

دوفصلنامه علمی - پژوهشی جستارهای اقتصادی، سال سوم، شماره ششم، پاییز و زمستان ۱۳۸۵

تأثیر یارانه مطبوعات بر تیراژ آنها در ایران^۱*

دکتر میثم موسایی**

چکیده

در این مقاله تأثیر یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم پرداختی به مطبوعات بر تیراژ و تقاضای خرید آنها بررسی می‌شود و سپس اگر هدف از پرداخت این یارانه‌ها کمک به مطبوعات، متناسب با هزینه آنها باشد، این سؤال که آیا تناسب در پرداخت یارانه‌ها به روزنامه‌ها رعایت می‌شود یا خیر؟ و اصولاً آیا مطبوعات احتیاج به دریافت این کمکها دارند یا خیر؟ پاسخ داده می‌شود.

^۱ - تاریخ دریافت: ۸۵/۴/۲۷؛ تاریخ تأیید: ۸۵/۵/۳۰.

* این مقاله از طرح تحقیقاتی تامین اعتبار شده توسط معاونت پژوهشی دانشگاه تهران استخراج شده است.

** عضو هیأت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران؛ mousaaei@ut.ac.ir.

برای پاسخ به این سؤالها میزان یارانه‌های پرداختی به کل مطبوعات و ترکیب درآمدها و هزینه‌های نه روزنامه کثیرالانتشار برای نمونه بررسی می‌شود. از هر روزنامه شصت نسخه در سال ۸۴ (هر ماه پنج نسخه) به صورت تصادفی انتخاب و از لحاظ درآمد و هزینه بررسی شده است. پس از محاسبه درآمد و هزینه متوسط هر نسخه از روزنامه‌ها و تعیین میزان سود و زیان احتمالی، این نتیجه حاصل شد که یارانه پرداختی مطبوعات برای جلوگیری از زیان‌دهی آنها توجیه ندارد و متناسب با هزینه متوسط نشریات نیز پرداخت نمی‌شود و تأثیر قابل توجهی بر افزایش تقاضا برای خرید مطبوعات نیز ندارد. پیشنهاد مقاله، حذف یارانه‌ها و در صورت تداوم، تجدیدنظر اساسی در آنها بر مبنای یکسان کردن حاصل جمع سود متوسط و یارانه متوسط هر نسخه است.

واژگان کلیدی: مطبوعات، یارانه‌ها، تیراژ، اقتصاد مطبوعات و یارانه هدفمند.

طبقه‌بندی JEL:

H۲۶، Z۱۱ و H۲۳.

مقدمه

هم اکنون دولت هر ساله به شکل مستقیم (ارزی و ریالی) و به شکل غیرمستقیم (تخصیص سهمیه کاغذ و...) یارانه قابل توجهی (حدود ۱۰۰ میلیارد ریال در سال) به مطبوعات اختصاص می‌دهد. از طرفی بیان می‌شود که مطبوعات از لحاظ مالی در مضیقه هستند و به جهت بازگشت سرمایه توجیه اقتصادی ندارند (حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۷۹) و از سوی دیگر حدود سه هزار نفر در صف دریافت مجوز نشر قرار دارند. در اینجا این سؤال مطرح می‌شود که اگر سرمایه‌گذاری در این بخش توجیه اقتصادی ندارد، چرا چندین برابر تعداد نشریات فعلی، تقاضا برای دریافت مجوز نشریه وجود دارد؟ اهداف دولت از پرداخت یارانه‌ها نمی‌تواند خارج از اهداف دخالت دولت در اقتصاد باشد. معمولاً هدف دولت از دخالت در اقتصاد در سه مقوله تخصیص بهینه منابع، ثبات اقتصادی و توزیع عادلانه خلاصه می‌شود.

به دلیل سهم ناچیز یارانه‌های مطبوعات در مقایسه با کل یارانه‌ها می‌توان گفت

مورد دوم و سوم درباره یارانه مطبوعات مصداق ندارد و باید هدف پرداخت یارانه به مطبوعات را در مورد نخست جستجو نمود. براین اساس ابتدا باید مشخص شود که هدف از پرداخت یارانه‌ها به منظور تغییر تخصیص منابع چگونه تعریف شده است و چه هدف یا اهدافی می‌تواند مدنظر باشد؟ و آیا یارانه‌ها در تحقق این هدف یا اهداف نقش مؤثری داشته‌اند؟

مطبوعات و مسئولان به صورت تلویحی هدف از پرداخت یارانه به مطبوعات و بعضی کالاهای فرهنگی دیگر را کمک به رشد کمی و کیفی مطبوعات به‌ویژه افزایش تیراژ آنها اعلام می‌کنند و معتقدند که در صورت عدم پرداخت یارانه بسیاری از مطبوعات قادر به ادامه فعالیت نیستند. بنابراین سؤال مقاله این است که یارانه‌های پرداختی دولت به مطبوعات چه تأثیری بر تیراژ آنها دارد؟ و آیا بین میزان یارانه‌ها به مطبوعات با هزینه‌های آنها تناسبی وجود دارد؟ فرضیه مطالعه این است که یارانه‌های پرداختی به مطبوعات، تأثیر قابل توجهی بر تیراژ آنها ندارد و متناسب با هزینه متوسط نشریات پرداخت نمی‌شود.

با توجه به عدم وجود آمار و اطلاعات مورد نیاز، برای جمع‌آوری اطلاعات از روش نمونه‌گیری استفاده شده است. بنابراین برای جمع‌آوری اطلاعات میزان درآمد آگهی روزنامه‌ها، از اطلاعات مربوط به میزان آگهی (دولتی و غیردولتی) تعدادی نشریات کثیرالانتشار و برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به فروش، از تراز سود و زیان و تراز مالی سالانه مطبوعات و همچنین به منظور گردآوری اطلاعات مربوط به هزینه‌ها، از جداول سود و زیان مطبوعات استفاده شده است. همچنین اطلاعات از روش تجزیه و تحلیل هزینه - فایده پردازش می‌شوند. و ۹ روزنامه کثیرالانتشار در سال ۱۳۸۴ شامل کیهان، اطلاعات، رسالت، کار و کارگر، همشهری، جمهوری اسلامی، ابرار، ایران و اخبار اقتصادی می‌باشد.

بنابراین در این مقاله ابتدا پیشینه تحقیق و سپس چارچوب نظری مربوط به پرداخت یارانه مطبوعات ارائه و پس از آن هزینه‌ها و درآمد مطبوعات بررسی می‌شود. پس از مشخص شدن وضعیت سود و زیان نشریات، یارانه‌های پرداختی به

مطبوعات ارائه و سپس اینکه گفته می‌شود مطبوعات به دلیل داشتن فواید اجتماعی و به دلیل به صرفه نبودن سرمایه‌گذاری در آن باید یارانه دریافت نمایند، آیا یارانه‌های پرداختی تناسبی با میزان سود و زیان آنها داشته است یا خیر؟ بررسی می‌شود و در پایان ضمن نتیجه‌گیری راهکار معقول‌تری برای هدفمند شدن یارانه مطبوعات ارائه می‌شود.

