

عنوان مقاله:

نقش مطبوعات اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی

محل انتشار:

فصلنامه رسانه، دوره 28، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

نازنین ملکیان - استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق

معصومه صیادعلیجانی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

خلاصه مقاله:

اهمیت نقشی که مطبوعات و به خصوص مطبوعات اقتصادی در کمک به توسعه صادرات غیر نفتی و ورود به بازارهای جهانی دارند، بر کسی پوشیده نیست. در این پژوهش تلاش شده است تا به نقشی که مطبوعات اقتصادی بر توسعه صادرات غیر نفتی دارند، پرداخته شود. شیوه تحقیق حاضر، توصیفی و از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان صندوق ضمانت صادرات است، که با توجه به تعداد کم کارشناسان، با استفاده از روش تمام شماری، تعداد کل جامعه 115 نفر تعیین شد. در این تحقیق از تکنیک های آمار توصیفی، نظیر جداول فراوانی و ترسیم نمودارهای آماری، برای بررسی چگونگی توزیع نمونه آماری از حیث متغیرهای فردی پرداخته شده است و جهت تعیین نرمال یا غیرنرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتایج حاصل از بررسی داده ها نشان داد که متغیر وابسته و تمام مولفه های متغیر مستقل نرمال است. در نتیجه برای آزمون فرضیه ها از همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. نتایج حاصله نشان می دهد، متغیر تبلیغ از طریق مطبوعات اقتصادی، اطلاع رسانی از طریق مطبوعات اقتصادی، راهنمایی از طریق مطبوعات اقتصادی و آموزش از طریق مطبوعات اقتصادی، بر توسعه صادرات نفتی تاثیر معناداری دارد. تنها متغیر ترویج از طریق مطبوعات اقتصادی بر توسعه صادرات غیرنفتی تاثیر معناداری نداشته است.

کلمات کلیدی:

مطبوعات، مطبوعات اقتصادی، توسعه، صادرات غیرنفتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793310>

