

برآورد تابع تقاضای مطبوعات در ایران

دکتر الیاس نادران*

گیلدا عبدلی**

چکیده

برآورد کشش قیمتی تقاضای مطبوعات، نشانگر ضروری بودن این کالا برای مصرف کنندگان شهری و روستایی در ایران است. برآورد کشش درآمدی نیز بیانگر آن است که با افزایش درآمد، تمایل زیادی برای بالا بردن هزینه مطبوعات در سبد مصرفی وجود دارد. در مقام مقایسه، هزینه روزنامه از جایگاه باثبات تری نسبت به هزینه مجلات برخوردار بوده که این مسئله در جامعه شهری و روستایی صادق است. در این راستا، حذف یارانه‌های مطبوعاتی که از طریق افزایش قیمت به مصرف کننده منتقل می‌شود، به افراد تمام گروه‌های درآمدی فشار می‌آورد و این درحالی است که تداوم این حمایتها برای تقویت کارکرد توسعه‌ای مطبوعات، به خصوص از جهت اطلاع‌رسانی و آموزش، ضروری به نظر می‌رسد.

کلید واژه

مطبوعات / تابع تقاضا / تابع انگل / کشش قیمتی / کشش درآمدی / یارانه

* - استادیار دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.

** - دانشجوی دکترای دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.

۱ - مقدمه^۱

امروزه انجام مطالعات کمی در برنامه‌ریزیهای اقتصادی از جایگاه بالایی برخوردار است. همچنین در این راستا در اجرای سیاستهای حمایتی موردی لازم است به ویژگیهای الگوی مصرف توجه کافی مبذول گردد. در این مطالعه به منظور بررسی ضرورت تداوم حمایت مالی از مطبوعات، روند تغییرات سهم هزینه مطبوعات در بودجه خانوار مدنظر قرار گرفته و مقادیر عددی کششهای قیمتی و درآمدی مطبوعات از طریق برآورد تابع تقاضای تابع انگل محاسبه شده است.

۲ - اهمیت توجه به مطبوعات در برنامه‌های توسعه‌ای

صاحب نظران علوم مختلف برای مطبوعات کارکردهای بسیار متنوعی مطرح می‌نمایند. مطبوعات از یک سو در زمینه اطلاع‌رسانی در مورد مسائل علمی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و از سوی دیگر در جنبه‌های فرهنگی و توسعه‌ای نقش مهمی را ایفا می‌نمایند. علاوه بر اینها مطبوعات در سطوح مختلف آموزشی، گسترش روابط اجتماعی و تبلیغات اقتصادی و سیاسی نیز مؤثر بوده، از این جهت موجبات افزایش سطح آگاهیهای عمومی را فراهم می‌آورد. این مسئله از چنان اهمیتی برخوردار است که امروزه در بررسی شاخصهای مربوط به میزان توسعه یافتگی، در کنار شاخصهای میزان درآمد سرانه و بهداشت عمومی، مصرف سرانه روزنامه و مجلات نیز برای مقایسه سطح آگاهیها در کشورهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در یک نگاه کلی، نقطه نظرات مربوط به نقش توسعه‌ای مطبوعات را می‌توان در سه گروه اصلی مورد توجه قرار داد.^۲ گروه اول به تبعیت از "دانیل لرنر" محقق بنام دهه ۵۰ میلادی، به نقش رسانه‌ها و مطبوعات از جهت انتقال فرهنگ و ایجاد هم‌دلی در بین افراد جامعه تاکید می‌نمایند. لرنر برای فرایند گذار از جامعه سنتی، چهار مرحله شهرنشینی،

۱- در آغاز لازم است از مسئولین محترم مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها و جناب آقای دکتر پژویان که در انجام این مطالعه مساعدت نمودند، تشکر و قدردانی نمایم.

۲- سلطان‌پور، ت.؛ "مطبوعات ایران در چهار دوره از تاریخ معاصر"، کیهان هوایی.

باسوادی، کاربرد رسانه و مطبوعات و بالاخره مشارکت سیاسی و اقتصادی را مطرح نموده است و در این راستا مطبوعا را به عنوان عامل افزایش آگاهیهای سیاسی و گسترش مشارکت مردمی معرفی می نماید. در دیدگاه دوم با توسل به نظرات "ساموئل هنتینگن"، به این نکته اشاره شده است که معمولاً رسانه‌ها و مطبوعات در مردم ایجاد توقع نموده، در صورتی که نهادهای سیاسی و اجتماعی از توانایی لازم برای پاسخگویی به این توقعات برخوردار نباشند، وضعیت نارضایتی در جامعه حاکم می‌شود. در این بین "کازینو" و سایر طرفداران گروه سوم ضمن تأکید بر نقش محوری رسانه‌ها و مطبوعات در جلب مشارکت مردمی، به این مسئله اذغان دارند که رسانه‌ها تنها یک ابزار برای دستیابی به اهداف معین محسوب شده، به خودی ماهیت مثبت یا منفی ندارند.

بر این اساس، با بهره‌برداری مناسب از مطبوعات می‌توان از طریق این وسیله ارتباطی جهت شناسایی نیازها، طرح اولویتها در اجرای برنامه‌های ملی و جلب مشارکت اجتماعی و اقتصادی جهت پیشبرد آنها استفاده نمود. آماده کردن افکار عمومی برای پذیرش افکار نو و سازگاری با تحولات و ارائه آموزشهای لازم به روستائیان، نمونه‌هایی از این مسئله محسوب می‌شوند. از این رو دولتمردان و سیاستگذاران همواره به اثرات خارجی مطبوعات توجه داشته‌اند و تلاش می‌کنند تا از آنها در جهت اهداف خود بهره‌برداری نمایند.

در شرایط فعلی کشور، توجه به این موارد از اهمیت بالایی برخوردار است؛ بر این اساس، مناسب است از مطبوعات در جهت کاهش شکافهای اطلاعاتی و آموزش، کنترل تنشهای اجتماعی و سیاسی و جلب مشارکت مردمی برای مقابله با بحران بیکاری بهره‌برداری شود. البته سرانه مصرف مطبوعات در ایران، به عنوان یک شاخص توسعه‌ای، در حد بسیار پایینی قرار دارد. در سال ۱۳۷۷ تیراژ سالانه روزنامه و سایر نشریات به ترتیب به رقم ۶۵۰ و ۲۳۵ میلیون نسخه رسیده که متوسط سرانه برای روزنامه ۱۱ نسخه در سال و برای سایر نشریات ۴ نسخه در سال بوده است. بر این اساس، روزانه برای هر هزار نفر ایرانی ۳۰ روزنامه و ۱۰ نسخه از سایر نشریات منتشر شده که این نسبت برای این مجموع مطبوعات در سال ۱۳۷۸ به ۴۸ نسخه افزایش یافته است. لازم به ذکر است که این رقم با شرایط حاکم در کشورهای توسعه‌یافته فاصله زیادی داشته و کمتر از یک سوم شاخصهای

استاندارد جهانی در این زمینه است.^۱ از این جهت، رسیدگی به وضعیت مطبوعات از لحاظ کیفی و کمی یکی از محورهای مهم اصلاحات نهادی محسوب می‌شود که لازم است این مسئله مورد توجه محافل برنامه‌ریزی قرار گیرد؛ به هر حال، همان‌طور که در جدول (۱) نیز مشاهده می‌شود، در سال ۱۳۷۷ در مجموع ۱۰۷ عنوان روزنامه و ۱۲۲۳ عنوان نشریات ادواری به چاپ رسیده و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گرفته که تمرکز این انتشارات در تهران (حدود ۲/۵ برابر سایر شهرها) بیشتر بوده است.

اما یکی از جنبه‌های مهم مصرف مطبوعات، به مسائل اقتصادی مربوط می‌شود. نظر به اینکه مطبوعات خصوصیات منحصر به فردی دارد و صرفاً یک کالای اقتصادی محسوب نمی‌شوند، معمولاً وضعیت تولید و قیمت آنها به عرضه و تقاضای بازار واگذار نمی‌شود. این صنعت با هزینه‌های تولید بالایی مواجه است که برای تامین مالی آنها دو راه حل وجود دارد:

۱- افزایش تیراژ؛ ۲- کسب درآمد از طریق درج آگهی‌های تبلیغاتی.

مورد اول در صورت وجود متقاضیان بالقوه قابل اجرا است؛ اما مورد دوم باید با احتیاط انجام شود. این مسئله از آن جهت حائز اهمیت است که وابستگی مالی به مطبوعات به افراد و شرکتهای خاص، زمینه حرکت در جهت تمایلات آنها را فراهم می‌سازد. بر این اساس، دولت‌ها همواره به جنبه‌های نظارتی و ارئه حمایت‌های مالی برای حفظ استقلال مطبوعات توجه دارند و حتی در کشورهای توسعه‌یافته نیز این موارد از جهت گسترش اثرات خارجی مثبت و تقویت کارکرد توسعه‌ای مطبوعات مورد تاکید قرار می‌گیرند.