۱. ادبیات موضوع

درباره نظام پرداخت یارانه مطبوعات در ایران تحقیقات و مقالات بسیار محدودی نوشته شده است و فقط یک تحقیق به‌طور مستقیم با این موضوع مرتبط است که در آن اطلاعات مالی تعداد معدودی از نشریات کثیرالانتشار جمع‌آوری و تحلیل شده است. این تحقیق نشان می‌دهد نظام پرداخت یارانه به مطبوعات دارای اثربخشی بسیار پایینی است، الگوی مورد استفاده در این تحقیق تعیین هزینه‌های ثابت و متغیر برای تعدادی از نشریات براساس هزینه‌ها و قیمت‌های سال ۱۳۷۲ است. میزان سود متوسط هر نسخه از نشریات با این فرض که یارانه‌ها باید بر مبنای میزان ضرر احتمالی نشریات پرداخت شود محاسبه می‌گردد. البته به‌علت وجود رانتها و امتیازات در این بخش اطلاعات با محدودیتهای بسیار گردآوری شده‌اند و در بعضی موارد قابل اتکا نیستند.

در ایران به‌غیر از این تحقیق مطالعه‌ای درباره یارانه مطبوعات انجام نشده است. ولی درباره مسائل اقتصادی روزنامه‌ها با نگرش سبب هزینه‌های خانوار و درجه حساسیت تقاضا نسبت به تغییر قیمت نشریات و درآمد خانوار مطالعه‌ای انجام و کششها اندازه‌گیری شده است (خزایی، ۱۳۷۹، ص ۱۹۳). در این مطالعه با استفاده از ترکیب هزینه‌های خانوار و با اطلاعات مرکز آمار، کشش قیمتی نشریات به‌صورت مقطعی و در کوتاه‌مدت در چند استان محاسبه شده و در آن به مسئله یارانه‌ها پرداخته نشده است. اشکال اساسی این تحقیق افزون بر استفاده از آمار و اطلاعات ۱۰ سال پیش این است که تخمینها براساس رگرسیون تک معادله‌ای انجام شده است. تحقیق مشابهی نیز از سوی مرکز مطالعات رسانه‌ها انجام شده که متأسفانه

نتایج آن منتشر نشده است (نادران، ۱۳۷۹). براساس این تحقیقات، سهم هزینه‌های فرهنگی در هزینه کل، بین یک تا شش درصد در سی سال گذشته در نوسان بوده است. در مجموع، تخمین ضریب کشش درآمدی در این تحقیقات نشان می‌دهد که به‌طور متوسط کشش درآمدی در سالهای مورد بررسی مطبوعات به‌حدود ۱/۵ رسیده است. یعنی یک درصد افزایش در درآمد خانوار موجب افزایش ۱/۵ درصد تقاضا برای مطبوعات می‌شود (خزایی، ۱۳۷۹).

تاریخچه‌ای از تحقیقات انجام شده در حوزه اقتصاد مطبوعات در داخل کشور ذکر شد. درباره سابقه این‌گونه تحقیقات در سایر کشورها متأسفانه هیچ‌گونه تحقیقی درباره اثربخشی یارانه‌ها بر مطبوعات یافت نشد. شاید به‌دلیل آنکه پرداخت کمکهای مستقیم و غیرمستقیم به روزنامه‌ها در چنین سطحی در کشورهای توسعه‌یافته امری بی‌سابقه است. بیشتر تحقیقات خارج از کشور درباره ابعاد سیاسی - اجتماعی مطبوعات بوده که ارتباطی با این مقاله نداشت.

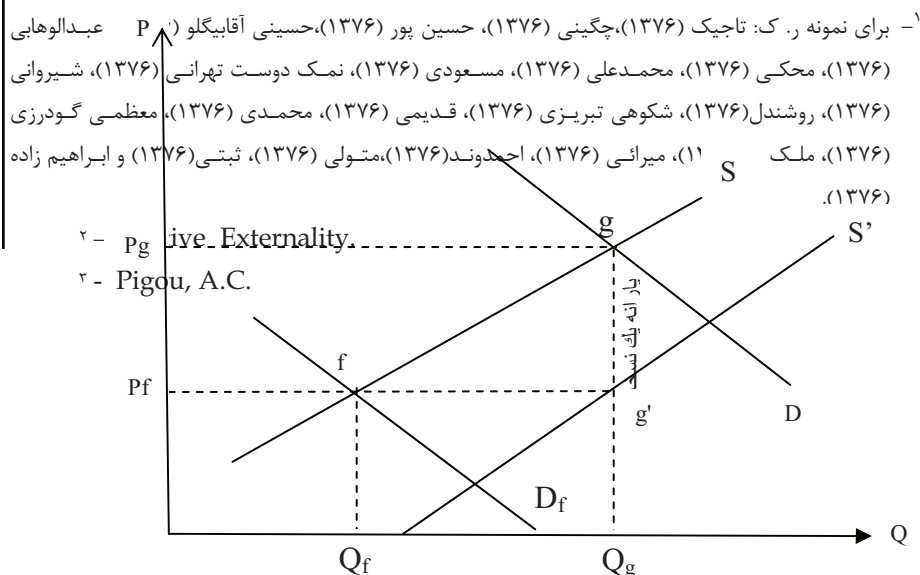
مرکز مطالعات رسانه‌ها که بیشترین مطالعات را درباره مطبوعات در ایران انجام داده است، بیشتر به مسائل اجتماعی مطبوعات و کمتر به مسائل اقتصادی مطبوعات پرداخته است (کریمی ابرقویی و...، ۱۳۷۷). برخی از تحقیقات نیز به مسائل تبلیغاتی و حقوقی مطبوعات و مطالعه تطبیقی با سایر کشورها پرداخته‌اند (معمدزاد، ۱۳۷۶). برخی به ساختار اخبار خارجی مطبوعات در کشورهای اسلامی (رضوی‌زاده، ۱۳۷۶) و برخی به بررسی تقاضای انتشار نشریات و نظام حاکم بر آن پرداخته‌اند (خلیلی، ۱۳۷۶). نظرسنجی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها درباره روزنامه‌های کثیرالانتشار و بررسی تطبیقی مقررات مربوط به مندرجات مطبوعات (محدودیتها و جرائم)، مطالعه امکانات سخت‌افزاری چاپخانه‌های مرتبط با مطبوعات، بررسی نقش مطبوعات در توسعه ملی و مسائلی از این قبیل از جمله مطالعاتی است که در مرکز مطالعات رسانه‌ها (حوزه رسانه‌ها) انجام شده است (کریمی ابرقویی و...، ۱۳۷۷). هیچ‌کدام از اینها مسئله یارانه‌ها را از لحاظ اقتصادی بررسی ننموده‌اند. مطالعات مراکز علمی در قالب پایان‌نامه‌ها نیز بیشتر به نظرسنجی و بهره‌مندی و رضایت‌مندی مردم از

مطبوعات و ساختار اخبار و تحلیل محتوای مطالب نشریات اختصاص دارد^۱. شاید یکی از علل اینکه یارانه‌ها از لحاظ اقتصادی بررسی نشده‌اند به‌طور عمده نبودن آمار و اطلاعات کافی در این زمینه باشد.

