

به نام خداوند بخشنده و مهربان

گمرك و رسانه

علی محمد جهانی

دکتر علی البررزنائی

(عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

انتشارات سخنکده

۱۳۹۴

سرشناسه : جهانی، علی محمد، ۱۳۵۲-
 عنوان و نام پدیدآور : گمرک و رسانه
 مشخصات نشر : تهران: سخنکده، ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری : ۱۵۰ص: جدول، نمودار.
 شابک : ۹۷۸۶۰۰۷۷۴۲۳۶۵
 وضعیت فهرست نویسی : فیپای مختصر.
 یادداشت : فهرستنویسی کامل این اثر در نشانی:
<http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.
 شناسه افزوده : رضائی، علی اکبر، ۱۳۶۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۱۱۴۷۷۱



نام کتاب: گمرک و رسانه

ناشر: سخنکده

نویسندگان: علی محمد جهانی، دکتر علی اکبر رضائی

صفحه آرای: امیر کلینی

چاپ اول: ۱۳۹۴

شابک: ۹۷۸۶۰۰۷۷۴۲۳۶۵

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

مراکز فروش: ۱- ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب، بازار بزرگ کتاب، شماره ۲ تلفن: ۶۶۴۰۸۰۰۰

۲- ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب پ ۲۴ فروشگاه گلچین، تلفن: ۶۶۹۶۲۸۴۱

وب سایت فروش آنلاین: www.iranbook.ir ایمیل: sokhankadeh@yahoo.com

فصل اول: کلیات.....	۱۳
مروری بر موضوع پژوهش.....	۱۵
سؤال اصلی پژوهش که با آن مواجه هستیم.....	۱۶
سؤالات فرعی پژوهش که می‌تواند ما را در پاسخ به آنها ترغیب کند.....	۱۶
فرضیه اصلی.....	۱۶
اهمیت و ضرورت این پژوهش.....	۱۶
اهداف پژوهش.....	۱۷
روش پژوهش.....	۱۷
جامعه آماری.....	۱۹
۱- تعیین حجم نمونه.....	۱۹
۲- پایایی پژوهش.....	۱۹
۳- روایی تحقیق.....	۲۱
مبانی نظری پژوهش.....	۲۱
نظریه استفاده و رضامندی (نیاز-ویی).....	۲۳
میزان مناسبت داشتن موضوع به کار و زندگی فرد.....	۲۴
تاریخچه.....	۲۷
زمینه‌های روانشناختی و جامعه‌شناختی.....	۲۸
ساختار نیازها.....	۲۹
میزان آگاهی مخاطبان از نیازها.....	۳۰
فعال بودن مخاطب.....	۳۲
رضایتمندی آیا خوشنودی!.....	۳۴
چشم‌داشت و ارزشیابی.....	۳۴
استفاده از رسانه‌ها برای کسب اطلاع.....	۳۶
نظریه دریافت.....	۳۷
نظریه‌های علمی - اجتماعی.....	۳۸
نظریه‌های ارزشی - هنجاری.....	۳۹
نظریه‌های کاربردی.....	۳۹
نظریه‌های فهم متعارف.....	۳۹
نظریه استحکام.....	۴۰

۴۰	نظریه ماریج سکوت
۴۰	نظریه سلطه رسانه‌ها
۴۱	نظریه وابستگی
۴۱	نظریه کاشت
۴۱	نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها
۴۲	تعریف مفاهیم
۴۲	۱- فرهنگ
۴۷	۲- رسانه ملی
۴۷	تعریف رسانه ملی
۴۸	اهداف رسانه ملی
۴۹	ویژگی‌ها و کارکردهای رسانه ملی
۵۱	۳- گمرک
۵۱	پیشینه پژوهش
۶۱	فصل دوم: رسانه ملی و کارکردی آن
۶۳	سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و کارکردهای آن
۶۳	تاریخچه سازمان صدا و سیما
۶۳	تاریخچه رادیو
۶۵	تاریخچه تلویزیون
۶۹	اساسنامه سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۶۹	کلیات
۷۰	هدف‌ها و وظایف و اختیارات
۷۱	ارکان سازمان
۷۴	تشکیلات
۷۵	خط مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان
۷۵	اصول کلی
۷۷	تولیدات سازمان صدا و سیما
۷۷	برنامه‌های خبری
۷۸	برنامه‌های فرهنگی
۷۹	برنامه‌های اجتماعی
۸۰	برنامه‌های سیاسی
۸۲	برنامه‌های اقتصادی

