستندهای بلند استفاده نمود، مستند **سرانجام یک اعتماد** به بررسی ماجرای کودتای آمریکا و انگلیس علیه دولت مصدق می‌پردازد که در پی اعلام ملی شدن صنعت نفت و تلاش برای کوتاه کردن دست انگلیس از نفت ایران، مصدق با اعتماد به آمریکا و دست نیاز درازکردن به سمت آنها می‌خواست جلوی انگلیس را بگیرد ولی آمریکایی‌ها به او خیانت کرد و کودتای ۲۸ مرداد را اجرا نمود. همچنین مستند **غیر قابل اعتماد** که به ابعاد جنایات آمریکا از تسخیر لانه جاسوسی تا به امروز اشاره می‌کند نیز می‌تواند برای این موضوع مورد استفاده قرار گیرد.

در ادامه نیاز است تا با نشان دادن نشانه‌های وجود نقشه‌های استعمار برای نفوذ و ضربه زدن به جمهوری اسلامی، این مفهوم منتقل گردد که در حال حاضر نیز کشور در معرض یک هجوم خاموش است.

- برای این موضوع می‌توان از مستند **مزه مذاکره** استفاده نمود که در دو بخش متفاوت به موضوع نقشه‌های رخنه آمریکا در ایران می‌پردازد. در پرده اول این مستند با عنوان ارتش سری، مدل آمریکا برای فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و پیاده کردن دقیق این مدل برای ایران و غفلت برخی نهادها در ایران با محوریت هجوم کالاهای مصرفی غربی و ترویج سبک زندگی آمریکایی به بازار داخل بررسی

شده است. پرده دوم با عنوان سوداي بازگشت نیز با مروري بر اسناد آشکار مراکز تصميم‌ساز در غرب به تلاش‌هاي دولت آمريکا براي اثرگذاري روي شخصيت‌هاي سياسي ايران و تمايل برخي از اين اشخاص به شکست تابوي مذاکره با آمريکا و تداوم مدل مذاکرات هسته‌اي به ساير موضوعات مي پردازد. همچنين مستندهای **پدرخوانده** که از ارتباطات پشت پرده خاندان راکفلر از ثروتمندترين و پرنفوذترين خاندان‌هاي آمريکايي با طرف‌هاي ايراني خود و انجام گفتگو جهت نفوذ در ايران پرده برمی دارد و مستند **آرایش غليظ** نیز می‌تواند در اين خصوص استفاده‌شود که روايتي است مستند براساس اسناد نهادهاي امنيتي و اتاق‌هاي فکر استراتژيک ايالات متحده طي سالهاي گذشته درخصوص پاک کردن نفرت فراگیر و رو به گسترش مردم دنيا و به ویژه جهان اسلام از سياست‌هاي کدخداآبانه و استکباري اين کشور و نیز تلاش برخي صاحبان رسانه و تربيون‌هاي سياسي در داخل کشور جهت بزک چهره آمريکا.

● جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد ديگر اين موضوع می‌توان به برگزاري جلسات شبانه در اردو و يا حتی برگزاري کرسی آزاد انديشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **اثرات بجا مانده از استعمار در کشور و ظهور و بروز حضور استعمار در شرايط فعلی کشور** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت / محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*	*	*			کلیپ	استعمار در کلام رهبری
*	*	*	*		کلیپ	شش دهه خصومت
*	*	*			مستند	سرانجام یک اعتماد
*	*	*			مستند	غیر قابل اعتماد
*	*	*			مستند	مزه مذاکره
*	*	*			مستند	پدرخوانده
*	*	*			مستند	آرایش غليظ

*	*	*	*		موشن گرافیک	گذشته‌ها گذشته
*	*	*	*		موشن گرافیک	داستان اعتماد
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی

جدول ۲: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۳. تحریم نه، محاصره اقتصادی

امروز در استفاده‌های عمومی و حتی تخصصی، استفاده از تحریم اقتصادی تبدیل به یک غلط مصطلح شده است و به جای «محاصره‌ی اقتصادی» مفهوم «تحریم اقتصادی» به کار برده می‌شود. دشمن به‌طور ظریفی جای این کلمات را عوض کرده است. چراکه حصر یک استراتژی نظامی برای اشغال یک کشور می‌باشد و در صورت استفاده از این مفهوم حس جنگ و منازعه منتقل می‌شود؛ اما تحریم به معنای محروم شدن است و وقتی از این اصطلاح استفاده شود اولین برداشت حاصل از آن، تلاش برای رفع این محرومیت است، نه مبارزه و مقاومت در برابر دشمن محاصره‌گر. همان‌طور که در زمان محاصره‌ی آبادان طی جنگ تحمیلی تشخیص درست امام خمینی رحمه‌الله‌علیه، مبنی بر لزوم شکستن حصر آبادان و حکم ایشان که «حصر آبادان باید شکسته‌شود» در نهایت منجر به آزاد شدن آبادان شد. امروز نیز در گام اول اگر این تشخیص حاصل‌شود که کشور در حصر قرار دارد و نه تحریم اقتصادی آن‌گاه در گام بعدی می‌توان با اقدام برای شکستن آن، کشور را از محاصره‌ی اقتصادی نجات داد.

- در این گام نیاز است تا با استفاده از ابزارهای مختلف، وجود محاصره اقتصادی به مخاطب منتقل گردد و شرایط تشریح گردد. برای این منظور جزوه **هرآنچه که باید در مورد تحریم بدانیم** می‌تواند برای جهادگران مورد استفاده قرار گیرد، همچنین از کلیپ‌های **جنگ اقتصادی با ایران ، پسا فتنه و بازی تحریم** می‌توان برای نشان دادن تحرکات دشمن و نحوه استراتژی‌های خصمانه دشمن در مواقع مختلف استفاده نمود.
- جهت نشان دادن تاثیر تحریم و محاصره اقتصادی در کشور می‌توان از مستندهایی چون **نبرد خاموش** که با نگاهی متفاوت به موضوع تحریم‌های نفتی سال ۹۱ پرداخته و تاثیر آن بر زندگی مردم، کم‌کاری و بی‌توجهی مسئولان قبلی و فعلی

برای خنثی سازی اثرات آن و همچنین برکات ناشی از تحریم را به تصویر می‌کشد و همچنین مستند **برجام** که در سه قسمت به تحلیل شرایط قبل و بعد از برجام می‌پردازد، و مستند **متولد کالیفرنیا** که روایتی است از سفر یک ماهه "کن نیکلاس اوکیف"، تفنگدار سابق نیروی دریایی آمریکا و فعال مشهور رسانه‌ای جهان به ایران که در آن از زاویه نگاه یک آمریکایی به موضوعات مختلفی از جمله نگاه مردم ایران به آمریکا، چرایی اشغال سفارت آمریکا، وضعیت اقتصادی مردم ایران و اثر تحریم‌ها، فضای اقتصادی پس‌برجام در ایران، بازداشت تفنگداران نیروی دریایی آمریکا، توانمندی‌های دفاعی ایران و غیره می‌پردازد؛ استفاده نمود.

- در همین زمینه مجموعه نمایشگاهی **اقتصاد مقاومتی و جنگ اقتصادی** می‌تواند در فضا سازی و برگزاری نمایشگاه استفاده گردد.
- در خصوص شبیه سازی شرایط کشور و اتصال آن به مقاومت‌های صدر اسلام برای مخاطب کودک می‌توان از **نمایشنامه عروسکی شعب ابی طالب** استفاده نمود.
- از جمله اقدامات اجرایی در این خصوص می‌توان به **برگزاری مسابقات نقاشی و رنگ آمیزی با موضوع استکبار و جنگ اقتصادی** برای کودکان و **اجرای تئاتر** توسط نوجوانان مرتبط با همین موضوع اقدام نمود. همچنین اقداماتی چون **پخش سرود ملی ایران** و احترام به آن می‌تواند در راستای تقویت حس استکبارستیزی و تقویت هویت ملی اثر گذار باشد.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **راههای خروج از حصر اقتصادی، الزامات فرهنگی و اجرایی مورد نیاز جهت مقاومت ، ضعف‌های ساختاری موجود در کشور و...** اقدام نمود.

مخاطب				قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان کودک		
				ایده و اقدام *	برگزاری مسابقات نقاشی و رنگ آمیزی با موضوع استکبار و جنگ اقتصادی
			*	ایده و اقدام	اجرای تئاتر
	*	*	*	ایده و اقدام	پخش سرود ملی ایران



*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی
*					جزوه	هر آنچه که باید در مورد تحریم بدانیم
*	*	*	*		کلیپ	جنگ اقتصادی با ایران
*	*	*			کلیپ	پسا فتنه
*	*	*			کلیپ	بازی تحریم
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	اقتصاد مقاومتی و جنگ اقتصادی
*	*	*			مستند	نبرد خاموش
*					مستند	بر جام
*	*	*			مستند	متولد کالیفرنیا
				*	نمایشنامه عروسکی	شعب ابی طالب

جدول ۳: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

کام دوم؛ وضع کنونی کشور و ضرورت مقاومت

اقتصاد مقاومتی این روزها واژه‌ای آشنا برای هر ایرانی است. اما شاید آن قدر که سمنار و سخزانی و مطلب در باب اقتصاد مقاومتی برگزار و منتشر شده است، برای تحقق آن گام برداشته نشده باشد. اقتصاد مقاومتی را رهبر انقلاب بارها مورد موشکافی و تبیین قرار داده و ابعاد آن را نیز برای مردم و مسئولان به جزئیات بازگو کرده‌اند. از جمله پیش نیازهای تحقق این امر، داشتن اشراف کلی بر شرایط ملی و منطقه ای است که برای هریک از عناصر جامعه لازم و ضروری است و در سایه همین ویژگی است که انتظار از افراد جهت عکس العمل صحیح و بهنگام در مقابل دشمن شکل می گیرد.

رهبر انقلاب بارها بر این موضوع اشاره نموده اند و تقویت آن را در تک تک آحاد جامعه خواستار شده اند «بصیرت را روز به روز باید زیاد کرد، صحنه داخلی را بشناسیم، بدانیم الان در داخل چه می گذرد، کجاست که انسان گاهی حضور دشمن را احساس می کند»^۱ و حتی بعضا ورود مستقیم داشته اند و مساله را نشان داده اند و دستوری را صادر کرده اند که نمونه آن را می شود در این صحبت ایشان مشاهده نمود: «من هفده هجده سال قبل به دولتی که در آن زمان سر کار بود و به مسئولان گفتم کاری کنید که ما هر وقت اراده کردیم، بتوانیم در چاه‌های نفت را ببندیم. آقایان به قول خودشان تکنوکرات لبخند انکار زدند که مگر می شود؟! به آن هشدار عمل نشد و در نتیجه تحریم‌ها برای اقتصاد کشور مشکلات جدی ایجاد کرد.»^۲

نکته حائز اهمیت این است که پس از تاکیدات پی در پی رهبر انقلاب، تا کنون طرح و برنامه‌های متفاوتی در کشور جهت مقاوم سازی اقتصاد کشور به اجرا گذاشته شده که متأسفانه در اکثر مواقع به دلیل نبود اطلاعات کافی و دقیق و عدم ورود انقلابی به موضوع نتوانسته اند مشکلی را از پیش رو بردارند. لذا به منظور دستیابی به یک طرح دقیق، منطقی و انقلابی جهت ایفای نقش تک تک آحاد جامعه و جهادگران نیاز است تا در گام اول با دیدی متفاوت به مشکلات و چالش‌های موجود در کشور نگاه کرد تا در گام بعد بتوان افق‌های پیش رو را به درستی ترسیم نمود.



در این بخش به صورت خلاصه به مشکلات و چالش‌های موجود در بخش‌های «ساختارهای کلان اقتصادی»، «تولید و نظام توزیع»، «الگوی مصرف» و «فرهنگ اقتصادی» خواهیم پرداخت. با توجه اینکه موضوعات مطرح شده در این فصل به مشکلات و آسیب‌های موجود در فضای کلی کشور اختصاص دارد، نیاز است کارگروه اقتصاد مقاومتی گروه جهادی نسبت به مطالعه و تمرکز در این موضوعات اقدام نموده و از طرق مختلف از جمله اکران مستندها، برگزاری کرسی آزاد اندیشی و یا جلسات شبانه و... در بین جهادگران حاضر در اردو به بررسی این موضوعات اقدام نماید و همچنین در صورت لزوم به تبیین این مشکلات و مصداق‌یابی آن در منطقه هدف و بین‌روستاییان اقدام نماید. لازم به ذکر است راهکارهای ورود به حل این مشکلات در فصول بعد به صورت جداگانه مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت.

۱. ساختارهای کلان اقتصادی

سیستم‌های اقتصادی مانند بسیاری از سیستم‌های دیگر در فرآیند فعالیت خود ممکن است با مشکلاتی مواجه شوند. تورم، بیکاری، توزیع نابرابر درآمدها، رشد پایین اقتصادی و کسری تراز پرداخت‌ها برخی از شناخته شده ترین مشکلات یک سیستم اقتصادی بشمار می‌روند. گاهی مشکلات سیستم اقتصادی ناشی از طراحی نادرست اولیه و یا ناشی از خطای سیاست‌گذاری است (خطاهای سیستماتیک) و گاهی نیز مشکلات ناشی از موارد پیش‌بینی نشده، ناشناخته و یا اجتناب‌ناپذیر است. در مورد اقتصاد ایران عمده مشکلات از نوع خطاهای سیستماتیک است که نیاز است با شناخت و بررسی دقیق آنها توسط جهادگران زمینه مطالبه‌گری و ارائه پیشنهاد و حتی فعالیت عملی در آن خصوص فراهم گردد. در ادامه چند موضوع مهم و کلی اقتصاد ایران مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

اتکا به نفت

زمانی که در ایران و خاورمیانه، کشف نفت و استخراج آن شروع شد، کسی گمان نمی‌کرد روزی اقتصاد کشورمان وابسته به این ماده‌شود و مشکلاتی را هم برای مردم به همراه بیاورد، یکی از مشکلات اساسی کشور در حال حاضر، اتکای بیش از حد اقتصاد بر نفت می‌باشد.

• در همین خصوص مستند معتاد به نفت به بررسی اقتصاد نفتی ایران و تاثیرات تحریم بانک مرکزی بر اقتصاد داخلی می پردازد و همچنین به این موضوع می پردازد که چگونه می توان با استفاده از اقتصاد مقاومتی بر مشکلات ناشی از اقتصاد نفتی فائق آمد. مستند گل به دروازه خودی در خصوص شرایط حاکم بر تولید و مصرف بنزین کشور در دهه های گذشته خصوصا دهه ۸۰ که مدیران را در شرایط تهدیدات خارجی به سمت تولید بنزین از پتروشیمی های داخلی سوق داد می تواند اطلاعات مفیدی را ارائه نماید. در همین خصوص موشن گرافیک روزی روزگاری نفت به زبان طنز به موضوع مشکلات صنعت پتروشیمی و جزوه پالایشگاه به ظرفیتهای پالایشگاه های کشور و چالش های پیش رو و همچنین جزوه قراردادهای نفتی به روند شکل گیری قراردادهای نفتی در سالهای اخیر می پردازد که می تواند برای جهادگران و مخاطبین اردوهای جهادی مفید باشد.