۲. چارچوب نظری

چارچوب نظری مقاله همان تئوری مربوط به پرداخت یارانه‌ها به‌منظور تغییر تخصیص منابع در تولید کالاها است. براساس این نظریه یارانه به بنگاه‌های تولیدکننده کالاهای عمومی یا کالاهایی با آثار مثبت خارجی^۲ پرداخت می‌شود. در این رابطه پیگو^۳ (۱۹۶۰) برای اولین بار مسئله هزینه و فایده اجتماعی را مطرح ساخت و به‌لحاظ نقش فایده و هزینه‌های اجتماعی فعالیت‌های تولیدی، برای دولت وظایفی تعریف کرد که در تخصیص بهینه منابع می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. او معتقد بود هرگاه تولیدات فایده خارجی ایجاد نماید، سطح تولید کمتر از تولید مطلوب خواهد بود و در اینجا دولت می‌تواند با یارانه، افزایش تولید را به سطح تولید کارآمد برساند (پژویان، ۱۳۶۹).

در واقع براساس این نظریه هرگاه فایده خارجی (فایده اجتماعی) کالاهایی که بخش خصوصی تمایل به تولید آن دارد بزرگ باشد، همواره تولید پایین‌تر از سطح بهینه انجام می‌شود و دولت با پرداخت یارانه به تولیدکننده می‌تواند سطح تولید را افزایش دهد. برای مثال و با فرض اینکه مطبوعات چنین ویژگی داشته باشند، شکل ساده زیر ترسیم می‌شود. در این نمودار P قیمت هر نسخه از روزنامه و Q تیراژ و مقدار تقاضا برای آن است. فرض می‌شود که افزون بر متقاضیان مطبوعات که فایده



شخصی از مطالعه مطبوعات می‌برند، جامعه نیز از فایده‌های خارجی آن که با تغییرات مثبت در رفاه آنها ظاهر می‌شود استفاده می‌نماید.

نمودار ۱: عرضه و تقاضای مطبوعات

S منحنی عرضه یا هزینه نهایی انتشار هر نسخه از روزنامه. D_f فایده نهایی شخصی خوانندگان مطبوعات که تابع عوامل مؤثر بر تقاضای فردی از جمله قیمت هر نسخه از مطبوعات (P)، سطح درآمد (M) و قیمت کالاهای مرتبط ($P_1 \dots P_n$) و عوامل کیفی مانند سلیقه و انتظارات (C) است یعنی: $D_f = D_f(P, M, P_1 \dots P_n, C)$ است و با فرض ثبات همه عوامل جز قیمت کالا، فایده نهایی تابع قیمت است و می‌توان آن را به صورت $D_f = D_f(P)$ نوشت. D_g نیز فایده نهایی جامعه است. فایده نهایی جامعه نیز تابع عوامل متعدد از جمله قیمت کالا (P)، قیمت کالاهای مرتبط ($P_1 \dots P_n$) و سطح درآمد (M) و عوامل کیفی مانند سلیقه و انتظارات (C) است یعنی: $D_g = D_g(P, P_1, P_2, \dots, P_n, M, C)$. با فرض ثبات سایر عوامل به جز قیمت (P)، فایده نهایی جامعه را می‌توان به صورت تابعی از قیمت یعنی $D_f = D_f(P)$ نوشت.

در سازوکار بازار با فرض عدم پرداخت یارانه، ناشران مطبوعات اگر به منزله یک بنگاه اقتصادی صرف عمل کنند، فقط Q_f را به مثابه نقطه تولید (تیراژ) انتخاب خواهند نمود و مایلند آنرا با قیمت P_f بفروشند. مشتریان نیز مقدار Q_f از مطبوعات را تقاضا می‌کنند و مایل هستند برای هر نسخه P_f ریال بپردازند. قیمتی که متقاضیان حاضرند بپردازند، صرفاً براساس نفع شخصی (فایده نهایی شخصی) است؛ ولی جامعه از

فایدهٔ خارجی مطبوعات استفاده خواهد نمود، یعنی افراد جامعه به دلیل مطالعهٔ روزنامه و مطبوعات به گونه‌ای تربیت می‌شوند که کارآیی آنها برای جامعه افزایش می‌یابد. به عنوان مثال با مطالعه روزنامه‌ها وجدان کاری افزایش می‌یابد یا به لحاظ آگاهی‌های بیشتر، فرزندان بهتر تربیت می‌شوند که اینها همه به نفع جامعه است. بنابراین نفع جامعه ایجاب می‌کند که تیراژ نه به اندازه Q_f بلکه به اندازه Q_g باشد. اما با توجه به هزینه‌هایی که افزایش تولید دارد، عرضه‌کننده وقتی که Q_g واحد تولید می‌کند مایل به دریافت قیمت P_g ریال به ازای هر نسخه است (که خیلی بالاتر از P_f است). حال آنکه در تولید Q_g افراد جامعه حاضر نیستند، قیمت P_g را برای هر نسخه بپردازند؛ بلکه مایلند هر نسخه از نشریه را P_f ریال خریداری کنند. چرا که در مقدار Q_f ، قیمت بر اساس تقاضای بخش خصوصی که با توجه به منافع شخصی خود آن را شکل می‌دهند تعیین می‌شود که برابر با P_f خواهد بود. بنابراین دولت در چنین مواردی به ازای هر نسخه از روزنامه به اندازهٔ فاصله P_g تا P_f باید یارانه پرداخت کند. یعنی در مجموع به اندازهٔ مستطیل $gg'P_fP_g$ یارانه پرداخت خواهد کرد. پرداخت یارانهٔ دولت به مطبوعات به این منظور است که تیراژ روزنامه‌ها به جای Q_f در Q_g باشد. در واقع دولت با پرداخت یارانه و تولید کالا (مطبوعات) در قیمت پایین‌تر به افزایش تیراژ و افزایش تقاضای مردم کمک می‌کند.