۸۲	برنامه‌های اداری
۸۳	برنامه‌های نظامی
۸۳	مدیریت صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۸۵	فصل سوم: گمرک و کارکردهای آن
۸۷	پیشینه گمرک در ایران
۹۳	نقش و وظایف گمرک
۹۶	۱- بیانیه مأموریت گمرک ج.ا.ا.
۹۶	۲- چشم‌انداز گمرک ج.ا.ا.
۹۷	۳- رویه‌های گمرکی
۹۷	۳-۱- سلاهای ورودی
۹۸	۴- تعاریف
۹۹	کالاهای صدور
۹۹	سایر رویه‌ها
۱۰۲	فهرست فرآیندهای وسیع‌المنظر و مطلوب به تفکیک رویه‌های گمرکی
۱۰۲	ساختار سازمانی جدید و نام‌های گمرک
۱۰۵	فصل چهارم: یافته‌های پژوهش
۱۰۷	متغیرهای زمینه
۱۰۷	جنسیت پاسخگویان
۱۰۸	تحصیلات پاسخگویان
۱۰۹	سابقه خدمت پاسخگویان
۱۱۰	متغیرهای مستقل و وابسته
۱۱۰	«هر کدام از نقش گمرک که در زیر مطرح می‌شود تا چه حد با بازرگانان و مسافران شناخته شده است؟»
۱۱۰	ایجاد درآمدهای ملی
۱۱۱	ایفای نقش اساسی در چرخه اقتصادی کشور
۱۱۲	درآمدزایی برای دولت
۱۱۳	ایجاد اشتغال
۱۱۴	کنترل مبادی ورودی و خروجی کالای کشور
۱۱۵	مبارزه با قاچاق کالا
۱۱۶	«میزان این آشنایی با نقش گمرک در نزد مدیران و کارشناسان خود گمرک چقدر است؟»
۱۱۶	ایجاد درآمدهای ملی

- ۱۱۷..... ایفای نقش اساسی در چرخه اقتصادی کشور
- ۱۱۸..... درآمدزایی برای دولت
- ۱۱۹..... ایجاد اشتغال
- ۱۲۰..... کنترل مبادی ورودی و خروجی کالای کشور
- ۱۲۱..... مبارزه با قاچاق کالا
- «در صورت آشنایی ناکافی مخاطبین گمرک (بازرگانان، مسافران و کارشناسان) با نقش گمرک، تأثیر هر کدام از موارد زیر در این عدم آشنایی تا چه اندازه است؟» ۱۲۲.....
- «هر کدام از عوامل زیر در اطلاع‌رسانی ناکافی رسانه‌ها در مورد نقش و اهمیت گمرک تا چه حد مؤثر است؟» ۱۲۳.....
- آشنا نبودن مدیران گمرک جمهوری اسلامی با اهمیت و نقش رسانه‌ها ۱۲۳.....
- ضعف عملکرد روابط عمومی گمرک در اطلاع‌رسانی ۱۲۴.....
- ناآگاهی اصحاب رسانه نسبت جایگاه گمرک در اقتصاد کشور ۱۲۵.....
- عدم ارتباط مؤثر و متقابل مدیران رسانه‌ای و مدیران گمرک ۱۲۶.....
- «هر کدام از موارد زیر تا چه حد به این ارتقای موقعیت گمرک جمهوری اسلامی از طریق رسانه‌ها مؤثر است؟» ۱۲۷.....
- تقویت روابط عمومی گمرک و اطلاع‌رسانی نقش اخبار مربوط به گمرک از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری ۱۲۷.....
- حضور مدیران گمرک در برنامه‌های صدا و سیما و تبیین اهمیت و جایگاه گمرک ۱۲۸.....
- ساخت و پخش تیزرهای تبلیغاتی با محوریت قوانین گمرکی و نقش گمرک در جامعه ۱۲۹.....
- ایجاد امکان بازدید دانشجویان از مجموعه گمرک به ویژه در مناطق مرزی ۱۳۰.....
- ایجاد شفافیت در عملکرد گمرک از طریق رسانه‌ها ۱۳۱.....
- یافته‌های پژوهش ۱۳۲.....
- الف - نتایج حاصل از مطالعات حوزه ادبیات تحقیق ۱۳۲.....
- ب - نتایج مستقیم حاصل از اجرای پژوهش ۱۳۳.....
- نتیجه‌گیری** ۱۳۵.....
- سؤال فرعی اول: نقش گمرک تا چه حد برای بازرگانان و مسافران شناخته شده است؟ ۱۳۷.....
- سؤال‌های دوم و سوم فرعی: نقش گمرک تا چه حد نزد مدیران و کارشناسان خود گمرک شناخته شده است؟ ۱۳۷.....
- در صورت آشنایی ناکافی مخاطبین گمرک با نقش گمرک، علل آن چیست؟ ۱۳۷.....
- سؤال چهارم فرعی: کدام عوامل بر اطلاع‌رسانی ناکافی رسانه‌ها در مورد نقش و اهمیت گمرک مؤثر است؟ ۱۳۸.....
- سؤال پنجم فرعی: کدام عوامل بر اطلاع‌رسانی ناکافی رسانه‌ها در مورد نقش و اهمیت گمرک مؤثر است؟ ۱۳۸.....