زمین و مسکن

روند رو به رشد جمعیت کشور در چند دهه اخیر و جا به جایی های گسترده آن و سیاست هایی که در پی رشد و توسعه کشور اتخاذ شد، مشکلاتی در زمینه مسکن به وجود آورد که از آن با عنوان بحران مسکن یاد می شود. رکود شکل گرفته در بازار زمین و مسکن موضوعی است که باید آن را در سیاست گذاری های غلط چندین سال گذشته جست و جو کرد که سالها پیش از تحریم، به بالا رفتن های بی رویه قیمت ها در این بازار و به تبع آن مشکلات متعدد برای مردم خصوصا جوانان در شرف ازدواج منجر شده است.

• در مستند بهشت سودگران به زمینه های ایجاد این سودگري، هم چون شفاف نبودن اطلاعات در بازار زمین و مسکن، نداشتن قصد جدي براي جلوگیری از احتکار مسکن و پدیده خانه های خالی، مالکیت بر صاحبان املاک و مستغلات متعدد اشاره شده است. در همین ارتباط مجموعه مستند خط باریک سبز با مروری بر برخی از پرونده های زمین خواری و تجاوز به منابع طبیعی و محیط زیست در استان های گیلان، مازندران و تهران (منطقه لواسان)، راه کارهای علمی و کارشناسی پیشگیری از وقوع این تخلفات را بررسی می کند.

واردات و قاچاق



واردات و تجارت آزاد با کشورهای دیگر از جمله مواردی است که هم می‌تواند باعث رشد و توسعه کشور شود و هم باعث اختلال در سیستم‌های کلان اقتصادی. در حال حاضر شاهدیم که با وجود قریب ۲۵ نهاد نظارتی و اجرایی در امر واردات، پدیده قاچاق بسیار سازمان یافته در کشورمان انجام می‌شود و حتی به اذعان برخی کارشناسان، قاچاق یک چهارم از اقتصاد کشور را آفت‌زده کرده است و ارقام نجومی و چندین میلیارد دلاری از میزان قاچاق از طریق مسئولین مربوطه اعلام می‌شود.

- در جزوه تعرفه **واردات ترجیحی** به طور خلاصه به چندین واقعیت تلخ در موضوع واردات اشاره می‌کند. در مستند **فرش قرمز** که با موضوع آسیب شناسی توسعه مناطق آزاد در کشور، تولید شده است، تلاش شده علل توسعه نیافتگی مناطق آزاد ایران و عدم تحقق اهداف اولیه ایجاد این مناطق مورد بررسی قرار گیرد. هم چنین مستندساز با سفر به مناطق آزاد جنوب کشور به طور میدانی واقعیات موجود در این مناطق را به تصویر کشیده و به طور مستقیم با مردم بومی و گروه‌های اقتصادی فعال در این باره گفتگو کرده است. همچنین مستند کوتاه **اقتصاد مقاومتی با شورت آمریکایی!** که به آسیب‌شناسی نظام گمرک و دامن زدن آن به اختلاف طبقاتی می‌پردازد و مجموعه مستند **زنگار** که با نگاهی نو به عوامل اصلی گرایش بعضی مردم مرزنشین به قاچاق کالا و کسب درآمد از این راه و همچنین بررسی مراحل مختلف رسیدن یک کالای قاچاق به صورت بانندی و سازماندهی شده از خارج از کشور به ایران، همراه با مصاحبه‌هایی از قاچاقچیان دستگیر شده و فروشندگان می‌پردازد، می‌تواند جهت تبیین این موضوع مفید و مثمر ثمر باشد. علاوه براین از موشن گرافیک **چند قانون ساده** نیز در خصوص پیوستن ایران به WTO (سازمان تجارت جهانی) و اثرات مخرب آن بر اقتصاد کشور در حال حاضر، می‌توان استفاده کرد. همچنین مستند **نخ و سوزن** به داستان مردم یک روستا در استان سمنان می‌پردازد که همه افراد آن به دوخت پیراهنهای مردانه اشتغال دارند. پیر و جوان، زن و مرد در این روستا پیراهن می‌دوزند و این مستند با پیراهن‌های آنها به ترکیه سفر کرده و نشان داده که این پیراهن‌ها چگونه از ترکیه با عنوان پیراهن ترک یا خارجی دوباره به ایران فرستاده می‌شوند.

فضای کسب و کار



- جهت آشنایی با ساختار بورس و مشکلات آن، از موشن گرافیک **خانه ای از حباب** و همچنین جهت آشنایی با سختی گرفتن مجوز در ایران و عدم اجرای اصل ۴۴، از موشن گرافیک **مجوزهای کسب و کار** و انیمیشن طنز دیرین دیرین با عنوان **مجوزیدن** می‌توان استفاده نمود. همچنین جهت آشنایی با آمارهای کلان اقتصادی و مقایسه کشورهای جهان با یکدیگر از مجموعه نمایشگاهی **آمار** می‌توان استفاده نمود.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **مصادیق اختلال در سیستم کلان اقتصادی، راههای اجرایی پیشنهادی در حل این مشکلات، جایگاه مردم در حل این مشکلات، مصادیق اثرات ضعف در ساختارهای کلان اقتصادی در این منطقه و ... اقدام نمود.**

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*	*	*			انیمیشن	مجوزیدن
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی
*					جزوه	پالایشگاه
*					جزوه	واردات ترجیحی
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	آمار
*					مستند	معتاد به نفت
*					مستند	گل به دروازه خودی
*					مستند	بهشت سودگران
*					مستند	خط باریک سبز
*		*			مستند	فرش قرمز

*				مستند	اقتصاد مقاومتی با شورت آمریکایی!
*				مستند	زنگار
*				مستند	نخ و سوزن
*	*	*		موشن گرافیک	روزی روزگاری نفت
*				موشن گرافیک	چند قانون ساده
*				موشن گرافیک	خانه ای از حباب
*				موشن گرافیک	مجوزهای کسب و کار

جدول ۴: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۲. تولید و نظام توزیع

بی‌شک مهم‌ترین اصل در اقتصاد مقاومتی، اتکا به تولیدات داخلی و رشد تولید در عرصه صنایع و کشاورزی در داخل مرزهای کشور و کاهش وابستگی به واردات است. این موضوع آنچنان اهمیت دارد که رهبر انقلاب در این خصوص می‌فرماید: «همه تلاشها از سوی همه باید برای تقویت تولید داخلی بسیج شوند»^۱. امروز در هیچ یک از کشورهای پیشرفته، نقطه اتکایی برای اقتصاد غیر از صنایع و تولید وجود ندارد و هدفی نیز جز گسترش و فتح بازارهای دیگر کشورها برای فروش محصولات تولیدی‌شان موجود نیست. پس بدون شک اقتصاد مقاومتی زمانی محقق می‌شود که مسائل و مشکلات بخش تولید و توزیع در کشور حل شده باشد. به همین منظور نیاز است تا مخاطبین این بخش که در اکثر مواقع جهادگران هستند با مشکلات تولید و ظرفیت‌های نهفته و بلااستفاده این بخش آشنا شوند تا در ادامه بتوانند با طراحی اقدامات و فرایندهایی در راستای حل این مشکلات در سطح ملی و منطقه ای ورود کنند.

- مستند **بهشت فراموش شده** که به محرومیت‌های امروز و در عین حال ظرفیت‌های گسترده پیشرفت و توسعه استان خوزستان با محوریت شهرستان شوش پرداخته است می‌تواند در ایجاد دیدی مبتنی بر واقعیت از شرایط موجود در مناطق مفید باشد، همچنین مستند **شب‌ها وقتی همه خوابند...!** به مشکل عرضه کالا و تنظیم

بازار و مستند دست‌ها فریاد می‌زنند! که با محوریت کشاورزان جنوب کرمان به چالش‌های همیشگی و حل‌نشده بخش کشاورزی در کشور می‌پردازد می‌تواند در تبیین مسائل حوزه تولید و توزیع محصولات بسیار مثر ثمر باشد. در این مستند، مشکلات نظام توزیع و تنظیم بازار، مدیریت الگوی کشت، نبود صنایع تبدیلی محصولات زراعی کشاورزان و نحوه مدیریت منابع آبی مورد نیاز کشاورزان منطقه با نگاهی نقادانه به تصویر کشیده شده‌است.

- مستند **بیجار سری** با اشاره به تبدیل اراضی شالی به باغ‌های کیوی، به بیان مشکلات امروزی کشاورزان ساکن در مناطقی از شمال کشور می‌پردازد، همچنین مستند **کنده دیگر دود نمی‌کند** به تلاش مزرعه داران قلم‌نی در دزفول را برای سرپاماندن محصول در حال زوالشان می‌پردازد. قلم‌نی یک محصول بومی دزفول است که شهرت بین المللی دارد و علاوه بر اینکه در ایران نزد اساتید خوشنویسی معروف است، در کشورهای همجوار مثل ترکیه و کشورهای عربی نیز مشتری داشته است.
- مستندهای **زمستان روستا** و **زمستان عشایر** با نگاهی نو و جذاب به وجود ظرفیتهای بسیار در حوزه تولید در شمال خوزستان و مشکلات تولید و توزیع می‌پردازد و همچنین مستند **به رنج** نیز کاری است در قالب مستند-داستانی و به فرصت‌ها و تهدیدهای تولید و عرضه برنج پرداخته است و مستندهای **سبز سیاه** و **چای ایرانی** که به موضوع کشت و تجارت چای در ایران و حضور مافیای چای، که باعث ورشکستگی کشاورزان و کارخانه داران این صنعت شده است می‌پردازند، می‌توانند در بیان و تفهیم مشکلات مفید باشند.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از اصلی‌ترین مشکلات موجود در نظام تولید و توزیع، **راههای خروج از مشکلات تولید، راه‌های کاهش مشکلات نظام توزیع، چگونگی استفاده از دانشگاهها در رفع این مشکلات و ... اقدام نمود.**

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
زن	مرد	نوجوان	کودک	جهادگر		
					مستند	بهشت فراموش شده



*				مستند	شبها وقتی همه خوابند...!
*				مستند	دستها فریاد می‌زنند!
*				مستند	زمستان روستا
*				مستند	زمستان عشایر
*				مستند	به رنج
*				مستند	چای ایرانی
*				مستند	کنده دیگر دود نمی‌کند
*				مستند	سبز سیاه
*	*	*		ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی

جدول ۵: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۳. الگوی مصرف

«همه سعی بکنند محصولات داخلی را مصرف بکنند، کارگر ایرانی را حمایت بکنند، کارگاه تولیدی داخلی را با مصرف کردن [محصول] آن رونق بدهند»^۱ «مردم در همه‌ی سطوح، تولید ملی را ترویج کنند. یعنی چه؟ یعنی همین مطلبی که من دو سه سال قبل از این، در همین جا با اصرار فراوان گفتم، یک عده‌ای هم از مردم خوشبختانه عمل کردند، اما همه باید عمل کنند و آن عبارت است از مصرف تولیدات داخلی».^۲

بیانات رهبر انقلاب نشان از نقش مهم مردم در حمایت از تولید ملی و گسترش میزان این تولیدات دارد، طبیعتاً مردم مصرف کننده این محصولات هستند و نیمی از بار حمایت از تولید ملی بر دوش مصرف کنندگان است که عموم مردم را تشکیل می‌دهد. الگوی مصرف مردم، اگر منطبق بر الگوی تولید همان جامعه باشد، با توسعه سازگار است و اگر منطبق بر الگوی تولید نباشد وارداتی شمرده شده و به طور معمول به صورت عنصر ضدپیشرفت عمل می‌کند. در کشورهای توسعه یافته، الگوی مصرف در



گذر زمان بر مبنای الگوی تولید شکل گرفته است. در چنین جوامعی حتی تشویق به مصرف بیشتر، می‌تواند به رشد اقتصادی کمک کند، چرا که مصرف بیشتر باعث تقاضای بیشتر برای کالاهای ساخت داخل می‌شود و تقاضای بیشتر باعث تشویق تولید و افزایش اشتغال و در یک کلام رونق اقتصادی است.

یکی دیگر از راه‌های ایجاد وابستگی در ملت‌ها، که توسط کشورهای صنعتی و استعماری دنبال می‌شود گسترش فرهنگ مصرف غربی از طریق تشویق به خرید و مصرف کالا به بهانه ورود به دنیای متمدن و توسعه یافته است. اصلی‌ترین راه اجرایی شدن این فرآیند، نفوذ در باورها، فرهنگ و سبک زندگی جوامع با هدف ایجاد حس نیاز برای خرید کالا با شعار برخورداری از یک زندگی مرفه و لوکس است که متأسفانه هر روزه شاهد گسترش آن در کشور و عدم مقاومت افکار عمومی و حتی نهادهای رسمی کشور در مقابل این هجمه هستیم تا جایی که می‌توان امروز وابستگی در فرهنگ مصرف را نیز در الگوی مصرف جامعه، محسوس و مشهود دانست در طی فرآیند فرهنگسازی باید در جهت اصلاح آن برآمد.

- تبلیغات و ارائه چهره زیبا از کشورهای غربی و گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی موجود در این کشورها از جمله راهکاری است که شاهد هستیم در کشورهایی نظیر کشور ما توانسته است عده‌ای را با خود همراه کند، به همین خاطر نیاز است تا به پشت پرده این چهره بزرگ شده سری زده‌شود و حقیقت موضوع نمایان گردد. معمولاً در خبرها و مقالات اینگونه عنوان می‌شود که مصرف‌کالری در میان مردم آمریکا بسیار بیشتر از سایر جوامع است و آمریکایی‌ها از نظر مواد غذایی مشکلی ندارند و در رفاه کامل به سر می‌برند، اما واقعیت چیز دیگری است. این آمار همه حقیقت را بیان نمی‌کنند؛ در گام اول باید گفت که تمام آمریکایی‌ها چنین وضعیتی ندارند و ایالت‌های مختلف در این کشور، همگی از عدالتی فراگیر در مصرف‌کالری بهره‌مند نیستند و در ثانی و تلخ‌تر آنکه این رفاه و توسعه‌یافتگی به قیمت توزیع کاملاً ناعادلانه مواد غذایی در سطح بین‌المللی به دست می‌آید، آنجا که روزانه بخش زیادی از تولیدات غذایی جامعه آمریکا توسط شرکت‌های تولیدکننده آنها دور ریخته می‌شود در حالیکه می‌توان همین مواد را در قالب کمک‌های بشردوستانه در اختیار مردمان دیگر کشورها به ویژه در آفریقا قرار داد. دور ریختن مواد غذایی در آمریکا در حالی است ساکنین بسیاری از کشورهای فقیر و حتی





افرادی در شهرهای ایالات متحده از کمبود غذا در رنج هستند. مستند **شیرجه** توانسته است به خوبی این واقعیت تلخ را نشان دهد. همچنین مستند **تجارت غذا** قویترین مستندی است که نظام غذایی آمریکا و مافیایی بودن صنایع غذایی این کشور که تحت سیطره چند کمپانی خاص است را مورد بررسی قرار می دهد و همچنین به روش های پرورش غیرطبیعی مرغ و گاو و گوشت و آسیب هایی که تهیه این نوع غذاها دارد می پردازد. در همین زمینه بخشی از مستند **دانستنی های روغن** نیز به افشاگری های جسورانه و تکان دهنده از واقعیتی تلخ در مورد انحصار و رانت روغن نباتی و نفوذ شرکت های سعودی در بازار ایران است پرداخته است که نیاز است با ایجاد آگاهی، فرهنگ سازی و ایجاد جنبش های اجتماعی در جهت کوتاه کردن دست این شرکت ها از بازار ایران برآمد.

