

رادیو و نقشه راه ۹۱

بایدها و نبایدهای برنامه‌سازی صدای جمهوری اسلامی
در سال «تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی»

دکتر محمد مهدی لیبی
مدیرکل پژوهش‌های رادیو

سال جاری با تعیین اهداف، اولویت‌ها و محورهای برنامه‌سازی تلاش می‌کند از تمامی ظرفیت‌های خود استفاده کرده، گامی مؤثر در تحقق شعار سال بردارد. آنچه پیش روی شماست، شامل دو بخش است: در بخش نخست اهم مطالب، نکات و تذکرات معاون صدای رسانه ملی در هم‌اندیشی چهارم اردیبهشت سال ۱۳۹۱ آمده است؛ در واقع می‌توان این نکات را مطالبات ایشان از شبکه‌های مختلف رادیو تلقی کرد. این بخش با فرازهایی از رهنمودهای رهبر فرزانه انقلاب درباره شعار سال ۱۳۹۱ آغاز می‌شود و سپس به اهداف کلی، سیاست‌ها و اولویت‌های برنامه‌سازی شبکه‌های مختلف می‌پردازد.

اشاره
اعلام سال ۱۳۹۱ از سوی رهبر فرزانه انقلاب اسلامی به‌عنوان سال «تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی» در ادامه رهنمودهای ایشان در سال‌های گذشته بر این واقعیت تأکید می‌گذارد که مسائل اقتصادی در شرایط امروز دارای اهمیتی زیاد بوده و باید از جنبه‌های گوناگون به آن پرداخته شود. در این میان، سازمان صداوسیما به‌عنوان مؤثرترین نهاد فرهنگی کشور با برگزاری جلسات کارشناسی و همفکری با استادان و صاحب‌نظران حوزه‌های گوناگون اقتصادی زمینه لازم برای تحقق اهداف شعار سال را فراهم کرده است. رادیو به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر و تأثیرگذار از ابتدای





بخش دوم این مجموعه حاصل تلاش همکاران ما در اداره کل طرح، برنامه و نظارت معاونت صداست که شامل اهداف کاربردی و عملیاتی، خط‌مشی‌ها، سیاست‌های اجرایی، بایدها و نبایدها و محورهای پیشنهادی برنامه‌سازی می‌شود. در این بخش نیز پیشنهادهایی مفید برای تولید برنامه‌های رادیو ارائه شده که می‌تواند مورد استفاده واقع شود.

لازم است از زحمات جناب آقای جعفری، مدیر کل طرح، برنامه و نظارت معاونت صدا و تمامی همکاران این اداره کل که در تنظیم این مجموعه تلاش کرده‌اند، صمیمانه سپاسگزاری کنم.

این نکات در هر شبکه رادیویی مطابق با اهداف، خط‌مشی‌ها و مخاطبان خاص آن در قالب برنامه‌هایی متنوع قابل اجراست. در واقع هدف اصلی این است که در اهداف کلی و سیاست‌ها نوعی اجماع وجود داشته باشد، اما مدیران محترم شبکه‌های رادیویی با توجه به شناختی دقیق که از محتوای برنامه‌ها، اهداف و مخاطبان خود دارند، درباره اولویت‌های برنامه‌سازی خود تصمیم می‌گیرند؛ به گونه‌ای که این مصوبات به معنی یکسان‌سازی عملکرد تمامی شبکه‌های رادیویی نیست.

برای دستیابی به اهداف روشن و خط‌مشی‌های معین معاونت صدا در مورد چگونگی اقدام شبکه‌های رادیویی در سال تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی تأکید معاون محترم صدا بر این بود که در این زمینه با تشکیل جلسات کارشناسی نظر مدیران ایستگاه‌های مختلف، گردآوری و تجمیع شود. بدین منظور از تمامی مدیران خواسته شد تا نظرهای خود را اعلام و در جلسه‌ای که با حضور قائم‌مقام معاونت صدا و با هدایت و راهنمایی ایشان تشکیل شد، با دسته‌بندی نظر، اهداف، سیاست‌ها و اولویت‌های برنامه‌سازی مشخص گردید. این نظرها در نهایت به رؤیت معاون محترم صدا رسید و ایشان نیز با افزودن موارد لازم در مورد برخی از نکات نیز اصلاحاتی انجام دادند؛ به طوری که پس از تأیید نهایی ایشان این موارد به عنوان مصوبات معاونت صدا در زمینه عملکرد رادیوهای مختلف در سال جاری معین شد.