پیشنهادهات	۱۴۱
الف - پیشنهادات ناشی از یافته‌های مستقیم اجرای پژوهش	۱۴۲
ب - پیشنهادات کاربردی به مدیران گمرک	۱۴۲
منابع و مآخذ	۱۴۴
الف - منابع فارسی	۱۴۴
ب- منابع انگلیسی	۱۴۶
ج- منابع اینترنتی	۱۴۸

فهرست جداول

صفحه

عنوان

۲۰	جدول (۱-۱) روایی پرسشنامه
۲۵	جدول (۱-۲) الگوی استفاده و رضایتمندی بلومر و کاتز ۱۹۷۴
۳۳	جدول (۱-۳) سنخ‌شناسی فعالیت مخاطب از دید لوی و ویندال
۱۰۷	جدول (۴-۱) توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان
۱۰۸	جدول (۴-۲) توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان
۱۰۹	جدول (۴-۳) توزیع فراوانی سابقه خدمت پاسخگویان
۱۱۰	جدول (۴-۴) ایجاد درآمدهای ملی
۱۱۱	جدول (۴-۵) ایفای نقش اساسی در چرخه اقتصادی کشور
۱۱۲	جدول (۴-۶) درآمدزایی برابر دولت
۱۱۳	جدول (۴-۷) ایجاد اشتغال
۱۱۴	جدول (۴-۸) کنترل مبادی ورودی و خروجی کالای کشور
۱۱۵	جدول (۴-۹) مبارزه با قاچاق
۱۱۶	جدول (۴-۱۰) ایجاد درآمدهای ملی
۱۱۷	جدول (۴-۱۱) ایفای نقش اساسی در چرخه اقتصادی کشور
۱۱۸	جدول (۴-۱۲) درآمدزایی برای دولت
۱۱۹	جدول (۴-۱۳) ایجاد اشتغال
۱۲۰	جدول (۴-۱۴) کنترل مبادی ورودی و خروجی کالای کشور
۱۲۱	جدول (۴-۱۵) مبارزه با قاچاق کالا
۱۲۲	جدول (۴-۱۶) توزیع پاسخگویان بر حسب "عوامل مؤثر بر عدم آشنایی با اهمیت نقش گمرک"
۱۲۳	جدول (۴-۱۷) توزیع پاسخگویان بر حسب "آشنا نبودن مدیران گمرک جمهوری اسلامی با اهمیت و نقش رسانه‌ها"
۱۲۴	جدول (۴-۱۸) توزیع پاسخگویان بر حسب "میزان ضعف عملکرد روابط عمومی گمرک در اطلاع‌رسانی"
۱۲۵	جدول (۴-۱۹) توزیع پاسخگویان بر حسب "عدم ارتباط موثر و متقابل مدیران رسانه‌ای و مدیران گمرک"
۱۲۶	جدول (۴-۲۰) توزیع پاسخگویان بر حسب "تقویت روابط عمومی گمرک و اطلاع‌رسانی دقیق اخبار مربوط به گمرک از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری"