- کلیپ **فرهنگ مصرف گرایی**، که مشتمل بر سخنانی بسیار جذاب حجت الاسلام انجوی نژاد در خصوص برخورد منفعلانه با فرهنگ و تولیدات غربی و نتیجه ی آن که مصرف گرایی است، می تواند در این خصوص مورد استفاده قرار گیرد. همچنین مستند تکان دهنده **لب های سربی** با استفاده از تصاویر آرشیوی و مصاحبه با پزشکان پوست و زیبایی، مصرف بی رویه لوازم آرایشی در کشور توسط بانوان را نقد کرده و در ادامه به هزینه بالایی که صرف تهیه لوازم آرایشی می شود اشاره و احتمال شیوع سرطان و بیماری های پوستی از طریق استعمال این مواد را بررسی می کند. در همین زمینه انیمیشن طنز **لوازم آرایش** از مجموعه دیرین دیرین که به نقد مصرف لوازم آرایشی پرداخته و انیمیشن **مصرف گرایی** با موضوع تنبلی و مصرف گرایی می تواند مورد استفاده قرار گیرد.

- گرایش به خرید کالای خارجی در جامعه ما متأسفانه در سالهای گذشته گسترش چشم گیری داشته است تا جایی که شاهد انتقاد و موضع گیری رهبری در این خصوص بوده ایم؛ بعضی آمارها سرانه هر خانوار ایرانی را از مصرف کالای خارجی ۴۰۰۰ دلار در سال یعنی بیش از ۱۲ میلیون در سال ذکر کرده اند، موضوعی که باعث ضربه زدن به تولید ملی و ناامیدی تولید کنندگان شده است، این موضوع و اهمیت آن به خوبی در فیلم کوتاه **کیک تولد و تشویق** که به نیاز جهت عمل بجای حرف جهت تحقق اقتصاد مقاومتی می پردازد، نشان داده شده است. بیماری فرهنگی «برتر شناختن کالاهای خارجی نسبت به تولیدات ملی حتی در صورت برابری و برتری کیفیت کالاهای داخلی»، آنچنان در جامعه ما نفوذ کرده است که

در بسیاری از موارد تولید کنندگان داخلی برای جلب نظر هم وطنان، دست به دامان برندهایی معروف خارجی می شوند، این موضوع در کلیپ **مارک خارجی** و همچنین **تسخیر جمهوری** که به بررسی میدانی نقش فعال برندهای خارجی در تصاحب بازار لوازم خانگی می پردازد، بررسی شده است.

جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **علت به وجود آمدن الگوی مصرف غربی در کشور، دلایل رواج مصرف گرایي در بین اقشار مختلف، راههای برون رفت از این مشکل ، مصادیق الگوی مصرف غیر صحیح در این منطقه و راهکارهای برطرف نمودن آن و ...** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*	*	*			انیمیشن	لوازم آرایشی
*	*	*	*		انیمیشن	مصرف گرایي
*	*	*			کلیپ	فرهنگ مصرف گرایي
*	*	*			مستند	شیرجه
*	*	*			مستند	تجارت غذا
*	*	*			مستند	دانستنی های روغن
*	*	*			مستند	لب های سربی
*	*	*	*		فیلم کوتاه	کیک تولد
*					فیلم کوتاه	تشویق
*					کلیپ	مارک خارجی
*	*	*			مستند	تسخیر جمهوری
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاداندیشی

جدول 6: خلاصه محصولات، ایده ها و اقدامات

۴. فرهنگ اقتصادی

فرهنگ اقتصادی در یک بیان ساده عبارت است از نحوه انجام امور اقتصادی توسط افراد. برخی از عرصه‌های تجلی فرهنگ اقتصادی عبارتند از: الگوی مصرف، الگوی تولید، الگوی مدیریت، الگوی انتخاب و الگوی تربیت (در حوزه اقتصادی). الگوهای رفتاری در عرصه‌های فوق تحت تاثیر گرایش‌ها و بینش‌های افراد جامعه قرار دارد. در راستای مقاوم‌سازی یک اقتصاد، تقویت فرهنگ اقتصادی اهمیت دارد که این خود مستلزم اقدامات متناسب در زمینه‌های آموزشی، فرهنگی و ترویجی است. در این راستا برخی عناصر فرهنگی باید مورد تاکید و توجه قرار گیرند، عناصری که در فرهنگ اسلامی در حد اعلا مورد تاکید هستند که برخی از مهم‌ترین آنها عبارتند از روحیه تلاش، مقاومت، جهاد، خلاقیت، اعتماد به نفس، همکاری، محبت، اعتقاد به نصرت الهی و... که نقش موثری در مقاوم‌سازی یک اقتصاد دارند.

در این خصوص سوالی مطرح است که عمده‌ی ضعف ما در حوزه‌ی فرهنگ‌سازی اقتصادی چیست؟ که باید گفت اولاً آموزش و پرورش ما مقدمات لازم را از این جهت فراهم نمی‌کند که دانش‌آموزان از همان کودکی با نخبگان جامعه در حوزه سیاسی-اقتصادی زبان مفاهیم پیدا کنند، مشروعیت و مقبولیت نظام را بپذیرند، و با مباحث سیاسی، اقتصادی، حقوقی، بین‌المللی آشنا شوند. در حوزه‌ی رسانه؛ رسانه‌های ملی، صوتی و تصویری و نیز در زمینه‌ی دانش اقتصادی برای کودکان هم تولیدات مفید و موثری در مورد اسراف و تبذیر، خمس، بانک، پس‌انداز، مصرف، حتی یک شعر کودکانی یا رمان وجود ندارد. در حوزه‌ی سلبی و منفی هم به طور تاریخی خیلی چیزها را در ذهن جامعه قرار داده اند و نخبگانی هم هنوز دارند به این قضیه دامن می‌زنند. به عنوان مثال باور اینکه، ایرانی نمی‌تواند! یا اینکه ایرانی در کار تیمی قوی نیست، در کار فردی قوی است! که این قبیل تصاویر غلط و منفی، بر رفتار افراد تاثیر منفی می‌گذارد و باید در جهت اصلاح آن تلاش کرد.

- تجربه کشورهای که توانسته اند در پیشرفت اقتصادی موفق باشند حکایت از سرمایه گذاری بر روی فرهنگ و آموزش اقتصادی دارد که به نظر می رسد یکی از نقاط حساس و ضربه پذیر فضای کلی اقتصادی ایران همین موضوع می باشد. در

همین خصوص جزوه فرهنگ و اقتصاد مشتمل بر گفتاری از دکتر عادل پیغامی در تبیین نقش متقابل فرهنگ و اقتصاد است می‌تواند برای جهادگران مفید باشد. در همین راستا جزوه راحت طلبی و عافیت طلبی برگرفته از سخنرانی حجت الاسلام پناهیان و همچنین مستند رفاه طلبی که به آفت راحت طلبی و رفاه طلبی در جامعه مسلمین می‌پردازد و موشن گرافیک ویتزین اسراف با موضوع جایگزینی کالای ایرانی بجای کالای خارجی، می‌تواند در تبیین این آفت‌های فرهنگی و مشخص کردن خط مشی اصلاح آن مفید باشد.

- در فرهنگ اسلامی، کار و تلاش مانند مجاهدت در راه خدا ارزشمند و مقدس شمرده شده ولی متأسفانه در کشور شاهد آسیب‌هایی در این خصوص هستیم، از جمله آن گسترش فرهنگ کارمندی و عدم اقبال به کارآفرینی در نسل جوان است. این موضوع در مستند آرزوی استخدام به مشکلات یافتن مشاغل دولتی و استخدام پرداخته و سپس به مزایا و معایب اشتغال در مشاغل دولتی و خصوصی می‌پردازد و مهمترین دلیل علاقه افراد به کارمندی را تنبلی و نداشتن خلاقیت و انگیزه معرفی می‌کند. همچنین مستند داوطلبین عزیز با نگاه منتقدانه به وضعیت آموزشی کشور ساخته شده و یکی از اهداف مدنظر این مستند، به این موضوع اختصاص دارد که ممکن است در جامعه افرادی باشند که بدون داشتن تحصیلات خاصی افراد بسیار موفق هم باشند بنابراین برای موفقیت نیاز به مدرک تحصیلی نخواهد بود. همچنین در همین زمینه از موشن گرافیک درس خواندن مشکل اصلی بیکاری و انیمیشن In the fall که فرسودگی ناشی از بیگانگی کار یکنواخت اداری را به تصویر می‌کشد می‌توان استفاده نمود.

- در پایان این بخش نیاز است تا به این شبهه پاسخ گفت و این موضوع را به بحث گذاشت که چرا با وجود تمام تأکیدات دین مبین اسلام بر پیشرفت علمی، فرهنگی و اقتصادی و سابقه غنی تمدنی در کشور، آنچنان که باید شاهد وجود کشوری پیشرفته با نظام و ساختار منطقی و صحیح نیستیم. در این خصوص کلیپ چرا از همه پیشرفته تر نیستیم؟ برگرفته از صحبت‌های حجت الاسلام و المسلمین پناهیان می‌تواند در هدایت بحث و تبیین موضوع کمک کند.

- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از کارآفرینی یا کارمندی کدام یک؛ دلایل عدم رواج روحیه

کارآفرینی در کشور، راههای توسعه روحیه کارآفرینی، مصادیق ضعف در روحیه کار در این منطقه و راهکارهای رفع آن و ... اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*					انیمیشن	In the fall
*	*	*			جزوه	فرهنگ و اقتصاد
*	*	*	*		جزوه	راحت طلبی و عافیت طلبی
*	*	*			کلیپ	ویترین اسراف
*	*	*			کلیپ	چرا از همه پیشرفته تر نیستیم؟
*	*	*			مستند	آرزوی استخدام
*					مستند	داوطلبین عزیز
*					موشن گرافیک	درس خواندن مشکل اصلی بیکاری
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی

جدول ۷: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

کام سوم؛ ما می توانیم

مسئله مبارزه و مقاومت در طول تاریخ و در تمام جوامع وجود داشته، مقاومت در مقابل قدرتها که باعث حفظ و زنده ماندن تمدنها شده است. هرجا ملت‌ها دست به مقاومت زده اند، توانسته‌اند به پیروزی دست پیدا کنند، اما نکته قابل توجه و نقطه ابهام اینجاست که چرا بعضی ملت‌ها در پاسخ به تجاوزات دشمن که خواستار نابودی و یا تغییر بخشی از هویت و یا تسخیر بخشی از خاکشان بوده است مقاومتی نشان نداده اند؟ و به طور کلی آن چیزی که باعث می‌شود یک ملت دست به مقاومت بزند چیست؟



داشتن عزم و اراده راسخ، امید و اعتماد به نفس ملی از جمله مواردی است که وجود آن در یک جامعه بسیار اهمیت دارد و می‌تواند ضامن بقای تمدن در طول زمان باشد. در همین خصوص رهبر انقلاب می‌فرماید «یک ملت تا عزم راسخ نداشته باشد، نمی‌تواند به هیچ‌جا برسد؛ سعی می‌کنند عزم راسخ ملت را در مسائل مهم مربوط به سرنوشت کشور به هم بزنند، در آنها تردید ایجاد کنند؛ جای احساس عزت و اعتماد به نفس ملی، احساس حقارت ملی را به آنها تزریق می‌کنند؛ جای ایمان راسخ، شبهه‌افکنی و بی‌اعتقادی؛ جای کار و تلاش و همت بلند، لذت‌جویی و شهوت‌رانی و از این قبیل»^۱ این موضوع آنچنان در آینده کشور و جامعه اثرگذار و بااهمیت است که ایشان خط مشی تربیتی نسل آینده را به این مورد اختصاص می‌دهند «[باید] افرادی تربیت بشوند با اعتماد به نفس، با انگیزه، سرشار از امید. درست گفته‌اند که یأس بزرگ‌ترین ضرر است؛ مایوس نباید بشوند، باید امیدوار باشند به آینده‌ی کشور؛ جای امید هم هست؛ جای یأس نیست؛ این همه ظرفیت»^۲ همچنین ایشان در خصوص نیاز امروز کشور به نیروهای جوان و با همت، می‌فرماید «امروز کشور به جوان‌هایی نیاز دارد که بتوانند بازوان پُر قدرتی باشند برای پیشرفت کشور، سرشار از انگیزه‌ی ایمانی، بصیرت دینی، همت بلند، جرأت اقدام، اعتماد به نفس، اعتقاد به اینکه «ما می‌توانیم»، امید به آینده، افق‌های آینده را روشن و درخشان دیدن، روح استغناء»^۳.

با توجه به پرداختن فصول قبل به تبیین جنگ اقتصادی و بعد از آن به وضع کنونی کشور و بیان مشکلات و مسائل آن، این موضوع پر واضح است که جهت مقاومت در برابر این هجمه دشمن و حل مشکلات موجود در کشور، نیاز به نیرویی با انگیزه، پرتلاش، با اعتماد به نفس و معتقد به «ما می‌توانیم» است تا بتواند به عنوان عنصری موثر در تحقق و پیاده سازی اقتصاد مقاوم در کشور فعالیت نماید. به همین منظور در این فصل به تجربیات جامعه ایران که منجر به فائق آمدن به مشکلات و دشمنی‌های سایر کشورها شده است و همچنین به ظرفیت‌ها و نقاط امید و روشن جهت حرکت در آینده پرداخته می‌شود. لذا لازم است در طی این بخش از طرق مختلف به مخاطب که اعم از جهادگران، اهالی روستا و کودکان و نوجوانان می‌باشد، وجود توانایی و

۱- ۱/۱۳۹۳

۲- ۸/۱۳۹۴

۳- ۶/۱۳۹۳



ظرفیت جهت پیشرفت و در یک کلمه اعتماد به نفس ملی ارائه گردیده و در ایجاد و تقویت آن تلاش گردد.

۱. نهضت‌های مقاومت اقتصادی

در طول تاریخ ایران نمونه‌های بسیار درخشانی از نهضت‌های مقاومت در مقابل نفوذ اقتصادی دشمنان در کشور وجود دارد. از جمله جهت‌گیری‌های پادشاهان و دربار دوره صفویه و زندیه و حتی قاجاریه در مقابل نفوذ اقتصادی بیگانگان در کشور می باشد، اما با این وجود در دوره پهلوی به دلیل نفوذ انگلیس و آمریکا در دربار و حتی شخص شاه، زمینه جهت استثمار منابع کشور فراهم گردید که بعضا منجر به مقاومت‌هایی توسط مردم گردیده است، از جمله آن نهضت مردم ایران به رهبری میرزای شیرازی در مخالفت با قرارداد واگذاری امتیاز انحصار بازرگانی توتون و تنباکو به یک شرکت انگلیسی توسط ناصر الدین شاه قاجار است که از درخشانترین صفحات تاریخ سیاسی معاصر ایران به شمار می‌رود و بیشتر مشروطه نویسان آن را مبداء و پیش درآمد انقلاب مشروطیت شمرده‌اند.