در این مدل اگر روزنامه به عنوان یک کالای فرهنگی فاقد آثار مثبت خارجی (فایده اجتماعی) باشد، قیمت و مقدار بهینه همان P_f و Q_f خواهد بود. البته مثبت بودن فایده اجتماعی بستگی به محتوی و تأثیر مثبت مطبوعات بر افکار عمومی دارد. بنابراین عامل مهم در Dg محتوی و مطالب موجود در نشریات است که ممکن است فایده اجتماعی داشته یا نداشته باشد. اگر مطبوعات به جای اطلاع‌رسانی و تقویت شادابی و روحیه کار و تلاش و پرورش اخلاق عمومی، اضطراب روحی و روانی ایجاد کنند یا اطلاعات غلط منتشر و مردم را در انتخابها گمراه نمایند، در این حالت مطبوعات فایده اجتماعی منفی یا هزینه اجتماعی ایجاد می‌کنند و دولت به جای پرداخت یارانه، باید از بنگاه‌هایی که چنین کالاهایی تولید می‌کنند، مالیات (سوبسید منفی) به اندازه ضرری

که به جامعه می‌زنند دریافت کند و یا با وضع قوانینی از تولید چنین کالاهایی جلوگیری به عمل آورد. بر این اساس باید گفت تابع $D_f(P)$ که بیانگر فایده نهایی شخصی است، باید به‌ازای هزینه‌های اجتماعی برای هر نسخه از نشریه به داخل منتقل شود و این با وضع مالیات ممکن می‌شود.

اما در صورت داشتن فایده اجتماعی مثبت با D_g مواجهیم که با پرداخت یارانه تابع عرضه بنگاه (یعنی بخش صعودی تابع هزینه نهایی در شرایط رقابت کامل) به سمت راست منتقل می‌شود (از S به S') و تیراژ روزنامه‌ها به Q_g می‌رسد و خریداران به‌ازای هر نسخه P_f ریال می‌پردازند و به‌اندازه $P_f P_g$ ریال نیز به‌ازای هر نسخه از روزنامه، آثار مثبت خارجی دریافت می‌نمایند، ولی چون خریدار براساس نفع شخصی تصمیم می‌گیرد برای هر نسخه P_f ریال پرداخت و بنگاه هم به‌ازای هر نسخه P_g ریال دریافت می‌کند. مابه‌التفاوت این دو یارانه‌ای است که باید برای هر نسخه از نشریه پرداخت شود و چون بنگاه در اینجا به‌ازای هر نسخه P_g ریال دریافت می‌کند، به‌ازای هر نسخه به‌اندازه تفاضل $P_g - P_f$ ریال یارانه باید پرداخت شود تا تولید Q_g تضمین گردد. در این حالت کل یارانه برابر با $Q_g (P_g - P_f)$ یا مستطیل $gg'P_f P_g$ است. همان‌طور که بیان شد مقدار این مستطیل (یارانه‌ها) به سطح درآمد و هزینه مطبوعات بستگی دارد و از این رو لازم است درآمد و هزینه نشریات بررسی شود.^۱

۳. درآمد و هزینه مطبوعات و یارانه‌ها

در این قسمت وضعیت اقتصادی روزنامه‌ها و اینکه آیا پرداخت یارانه‌ها باعث افزایش تقاضا برای خرید مطبوعات و در نتیجه تیراژ شده است یا خیر بررسی می‌شود و در ضمن به این سؤال که آیا توزیع یارانه کنونی تناسبی با وضعیت هزینه و درآمد روزنامه‌ها دارد یا خیر؟ نیز پاسخ داده می‌شود.

^۱ - برای مطالعه بیشتر درباره نقش یارانه‌ها و هزینه و فایده اجتماعی فعالیت‌های اقتصادی رک: (Brown, C. ۱۹۸۶) و (Davis, J. R. ۱۹۸۳) و (Harberger, A, ۱۹۷۴) و (Pigou, ۱) (۱۹۸۱) و (Mishan, E. ۱۹۸۱).

نوع و ترکیب هزینه‌ها و درآمدهای مطبوعات کاملاً شبیه یکدیگر است. این مسئله موجب می‌شود که با نبود آمار و اطلاعات همه روزنامه‌ها بتوان با بررسی چند مورد خاص به اطلاعات مربوط به همه روزنامه‌ها دست یافت.

ترکیب هزینه‌های یک روزنامه شامل مواردی نظیر هزینه تحریریه، حروفچینی، صفحه‌بندی، فیلم و زینگ، چاپ کاغذ و توزیع است و این هزینه‌ها به دلیل قیمت مشخصی که در بازار دارند، در روزنامه با نسبتی که بستگی به تیراژ و مقیاس تولید دارد قابل برآورد و تعمیم به سایر روزنامه‌ها است.

با وجود یکسان بودن نوع و ترکیب درآمدها، مقدار آنها تفاوت زیادی دارد. برای رفع این نقص و محاسبه دقیق‌تر درآمدها از روش نمونه‌گیری استفاده می‌شود. عمده ترکیب درآمد روزنامه‌ها شامل درآمد آگهی و میزان فروش است.

درآمد آگهی به عوامل زیر بستگی دارد: الف. حجم آگهی‌ها؛ ب. نوع آگهی؛ آگهی‌های روزنامه‌ها دو گروه هستند یک گروه خصوصی‌اند که تعرفه خاصی دارند و یک دسته دولتی‌اند که براساس تعرفه‌های دولتی محاسبه می‌شوند؛ ج. تیراژ روزنامه‌ها؛ هرچه تیراژ روزنامه بیشتر باشد، تعرفه آگهی‌ها بالاتر است. برای پی بردن به میزان درآمد آگهی روزنامه‌ها که مهمترین عامل درآمدی آنها محسوب می‌شود، به دلیل نبود آمار و اطلاعات جامعه اصلی، یک جامعه نمونه از روزنامه‌های کشور انتخاب شد. برای این منظور از نه روزنامه مورد مطالعه پنج نسخه در هر ماه (در مجموع ۵۴۰ نسخه) به صورت تصادفی انتخاب شد و با توجه به تفاوت قیمت چاپ آگهی‌های خصوصی و همچنین تعرفه متفاوت صفحات مختلف روزنامه‌ها، ابتدا میزان آگهی‌ها در هر صفحه برحسب دولتی یا خصوصی به تفکیک صفحات، اندازه‌گیری و سپس میزان درآمد آگهی روزنامه‌ها محاسبه شد؛ د. عامل بعدی در میزان درآمد روزنامه‌ها، مسئله فروش نسخه‌ها در دهه‌ها یا نسخ ارسال شده به مشترکان است. با داشتن تیراژ مطبوعات و نیز تعداد روزنامه‌های برگشتی، این رقم نیز برای همه روزنامه‌ها قابل محاسبه است.