لازم است ضمن سپاس از دقت نظر و راهنمایی‌های عالمانه، معاون محترم صدای رسانه ملی، از تمامی مدیران رادیو که با ارائه پیشنهادها و طرح نظرهای خویش در تدوین این مجموعه تلاش کرده‌اند سپاسگزاری و از مدیر پژوهش و همکاران تلاشگرمان در اداره کل پژوهش‌های رادیو نیز تشکر کنم.

بخش اول

الف) فرازهایی از بیانات رهبر فرزانه انقلاب اسلامی

۱. اهمیت تولید داخلی و نقش مهم آن در استقلال اقتصادی کشور.
 ۲. اهمیت نقش مردم و مسئولان در اجرایی شدن شعار سال.
 ۳. اطلاع‌رسانی مستمر و مفید به مردم در خصوص پیشرفت‌های حاصل شده در این زمینه.
 ۴. بیان کمبودها با لحن علاج‌جویانه و ارائه راهکارهای مفید.
 ۵. تقویت تولید داخلی به‌عنوان راه‌حل خنثی‌ساختن تحریم‌ها.
 ۶. توجه به توانمندی‌های کشور در زمینه ظرفیت‌های تولیدی.
 ۷. توجه به موضوع اقتصاد رقابتی و مزیت‌های آن.
 ۸. اهمیت حمایت از بخش‌های تولیدی با توجه به ابعاد گوناگون اثرگذاری آن.
 ۹. لزوم نظارت منطقی بر واردات و مدیریت آن.
 ۱۰. توجه ویژه به تولید محصولات کشاورزی داخلی با کیفیت مناسب.
 ۱۱. مثبت‌بودن معادله صادرات و واردات.
 ۱۲. الزام تولیدکنندگان به رعایت حقوق مشتری در زمینه دوام، استحکام و زیبایی محصولات.
 ۱۳. تبلیغ فرصت‌های سرمایه‌گذاری، به‌ویژه در مورد ایرانیان خارج از کشور برای هدایت سرمایه‌ها.
 ۱۴. توجه به پیشرفت‌های علمی در زمینه تولید.
 ۱۵. تشویق و ترویج فرهنگ کار و تلاش در کشور.
 ۱۶. جلب حمایت نهادهای اقتصادی و بانک‌های دولتی از تولیدکنندگان داخلی.
 ۱۷. خوش‌حسابی دستگاه‌های دولتی در خرید محصولات داخلی.
 ۱۸. برخورداری‌بودن تولید داخلی از کیفیت مطلوب.
- ### ب) اهداف کلی
۱. حمایت از تولید داخلی

۲. جریان‌سازی رسانه‌ای در زمینه فرهنگ کار و تولید
 ۳. تبیین و تشریح فعالیت‌های اقتصادی کشور در زمینه تولید
 ۴. حمایت از سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی
- ### ج) سیاست‌های کلی
۱. اهمیت تولید داخلی برای ارائه الگوی خودکفایی و کاهش اتکا به محصولات خارجی.
 ۲. نقش تبلیغات صحیح، قابل‌اعتماد و جذاب کالاهای وطنی در تحقق شعار سال.
 ۳. هدایت تولیدکنندگان به ارتقای کیفیت کالاها برای جلب گرایش مشتریان به محصولات داخلی.
 ۴. پیشگیری از سهولت ورود کالاهای خارجی غیرضروری به کشور.
 ۵. توجه به ذوق و سلیقه مردم و نقش آن در انتخاب کالاهای ایرانی.
 ۶. تسهیل شرایط فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی و حذف قوانین دست و پاگیر.
 ۷. ترغیب سیستم بانکی به پشتیبانی از فعالیت واحدهای تولیدی از طریق پرداخت وام و تسهیلات ضروری.
 ۸. تشویق دستگاه‌های اجرایی به حمایت از تولیدکنندگان برتر داخلی.
 ۹. جریان‌سازی رسانه‌ای در تبیین رابطه میان مصرف کالاهای داخلی و اشتغال و کارآفرینی.
 ۱۰. تشویق، ایجاد و راه‌اندازی کارگاه‌های کوچک زودبازده.
 ۱۱. ارزیابی عملکرد دستگاه‌ها در عمل به مصوبه دولت در زمینه ممنوعیت خرید کالاهای خارجی.
 ۱۲. ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان و برگزاری بازارهای داخلی عرضه محصولات.
 ۱۳. حمایت از بخش کشاورزی و صنایع وابسته به آن به‌عنوان محور استقلال اقتصادی.
 ۱۴. ترویج فرهنگ تعاون و همیاری با توجه به باورهای دینی و ملی.
 ۱۵. فرهنگ‌سازی در جهت نفی مصرف کالای خارجی به‌عنوان نمادی از تشخیص

