

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم

دکتر منصور حقیقتیان^۱، مصطفی امید^۲

چکیده

مطبوعات به عنوان یکی از سودمندترین وسایل ارتباط جمعی می تواند نقش بسزایی در تنویر افکار عمومی داشته باشد. مطالعه مطبوعات در هر جامعه یکی از شاخصهای مشارکت اجتماعی بوده و نشانگر میزان تعلق خاطر و دغدغه افراد نسبت به سرنوشت اجتماعی خود است. هدف از این مطالعه بررسی عوامل موثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم می باشد.

روش تحقیق این مطالعه پیمایشی بوده و داده های مورد نیاز جهت آزمون فرضیه ها بوسیله پرسشنامه ۴۶ سوالی جمع آوری شد و سپس با استفاده از نرم افزارهای lisrel و spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جامعه آماری شامل کلیه افراد بین ۲۰-۵۹ سال و نمونه آماری (طبق فرمول کوکران بر اساس $P=0/7$ منتج شده از بررسی مقدماتی روی ۳۰ نفر) شامل ۳۲۰ نفر از جامعه آماری مذکور می باشد.

نتایج بدست آمده نشان می دهند بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و مطالعه مطبوعات ($\text{sig}=0/72$) $\text{gamma}=1/54$) و همچنین بین میزان استفاده از سایر وسایل ارتباط جمعی و مطالعه مطبوعات ($\text{f}=2/7$) رابطه معنی دار وجود نداشت اما ارتباط متغیرهای اعتماد به مطبوعات ($\text{sig}=0/046$)، مشارکت سیاسی ($\text{sig}=0/008$ $\text{f}=4/056$)، احساس مسئولیت اجتماعی ($\text{sig}=0/001$ $\text{f}=8/92$) و احساس سهیم بودن در سرنوشت خود و جامعه ($\text{sig}=0/001$ $\text{f}=5/387$) با متغیر مطالعه مطبوعات معنی دار بود.

واژگان کلیدی: مطالعه مطبوعات، پایگاه اجتماعی- اقتصادی، مشارکت سیاسی، اعتماد به مطبوعات، احساس مسئولیت اجتماعی، سمیرم.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۱۰/۱۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۹/۱۰

۱ - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان (نویسنده عهده دار مکاتبات)

۲ - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

مقدمه

رسانه های جمعی با در اختیار مردم قرار دادن تازه ترین اخبار و تفسیرها نقش بزرگی در توسعه فرهنگی جامعه دارند. گوناگونی رسانه ها، گسترش انتشار نشریات متنوع و متفاوت، جایگاه شایسته رسانه های گوناگون در تنویر افکار و ایجاد فضای مناسب برای گفتگو و برخورد سازنده نظرات، بی گمان یکی از عوامل توسعه فرهنگی و از نشانه های پویایی و تحرک هر جامعه ای است. انسان پویا همواره تلاش میکند تا آگاهی های لازم را نسبت به محیطی که در آن زندگی می کند بدست آورد. اغلب قدرت های سیاسی، رسانه ها و مطبوعات را به عنوان سلاحی نیرومند تلقی می کنند و برای جلب اطمینان و اعتماد عمومی نسبت به هدفها و برنامه های خود از آنها بهره می گیرند. آگاه سازی مردم از اخبار و اطلاعات، جهت دهی به افکار و اندیشه ها، برانگیختن آنان برای مشارکت در امور اجتماعی، سرنوشت خویش و تقویت روح جمعی از اهم وظایف و کارکردهای رسانه های جمعی است و در تحولات دهه های اخیر، توسعه آموزش موجب بالا رفتن سطح دانش و آگاهی افراد جامعه شده است. امروزه نمی توان تردید داشت که رسانه های جمعی ما را در ارتباط با تجاری قرار می دهند که به گونه دیگری نمی توانستیم آگاهی چندانی از آنها داشته باشیم (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۸۷).

بیان و اهمیت مسأله

انسان امروز به معنای خاص کلمه، یک انسان اجتماعی است یعنی نمی تواند جزیره ای و محلی فکر و زندگی کند، انسانی که به سبب تحولات ناگهانی عصر خود با زندگی تازه ای مواجه شده است و در برابر چشم اندازهای وسیع تر، پیچیده تر، و در عین حال اضطراب آور قرار گرفته است نیاز دارد نسبت به آنچه اطراف خود می گذرد آگاه باشد. یکی از راه های کسب این آگاهی، استفاده از مطبوعات است. بنابراین مطالعه عوامل موثر بر گرایش مردم به رسانه ها می تواند درک ما را از اثرگذاری آنها افزایش دهد. نکته مهمی که باید در نظر داشت تفاوت رسانه های الکترونیکی و چاپی می باشد. سوزان لانگر [۱] با الهام گرفتن از تمایز گافمن بین پدیده های ارتباطی و پدیده های بیانی، نمادهای گفتمانی و نمادهای نمایشی را از یکدیگر متمایز دانسته ، معتقد است که رسانه های چاپی، (از آن جایی که فرصت تعمق ، بازخوانی و مرور را به خواننده می دهند) برای انتقال اندیشه تحلیلی و مفهومی و رسانه های الکترونیکی برای انتقال تجربه های عاطفی و درونی مناسب تر هستند (به نقل از دالگرن ، ۱۳۸۰، صص ۱۴۳-۱۴۲).

این پژوهش میزان مطالعه مطبوعات و برخی عوامل موثر بر آن را در شهرستان سمیرم مد نظر دارد. به زعم نویسندگان تحقیق حاضر از آنجای که بسیاری از مردم شهرستان سمیرم (حتی بسیاری از تحصیلکردگان) از بسیاری از مسائل و برنامه های کشور بی اطلاعند و یا آگاهی آنان از مسائل روز جامعه بسیار پایین است و از طرف دیگر، بیشتر تحقیقاتی که درباره رسانه های جمعی صورت گرفته ، در کلان شهرها (آقایی ، ۱۳۸۶؛ بهرامی ، ۱۳۸۱؛ سودخواه محمدی، ۱۳۷۶) مخصوصاً تهران (سالک ، ۱۳۷۸؛ فردرو و صداقت زادگان ، ۱۳۸۵؛ آفزاده ، ۱۳۷۹؛ محدثی ، ۱۳۷۰) صورت گرفته اند که تعمیم یافته های آنها به شهرهای کوچکتر خالی از اشکال نیست، مطالعه این موضوع در شهرستان سمیرم ضرورت می یابد.