- در همین زمینه کتاب **اندیشه تحریم و خودباوری، تحلیل متون اسناد تاریخی اقتصاد مقاومتی در تحولات سیاسی ایران** اثر دکتر موسی نجفی، با تمرکز بر اندیشه تحریم در تاریخ معاصر ایران و پیامدهای مثبت آن نظیر خودباوری ملی و اعتماد به نفس ملی در نهضت بیداری اسلامی ایرانیان، به تحلیل جامع جنبش تاریخی تنباکو و حکم میرزای شیرازی پرداخته است و همچنین سخنرانی ایشان باموضوع **اندیشه تحریم** می‌تواند مورد استفاده قرارگیرد.
- همچنین جهت آشنایی با نهضت تنباکو می‌توان از جزوه **تندبادی از سامرا** که به صورت خلاصه به این موضوع پرداخته و همچنین مستند **حکم بیداری** که با استفاده از نظرات صاحب نظران و تصاویر آرشیوی، تصویری واقعی از این جنبش ارائه می‌کند و مجموعه نمایشگاهی **نهضت تنباکو** جهت فضا سازی داخل اسکان و برگزاری نمایشگاه استفاده نمود. در همین خصوص دوجلسه سخنرانی دکتر موسی نجفی با موضوع **اندیشه تحریم** می‌تواند در تعمیق دانش تیم اقتصاد مقاومتی گروه و همچنین مخاطبین آنها مفید باشد.



- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **دلایل شکل‌گیری نهضت‌های مقاومت اقتصادی و اهمیت نقش خواص و مردم در شکل‌گیری نهضت‌ها و ...** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*					جزوه	تندبادی از سامرا
*					سخنرانی	اندیشه تحریم
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	نهضت تنباکو
*	*	*			مستند	حکم بیداری
*	*	*			ایده و اقدام	کرسی آزاد اندیشی

جدول ۸: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۲. ... اما توانستیم

پیروزی انقلاب اسلامی تجدید بنای یک تفکر انقلابی بر مبنای دین بود که باعث مطرح شدن اسلام به عنوان یک ایدئولوژی، احیای اخوت اسلامی میان مسلمانان جهان، احیای ارزش‌ها، معنویات و احیای روحیه خودباوری و سلطه‌ستیزی در میان جوانان و آحاد جامعه مسلمین گردید. شاید مهمترین اثر انقلاب اسلامی را بتوان ایجاد روح امید و اعتماد به نفس در ملت‌ها دانست که باعث خلق حماسه‌ها و انجام فعالیت‌هایی دور از انتظار جهانیان شد. در ادامه به تعدادی از این موارد و موفقیت‌های کسب شده در اثر تلاش جوانان انقلابی در سالهای گذشته می‌پردازیم که نیاز است با ارائه این مطالب به مخاطبین در ایجاد و تقویت اعتماد به نفس ملی تلاش گردد.

- از ابتدای انقلاب اسلامی ایران، استکبار جهانی با اعمال تحریم‌های پی در پی سعی در محدود نمودن و ضربه زدن به آن بوده است، اما با تلاش انقلابی آحاد مردم و

جوانان ایران اسلامی علاوه بر مقاومت در برابر این تحریم‌ها توانسته است به موفقیت‌های بزرگی نیز دست یابد. در همین خصوص مستند **اعتزاف** با استفاده از گفته‌های مسئولین کشورهای غربی، به ناتوانی آنان در جلوگیری از پیشرفت چشمگیر ایران در دستیابی به رتبه علمی ایران و سرعت تولید علم و... با وجود اعمال تحریم‌های شدید می‌پردازد. همچنین مستند **راهی که آمدیم** به گزارشی در مورد دستاوردهای پزشکی و کلیپ **پرتاب پیشگام به فضا** به گزارشی از پرتاب دومین میمون فضاورد ایرانی و شبهه افکنی رسانه‌های غربی از تقلاب ایران در این خصوص می‌پردازد.

• در سال‌های پایانی جنگ، خلیج فارس برای ایران بسیار ناامن شده بود؛ عراق بسیار راحت کشتی‌ها و سکوهای نفتی ایران را هدف قرار می‌داد. کویت بخشی از سرزمین، و عربستان، آسمانش را در اختیار صدام قرار داده بود. فرماندهان عالی رتبه سپاه، جریان عبور آزاد و متکبرانه ناوهای جنگی آمریکا و نیز سایر کشتی‌ها و شناورهای تحت حمایت این کشور را به عرض امام (ره) رسانده بودند. حضرت امام فرموده بود: «اگر من بودم، می‌زدم.» همین حرف امام، برای سردار شهید مهدوی و جانشینش سردار شهید بیژن گرد و هم‌زمان آنها کافی بود تا خود را برای انجام یک عملیات مقابله به مثل و اثبات این موضوع که با همت و رشادت دلیرمردان ایران اسلامی، خلیج فارس، چندان هم برای آمریکایی‌ها و نوکرانشان امن نیست، آماده سازند. مستند **مرد جنگ** به زیبایی و موشن گرافیک **اسکورت نفتکش‌ها** به صورت نمادین به این رویارویی مستقیم با نظامیان آمریکایی که منجر به غلبه و پیروزی بر آنان گردید، می‌پردازد، همچنین مستند **شکار روباه** که به دستگیری نیروهای ویژه انگلیسی و آمریکایی به جرم تجاوز حریم آبهای ایران در خلیج فارس پرداخته است می‌تواند در بیان قدرت نظامی و تسلط نیروی دریایی کشور در حفظ و حراست از حریم دریایی ایران موثر و مفید باشد.

• مستند **کابوس کرکس‌ها** به موضوع تاریخچه فناوری پهپاد و توانمندی دفاعی ایران در حوزه هواپیماهای بدون سرنشین جریان جنگ تحمیلی و سپس تشکیل یگان پهپاد در سپاه می‌پردازد که می‌تواند در تبیین توانمندی ایران در دستیابی به این فن‌آوری مفید باشد همچنین مستند **۷ دقیقه تا تل آویو** با دربر داشتن مصاحبه‌هایی با چهره‌های شاخص مقاومت اسلامی در لبنان و ایران به نقش شهید تهرانی‌مقدم در تجهیز گروه‌های مقاومت اسلامی فلسطین و لبنان می‌پردازد که بسیار حائز

اهمیت وتوجه است. علاوه بر این مجموعه نمایشگاهی **می گفتند نمی توانید**، با دربر داشتن تصاویری به دستاوردهای جهادسازندگی در ایام تحریم و جنگ اشاره دارد و بخشی از توانمندی‌های جوانان ایران را در دوران جنگ و تحریم به رخ کشیده است همچنین مستند **آن سوی رودخانه** به بازخوانی نقش پشتیبانی مهندسی جنگ جهاد و فرآیند ساخت پل پیچیده بعثت و پل خیبر بعنوان طولانی ترین پل معلق جهان را به تصویر کشیده است.

- جهت تقویت حس اعتماد به نفس ملی و وجود سابقه موفقیت در برابر قدرتهای جهانی و پیروزی بر آنها در مخاطب کودک و نوجوان، می‌توان از انیمیشن‌های **پهباد آمریکایی** که در ۴ قسمت با موضوع پهبادهای ایران و مواجهه آنها با پهبادهای ساخت آمریکا ساخته شده است، استفاده نمود.
- مجموعه نمایشگاهی **افتخارات جمهوری اسلامی**، **ما می‌توانیم** نیز در خصوص نشان دادن توانمندی‌های موجود در کشور می‌تواند مفید واقع‌شود.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **دلایل ایجاد موفقیت و پیشرفت در عرصه‌های علمی و نظامی** و **بررسی دلایل عدم موفقیت در حوزه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی علی‌رغم تمام ظرفیت‌ها و ... اقدام نمود.**

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
			*	*	انیمیشن	پهباد آمریکایی
*	*	*			کلیپ	پرتاب پیشگام به فضا
*					مجموعه نمایشگاهی	می گفتند نمی‌توانید
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	افتخارات جمهوری اسلامی

*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	ما می‌توانیم
*	*	*			مستند	اعتراف
*	*	*			کلیپ	راهی که آمدیم
*	*	*	*		مستند	مرد جنگ
*	*	*	*		مستند	کابوس کرکس‌ها
*	*	*			مستند	۷ دقیقه تا تل آویو
*					مستند	آن سوی رودخانه
*	*	*			موشن گرافیک	اسکورت نفتکش‌ها
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی

جدول ۹: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۳. ما می‌توانیم

تصاویر ذهنی و باورهای منفی، بر عملکرد افراد و جامعه در اقتصاد موثر است، در همین خصوص است که همواره یکی از بزرگ‌ترین اقدامات رهبران ایجاد باورهایی متناسب با اهداف جامعه است، تا آنجا که حتی زمین‌خوردن‌های ملت‌شان را هم پیروزی می‌دانند. متأسفانه در بیشتر مواقع تصویر ذهنی ما از خودمان خیلی منفی و مغشوش است. گردوغبارِ فتنه و شبهه، تصاویر ذهنی ما را تخریب کرده و به ما تصاویر غلط داده است؛ ایرانی می‌تواند، ایرانی قوی نیست، ما حتی نمی‌توانیم لوله‌نگ (آفتابه) بسازیم، یا فقط می‌توانیم آبگوشت بزباش خوبی تولید کنیم و تصاویر دیگری از این قبیل. این تصاویر منفی، بر عملکرد واقعی جامعه و نوع انتخاب‌های آن در اقتصاد موثر است. به همین منظور باید برای تصحیح این نگاه اقدام نمود و با ارائه توانمندی‌های کشور در جهت تصحیح این نگاه برآمد.

- «اگر ملت ما در حوزه ای قوی نباشد و ضعیف باشد از او باج می گیرند و او را زیر پا له می کنند»^۱ این گوشه ای از بیان رهبر انقلاب در خصوص لزوم ورود قدرتمند ایران به عرصه مبارزه با استکبار و جنگ اقتصادی است، این بیان به صورت زیبایی در ویدئو کلیپ **باید قوی شویم** بیان گردیده و همچنین ویدئو کلیپ **عبد صالح ۳** به نقل از خاطراتی از امام خمینی توسط رهبر انقلاب در زمینه ما می توانیم می پردازد، در همین خصوص **ماهنگ جنگ اقتصادی**، با صدای حامد زمانی می تواند در ایجاد فضای مناسب جهت ارائه گفتمان ما می توانیم موثر باشد.
- استقامت ایران در مقابل تحریمها و تبدیل شدن به یک قدرت جهانی در این شرایط نشان از وجود نیرویی شگرف در جامعه ایران جهت رسیدن به قله های عالی علم و فرهنگ و اقتصاد دارد. در همین خصوص مستند **عبور از محال** گزارشی آشکار از خدعه و نیرنگ و ظلم ظالمان عالم و استقامت و پیشرفت مردم ایران در مقابل تحریمها در صحنه بین الملل و در تقابل با آمریکا است، که به بررسی تحریمهای بین المللی علیه ایران و قدرت ایران جهت تبدیل شدن به یک کشور مستقل و خدامحور پرداخته است. همچنین مستند **نزدیک تر از نیویورک** به این موضوع می پردازد که ریشه مشکلات کشور در سوء مدیریت است نه در تحریمها و با باور کردن توان داخلی و اصلاح ساختار می شود به نتیجه دلخواه دست یافت.
- توانایی مقابله با ظلم و ایستادگی در برابر آن و نا امید نشدن از ادامه مسیر، بخشی از موضوعاتی است که در انیمیشن **بچرخ تا بچرخیم** به آن پرداخته شده است. قصه بسیار زیبای این انیمیشن، فرفره ساختن «مسعود» و «مجید» و «مصطفی» و ماجرای توافق «عمو حسن» با «آقای سام» است تا هم فرفره های بچه ها بچرخند و هم چرخ زندگی بزرگترها. همچنین انیمیشن **damned** که به داستان زندگی یک سگ آبی و تصمیم او برای ساخت یک سد می پردازد، می تواند در تبیین فرهنگ ما می توانیم در بین کودکان و نوجوانان مفید باشد.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهداگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		

			*	*	انیمیشن	بچرخ تا بچرخیم
			*	*	انیمیشن	damned
*	*	*			کلیپ	باید قوی شویم
*	*	*			کلیپ	عبد صالح ۳
*	*	*			کلیپ	جنگ اقتصادی
*	*	*			مستند	عبور از محال
*					مستند	نزدیک‌تر از نیویورک

جدول ۱۰: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

گام چهارم؛ اصلاح فرهنگ اقتصادی

جنگ اقتصادی نیازمند جهاد اقتصادی است و برای این نوع جهاد باید از ابزار خاص خودش استفاده نمود؛ جنگی که سالهاست به راه افتاده، با این تفاوت که دشمن در این جنگ در کنارمان می‌ایستد و لبخند می‌زد، جنگی که در گام اول نیاز است آن را باور کرده و خود را برای مبارزه و جهاد با دشمن آماده نمود. فرهنگسازی و تربیت اقتصادی مقدمه پیروزی در جنگ اقتصادی است. همان‌طور که ارائه آموزش‌های نظامی به مردمی که در جنگ هستند و آماده کردن آنها برای مبارزه می‌تواند موجب موفقیت در جنگ نظامی شود، برای پیروز شدن در عرصه اقتصادی نیز باید ابتدا نیروی متناسب با آن را تربیت و آماده کرد. اگر فرهنگسازی و تربیت اقتصادی به صورت صحیح انجام شود بسیاری از موضوعات می‌تواند حل شده و محلی برای رشد و ترقی کشور شود. چگونگی مصرف؛ از چه کالاهایی استفاده کنیم؟ چقدر از یک کالا مصرف کنیم؟ اسراف و تبذیر در مصرف به چه معناست؟ کار و کارآفرینی؛ چگونه کارآفرینی کنیم؟ تأمین مالی را به چه شکلی انجام دهیم؟ برتری کارآفرینی نسبت به کارمندی؟ و... گوشه ای از مسائل قابل حل در تربیت و فرهنگسازی اقتصادی است. فرهنگسازی صحیح موجب ایجاد انگیزه و رفتار مناسب برای فعالیت اقتصادی فرد و جامعه می‌شود و این یعنی سرآغاز



مسیر پیروزی و امام(ره) چه بجا به اهمیت آن اشاره کردند به طوری که بعد از انقلاب، فرمودند انقلاب بزرگتر، انقلاب فرهنگی است.

اما علی رغم آنکه در اغلب سیاست‌های اقتصادی و بسته‌های سیاستی اقتصاددانان غربی همواره پیوست رسانه‌ای و فرهنگی جدی وجود دارد، متأسفانه در ایران، حتی در دانشکده‌های رشته‌ی اقتصاد هم توجهی به فرهنگ و رسانه نمی‌شود و دانشجویان که سیاست‌گذاران فردا هستند، اقتصاددانانی می‌شوند بیگانه با فرهنگ و رسانه. در اقتصاد مقاومتی نیاز است تا با استفاده از ابزارهای مختلف شاکله ذهنی تک تک مردم، خانواده‌ها، مسئولین و نخبگان متناسب با مقوله‌های مطرح اصلاح‌شود، نیاز است تا نخبگان جامعه از دانش کافی نسبت به ابعاد کافی اقتصاد مقاومتی برخوردار باشند. جهادگران، دانشجویان و قشر جنبشی جامعه علاوه بر دانش اقتصاد مقاومتی، با شناسایی نقاط ضعف‌های موجود در اصلاح آن از طریق فرهنگسازی و مطالبه‌گری بکوشد، تک تک آحاد مردم در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی به خیر و صلاح جامعه بیاندیشند و با توجه به آن تصمیم بگیرند.