- و برتری.
 ۱۶. تقویت بنیه صنایع اقتصادی به‌عنوان یکی از اولویت‌های برنامه‌سازی.
 ۱۷. پیشگیری خروج ارز از کشور به‌عنوان یک سیاست کلی.
 ۱۸. حمایت از کالاهای تولید داخل به‌عنوان هدف نهایی برنامه‌های اقتصادی.
 ۱۹. برخورداری پیام‌ها از محتوای مطلوب برای رقابت با کالاهای خارجی.
 ۲۰. تولید برنامه با هدف مبارزه با تحریم‌های ناعادلانه و خنثی کردن آنها.
 ۲۱. توجه به ارتقای کیفیت کالاهای داخلی.
- ### د) اولویت‌های برنامه‌سازی
۱. تشویق مصرف کالاهای داخلی به‌عنوان یک سیاست تبلیغی.
 ۲. حمایت از تولیدکنندگان داخلی در جهت کاهش وابستگی اقتصادی.
 ۳. ایجاد احساس غرور در مصرف‌کنندگان کالاهای داخلی.
 ۴. جلب توجه مردم به ویژگی‌های مثبت کالاهای داخلی.
 ۵. پرهیز از بزرگ‌نمایی نواقص احتمالی کالاهای داخلی.
 ۶. تقویت احساس مسئولیت تولیدکنندگان به رعایت حقوق مصرف‌کنندگان.
 ۷. توجه به اهمیت رابطه منطقی کیفیت و قیمت کالاها.
 ۸. تأکید بر این واقعیت که خرید کالاهای خارجی یعنی از دست رفتن



فرصت‌های شغلی داخلی.

۹. جهت‌گیری منفی در مقابل واردات کالاهای خارجی با مشابه داخلی.

۱۰. تشریح وظایف نهادهای فرهنگی و آموزشی در نهادینه کردن مصرف کالاهای داخلی.

۱۱. تولید آواها، نغمه‌ها، سرودها و تصنیف‌هایی که به اهمیت کار و تولید می‌پردازند.

۱۲. جلب توجه مصرف‌کنندگان در زمینه اهمیت بسته‌بندی کالاها و نقش آن در جذب مشتری.

۱۳. جلب توجه تولیدکنندگان در زمینه اهمیت بسته‌بندی کالاها و نقش آن در جذب مشتری.

۱۴. تلاش در جهت سوق دادن پس‌اندازها به سوی فعالیت‌های تولیدی.

۱۵. برنامه‌سازی در زمینه استاندارد و رعایت آن در تولید کالاهای باکیفیت.

۱۶. معرفی نمونه‌های موفق در امر صادرات کالا به طرق گوناگون.

۱۷. ارائه الگوهای عملی از زندگی ائمه معصومین (علیهم‌السلام) و بزرگان دین در زندگی فردی و اجتماعی.

۱۸. بهره‌گیری از ساختارهای گوناگون برنامه‌سازی در جهت تولید برنامه‌های اقتصادی.

ه) نتایج نظرسنجی انجام‌شده از مردم تهران درباره تمایل به مصرف کالاهای داخلی

۱. کالاهای ایرانی در خرید محصولات و



کالاهای غذایی، پوشاک، کفش، مبلمان، مواد شوینده و بهداشتی، در اولویت قرار دارند.

۲. مردان بیش از زنان تمایل به خرید کالاهای ایرانی دارند.

۳. افراد مسن و متأهل بیش از دیگران تمایل به مصرف کالاهای ایرانی دارند.

۴. در خرید کالای داخلی، «کیفیت خوب» و «قیمت مناسب» به ترتیب در رتبه اول و دوم اهمیت قرار دارند.

۵. تجربه شخصی افراد، مهم‌ترین عامل شناخت کیفیت یک کالا از نظر خریداران است.

۶. داشتن علامت استاندارد، تأیید دیگران و تبلیغات به‌عنوان روش‌های اطمینان از کیفیت کالا ابراز شده است.

۷. شاخص‌های برتری کالاهای خارجی نسبت به مشابه داخلی «کیفیت»، «نحوه بسته‌بندی»، «طراحی» و «شکل» آنهاست.

۸. میان تحصیلات و نگرش نسبت به کالاهای ایرانی رابطه معکوس وجود دارد؛ هر قدر تحصیلات افزایش می‌یابد، اقبال به کالاهای ساخت داخل کاهش می‌یابد.

۹. در صورت برابری قیمت، نیمی از پاسخگویان کالاهای خارجی و یک سوم آنها کالاهای داخلی را ترجیح داده و برای ده درصد آنها تفاوتی خاص وجود ندارد.

۱۰. اکثر پاسخ‌دهندگان تأثیر تبلیغات را در انتخاب کالا زیاد می‌دانند.

۱۱. اکثر پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند که «تبلیغات» اطلاعات درستی به خریداران نمی‌دهد. در مقابل یک سوم آنها اعتقاد دارند میزان ارائه اطلاعات صحیح توسط تبلیغات زیاد است. ۱۲ درصد آنها هم معتقدند تبلیغات کالاها فاقد هرگونه اطلاعات درست است.

۱۲. هفتاد درصد پاسخ‌دهندگان تأثیر صداوسیما را در افزایش تمایل مردم به خرید کالاهای ایرانی زیاد می‌دانند.

۱۳. نیمی از پاسخگویان، کیفیت پایین کالاهای ایرانی و بی‌توجهی به ذوق و سلیقه مصرف‌کنندگان عامل گرایش به کالاهای خارجی می‌دانند و نیمی دیگر با

این موضوع مخالف هستند.

۱۴. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که روحیه و عرق ملی و میل به خرید کالاهای ایرانی در افراد وجود دارد، اما کیفیت پایین برخی کالاها و محصولات و توجه نکردن تولیدکنندگان به خواست و سلیقه مردم موجب گرایش آنها به کالاهای خارجی می‌شود.

بخش دوم

الف) سیاست‌ها و اهداف راهبردی

۱. تبیین دینی اهمیت کار و تلاش (الکاد علی عیاله کالمجاهد فی سبیل‌الله).

- بررسی و تبیین اهداف و اصول نظام اقتصادی اسلام.

- تبیین مفهوم و ابعاد عدالت اقتصادی و نقش آن در افزایش تولید ملی و آبادانی کشور.

- تبیین سیره اقتصادی ائمه معصومین (علیهم‌السلام) در ارتباط با کار و کسب روزی، برنامه‌ریزی اقتصادی و میانه‌روی در مصرف و جایگاه کار و کارگر در منابع اسلامی.

۲. زمینه‌سازی برای رسیدن به خودکفایی و تحقق کامل سیاست مستقل «نه شرقی، نه غربی» در همه ابعاد سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی آن در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی. (ماده ۴ اصول عام و کلی قانون خط‌مشی برنامه‌های سازمان)

۳. بررسی و تعمق در ارتباط دهه چهارم انقلاب (پیشرفت و عدالت) و عنوان سال ۱۳۹۱ با عناوین سه سال گذشته: ۱۳۸۸: اصلاح‌الگوی مصرف، ۱۳۸۹: همت مضاعف و کار مضاعف، و ۱۳۹۰: سال جهاد اقتصادی.

۴. لزوم پرداخت به محورهای «سیاست‌های کلی اشتغال» (ابلاغی رهبری فرزانه انقلاب، ۱۳۹۰/۴/۲۸) و «سیاست‌های کلی تشویق سرمایه‌گذاری» (ابلاغی رهبری فرزانه انقلاب، ۱۳۸۹/۱۱/۲۹)

۵. زمینه‌سازی برای سرعت بخشیدن به اجرای برنامه‌های قوای سه‌گانه کشور. (ماده ۱۴ اصول عام و کلی قانون خط‌مشی

برنامه‌های سازمان)

۶. اصلاح سیاست‌های کنونی و تدوین سیاست‌های لازم توسط دولت در راستای تقویت تولید داخلی و حمایت از کالاهای بومی.

۷. ضرورت پرداخت به لزوم تصویب قوانین مورد نیاز در راستای تحقق اهداف مدنظر از عنوان سال.

۸. افزایش کیفیت محصولات داخلی و رقابت‌پذیری نیروی کار و سرمایه‌گذار.

۹. محوریت صداوسیما و به‌ویژه «صدا» در نهادینه‌سازی فرهنگ مصرف کالاهای داخلی توسط مردم.

۱۰. اصلاح نظام مالیاتی در جهت تقویت سرمایه‌گذاری از طریق ثبات مالیات‌ها، شفافیت درآمدها، صراحت در مقررات و منطقی کردن معافیت‌های مالیاتی.

ب) اهداف عملیاتی

۱. بسترسازی برای حمایت از سرمایه‌های داخلی در جهت رشد و توسعه کشور.

۲. ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان داخلی از طریق ارائه مشوق‌ها برای افزایش توان رقابتی آنها در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی.

۳. آشناساختن تولیدکنندگان با نیاز و سلیقه مصرف‌کنندگان ایرانی.

۴. الگوسازی از رفتارهای صحیح اقتصادی نظیر: صرفه‌جویی، تلاش مضاعف، پرهیز از تجمل‌گرایی و مصرف‌زدگی.

۵. تولید برنامه‌های مشترک با وزارتخانه‌های مرتبط و ارائه گزارش‌های مستند از برنامه‌های اجرایی آنها در راستای تحقق شعار سال (۱۳۹۱).

۶. تبیین مفاد قوانین مشوق سرمایه‌گذاری در ایران از سوی شبکه‌های برون‌مرزی از جمله رادیو صدای آشنا.

ج) **خط‌مشی‌ها و سیاست‌های اجرایی**

۱. استفاده از قالب‌های مختلف برنامه‌سازی برای پرداخت به موضوع سال در ایستگاه‌های مختلف.

۲. تنظیم جدول پخش (کنداکتور) هر ایستگاه در راستای پرداخت تخصصی به

موضوع.

۳. اطلاع‌رسانی، تبیین و تحلیل فعالیت‌های اجرایی دستگاه‌های مرتبط با عنوان سال.

۴. اهتمام به استفاده از نظرها، دیدگاه‌ها و حضور فرهیختگان و نخبگان در طراحی و تولید برنامه‌های اقتصادی.

۵. اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم درخصوص اهمیت کار و اشتغال و فعالیت‌های تولیدی در قالب‌های متنوع نظیر: گزارش، مسابقه و مستند.

۶. تدوین شاخص‌های نظارتی و ارزیابی جهت اخذ و تحلیل اقدامات ایستگاه‌ها به صورت ماهیانه.

د) **بایدها**

۱. حمایت از کار و کارگر ایرانی.

۲. حمایت از سرمایه و سرمایه‌گذار ایرانی.

۳. پشتیبانی دولت از تولید داخلی صنعتی و کشاورزی.

۴. تقویت چرخه تولید توسط سرمایه‌داران و کارگران.

۵. لزوم فرهنگ‌سازی در جهت مصرف تولید داخلی.

۶. حمایت و تقویت تولید داخلی با استفاده از صندوق توسعه ملی از سوی دولت.

۷. اصلاح فرهنگ غلط تفاخر به مصرف کالاها و مارک‌های خارجی از سوی مردم.

۸. اهتمام مسئولان در حمایت از بخش خصوصی و ایجاد فضای رقابتی.

۹. استفاده از ظرفیت‌های صندوق توسعه ملی برای حمایت از تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران داخلی.

۱۰. فرهنگ‌سازی در جهت استفاده مناسب از ظرفیت نیروی انسانی متخصص و مجرب داخلی.

۱۱. معرفی ظرفیت‌ها و بازارهای گسترده مصرف داخلی جهت ارائه کالاهای داخلی.

۱۲. فرهنگ‌سازی در راستای برقراری ارتباط میان دانشگاه و بخش تولید، صنعت، کشاورزی و ...