پیشینه پژوهش

سهراب زاده و عبدی در سال های ۶۹-۱۳۶۸ تحقیقی با موضوع « بهره مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات» را انجام دادند که در آن، شناخت خوانندگان مطبوعات و بررسی ویژگی های فردی و اجتماعی آنان، انگیزه های مطالعه و نوع و میزان مطالبی که خوانده می شود و همچنین بررسی دلایل عدم مطالعه و درجه اعتماد خوانندگان به مطبوعات جزء اهداف اولیه تحقیق به شمار می رفت جامعه آماری مربوطه شامل افراد با سواد بالای ۱۵ سال شهر تهران و نمونه آماری شامل ۹۹۵ نفر بوده که به صورت طبقه ای سهمیه ای انتخاب شده اند .

نتایج بدست آمده حاکی از آن بود که حدود ۷۰ درصد افراد مطبوعات را مطالعه می کنند . زنان کمتر از مردان مطبوعات را مطالعه می کنند و تنها مورد استثنا در این خصوص مطالعه مجلات خانوادگی و زن روز بود. در ارتباط با رابطه سن و مطالعه مطبوعات باید گفت طبق این بررسی میزان مطالعه روزنامه با بالا رفتن سن افزایش می یابد اما در مورد مجلات عکس این قضیه رخ می دهد. در مورد متغیر سطح تحصیلات، نتایج حاکی از آن است که با بالا رفتن سطح سواد، میزان مطالعه مطبوعات و مدت زمانی که صرف مطالعه می شود ، افزایش می یابد . همچنین افراد مجرد بیش از افراد متأهل مطبوعات را مطالعه می کنند. در زمینه اظهار نظر نسبت به وسایلی که می توانند جانشین مطبوعات داخلی شوند ، در درجه اول رادیو های بیگانه و سپس کتاب و رادیو و تلویزیون مورد توجه افراد مورد تحقیق بوده است این امر نشان دهنده کمی اعتماد افراد مورد پژوهش نسبت به مطبوعات است .

عمده ترین انتقادات خوانندگان نسبت به مطبوعات بدین شرح بوده اند: یکنواخت و تکراری بودن مطالب، کم یابی و پایین بودن تیتراژ، عدم انعکاس واقعیت ها، زیاد بودن آگهی های تجاری، قابل اعتماد نبودن، بی توجهی به نیازها و خواسته های مردم.

سودخواه محمدی (۱۳۷۶) در تحقیق خود با عنوان «بررسی میزان استفاده و بهره مندی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد از مطبوعات داخلی و عوامل موثر بر آن» به این نتایج دست یافت: دانشجویان گروه آموزشی فنی و مهندسی بیشتر از سایر گروه های آموزشی به مطالعه مطبوعات می پرداختند. در مرحله بعد علوم انسانی و در مرحله سوم علوم پایه قرار داشتند دانشجویانی که در خانواده های با سطح فرهنگ بالاتر پرورش یافته بودند نیز بیشتر به مطالعه مطبوعات می پرداختند. منشا شهری یا روستایی داشتن دانشجو در مطالعه آنان تاثیری نداشت. دانشجویان متاهل بیش از دانشجویان مجرد به مطالعه مطبوعات اهمیت می دادند. ۲۰ درصد دانشجویان اظهار داشتند که به ندرت اتفاق می افتد که به مطالعه روزنامه بپردازند و ۴۵ درصد دانشجویان اظهار داشتند که به ندرت مجلات را مطالعه می کردند. دیگر عوامل عمده عدم مطالعه دانشجویان عبارت بودند از: گران بودن مطبوعات، مشکلات درسی، عدم اعتماد به مطبوعات، کم محتوا بودن مطبوعات، مشغله های زندگی، تنبلی و بی علاقهگی و بی حوصلگی، عدم دسترسی به مطبوعات مورد علاقه. ۶۲ درصد از دانشجویان در هیچ یک از تشکل های سیاسی دانشگاه حضور و فعالیت نداشته و همین امر عامل مهمی در عدم گرایش به مطالعه مطبوعات محسوب می گردد.

سالک (۱۳۷۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی میزان اعتماد مردم به منابع ارتباطی با تاکید بر تلویزیون و مطبوعات» به این نتیجه دست یافت که از میان نمونه ۶۲۸ نفری از مردم ۱۵ سال به بالای مناطق بیست و دو گانه تهران، ۶۳ درصد به اخبار و اطلاعات تلویزیون اعتماد دارند و از طرفی نسبت پاسخگویی که به اخبار و اطلاعات مطبوعات اعتماد بیشتری دارند برابر ۲۱ درصد است که نشان دهنده اعتماد یک پنجم پاسخگویان به این رسانه است. طبق یافته ها به نظر می رسد مطبوعات در ارائه دیدگاه های مختلف جامعه در مسائل بحث انگیز و طرح مشکلات مختلف جامعه بر سایر کارکردهای حرفه ای اعتبار بخش خود پیشی گرفته اند. آنها همچنین از نظر تنوع اخبار و درستی و صحت اطلاعات ارائه شده توانسته اند نظر یک چهارم پاسخگویان را به خود جلب کنند.