در شرایطی که دشمن تمام تلاش خود را در حوزه ساختاری و همچنین فرهنگی بکار گرفته است تا اقتصاد مقاومتی در اذهان و همچنین در عمل شکل نگیرد، بدون هدایت مردم در جهت رسیدن به اهداف اقتصاد مقاومتی، راهکارهای سیاستی و حمایتی دولت محکوم به شکست خواهد بود و به جز تحمیل هزینه بر دولت، ثمره‌ای نخواهد داشت. لذا نیاز است تا توجه به مطالب بیان شده در فصول قبل که به وجود یک جنگ اقتصادی تمام عیار و مصداق‌های آن، وضع کنونی کشور و مشکلات موجود و ضرورت مقاومت، و در آخر به سابقه مقاومت در کشور در طول سالیان گذشته و همچنین سالهای بعد از انقلاب پرداخته است؛ سعی شود نقش آفرینی نیروهای جهادی در جهت اصلاح فرهنگ مصرف، تقویت فرهنگ کار و تلاش، تقویت دانش اقتصاد مقاومتی در بین نخبگان و تقویت و اصلاح تربیت اقتصادی صورت گیرد. لذا در این فصل در محورهای بیان شده، مجموعه‌ای از اقدامات قابل اجرا بیان خواهد شد.





۱. آنچه باید در مورد اقتصاد مقاومتی بدانیم

تمامی اعمال و فعالیت‌های افراد به نوعی با دانش اقتصاد مرتبط است. آگاهی اقتصادی، برخورد علمی را با فعالیت‌های اقتصادی در زندگی شخصی و اجتماعی به همراه دارد و بازدهی و بهره‌وری فردی و سازمانی را ارتقا می‌دهد که این موضوع در خصوص اقتصاد مقاومتی که موضوعی نوپنیا است ضرورت دوجندان دارد. دانش اقتصاد مقاومتی برای تک تک آحاد جامعه لازم است و نیاز است تا همه به آن آگاه باشند، پیش از همه نیاز است تا افرادی که قرار است به عنوان پیش‌قراول و جهادگر در فرهنگسازی و مطالبه این مهم وارد شوند از دانش کافی و متقن در این خصوص برخوردار و به ابعاد و ظرافت آن آگاه باشند. به همین جهت در این بخش سعی بر آن است تا منابع قابل استفاده در خصوص افزایش دانش و تسلط بر ابعاد اقتصاد مقاومتی معرفی گردد.

- اصلی‌ترین و ابتدایی‌ترین منبع جهت تسلط بر مفهوم اقتصاد مقاومتی، **مجموعه بیانات رهبری** در خصوص اقتصاد مقاومتی و تبیین آن است. این در مقاطع متفاوت به اهمیت، ضرورت، ابعاد، راهبردها و راهکارهای اجرای آن پرداخته‌اند. همچنین مجموعه سخنرانی دکتر عادل پیغامی با موضوع **اقتصاد مقاومتی در اندیشه رهبری** و چهار جلسه سخنرانی ایشان در خصوص **اقتصاد مقاومتی** می‌تواند در افزایش دانش و آشنایی با مبانی و راهکارها و سیاست‌های اجرای آن مفید باشد. همچنین سخنرانی‌های دکتر رائفی پور با موضوعاتی چون **اقتصاد، فساد و کشاورزی** و سخنرانی دکتر عباسی با عنوان **اقتصاد تسلیم** با موضوع متخصصین اقتصاد تسلیم و سخنرانی **نگاه قانون** از آقای رحیم پور ازغدی با موضوع نقش ما در اقتصاد چیست؟، نیز می‌تواند در انتقال دانش و آگاهی از مصادیق اقتصاد مقاومتی و نقاط حساس و ضربه‌پذیر آن و اقدامات مورد نیاز جهت اجرا، مورد استفاده قرار گیرد.

- علاوه بر مجموعه سخنرانی‌های رهبر انقلاب و صاحب نظران، کتاب **درس‌گفتارهای اقتصاد مقاومتی** نوشته دکتر عادل پیغامی، و همچنین کتاب **اقتصاد مقاومتی؛ درآمدی بر مبانی، سیاست‌ها و برنامه عمل** نوشته دکتر عبدالملکی و کتاب **اقتصاد مقاومتی سکوی پیشرفت و عدالت: تبیین اقتصاد مقاومتی در بیان مقام معظم رهبری (مدظله)** که توسط نشر خیزش نو به چاپ رسیده است، می‌تواند جهت

تبیین کلیات اقتصاد مقاومتی مفید باشد. در همین زمینه کتاب [نقشه راه اقتصاد مقاومتی در بیانات مقام معظم رهبری](#) اثر ابراهیم زارعی و کتاب [اقتصاد مقاومتی: زمینه‌ها - راهکارها](#) اثر عباسعلی اختری در خصوص مسیر اجرایی نمودن اقتصاد مقاومتی در جامعه و نیازها و ضرورت‌های آن می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

- کتاب [خانواده مقاوم](#) کاری از مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی، به صورت بسیار کاربردی به شناخت برنامه عمل خانواده در اقتصاد مقاومتی پرداخته است و همچنین جزوه [اقتصاد مردمی اولویت مغفول دولت‌ها](#) با در برداشتن سخنانی از دکتر روح الله ایزدخواه و جزوه [اقتصاد و رسانه](#) در تبیین نقش رسانه در اقتصاد و همچنین جزوه [روحانیت در جنگ اقتصادی](#)، می‌تواند مورد استفاده جهادگران و خانواده‌ها و سایر اقشار دخیل در اقتصاد مقاومتی قرارگیرد.

- مجموعه نمایشگاهی [اقتصاد مقاومتی و تبیین اقتصاد مقاومتی](#) و همچنین [رهبری و اقتصاد مقاومتی](#) می‌تواند در راستای آشناسازی مخاطبین با کلیات اقتصاد مقاومتی از طریق برگزاری نمایشگاه و دیوانه‌نویسه و فضای داخلی اردو مورد استفاده قرار گیرد.

- کلیپ [اقتصاد مقاومتی در کلام رهبری](#) که به سیر بیانات رهبر انقلاب از سال ۹۲ تا سال ۹۵ می‌پردازد و همچنین موشن گرافیک [اقدام و عمل](#) که به تشریح بخش‌های مختلف و اقدامات لازم برای اقتصاد مقاومتی در کلام رهبری می‌پردازد و مجموعه کلیپ‌های [چگونه مفسد اقتصادی شویم](#) در انتقال سریع مطالب و استفاده به عنوان میان برنامه‌ها، مفید هستند.

- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از [دلایل اهمیت اقتصاد مقاومتی](#)، [تفاوت اقتصاد مقاومتی با اقتصاد ریاضتی](#)، [راهکارهای اجرایی جهت عملیاتی شدن اقتصاد مقاومتی](#) و... اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*					جزوه	اقتصاد مردمی اولویت مغفول دولت‌ها



*				جزوه	اقتصاد و رسانه
*				جزوه	روحانیت در جنگ اقتصادی
*				سخنرانی	مجموعه بیانات رهبری
*				سخنرانی	اقتصاد مقاومتی در اندیشه رهبری
*				سخنرانی	اقتصاد مقاومتی
*	*	*		سخنرانی	اقتصاد
*	*	*		سخنرانی	فساد
*	*	*		سخنرانی	کشاورزی
*				سخنرانی	اقتصاد تسلیم
*				سخنرانی	نگاه قانون
*				کتاب	درس گفتارهای اقتصاد مقاومتی
*				کتاب	اقتصاد مقاومتی؛ درآمدی بر مبانی ...
*				کتاب	اقتصاد مقاومتی سکوی پیشرفت و عدالت
*				کتاب	نقشه راه اقتصاد مقاومتی در بیانات مقام معظم رهبری
*				کتاب	اقتصاد مقاومتی: زمینه‌ها - راهکارها
*	*	*		کتاب	خانواده مقاوم
*	*	*		کلیپ	اقتصاد مقاومتی در کلام رهبری
*	*	*		مجموعه نمایشگاهی	اقتصاد مقاومتی
*	*	*		مجموعه نمایشگاهی	تبیین اقتصاد مقاومتی
*	*	*		مجموعه نمایشگاهی	رهبری و اقتصاد مقاومتی

*	*	*			موشن گرافیک	اقدام و عمل
*					کلیپ	چگونه مفسد اقتصادی شویم
					ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی

جدول ۱۱: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۲. اصلاح فرهنگ مصرف

یکی از محورهای اساسی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی که در بند ۸ آماده است اعم از «مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه ریزی برای ارتقاء کیفیت و رقابت پذیری در تولید» می باشد. اهمیت میزان و نوع مصرف در جامعه به حدی است که بسیاری از کارشناسان معتقدند نخستین گام در اقتصاد مقاومتی، اصلاح الگوی مصرف است زیرا با مصرف است که تولید و سرمایه گذاری در اقتصاد جهت می‌گیرد. خانواده عنصر اصلی در تعیین کم و کیف مصرف در جامعه است، آن گونه که مقام معظم رهبری فرمودند: «در زمینه‌ی مصرف، عمده کار دست مردم است که این بخشی از اصلاح الگوی مصرف است که من دو سال قبل اینجا به ملت ایران عرض کردم و بخشی از جهاد اقتصادی است که سال گذشته عرض کردم. تولید ملی مهم است. این را باید هدف قرار بدهند» ایشان استفاده از مارک‌های خارجی در پوشاک، وسایل منزل، مبلمان، امور روزمره و در خوراکی‌ها را تفاخری غلط دانستند و بر استفاده از تولیدات کارگر ایرانی تأکید کردند.

موضوع دیگری که نیاز است در بحث مصرف به آن توجه شود، الگوی مصرف است، الگوی مصرفی به دور از اسراف، به دور از تجمل و همراه با قناعت، ولی متأسفانه شاهد رواج مصرف‌گرایی و اسراف در جامعه جهت تبدیل کردن جامعه ایران به بازار فروشی برای کشورهای توسعه یافته هستیم. لذا نیاز است با استفاده از انواع روشهای خلاق و نوآورانه و درعین حال تاثیرگذار در تبیین این موضوعات بین جامعه مخاطب اقدام نمود. در ادامه روش‌های قابل استفاده در محورهای الگوی مصرف و استفاده از تولید ملی بیان می‌گردد.

الگوی مصرف (اسراف و قناعت و تجمل)

بحث الگوی مصرف از دو منظر قابل بررسی است، منظر اول چرا مصرف کنیم؟ و منظر دوم چقدر مصرف کنیم؟. که در هر کدام متاسفانه جامعه ما دچار آسیب‌های فراگیری است که نیاز است برای حل آن تلاش شود. آسیب‌های منظر اول را می‌توان تجمل، تنوع طلبی، چشم و هم چشمی و... عنوان نمود و در صدر آسیب‌های منظر دوم از اسراف می‌توان نام برد. اسراف در جامعه ایران به حدی پیشرفته است که عمل به آن تقریباً عادی است و خلاف آن نشانه عقب‌افتادگی فرد. شاید اولین مظاهر و مصادیق اسراف که به ذهن می‌رسد مصرف انرژی و آب باشد ولی مصادیق دیگری نیز همچون خوراک، پوشاک، وسایل زندگی، وسایل ارتباطی چون موبایل و حتی دارو و... دارد که باید برای جلوگیری از گسترش آن اقدام نمود. این موضوع در طبقات مرفه جامعه بسیار رواج دارد و طبقات متوسط جامعه نیز برای جا ماندن از مد روز در حد توان خود تن به اسراف‌های امروزی می‌دهند.

- در گام دوم بیان شد که جهت نشان دادن مصادیق و نتایج عدم رعایت الگوی مصرف می‌توان از مستند **شیرجه** با موضوع دور ریختن مواد غذایی در آمریکا و مستند **تجارت غذا** در خصوص روش‌های پرورش غیرطبیعی مرغ و گاو و گوشت و آسیب‌هایی که تهیه این نوع غذاها دارد استفاده نمود. همچنین کلیپ **فرهنگ مصرف‌گرایی**، که مشتمل بر سخنرانی بسیار جذاب حجت الاسلام انجوی نژاد می‌باشد و مستند **لب‌های سربی** در خصوص مصرف بی‌رویه لوازم آرایشی در کشور و انیمیشن طنز **لوازم آرایشی** که به نقد مصرف لوازم آرایشی پرداخته و انیمیشن **مصرف‌گرایی** با موضوع تنبلی و مصرف‌گرایی، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.
- موشن گرافیک **داستان مواد** با پرداختن به موضوعاتی چون مواد آرایشی به عنوان یکی از پرمصرف‌ترین کالاها در جوامع و سایر کالاهای مصرفی، نحوه تولید و ضررهای آنها تبیین می‌کند. همچنین مستند **خانه** با پرداختن به چگونگی به وجود آمدن کره زمین در دو هزار سال پیش و دنبال نمودن سیر آن، به حضور انسان و تخریب‌هایی که توسط او به وجود آمده توجه نموده و سعی دارد میزان تخریب و دست اندازی به این منابع را نشان دهد، این مستند تماماً به طور هوایی تصویر برداری شده و حاوی تصاویری از ۵۴ کشور دنیا می‌باشد و در همین خصوص

انیمیشن **MAN** به رشد بی حد و حصر دست اندازی بشر به منابع روی زمین می‌پردازد؛ که می‌تواند در جمع‌های کودک و نوجوان و بزرگسال نمایش داده‌شود.

- در همین خصوص مستند **تئوری زباله** به موضوع تجمل و سبک زندگی می‌پردازد و این موضوع را بیان می‌کند که از زباله‌های افراد می‌توان سبک زندگی آنها را تشخیص داد، این مستند برای نشان دادن این موضوع زباله‌های جنوب و شمال شهر تهران را مورد بررسی قرار می‌دهد و گوشه‌ای از فاصله طبقاتی را نشان می‌دهد و مستند **کودکان مصرف کننده** به تبیین جایگاه کودکان امروز در چشم کمپانی‌ها می‌پردازد که آنها را به عنوان مصرف کنندگان فردا تلقی نموده و برای جلب نظرشان به یک برند خاص و تبدیل آنها به مصرف کنندگان مادام‌العمر برنامه ریزی می‌نمایند و موشن گرافیک **رکود** که به بیان رکود و راهکار ارائه شده در غرب برای خروج از رکود که باعث حرکت به سمت مصرف گرایی و نهایتاً بحران مالی و ریاضت اقتصادی در غرب شده است اشاره دارد، قابل توجه است و استفاده است. مجموعه نمایشگاهی **اصلاح الگوی مصرف** که در ۶۴ پوستر و همچنین مجموعه اینفوگرافیک **خرید و مصرف** به این موضوع می‌پردازد و می‌تواند در فضا سازی و برگزاری نمایشگاه از آن استفاده نمود و جزوه **دنبال دنیا دویدن ممنوع!** می‌تواند در ارتقای سطح نگرش اهالی و جهادگران در موضوع قناعت و الگوی مصرف، مورد استفاده قرار گیرد. علاوه بر این کلیپ **ویتزین اسراف** با موضوع جایگزینی کالای ایرانی بجای کالای خارجی و مجموعه‌ای از کلیپ‌های کوتاه مجموعه طنز **دیرین** **دیرین** که به موضوع مصرف گرایی می‌پردازد نیز می‌تواند برای پخش میان برنامه و همچنین نمایش در غرفه و... به کار رود.