بنابراین محاسبات لازم برای روزنامه کیهان، اطلاعات، جمهوری اسلامی، کار و

کارگر، رسالت، همشهری، ایران و اخبار اقتصادی انجام شد. از آنجا که آمار و ارقام محاسباتی بزرگ هستند و امکان مقایسه آن با هزینه سایر نشریات مشکل است بنابراین ارقام برحسب سرانه تولید نوشته شده است. یعنی درآمد، هزینه، یارانه متوسط و سود و زیان متوسط هر نسخه محاسبه شده است.

جدول ۱ نشان می‌دهد که درآمد متوسط هر نسخه بیش از کل هزینه متوسط ثابت و متغیر همان روزنامه است. سود هر نسخه به ترتیب برای روزنامه‌های کیهان ۵۷۳/۷، اطلاعات ۳۳۸، جمهوری اسلامی ۲۹۶/۳، کار و کارگر ۵۰۸/۵، ابرار ۳۳۲، رسالت ۲۹۲، همشهری ۳۰۰/۸، ایران ۳۰۰/۱ و اخبار اقتصاد ۲۵۰ ریال است.

جدول ۱: هزینه‌های متغیر و ثابت هر نسخه از روزنامه

روزنامه	ک	اط	جم هوری اسلامی	کا رو کارگر	ا برار	ر سالت	همش هری	ا یران	ا خیار
وزن (گر (م	۱	۱۴	۹۶	۶	۶	۹	۷۶	۷	۶
تعداد صفحه	۲	۲۴	۱۶	۲	۲	۱	۱۶	۱	۲
هزینه کاغذ (ریال) AVC	۳	۳۴	۲۳	۱	۱	۲	۱۸۲	۱	۶۵
هزینه چاپ (ریال)	۸	۸۰	۵۰	۴	۴	۵	۱۲۷	۱	۰
هزینه توزیع (ریال)	۱	۱۶	۱۶	۶	۶	۱	۶۶	۱	۶۶
جمع هزینه متغیر AVC	۵	۵۹	۴۴	۲	۲	۴	۳۷۵	۴	۷۱
هزینه ثابت متوسط AFC	۳	۲۹	۱۷	۴	۸	۴	۱۳/۲	۹	۸
هزینه کل هر نسخه (ریال)	۳	۶۱	۱۷	۲	۵	۴	۳۸۸	۹	۱۹
درآمد متوسط هر	۱	۹۴	۷۸	۹	۷	۷	۶۸۹	۷	۶۹

نسخه								
سود	۷	۳۳	۳	۵	۲	۱	۲	
(زیان)	۵۷۳/	۸	۲۹۶	۵۰۸	۳۲	۹۲	۳۰۰	۳۰۰/
(ریال)								۵۰

منبع: استخراج توسط مؤلف بر اساس داده‌های گردآوری شده از جامعه نمونه مورد بررسی.

اگر ملاک دولت در پرداخت یارانه فقط سود و زیان روزنامه‌ها باشد، بر اساس این محاسبات هیچ‌یک نیازی به یارانه دولت نداشته‌اند. اما اینکه آیا دولت یارانه‌ها را به تناسب میزان سود و زیان روزنامه‌ها پرداخت نموده است یا خیر؟ و اینکه این یارانه‌ها به چه هدفی صورت می‌گیرد؟ و آیا با این یارانه‌ها دولت می‌تواند سیاست‌گذاری نماید و دیگر اینکه در صورت لزوم پرداخت یارانه دولت، این یارانه‌ها بر چه اساسی و با چه نسبتی باید صورت گیرد، موضوعی است که باید بررسی شود.

اگر هدف از پرداخت یارانه دولت، فقط جلوگیری از زیان برای ادامه فعالیت مطبوعات (مسئله‌ای که معمولاً توسط سیاست‌گذاران و کارگزاران مطبوعات اعلام می‌شود) باشد، پرداخت‌های فعلی توجیهی ندارد و در اصل کمک به مطبوعات و میزان آن لازم است تجدیدنظر شود. در بخش پیشین تا اندازه‌ای منطق اقتصادی کمک به مطبوعات مشخص شد، در اینجا ترکیب یارانه‌های پرداختی دولت به مطبوعات بررسی می‌شود و سپس به این سؤال پاسخ داده می‌شود که آیا پرداخت یارانه توسط دولت، هدف افزایش تیراژ و افزایش تقاضای مردم را تأمین می‌نماید یا خیر؟

میزان یارانه‌های دولت در سالهای ۷۵ و ۷۶ در جدولهای ۲ و ۳ برای کل مطبوعات تحت حمایت دولت ذکر شده است. در سال ۷۵ همان‌طور که در جدول مشخص است، روزنامه‌ها یارانه را به صورت مستقیم دریافت نموده‌اند. در سال ۷۶ در سه نوبت کمک نقدی و یک نوبت ارز بر مبنای ۳۰۰ تومان برای خرید کاغذ دریافت کرده‌اند. براساس آمار و اطلاعات این جدول می‌توان میزان یارانه پرداختی بابت هر نسخه روزنامه را به دست آورد. از آنجایی که آخرین آمار منتشره یارانه‌ها مربوط به

سال ۱۳۷۶ است ولی اطلاعات گردآوری شده درباره هزینه‌ها و سایر درآمدها در این مقاله مربوط به سال ۱۳۸۴ است و از طرفی حدود ۹۰ درصد از کمکها به صورت ارزی است و براساس گفته دست‌اندرکاران میزان کمکها به صورت ارزی در سالهای اخیر تغییر چندانی نکرده، برای اینکه بتوان از اطلاعات یارانه‌ها در سال ۱۳۷۶ برای جانشین یارانه‌ها در سال ۱۳۸۴ استفاده کرد، در محاسبه معادل ریالی یارانه‌های ارزی و در نتیجه کل یارانه‌ها و یارانه متوسط هر نسخه از روزنامه‌ها، ملاک محاسبه نرخ ارز در سال ۱۳۸۴ بوده است.

میزان کمکهای ارزی دولت برای کل نشریات ۱۶۴۹۳۰۹۵ دلار بوده است. که با توجه به نرخ برابری دلار در سال ۱۳۸۴ از قرار هر دلار ۹۰۰۰ ریال، دولت در هر دلار معادل ۶۰۰۰ ریال به مطبوعات یارانه پرداخت نموده است. بنابراین میزان کل کمکهای ارزی برابر با ۹۸۹۵۸۵۰۰۰۰ ریال بوده است. کل یارانه دریافتی نیز معادل ۱۲۵۷۹۰۰۰۰۰۰ ریال و جمع این دو رقم برابر با ۱۱۱۵۳۷۵۷۰۰۰۰ ریال است. یعنی دولت بیش از ۱۱۱ میلیارد ریال در سال به مطبوعات یارانه پرداخت نموده است.