بهرامی (۱۳۸۱) در تحقیق خود با عنوان «عوامل موثر بر بهره مندی فرهنگیان شیراز از وسایل ارتباط جمعی» در شیراز سعی کرد تا اولاً میزان بهره مندی فرهنگیان از وسایل ارتباط جمعی را مشخص سازد و ثانیاً به بررسی نقش عوامل جمعیتی، اقتصادی و اجتماعی و رسانه ای در تاثیرگذاری بر میزان بهره مندی از وسایل ارتباط جمعی بپردازد. نتایج تحقیق وی نشان داد که به طور کلی میزان بهره مندی فرهنگیان از وسایل ارتباط جمعی در حد متوسط می باشد و رابطه معنی داری با عوامل و متغیر هایی نظیر نوع سکونت (ملکی، اجاره)، درآمد، رضایت شغلی، میزان تحصیلات، میزان دسترسی به رسانه ها و جذابیت رسانه ها دارد. از طرف دیگر عواملی نظیر جنس، وضع تاهل، رشته تحصیلی و سابقه کار در این تحقیق تفاوت معنی داری را در میزان بهره مندی از وسایل ارتباط نشان ندادند.

جوهری و بالاخانی (۱۳۸۵) در « رسانه جمعی و اعتماد: بررسی تاثیر رسانه های جمعی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان تهرانی)» که بر روی یک نمونه آمادی ۴۰۰ نفری از شهروندان تهرانی ۲۰ تا ۶۴ سال ساکن در مناطق یک، شش، یازده و شانزده تهران صورت گرفت دریافتند که زنان بیشتر از مردان تلویزیون تماشا می کنند ولی کمتر از آنان روزنامه می خوانند، هم چنین تحصیل کرده های دانشگاهی و افراد متعلق به طبقات بالا و متوسط کمتر از دیگران تلویزیون تماشا می کنند ولی بیشتر روزنامه می خوانند و بین مجردها و متاهلها از نظر مطالعه مطبوعات تفاوت چندانی وجود نداشت. میانگین ساعات مطالعه مطبوعات در طول هفته برای کل نمونه، ۴/۰۹ ساعت بود. مطالعه مطبوعات هم چنین با اعتماد عام (یعنی اعتماد به گروه های مختلف سنی، جنسی، قومی و مذهبی) رابطه مستقیم و معنی دار داشت.

مبانی نظری تحقیق

در مورد اینکه چرا برخی افراد یا اقشار از رسانه ها استقبال می کنند یا نسبت به آنها بی تفاوت هستند دیدگاه ها و نظریه های متفاوتی وجود دارد که برخی از آنها مورد بحث قرار خواهند گرفت.

رسانه ها و اطلاعات: به نظر بسیاری از صاحب نظران اجتماعی، جوامع امروزی در واقع بسیار پیچیده هستند و انسان های جوامع کنونی بسیار بیشتر از جوامع پیشین، در معرض به خطر افتادن از طرف جوامع دیگر هستند و هم چنین بیشتر می توانند از فرصت هایی که در شهرها و کشورهای

دیگر وجود دارند سود بجویند . به بیان آنتونی گیدنز(۱۳۸۴، صص ۳۶-۲۶) یکی از ویژگی های جوامع مدرن از جاکندگی [۲] می باشد، یعنی اینکه روابط اجتماعی وابسته به محیطها و زمینه های محلی نبوده و می توانند در گستره وسیعی از زمان - مکان صورت گیرند، بنابراین دارا بودن اطلاعات از محیط های دیگر می تواند به فرد در ایجاد و مدیریت ارتباطات مهم کمک فراوان برساند .

هم چنین ، در نظریه کنش عقلانی، انسانها افراد عاقلی در نظر گرفته می شوند که نسبت به منافع یا پاداشهای آنی (اطلاع داشتن از حوادث و رویدادهای روز) و منافع یا پاداشهای آتی (نیازهای معرفتی) خود آگاهی نسبی دارند و بر مبنای محاسبه سود و زیان حاصل از یک کنش ، نسبت به انجام آن مبادرت می ورزند. ارزیابی مزایا و هزینه های اجتماعی یک کنش و در نتیجه سودمند دانستن آن کنش نیز همواره بر مجموعه ای از اطلاعات و دانشها استوار است (کلن، ۱۳۷۷، صص ۱۶۳-۱۵۷؛ بهرامیان ، ۱۳۸۶). البته میزان تاثیرپذیری افراد از رسانه های گوناگون، به میزان اعتماد افراد به رسانه ها و هم چنین سودمند تلقی کردن اطلاعات و تفاسیر رسانه ها نیز بستگی دارد. همچنین به عقیده تیکنور و همکاران (به نقل از مجدینیا، ۱۳۸۵) همزمان با جریان اطلاعات توسط رسانه های همگانی در یک جامعه، بخشی از مردم که شرایط اقتصادی و تحصیلاتی بهتری دارند ، دسترسی بیشتر و سریع تری نسبت به بخشی از مردم که وضع معیشتی نامناسب تر دارند، بدست می آورند

رسانه ها و مشارکت: نظریه پردازان سرمایه اجتماعی از جمله پوتنام(۱۹۹۵) و پاکستون (۱۹۹۹) معتقدند که مشارکت کردن در امور اجتماعی و احساس مسئولیت کردن در برابر جامعه، از مولفه های مهم سرمایه اجتماعی می باشد. پوتنام بیان می دارد که دادن رای ، مطالعه روزنامه ها و عضویت در انجمن ها و باشگاهها، نشانه های یک اجتماع یا جامعه موفق یا توسعه یافته می باشند (پوتنام ، ۱۹۹۵، ص ۶۵). در همین راستا، به زعم برخی اندیشمندان از جمله اینکلس(۱۹۶۹) ، انسان مدرن و غیرستی از آنجایی که در جامعه ای زندگی می کند که دستخوش تغییرات زیاد و بعضا سریع می باشد ، نمی تواند نسبت به آنچه در اطراف او می گذرد بی تفاوت باشد و دوست دارد نسبت به اوضاع و احوال حاکم بر جامعه آگاهی و اشراف داشته و بتواند در آن اثرگذار باشد.