- از دیگر جنبه‌های مصرف‌گرایی در کشورهایی چون ایران مدگرایی است که در هر فصل برای هر ماه نوع پوشش متفاوتی ارائه می‌شود و جوانان با اسراف و زیاده‌خواهی سرگرم مد و ظواهر شده و از ارزش‌های واقعی دور می‌شوند. کلیپ کوتاه **مدگرایی** و مستند **مرداب تجمل** که به بررسی رفتارهای مصرفی در ایران پرداخته است و همچنین مستند **قربانیان مد** که در پی افشای استثماری کمپانی‌های بزرگ پوشاک که منبع مد محسوب می‌شوند، در بنگلادش است می‌تواند در تبیین این موضوع موثر باشد

- از جمله اقدامات عملی قابل اجرا در بستر گروه‌های جهادی، **پخش مستنداتی از مناطق محروم در دانشگاه، مساجد و... و برگزاری برنامه‌های سرکشی به خانه**

نیازمندان می باشد که جهت آشنایی مخاطبان با وضعیت زندگی محرومین مفید خواهد بود. همچنین در بین اهالی روستا و نوجوانان نیز **برگزاری کمپین یاری** جهت شناسایی و یاری محرومین می‌تواند راهگشا و زمینه ساز ایجاد نهادهای خیریه و همیاری بومی شود.

- **برگزاری مسابقه سفره ساده و صمیمی** در بین خواهران جهادگر و بانوان روستایی جهت تهیه سفره‌ای به دور از اسراف و با مقدار پول و یا مواد اولیه معین و همچنین **تقدیر از زوج‌های جوان ساده زیست روستایی و تجلیل از جهادگران با مهریه و جهیزیه پایین** که با سادگی زندگی مشترک خود را شروع کرده اند می‌تواند در گسترش این فرهنگ موثر و مفید باشد.
- **استفاده از وعده های غذایی ساده در اردوهای جهادی و یا ایجاد شرایط محدودکننده استفاده از بعضی وسایل عادی مانند تلفن همراه و حتی تلویزیون** در بازه اردوهای جهادی می‌تواند در گسترش فرهنگ مصرف از طریق بالا بردن سطح تحمل افراد مفید باشد.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **دلایل رواج فرهنگ مصرف گرایی و راههای مهار و اصلاح آن، دلایل فراموش شدن سنت‌های پسندیده از جمله وقف، قرض الحسنه و ... و راههای ترویج و احیای آن، دلایل تجمل گرایی و راههای خروج از آن و ...** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*	*	*			انیمیشن	لوازم آلارایش
*	*	*	*		انیمیشن	MAN
*	*	*	*		انیمیشن	دیرین دیرین
*					ایده و اقدام	بخش مستندهایی از مناطق محروم

*				ایده و اقدام	برگزاری مراسم سرکشی به نیازمندان روستا
	*	*		ایده و اقدام	برگزاری کمپین یاری
*	*	*		ایده و اقدام	مسابقه تهیه سفره ساده و صمیمی
	*	*		ایده و اقدام	تقدیر از زوج‌های جوان ساده زیست روستایی
*				ایده و اقدام	تجلیل از جهادگران با مهریه و جهیزه پایین
*				ایده و اقدام	ایجاد شرایط سخت غذایی
*				ایده و اقدام	ایجاد شرایط محدودکننده استفاده از بعضی وسایل
*	*	*		ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی
*	*	*		جزوه	دنبال دنیا دویدن ممنوع
*	*	*	*	کلپ	فرهنگ مصرف‌گرایی
*	*	*		کلپ	ویتربین اسراف
*	*	*	*	کلپ	مدگرایی
*	*	*		مجموعه نمایشگاهی	اصلاح الگوی مصرف
*	*	*		مجموعه نمایشگاهی	خرید و مصرف
*	*	*		مستند	شیرجه
*	*	*		مستند	تجارت غذا
*	*	*		مستند	لب‌های سری
*	*	*	*	مستند	خانه
*				مستند	تئوری زباله
*	*	*		مستند	کودکان مصرف‌کننده

*	*	*		مستند	مرداب تحمل
*				مستند	قربانیان مد
*	*	*		موشن گرافیک	داستان مواد
*				موشن گرافیک	رکود

جدول ۱۲: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

ضرورت استفاده از تولید ملی

یکی از مهمترین نکات در مصارف هر خانوار ایرانی توجه به خرید کالاها و اقلام تولید داخل است؛ که رهبر انقلاب نیز بارها بر آن تاکیدات فراوانی داشته اند. از جمله ایشان در بیانات خود در حرم رضوی در آغاز سال ۹۱ می‌فرماید: «شما باید کالای ایرانی بخواهید. این افتخار نیست. این تفاخر غلطی است که ما مارک‌های خارجی را در پوشاکمان، در وسایل منزلمان، در مبلمانمان، در امور روزمره مان، در خوراکی‌هایمان ترجیح بدهیم به مارک‌های داخلی؛ در حالی که تولید داخلی در خیلی از موارد بسیار بهتر است. تولید داخلی مهم است. ببینید کارگر ایرانی چه تولید کرده است، سرمایه دار ایرانی چه سرمایه گذاری کرده است. در زمینه ی مصرف، عمده ی کار دست مردم است که این بخشی از اصلاح الگوی مصرف است که من دو سال قبل اینجا به ملت ایران عرض کردم و بخشی از جهاد اقتصادی است که سال گذشته عرض کردم. تولید ملی مهم است. این را باید هدف قرار بدهند».

خرید و مصرف کالای خارجی که بعضا به روش واردات و بعضا به روش قاچاق وارد کشور می‌شود در طی سالهای گذشته متأسفانه توانسته است ضربه‌ای مهلک بر تولید داخل وارد نماید و حتی صناعی را به تعطیلی بکشاند. نکته قابل توجه در کالاهای وارداتی امکان تولید آنها در داخل کشور در اکثر اوقات و همچنین عدم نیاز ضروری به واردات آنهاست که واردات وسایلی چوب گلف، دستمال گردن، مجسمه تزئینی و... از این جمله موارد است که باید با تصحیح تقاضا راه گسترش آن محدود شود.

در بحث مصرف کالای تولید داخل با دو دسته مخاطب روبرو هستیم، دسته اول کسانی که این کار را قبول ندارند و یا با ابهام مواجه هستند و دسته دوم کسانی که خرید کالای داخلی را قبول دارند ولی کالای ایرانی را بخوبی نمی‌شناسند و منتظر معرفی کالا می‌باشند.

- مستند **یک تولد** به صورت داستانی و موشن گرافیک **خرید کالای خارجی** که به خوبی اثر مخرب مصرف کالای خارجی را بر تولید داخل نشان داده اند و همچنین مستند کوتاه **مارک خارجی و تسخیر جمهوری** که به بررسی میدانی نقش فعال برندهای خارجی در تصاحب بازار لوازم خانگی می‌پردازد می‌تواند برای اثبات اثرات مخرب واردات و مصرف کالای خارجی مورد استفاده قرار گیرد.
- در خصوص تاثیر خرید کالای داخلی بر رونق اقتصادی کلیپ **به خاطر تو** و همچنین مجموعه بیانات رهبری با موضوع مصرف تولید داخل از جمله کلیپ **کالای ایرانی بخریم** می‌توان استفاده نمود. اگر هر ایرانی یک هزار تومان در روز کالای ایرانی مصرف کند چه می‌شود؟ این سوالی است که در کلیپ **هر ایرانی ۱۰۰۰ تومان** به خوبی به آن پرداخته و موشن گرافیک **خودکار تولید ملی** به اثرات مصرف خودکار داخلی بر روی ایجاد اشتغال می‌پردازد. در همین زمینه و در جهت الگوسازی استفاده از کالای تولید داخل می‌توان از مستند **زن ژاپنی**، که مصاحبه با بانوی تازه مسلمان شده ژاپنی در مورد خرید کالای ایرانی و منجر شدن آن به تقویت حکومت شیعه می‌باشد، استفاده کرد.
- توصیه به مصرف کالای داخلی و فرهنگسازی برای آن، از جمله موارد دارای سابقه در بین کشورهای مختلف جهان است، حتی کشورهایی که خود مبلغ تجارت آزاد بین کشورها هستند، کلیپ **خرید داخل آمریکا و تبلیغ آمریکایی** در خصوص تشویق به مصرف تولیدات داخل آمریکا در شبکه‌های آمریکایی و کلیپ **تشویق به مصرف داخلی در سایر کشورها** به این موضوع در سایر کشورها از جمله کانادا و همچنین کلیپ **حمایت از تولید در اکراین** به این موضوع در این کشور می‌پردازد.
- یکی از موارد لازم الاجرا **معرفی محصولات ایرانی و با کیفیت** است، که از جمله آن می‌توان از **بسته لوازم تحریر ایرانی و بسته جامع جهیزیه** استفاده نمود که در آن فروشندگان ایرانی این محصولات معرفی شده اند. **معرفی کانال‌های تلگرامی** با موضوع معرفی محصولات تولید ملی از جمله ایرانیجات به آدرس

آدرس <https://telegram.me/iraniiiijat> و روستاکالا به آدرس <https://telegram.me/roostakala> و کانال خانه ایرانی به آدرس https://telegram.me/khane_irani و همچنین **معرفی سایتهای اینترنتی** با این موضوع از جمله سایت تولید میهن به آدرس <http://tolidemihan.ir> و سایت تک راه <http://www.takrah.com> همچنین مجموعه فیلمهای **من با تولیدات کشور خودم زندگی می کنم** که گویای این حقیقت است که هر کس می تواند با مصرف محصولات داخلی، به نظام اقتصادی کشور خود کمک کند و نقشی تعیین کننده در چرخه بازار داشته باشد، می تواند مفید باشد.

- از دیگر موضوعاتی که می توان به آن پرداخت، استفاده از سیره و روش بزرگان و استفاده از آن در برد و یا نشریه داخلی اردو است که برای این منظور از جزوه **حمایت از تولید ملی در سیره علما و همچنین مجموعه نمایشگاهی فرهنگ کار و الگوی مصرف** جهت نمایشگاه و فضا سازی می شود استفاده نمود.
- همچنین در فرهنگ سازی برای کودکان جهت ایجاد تعهد نسبت به استفاده از تولید ملی نیاز است تا به تعمیق عرق ملی و وطن دوستی در ایشان اقدام گردد. به همین منظور می توان از مجموعه طرح درس **وطن دوستی و هویت ملی** استفاده نمود.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **مصرف کالای ایرانی یا مصرف کالای با کیفیت کدام یک؟؛ چرا کالای ایرانی مصرف کنیم؟ مصرف کالای ایرانی، فریضه یا توصیه و ...** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
*	*	*			ایده و اقدام	معرفی کانال های تلگرامی معرفی کالای ایرانی
*	*	*			ایده و اقدام	معرفی محصولات ایرانی و با کیفیت
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی



*	*			جزوه	بسته لوازم تحریر ایرانی
*	*			جزوه	بسته جامع جهیزیه
*				جزوه	حمایت از تولید ملی در سیره علما
			*	جزوه	وطن دوستی
*	*	*	*	کلیپ	به خاطر تو
*	*	*	*	کلیپ	کالای ایرانی بخیریم
*	*	*	*	کلیپ	هر ایرانی ۱۰۰۰ تومان
*	*	*		کلیپ	خرید داخل آمریکا
*	*	*		کلیپ	تبلیغ آمریکایی
*	*	*		کلیپ	تشویق به مصرف داخلی در سایر کشورها
*	*	*		کلیپ	حمایت از تولید در اکراین
*	*	*		مجموعه نمایشگاهی	فرهنگ کار و الگوی مصرف
*	*	*		مستند	کیک تولد
*	*	*		مستند	مارک خارجی
*				مستند	تسخیر جمهوری
*	*	*	*	مستند	زن ژاپنی
*	*	*		مستند	من با تولیدات کشور خودم زندگی می‌کنم
*	*	*		موشن گرافیک	خرید کالای خارجی
*	*	*	*	موشن گرافیک	خودکار تولید ملی

جدول ۱۲: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۳. تقویت فرهنگ کار و تلاش

نقش نیروی انسانی در فرایند توسعه و پیشرفت، نقشی مهم و بی بدیل است و می‌توان گفت آینده هر ملتی را نیروی انسانی آن تعیین می‌کند. پس از مصرف که کلیه افراد جامعه درگیر آن بوده و در آن نقش آفرینی می‌کنند دومین نقش ویژه نیروی انسانی در بخش تولید است که این موضوع حتی در کشورهای صنعتی نیز مهم و حیاتی بوده و از اهمیت آن کاسته نشده و می‌توان گفت کشورهایی که در گسترش فرهنگ کار در بین آحاد جامعه توانسته اند موفق عمل کنند در مدت کوتاه‌تری، قابلیت دستیابی به توسعه و پیشرفت را به دست آورده‌اند.

از زمان ورود کشورهای استعماری به کشور، به صورت کاملاً هدفمند سعی شده است تا فرهنگ کار و تلاش و سختکوشی که جزء لاینفک فرهنگ اسلامی و ایرانی بوده است را کمرنگ نموده و با گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی بجای آن به وابستگی کشورها به خود دامن بزنند. فرهنگ کار در کشور ما متأسفانه با چالش‌های متنوعی روبرو بوده و ظهور و بروز آن را می‌توان در مشکلاتی چون پایین بودن ساعت کار مفید، ارجحیت کارمندی بر کارآفرینی، ترس از کارآفرینی، راحت‌طلبی در کار و فرار از مشاغل سخت، ضعف کار جمعی و تیمی و مدرک‌گرایی و... مشاهده نمود. این مسائل آنچنان از اهمیت برخوردار است که رهبر انقلاب این موضوع را نقیصه اصلی و عامل عقب ماندگی علمی کشور می‌دانند، نه مسئله پول و امکانات را، و تأکید می‌کنند این نگاه و این فرهنگ باید در جامعه گسترش پیدا کند؛ ایشان در خصوص فرهنگ کار در گفتمان کشور این چنین می‌فرمایند: «تبدیل [شدن] تلاش و کار به گفتمان در فضای عمومی، به نظر من یکی از کارهای اساسی در زمینه‌ی اقتصاد است، کار با ارزش در مجموعه‌ی کار روزانه که باید زیاد باشد و کاهشش یک عیب بزرگ است؛ سعی کنیم تنبلی را، بیکارگی را، بی‌اعتنائی به کار را در چشم مردم به شکل درستی موهون کنیم؛ یعنی بیکارگی باید موهون بشود؛ کار باید ارزش بشود.»^۱ همچنین ایشان در خصوص قبول کارهای سخت و نتایج آن در کشور می‌فرمایند: «کار سخت را باید قبول کرد. اگر کار سخت را ما به خودمان تحمیل نکنیم، قبول نکنیم، به جایی نمی‌رسیم؛ فقط دنبال کار آسان که نمیشود رفت؛ باید انسان کار سخت را قبول کند؛ در هر جایی که هست. آن



کسانی که توانستند در صنعت، در فناوری، در مسائل علمی به اوج برسند، کارهای سخت را بر خودشان تحمیل کردند. این، فرهنگ‌سازی لازم دارد.»^۱

اصلاح فرهنگ کار در جامعه امری مهم و در عین حال زمان‌بر و نیازمند اقدامات بنیادین فرهنگی و آموزشی است و گروه‌های جهادی به عنوان "سفیران کار و تلاش" می‌توانند اقدامات موثری را در این زمینه داشته باشند.

