

اقتصاد رسانه در ایران

علل ناکارآمدی رسانه‌های خصوصی ایران با تاکید بر مطبوعات

علیرضا بختیاری

www.ketab.ir

سرشناسه:	بختیاری، علیرضا، ۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور:	اقتصاد رسانه در ایران: علل ناکارآمدی رسانه‌های خصوصی ایران با تأکید بر مطبوعات/علیرضا بختیاری، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد، ۱۳۹۶، ص. ۱۱۲، جدول، نمودار؛ ۲/۵ × ۱/۵ س.
مشخصات نشر:	اقتصاد و رسانه.
مشخصات ظاهری:	شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۱-۴۹-۸
فروست:	فیبا.
شابک:	وضعیت فهرست نویسی: ۱۱۲-۱۱.
وضعیت فهرست نویسی:	یادداشت: علل ناکارآمدی رسانه‌های خصوصی ایران با تأکید بر مطبوعات.
یادداشت:	عنوان دیگر: مطبوعات -- ایران
عنوان دیگر:	موضوع: Press -- Iran
موضوع:	موضوع: مطبوعات -- ایران -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع:	موضوع: Press -- Economic aspects -- Iran
موضوع:	موضوع: رسانه‌های گروهی در رشد اقتصادی -- ایران
موضوع:	موضوع: Mass media in economic development -- Iran
موضوع:	موضوع: رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع:	موضوع: Mass media -- Economic aspects
رده‌بندی کنگره:	۱۳۹۶ ۳ب۱۹الف / P۵۴۴۹
رده‌بندی دیویی:	۰۷۹/۵۵
شماره کتابشناسی ملی:	۴۶۱۶۲۸۱



ناشر:

انتشارات دنیای اقتصاد

اقتصاد رسانه در ایران

(علل ناکارآمدی رسانه‌های خصوصی ایران با ناکیه بر مطبوعات)

علیرضا بختیاری

حسن کریم‌زاده

انوشه صادقی‌آزاد

مریم فتاحی

علی سجودی

۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۱-۴۹-۸

۱۱۰۰ نسخه

اول ۱۳۹۶

نقره‌آبی

شاد رنگ

تمام حقوق چاپ و نشر، محفوظ و متعلق به ناشر است

نویسنده:

مدیر هنری و طراح جلد:

مدیر تولید فنی:

صفحه‌آرا:

ناظر فنی:

شابک:

شمارگان:

نوبت چاپ:

لیتوگرافی:

چاپ و صحافی:



۷	نگاه اقتصاددان
۱۳	پیش‌گفتار
۱۷	فصل اول: مفهوم و وضع بخش خصوصی در ایران
۳۷	فصل دوم: رسانه و قدرت سیاسی
۶۵	فصل سوم: رسانه و توسعه
۷۷	فصل چهارم: رسانه و مالکیت
۸۵	فصل پنجم: گونه‌شناسی رسانه‌ها
۸۹	فصل ششم: تنگناهای رسانه خصوصی
۹۳	فصل هفتم: وضعیت مطبوعات در ایران
۱۰۵	پیوست: چند ارزیابی درباره مشکلات رسانه‌ها
۱۱۱	منابع

چرا این کتاب نوشته شد؟

از سراسر کشور به اقتضای کارم به عنوان مدیر یک روزنامه خصوصی همواره با دو پرسش بسیار رایج و آینده مطبوعات ایران دست به گریبان بوده‌ام: چرا مطبوعات ایران توانسته‌اند با هم‌تایان جهانی و حتی منطقه‌ای خود را ندارند؟ چرا نهادهای خصوصی مطبوعاتی در ایران شکل نمی‌گیرند یا چندان دوام نمی‌آورند؟ برای یافتن پاسخ‌هایی برای این دو پرسش، ابتدا پاره‌ای تحقیقات دانشگاهی را که دغدغه‌هایشان تریب به این پرسش‌ها بود مطالعه کردم. از این تحقیقات چیزهایی آموختم که این حیث خود را وامدار پژوهندگان آنها می‌دانم، اما بدبختانه غالب این تحقیقات را به‌عنوان تنگنای روش‌های تحقیق ناکارآمد و بعضاً کم‌حاصل دیدم. زیرا تحقیقات دانشگاهی، علی‌الخصوص پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها به اقتضای سرشت «پرسش‌های هارف»^۱ محصور در معیارها و اسلوب‌هایی هستند که با وجود بایسته‌های شناخته‌شده بودنشان، خصلتی دوگانه دارند که کاربست آنها، دایره داده‌های پژوهش و مخاطبان را محدود می‌کند و از جهاتی مانع انکشاف همه واقعیت درباره موضوع مورد تحقیق می‌شود.