رسانه ها از جمعه مطبوعات با ارائه اطلاعات و تفسیرهای خود، می توانند به افراد در اشراف داشتن و نظارت کردن بر محیط خود کمک های فراوان برسانند و امکاناتی را جهت مشارکت و اثرگذاری افراد بر محیط در اختیار آنها قرار می دهند. تحصیلات در این راستا می تواند موثر باشد زیرا افراد دارای تحصیلات بیشتر، می توانند بهره برداری بیشتری از مطبوعات داشته باشند،

۳۷.....بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم.

هم چنین تحصیلات بیشتر، امکان تحرک اجتماعی را افزایش می دهد (ویکر، ۱۹۹۹، صص ۳۷۴-۳۶۸). شواهد تجربی نشان از آن دارد که مطالعه مطبوعات در کشورهای پیشرفته مانند ژاپن، اروپا و آمریکا و هم چنین در بین تحصیل کرده ها بیشتر می باشد (رایت، ۲۰۰۲، صص ۳۸۹-۳۸۸). از طرف دیگر، با بزرگ تر، پیچیده تر و وسیع تر شدن جوامع و متنوع شدن نقش ها، کارکرد روابط چهره به چهره و اعتماد فردی کمتر و اهمیت آنچه اندیشمندان سرمایه اجتماعی، اعتماد عام یا تعمیم یافته (یعنی اعتماد به گروههایی از افراد مانند زن ها، جوانان، تهرانی ها و ...) و "اعتماد نهادی" (یعنی اعتماد به سازمانها و نهادهای مختلف مانند پلیس، آموزش و پرورش ...) می نامند بیشتر و مهم تر می شود (گیدنز، ۱۳۸۴؛ کلن، ۱۳۷۷). در چنین جوامعی، کسب اطلاع و آگاه شدن از رویدادهای گوناگون به صورت فردی تقریباً غیرممکن و افراد با کمک رسانه ها می توانند چنین آگاهی را بدست بیاورند. رسانه ها با فراهم کردن چنین اطلاعات و آگاهی ها، رومی درک افراد از عملکرد گروهها و نهادها تاثیر گذاشته و بنابراین در شکل دادن به احساس امنیت اجتماعی افراد نیز تاثیر می گذارد.

روش شناسی پژوهش

این تحقیق با روش پیمایشی انجام گردیده است. اطلاعات مورد نیاز جهت آزمون فرضیه ها بوسیله یک پرسشنامه با ۴۶ سوال باز و بسته جمع آوری شده است. متغیرهای مستقل این پژوهش عبارتند از: پایگاه اجتماعی-اقتصادی، احساس مسئولیت اجتماعی، اعتماد به مطبوعات، استفاده از سایر وسایل ارتباطی، احساس سهیم بودن در سرنوشت خود و جامعه و مشارکت سیاسی. برای سنجش متغیرهای مستقل، به استثناء پایگاه اجتماعی-اقتصادی، از سئوالات پنج گزینه ای در مقیاس لیکرت استفاده شد. ضرایب همبستگی درونی گویه ها در جدول شماره (۱) ارائه شده اند. متغیر وابسته مطالعه مطبوعات است که در سطح ترتیبی و در چهار گروه مطالعه ای بررسی شده است.

جامعه آماری شامل کلیه افراد با سواد ۲۰-۵۹ ساله شهرستان سمیرم می باشد که بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ تعداد آنها برابر ۱۵۹۹۲ نفر بود که از بین آنها با استفاده از فرمول کوکران با احتساب $p=0/70$ براساس مطالعه مقدماتی روی (۳۰ نفر) ۳۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند.

جدول شماره (۱) ضرایب همبستگی حاصل از آزمون همسانی درونی متغیرها

متغیر	گونه ها	ضریب آلفا
مسئولین اجتماعی	۱- هر حادثه ای در هر گوشه ای از ایران اتفاق بیافتد از آن ماست و نه فقط از آن اهالی همان جا	۰/۶۶
	۲- این روزها انسان باید فقط به منابع شخصی خود فکر کند و کلاه خودش را بپسند	۰/۶۴
	۳- چقدر به جامعه خودتان علاقه مند هستید	۰/۵۸
	۴- با این جمله چقدر موافق هستید؟ «جامعه از آن ماست و ما نسبت به آن مدیونیم»	۰/۵۷
	۵- نظر شما درباره شرکت در جلسه ای که مشکلات اجتماعی جامعه تان در آن مطرح می گردد چیست؟	۰/۷۰
	۶- آیا تاکنون اقدام به تشکیل جلسه ای برای رفع معضلی در شهر کرده اید؟	۰/۷۲
اقتصاد به مطبوعات	۱- به اعتقاد من روزنامه ها و مجلات توانسته اند در بین وسایل ارتباط جمعی جایگاه ارزنده خود را حفظ کنند؟	۰/۷۳
	۲- مطبوعات در ایران یکی از رسانه هایی است که نیازهای همه اقشار جامعه را پاسخگو می باشد؟	۰/۷۶
	۳- تا چه حد محتوای مطبوعات کشورمان را با ارزش می دانید؟	۰/۷۳
	۴- اگر همه رسانه های جمعی مانند تلویزیون، رادیو، مطبوعات، اینترنت و ماهواره را در اختیار داشته باشید تا چه اندازه از مطبوعات استفاده می کنید؟	۰/۷۸
	۵- به نظر شما مطبوعات چقدر از واقعیتها و حقایق جامعه ما را منعکس می کنند؟	۰/۷۵
	۶- "مطبوعات در جهت منافع عده ای خاص در جامعه فعالیت می کنند" نظر شما درباره این جمله چیست؟	۰/۷۶
	۷- به نظر شما مطبوعات کشور ما چقدر تحت سانسور هستند؟	۰/۷۷
	۸- با فرض اینکه نمره ۲۰ بالاترین میزان اعتماد و نمره ۱ کمترین میزان اعتماد به مطبوعات را نشان می دهند، شما چه نمره ای می دهید؟	۰/۷۴
مدیر کارکنان	۱- چقدر در راهپیمایی شرکت می کنید؟	۰/۶۴
	۲- تاکنون چندبار برای بررسی مسئله ای با نماینده شهرستان تان در مجلس شورای اسلامی ارتباط برقرار می کنید؟	۰/۶۲
	۳- در انتخاب هایی که تاکنون از نظر سنی می توانسته اید شرکت کنید چقدر مشارکت داشته اید؟	۰/۷۰
	۴- در یک سال گذشته در چند جلسه با مباحث سیاسی شرکت کرده اید؟	۰/۶۴
	۵- تاکنون چندبار جهت حمایت از کاندیدای مورد علاقه تان دست به فعالیتهایی مانند ایجاد ستاد انتخاباتی، توزیع پوسترهای تبلیغاتی، تشکیل جلسه و غیره زده اید؟	۰/۶۲
	۶- تاکنون چندبار اقدام به نوشتن مقالات و مطالب سیاسی و انتشار آنها کرده اید؟	۰/۶۵
اعضای هیئت مدیره	۱- "سرنوشت من در جامعه به دست خودم رقم می خورد" نظرتان درباره این جمله چیست؟	۰/۷۳
	۲- در جامعه، اشخاصی مانند من سهمی در برنامه ها و تصمیم گیری ها ندارند؟	۰/۶۷
	۳- فکر می کنم توانسته ام نقش خود را به عنوان یک فرد سرنوشت ساز در جامعه ایفا کنم؟	۰/۶۸
	۴- فکر می کنید با حضورتان در انتخابات تا چه میزان می توانید در تعیین سرنوشت و آینده خود و جامعه سهم باشید؟	۰/۶۸
	۵- چقدر اخبار و رویدادهای سیاسی کشور را دنبال می کنید؟	۰/۶۴
	۶- فکر می کنید به نظر شما و امثال شما در جامعه چقدر اهمیت داده می شود؟	۰/۶۷
	۷- فکر می کنید رضایت یا عدم رضایت شما از اجرای یک طرح در جامعه، چقدر برای مجریان آن طرح اهمیت دارد؟	۰/۷۰