- جدول (۴-۲۱) توزیع پاسخگویان بر حسب "حضور مدیران گمرک در برنامه‌های صدا و سیما و تبیین اهمیت و جایگاه گمرک" ۱۲۸
- جدول (۴-۲۲) توزیع پاسخگویان بر حسب "ساخت و پخش تیزرهای تبلیغاتی با محوریت قوانین گمرکی و نقش گمرک در جامعه" ۱۲۹
- جدول (۴-۲۳) توزیع پاسخگویان بر حسب "ایجاد امکان بازدید دانشجویان از مجموعه گمرک به ویژه در مناطق مرزی" ۱۳۰
- جدول (۴-۲۴) توزیع پاسخگویان بر حسب "ایجاد شفافیت در عملکرد گمرک از طریق رسانه‌ها" ۱۳۱

فهرست نمودارها

صفحه

عنوان

۱۰۷	نمودار (۴-۱) توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان
۱۰۸	نمودار (۴-۲) توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان
۱۰۹	نمودار (۴-۳) توزیع فراوانی سابقه خدمت پاسخگویان
۱۱۰	نمودار (۴-۴) ایجاد درآمدهای ملی
۱۱۱	نمودار (۴-۵) ایفای نقش اساسی در چرخه اقتصادی کشور
۱۱۳	نمودار (۴-۷) ایجاد اشتغال
۱۱۴	نمودار (۴-۸) کنترل مبادی ورودی و خروجی کالای کشور
۱۱۵	نمودار (۴-۹) مبارزه با قاچاق کالا
۱۱۶	نمودار (۴-۱۰) ایجاد درآمدهای ملی
۱۱۷	نمودار (۴-۱۱) ایفای نقش اساسی در چرخه اقتصادی کشور
۱۱۸	نمودار (۴-۱۲) درآمدی برای دولت
۱۱۹	نمودار (۴-۱۳) ایجاد اشتغال
۱۲۰	نمودار (۴-۱۴) کنترل مبادی ورودی و خروجی کالای کشور
۱۲۱	نمودار (۴-۱۵) مبارزه با قاچاق کالا
۱۲۲	نمودار (۴-۱۶) توزیع پاسخگویان بر حسب "عوامل مؤثر بر عدم آشنایی با اهمیت و نقش گمرک"
۱۲۳	نمودار (۴-۱۷) آشنا نبودن مدیران گمرک جمهوری اسلامی با اهمیت و نقش رسانه‌ها
۱۲۴	نمودار (۴-۱۷) توزیع پاسخگویان بر حسب "میزان ضعف عملکرد روابط عمومی گمرک در اطلاع‌رسانی"
۱۲۵	نمودار (۴-۱۸) توزیع پاسخگویان بر حسب "ناآگاهی اصحاب رسانه نسبت به جایگاه گمرک در اقتصاد کشور"
۱۲۶	نمودار (۴-۱۹) توزیع پاسخگویان بر حسب "عدم ارتباط موثر و متقابل مدیران رسانه‌ای و مدیران گمرک"
۱۲۷	نمودار (۴-۲۰) توزیع پاسخگویان بر حسب "تقویت روابط عمومی گمرک و اطلاع‌رسانی دقیق اخبار مربوط به گمرک از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری"
۱۲۸	نمودار (۴-۲۱) توزیع پاسخگویان بر حسب "حضور مدیران گمرک در برنامه‌های صدا و سیما و تبیین اهمیت و جایگاه گمرک"
۱۲۹	نمودار (۴-۲۲) توزیع پاسخگویان بر حسب "ساخت و پخش تیزرهای تبلیغاتی با محوریت قوانین گمرکی و نقش گمرک در جامعه"
۱۳۰	نمودار (۴-۲۳) توزیع پاسخگویان بر حسب "ایجاد امکان بازدید دانشجویان از مجموعه گمرک به ویژه در مناطق مرزی"
۱۳۱	نمودار (۴-۲۳) توزیع پاسخگویان بر حسب "ایجاد شفافیت در عملکرد گمرک از طریق رسانه‌ها"