تقویت انگیزه‌های دینی برای کارآفرینی و اهتمام به کار و تلاش در کنار تبیین مسایل اخروی موجب نهادینه شدن فرهنگ کار در جامعه می‌شود. «اگر در یک کشوری جامعه‌ی عمومی آن کشور به کار با این چشم که کار عبادت است، نگاه کنند آن وقت وضع پیشرفت اقتصادی و علمی آن کشور به کجا خواهد رسید. این منطق اسلام است.^۲ ولی متأسفانه در کشور شاهد آسیب‌هایی در این خصوص هستیم، از جمله آن گسترش فرهنگ کارمندی و عدم اقبال به کارآفرینی در نسل جوان است.

- مستند **آرزوی استخدام** و همچنین مستند **داوطلبین عزیز** که با نگاه منتقدانه به وضعیت آموزشی کشور ساخته شده می‌تواند در این خصوص مورد استفاده قرار گیرد. همچنین موشن گرافیک **درس خواندن مشکل اصلی بیکاری** و انیمیشن **In the fall** که فرسودگی ناشی از بیگانگی کار یکنواخت اداری را به تصویر می‌کشد می‌تواند مفید باشد. همچنین کتاب **امکان** با بیانی جالب به سی‌کار که به جای دانشگاه رفتن یا مسافركشی می‌توان کرد می‌پردازد.
- همچنین درخصوص گسترش فرهنگ کار و تلاش و اتصال آن به مبانی دینی و ملی است می‌توان از مجموعه نمایشگاهی **جنگ، کار تا پیروزی** و **هنوز ادامه دارد** برای نشان دادن اثر کار و پیوند آن با دین و ملیت و برای نشان دادن اثر فعالیت جهادی می‌توان از مجموعه نمایشگاهی **مدیریت غیر جهادی!** استفاده نمود.
- یکی از مشکلات و موانع گسترش فرهنگ کار و تلاش وجود میل به راحتی و عافیت و رفاه در فرد است که در بعد فردی و اجتماعی اثرات مخربی را ایجاد می‌نماید در همین خصوص جزوه **راحت طلبی و عافیت طلبی** برگرفته از سخنانی حجت الاسلام پناهیان و همچنین مستند **رفاه طلبی** که به آفت رفاه طلبی و رفاه طلبی در





جامعه مسلمین می پردازد می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. همچنین مستند **تفتان** درخصوص پیرمردی زاهدانی به نام سید محمد امین سیستانی است که با سنگریزه های رنگی و طی چند سال، مسجدی را در اطراف زاهدان ساخته است و در کنار آن نیز با کمک سنگریزه ها، ۱۳هکتار بیابان و کویر خشک را تبدیل به یک مجتمع فرهنگی در یازده کیلومتری زاهدان کرده است می تواند در جهت ترویج فرهنگ کار و تلاش مفید باشد.

• ایران با توجه موقعیت جغرافیایی و ظرفیتهای محیطی به لحاظ تولید و بازار فروش در شرایط مطلوبی قرار دارد، اما متأسفانه یکی از اساسی ترین مشکلات در عدم استفاده از این ظرفیت‌ها، عدم اطلاع و تسلط بر این موارد در بین جامعه است. لذا یکی از مهمترین فعالیتهایی که در بستر اردوهای جهادی می‌تواند صورت گیرد، معرفی ظرفیت‌های بومی و کسب و کارهای قابل اجرا در آن می باشد. در همین خصوص می‌توان از مستندهای **پرورش ماهی** و **تولید گل** که به ظرفیت‌های این دو کسب و کار در استان خوزستان می‌پردازد استفاده نمود. یکی دیگر از ظرفیت‌های بالقوه که کمتر از آن استفاده شده است و می‌توان با تغییرات کوچکی در محیط روستایی زمینه استفاده از آن را فراهم نمود، ظرفیت جذب گردشگر در این مناطق است، به این موضوع در موشن **امکانات گردشگری در ایران** و همچنین مستندهای مرتبط با **عباس برزگر** که درباره یکی از اهالی روستایی نزدیک شیراز است که سال‌هاست با کمک خانواده‌اش از توریست‌های خارجی پذیرایی می‌کند و آنها را به دیدن عشایر می‌برد، به خوبی پرداخته شده است. همچنین مستند **تجمیع زمین‌های کشاورزی** به فواید و ظرفیتهایی که با انجام این اقدام به روستاییان رسیده است می‌پردازد و می‌تواند برای فرهنگ سازی در این امر مفید باشد.

• از جمله اقدامات عملی قابل اجرا در خصوص شناسایی ظرفیت‌های اقتصادی مناطق و معرفی آن، **برگزاری کارگاههای خلاقیت** در بین جوانان روستایی و جهادگران با این موضوع می باشد. همچنین می‌توان مسابقه‌ای را با عنوان **ظرفیت‌ها و توانمندی‌های روستای من** برگزار نمود تا این موارد مورد بازشناسی قرار گیرد. همچنین در **دوره آموزش کارآفرینی روستایی**، این ظرفیت‌ها شناخته شده و جهت استفاده از آن نقشه راه و کسب و کار طراحی می‌گردد.

• جهت آشنا نمودن اهالی با ظرفیت‌های روستا می‌توان با دعوت از کارشناسان ادارات و یا اساتید دانشگاه و یا تیم اقتصاد مقاومتی گروه، به بیان ظرفیت‌های محیطی در طی سخنرانی و برنامه‌های جمعی اقدام نمود. همچنین برگزاری **کلاسهای ترویجی با موضوع معرفی روش‌های نوین تولید** و همچنین **معرفی روش‌های نوآورانه در بازاریابی محصولات کشاورزی و روستایی** می‌تواند در جذب مخاطب و جهت دهی آنها مفید باشد.

• یکی از بهترین و اساسی ترین فعالیت‌ها در خصوص گسترش فرهنگ کار و کارآفرینی، شکستنی این کلیشه ذهنی است که "نمی‌شود، من نیز نمی‌توانم"؛ لذا به نظر میرسد پس از مرور ظرفیت‌های روستا، معرفی کارآفرینان و آشنا نمودن اهالی و جهادگران با ایشان در این خصوص مفید بوده و می‌تواند مثر ثمر باشد. در همین خصوص می‌توان از مستند **عروس وامنان** که به استفاده از زمین کوچک و آب کم جهت کشت زعفران در روستا که باعث تحول در اقتصاد روستا گردید استفاده نمود همچنین مستند **قصه پیرهن** نیز که شامل قسمت‌هایی از زندگی زنان سرپرست خانوار شاغل در یک کارگاه خیاطی بوده و به بخشی از مشکلات و روحیه استقامت ایشان می‌پردازد؛ می‌توند مورد استفاده قرارگیرد.

• مستند **وقتی همه گفتند نمی‌شود** به مرور زندگی مرد جوان روستایی پرداخته که به رغم مشکلات و موانع موفق به پرورش شترمرغ و کارآفرینی در استان گلستان شده است و همچنین مستند **خاور خانم** به زندگی بانوی کارآفرین دیپلمه و مالک رستوران سنتی خاور خانم در سرولات چابکسر پرداخته است که امروز صاحب بیشترین مسافر ایرانی و خارجی است و نحوه شکل‌گیری ایده اولیه این رستوران و مدیریت آن را به تصویر می‌کشد.

• در خصوص معرفی کارآفرینان و مسیر طی شده توسط آنان این امکان وجود دارد که از مجموعه مستند **کارآفرینان** که توسط شبکه افق تولید شده است و در هر قسمت به زندگی یک کارآفرین می‌پردازد استفاده نمود و همچنین مجموعه مستند **از کجا شروع کنم**، به صورت بسیار جذاب و کوتاه به روند راه اندازی انواع مختلفی از کسب و کارها می‌پردازد که می‌تواند در طی برنامه‌های گروه در روستا و یا در محل اردو پخش شود و یا در شبکه‌های اجتماعی قرار داده شود.

• مستند **نخ و سوزن** به داستان مردم یک روستا در استان سمنان می‌پردازد که همه افراد آن به دوخت پیراهنهای مردانه اشتغال دارند. پیر و جوان، زن و مرد در این

روستا پیراهن می دوزند و این مستند با پیراهن‌های آنها به ترکیه سفر کرده و نشان داده که این پیراهن‌ها چطور از ترکیه با عنوان پیراهن ترک یا خارجی دوباره به ایران فرستاده می شوند.

یکی دیگر از اقدامات قابل اجرا **برگزاری بازدیدهای ترویجی** از کارگاهها و کسب و کارهای کارآفرینان بومی است که در طی آن روستائیان علاوه بر بازدید از کسب و کار و آشنایی با آن با شرایط زندگی کارآفرین از نزدیک آشنا شده و فرایند راه‌اندازی و سرمایه‌گذاری و... مشخص می گردد. علاوه بر این نیاز است تا در طی مراسمات و جشن‌هایی در روستا برگزار می‌شود تلاش شود تا **الگوسازی کارآفرینان محلی** صورت گیرد، به این صورت که از آنان به عنوان سخنران یا مهمان ویژه دعوت به عمل آید و در کنار مسئولین و بزرگان قرارگیرند.

یکی دیگر از آسیب‌های موجود در مناطق روستایی، فاصله گرفتن آن از هویت تولیدکنندگی و تغییر آن به مصرف کننده کالاهای تولید شده در شهر و کارخانه‌هاست که می‌تواند در آینده کشور و بقای مناطق روستایی بسیار موثر باشد. به همین لحاظ نیاز است تا طی فعالیتهای فرهنگی گروه در بین بانوان، در گام اول این فعالیت‌ها مفید و موثر تلقی گردد و دوما تلاش شود در طی فعالیتهایی زمینه گسترش و احیای آن و جذاب سازی این فعالیتهای و مشاغل زمینه ترویج دوباره آن صورت گیرد. به عنوان مثال می‌توان به **برگزاری مسابقات پخت نان محلی** و یا **مسابقه تهیه غذای محلی** و یا **مسابقه دوخت لباس محلی** اشاره نمود.

از دیگر اقدامات قابل اجرا و بسیار تاثیر گذار که می‌تواند در ایجاد و تقویت هویت جمعی یک منطقه تاثیر گذار باشد **برگزاری روز روستا** و یا **جشنواره غذای محلی** یا **محصول عمده منطقه** مانند جشنواره انار یا زیتون و... در فصل برداشت محصول و یا جشنواره پخت نان یا شیرینی محلی یا ترشی و... با همکاری گروه جهادی و روستائیان است که در طی آن محصول ویژه منطقه و یا سوغات و غذای محلی، در طی مراسمی همراه با برنامه‌های متنوع از جمله تئاتر و سرود و... تهیه و معرفی گردد. این فرایند در بلند مدت باعث ایجاد یک برند برای منطقه و ایجاد یک بازار بومی و غیر بومی برای محصولات روستا می‌گردد.

از جمله فعالیتهایی که می‌توان در حوزه کودک و نوجوان در این خصوص انجام داد، معرفی مشاغل و فرهنگسازی آنهاست که برای آن می‌توان از مجموعه انیمیشن **هر کسی کاری داره** و کارتن **پاپاسی‌ها** استفاده نمود، همچنین ارائه موضوع‌های

اقتصادی به کودکان در فعالیتهای از جمله نقاشی و رنگ آمیزی مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی مانند برداشت محصول یا فراوری آن می‌تواند مفید باشد. در رده نوجوان علاوه بر پخش فیلم و مستند، می‌توان از ارائه موضوع تحقیق در خصوص کارآفرینان و مشاغل بومی و همچنین خصوصیات کاسب و یا کشاورز نمونه استفاده نمود و نتیجه آن در جمع سایر نوجوانان و یا در مراسمات و جشن‌ها و... توسط خود نوجوان قرائت شود.

- امروز با توجه به شرایط اقتصادی، نیازمند این هستیم که افراد از همان دوران کودکی با کار و تلاش شوند تا در آینده بتوانند روی پای خود بایستند، به توانایی‌های خود اعتماد و باور داشته باشند و دست نیاز به سوی کسی دراز نکنند به همین جهت نیاز است تا با تجربه کارآفرینی و کسب درآمد ترس از کارآفرینی در فرد کم‌رنگ شده و زمینه‌های لازم جهت اقدام به کارآفرینی فراهم شود. از جمله فعالیتهای قابل انجام در این خصوص، می‌تواند در ارائه جوایز به کودکان و نوجوانان محدودیت ایجاد نمود و بجای آن به انتقال مهارت ساخت اسباب بازی و کاردستی و ارائه مواد اولیه ساخت آن اقدام نمود. همچنین می‌توان به برپایی غرفه‌های عرضه تولیدات و محصولات توسط نوجوانان اشاره نمود که در آن نوجوانان با تشکیل تیم‌هایی به تولید کاردستی و عرضه آنها و همچنین محصولات تولید شده در منازل و خانواده خود اقدام می‌کنند. گروه جهادی می‌توان با مشارکت در این اقدام و تامین بخشی از مایحتاج برپایی این نمایشگاه به گسترش این فرهنگ کمک کند.

- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از ظرفیت‌های اقتصادی موجود در کشور، ظرفیت‌های اقتصادی موجود در منطقه، دلایل عدم استفاده از این ظرفیتهای راههای تقویت فرهنگ کار و کارآفرینی، راههای حمایت از کسب و کارهای این منطقه توسط مسئولین و جهادگران و... اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت/محصول
کودک	نوجوان	مرد	زن	جهادگر		
				*	انیمیشن	In the fall



				*	انیمیشن	هر کسی کاری داره
				*	انیمیشن	پاپاسی‌ها
*					ایده و اقدام	داوطلبین عزیز
	*	*	*		ایده و اقدام	برگزاری کارگاه‌های خلاقیت
	*	*	*		ایده و اقدام	مسابقه ظرفیت‌ها و توانمندی‌های روستای من
	*	*	*		ایده و اقدام	دوره آموزش کارآفرینی روستایی
	*	*	*		ایده و اقدام	بیان ظرفیت‌های محیطی
	*	*	*		ایده و اقدام	کلاسهای ترویجی با موضوع معرفی روش‌های نوین تولید
	*	*	*		ایده و اقدام	معرفی روش‌های نوآورانه در بازاریابی محصولات
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی
	*	*			ایده و اقدام	برگزاری بازدیدهای ترویجی
	*	*	*		ایده و اقدام	الگوسازی کارآفرینان محلی
	*				ایده و اقدام	مسابقات پخت نان محلی
	*				ایده و اقدام	مسابقه تهیه غذای محلی
	*				ایده و اقدام	مسابقه دوخت لباس محلی
	*	*	*	*	ایده و اقدام	برگزاری روز روستا
	*	*	*	*	ایده و اقدام	جشنواره غذای محلی یا محصول عمده منطقه
				*	ایده و اقدام	نقاشی و رنگ آمیزی مشاغل و فعالیتهای اقتصادی
			*		ایده و اقدام	تحقیق در خصوص کارآفرینان و مشاغل بومی
			*		ایده و اقدام	تحقیق در مورد خصوصیات کاسب و یا کشاورز نمونه

	*		*	*	ایده و اقدام	انتقال مهارت ساخت اسباب بازی و کاردستی
			*		ایده و اقدام	برپایی غرفه‌های عرضه تولیدات و محصولات
*					جزوه	راحت طلبی و عافیت طلبی
*	*	*			کتاب	امکان
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	جنگ، کار تا پیروزی
*	*	*			مجموعه نمایشگاهی	هنوز ادامه دارد
*					مجموعه نمایشگاهی	مدیریت غیر جهادی!
*	*	*			مستند	آرزوی استخدام
*	*	*			مستند	رفاه طلبی
*	*	*			مستند	پرورش ماهی
*	*	*			مستند	تولید گل
*	*	*			مستند	عباس برزگر
*	*	*			مستند	تجمع زمین‌های کشاورزی
	*	*			مستند	عروس وامنان
*	*	*			مستند	قصه پیرهن
*	*	*			مستند	وقتی همه گفتند نمی‌شود
*	*	*			مستند	مجموعه کار آفرینان
*					مستند	کنده دیگر دود نمی‌کند
*	*	*			مستند	از کجا شروع کنم
*	*	*			مستند	خاور خانم
*	*	*			مستند	نخ و سوزن

*	*	*			مستند	تفتان
*					موشن گرافیک	درس خواندن مشکل اصلی بیکاری
*					موشن گرافیک	امکانات گردشگری در ایران

جدول ۱۴: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

۴. فرهنگ و تربیت اقتصادی

در حوزه اقتصاد مقاومتی دو کلیدواژه‌ی برجسته وجود دارد: یکی کلیدواژه‌ی پیشرفت (رشد) و دیگری کلیدواژه‌ی برخورد با موانع. در مسیر پیشرفت اگر واقع بین و واقع گرا باشیم موانع زیادی به صورت بالقوه و بالفعل وجود دارند و بخشی از این موانع خارجی هستند مانند تحریم و بعضی از این موانع نیز داخلی هستند مانند فرهنگ ناصحیح اقتصادی، ساختارهای غلط اقتصادی و... نقش فرهنگ در اجرایی شدن هر اقتصاد نقشی ویژه و تعیین کننده است تاجایی که صاحب نظران، اقتصاد را بدون فرهنگ قابل تصور نمی دانند و فرهنگ را در نقش جهت دهنده اقتصاد بیان می کنند. در فصل دوم به مشکلات موجود در بحث فرهنگ اقتصادی اشاره گردید اما باید برای حل آن در جامعه با عزمی ملی اقدام نمود.