توصیف نمونه آماری

طبق یافته های تحقیق، ۵۰/۶ درصد پاسخگویان مرد، ۴۷/۸ درصد آنها مجرد، ۵۹/۱ درصد در گروه سنی ۲۹-۲۰ سال و ۲۷/۸ درصد در گروه سنی ۳۰/۳۹ و بقیه در گروه های سنی بالاتر قرار داشتند. ۴۳/۱ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و یا کمتر، ۲۲/۸ درصد، کاردانی و ۳۲/۵ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر بودند. از نظر وضعیت اشتغال، ۱۸/۴

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم.....۳۹

درصد بیکار، ۱۹/۷ درصد دارای مشاغل آزاد، ۲۲/۵ درصد دانشجو، ۹/۴ درصد خانه دار، و ۲۱/۹ درصد نیز دارای مشاغل دولتی بودند. از نظر وضعیت درآمد، ۴۹/۷ درصد بدون درآمد بودند (که احتمالاً شامل زنان خانه دار، افراد بیکار و دانشجویان می شوند)، ۲۷/۸ درصد دارای درآمد بین ۲۵۰- ۱۵۰ هزار تومان، ۱۳/۱ درصد درآمد بین ۳۵۰- ۲۵۱ هزار تومان و ۹ درصد نیز درآمدشان بیشتر از ۳۵۱ هزار تومان در ماه بود. این آمار حکایت از جوان بودن نمونه آماری می کنند زیرا بیش از ۸۵ درصد پاسخگویان زیر ۴۰ سال سن دارند. هم چنین با توجه به جوان بودن نمونه آماری، درصد بالای افراد متأهل، نشان دهنده عمومیت ازدواج در این جامعه می باشد. در ارتباط با استفاده از سایر وسایل ارتباطی: یافته های تحقیق نشان می دهند که نزدیک به ۴۲ درصد پاسخگویان روزانه کمتر از یک ساعت، ۴۳ درصد بین یک تا سه ساعت و ۱۵ درصد بیش از سه ساعت به تماشای تلویزیون می پردازند. در ارتباط با گوش دادن به رادیو، نزدیک به ۴۶/۵ درصد پلسخگویان اصلاً به رادیو گوش نمی دهند و نزدیک به ۴۹ درصد نیز کمتر از یک ساعت در شبانه روز از رادیو گوش استفاده می کنند. بیش از ۵۹/۱ درصد اصلاً از ماهواره استفاده نمی کنند، ۲۰/۳ درصد کمتر از یک ساعت، ۱۰/۹ درصد بین یک تا سه ساعت و ۹/۵ درصد بیش از سه ساعت از ماهواره استفاده می کنند. در ارتباط با میزان استفاده از اینترنت، ۴۵/۶ درصد بیان داشتند که اصلاً استفاده نمی کنند، ۴۳/۷ درصد کمتر از یک ساعت در هفته، ۱۳/۴ درصد بین یک تا سه ساعت در هفته و تنها ۵/۷ درصد بیش از سه ساعت در هفته با اینترنت کار می کردند. جدول شماره (۲) فراوانی افراد نمونه را برحسب متغیرهای مستقل و میزان مطالعه مطبوعات نشان می دهد.