در جدول ۳، یارانه ریالی و ارزی به نشریات در سال ۱۳۷۶ بر مبنای نرخ ارز در سال ۱۳۸۴ نوشته شده است. براساس اطلاعات مندرج در این جدول تیراژ روزنامه‌ها در سال ۱۳۷۶ برابر ۱۷۹۵۳۰۰ نسخه بوده است. البته این تیراژ بدون احتساب هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها، فصلنامه‌ها و سالنامه‌هاست و فقط نشریات روزانه را شامل می‌شود. از آنجا که نزدیک ۱۰۰ میلیارد ریال از یارانه‌های دولتی مربوط به مابه‌التفاوت قیمت ارز در بازار آزاد با قیمت‌های دولتی است، این یارانه چندان ملموس نیست. درحالی‌که در مقایسه با کمک مستقیم ۱/۲ میلیارد تومانی بسیار قابل توجه است و روزنامه‌هایی که از سهمیه‌های ارزی بیشتری بهره‌مند شده‌اند، در واقعیت یارانه بیشتری دریافت نموده‌اند.

اگر میزان یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم هر نشریه را بر مبنای نرخ ارز در سال ۱۳۸۴ به تیراژ آن در طول یک‌سال تقسیم نماییم، میزان یارانه پرداختی بابت هر نسخه روزنامه حاصل می‌شود. محاسبات نشان می‌دهد که دولت به هر نسخه از

روزنامه ابرار ۷۲۷، روزنامه اخبار ۲۸۶، اطلاعات ۴۶۹، ایران نیوز ۲۳۴، تهران
تایمز ۲۱۲، جمهوری اسلامی ۲۱۵، جهان اقتصاد ۲۵۶، خبر جنوب ۹۴، خراسان
۱۲۰۲، رسالت ۲۸۶، قدس ۲۲۱، کار و کارگر ۲۲۵، کیهان ۳۹۸، گل آقا ۲۲ و
همشهری ۳/۵ ریال پرداخت نموده است.

جدول ۲: تیراژ و یارانه ارزی و ریالی نشریات در سال ۱۳۷۵ و ۱۳۷۶ (به ریال و دلار)

منبع: اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

جدول ۳: میزان یارانه پرداختی دولت به روزنامه‌ها و نشریات^۱

(بر مبنای قیمت ارز در سال ۱۳۸۴)

^۱ - تعداد روزهایی که روزنامه منتشر می‌شود ۳۰۰ روز فرض و اعداد گرد شده‌اند.

منبع: اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

همان‌طور که ملاحظه می‌شود سرانه یارانه پرداختی به مطبوعات متناسب با هزینه متوسط آنها نیست و اگر هدف از پرداخت یارانه دولت، صرفاً جلوگیری از زیان‌دهی برای ادامه فعالیت مطبوعات باشد، پرداختهای فعلی توجیهی ندارد و اگر به دلیل فایده اجتماعی متصور مطبوعات، برای افزایش تیراژ و تقاضای مردم باشد باید بررسی نمود که آیا این یارانه‌ها هدف افزایش تیراژ و تقاضای مردم را تأمین نموده‌اند یا خیر؟

برای پاسخ به این سؤال میزان کاهش قیمتی تقاضا محاسبه می‌شود. براساس طرح «بررسی اقتصادی روزنامه‌های کشور» که برای مرکز پژوهشهای بنیادی انجام شده است قدرمطلق کاهش قیمتی تقاضا برای روزنامه‌ها ۰/۰۷ درصد محاسبه شده است. یعنی اگر یک درصد قیمت مطبوعات افزایش (یا کاهش) یابد، ۰/۰۷ درصد تیراژ روزنامه‌ها کاهش (یا افزایش) خواهد یافت. در این مطالعه با تخمین تابع مخارج مطبوعات، کاهشهای قیمتی در کوتاه‌مدت محاسبه شده است. براساس مطالعه دیگری که به روش سیستمی در یک دستگاه تقاضای ایده‌آل^۱ توابع تقاضا برای ۲۴ استان تخمین زده شده قدر مطلق مقدار کاهش قیمتی تقاضا برابر با ۰/۰۹۲ درصد است.

اگر یارانه‌ها حذف شود و صاحبان جراید بخواهند به اندازه یارانه هر نسخه، قیمت نشریه خود را افزایش دهند، باید قیمت هر نسخه به اندازه متوسط یارانه پرداختی به هر نشریه افزایش یابد. در محاسبات ملاحظه شد که متوسط یارانه پرداختی به هر نسخه از روزنامه‌ها برابر با ۲۰۷ ریال است، اگر متوسط قیمت روزنامه‌ها با توجه به تیراژ آنها در سال ۸۴ برابر ۱۰۰۰ ریال باشد. بنابراین با حذف یارانه قیمت هر روزنامه به‌طور متوسط به ۱۲۰۷ ریال خواهد رسید. یعنی ۲۰/۷ درصد قیمت هر نسخه روزنامه باید افزایش یابد و اگر قدرمطلق مقدار کاهش قیمتی

^۱ - Almost Ideal Demand System.

تقاضا را براساس مطالعه سال ۱۳۷۵ که مقدار آن ۰/۰۷ است در درصد تغییر قیمت ضرب کنیم، درصد کاهش تیراژ به دست می‌آید. با انجام این عملیات مقدار کاهش تقاضا ۱/۴۵ درصد خواهد بود و تیراژ از ۱۷۹۵۳۰۰ به ۱۷۶۹۲۶۸ می‌رسد که کاهش آن بسیار ناچیز است. به عبارت دیگر دولت سالانه حدود ۱۱۱۵۳۷۵۷۰۰۰۰ ریال به مطبوعات یارانه پرداخت می‌کند تا فقط ۲۶۰۳۱ نسخه روزنامه در هر روز بیشتر تقاضا شود. یعنی برای هر نسخه اضافه در یکسال حدود ۱۵۲۸۲ ریال پرداخت می‌نماید. یعنی میزان تأثیرگذاری سیاست دولت در پرداخت یارانه به مطبوعات بر تیراژ روزنامه‌ها بسیار ناچیز است. اگر مینا کشش محاسبه شده در سال ۱۳۸۴ باشد نیز نتایج مشابهی حاصل می‌شود. آخرین آمار شمارگان مطبوعات مربوط به سال ۱۳۸۰ است (اداره کل مطبوعات داخلی، ۱۳۸۰). براساس این آمار شمارگان مطبوعات در این سال ۲۵۱۷۸۰۳۰ نسخه، یعنی از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۰ سالانه رشدی معادل ۸/۸ درصد داشته است. با فرض اینکه متوسط رشد سالانه از ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴ نیز معادل ۸/۸ درصد باشد، تیراژ مطبوعات در سال ۱۳۸۴ برابر ۳۵۲۸۱۰۸ نسخه خواهد بود و چون شمارگان اسمی روزنامه‌های توقیف شده حدود ۲۳۰۰۰۰۰ نسخه است (اداره کل مطبوعات داخلی، ص ۵) لذا با کسر آن، تیراژ تقریبی مطبوعات در سال ۱۳۸۴ برابر با ۱۲۲۸۱۰۸ نسخه خواهد بود. با حذف یارانه‌ها قیمت هر نسخه از روزنامه ۲۰/۷ درصد افزایش می‌یابد و اگر قدرمطلق کاهش قیمتی تقاضا برابر ۰/۰۹۸ باشد تقاضا ۲/۰۲ درصد کاهش می‌یابد و تیراژ از ۱۲۲۸۱۰۸ به ۱۲۳۳۰۰ می‌رسد که کاهش آن بسیار ناچیز است. یعنی دولت سالانه ۱۱۱۵۳۷۵۷۰۰۰۰ ریال به مطبوعات یارانه می‌دهد تا فقط ۲۴۸۰۷ نسخه روزنامه در هر روز بیشتر تقاضا شود. یعنی به دلیل کم‌کشش بودن تقاضای روزنامه‌ها، سیاست دولت در پرداخت یارانه به مطبوعات بر تیراژ روزنامه‌ها اثر بسیار ناچیز دارد.

۴. نتیجه‌گیری

در این مقاله وضعیت اقتصادی مطبوعات بررسی و نتایج زیر حاصل شد: الف. حذف یارانه پرداختی به روزنامه‌ها موجب کاهش حدود ۱ تا ۲ درصد در تیراژ مطبوعات

می‌شود. یعنی قیمت هر نسخه روزنامه ۲۰۷ ریال افزایش و تیراژ حدود ۲۱۲۳۹ تا ۳۶۴۱۹ نسخه کاهش می‌یابد که البته این کاهش (نسبت به کل تیراژ) به‌حدی جزئی است که پرداخت ۱۱۱۵۳۷۵۷۰۰۰۰ ریال کمک به مطبوعات را از لحاظ اقتصادی توجیه نمی‌نماید؛ ب. سرانه یارانه پرداختی به مطبوعات متناسب با هزینه متوسط آنها نیست و نظام فعلی پرداخت یارانه از کارآیی بسیار پایین برخوردار است؛ ج. پیشنهاد این مقاله تجدیدنظر اساسی در نظام پرداخت یارانه به مطبوعات است. در واقع پرداخت یارانه به هر نشریه براساس فایده اجتماعی آن باید باشد.

البته به‌دلیل ارزشی و کیفی بودن فایده اجتماعی، باید جامعه‌شناسان و اقتصاددانان به صورت مشترک فایده اجتماعی هر نشریه را محاسبه نمایند. در طول یک دوره مشخص می‌شود که یک نشریه در ایفای رسالت خود از جمله آگاهی‌بخشی، کمک به وحدت ملی، تقویت ارزشها، کمک به رشد و اعتلای اخلاقی جامعه و تقویت وجدان کاری و... چه اندازه مؤثر بوده است؟ بنابراین باید با شاخص‌سازی این آثار اندازه‌گیری و سپس در راستای این نقش به آنها یارانه پرداخت نمود. در واقع پس از اثبات اصل وجود آثار خارجی مثبت، یارانه‌ها باید بر مبنای میزان این آثار پرداخت شود و چون این آثار به آسانی قابل محاسبه نیستند و در طول یک دوره طولانی قابل اندازه‌گیری است حداقل در مواردی که مطالعات اولیه نشان می‌دهد آثار مثبت خارجی دارند میزان یارانه‌ها باید متناسب با سود و زیان احتمالی پرداخت گردد که با فرض وجود فواید خارجی و درستی ادعای دست‌اندرکاران مطبوعات مبنی بر نداشتن صرفه اقتصادی (این مسئله که در حال حاضر به‌دلایلی امکان حذف یارانه‌ها وجود ندارد - دلایل سیاسی - و هنوز نیز مطالعه‌ای در خصوص فواید اجتماعی آنها انجام نشده است) بهترین کار این است که پرداخت به مطبوعات متناسب با سود و زیان سرانه آنها باشد. بنابراین به‌نظر می‌رسد یک راه نسبتاً معقول این است که یارانه‌های فعلی به‌گونه‌ای تخصیص یابد که حاصل جمع یارانه هر نسخه به‌اضافه سود و زیان احتمالی برای هر نسخه از هر نشریه با نشریات دیگر برابر شود.

یارانه متوسط روزنامه‌های مورد مطالعه در جدول ۴ نشان داده شده است. این

محاسبات براساس یارانه‌های پرداختی برای نشریات است و اگر میزان آن برای همه نشریات محاسبه شود، نیاز به جمع‌آوری درآمدها و هزینه‌های همه نشریات است. مقایسه یارانه پیشنهادی و یارانه پرداختی نشان می‌دهد که تفاوت زیادی بین این دو رقم وجود دارد؛ بنابراین پرداخت یارانه‌ها با این توجیه که نشریات زیان‌ده هستند، توجیه ندارد. ولی پرداخت یارانه برای افزایش سوددهی آنها در مقایسه با سایر فعالیتها می‌تواند مبنایی برای این پیشنهاد باشد. به‌رحال بر این اساس برای روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، جمهوری اسلامی، کار و کارگر، ابرار، رسالت، همشهری، ایران و اخبار اقتصادی باید به‌ترتیب ۹۷، ۳۳۲، ۳۷۴، ۱۶۲، ۳۳۸، ۳۷۸، ۳۷۰، ۳۷۰ و ۴۲۰ ریال برای هر نسخه پرداخت شود که در این صورت حاصل جمع سود متوسط و یارانه سرانه برای هر نشریه با نشریه‌های دیگر برابر می‌شود.

جدول ۴: یارانه‌های پرداختی و پیشنهادی برای هر نسخه از نشریات مورد مطالعه

روزنامه	یارانه	سود وزیان	جمع سود	یارانه
	پرداختی برای هر نسخه	هر نسخه	ویارانه متوسط	متوسط پیشنهادی
کیهان	۳۹۸	۵۷۳	۹۷۱	۹۷
اطلاعات	۴۶۹	۳۳۸	۸۰۷	۳۳۲
جمهوری اسلامی	۲۱۵	۲۹۶	۵۱۱	۳۷۴
کار و کارگر	۲۲۵	۵۰۸	۷۳۳	۱۶۲
ابرار	۷۲۷	۳۳۲	۱۰۵۹	۳۳۸

۳۷۸	۵۷۸	۲۹۲	۲۸۶	رسالت
۳۷۰	۳۰۳.۵	۳۰۰	۳/۵	همشهری
۳۷۰	۵۳۴	۳۰۰	۲۳۴	ایران
۴۲۰	۵۳۶	۲۵۰	۲۸۶	اخبار

منبع: استخراج توسط مؤلف براساس داده‌های گردآوری شده از جامعه نمونه مورد بررسی

منابع و مأخذ

۱. ابراهیم زاده، محمد علی (۱۳۷۶)، بررسی تطبیقی (تحلیل محتوا) سرمقاله‌های روزنامه‌های کیهان و رسالت در شش ماه دوم سال ۱۳۷۴، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۲. احمدوند، حسن (۱۳۷۶)، بررسی میزان بهره‌مندی و چگونگی استفاده مردم ملایر، سامن و جوکار از مطبوعات، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۳. اطیایی، نسرین (۱۳۷۶)، چگونگی بهره‌مندی نابینایان از رسانه‌های ایران با تأکید بر رسانه‌های مکتوب به خط بریل، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۴. پژویان، جمشید (۱۳۶۹)، اقتصاد بخش عمومی، جلد اول، تهران، جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران.
۵. تاجیک، غلامرضا (۱۳۷۶)، تحول پوشش خبری کشورهای بزرگ غرب در مطبوعات ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۶. ثبتی، سودابه (۱۳۷۶)، بررسی عوامل مؤثر بر نگرش مردم نسبت به روزنامه ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
۷. چگینی، سهیلا (۱۳۷۶)، بررسی پوشش مطبوعاتی مبارزات انتخاباتی هفتمین دوره ریاست جمهوری ایران در روزنامه‌های تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۸. حاجی‌زاده میمندی، حسن (۱۳۷۹)، «امید به بهار در زمستان»، اقتصاد ایران، سال دوم، شماره ۱۵.
۹. حسین‌پور، حجت (۱۳۷۶)، بررسی میزان و علل بهره‌مندی دانش‌آموزان دختر و پسر دبیرستانهای شهرستان شادگان از تلویزیونهای درون‌مرزی و برون‌مرزی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

۱۰. حسینی آقابیکلو، جعفر (۱۳۷۶)، بررسی عوامل مؤثر بر میزان بهره‌مندی شهروندان شهرستان نقده از رسانه‌های همگانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۱۱. خزایی، شانیتو (۱۳۷۹)، «نظری اجمالی بر هزینه‌های فرهنگی خانوار»، فصلنامه نامه پژوهش، تهران، سال چهارم، شماره ۱۶ و ۱۷.
۱۲. خلیلی، فرناز (۱۳۷۶)، بررسی تقاضای انتشار نشریات و کشف نظام حاکم بر آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۱۳. رضوی زاده، نورالدین (۱۳۷۶)، بررسی ساختار اخبار خارجی مطبوعات درباره کشورهای مسلمان، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۴. روشندل، عبدالرضا (۱۳۷۶)، بررسی رضامندی شغلی کارکنان تحریریه روزنامه‌های تهران، رادیو و تلویزیون، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۱۵. شکوهی تبریزی، سیامک (۱۳۷۶)، بررسی و مقایسه دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران و کارکنان روابط عمومی نسبت به حرفه روابط عمومی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۱۶. شیروانی، عبدالله (۱۳۷۶)، مطبوعات محلی و اصول روزنامه‌نگاری: بررسی تطبیقی روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های سه استان کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۱۷. عبدالوهابی، فروزان (۱۳۷۶)، مطبوعات و ترغیب سیاسی: بررسی پوشش خبری هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۱۸. فاکر، عبدالله (۱۳۷۶)، جایگاه ارتباطات در برنامه‌های توسعه ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۱۹. قدیمی، اسماعیل (۱۳۷۶)، ساختار اخبار و مطالب ایران در روزنامه‌های تهران: تجزیه و تحلیل محتوای روزنامه‌های اطلاعات، ایران، کیهان و همشهری در سال ۱۳۷۴، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

۲۰. کریمی، ابرقویی؛ یوسف کنعانی، مژگان (۱۳۷۷)، «مطالعات و تحقیقات»، فصلنامه رسانه، سال هشتم، شماره چهارم.
۲۱. کوردن، دیبلو. ام. (۱۳۷۱)، *تئوری حمایت*، ترجمه احمد شاه‌رکنی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
۲۲. متولی، حمیدرضا (۱۳۷۶)، *نقش ارتباطات در تنظیم خانواده*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۲۳. محکی، علی اصغر (۱۳۷۶)، *بررسی مدیریت سازمانی مطلوب و موجود در روزنامه‌ها*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۲۴. محمدعلی، علیرضا (۱۳۷۶)، *بررسی نظریه‌های خوانندگان در مطبوعات یومیة تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۲۵. محمدی، جلال (۱۳۷۶)، *بررسی میزان استقبال شهروندان استان کردستان از برنامه‌های محلی تلویزیون*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۲۶. مسعودی، امیدعلی (۱۳۷۶)، *بررسی رضامندی شغلی زنان روزنامه‌نگار در ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۲۷. معتمدنژاد کاظم (۱۳۷۶)، *کلیات سیر تحول تاریخی و بررسی تطبیقی قوانین تبلیغاتی چند کشور*، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۸. معظمی‌گودرزی، حبیب‌الله (۱۳۷۶)، *بررسی حقوقی و مسئولیتهای روزنامه‌نگاران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۲۹. میرائی، ماریا (۱۳۷۶)، *بررسی رضامندی نوجوانان سال آخر دبیرستان شهرستان مراغه از رسانه‌های جمعی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۳۰. نادران، الیاس (۱۳۷۹)، *تقاضای مطبوعات در ایران*، مرکز مطالعات رسانه‌ها.
۳۱. نمک‌دوست تهرانی، حسن (۱۳۷۶)، *استقلال حرفه روزنامه‌نگاری*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

۳۲. Brown, C.V, and Gackson, P. M. (۱۹۸۶), *Public Sector Economics*; ۳rd edition, Basil Blackwell Ltd, UK.

٣٣. Davis, J. R., and Meyer, C. W, (١٩٨٣), *Principles of Public Finance*, Prentice – Hall Inc, N. J.
٣٤. Harberger, A. (١٩٧٤), *Taxation and Welfare*, Boston: Little Brown,
٣٥. Mishen, E. J, (١٩٨١), *Economic Efficiency and Social Welfare*, George Allen and Unwin, London.
٣٦. Pigou, A.C. (١٩٦٠), *Welfare Economics*, London: Mac Millan, and Co. , London.