کشورهایی نظیر کره، ژاپن، اندولزی و بعضی کشورهای غربی و... که توانسته اند مسیر پیشرفت را در مدت زمان کوتاه‌تری طی نمایند و به یک اقتصاد مقاوم دست پیدا کنند، نقطه اتکای شان مردم و فرهنگ عمومی بوده است، فرهنگی که تصمیم‌گیری‌های فرد را در موقعیت‌های مختلف تعیین کرده و جهت می دهد و حسن و قبح اعمال را مشخص می نماید. اینها مواردی است که علاوه بر فرهنگسازی و گفت‌وگو سازی آن نیاز است تا زمینه انتقال آن به نسل آینده از طریق فعالیتهای آموزشی و تربیتی فراهم گردد. در ادامه تعدادی از محورهایی که نیاز است در تربیت اقتصادی به آن توجه شود اشاره می گردد.

- بخشی از مشکلات و چالش‌های زندگی، به نگاه فرد به مباحث مالی ارتباط مستقیم دارد و صرفاً با تغییر نگاه، در میزان رضایتمندی از زندگی (شاخص شادی) تغییر محسوسی بوجود می آید. از جمله آنها، نوع نگاه فرد به موضوع رزق و روزی

است که خود منشاء تصمیم‌گیری در بسیاری از موارد از جمله جمعیت و بعد خانواده می‌باشد، در همین زمینه نیاز است تا با استفاده از مبانی موجود در تصحیح این نگاه کوشش گردد که برای این منظور می‌توان از جزوه **رزق و مفهوم آن در زندگی** که مشتمل بر بیانات حجج اسلام طاهرزاده و قرائتی است استفاده نمود. همچنین کلیپ **رزق و روزی** که سخنرانی حجت الاسلام قرائتی می‌باشد به زبان طنز به این موضوع می‌پردازد و موشن گرافیک **پول یا برکت** و کلیپ **برکت** می‌تواند به عنوان بخشی از برنامه مورد استفاده قرار گیرد.

- در حدیثی امام علی (ع) تسلط بر فقه را مقدمه و لازمه ورود به تجارت و فعالیت اقتصادی می‌دانند و فرد را از ورود به این عرصه بدون تسلط بر فقه منع کرده و آن را مقدمه افتادن در دام ربا ذکر می‌کنند، به همین دلیل نیاز است تا جهادگران و جوانان روستایی و فعالین اقتصادی روستا با این قواعد و اصول آشنا گردند در همین خصوص می‌توان از جزوه **احکام کسب و کار** استفاده نمود همچنین موشن گرافیک **زکات** که در خصوص این واجب الهی توضیحاتی را ارائه می‌دهد می‌تواند مفید باشد.

- علاوه بر اصول و قواعد لازم الاجرا در کسب و کار و فعالیت اقتصادی، مواردی نیز وجود دارد که رعایت آنها باعث ایجاد اثرات معنوی و مادی در زندگی و کسب و کار می‌گردد، در همین خصوص جزوه **کسب و کار مومنانه** و جزوه **کسب و کار در سیره اهل بیت** به تبیین این موضوع از دیدگاه روایات ائمه معصومین می‌پردازد. همچنین مستند داستانی **کارگر جنوبی** به داستان یک کارگر که تلاش دارد روزی خود را به صورت حلال دریافت نماید می‌پردازد و فیلم‌های داستانی کوتاه **سایه و رحم و درحد توان و حساب تازه** به بیان منش و اخلاق پسندیده افراد در فعالیت اقتصادی اشاره دارند و می‌توانند در گسترش اخلاق کسب و کار مفید باشند.

- از دیگر موضوعات دارای اهمیت در اقتصاد اسلامی که باعث ایجاد تعادل در جامعه می‌گردد و می‌تواند در حمایت از محرومین نقش موثری ایفا نماید، موضوعاتی چون وقف و انفاق و قرض الحسنه است، در همین خصوص مستند **سربرز** به وقف اموال حاج فرج برای کمک به محرومین به خوبی به این موضوع اشاره داشته و موشن گرافیک **وقف** به آثار و برکات این عمل الهی می‌پردازد و جزوه **وقف کارآمد** به مبانی، روشها و الگوییهای وقف پرداخته و می‌تواند در افزایش



دانش و انگیزه جهادگران و اهالی مفید باشد. همچنین انیمیشن **انفاق حضرت زهرا** (سلام الله علیها) نیز می‌توان در این خصوص برای مخاطب کودک و نوجوان مفید باشد.

- همچنین مستند **اگر با خدا نجنگیم** با آسیب شناسی عملکرد بانک‌ها در رفع نیازهای مردم، صندوق‌های قرض الحسنه به عنوان ظرفیت فراموش شده نظام بانکی مطرح می‌کند. این مستند با سفر به شهر سبزوار یکی از صندوق‌های موفق قرض الحسنه شرق کشور را معرفی می‌نماید که با صد و بیست هزار حساب فعال در حال فعالیت می‌باشد مشکلات زیادی از مردم را مرتفع کرده و روزانه به بیش از سیصد نفر وام قرض الحسنه اعطا می‌کند. اقدام عملی قابل انجام در این خصوص **تشکیل صندوق‌های اعتبار خرد** می‌باشد که با هماهنگی معاونت زنان فرمانداری شهرستان امکان تاسیس و همچنین دریافت اعتبار برای آن وجود دارد.
- یکی از نیازهای اساسی افراد مدیریت منابع مالی و درآمد و هزینه فردی یا خانوار است به همین منظور اقدامات متنوعی قابل انجام است از جمله آن می‌توان به **معرفی نرم افزارهای کاربردی مدیریت پول و خانه** که در اپلیکیشن‌های بازار و... موجود است اشاره نمود، همچنین **برگزاری مسابقات با موضوع مدیریت پول** نیز می‌تواند در گسترش این فرهنگ کمک کند.
- در خصوص گسترش فرهنگ زکات، وقف، انصاف در کسب و سایر خصوصیت‌های اخلاقی و تربیتی در جامعه، نیاز است تا نسبت به تقدیر و تکریم افرادی پرداخت که از این خصوصیات برخوردار بوده و خود را مقید به انجام آن کرده اند، لذا می‌توان در طی مراسمات و جشن‌ها و... به **تقدیر از واقفین** و همچنین **تکریم کسبه با انصاف و بزرگداشت کشاورزی سخت کوش** و ... اقدام نمود.
- از جمله فعالیتهای قابل انجام جهت افزایش خودباوری و افزایش اعتماد به نفس، خلاقیت و نوآوری در نوجوانان برگزاری بازی‌هایی با این دورنامه است. از جمله آنها می‌توان به برگزاری **مسابقه برج روزنامه**^۱ و همچنین **مسابقه برج نخودی**^۲ و **مسابقه پایه کاغذی**^۳ و **ساخت هواپیمای کاغذی** و... اشاره نمود. همچنین جهت تقویت خلاقیت در کودکان می‌توان از **طرح درس خلاقیت** استفاده نمود.

^۱ساخت بلندترین سازه متعادل و ایستاده با استفاده از روزنامه باطله و بدون استفاده از چسب، نخ و... در زمان ۴۰ دقیقه.

^۲ساخت بلندترین سازه با استفاده از نخود خیس خورده و خلال دندان در زمان ۴۰ دقیقه.

^۳ساخت پایه برای نگه داشتن ۳۰ کتاب تنها با استفاده از یک کاغذ آه، که برای حل آن باید کاغذ به ۴ قسمت برش داده شود و به صورت پایه استوانه‌ای به کارگرفته شود.

- جهت تقویت اخلاق و شاخصه‌های اسلامی در کودکان در خصوص مواردی چون اسراف، توکل، صبر، تلاش و.. باید تلاش گردد. در همین خصوص می‌توان از مجموعه **نمایش عروسکی توکل و همچنین نقاشی و نمایش عروسکی با موضوع اسراف** استفاده نمود.
- جهت تسلط بر موضوع و شفاف شدن ابعاد دیگر این موضوع می‌توان به برگزاری جلسات شبانه در اردو و یا حتی برگزاری کرسی آزاد اندیشی در جمع جهادگران با موضوعاتی اعم از **اخلاق و اعتقادات کسب و کار فراموش شده، چگونگی گسترش و ترویج اخلاق و اعتقادات اقتصادی و ...** اقدام نمود.

مخاطب					قالب	عنوان فعالیت / محصول
جهادگر	زن	مرد	نوجوان	کودک		
			*	*	انیمیشن	انفاق حضرت زهرا
*	*	*			ایده و اقدام	تشکیل صندوق‌های اعتبار خرد
*	*	*			ایده و اقدام	معرفی نرم افزارهای کاربردی مدیریت پول و خانه
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری مسابقات با موضوع مدیریت پول
	*	*			ایده و اقدام	تقدیر از واقفین
	*	*			ایده و اقدام	تکریم کسبه با انصاف
	*	*			ایده و اقدام	بزرگداشت کشاورزی سخت کوش
			*		ایده و اقدام	مسابقه برج روزنامه
			*		ایده و اقدام	مسابقه برج نخودی
			*		ایده و اقدام	مسابقه پایه کاغذی
			*		ایده و اقدام	ساخت هواپیمای کاغذی
*	*	*			ایده و اقدام	برگزاری کرسی آزاد اندیشی
*	*	*			جزوه	رزق و مفهوم آن در زندگی

*	*	*			جزوه	احکام کسب و کار
*	*	*			جزوه	کسب و کار مومنانه
*	*	*			جزوه	کسب و کار در سیره اهل بیت
*					جزوه	وقف کارآمد
				*	جزوه	طرح درس خلاقیت
*	*	*			فیلم کوتاه	کارگر جنوبی
*	*	*	*		فیلم کوتاه	سایه
*	*	*	*		فیلم کوتاه	رحم
*	*	*	*		فیلم کوتاه	درحد توان
*	*	*	*		فیلم کوتاه	حساب تازه
*	*	*			کلیپ	رزق و روزی
*	*	*			کلیپ	برکت
*	*	*	*		مستند	سربرز
*	*	*			مستند	اگر با خدا نجنگیم
*	*	*			موشن گرافیک	پول یا برکت
*	*	*			موشن گرافیک	زکات
*	*	*			موشن گرافیک	وقف
				*	نمایشنامه	نمایش عروسکی توکل
				*	نمایشنامه	نمایش عروسکی با موضوع اسراف

جدول ۱۵: خلاصه محصولات، ایده‌ها و اقدامات

نمونه برنامه ریزی ارائه مطالب و انجام اقدامات با مخاطب اهالی روستا (مرد؛ زن)

روز	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
فعالیت	<ul style="list-style-type: none"> در دو روز اول اردو نیاز است در مراسم افتتاحیه اردو و یا مراسمی که در شب دوم در محل تجمع روستا برگزار می‌شود. به صورت گلچین شده و خلاصه نسبت به انتقال مفاهیم درخصوص وجود جنگ اقتصادی و راهبردهای دشمن جهت شریه زدن به کشور در این زمینه اقدام گردد. اکران مستند و چندبرسه ای فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> در روز سوم و چهارم با توجه با نگاهی به روزهایی قبل نیاز است تا با استفاده از روش‌های خلاصه، توانایی مقاومت در مقابل دشمن و مشکلات در زمان گلزاره و حال به مخاطب انتقال داده‌شود. اکران مستند و چندبرسه ای فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> پس از بیان عقدهات و انتقال مفاهیم جنگ اقتصادی و مصداقی ملی تألیفیه در روزهایی ۵ و ۶ اردو باید به مشکلات موجود در فرهنگ اقتصادی پرداخت و در صدد حل آن برآمد. در این دو روز توصیه می‌شود به موضوع اصلاح فرهنگ مصرف پرداخته‌شود. اکران مستند و چندبرسه ای فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده 	<ul style="list-style-type: none"> فضا سازی با استفاده از مجموعه تباریگامی برگزاری اقدامات معرفی شده
	جداول ۱ و ۲.	جداول ۸ و ۹ و ۱۰	جداول ۱۱ و ۱۲	جداول ۱۳	جداول ۱۴	جداول ۱۵				

منابع:

اهم منابع استفاده شده در تدوین این جزوه و بیان مقدمات:

- سخنرانی دکتر درخشان
- سخنرانی دکتر عادل پیغامی
- سخنرانی دکتر حجت الله عبدالملکی
- سخنرانی دکتر مهدی طغیانی
- بسته اقتصاد مقاومتی قرارگاه شهید باقری
- محصولات هسته توانمندسازی حرکت‌های جهادی
- وبسایت [/http://farsi.khamenei.ir](http://farsi.khamenei.ir)
- وبسایت [/http://www.kadamaei.ir](http://www.kadamaei.ir)
- وبسایت [/http://rasamnama.ir](http://rasamnama.ir)
- وبسایت [/http://madreseeqtesad.ir](http://madreseeqtesad.ir)

با توجه به نو و جدید بودن این عرصه کلیه گروه‌های جهادی می‌توانند با ارسال تصاویری از اقدامات صورت گرفته و یا ایده‌ها و تجربیات خود با موضوع فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی به ایمیل info@jahadgaran.org و یا کاربر [@jahadgaran](https://t.me/jahadgaran) در تلگرام؛ در تکمیل و تعمیق این بسته و گسترش و ترویج این فعالیت سهیم باشند.