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه در هفته و میانگین نمره آنان برای برخی متغیرهای مستقل

میزان مطالعه مطبوعات در هفته	فراوانی	درصد	احساس مسئولیت		مشارکت سیاسی		اعتماد به مطبوعات		استفاده از سایر وسایل ارتباطی		احساس سهم بودن در سرنوشت	
			بسیار کم	کم	بسیار کم	کم	بسیار کم	کم	بسیار کم	کم	بسیار کم	کم
اصلاً	۸۶	۲۷	۰/۸۰۱	۳/۰۷	۰/۵۹۴	۳/۰۰	۰/۶۵	۲/۵۰	۰/۹۰	۱/۴۹	۰/۸۰	
کمتر از ۳۰ دقیقه	۱۷۱	۵۳/۸	۰/۶۲	۳/۴۵	۰/۶۶	۲/۲۶	۰/۶۴	۲/۸۰	۲/۰۱	۲/۸۸	۰/۷۶	
بین ۳۱ تا ۹۰ دقیقه	۴۲	۱۳/۲	۴۲/۶	۳/۳۶	۰/۶۶	۲/۳۱	۰/۵۸	۲/۸۳	۲/۰۹	۲/۹۳	۰/۷۱	
بیشتر از ۹۰ دقیقه	۱۹	۵/۹	۳/۸۲	۰/۷۶	۰/۶۵	۲/۴۰	۰/۸۵	۲/۹۶	۲/۲۱	۲/۸۳	۰/۸۵	
میانگین گروه	-	-	۳/۳۶	۰/۷۱	۰/۶۶	۲/۲۱	۰/۶۷	۲/۷۳	۲/۰۰	۲/۷۸	۰/۷۹	

۴۰..... پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۷

ارقام جدول شماره (۲) نشان دهنده میزان بسیار پائین مطالعه مطبوعات در نمونه آماری تحقیق می باشد زیرا نزدیک به ۸۰ درصد پاسخگویان اصلا و یا کمتر از ۳۰ دقیقه در هفته مطبوعات را مطالعه می کنند. ارقام جدول هم چنین حاکی از آن است که هرچند میزان احساس مسئولیت پاسخگویان بیشتر از میانگین است ولی احساس سهیم دانستن خود در سرنوشت خود و جامعه، کمتر از میانگین می باشد. همچنین میانگین نمره پاسخگویان از نظر مشارکت سیاسی، اعتماد به مطبوعات و استفاده از سایر وسایل ارتباطی نیز کمتر از میانگین می باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

آزمون فرضیه ها:

فرضیه اول: بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مطالعه مطبوعات رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۳) رابطه پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مطالعه مطبوعات

Gamma		مطالعه مطبوعات در هفته						
مقدار	sig	جمع	بیشتر از ۹۰ دقیقه	بین ۳۱ تا ۹۰ دقیقه	کمتر از ۳۰ دقیقه	اصلا		
۰/۱۵۴	۰/۰۷۲	۳۸	۲	۴	۱۶	۱۶	پایین	پایگاه اجتماعی - اقتصادی
		%۱۰۰	%۵/۳	%۱۰/۵	%۴۲/۱	%۴۲/۱	متوسط پایین	
		۱۹۱	۱۳	۲۵	۱۰۱	۵۲	متوسط بالا	
		%۱۰۰	%۶/۸	%۱۳/۱	%۵۲/۹	%۲۷/۲	بالا	
		۷۷	۲	۱۱	۴۸	۱۶	جمع	
%۱۰۰	%۲/۶	%۱۴/۳	%۶۲/۳	%۲۰/۸				
		۱۲	۲	۲	۶	۲		
		%۱۰۰	%۱۶/۷	%۱۶/۷	%۵۰	%۱۶/۷		
		۳۱۸	۱۹	۴۲	۱۷۱	۸۶		
		%۱۰۰	%۶	%۱۳/۲	%۵۳/۸	%۲۷		

از مقدار $\gamma = 0.154$ و $\text{sig} = 0.072$ چنین بر می آید که رابطه معنی داری بین متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی و مطالعه مطبوعات برای کل پاسخگویان وجود ندارد. در نتیجه این فرضیه مورد تایید قرار نمی گیرد. چنین می توان نتیجه گرفت که عدم مطالعه مطبوعات به دلیل عدم توانایی در خرید مطبوعات (۲۲ درصد پاسخگویان اظهار داشتند که درآمد آنها بیش از ۲۵۰ هزار تومان در ماه می باشد) و یا به خاطر پایین بودن میزان سواد پاسخگویان (بیش از نیمی از پاسخگویان بیان داشتند که دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم هستند) نمی باشد. جدول شماره (۴) رابطه بین متغیرهای مستقل دیگر را با مطالعه مطبوعات نشان می دهد.

بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم..... ۴۱

جدول شماره (۴) آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برخی متغیرهای مستقل تحقیق و مطالعه مطبوعات

Eta ²	Eta	sig	آماره F	مجموع مربعات میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	متغیرها	
							بین گروهی	درون گروهی
۰/۰۷۹	/۲۸۰	۰/۰۰۰۱	۸/۹۲	۴/۱۶۲	۳	۱۲/۴۸۷	بین گروهی	احساس مسئولیت اجتماعی
				/۴۶۷	۳۱۴	۱۴۶/۵۵۰	درون گروهی	
					۳۱۷	۱۵۹/۰۳۷	جمع	
۰/۰۳۷	۰/۱۹۳	۰/۰۰۸	۴/۰۵۶	۱/۶۷۰	۳	۵/۰۱۰	بین گروهی	مشارکت سیاسی
				/۴۱۲	۳۱۴	۱۲۹/۲۸۷	درون گروهی	
					۳۱۷	۱۳۴/۲۹۸	جمع	
۰/۰۴۹	۰/۲۲۱	۰/۰۰۱	۵/۳۸۵	۲/۳۰۸	۳	۶/۹۲۵	بین گروهی	اعتماد به مطبوعات
				/۴۳	۳۱۴	۱۳۴/۶	درون گروهی	
					۳۱۷	۱۴۱/۵۲۳	جمع	
۰/۰۲۵	۰/۱۸۵	۰/۰۴۶	۲/۶۹۲	/۷۳۰	۳	۲/۱۹۰	بین گروهی	استفاده از سایر وسایل ارتباطی
				۰/۲۷۱	۳۱۴	۸۵/۱۱۸	درون گروهی	
					۳۱۷	۸۷/۳۰۸	جمع	
۰/۰۴۹	۰/۲۲۱	۰/۰۰۱	۵/۳۸۷	۳/۲۱۴	۳	۹/۶۴۲	بین گروهی	احساس سهیم بودن در سرنوشت خود و جامعه
				۰/۵۹۷	۳۱۴	۱۸۷/۳۴	درون گروهی	
					۳۱۷	۱۹۶/۹۸۰	جمع	

