

## عنوان مقاله:

نقش رسانه در آموزش و اطلاع رسانی درباره گیاهان دارویی و نقش آن در اقتصاد مقاومتی

## محل انتشار:

اولین همایش ملی نقش گیاهان دارویی در اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

فاطمه رفیعی - تهیه کننده و برنامه ساز و گزارشگر رادیو صدا و سیمای مرکز چهارمحال و بختیاری، دانشجوی مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی امین فولادشهر

## خلاصه مقاله:

اقتصاد مقاومتی به مثابه ی دکتترین کشور برای مواجهه با تحریم ها و پیشرفت در شرایط فعلی است که توسط مقام معظم رهبری (دام ظلّه) مطرح شده است. مردمی کردن اقتصاد، کاهش وابستگی به نفت، مدیریت مصرف، استفاده ی حداکثری از زمان، منابع و امکانات، حرکت بر اساس برنامه، وحدت و همبستگی، حمایت از تولید ملی و مدیریت منابع ارزی را می توان استراتژی اصلی این مفهوم نوظهور دانست. رسانه ها در جوامع امروزی طیف بسیار گسترده ای از اهداف را دنبال می کنند که عدم آگاهی نسبت به آن ها می تواند ما را نسبت به این پدیده تاثیرپذیرتر سازد؛ اهدافی همچون جامعه پذیر کردن، سرگرمی، نظارت و اطلاع رسانی، تفسیر، پیوند انسان ها و... در این مقاله، تحلیلی از عملکرد رسانه ها همچون رادیو و تلویزیون نسبت به مقوله ی اقتصاد مقاومتی و برنامه های رادیو و تلویزیون درباره آموزش و آشنایی مردم با گیاهان دارویی و چگونگی همسو بودن در جهت اقتصاد مقاومتی پرداخته می شود. با این توضیح که مطابق اعتقاد مک لوهان، رسانه در هر تعریفی، یا خود پیام است یا اصلا برای پیام رسانی به وجود آمده است. پیام نیز یا خود فرهنگ است یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است.

## کلمات کلیدی:

رسانه، گیاهان دارویی، اقتصاد مقاومتی، برنامه سازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/653923>