۱۳. لزوم آموزش نیروی انسانی متخصص، ماهر و کارآمد متناسب با

نیازهای بازار کار.

۱۴. بهبود وضعیت محیط کسب و کار، و حمایت از نیروهای کارگری.

۱۵. لزوم برنامه‌ریزی و فرهنگ‌سازی عمومی و پاسخگویی مسئولان در جهت حل مشکل بیکاری در کل کشور.

۱۶. حمایت از نیروی کار با فرهنگ‌سازی در جهت ضرورت برقراری تناسب میان دستمزدها، مزایا و بهره‌وری.

موارد ۱ تا ۹ بخشی از پیام نوروزی رهبر فرزانه انقلاب در سال ۱۳۹۱ است.

ه) **نبایدها**

۱. پرهیز از مبالغه در بیان مشکلات اقتصادی جامعه ضمن حفظ روحیه نقدپذیری و بررسی عملکرد و قصور احتمالی دستگاه‌های ذیربط.

۲. پرهیز از استفاده مکرر و همزمان از کارشناسان در پرداختن به موضوع در ایستگاه‌های مختلف.

۳. اجتناب از پرداخت کلیشه‌ای و تکراری، و پرهیز از شعارزدگی در طرح موضوع و عنوان سال.

۴. پرهیز از مجری‌محوری در برنامه‌ها و ارائه نظرهای غیرکارشناسی در این موضوع.

۵. اجتناب از معرفی و تبلیغ کالاهای خارجی که مشابه داخلی دارند.

۶. اجتناب از توجیه و سوق دادن جامعه به سمت تجمل‌گرایی و مصرف‌زدگی.

۷. اجتناب از تحقیر و هرگونه تعرض ضمنی، تلویحی یا تصریحی در آیتم‌های مختلف برنامه‌سازی به نیروی ارزشمند کار و کارگر، روستایی و زحمت‌کش و ...

و) **محورهای پیشنهادی برنامه‌سازی**

۱. عبادت جلوه‌دادن کار و خدمت، مانند: بوسه پیامبر اعظم (صلی‌الله‌علیه و آله وسلم) بر دستان کارگر، مجاهد فی سبیل‌الله دانستن تلاشگر و ...

۲. توجه به معرفی کالاهای تولید داخل و تشریح پیامدهای منفی بی‌توجهی به تولیدات داخلی.

۳. بررسی نقش صندوق توسعه ملی در حمایت از صنایع داخلی و فعالیت‌های تولیدی.

۴. تبیین شیوه‌های گسترش صادرات و ایجاد اشتغال مولد.

۵. معرفی کارآفرینان موفق و ارائه الگو از آنها.

۶. معرفی مشاغل زودبازده خانگی و اقتصاد خانواده‌محور (ارائه الگوهای موفق ژاپن، اندونزی، کره جنوبی و...)

۷. معرفی کارآفرینان و مؤسسات کارآفرینی موفق و الگوسازی از آنها.

۸. معرفی فعالیت‌های اقتصادی موفق مردمی و تشویق مخاطبان به سرمایه‌گذاری و شرکت در تعاونی‌های تولیدی.

۹. برجسته‌سازی فعالیت‌های دستگاه‌ها در حمایت از تولید و نیروی کار ایرانی.

۱۰. معرفی بسترها و ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری داخلی.

۱۱. دعوت از مسئولان برای ارائه گزارش عملکرد در عرصه تولید.

۱۲. مطالبه از دستگاه‌های نظارتی و قضایی جهت برخورد جدی و مقتدرانه با مفاسد اقتصادی.

۱۳. مطالبه از مسئولان برای اعلام برنامه‌های خود در راستای حمایت از تولید ملی.

۱۴. زمینه‌سازی و فرهنگ‌سازی همراه با بیان انتظارات و نگرانی‌های مردم در خصوص گام دوم اجرای طرح هدفمندی یارانه‌ها.

۱۵. مصاحبه با مردم و مخاطبان در راستای افزایش انگیزه خرید محصولات و کالاهای داخلی.

۱۶. ارائه گزارش‌های مستند از رضایت مردم کشورهایی که کالاهای ایرانی به آنجا صادر می‌شود.

۱۷. تهیه آیت‌ها، آگهی‌های تجاری و بازرگانی از کالاهای مرغوب داخلی.

۱۸. تهیه گزارش‌ها و مستندهای مردمی درباره انتظارات آنها از مسئولان در راستای حمایت از تولید ملی و سرمایه و کار ایرانی.

۱۹. بیان منصفانه و نقادانه تأثیر منفی گرانی، تورم، بیکاری و... بر اعتماد مردم

بر کارآمدی دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط.

۲۰. ارائه گزارش‌های مستند و مستمر از میزان و مجموع صادرات کالاهای غیرنفتی.

۲۱. تبیین ضرورت برخورد قانونی، اجرایی و جدی با واردات بی‌رویه کالاهای مشابه تولید داخلی، به‌ویژه کالاهای بی‌کیفیت و تبیین نقش مخرب آنها بر تولید داخلی.

ز) محورهای برنامه‌سازی با عنوان بررسی‌های آسیب‌شناختی

۱. تبیین نقش مخرب اقتصاد بیمار رانتی و غیرشفاف بر تحقق اهداف مد نظر از «تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی».

۲. تبیین نقش و تأثیر واردات بی‌رویه و قاچاق کالا بر تولید داخلی.

۳. فقدان فرایند منطقی در حمایت از صنایع مختلف داخلی.

۴. تبیین چرایی ترجیح کالاهای خارجی بر کالاهای داخلی توسط مصرف‌کننده ایرانی و بیان آفت‌های این فرهنگ غلط.

۵. حمایت‌نکردن از کارآفرین و سرمایه‌گذار و وجود بروکراسی طولانی در سامان‌دهی به تولید.

۶. تقبیح روحیه تنبلی و تن‌پروری در جامعه.

۷. بررسی تأثیر منفی قوانین متناقض و ضدسرمایه‌گذاری و حمایت‌نکردن از سرمایه‌گذار.

۸. بررسی تأثیر منفی مستهلک و قدیمی بودن صنایع و فناوری‌های موجود بر روند تولید در مقایسه با بهسازی و به‌روزروی آنها.

۹. تبیین چرایی میزان سوددهی پایین فعالیت‌های تولیدی در مقایسه با دلالتی و فعالیت‌های واسطه‌ای.

۱۰. آسیب‌شناسی عملکرد مسئولان در خصوص میزان کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال در جامعه.

ح) محورهای برنامه‌های اقتصادمحور رادیو

۱. طراحی برنامه‌ها با هماهنگی اداره

کل طرح، برنامه و نظارت و ساخت برنامه‌های تحلیلی-تبیینی در قالب میزگرد و گفت‌وگوهای کارشناسی با محوریت عنوان سال.

۲. تبیین اصل ۴۴ قانون اساسی، اهداف سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی برنامه پنجساله توسعه، و مفاد برنامه پنجساله پنجم توسعه با حضور کارشناسان و متخصصان.

۳. تبیین مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و معیارهای الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت موضوع ماده ۱ قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۰-۱۳۹۴)

۴. توجه به ابعاد فرهنگی و تمدنی ارائه الگوی بومی از توسعه و پیشرفت در راستای حفظ استقلال سیاسی، اقتصادی و فرهنگی.

۵. بررسی و نقد کارشناسانه قوانین و مقررات حاکم بر تولید با هدف تجدیدنظر در آنها و تشویق در راستای تصویب قوانین مشوق و حامی تولید ملی و سرمایه ایرانی.

۶. ارائه بحث‌های کارشناسی در راستای تقویت و توانمندسازی کارآفرینان و تولیدکنندگان داخلی.

۷. نقد سیاست‌های پولی و ملی حاکم بر اقتصاد کشور، بروکراسی اداری، نظام اخذ اعتبار و وام بانکی و... .

۸. بررسی عملکرد مراجع ذی‌ربط در مبارزه با قاچاق کالاهای خارجی به کشور.

۹. نقد سیستم معیوب نظارت و قیمت‌گذاری کالا و خدمات.

۱۰. بررسی فرایند، نقاط ضعف و قوت طرح هدفمندی یارانه‌ها، به‌ویژه در بخش تولید.

۱۱. ارائه تبیین‌ها و تحلیل‌های آموزش‌محور در راستای فرهنگ‌سازی برای گسترش تولید صادرات‌محور.