ارقام جدول شماره (۴) نشان می دهند که بین احساس مسئولیت اجتماعی و مطالعه مطبوعات رابطه معنی دار و مستقیم وجود دارد و اینکه این متغیر ۸ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می کند. هم چنین بین مشارکت سیاسی و مطالعه مطبوعات رابطه معنی دار وجود دارد ولی میزان اثرگذاری این متغیر کمتر است (نزدیک به ۴ درصد). بین اعتماد به مطبوعات و مطالعه آنها نیز رابطه معنی دار وجود دارد ولی اعتماد به مطبوعات فقط نزدیک به ۵ درصد واریانس مطالعه مطبوعات را تبیین می کند. در ارتباط با متغیر استفاده از سایر وسایل ارتباطی باید بیان داشت که یافته های تحقیق حاکی از آن است که آن دسته از پاسخگویان که از سایر وسایل ارتباطی بیشترین استفاده را می کرده اند از مطبوعات نیز استفاده بیشتری داشته اند و این برخلاف انتظار پژوهشگران مبنی بر اینکه ممکن است وسایل ارتباطی دیگر جایگزین مطبوعات شده باشند بود. برخی تحقیقات در آمریکا حاکی از جایگزین شدن اینترنت بجای روزنامه در بین برخی گروه ها می باشد (رایت، ۲۰۰۲، ص ۳۸۹). آخرین فرضیه تحقیق ادعا داشت که بین احساس سهیم بودن در سرنوشت خود و جامعه و مطالعه مطبوعات رابطه وجود دارد. داده های جدول شماره (۴) حاکی

از درست بودن این ادعا می باشد و این متغیر نزدیک به ۵ درصد واریانس مطالعه مطبوعات را تبیین می کند .

یافته های دیگر تحقیق نشان از آن دارند که بین جنسیت ، سن و وضعیت تاهل پاسخگویان و میزان مطالعه مطبوعات رابطه معنی دار وجود نداشت . نتایج حاصل از تحلیل ممیز نشان می دهند که رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته معنی دار بوده و با اطمینان ۹۵ درصد می توان نتایج حاصل از این تحقیق را به جامعه آماری تعمیم داد.

نتیجه گیری

نتایج تحقیق کنونی نشان از میزان بسیار پایین مطالعه مطبوعات و هم چنین استفاده از رسانه های جمعی دیگر مانند تلویزیون، اینترنت و ... در نمونه مورد مطالعه دارد. از یک طرف باید اظهار داشت که تحقیقات متعدد نشان داده اند که وسایل ارتباط جمعی باعث نزدیک شدن سلیقه ها ، خواسته ها و انتظارات افراد یک جامعه می شود یعنی رسانه ها نقش همگن سازی دارند و هم چنین به کارگیری رسانه ها باعث افزایش مشارکت اجتماعی به عنوان یکی از شاخص های احساس تعلق به جامعه می شود (ساروخانی ، ۱۳۸۱، صص ۹۲-۸۸) . از طرف دیگر، با توجه به نقش بسیار مهم اطلاعات ، تعاملات و مبادله های غیر چهره به چهره در دنیای معاصر ، عدم استفاده از رسانه های جمعی می تواند برای شهروندان جامعه مورد مطالعه و هم چنین برای نظام سیاسی مخاطره آمیز باشد . از آن جایی که شهروندان ، به خاطر دارا نبودن اطلاعات، نمی توانند از فرصت های موجود در بخش های دیگر جامعه بهره برداری مناسب را بنمایند، هرچه بیشتر منزوی شده و از مشارکت در مسائل اجتماعی کناره گیری می کنند . فکوهی (۱۳۸۱) در مطالعه الگوهای شکل گیری هویت دانش آموزان سال آخر دبیرستان و دانشجویان بومی شهرهای خرم آباد و بروجرد دریافت که رسانه های جمعی از جمله متغیرهایی بودند که در شکل دهی به هویت اجتماعی آنها نقش بسزایی داشتند.

هم چنین از آنجایی که رسانه ها می توانند در افزایش اعتماد افراد نسبت به اوضاع اجتماعی و سایر گروه ها کمک کنند، عدم استفاده از مطبوعات باید مورد توجه قرار گیرد . جواهری و بالاخانی (۱۳۸۵، ص ۲۵) در تحقیق خود دریافتند که بین مطالعه روزنامه و اعتماد عام (یعنی اعتماد به گروه های مختلف جنسی ، سنی ، قومی و مذهبی) و اعتماد نهادی (یعنی اعتماد به سازمان ها و گروه های تخصصی مانند شهرداری ، نیروی انتظامی ، نظام بانکی و ...) رابطه معنی دار و مستقیم وجود