تحقیقات دانشگاهی، مطالعه و پژوهش را جهت می‌دهند، مانع پراکنده‌نویسی

می‌شوند، زبان تحقیق را روشن و بی‌پیرایه می‌سازند و طبعاً پژوهش را دقیق و فاخر می‌کنند. هدف تحقیق دانشگاهی هم چیزی غیر از این نیست. اما این ویژگی که تا اینجا کار، نقطه قوت پژوهش است، از جایی به نقطه ضعف آن تبدیل می‌شود. سنت دانشگاهی در همه جای جهان تقریباً و در ایران تحقیقا-محاط در قالب‌های محافظه‌کارانه و اثبات‌گرایانه^۱ است و لاجرم، پژوهشگر را دچار لکنت می‌کند. روش تحقیق دانشگاهی به علت وانهادن فلسفه و دل سپردن بی‌چند و چون به تکنیک‌های پژوهشی اثباتی- که جزء لازم و البته ناکافی تحقیق علمی است- و ایضا اصرار بر جزئی‌نگری، مانع شکل‌گیری سنتزهای علمی نیرومند و کارساز می‌شود، محقق را محاط پارادایم غالب و حرکت پیشرفت علمی را کند می‌کند. این قبح پژوهشی به برخی کتاب‌های روش تحقیق هم راه یافته و بالتبع بر پژوهشگران نتایج کار آنها تاثیر می‌گذارد: «بسیاری از کتاب‌هایی که به عنوان روش تحسین تدریس می‌شوند... روش تحقیق را همچون آموزش میکانیکی مرحله‌ی معرفی می‌کنند که اگر طی شود، نتیجه آن تولید کار علمی خواهد بود. غافل از اینکه تولید کار علمی، حالت و درگیر شدن در سنت تولید علم را طلب می‌کند و به همین دلیل نیز اسناد تاریخی تولید علم و فلسفه علم و چگونگی آن ضرورت می‌یابد» (طیبیان، ۱۳۹۳: ۱).

بنابراین، کتاب پیش رو را باید اثری دانست که با ملتزم ماندن به روش علمی و دانشگاهی، تنگناهای شکلی این روش را کنار زده و متنی انتقادی شده که می‌کوشد پاره‌ای پرسش‌های دیرپا درباره علل کل‌نگرفتن نهادهای مطبوعاتی خصوصی نیرومند در ایران را مطرح و بازخورد کند و عندالزوم پرسش‌هایی جدید به آنها بیفزاید. داعیه کتاب مطلقاً این نیست که برای همه پرسش‌های مطروحه، پاسخ‌هایی متقن یافته است؛ اما آنجا که منابع و مقدورات اجازه می‌داده است، کوشش شده که دست‌کم یکی از وجوه بنیادی بنگاهداری مطبوعاتی به عنوان کنشی فرهنگی-تجاری و اکاوی شده و علت‌های اساسی کامیابی‌ها و ناکامی‌ها در این زمینه بررسی شود. این بررسی، دو جزء مکمل دارد که یکی امکان‌ها و امتناع‌های توسعه اقتصادی،

فرهنگی و سیاسی و به طور کلی عقیم ماندن پیشرفت اجتماعی است و جزء دیگرش سترون ماندن مطبوعات در ایران و ریشه ندواندن آن به عنوان نهادی آگاهی‌بخش و سامان‌دهنده رابطه نهادهای سیاسی و مدنی است. بر این اساس، کتاب به پنج فصل تقسیم می‌شود که در خلال آنها، مفهوم و وضع بخش خصوصی در ایران به طور کلی، و وضع مطبوعات ایران با تاکید بر تنگناهای مطبوعات بخش خصوصی بررسی می‌شود. پیوستی نیز به کتاب افزوده شده است که ارزیابی‌های شماری از محققان را درباره مشکلات رسانه‌ها در ایران و جهان نشان می‌دهد.