در ایران، حمایت مالی از مطبوعات از سلا ۱۳۶۷ و ۱۳۶۸ آغاز شد و سازمان حمایت از مصرف‌کننده مبالغی را جهت کاهش قیمت کاغذ روزنامه اختصاص داد. علاوه بر این، روزنامه‌ها و مجلات به عنوان یکی از اجزاء مهم نظام اطلاع‌رسانی کشور، از تفاوت نرخ ارز ترجیحی کاغذ نیز بهره‌مند شدند. در جدول (۲) اطلاعات مربوط به یارانه‌های ارزی و

۱- برای نمونه، در آلمان بری هر هزار نفر ۲۸۶ نسخه روزنامه منتشر می‌شود. در پاکستان نیز روزانه برای هر هزار نفر ۶۰ نسخه مطبوع وجود دارد که همان‌طور که ملاحظه می‌شود، شاخص مذکور نسب به مصرف مطبوعات در کشورهای در حال توسعه نیز بسیار پایین است.

ریالی پرداختی به مطبوعات از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۸ در کنار شاخص قیمت روزنامه و مجلات ارائه شده است. بر این اساس، در سال ۱۳۶۹ یارانه ارزی مطبوعات در حدود ۲ برابر افزایش یافته و به این ترتیب افزایش قیمت مطبوعات در سال ۱۳۷۰ به طور قابل ملاحظه‌ای محدود شده است. از سال ۱۳۷۱ کاهش قابل توجه سهمیه ارزی (با وجود اختصاص یارانه ۲۱ میلیارد ریالی)، افزایش قیمت مطبوعات را تسریع نموده که این مسئله در سال ۱۳۷۴ به بالاترین حد خود رسیده است.

در مجموع به نظر می‌رسد که قیمت مطبوعات با یک تاخیر یک ساله نسبت به کاهش حمایت‌های ریالی و ارزی، بشدت افزایش یافته که این مسئله در جدول (۲) نیز قابل مشاهده است. به بیان ساده، تولیدکنندگان این صنعت که از تامین نیازهای مالی ناشی از افزایش هزینه‌ها ناتوانند، از طریق افزایش قیمت، فشار حذف یارانه‌ها را به مصرف‌کنندگان منتقل می‌نمایند، اما با توجه به نقش مهم مطبوعات در بالا بردن میزان مشارکت مردمی و ارتقا سطح آگاهی‌های اجتماعی و سیاسی و اقتصادی، اطلاع‌رسانی و حمایت از ارزشهای فرهنگ ملی، به نظر می‌رسد کاهش یارانه مطبوعات و فشار بر مصرف‌کنندگان با اهداف توسعه‌ای هماهنگ نباشد. این مسئله در شرایط پایین بودن سرانه مصرف مطبوعات در کشور لزوم تأمل بیشتر در این زمینه را خاطر نشان می‌سازد. البته برای روشن شدن حساسیت مصرف‌کنندگان به تغییرات قیمتی ناشی از حذف این یارانه‌ها، لازم است مقادیر عددی کششهای تقاضا محاسبه شود که در ادامه پس از مروری بر مطالعات انجام شده، به این مسئله اشاره خواهد شد.

۳- مروری بر مطالعات انجام شده

مسائل مربوط به مطبوعات از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است. در برخی مقالات از دید بنگاه عرضه‌کننده، مشکلات مربوط به چگونگی تهیه و تولید و توزیع مطبوعات مورد بررسی قرار گرفته و به مسئله بازاریابی و راههای مناسب جهت ارتقا سطح رضایتمندی مصرف‌کنندگان توجه شده است. از طرف دیگر، به دلیل اثرات جانبی گسترده مطبوعات به عنوان یک کالای فرهنگی، در بسیاری از مطالعات انجام شده، با به کارگیری شیوه

تحلیل محتوی، اثرات مثبت و منفی مطبوعات در طی زمان مد نظر قرار گرفته است. در این بین، متخصصین علم سیاست نیز به مقولاتی نظیر آزادی بیان در مطبوعات و مسائل مربوط به آن اشاره کرده‌اند.

در این راستا، در مورد مصرف مطبوعات نیز مطالعاتی انجام شده است. اولین بررسی انجام شده در این زمینه توسط آقای "عباس عبدی" در مقاله‌ای با عنوان "بهره‌مندی مردم از مطبوعات در استان تهران" انجام شده است. در ادامه این مطالعه در سال ۱۳۶۸ طرح دیگری توسط آقای "مهران سهراب‌زاده" و آقای عباس عبدی با همکاری مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها انجام شده است. نتایج این تحقیق نشانگر آن است که با افزایش سطح تحصیلات، تمایل به خواندن مجلات علمی افزایش یافته است و مردان بیشتر به مجلات علمی و ورزشی و زنان بیشتر به مجلات فرهنگی و مجله زنان علاقمندند و در مجموع حدود ۷۰٪ افراد بالا ۱۵ سال در تهران، مطبوعات مطالعه می‌کنند.

در سال ۱۳۷۷ در حاشیه جشنواره مطبوعات، بررسی دیگری با عنوان بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات توسط آقای "سعید سبزیان" به انجام رسید. نتایج این مطالعه که به روش پرسشنامه‌ای با یک نمونه ۱۲۰۰ تایی در مناطق چندگانه شهر تهران انجام شد، حاکی از آن است که ۷۳/۳٪ افراد بالای ۱۴ سال شهر تهران روزنامه مطالعه می‌کنند.

علاوه بر اینها در مقاله آقای "احمد رجب‌زاده" با عنوان مصرف رسانه مطبوعات در خانوارهای ایرانی، نیز مصرف مطبوعات در سه شهر همدان، اراک و بوشهر به روش نمونه‌گیری دو مرحله‌ای در پاییز ۱۳۷۳ و بهار ۱۳۷۴ مقایسه شده است؛ براین اساس، درصد مطالعه روزنامه در افراد بالای ۱۴ سال در این سه شهر به ترتیب ۳۷٪، ۴۹٪ و ۴۳٪ بوده است. این موارد در مقایسه با رقم به دست آمده در مطالعه آقایان سهراب‌زاده و عبدی در سال ۱۳۶۸ نشانگر آن است که این نسبت در تهران و سه شهر مذکور بسیار بالاست؛ اما در مورد مجلات، تفاوت نسبت مطالعه‌کنندگان در شهر تهران و شهرهای همدان، اراک و بوشهر به مراتب کمتر است؛ در بیان علت این پدیده، به دسترسی بموقع به روزنامه در تهران و تأخیر دریافت آن در شهرستان اشاره شده است که این مسئله جاذبه روزنامه را در شهرستانها کاهش می‌دهد. علاوه بر این، به دلیل بالا بودن مشارکت سیاسی، شهروندان

تهرانی به اخبار و محتوی روزنامه‌ها حساسیت بیشتری نشان می‌دهند؛ اما در مورد مجلات که قید زمانی وجود نداشته و از نظر خبری در رتبه دوم و سوم قرار می‌گیرند، شکاف مصرف سرانه در تهران و شهرستانها محدودتر است.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در بررسی‌های انجام شده، تنها به مسائل کیفی و سلیقه‌های مصرف‌کنندگان توجه شده است. البته آقای "رجبعلی مزروعی" در مقاله خود با عنوان "سهم هزینه مطبوعات در سبد مصرفی خانوار ایرانی" که در سیمینار خرداد ۱۳۷۷ ارائه شد، ضمن تحلیل جداول آماری به این مسئله اشاره نموده‌اند که احتمالاً کشش قیمتی تقاضای مطبوعات پایین است. بر این اساس، در ادامه به منظور تبیین اهمیت تداوم حمایت‌های دولت، توابع تقاضای مطبوعات برآورده خواهند شد و مقادیر عددی کششهای قیمتی و درآمدی مورد توجه قرار خواهد گرفت.

لازم به ذکر است که مطالعات انجام شده برای برآورد کششهای تقاضای مطبوعات در سایر کشورها نیز بسیار محدود است. ریکای (۱۹۷۶) علت این مسئله را چنین توضیح می‌دهد: «به دلیل اینکه تغییرات تیراژ روزنامه‌ها معمولاً نمایشی است، اثر قیمت بر تقاضای یک مطبوع خاص مبهم می‌شود و از طرفی چون روزنامه‌ها برای حفظ مشتریان خود، قیمت را ثابت نگه می‌دارند، برآورد تابع تقاضا به صورت سری زمانی با مشکل مواجه می‌شود»^۱. بر این اساس، ریکای به منظور برآورد کشش قیمتی تقاضای روزنامه‌های عصر انگلستان، از تلفیق اطلاعات سری زمانی در مقاطع شهرهای مختلف استفاده نمود که مدل طراحی شده در این زمینه عبارت است:

$$C_{it} = \alpha + bP_{it} + \varepsilon_{it}$$

C_{it} : تقاضای روزنامه در شهر i ام در سال t ام.

P_{it} : قیمت روزنامه در شهر i ام در سال t ام.

در این مطالعه، روزنامه کالایی ضروری و با کشش قیمتی پایین شناسایی شده است؛ همان‌طور که مشاهده می‌شود، در این مدل، تقاضای روزنامه تنها تابعی از قیمت روزنامه

1- Reekie, W.D.; "The Price Elasticity of Demand for Evening News paper, *Applied Economics*.

در نظر گرفته شده است. مسئله اینجاست که با وجود جذابیت‌های تصویری تلویزیون، سهولت دستیابی رادیو و حق انتخاب‌های زیاد در روش‌های اطلاعات شبکه‌ای و اینترنت، مطالعات انجام شده از ثبات سهم نسبی هزینه مطبوعات در بودجه خانوار در کشورهای مختلف حکایت دارند. در توضیح این مسئله، ویژگی‌های خاص مطبوعات عامل اصلی بروز این پدیده معرفی شده است و در واقع، جانشین مهمی برای مطبوعات وجود ندارند. حال با توجه به ملاحظات مذکور، برآورد تابع تقاضا و تابع انگل برای روزنامه و مجلات، براساس مدل‌های زیر انجام می‌شود.

توابع تقاضای برای مطبوعات:

$$New = \alpha_0 + \alpha_1 P_{new} + \alpha_2 M + \varepsilon$$

$$Mag = \beta_0 + \beta_1 P_{mag} + \beta_2 M + \varepsilon$$

$New =$ تقاضای روزنامه؛ $Mag =$ تقاضای مجلات؛ $P_{new} =$ قیمت روزنامه.

$P_{mag} =$ قیمت مجلات؛ $M =$ درآمد.

در اینجا، ε جزء اخلاص می‌باشد و لازم است که پارامترهای مدل یعنی $\alpha_0 \dots \alpha_2$ و $\beta_0 \dots \beta_2$ برآورد شوند.

توابع انگل برای مطبوعات به صورت ذیل می‌باشد:

$$New = \lambda_0 + \lambda_1 M + \varepsilon$$

$$Mag = \gamma_0 + \gamma_1 M + \varepsilon$$

$New =$ تقاضای روزنامه؛

$Mag =$ تقاضای مجلات؛

$M =$ درآمد.

در اینجا نیز ε جز اخلاص می‌باشد و لازم است که پارامترهای مدل، یعنی $\lambda_0, \lambda_1, \gamma_0, \gamma_1$ برآورد شوند.

البته در برآورد مدلها توجه به چند نکته دیگر ضروری است؛ اولاً نظر به اینکه افراد تمایلی به بیان درآمد واقعی خود ندارند، معمولاً در مطالعات تجربی از اطلاعات هزینه‌ای برای متغیر درآمد استفاده می‌شود. البته در این زمینه نیز از هزینه کل، هزینه کل خوراکی یا

هزینه کل غیرخوراکی می‌توان استفاده کرد. در اینجا براساس مباحث مطرح شده در نظریات جدید، مبنی بر اعمال قاعده بودجه دو مرحله‌ای و کاربرد آن در برآورد مدل‌های تقاضا، برای متغیر درآمد از هزینه غیرخوراکی استفاده می‌شود که این مسئله توضیح دهنده‌گی مدل‌های را نیز بهبود می‌بخشد.^۱

مسئله بعدی محاسبه مقادیر سرانه است. در این راستا داده‌های آماری مربوط به متوسط هزینه خانوار بر بعد خانوار تقسیم شده و اطلاعات هزینه سرانه در برآورد مدل وارد می‌شود. این مسئله ضمن حذف اثرات بعد خانوار (که معمولاً با متوسط هزینه، همبستگی بالایی داشته و مشکل همخطی را تشدید می‌کند)، ناهمسانی واریانس ناشی از تفاوت بعد خانوارها را نیز کاهش می‌دهد.

لازم به ذکر است که اطلاعات هزینه‌ای خانوارهای شهری و روستایی از داده‌های آماری سالانه مرکز آمار ایران استخراج شده است و بر این اساس، اطلاعات متوسط هزینه سرانه روزنامه و مجلات به صورت سری زمانی برای سالهای ۱۳۶۲-۱۳۷۷ و در مقطع دهکهای هزینه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته برای خانوارهای شهری، آمار هزینه روزنامه سال ۱۳۶۵ در دسترس نبوده و برای خانوارهای روستایی غیر از عدم دسترسی به آمار هزینه روزنامه سال ۱۳۶۵، اطلاعات هزینه مجلات نیز تنها از سال ۱۳۶۹ به بعد موجود است؛ از طرف دیگر، نظر به اینکه تقاضای مطبوعات در سطح کل مد نظر قرار گرفته، شاخصهای قیمتی روزنامه و مجلات که توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران محاسبه شده است، به عنوان متغیر قیمت مورد استفاده قرار می‌گیرد. این شاخصها که به صورت میانگین وزنی از قیمت انواع یک کالا در مناطق مختلف محاسبه می‌شوند، برای هدف مطالعه مناسب هستند.

۱- براساس این قاعده، مصرف کننده ابتدا بودجه کل را بین خوراک و غیرخوراک تقسیم کرده، سپس تصمیمات مصرفی درمورد هر کالا را براساس قرار گرفتن آن در هر یک از این زیرگروه‌ها اتخاذ می‌نماید. بر این اساس، نظر به اینکه مطبوعات یک کالای غیرخوراکی محسوب می‌شود، در مدل تقاضای به جای درآمد کل از هزینه کل غیرخوراکی استفاده می‌شود. برای مطالعه بیشتر در این زمینه به منبع (۱۴) مراجعه فرمایید.

در این راستا در تابع انگل، از اطلاعات مقطعی متوسط هزینه سرانه روزنامه و مجلات از دهک اول تا دهم در سال ۱۳۷۵ استفاده گردیده و تابع تقاضا نیز براساس داده‌های تلفیقی^۱ متوسط سرانه هزینه دهکهای که برای سالهای ۱۳۶۲ تا ۱۳۷۷ روی هم ریخته شده‌اند، برآورد شده است.

۴- جایگاه مطبوعات در سبد مصرفی

پیش از برآورد مقادیر عددی کَششهای قیمتی و درآمدی، مناسب است که نوسانات هزینه اختصاص یافته به مطبوعات نیز مورد توجه قرار گیرد. براساس نمودار (۱) سهم هزینه روزنامه در هزینه‌های غیرخوراکی برای فرد نمونه شهری با یک روند با ثبات بین ۰/۴٪ تا ۱/۴٪ متغیر است که این مسئله بیانگر عادت مصرفی خانوارهای شهری به هزینه کردن برای روزنامه می‌باشد. در مقابل، نوسانات سهم هزینه مجلات در نمودار (۲) بیانگر عدم تثبیت مصرف این کالا در جامعه است. همان طور که قبلاً اشاره شد، طی این سالها قیمت روزنامه و مجلات با یک سال تاخیر نسبت به کاهش یارانه‌های ریالی و ارزی مطبوعات، افزایش یافته است. بر این اساس، تغییر مصرف روزانه در اثر این تغییرات قیمتی به مراتب کمتر از مجلات است. افزایش یارانه‌های مطبوعات در سالهای ۱۳۶۹ و ۱۳۷۰ و کمتر شدن رشد قیمت مطبوعات نسبت به سایر کالاها و تاثیرگذاری برخی عوامل غیرقیمتی (نظیر تنوع کمی و کیفی مطبوعات)، موجبات افزایش سهم هزینه روزنامه و مجلات طی سالهای ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۳ را فراهم نموده است. این مسئله در نمودار (۲) و (۴) برای سهم هزینه مجلات فرد نمونه شهری و روستایی نیز قابل مشاهده است. البته با افزایش شدید قیمت مطبوعات در سال ۱۳۷۴ (رشد قیمت روزنامه ۸۱٪ و رشد قیمت مجلات ۶۰٪)، سهم هزینه این دو کالا کاهش یافته است. در نمودارهای مربوط به سهم هزینه مطبوعات برای فرد روستایی نیز نوسانات مشابهی وجود دارد.^۲ تنها نکته قابل ذکر در این مورد، سهم هزینه روزنامه است که با گسترش مسائل سیاسی در سال ۱۳۷۷ جهش قابل توجهی داشته و از

1- Pooling Data

۲- لازم به یادآوری است، اطلاعات هزینه مجلات خانوار روستایی از سال ۱۳۶۹ به بعد موجود است.

۰/۰۰۰۴ به ۰/۰۰۱۴، یعنی بیش از سه برابر، افزایش یافته است. در مجموع، سهم هزینه روزنامه در بودجه فرد نمونه روستایی پایین، اما با ثبات است. البته در مورد مجلات، نوسانات بیشتر وجود داشته و به بیان دیگر، هنوز یک الگوی رفتاری برای مصرف مجلات در جامعه روستایی شکل نگرفته است.

در نمودارهای (۵) تا (۸) نیز رفتار مصرف کنندگان گروههای درآمدی مختلف بررسی شده و در این راستا سهم هزینه سرانه روزنامه و مجلات در هزینه های غیرخوراکی دهکهای اول تا دهم برای کل کشور و استان تهران مقایسه شده‌اند. با وجودی که این نسبت برای فرد نمونه شهری و روستایی استان تهران بالاتر از کل کشور است (حدود ۱/۵ برابر)، اما در گروههای درآمدی نوسانات زیادی مشاهده می‌شود. در نمودار (۵) سهم هزینه روزنامه فرد نمونه شهری استان تهران تا دهک پنجم کمتر از متوسط کل کشور است و پس از آن، به میزان قابل توجهی پیشی می‌گیرد. این در حالی است که انتظار می‌رود هزینه روزنامه به عنوان یکی از مظاهر شهرنشینی و توسعه روابط اجتماعی و مشارکت سیاسی در استان تهران بالاتر باشد. البته باید توجه داشت نظر به اینکه اطلاعات روزنامه موردی است و در مدت کوتاهی می‌توان از آن بهره‌مند شد، به نظر می‌رسد افراد گروههای درآمدی پایین در استان تهران با دسترسی آسان به امکانات کتابخانه‌ها و مراکز علمی، بدون صرف هزینه، به مطالعه روزنامه‌ها می‌پردازند و در دهکهای بالای درآمدی تمایل به هزینه کردن به صورت آشکارتری ظاهر می‌شود؛ اما برخلاف روزنامه، مجلات قید زمانی نداشته و به همین دلیل در دهکهای درآمدی، شکاف قابل توجهی بین فرد نمونه تهرانی و فرد نمونه کل کشور وجود ندارد؛ از طرفی، به غیر از برخی دهکها، سهم هزینه فرد نمونه شهر تهران به میزان قابل توجهی کمتر از متوسط کل کشور است.^۱

در مجموع، بر اساس نمودارهای مربوط به سهم هزینه مطبوعات برای فرد نمونه شهری

۱- البته این مسئله با کمک اطلاعات فعلی قابل توضیح نیست؛ هر چند در این زمینه می‌توان به دلایلی نظیر پایین بودن فرصت مطالعه مجلات در شهر تهران (به دلیل بالا بودن ساعت کاری که بعضاً به دو تا سه شیفت کاری می‌رسد) و امکان استفاده از مجلات کتابخانه‌ها و سازمانها بدون پرداخت هزینه اشاره کرد؛ اما برای بررسی دقیق این پدیده، انجام مطالعات میدانی الزامی است.

و روستایی، انتظار بر این است که مصرف کنندگان به افزایش قیمت حساسیت زیادی نشان ندهند. (کشش قیمتی پایین) و با افزایش درآمد، تمایل بیشتری برای صرف هزینه بر روی مطبوعات داشته باشند (کشش درآمدی بالا).

۵- برآورد کششهای قیمتی و درآمدی تقاضای مطبوعات در ایران

تجزیه و تحلیل توابع تقاضا، یکی از مباحث پایه‌ای تئوریهای رفتار مصرف کننده را تشکیل می‌دهد و معمولاً در بررسی اثرات حذف یارانه‌ها به کششهای قیمتی و درآمدی کالا که بر اساس تابع تقاضا و تابع انگل برآورد شده‌اند، توجه می‌شود که در ادامه، این موارد در قالب تقاضای مطبوعات مد نظر قرار می‌گیرد.

در این راستا به منظور برآورد تابع انگل - یعنی رابطه بین تقاضا و درآمد، با فرض ثابت بودن قیمت‌ها - از اطلاعات مقطعی به صورت متوسط هزینه سرانه روزنامه و مجلات از دهک اول تا دهم در سال ۱۳۷۵ استفاده شده است؛ اما در برآورد تابع تقاضا، به دلیل اهمیت توجه به اثرات تغییر قیمت و درآمد، معمولاً داده‌های سری زمانی یا تلفیقی مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته داده‌های آماری مرکز آمار ایران تنها از سال ۱۳۶۲ تا ۱۳۷۷ روی هم ریخته شده و در مجموع ۱۶۰ مشاهده حاصل شده است. البته مدل‌های تلفیقی را به شیوه‌های مختلف می‌توان برآورد نمود که در اینجا از روش ساده و روش اثرات ثابت برای برآورد مدل تقاضا استفاده شده است.^۱ علاوه بر این، شکل تبعی مناسب مدلها براساس معیارهای خوبی برازش^۲ انتخاب شده که در ادامه به نتایج برآورد تابع انگل و تابع تقاضا برای مطبوعات اشاره شده است.

همان طور که اشاره شد، تابع انگل به صورت زیر برآورد شده است:

۱- برای مطالعه بیشتر در مورد جزئیات این روشهای برآورد، ن.ک. عبدلی، گیلدا؛ برآورد تقاضای نان در ایران و...؛ پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران.

۲- این معیار برای انتخاب مدل‌های مناسب، به کار برده می‌شود؛ نظیر F, R^2 ، معیار آکانیک و شواتز که برای مطالعه جزئیات بیشتر به کتابهای اقتصاد سنجی مراجعه شود.

$$New = \lambda_0 + \lambda_1 Nfood + \varepsilon$$

$$Mag = \gamma_0 + \gamma_1 food + \varepsilon$$

New = هزینه روزنامه؛

Mag = هزینه مجلات؛

Nfood = هزینه خوراک.

در این راستا اطلاعات سرانه دهکهای هزینه سال ۱۳۷۵ برای فرد نمونه استان تهران و کل کشور در حالت شهری و روستایی مورد استفاده قرار گرفته که بر اساس معیار آکائیک، حالت دو طرف لگاریتمی بهترین مدل شناسایی شده است. خلاصه نتایج برآوردی و کششهای محاسباتی در جدول (۳) ارائه شده که ضرایب مدل معنی دار و با علامت مثبت حاصل شده اند. براین اساس، در سطح کل کشور، کشش درآمدی روزنامه در مناطق شهری و روستایی به ترتیب ۱/۴۱ و ۱/۶۸ حاصل شده است. از این جهت روزنامه و مجلات در سبد مصرفی جایگاه متناسبی داشته و عادت مصرفی در فرد نمونه شهری با ثبات تر و تمایل بالقوه به مصرف در فرد نمونه روستایی بالاتر است.

برای مقایسه وضعیت کشش درآمدی استان تهران و کل کشور، تابع انگل براساس اطلاعات سال ۱۳۷۵ در استان تهران نیز برآورد شده است. بر این اساس، کشش درآمدی در مناطق شهری و روستایی استان تهران برای روزنامه ۱/۶۳ و ۳/۸ و برای مجلات ۱/۵۳ و ۸/۵ محاسبه شده است. همان طور که ملاحظه می شود، میزان تمایل بالقوه مصرف مطبوعات در مناطق شهری و به خصوص مناطق روستایی استان تهران در مقایسه با کل کشور بالاتر است.

در این راستا تابع تقاضا مطبوعات نیز براساس مباحث مطرح شده به صورت زیر برآورد

شده است:

$$New = \alpha_0 + \alpha_1 Pnew + \alpha_2 Pmag + \alpha_3 Nfood + \varepsilon$$

$$Mag = \beta_0 + \beta_1 Pnew + \beta_2 Pmag + \beta_3 Nfood + \varepsilon$$

New = تقاضای روزنامه؛ Mag = تقاضای مجلات؛

Pnew = قیمت روزنامه؛ Pmag = قیمت مجلات؛ Nfood = درآمد.

همان طور که اشاره شد، جهت برآورد تابع تقاضا، از روش تلفیقی ساده (با شیب ثابت و عرض از مبدا ثابت بین گروههای هزینه‌ای) و روش اثرات ثابت^۱ (با شیب ثابت و عرض از مبدا متفاوت برای گروههای هزینه‌ای) استفاده شده است؛ لازم به ذکر است که پیش از برآورد مدل، همبستگی متغیرهای توضیحی (یعنی قیمت روزنامه، قیمت مجلات و هزینه غیرخوراک) از جهت بررسی شدت همخطی مورد توجه قرار گرفت. براین اساس، ضریب همبستگی ساده بین قیمت روزنامه و قیمت مجلات حدود ۹۹٪ حاصل شد که به منظور رفع عوارض ناشی از این مسئله، از روش حذف متغیر استفاده گردید و به این ترتیب تقاضای هر مطبوع همان مطبوع وارد شده است:

$$New = \alpha + \alpha Pnew + \alpha Nfood + \varepsilon$$

$$Mag = \beta_0 + \beta_1 Pmag + \beta_2 Nfood + \varepsilon$$

خلاصه نتایج برآورد این معادلات تقاضا و کششهای محاسباتی در جدول (۴) ارائه شده است. لازم به ذکر است، داده‌های تلفیقی اطلاعات هزینه سرانه مطبوعات (اعم از روزنامه و مجلات) و هزینه غیرخوراکی برای دهکها متفاوت است؛ اما نظر به اینکه قیمت مجلات و روزنامه مقطوع است، شاخصهای قیمت مجلات و روزنامه‌ها برای سالهای ۱۳۶۲-۷۷ برای دهکهای مختلف یکسان در نظر گرفته می‌شود.

مسئله دیگری که قبل از ارائه نتایج لازم است مرود توجه قرار گیرد، آن است که در مطالعات مختلف معمولاً بر اساس روشهای سنتی برآورد تقاضا، قید همگنی بر مدل تقاضا تحمیل می‌شود. بر این اساس، ابتدا قیمت کالاها و هزینه‌های مصرفی با کمک شاخص سطح عمومی قیمتها واقعی شده و سپس در مدل وارد می‌شود؛ اما با طراحی سیستمهای تقاضای جدید (نظیر: سیستم تقاضای تقریباً ایده‌آل) و آزمونهای انجام شده در این زمینه، صحت برقراری قیود همگنی و تقارن در معادلات تقاضا متزلزل شده است.^۲ علاوه بر این در ایران، مشابه سایر کشورهای در حال توسعه، رشد قیمتها در گروههای مختلف کالا و خدمات یکسان نبوده و از اینرو اعمال قید همگنی بر مدلهای تقاضا مناسب نمی‌باشد که

در برآورد مدلها به این مسئله توجه شده است. از نظر شکل تبعی نیز براساس معیار آکائیک، در اکثر موارد، مدلهای دو طرف لگاریتمی مناسب‌تر شناسایی شده‌اند.

در مجموع، براساس نتایج برآوردی، مقداری عددی کشش قیمتی روزنامه برای فرد نمونه شهری و روستایی به ترتیب $0/36-$ و $1/17-$ محاسبه شده است و از این جهت، روزنامه یک کالای ضروری محسوب می‌شود. البته عادت مصرفی روزنامه در جامعه روستایی تثبیت نشده و نسبت به جامعه شهری از حساسیت قیمت بالاتری برخوردارند. برای کشش درآمدی روزنامه نیز از طریق برآورد تابع تقاضا برای فرد شهری و روستایی ارقام $1/57$ و $2/77$ حاصل شده است که هر دو بزرگتر از یک می‌باشند و لذا تمایل بالای مصرف مطبوعات را خاطر نشان می‌کنند. بر این اساس، هر چند عادت مصرفی فرد شهری برای روزنامه باثبات‌تر از فرد روستایی است، اما تمایل بالقوه مصرف در جامعه روستایی بالاتر است.

لازم به ذکر است، ضرایب قیمتی و درآمدی مدلهای برآوردی براساس روش اثرات ثابت به دلیل علامت ناصحیح برای محاسبه کششهای تقاضا مناسب نبودند؛ اما نظر به اینکه عرض از مبدا متفاوت، اثرات عوامل غیرقیمتی و غیردرآمدی را بر تقاضای مطبوعات خاطر نشان می‌کند، تحلیل نتایج مذکور از جهت رفتار مصرف‌کننده جالب توجه است. همان‌طور که در جداول نتایج کامپیوتری نیز مشاهده می‌شود، عرض از مبدا متفاوت در مدل تقاضای روزنامه برای جامعه شهری معنی‌دار نبود؛ اما این موارد برای جامعه روستایی در سطح بالایی معنی‌دار است. از طرف دیگر، عرض از مبدا متفاوت در مدل تقاضای مجلات هم در جامعه شهری و هم در جامعه روستایی معنی‌دار است. بر این اساس، رفتار افراد گروههای درآمدی جامعه شهری در برابر تغییرات قیمت روزنامه باثبات بوده و این مسئله وجود عادت مصرف در مورد هزینه روزنامه را به عنوان یک رفتار اجتماعی در جوامع شهری تائید می‌نماید. در این راستا تفاوت معنی‌دار این ضرایب در مدل تقاضای روزنامه در جامعه روستایی را می‌توان به شکافهای عمیق سطح سواد و آگاهیها در گروههای درآمدی مختلف نسبت داد. در مقابل، معنی‌داری عرض از مبدا متفاوت در مدل تقاضای مجلات اهمیت بیشتر عوامل غیرقیمتی و غیردرآمدی (نظیر: سطح سواد و تحصیلات، نوع تخصص و آگاهیهای اجتماعی و فرهنگی) را در تفاوت رفتاری افراد

گروه‌های درآمدی در برابر تغییرات قیمت مجلات خاطر نشان می‌کند.

در مجموع، بررسی روند تغییرات هزینه مطبوعات در سبد مصرفی و برآورد کششهای تقاضای مطبوعات، شامل روزنامه و مجلات، از ثبات نسبی مصرف این کالاهای فرهنگی حکایت دارد، علاوه بر این، کششهای قیمتی پایین نشانگر ضروری بودن این کالاهاست. از این جهت، کاهش یارانه‌های ریالی و ارزی مطبوعات که از طریق افزایش قیمت به متقاضیان نهایی این کالاها منتقل می‌شود، فشار هزینه را تشدید می‌نماید که این مسئله برای افراد تمام گروه‌های درآمدی صادق است. از طرف دیگر، بالا بودن مقادیر کششهای درآمدی مطبوعات از تمایل به افزایش مصرف این کالاها حکایت دارد که این مسئله برای طراحی سیاستهایی جهت تثبیت جایگاه مطبوعات در الگوی رفتاری افراد جامعه قابل توجه است؛ به هر حال، نظر به اهمیت بالای مطبوعات در برنامه‌های توسعه‌ای، مناسب است که در شرایط فعلی به اتخاذ راهکارهایی برای تداوم حمایت‌های مالی دولت از مطبوعات توجه گردد و با هدایت مطبوعات به سمت اهداف ملی، از این ابزار در جهت تقویت مشارکت مردمی، اطلاع‌رسانی و آموزش (به خصوص در جوامع روستایی)، بهره‌برداری شود.

جدول (۱) - تعداد مطبوعات منتشر شده در تهران و سایر شهرها طی سال ۱۳۷۷

سایر	فصلی	دوماه یکبار	ماهانه	دوهفتگی	هفتگی	روزانه	کل	
۵۲	۲۸۷	۲۹	۳۴۰	۴۹	۱۳۲	۶۹	۹۵۸	تهران
۲۴	۶۵	۱۲	۶۱	۲۴	۱۴۸	۳۸	۳۷۲	سایر شهرها
۷۶	۳۵۲	۴۱	۴۰۱	۷۳	۲۸۰	۱۰۷	۱۳۳۰	جمع

ماخذ: سالنامه آماری سال ۱۳۷۷، صفحه ۷۱۳.

جدول (۲) - تغییرات قیمت مطبوعات و یارانه‌های پرداختی طی سالهای ۷۸-۱۳۶۸

سال	سهمیه ارزی (دلار)	نرخ رشد	یارانه ریالی (ریال)	نرخ رشد	کاغذ با قیمت یارانه‌ای (هزارتن)	شاخص قیمت روزنامه	شاخص قیمت مجلات
۱۳۶۸	۱۹,۴۸۸,۱۰۰	—			—	۱۲۳	۲۱۶/۷
۱۳۶۹	۳۷,۷۱۳,۹۰۰	%۹۳			—	۱۵۹/۵	۳۰۸/۹
۱۳۷۰	۶۱,۵۵۹,۶۰۰	%۶۳			—	۱۷۴/۳	۳۶۷/۸

ادامه جدول (۲)

سال	سهمیه ارزی (دلار)	نرخ رشد	یارانه ریالی (ریال)	نرخ رشد	کاغذ با قیمت یارانه‌ای (هزارتن)	شاخص قیمت روزنامه	شاخص قیمت مجلات
۱۳۷۱	۴۱,۲۳۱,۴۵۸	٪۳۳			—	۲۴۲/۵	۴۴۶/۶
۱۳۷۲	۱۹,۹۱۴,۱۰۰	٪۵۲	۲۱,۳۸۷,۹۱۵,۰۰۰	—	—	۳۸۲	۶۰۹/۶
۱۳۷۳	۱۸,۰۱۳,۷۴۲	٪۹/۵	۱۱,۶۱۴,۶۴۴,۷۱۶	-٪۲۵	—	۵۱۴/۴	۸۵۲/۲۷
۱۳۷۴	۲۹,۴۲۱,۳۲۶	٪۶۳	۸,۷۴۵,۰۶۶,۰۰۰	-٪۲۵	—	۹۳۴/۸۸	۱۳۶۸/۳۷
۱۳۷۵	۳۷,۴۲۸,۲۸۵	٪۲۷	۷,۲۸۰,۳۵۸,۰۰۰	-٪۱۷	—	۹۸۴/۵	۱۴۹۸/۸۸
۱۳۷۶	۲۱,۴۱۴,۲۰۹	٪۴۳	۷,۷۰۷,۰۰۰,۰۰۰	٪۶	—	۱۲۱۸/۸۸	۱۹۷۷/۴۲
۱۳۷۷	۱۳,۱۷۸,۴۷۴	٪۳۸	۵,۲۹۰,۴۰۰,۰۰۰	٪۳۱	۴ هزارتن	۱۳۸۳/۴۳	۲۱۱۵/۸۴
۱۳۷۸	۱۳,۳۲۱,۱۲۹	٪۱	—		۱۲ هزارتن	۱۹۶۸/۵	۲۳۲۳/۴۶

توجه: میزان یارانه‌های ریالی و ارزی از اداره کل مطبوعات داخلی وزارت ارشاد تهیه شده و شاخص قیمت مطبوعات از گزارشات بانک مرکزی جمهوری اسلامی (برمبنای سال پایه ۱۰۰=۱۳۶) محاسبه شده‌اند.

جدول (۳) - نتایج برآورد تابع انگل مطبوعات برای فرد نمونه شهری و روستایی در سال ۱۳۷۵

استان تهران			کل کشور			مطبوعات		
روستایی	شهری	شهری	روستایی	شهری	شهری	کشش	کشش	شهری
مدل برآوردی	مدل برآوردی	مدل برآوردی	مدل برآوردی	مدل برآوردی	مدل برآوردی	درآمدی	درآمدی	درآمدی
LNEW= -۴۷/۸+۳/۸۱LNFOOD (۴۰/۶۹) (۳/۱۴) (-۱/۱۸) (۱/۲۲)	LNEW= -۱۵/۶۹+۱/۶۳LNFOOD (۳/۵۵) (۰/۲۵) (-۴/۴۲) (۶/۳۸)	۱/۶۳	LNEW= -۱۷/۸۸+۱/۶۷LNFOOD (۱/۵۹) (۰/۱۲) (-۱۱/۱۸) (۱۴/۵۵)	۱/۶۷	LNEW=-۱۳/۸۸+۱/۴۶LNFOOD (۲/۲) (-۶/۳) (۰/۱۴۸) (۹/۸۶)	۱/۴۶	LNEW=-۱۳/۸۸+۱/۴۶LNFOOD (۲/۲) (-۶/۳) (۰/۱۴۸) (۹/۸۶)	روزنامه
LNEW= -۱۱۵/۷۸+۸/۵۵LNFOOD (۳۵/۵) (-۳/۲) (۲/۷۴) (۳/۱۲)	LNEW= -۲۶/۵+۰/۰۰۰۷LNFOOD (۶۹/۴) (۰/۰۰۰۰۴) (-۳/۸۷) (۱۷/۶۴)	۱/۵۳	LNEW= -۱۷/۲۴+۱/۶۸LNFOOD (۳/۵۵) (۰/۲۵) (-۵/۱۳) (۶/۵۸)	۱/۶۸	LNEW=-۱۳/۸۸+۱/۴۶LNFOOD (۲/۲) (-۶/۳) (۰/۱۴۸) (۹/۸۶)	۱/۴۶	LNEW=-۱۳/۸۸+۱/۴۶LNFOOD (۲/۲) (-۶/۳) (۰/۱۴۸) (۹/۸۶)	مجلات

توجه: اعداد داخل پرانتز، انحراف معیار و آماره‌های آماری می‌باشد و متغیرهایی که با L شروع می‌شوند، به شکل لگاریتم طبیعی در مدل وارد شده‌اند.

NEW: هزینه سرانه روزنامه؛

MAG: هزینه سرانه مجله؛

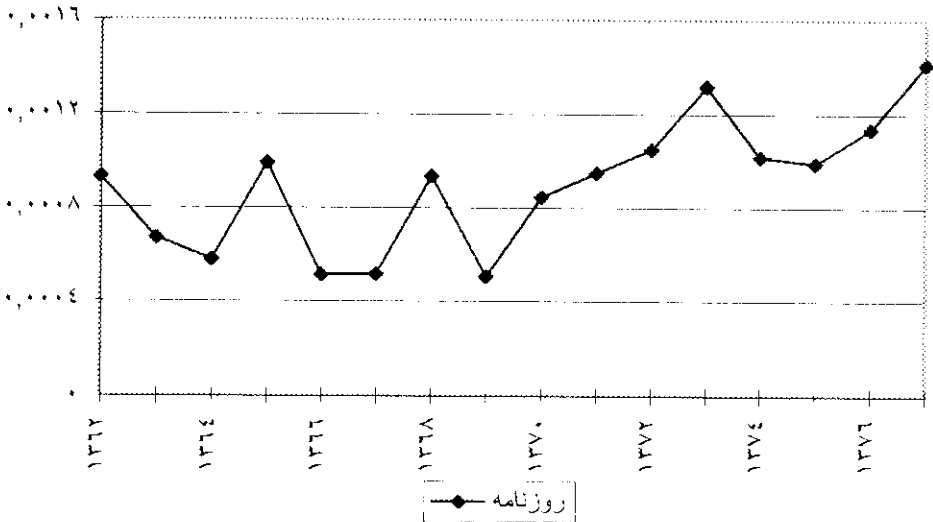
NFOOD: هزینه سرانه شیرخوراکی.

جدول (۴) - نتایج برآورد تابع تقاضای مطبوعات برای فرد نمونه شهری و روستایی در سالهای ۷۷-۱۳۶۲

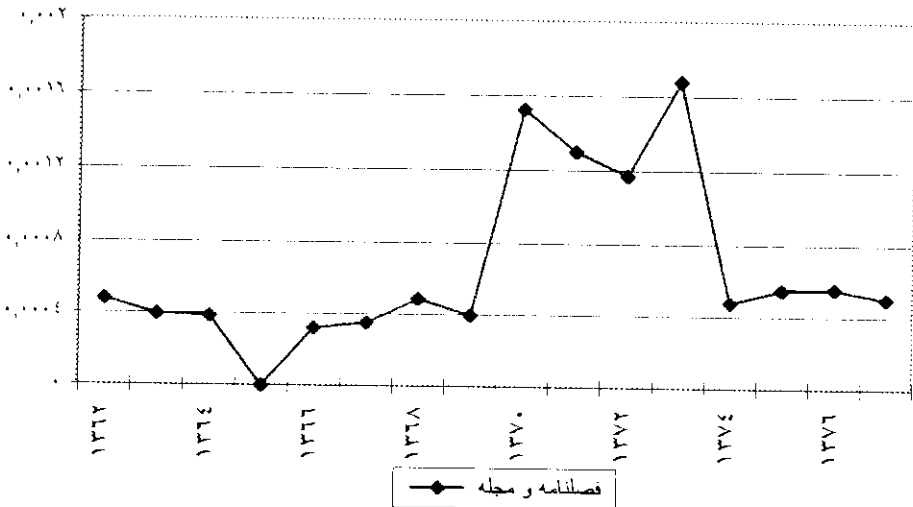
روستایی			شهری			مطبوعات
مدل برآوردی	کشش فیتی	کشش درآمدی	مدل برآوردی	کشش فیتی	کشش درآمدی	
$LNEW = -24/8 - 1/17LPNEW + 2/77LNFOOD$ (۰/۳۷) (۰/۰۳) (-۹۱/۸) (-۳۹/۷) (۸۸/۵)	-۱/۱۷	۲/۷۷	$LNEW = 12/98 - 0/36LPNEW + 1/87LNFOOD$ (۰/۹۱) (۰/۱۷) (-۱۴/۳) (-۲) (۱۳/۴)	-۰/۳۶	۱/۵۷	روزنامه
$LMAG = -14/3 - 0/98LPNEW + 1/95LNFOOD$ (۰/۱۳) (۰/۰۲) (-۱۰/۶) (-۰/۰۲) (۱۳۰/۳)	-۰/۹۸	۱/۹۵	$LMAG = -10/4 - 0/21LPMAG + 1/31LNFOOD$ (۰/۰۲) (۰/۰۱) (-۴۹/۴) (-۲۳/۵) (۲۵۳/۵)	-۰/۲	۱/۳	مجلات

توجه: اعداد داخل پرانتز، انحراف معیار و آماره‌های آماری می‌باشند و متغیرهایی که با L شروع می‌شوند، به شکل نگارشم طبیعی در مدل وارد شده‌اند.
 هزینه سرانه روزنامه، PNEW؛ قیمت روزنامه، MAG؛ هزینه سرانه مجله، PMAG؛ قیمت مجلات، NFOOD؛ هزینه سرانه غیرخوراک، NEW.

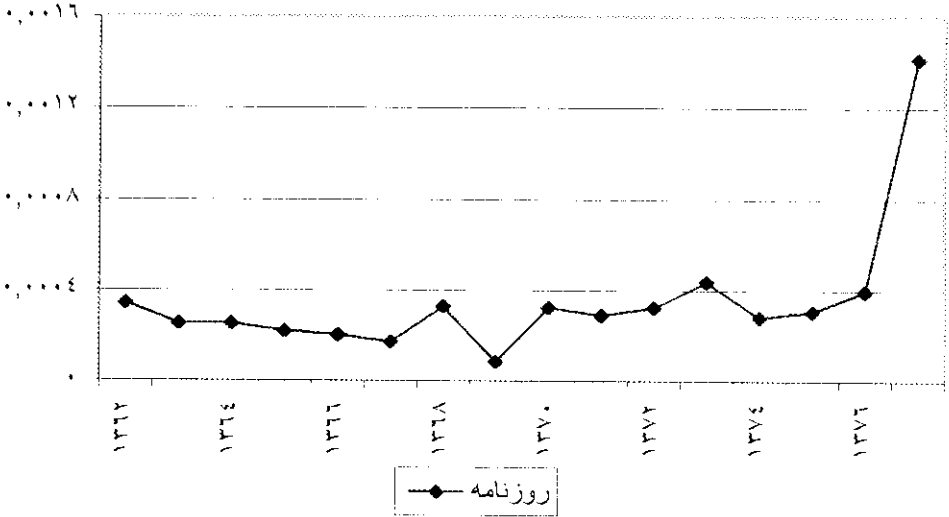
نمودار ۱: روند تغییرات سهم هزینه سرانه روزنامه در هزینه‌های غیرخوراکی
(شهری ۱۳۶۲-۷۷)



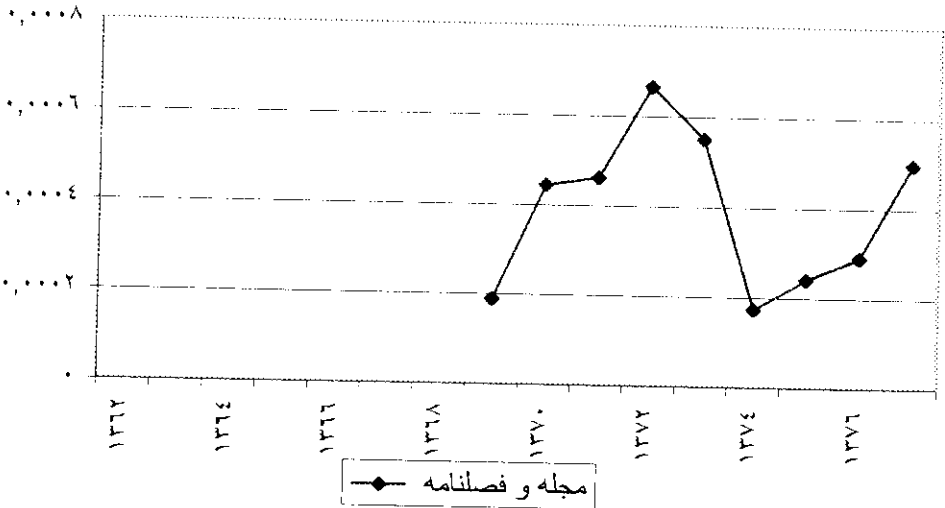
نمودار ۲: روند تغییرات سهم هزینه سرانه مجلات در هزینه‌های غیرخوراکی
(شهری ۱۳۶۲-۷۷)



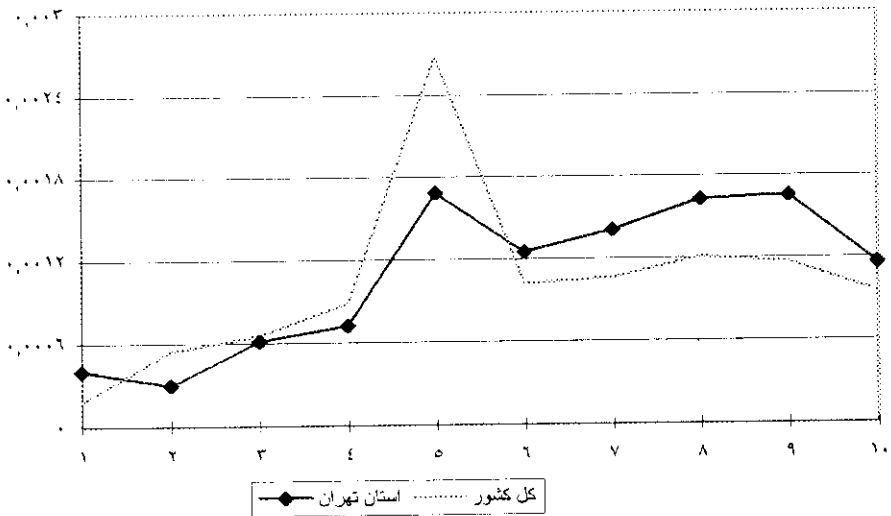
نمودار ۳: روند تغییرات سهم هزینه سرانه روزنامه در هزینه‌های غیرخوراکی (روستایی ۷۷-۱۳۶۲)



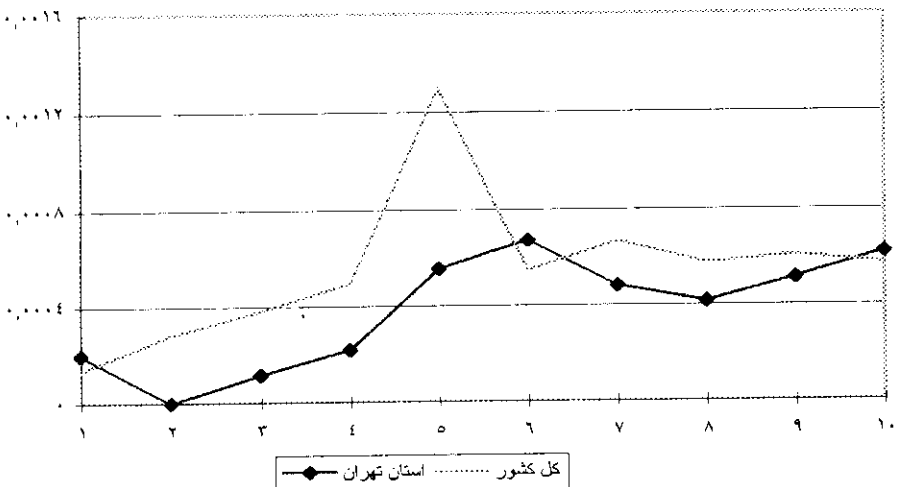
نمودار ۴: روند تغییرات سهم هزینه سرانه مجلات در هزینه‌های غیرخوراکی (روستایی ۷۷-۱۳۶۲)



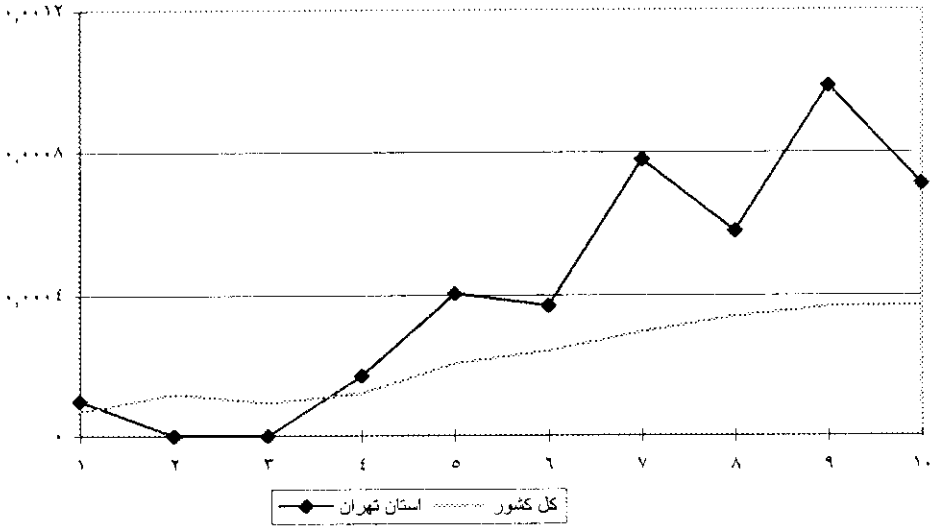
نمودار ۵: سهم هزینه سرانه روزنامه در هزینه‌های غیرخوراکی براساس دهکها (شهری ۱۳۷۵)



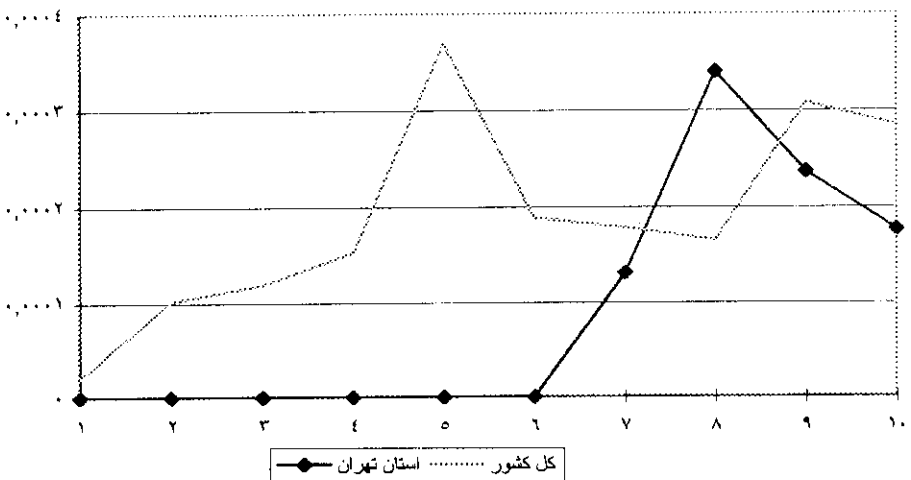
نمودار ۶: سهم هزینه سرانه مجلات در هزینه‌های غیرخوراکی براساس دهکها (شهری ۱۳۷۵)



نمودار ۷: سهم هزینه سرانه روزنامه در هزینه‌های غیرخوراکی براساس دهکها (روستایی ۱۳۷۵)



نمودار ۸: سهم هزینه سرانه مجلات در هزینه‌های غیرخوراکی براساس دهکها (روستایی ۱۳۷۵)



Dependent Variable: LNEW Method: Least Squares				
Sample: 1 160 Included observations: 160				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C1	-5.991702	2.491698	-2.404667	0.0174
C2	-3.576960	2.736217	-1.307265	0.1932
C3	-3.106257	2.873722	-1.080918	0.2815
C4	-2.678208	2.986580	-0.896747	0.3713
C5	-2.350657	3.089369	-0.760886	0.4479
C6	-1.971007	3.190911	-0.617694	0.5377
C7	-1.588245	3.302865	-0.474208	0.6361
C8	-1.355147	3.424149	-0.395762	0.6929
C9	-0.808306	3.598874	-0.224600	0.8226
C10	0.017077	4.011280	0.004257	0.9966
LPNEW	1.847901	0.656755	2.813863	0.0056
LNFOOD	-0.183029	0.518250	-0.353167	0.7245
R-squared	0.794596	Mean dependent var		5.524039
Adjusted R-squared	0.779329	S.D. dependent var		2.410829
S.E. of regression	1.132502	Akaike info criterion		3.158775
Sum squared resid	189.8191	Schwarz criterion		3.388413
Log likelihood	-240.7020	F-statistic		52.04816
Durbin-Watson stat	2.126047	Prob(F-statistic)		0.000000

Dependent Variable: LNEW Method: Least Squares				
Sample: 1 160 Included observations: 150 Excluded observations: 10				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C1	-21.49698	3.435884	-6.256608	0.0000
C2	-16.35725	3.758676	-4.351865	0.0000
C3	-15.85428	3.945369	-4.018447	0.0001
C4	-14.82421	4.142078	-3.578932	0.0005
C5	-14.67237	4.301176	-3.411247	0.0008
C6	-13.20128	4.465680	-2.956163	0.0037
C7	-12.96448	4.635508	-2.796778	0.0058
C8	-12.77027	4.833222	-2.642186	0.0092
C9	-13.45579	5.103351	-2.636657	0.0093
C10	-11.96817	5.762450	-2.076923	0.0397
LPNEW	1.941651	1.216977	1.595470	0.1129
LNFOOD	0.508337	0.874508	0.582429	0.5612
R-squared	0.590815	Mean dependent var		2.329765
Adjusted R-squared	0.558198	S.D. dependent var		5.134273
S.E. of regression	3.412657	Akaike info criterion		5.369478
Sum squared resid	1607.179	Schwarz criterion		5.610328
Log likelihood	-390.7108	F-statistic		18.11413
Durbin-Watson stat	1.789255	Prob(F-statistic)		0.000000

Dependent Variable: LMAG				
Method: Least Squares				
Sample: 1 160				
Included observations: 150				
Excluded observations: 10				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C1	-8.879322	0.746703	-9.212924	0.0000
C2	-5.931088	0.815791	-7.270350	0.0000
C3	-5.605341	0.854830	-6.558793	0.0000
C4	-5.284045	0.886771	-5.958747	0.0000
C5	-5.159857	0.915975	-5.632970	0.0000
C8	-4.975802	0.945085	-5.264926	0.0000
C7	-4.726131	0.976939	-4.837894	0.0000
C8	-4.408931	1.011395	-4.359258	0.0000
C9	-4.216503	1.061536	-3.972077	0.0001
C10	-3.879931	1.181043	-3.285172	0.0013
LPMAG	0.854247	0.181528	4.705868	0.0000
LNFOOD	0.408421	0.151375	2.684867	0.0081
R-squared	0.937794	Mean dependent var	5.348301	
Adjusted R-squared	0.932838	S.D. dependent var	1.878297	
S.E. of regression	0.486781	Akaike info criterion	1.474613	
Sum squared resid	32.59988	Schwarz criterion	1.715464	
Log likelihood	-98.59599	F-statistic	189.1308	
Durbin-Watson stat	0.925012	Prob(F-statistic)	0.000000	

Dependent Variable: LMAG				
Method: Least Squares				
Sample(adjusted): 71 160				
Included observations: 90 after adjusting endpoints				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C1	-18.31314	1.987110	-8.292951	0.0000
C2	-12.62184	2.021588	-6.243595	0.0000
C3	-12.35979	2.061009	-5.998960	0.0000
C4	-12.53299	2.117407	-5.919027	0.0000
C5	-11.98921	2.184541	-5.529874	0.0000
C8	-12.02227	2.218289	-5.419862	0.0000
C7	-12.09383	2.277806	-5.308888	0.0000
C8	-11.83850	2.351489	-5.034499	0.0000
C9	-11.67458	2.481470	-4.742930	0.0000
C10	-11.62514	2.758115	-4.217943	0.0001
LPMAG	0.532748	0.939440	0.567091	0.5723
LNFOOD	1.017868	0.548428	1.862406	0.0683
R-squared	0.696379	Mean dependent var	4.315940	
Adjusted R-squared	0.653561	S.D. dependent var	3.065391	
S.E. of regression	1.804260	Akaike info criterion	4.141744	
Sum squared resid	253.9177	Schwarz criterion	4.475052	
Log likelihood	-174.3785	F-statistic	16.28280	
Durbin-Watson stat	1.959016	Prob(F-statistic)	0.000000	

فهرست منابع

- ۱- اداره مطبوعات داخلی - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۲- اداره شاخصها - اداره آمار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- ۳- بدیعی، مینو؛ "گردش مطبوعات را با توزیع بهتر روانتر کنیم"، **کیهان**؛ (۱۳۷۶/۹/۹).
- ۴- برزین، مسعود؛ **تجربه و تحلیل آماری مطبوعات ایران**؛ قسمت اول، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۵۸.
- ۵- خانیکی، هادی؛ "موانع اجتماعی توسعه مطبوعات در ایران"، **همشهری**؛ (۱۳۷۴/۱۰/۱۱).
- ۶- _____؛ **مقدمه‌ای بر نقشها و کارکردهای مطبوعات در توسعه، "رسانه؛ شماره ۱، (بهار ۱۳۷۶)**.
- ۷- رجب‌زاده، احمد، "مصرف رسانه مطبوعات در خانوارهای ایرانی"، **بررسی مسائل مطبوعات ایران**؛ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ج ۱، (خرداد ۱۳۷۷).
- ۸- رحیمی، عباس، و عباس کلانتری؛ **تحلیل و بررسی اقتصادی سوپسید؛ تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۱**.
- ۹- سام آرام، عزت‌اله؛ "بهره‌مندی روستائیان از رسانه‌های جمعی"، **اخبار؛ (۷/۱۴) (۱۳۷۶)**.
- ۱۰- _____؛ "بهره‌مندی شهروندان تهران از مطبوعات"، **بررسی مسائل مطبوعات ایران**؛ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ج ۱، (خرداد ۱۳۷۷).
- ۱۱- سبزیان، سعید؛ "مطبوعات و مسائل اساسی جامعه"، **رسانه؛ شماره ۱ (بهار ۱۳۷۷)**.
- ۱۲- سلطان‌پور، ت؛ **مطبوعات ایران در چهار دوره از تاریخ معاصر، کیهان هوایی؛ (۱۳۷۳/۷/۲۷)**.
- ۱۳- سهراب‌زاده، مهران و عباس عبدی؛ "بهره‌مندی مردم تهران از مطبوعات"، **رسانه؛ شماره ۱۰، (تابستان ۱۳۷۱)**.
- ۱۴- عبدلی، گیلدا؛ **برآورد تقاضای نان در ایران و محاسبه کُشهای قیمتی و درآمدی**

- آن - بررسی مسئله امکان حذف یارانه نان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران، (شهریور ۱۳۷۵).
- ۱۵- عزیزاده فرد، مسعود؛ "وضعیت مطبوعات ایران در سال ۱۳۷۴"، صنعت چاپ؛ شماره ۱۷۲، (اردیبهشت ۱۳۷۶).
- ۱۶- "مشکلات صنعت چاپ زیاد است - گفتگو"، صنعت چاپ؛ شماره ۱۷۸، (آبان ۱۳۷۶).
- ۱۷- "مطبوعات خود را برای حذف سوسید آماده کنند - گفتگو"، همشهری؛ (۱۳۷۳/۱۰/۵).
- ۱۸- مرکز اطلاع‌رسانی - مرکز آمار ایران.
- ۱۹- مزروعی، علی، "مطبوعات شاخص توسعه جامعه"، سلام؛ (۱۳۷۳/۳/۱۹).
- ۲۰- سهم هزینه مطبوعات در سبد مصرفی خانوارهای ایرانی؛ بررسی مسائل مطبوعات ایران؛ ج ۱ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، خرداد ۱۳۷۷.
- ۲۱- معتمدنژاد، رویا؛ "دولت تازه و ضرورت انجام پژوهش‌های ملی ارتباطی"، رسانه؛ شماره ۲، (تابستان ۱۳۷۶).
- ۲۲- موریس، چالز و اون فیلیس؛ "تحلیل اقتصادی نظریه و کاربرد اقتصاد خرد؛ ترجمه اکبر کمیجانی؛ دانشگاه تهران، جلد اول، ۱۳۶۸.
- ۲۳- مولایی، محمد؛ بررسی و مقایسه ترکیب کالاهای مصرفی خانوارهای شهری و روستایی ایران - سالها ۶۷-۱۳۵۱؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، (دی ۱۳۶۹).
- ۲۴- نبی، سودابه؛ "مطبوعات و مخاطب - رضامندی مورد انتظار و رضامندی کسب شده"، رسانه؛ شماره ۱، بهار ۱۳۷۷.
- ۲۵- هاشمی‌زاده، ایرج؛ "مطبوعات و حمایت دولت"، صفحه اول، شماره ۳۳ و ۳۴، (دی و بهمن ۱۳۷۳).
- ۲۶- همدانی، مجتبی؛ "سیاست‌های حمایتی و نظارتی ارشاد"، صنعت چاپ؛ شماره ۱۲۹، (مهر ۱۳۷۲).

۲۷- "نگاهی به جایگاه مطبوعات"، اخبار؛ (۱۳۷۶/۲/۸).

- 28- Deaton, A. & J. Muellbauer; **Economic and Consumer Behavior**; Cambridge University Press, 1988.
- 29- Green, W.H.; **Econometric Analysis**. Mac Millan, 1990.
- 30- Reekie, W.D.; "The price Elasticity of Demand for Evening Newspapers," **Applied Economics**; (8), 1976.