دارد، یعنی روزنامه‌ها با ارائه اطلاعات گسترده در مورد گروه‌ها و طبقات اجتماعی گوناگون، به صورتی در ایجاد اعتماد و همگرایی بین آنها کمک می‌کنند در همین راستا می‌توان به نتایج تحقیق هارفام و همکاران (۲۰۰۴) اشاره کرد. این پژوهشگران در تحقیق خود درباره تاثیر ابعاد گوناگون سرمایه اجتماعی روی بهداشت روانی جوانان در یکی از شهرهای کشور کلمبیا دریافتند که از بین مولفه‌های متفاوت سرمایه اجتماعی، تنها بین آنچه آنها "اعتماد کم عمق" (یعنی اعتماد به همسایگان و دیگران) نامیدند و بهداشت روانی جوانان رابطه معنی‌دار وجود داشت. این مسئله به این معنی است که به میزانی که افراد از وضعیت دیگران آگاه شوند، ارزیابی‌شان از آن گروه‌ها بیشتر، و واقع‌بینانه‌تر می‌شود و به اعتماد آنها به آن گروه‌ها کمک می‌کند و این احساس اعتماد برای سلامت روانی خود آن افراد حائز اهمیت می‌باشد چون چنانچه قبلاً ذکر شد با بزرگتر شدن جوامع و متنوع‌تر شدن نقش‌ها، کارکرد اعتماد میان فردی کمتر و اهمیت اعتماد عام یا تعمیم یافته بیشتر می‌شود. همچنین، رسانه با آگاه ساختن گروه‌ها نسبت به یکدیگر و نسبت به کل جامعه، در ایجاد اعتماد عام و احساس امنیت نقش بسزایی ایفا می‌کنند. آقایی (۱۳۸۶، ص ۱۴۹) در تحقیق خود در اصفهان دریافت که بین کمیت استفاده و هم‌چنین توجه و اعتماد به اخبار رسانه‌های داخلی و احساس امنیت اجتماعی همبستگی مثبت (۴۱۱٪) وجود داشت. البته در ارتباط با تاثیرگذاری رسانه‌ها بر نگرش‌ها و افکار مردم نباید دچار اغراق گشت. تحقیقات گوناگون نشان داده‌اند که برای اثرگذار بودن رسانه‌ها شرایط خاصی از جمله انحصاری بودن رسانه و رهبران فکری باید وجود داشته باشند (ساروخانی، ۱۳۸۱) و اینکه بسیاری از افراد در پذیرش پیام‌هایی که تفاوت اساسی با ارزش‌ها و دیدگاه‌های بنیادی آنها دارند مقاومت نشان می‌دهند. با این وجود اگر رسانه‌ها و از جمله مطبوعات بتوانند اعتماد مردم به خود را بیشتر جلب کرده و با تنوع مطالب، توجه آنها را نیز جلب کنند، دارای پتانسیل و امکان اثرگذاری بسیار زیادی می‌باشند.

پی‌نوشت‌ها

1-Suzanne Langer

2-Disembedding

منابع

- آقایی، زهرا. (۱۳۸۶). "بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شهر اصفهان)". پایان‌نامه کارشناس ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان.
- آقازاده، حسین. (۱۳۷۴). "بررسی علل گرایش خوانندگان مطبوعات نسبت به روزنامه‌های همشهری و پخش میزان آن در منطقه و تهران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

۴۴..... پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۷

بدیعی، نعیم و هوشنگ عباس زاده (۱۳۷۳). بررسی میزان اعتماد دانشجویان به رسانه های خبری. **فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره های ۷ و ۸. ص ۱۷۹ تا ۲۱۵

بهرامی، مصطفی (۱۳۸۱). "عوامل موثر بر بهره مندی فرهنگیان شیراز از وسایل ارتباط جمعی". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شیراز

بهرامیان، شفیق (۱۳۸۶) نظریه های ارتباط جمعی online ۱۳۸۷/۷/۲۴ www.sociology of Iran.com جوهری، فاطمه و قادر بالاخانی (۱۳۸۵). "رسانه جمعی و اعتماد: بررسی تاثیر رسانه های جمعی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان تهرانی)". **مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد**، بهار و تابستان، صص ۱-۲۹

دالگرن، پیتر (۱۳۸۰). **تلویزیون و گستره عمومی: جامعه مدنی و رسانه های گروهی**، ترجمه مهدی شفقتی. تهران: انتشارات سروش،

ساروخانی، باقر (۱۳۸۱). **جامعه شناسی ارتباطات**. تهران: نشر اطلاعات، چاپ یازدهم.

سالک، رضا (۱۳۸۷). "بررسی میزان اعتماد مردم به منابع ارتباطی با تأکید بر تلویزیون و مطبوعات"، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، online ۱۳۸۷/۶/۳۰ www.irandoc.ac.ir

سود خواه محمدی، محمد باقر (۱۳۷۶). "بررسی میزان استفاده و بهره مندی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد از مطبوعات داخلی و عوامل موثر بر آن". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

سهراب زاده، مهرا و عباس عبدی (۱۳۷۱). "بهره مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات". مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

فردرو، محسن و شهناز صداقت زادگان (۱۳۸۱). پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مصرف کالاهای فرهنگی. online ۱۳۸۷/۷/۲۴ www.ido.ir

فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). "شکل گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی لرستان)". **مجله جامعه شناسی ایران**، دوره چهارم، شماره ۴، ص ۱۲۷-۱۶۱

کلمن، جیمز (۱۳۷۷). **بنیادهای نظریه اجتماعی**. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی،

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). **پیامدهای مدرنیته**. ترجمه محسن ثلاثی. چاپ سوم. تهران: نشر مرکز،
_____ (۱۳۷۸). **جامعه شناسی**. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی،

مجیدنیا، مجید (۱۳۸۵). شکاف آگاهی. online ۱۳۸۷/۷/۲۴ و بلاگ دریچه ای به سوی ارتباطات.

محدثی، رضا (۱۳۷۰). بررسی عوامل موثر بر میزان مطالعه و نوع مجلات مورد مطالعه دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه تهران.

Harpham, Trudy; Emma Grante; Carlos Rodriguez.(2004). "Mental Health and Social Capital in Cali, Colombia". **Social Science and Medicine**, 58:2267-2277

Inkeles Alex (1969). "Making men modern: on the causes and consequences of individual change in six developing countries". **American journal of Sociology**, 75

Paxton, Pamela.(1999). "Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment". **American Journal of Sociology**. 105,1,july:88-127.

Putnam, Pober D.(1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". **Journal of Democracy**, (1):65-78.

Weeks, John(1999) Population:An Introduction to Concepts, and Issues, 7th Edition, Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

۴۵.....بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم.

Wright , john w.(2002). The printed media . The New York Tims Almanac, New York:penguin Books.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی