

سازوکارهای ارتباطی در وبلاگستان فارسی

محمد ابویی اردکان¹

محمود بابائی²

چکیده

وبلاگستان فارسی، یکی از عرصه‌های مهم کنشگری دینی، علمی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در فضای سایبر ایران است. ابزارهای ارتباطی اینترنت، الگوهای ارتباط بین کنشگران - کنشگران - محتوا، و سایر الگوهای ارتباط بین فردی را تحت تأثیر قرار داده است. این مقاله ضمن بررسی نظری پدیده وبلاگ، به طور خاص، نتایج یافته‌های پژوهشی که با استفاده از روش تحلیل محتوا و تکنیک وب‌سنجی، وضعیت استفاده کنشگران فضای وبلاگستان فارسی از سازوکارهای تعاملی و ارتباطی در وبلاگ‌ها را مورد مطالعه قرار داده است، منعکس می‌نماید. نتایج این مطالعه، نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوهای شفافیت، انتشار و الگوی تولید محتوای گفتمان‌های فضای سایبری ایران وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: الگوی انتشار، الگوی شفافیت، الگوی تولید محتوا، سازوکارهای ارتباطی، فضای سایبر، وبلاگستان

فارسی، وبلاگ‌نویسی

¹ عضو هیئت علمی دانشگاه تهران. دانشکده مدیریت abooyee@gmail.com

² عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران mahmoud.babaie@gmail.com

1. مقدمه

یکی از رایج‌ترین بسترهای ارتباطی در فضای سایبر، ارتباط از طریق وبلاگ است (Jang, Stefanone, 2011). وبلاگ‌ها به عنوان پدیده و بستر تعامل در فضای سایبر، از منابع دانش فعالیت‌های بشر و حاوی اطلاعات با ارزشی مانند واقعیات، دیدگاه‌ها و تجارب شخصی هستند (Park, et al, 2010) و طی سال‌های اخیر، وبلاگ‌ها مشهودترین پدیده در فضای سایبر بوده‌اند (Geiger, 2009). ماهیت تعاملی وبلاگستان، منجر به ایجاد الگوی نوین تبادل پیام و ارتباطات بین فردی و گروهی شده است که کاملاً با الگوی سنتی وب، متفاوت است (Duarte, et al, 2008). مطالعات پیشین نشان می‌دهد که مردم با پشتیبانی شبکه‌های ارتباطی وسیع، از وبلاگ برای حفظ و استحکام روابط بین خود و دیگران استفاده می‌کنند (Stefanone & Jang 2007).

سادگی و کفایت مهارت‌های فنی ابتدایی برای استفاده، از جمله ویژگی‌های وبلاگ‌ها است. این ویژگی، خود موجب گوناگونی بیشتر وبلاگ‌ها از نظر ساختار، امکانات ارتباطی، قالب‌های محتوا، ارائه و نمایش محتوا، و دسترسی پذیری آنها شده است. سرویس‌دهندگان وبلاگ، بنا به اهداف و خط و مشی تعیین شده خود، الگوهای کلی و ساختار وبلاگ را به وبلاگ‌نویس ارائه می‌کنند. شاید این طرح و قالب اولیه، برای آغاز وبلاگ‌نویسی کفایت کند، اما امکانات ارتباطی، اشتراک‌گذاری و ارائه محتوا وبلاگ‌ها، می‌تواند بسیار فراتر از «طرح اولیه» سرویس‌دهندگان وبلاگ باشد. آنچه که شبکه وبلاگ‌ها را به عنوان بسترهای گفتمان، حائز اهمیت می‌سازد، استفاده از امکانات تکامل‌یافته ارتباطی برای تسهیل و ارتقاء سطح تعامل بین کنشگران در فضای سایبر است.

2. بیان مسئله

جوامع سایبری، به بهبود تکاپوهای گفتمانی کمک کرده و منجر به مشارکت مدنی بیشتر شهروندان شده است (Jensen et al., 2007). همچنین، تعامل و کنش‌های اجتماعی تحت تأثیر فناوری اطلاعات و سیاست‌گذاری ارتباطی هستند (Mueller et al. 2004, Agre 2002). تعامل اجتماعی، عنصر ضروری زندگی ما است. افراد گروه تشکیل داده و دیدگاه‌های، افکار، چشم‌اندازهای پیش روی‌شان را به اشتراک می‌گذارند. در این زمینه، تمایل‌های مشابهی در شبکه جهانی اینترنت نیز دیده می‌شود. از طریق تحلیل وب‌سنجی (پیوند وبلاگ‌ها) می‌توان الگوهای تعامل در وبلاگ‌ها آشکار ساخت (Agarwal, et al, 2008). وبلاگ‌ها نقطه مقابل رسانه‌های ارتباط جمعی سنتی هستند. این رسانه، به جای پوشش کنترل شده اطلاعات، فضای گفتمانی باز، مشارکتی و مردم‌سالارانه‌ای را بین کسانی که در شبکه به یکدیگر

مرتبط شده‌اند ایجاد می‌کند (Moe, 2010). آیا گفتمان با واسطه‌رایانه، منجر به کنش سیاسی جمعی در عرصه عمومی می‌شود، یا به تفرقه بیشتر می‌انجامد؟ این پرسش از سوی نظریه پردازان اجتماعی و سیاسی از زمان عمومیت اینترنت در دهه 1990 تا کنون مطرح شده است (Geiger, 2009).

پتانسیل نهفته در وبلاگ‌ها، می‌تواند فرصت‌های نوینی را برای دگرگونی‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بیافریند. چنین قدرتی، می‌تواند نسبت مستقیم با سازوکارهای ارتباطی تعبیه شده در وبلاگ داشته باشد. بدین معنا که هر وبلاگ، بخشی از ساختار آنرا، سازوکارهای ارتباطی مانند ایمیل، تبادل لینک، چت، سیستم‌های ثبت پیام (کامنت)، و لیست‌های پستی تشکیل می‌دهند. آیا کاربرد این ابزارها در کنش‌های ارتباطی وبلاگستان فارسی، الگوهای تعامل راتحت تأثیر قرار می‌دهد؟ آیا الگوی انتشار محتوای گفتمان رایج در وبلاگستان تحت تأثیر استفاده از سازوکارهای ارتباطی است؟ آیا استفاده از سازوکارهای ارتباطی، با توجه به ویژگی‌های کلی آنها با «شفافیت» گفتمان‌ها در وبلاگستان فارسی ارتباط دارد؟ و آیا کاربرد این سازوکارها، با الگوی رایج در تولید محتوا در وبلاگستان فارسی ارتباط دارد؟

3. هدف پژوهش

این پژوهش با رصد کردن نقش ابزارهای ارتباطی که فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در بستر اینترنت فراهم نموده است، در وبلاگستان فارسی، در پی نمایاندن الگوهای شفافیت، انتشار، و تولید محتوا در وبلاگستان فارسی است. بدین معنا که ما با مورد توجه قرار دادن «مجموعه سازوکارهای ارتباطی» قابل دسترس در وبلاگستان فارسی، شامل ایمیل، تبادل لینک، چت، سیستم‌های ثبت پیام (کامنت)، و لیست‌های پستی، به نقش آنها در پیدایش الگوهای مورد اشاره خواهیم پرداخت.

4. ضرورت و اهمیت پژوهش

روشن نبودن ابعاد و الگوها تعامل در فضای وبلاگستان فارسی، از یک سو، و از سوی دیگر، ویژگی‌های متفاوت سازوکارهایی که اینترنت در خدمت گفتمان‌ها موجود در وبلاگستان قرار می‌دهد، مانند امکان تعامل گسترده، سرعت بالای بازخورد، بسط دامنه و انتشار وسیع گفتمان‌ها در محیط سایبر، ضرورت دستیابی به چشم‌اندازی روشن‌تر از نقش ابزارهای ارتباطی در کیفیت تعامل در این بستر گفتمانی را افزون‌تر می‌سازد. با رشد آمار استفاده از اینترنت در ایران، کنشگران بیشتری در فضای مجازی به تعامل و اشتراک‌گذاری اندیشه‌ها و افکار خود می‌پردازند و موجب شکل‌گیری

و رونق گفتمان‌هایی می‌شوند که ممکن است در امتداد گفتمان‌های فضای واقعی باشند، یا اساساً ویژگی‌ها و شرایط محیط سایبر، سبب پیدایش و رونق آنها شده باشد.

با توجه به متفاوت بودن زمینه شکل‌گیری گفتمان‌ها در محیط سایبر، در مقایسه با محیط فیزیکی/واقعی، تبیین روشنی از ابعاد تأثیر سازو کارهای ویژه ارتباطی اینترنت در تعامل و الگوهای آن، در دسترس نیست. پژوهش‌های محدود انجام شده نیز از چنین زاویه‌ای به موضوع نپرداخته‌اند. از این رو دستیابی به تصویر روشنی از ابعاد تأثیر سازو کارهای ارتباطی اینترنت در فرایند تعامل‌های درون وبلاگستان فارسی ضروری به نظر می‌رسد.

5. مفاهیم اساسی پژوهش

پیدایش وبلاگ‌ها به اواسط دهه 1990 باز می‌گردد. این پدیده پرجاذبه، سالها بدون رقیب عرصه تعامل و تبادل اطلاعات و اشتراک‌گذاری ایده‌های کاربران در فضای سایبر بود. وبلاگ و سایر پلتفرم‌هایی که برای سازماندهی زندگی آنلاین مورد استفاده قرار می‌گیرند، به موفقیت‌های عجیبی دست یافته‌اند. وبلاگستان یک کانون مهم در شبکه‌های اجتماعی آنلاین است و از شبکه‌ای از وبلاگ‌ها تشکیل شده است. وبلاگستان را می‌توان دو شبکه متمایز در نظر گرفت: نخست، شبکه وبلاگ‌ها، و دوم، شبکه «پست»ها.

1-5. وبلاگ چیست؟

وبلاگ یا بلاگ، نوعی روزانه‌نویسی یا نشریه آنلاین اینترنتی است. ارین سیمسون (Simmons, 2005:2) تعریف پیچیده‌تری از وبلاگ دارد، وی وبلاگ را سایتی فرایونند - محور می‌داند که ترکیبی از فرایوندها، مستندات، یادداشتها، افکار و نوشته‌های شخصی است. دان گیل مور (Gilmore, 2004: 28-29)، وبلاگ را یک لایه از ارتباطات آنلاین (مانند لیست پستی، فروم، چت، گروه‌های خبری و غیره) تعریف می‌کند و وبلاگ‌ها را در مقوله‌ای بین ایمیل و وب مقوله‌بندی می‌کند. وی تأکید می‌کند که وبلاگ‌ها، با پیوند دادن به سایر سایتها و وبلاگ‌ها و امکان ثبت دیدگاه‌های مخاطبان، امکان بحث را برای مخاطبان فراهم می‌کند. به تناسب، پیشرفتهای نرم‌افزاری و تکامل یافتگی خدمات وبلاگی، تعریف دقیق اینکه وبلاگ چه نوع پدیده‌ای است، پیچیده‌تر می‌شود (Hendelman-Baavur, 2007).

وبلاگ‌ها، نوعاً ترکیبی از متن، گرافیک، و پیوند به سایتها و وبلاگ‌های مرتبط و مورد علاقه است. قابلیت درج دیدگاه‌های کاربران در ذیل پست‌ها، از ابزارهای مهم وبلاگ است. یک وبلاگ ممکن است از ابزارها و ملحقات نرم‌افزاری پیشرفته‌ای استفاده کند و نیز قالب‌های انتشار محتوای آن متنوع (صوت، تصویر، ویدیو، متن، گرافیک) باشد (NCTE, 2009: p.15). وبلاگ سایتی است که به شکل مکرر بهنگام می‌شود، مدخل‌های آن بر اساس نظم و

تقدم و تأخر زمانی مرتب شده‌اند. «آندرسون» وبلاگ را مجله اینترنتی، با کاربردی آسان، شخصی سازی شده، قابل دسترسی برای کاربران اینترنت خوانده است که محور مطالب آن علایق وبلاگ نویس (ها) است و مخاطبان نیز با توجه به علایق مشترک شان با محتوای وبلاگ به تعامل می پردازند (Anderson 2007:7). «ماتیس» و «استاینفت» وبلاگ را سایتی می دانند که توسط یک یا چند نفر همفکر اداره می شود و به طور مرتب «بهنگام» می گردد. وبلاگ ها، ترکیبی از داده های متنی ساخت نیافته ای هستند که با فراداده هایی چون نام نویسنده، تاریخ انتشار، و نشانی پیوند همراه هستند (Jähnichen, 2011). در عین حال وبلاگ ها می توانند خود-افشاگر باشند. یعنی افراد اطلاعات، احساسات، نیازها، و افکار شخصی خود را در آنها بیان کنند و به کاربران امکان افشای اطلاعات شخصی خود را، با صرف زمان و نیروی اندک، به انبوه مخاطبان بدهند. از این رو، هزینه های این گونه روابط کاسته می شود و در این نوع مبادله اجتماعی، هنجارهای سنتی ارتباطات بین فردی به چالش کشیده می شود (Jang, Stefanone, 2011).

وبلاگ ها حاوی اطلاعات، یافته ها، دیدگاه ها، باورها، افکار و محتوایی است که بر پایه تشخیص دارنده وبلاگ، منتشر می شود. جامعه وبلاگی³ با پیوند وبلاگ ها به یکدیگر تشکیل می شود (Matthes and Steinfatt, 2009). «شرادر» بر این باور است که وبلاگ ها، محیطی برای ابراز عقاید، انتشار یادداشتهای شخصی برای عموم با تمرکز بر روی علایق یا حوزه تخصصی شخصی، به اشتراک گذاری دانش و اندوخته علمی و نیز ایجاد شبکه ارتباطی با دیگران از طریق به اشتراک گذاری پیوند و درج دیدگاههای دیگران است. وبلاگ ها بستر انتشار اطلاعات روزنامه نگاران شهروندی است. به نظر وی، آنها با پرداختن به خبرهای مهم و نقشی که در انعکاس بازخوردهای اخبار، بحث و نقد آزادانه پیرامون خبرها دارند، تا حدودی اعتماد عمومی را جلب کرده اند (Schrader). در محیط آنلاین برای مخاطبین فرصت و امکانی بسیار فراتر از رسانه های سنتی برای انعکاس دیدگاههایشان و تعامل با محتوای اخبار فراهم می شود. در اینجا، مرزبندی بین مخاطب و تولیدکننده محتوا در هم می ریزد. مشکل آنجا است که برخی فضای وبلاگستان را گشودن دریچه ای به سوی مطالب تأیید نشده و شایعات می دانند. چون هویت نویسندگان اعم از تولیدکننده یا یادداشت نویس ها، ممکن است ناشناخته باشد (Natalie, 2010:10-11).

¹ unstructured

² Self-disclosure

³ weblogcommunity

پلاتفورم‌های وبلاگی گوناگونی وجود دارند، اما به هر حال، همه انواع پلاتفورم وبلاگ‌ها، دارای ویژگی‌های مشترکی با یکدیگر هستند:

- مقاله/ پست: کانون شکل‌گیری وبلاگ‌ها، محتوایی است که به صورت مقاله منتشر می‌شود که ما از آنها، بیشتر به عنوان «پست» یاد می‌کنیم. مقالات، با نظم زمان‌بندی شده از جدید به قدیم یا بصورت وارونه، مرتب‌سازی و نمایش داده می‌شود. هر مقاله، با عنوان آن شناخته می‌شود.

- بایگانی (آرشیو): هر وبلاگ، فارغ از نوع پلاتفورم، دارای قسمت بایگانی است که محتوا و مطالب قدیمی را که اکنون در صفحه خانگی وبلاگ دیده نمی‌شوند، هم‌چنان برای کاربران دسترسی پذیر می‌کند. وجود بایگانی، نشان از روزآمد شدن وبلاگ و گسترش آن دارد.

دیدگاه درج دیدگاه: شاید یکی از جنبه‌های قابل توجه تفاوت وبلاگ‌ها و سایت‌ها، این است که در وبلاگ‌ها تعامل کاربر و محتوا جنبه محوری دارد و یکی از ارکان موجودیت و استمرار زندگی وبلاگ است. تعامل کاربران با محتوا با یادداشت‌نویسی درباره هر پست انجام می‌شود. درج دیدگاه می‌تواند یک معیار ارزیابی برای سنجش محتوا و اثربخشی مطالب وبلاگ باشد.

- مدیریت آسان و سادگی افزودن محتوای جدید: شاید یکی از پرجاذبه‌ترین جنبه‌های وبلاگ‌نویسی، آسان بودن اداره وبلاگ است. بیشتر کاربران اینترنت، از مهارت اداره کردن وبلاگ در حد متعارف برخوردارند. برخلاف اداره سایت‌ها که نیازمند مهارت‌های بالای فنی نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است (Kiwanuka, 2009).

2-5. دسترسی به وبلاگ‌ها

وبلاگ به هر هدفی ایجاد شده باشد، بازدیدکنندگان، از ارکان اصلی آن هستند. وبلاگ بدون بازدیدکننده، مهجور مانده و موجب سرخوردگی مدیر آن می‌شود. برای در دسترس قرار دادن وبلاگ، علاوه بر روش‌های معمول مانند مراجعه مستقیم با استفاده از نشانی، دنبال کردن پیوندهای موجود در وبلاگ‌های دیگر، کاوشگرها، اصلی‌ترین یاور وبلاگ‌ها هستند. کاوشگرهای وب، با نمایه‌سازی و بازیابی اطلاعات موجود، موجب دسترسی طیف وسیعی از کاربران به محتوای وبلاگ‌ها می‌شوند. اهمیت اطلاعات موجود در وبلاگ‌ها تا بدان حد است که کاوشگرهای ویژه نمایه‌سازی

¹ Comments

و بازیابی اطلاعات وبلاگ‌ها تولید شده و به گونه اختصاصی، اطلاعات موجود در سرورهای سرویس دهندگان وبلاگ را در دسترس قرار می‌دهد (جدول 1)

جدول 1. برخی از کاوشگرهای ویژه نمایه‌سازی و بازیابی اطلاعات وبلاگ‌ها

Blogpulse	http://www.blogpulse.com
Google Blog Search	http://blogsearch.google.com
Bloogz	http://www.bloogz.com
blogcatalog	http://www.blogcatalog.com

امکانات و نوع خدمات وبلاگ‌ها بستگی به سرویس دهندگان وبلاگ دارد. بر پایه هدف (ها)، توانایی، پشتوانه و ضریب نفوذ، خدمات سرویس دهندگان وبلاگ ممکن است متفاوت باشد. این تفاوت می‌تواند از نظر کاربرپسند بودن، ابزارهای درج محتوا، ابزارهای ارتباط، شیوه و نوع پشتیبانی، استفاده از فناوری‌های نوین نرم‌افزاری و مانند آنها باشد. کاربران معمولاً بر اساس آشنایی خود از خدمات سرویس دهندگان استفاده می‌کنند. ممکن است انتخاب‌های بهتری برای نیاز آنها وجود داشته باشد.

جدول 2. برخی از مهم‌ترین از سرویس دهندگان وبلاگ در ایران

نشانی	سرویس دهنده وبلاگ
http://blogfa.com	بلاگفا
http://mihanblog.com	میهن بلاگ
http://persianblog.ir	پرشین بلاگ
http://blogsky.com	بلاگ اسکای
http://parsiblog.com	پارسی بلاگ
http://iranblog.com/services	ایران بلاگ

جدول 3. برخی از مشهورترین سرویس دهندگان جهانی وبلاگ

نشانی	سرویس دهنده وبلاگ
Blogger	http://www.blogger.com
WordPress	http://wordpress.com
TypePad	http://www.typepad.com
Xanga	http://www.xanga.com

3-5. الگوها

توصیف کلی است از ساختار یک مجموعه داده‌ها و ترکیبی (هم‌گذاره‌ای) از ویژگی‌های و صفات، کنش، گرایش‌ها، یا سایر ویژگی‌های قابل مشاهده شخص، گروه یا نهاد. مانند یک الگوی رفتاری. هر الگو به توصیف یک مسئله‌ای می‌پردازد که بطور مکرر در محیط پیرامونی ما رخ می‌دهد، و سپس راه حل اصلی آن مسئله را تشریح می‌کند، بطوری که بتوان این راه حل را بارها استفاده کرد. الگوی تولید محتوا: عبارت است از مجموعه‌ای از داده‌های مرتبط با سبک نوشتار، کیفیت اسنادها، ارزشهای نوشتاری، ساختار محتوا، چگونگی پردازش محتوا. الگوی انتشار (بسط): ترکیبی از ویژگی‌ها در زمینه چگونگی رواج گفتمان، روش‌ها و ابزارها و سازوکارها مرتبط با وضعیت انتشار گفتمان‌ها. الگوی شفافیت: به مقوله‌های مرتبط با شفافیت تعامل گفتمانی، از نقطه نظر بیان، نشر محتوا، استفاده از هویت واقعی یا مستعار و معیارهای مشارکت می‌پردازد.

4-5. سازوکارها

مجموعه فرایندها و ابزارهای ارتباطی و تعاملی موجود در محیط وب، مانند: وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، ایمیل، گروه‌های مباحثه، اتاق‌های گفتگو (چت)، انجمن‌های گفتگو، لیست‌های پستی، آر.اس.اس، سیستم‌های ثبت پیام (کامنت)، و سیستم‌های پیام فوری. تاندون (Tandon, 1995:2-5) «شبکه‌ها» را نیز از جمله مکانیسم‌های ارتباطی می‌داند که در تکاپوی کنشگران جامعه مدنی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

6. رویکردهای نظری مرتبط

موضع رابطه انسان و رایانه در چهارچوب کلی «انسان و سیستم اطلاعاتی» مورد بررسی قرار می‌گیرد. این رابطه دارای دو ساحت مادی و غیرمادی است. در ساحت مادی، فناوری با همه ابزار و لوازم آن مورد توجه است و در ساحت غیرمادی، موضوع کاربرد، زبان و منطق، مطرح می‌شود. ما با پشتوانه قرار دادن نظریاتی که تعامل وابسته به ابزار را در ساحت مادی و غیرمادی مورد توجه قرار می‌دهند، به تبیین نقش فناوری نوین اطلاعات و سازوکاری ارتباطی آن در شکل‌گیری الگوهای تعامل و کنشگری در وبلاگستان فارسی پردازیم.

1-6. نظریه مشارکت دمکراتیک رسانه‌ها¹

فلسفه پیدایش این نظریه، واکنش در برابر نظریه‌ها و تجربیات دیگر در مورد رسانه‌ها است. جایگاه آن، بیشتر در جوامع لیبرال توسعه یافته می‌باشد، اما در بعضی عناصر با تئوری رسانه‌های توسعه‌بخش - خصوصاً به هنگام تاکید بر ارتباطات

¹ Democratic Participant Media theory

افقی به جای عمودی - مشابهت دارد. این نظریه به شدت با تجاری‌سازی و ویژگی بالا-به پایین رسانه مدرن به مخالفت برخاسته است. دنیس مک کوایل، تئوری مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها را به عنوان آخرین و جدیدترین تئوری هنجاری رسانه‌ها می‌داند.

گزاره‌های اساسی این نظریه را می‌توان چنین خلاصه کرد (مک کوایل، 1385:179-180):

- نبودن کنترل دولتی یا متمرکز سیاسی یا دولتی بر رسانه‌ها؛
- رسانه‌ها متعلق به مخاطبان است نه سازمانهای رسانه‌ای؛
- گروه‌ها، سازمان‌ها و اجتماعات محلی باید رسانه‌های خود را داشته باشند؛
- ارتباطات افقی و مشارکت کامل در تولید پیام از سوی گیرندگان؛
- ارتباطات مهمتر از آن است که صرفاً به متخصصان حرفه‌ای سپرده شود.

نکته محوری نظریه مشارکت دموکراتیک، نیازها، علایق و آرزوهای یک «دریافت کننده» فعال در یک جامعه سیاسی است و به حق او در داشتن اطلاعات مربوط، حق پاسخگویی و حق استفاده از ابزارهای ارتباطی برای کنش متقابل در اجتماعات کوچک، گروههای هم‌نفع و خرده فرهنگها است. این نظریه ضرورت وجود رسانه‌های یکنواخت، تحت کنترل دولت را نفی می‌کند و طرفدار چندگانگی، کوچکی مقیاس، محلی بودن، نهادزدایی، جابجایی نقش‌های فرستنده و دریافت کننده، پیوندهای ارتباطی افقی در همه سطوح جامعه، کنش متقابل و تعهد است. مک کوایل در انتها، به نسبت بین مخاطب و کنترل کننده پیام در این نظریه پرداخته و اشاره می‌کند (مک کوایل، 1385:179). به نظر می‌رسد، مؤلفه‌ها و اصولی که در نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها مورد اشاره قرار گرفته است، این امکان را فراهم می‌کند که بتوان با تکیه بر آن وبلاگستان فارسی را مورد مطالعه قرار داد.

2-6. رویکرد شبکه‌ای¹

نظریه شبکه مبتنی بر این فرض است که میان اجزاء مختلف جامعه در سطح خرد و کلان، شبکه‌های تعاملی وجود دارد. به هم پیوستن این شبکه‌های تعاملی و کارکردی که در آنها وجود دارد، موجب حفظ و بقاء ارگانیزم جامعه می‌گردد. به این ترتیب تحلیل‌های شبکه متوجه تئوری تعادل و توازن نیز می‌باشند (Wallace & Wolf, 1986). تانبرگ² و همکارانش ویژگی اساسی برخی از رویکردهای شبکه را ایجاد کنش جمعی و دست‌یابی به اهداف از طریق ارتباط و

¹ Network Approach

² A. Thunberg

اشتراک اطلاعات می‌دانند (ویندال، 140:1376). با این رویکرد، می‌توان مبنای نظریه‌های شبکه را مبتنی بر اصولی چون دستیابی به قدرت، از راه بالا بردن سطح و توانایی ارتباط و به اشتراک گذاری سرمایه‌های مادی و غیرمادی است. واسرمن و فاست (Wasserman and Faust, 1999:4&7-8) به چهار اصل سازنده نظریه شبکه اجتماعی اشاره می‌کنند:

1. کنشگران و کنش‌های آنها، بیش از آنکه مستقل باشند، وابستگی متقابل با یکدیگر دارند؛
2. به هم پیوستگی (گره‌های) بین آنها، مجرای ارتباطی برای جریان یافتن منابع مادی و غیرمادی است؛
3. مدل‌های شبکه‌ای «فرصت‌ها» و «محدودیت‌هایی» را برای کنشگران ایجاد می‌کند؛
4. مدل‌های شبکه، ساختار (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و مانند آنها) را به مثابه الگوهای پایدار روابط بین کنشگران مفهومی می‌کند.

آنان نظریه شبکه اجتماعی معطوف به مجموعه کنشگران و گره‌های بین آنها می‌دانند و براین باورند که یک شبکه اجتماعی، ساختار اجتماعی سازنده گره‌هایی است که با توجه به یک یا چند ویژگی به یکدیگر وابستگی متقابل پیدا کرده‌اند، مانند ارزش‌ها، دیدگاه‌ها، عقاید، مبادلات مالی، دوستی و غیره. نظریه‌ها، مدل‌ها، و ابزارهایی که به تناسب مفاهیم رابطه‌ای یا فرایندی مطرح شده‌اند، چشم‌انداز شبکه اجتماعی را احاطه کرده‌اند است. با استفاده از چشم‌انداز شبکه‌ها می‌توان مستقیماً به مطالعه الگوهای ساختارهای رابطه‌ای پرداخت، بدون اینکه به ویژگی‌های افراد مرتبط، پرداخته شود. ولمن (Wellman, 1988)، اشاره می‌کند که قواعد و الگوهای تعامل‌ها، موجب ایجاد ساختارها می‌شوند. وی مدعی است که شبکه‌های اجتماعی به شکل مؤثری، می‌تواند در استخراج الگوها از شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

یکی از جنبه‌های شبکه‌ها، ساختار یا قواعد الگوی انتقال پیام است. یعنی چه کسی به چه شکلی و با استفاده از چه ابزاری با دیگران ارتباط برقرار می‌کند (لیتل‌جان، 687:1384). همچنین، نظریه شبکه، از آن رو که به دنبال پی بردن به ماهیت پدیده‌ها و کنشهای اجتماعی لازم است تا آنها را در چارچوب وسیعی از روابط و مناسبات شبکه‌ای بررسی کند، ارتباط تنگاتنگی با بخشی از موضوع این پژوهش دارد. به ویژه آنکه در نظریه شبکه، قواعد و الگوهای تعامل در آن جایگاه ویژه‌ای دارند.

3-6. نظریه جامعه شبکه‌ای

مانوئل کاستلز، یکی از نظریه پردازان مطالعات سایبری است. ایده‌های کلیدی کاستلز، جامعه شبکه‌ای، فضای جریانها و واقعیت مجازی است (Bell, 2007:59,69,78). نقطه عزیمت کاستلز در طرح «جامعه شبکه‌ای» مبتنی بر این نکته است که ما هم‌اکنون در جهانی زندگی می‌کنیم که به لحاظ بسیاری از خصوصیات ساختاری اش پدیده‌ای نوین است؛ این جامعه یک جامعه پست مدرن نیست، و منطقی‌اش در واقع منطق سرمایه‌دارانه ناب‌تری هم هست، اما خصوصیتی دارد که آن را به لحاظ کیفی از سرمایه‌داری صنعتی متمایز می‌کند. به نظر کاستلز تغییرات اجتماعی و فناوری همواره ملازم یکدیگرند (Castells, 1996:5). وی، ویژگی مهم عصر کنونی را دگرگونی «فرهنگ مادی»، توسط آثار یک پارادایم فناوری جدید می‌داند که بر محور فناوری‌های اطلاعاتی سازمان یافته است که مرزبندی روشنی با انقلابهای فناورانه پیشین دارد

در نظر کاستلز، جایگاه سازوکارها و ابزارهای تعامل و کنشگری فضای سایبر عامل قدرت و ماندگاری در جامعه شبکه‌ای است. وی، گفتمان‌های فضای سایبر را جریانی زنده و قدرتمند تلقی می‌نماید و بهره‌برداری از سیستم ارتباطی یکپارچه مبتنی بر تولید، توزیع و مبادله دیجیتال علائم را نقطه قوت آنها بر می‌شمرد، و چنین رویکردی، قدرت نمادین کنشگران سنتی را به نحو چشمگیری کاهش می‌دهد. کاستلز، استفاده از سازکارهای ارتباطی نوین را راه کار جبران کاستن قدرت آنها می‌داند (کاستلز، 1380: 434).

کاستلز، همگرایی فزاینده فناوری‌های خاص را در درون یک سیستم بسیار منسجم، از ویژگی‌های پارادایم نوین فناوری اطلاعات می‌داند ظهور چندرسانه‌ای‌های و شیوه‌های نوین دسترسی و تعامل در شبکه از آن جمله است (کاستلز، 1380الف: 383). سازوکارهای ارتباطی درون این سیستم، نقش شبکه عصبی آن را ایفا می‌کند و کنشگران را قادر می‌سازد به شکل بی‌سابقه‌ای از ابزارهای ارتباطی فناوری نوین برای کنشگری، تعامل، تشریک مساعی و رقابت بهره ببرند.

واسطه‌های الکترونیکی که انتقال نمادها به وسیله آنها انجام می‌شوند (کاستلز، 1380الف: 18-16)، ابزارهای مبادله و تعامل کنشگران فضای سایبر هستند و قابلیت‌ها نوین و ارتقاء یافته وب 2، محیط ارتباط، تعامل، و تولید محتوا را به دلخواه کاربران بهینه‌سازی می‌کند. (Castells, 2009:420-422).

7. نظریه پردازی

ما با آگاهی از اینکه نگرش‌های گوناگونی در مطالعه تعامل در فضای سایبر وجود دارد، رویکرد خویش را برای پژوهش بر گزیده‌ایم. نگرش فناورانه، که به مؤلفه‌هایی چون سخت‌افزار، نرم‌افزاری، کیفیت و کمیت انتقال داده‌ها می‌پردازد؛ رویکرد روان‌شناسانه مقوله‌هایی چون فضای ذهنی، الگوی رفتاری انسان و رایانه، تخیل، هویت و شخصیت، مرز بین واقعیت و خیال و مانند آن توجه می‌کند (Suler, 2004). در دیدگاه جامعه‌شناسانه، تکاپوشناسی گروه‌ها، نظریه بازیگر- شبکه، روابط درونی و اجتماعی، وبلاگستان، و شبکه‌های اجتماعی سایبر، و نیز آثار اجتماعی تعامل انسان و رایانه در فضای سایبر حائز اهمیت است. همچنین، از دیدگاه مطالعات ارتباطی، فرایندهای ارتباطات، ابزارها و پیامدهای ارتباط مورد توجه قرار می‌گیرد.

وب، فضای اطلاعات برنامه‌ریزی شده است که رفتار کاربران را در چهارچوبی مشخص، که ما آن را شامل قواعد و ابزارها می‌دانیم، مجاز یا محدود می‌کند. وب 2، محیطی را برای وبلاگستان و شبکه‌های اجتماعی مهیا کرده است که علاوه بر ایجاد فضای مشارکت کنشگران برای تولید محتوا، محور قرار گرفتن نرم‌افزار به جای سند، و فراهم کردن امکان برچسب‌زنی برای اشتراک‌گذاری و متداخل کردن محتوا، اطلاعات بسیار ارزشمندی را از رفتار کنشگران و تعامل انسان-انسان، و انسان- رایانه (به مفهوم عام آن) تولید می‌کند. بر این اساس، ما دو گزاره اساسی را قابل طرح می‌دانیم:

الف. نظریه‌هایی که به قواعد کلی حاکم بر جامعه شبکه‌ای و فضای سایبر پرداخته‌اند، دارای این کاستی هستند که در سطح خرد و عینی از سازوکارهای ارتباط، الگو، کیفیت و سطح و تعامل سخن نمی‌گویند. داده‌های حاصل از شبکه‌ها، درباره نوع و کیفیت کاربرد ابزارهای ارتباطی، و اینکه آیا الگوهای تعامل درون شبکه‌های وبلاگی و اجتماعی تحت تأثیر ابزارهای مورد استفاده کنشگران است می‌تواند خلأ موجود در این زمینه را پوشانده و پشتیبان گزاره‌های کلی این نظریه‌ها باشد.

ب. در رسانه‌های سنتی الگوی کنشگری، با توجه به نوع رسانه و ابزارهایی که کنشگر بدان دسترسی دارد، الگوی خاصی را ایجاد می‌کند. کنشگری در فضای وبلاگستان، با توجه به نوع ابزار ارتباطی، دارای الگوی ویژه‌ای است. نوع و ماهیت ابزار، و عوامل موقعیتی، الگوهای ارتباط و تولید محتوا را در وبلاگستان را شکل می‌دهند. به بیان دیگر، سطح و

¹ actor-network theory

کیفیت تعامل در وبلاگستان، در عین حال که وابسته به نوع ابزار ارتباطی است، پیوند نزدیکی با نگرش و مهارت کنشگران از آن دارد.

در این پژوهش، نقش این ابزارها را در ایجاد فضای تعاملی در فضای گفتمان‌های سایر (تعامل انسان-انسان) مد نظر داریم. از این رو، این نظریه را قابل طرح می‌دانیم که: جامعه شبکه‌ای از آن جهت که مولود تعامل انسان-رایانه و انسان-انسان است. الگوهای تعاملی متأثر از کاربرد ابزارهای ارتباطی اینترنت، ساختارهای نوینی را در فضای سایر خلق می‌کند. برای مطالعه این الگوها، شناخت ابزارهای ارتباطی اینترنت به عنوان حلقه‌های اتصال کنشگران در فضای سایر الزامی است. از این رو، سطح تعامل کنشگران در وبلاگستان و شبکه‌های اجتماعی وابسته به سازوکارهای ارتباطی مورد استفاده آنان است. چه این سازوکارها به عنوان پیش فرض، از سوی سرویس‌دهندگان وبلاگ تعبیه شده باشد، یا اینکه کنشگران با تکیه بر مهارت‌های فنی خود، به منظور تأمین مقاصد تعاملی، آنها را به وبلاگ خود افزوده باشند.

8. پیشنهاد

در طی پژوهش‌های فراوانی که در مقیاس جهانی انجام گرفته است، تا سطح درک عمومی را از وبلاگستان بالاتر برد. با این حال، دانش اندکی درباره سازوکارهایی اساسی محلی که الگوهای عرفی و توپولوژیک در مقیاس جهانی داریم.

• جن سن (ین سن) (Jensen, 2004:24-27 & 50-52) در پژوهشی با عنوان «وبلاگ‌نویس در ایران: مطالعه موردی وبلاگ‌های انگلیسی زبان ایرانی» در محدوده زمانی بهار تا پاییز 2004، به کیفیت فضای آزادی بیان در این وبلاگ‌ها پرداخته و آنها را به دودسته، وبلاگ‌هایی که متعلق به ایرانیان خارج از کشور است، و وبلاگ‌های انگلیسی زبان شهروندان داخل کشور، تقسیم نموده است. نکته قابل توجه در این مطالعه، اتکای فراوان محقق به اطلاعات جنبی برای دستیابی به چشم‌انداز روشن در باره وبلاگ‌های انگلیسی زبان، به جای تکیه بر داده‌های استخراج شده از وبلاگ‌ها و شواهد معتبر علمی است.

• پژوهشی با عنوان «بیم و امید وبلاگستان: نشریات شخصی آنلاین و جمهوری اسلامی ایران» توسط هندلمن باور (Hendelman-Baavur, 2007) انجام گرفته است که به وبلاگستان ایران به عنوان فضای عمومی نگریسته و مناسبات حاکم بر آنرا، با رسانه‌ای سنتی، و مقایسه نموده است. وی ضمت اشاره به سیر تاریخی وبلاگ‌نویس در ایران، به نقش دولت به عنوان یک بازیگر اصلی در عرصه رسانه‌های ارتباط جمعی، از جمله اینترنت و تأثیر این نقش آفرینی بر فضای

وبلاگستان فارسی پرداخته و مدعی است فضای سایبر ایران، عرصه چالش برانگیزی برای دولت است. این پژوهش از آن جهت که تکامل فنی وبلاگستان فارسی را مورد توجه قرار داده است، حایز اهمیت است.

• «بلاگستان: اینترنت و سیاست در ایران»¹، موضوع پژوهشی است که توسط آنابل سربرنی² و غلام خیابانی انجام شده و در سال 2010 نتایج آن منتشر شده است. این پژوهشگران، نگرش تاریخی به رابطه بین رسانه‌ها و دولت در ایران، تا آغاز عمومیت یافتن استفاده از اینترنت در ایران ادامه می‌دهند. نویسندگان تلاش می‌کنند فهم جدیدی از وضعیت حوزه سیاست در فضای سایبر، و تصویری روشن از فضای فرهنگی اینترنت به نمایش گذاشته و نشان دهند که این ابزار جدید ارتباطی، به چه شیوه‌ای و چگونه بر روی فضای سیاسی و اجتماعی کشور تأثیر گذاشته است. آنان با بیان نقش سیاست‌های دولتی در عرصه اینترنت و عملکرد کنشگران سیاسی در بهره‌برداری از اینترنت در جهت اهداف خویش، به بازخوانی نقش تصمیم‌های مراجع قانونی در کنترل و نظارت بر فضای سایبر و پیشگیری از جرایم سایبری (مطابق تعاریف مشخص) می‌پردازند.

• «وبلاگستان فارسی»، عنوان پژوهشی است که به سفارش دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام گرفته است و در یک دوره زمانی با مونیاتور کردن وبلاگستان فارسی با استفاده از روش تحلیل محتوا، از نظر شکلی و محتوایی بصورت دوره‌ای مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در یکی از نتایج دوره‌ای این پژوهش که با بررسی 50 وبلاگ سیاسی و اجتماعی فارسی در بهار 1386، انجام شده، فضای وبلاگستان فارسی از نظر محتوایی چنین توصیف شده است:

- وبلاگستان فارسی به سمت انتشار وبلاگ‌های با هویت مشخص تر و تعریف شده تر در حال حرکت است؛
- وبلاگستان فارسی در سال 86 به نسبت سال 85 بطور محسوسی سیاسی تر شده است؛
- تعداد مطالب تولیدی وبلاگ نویسان در سالهای اخیر روند کاهشی را طی می‌کند و وبلاگستان فارسی هر سال نسبت به سال قبل کم کارتر می‌شود؛
- وبلاگستان فارسی علی‌رغم کاهش حجم مطالب منتشره، روندی کیفی در ارتباط با مخاطب را طی می‌کند و هر روز پخته‌تر می‌شود؛ و وبلاگ‌های ایرانی حامل گفتمان پیام‌های انباشته شده و محدود شده هستند (دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، 1386). معجری این طرح در نتیجه گیری کلی می‌گوید: وبلاگ‌های فارسی به عنوان یک رسانه جایگزین و البته

¹ Blogistan: The Internet and Politics in Iran

² Annabelle Sreberny

فراگیر در ایران توانسته اند فضای گفتمانی خاصی را در ایران به وجود آورند. وبلاگهای فارسی بازتاب دهنده گفتمانهای سیاسی حاکم بر جامعه در فضای مجازی هستند (ضیائی پرور، 1387).

• «پارک» و همکارانش، در پژوهشی درباره تجارب و اندوخته‌های وبلاگی، تلاش بر کاوش در زمینه تجربه‌های شخصی در مجموعه‌ای وسیع از وبلاگ‌ها به عمل آورده‌اند این مطالعه جنبه‌های زبان‌شناختی و نیز معناشناسی را بیشتر مورد توجه قرار داده است. (Park, et al, 2010).

• «غفارزادگان» و «وایت‌مور» در پژوهشی با عنوان «بزارهای فرهنگی خلاقیت و سیاست اقناع در وبلاگ‌های فارسی» به بررسی توسعه کشمکش‌های قدرت و رفتارهای سیاسی متناقض در جامعه سایبری به ویژه در فضای وبلاگی پرداخته‌اند. نویسنده با انتخاب و مطالعه موردی فضای وبلاگستان فارسی که از دید وی بسیار سیاسی است، به بررسی تاثیر وبلاگستان بر ساختار سیاسی و اجتماعی می‌پردازد. این مطالعه، بر روی تکاپوی درونی وبلاگستان فارسی تمرکز نموده و به تحلیل مردم‌نگارانه راه‌هایی می‌پردازد که افراد تلاش می‌کنند برای توجیه افکار خود و اقناع دیگران و برای کسب قدرت و مشروعیت از آنها استفاده نمایند (Ghaffarzadegan & Whitmore, 2010).

9. فرضیه‌های پژوهش

اکنون با توجه به چهارچوب نظری پژوهش، بر اساس دیدگاه کاستلز درباره جامعه شبکه‌ای، و کارکردها، قواعد و فرایندهای آن، می‌توان برای یافتن پاسخ پرسش‌های پژوهش، فرضیه‌هایی را صورت‌بندی نمود:

فرضیه نخست. بین «استفاده از سازوکارهای تعاملی فضای سایبر» و «شفافیت گفتمان‌ها» وبلاگستان فارسی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرضیه دوم. بین «استفاده از سازوکارهای تعاملی فضای سایبر» و «الگوی انتشار (سطح) گفتمانهای وبلاگستان فارسی» رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه سوم. بین «استفاده از سازوکارهای تعاملی فضای سایبر» و «الگوی تولید محتوای گفتمانهای وبلاگستان فارسی» رابطه معنی‌داری وجود دارد.

10. نوع و روش شناسی پژوهش

رویکرد این پژوهش، کیفی است و از نظر ماهیت، بنیادی است؛ هدف پژوهش، آزمون فرضیه است. از دیدگاه روش شناختی، با توجه به ماهیت فرضیه‌های پژوهش، از روش تحلیل محتوا برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. گردآوری اطلاعات در این پژوهش، با استفاده تکنیک وب‌سنجی و رمزگذاری داده‌های متون و محتوای وبلاگستان فارسی است.

10-1. فرایند تحلیل محتوا

تحلیل محتوا، تحلیل سیستماتیک و نظام‌مند نمادهای ارتباطی در رسانه است که در آن متن بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری با ارزش‌های عددی مقایسه می‌شود. از روش تحلیل محتوا برای بررسی محتوای آشکار پیام‌های موجود در یک سند/پیام استفاده می‌شود. در این روش محتوای آشکار و پیام‌ها به‌طور نظام‌مند و کمی توصیف می‌شود. از این‌رو این روش را می‌توان روش تبدیل داده‌های کیفی به داده‌های کمی قلمداد کرد. تحلیل محتوا روشی مناسب برای پاسخ دادن به سؤال‌هایی درباره محتوای یک پیام است. تحلیل محتوا با استفاده از روش‌های تحلیل داده، دربرگیرنده عملیات مختلف مقوله‌بندی، تقسیم و تفسیر مجموعه اطلاعات یا شواهد، بر اساس شروط عینیت¹، انتظام² و عمومیت³ است. معتمدنژاد (1356: 68 - 61)، از نوع تحلیل محتوای مورد توجه در این پژوهش، با عنوان «تحقیق در فرهنگ توده» یاد می‌کند. وی خاطر نشان می‌کند که این امر به معنای شناخت محیط تازه‌ای است که وسایل ارتباطی جدید صنعتی در اطراف ما پدید می‌آورد.

10-2. جامعه آماری و حجم نمونه در تحلیل محتوا

جامعه آماری: جامعه آماری مورد مطالعه در تحلیل محتوا نیز، چهار سرویس‌دهنده اصلی وبلاگ‌نویسی: پرشین بلاگ، میهن بلاگ، پارسی بلاگ، و بلاگفا که در دوره زمانی شهریور 1389 تا اسفند 1389، بدون محدودیت در دسترس بوده‌اند.

¹ objectivity

² system

³ generality

وبلاگستان فارسی: کلیه وبلاگ‌هایی که: 1. محتوا و رابط کاربر آنها به زبان فارسی بوده 2. توسط کاربران ایرانی مدیریت شده، و 3. سرویس دهنده وبلاگ ایرانی باشد.

تعیین حجم نمونه: حجم نمونه بر اساس فرمول نمونه‌گیری، 322 «صفحه اصلی وبلاگ»، بعنوان «سند» برای تحلیل محتوا تعیین شد.

شیوه نمونه‌گیری: شیوه نمونه‌گیری در تحلیل محتوا «طبقه‌ای» است. از طبقات موضوعی موجود در وبلاگ‌ها، با توجه به سهم آنها در جامعه آماری نمونه‌گیری شده و سپس به شیوه سیستماتیک از بین وبلاگ‌های هر طبقه، نمونه مورد نظر انتخاب شده است. نمونه‌گیری با توجه به پراکندگی موضوع‌ها در طبقه‌بندی ارائه شده از سوی سرویس دهندگان، مبنای انتخاب نمونه از بین مشترکات موضوعی همان طبقه‌بندی انجام شده، مطابق اطلاعات جدول 3-3 است.

3-10. رمزگذاری اطلاعات در تحلیل محتوا

در رمزگذاری، داده‌های خام متن، بطور منظم تغییر داده شده و در واحدهایی که بتوانند ویژگیهای مناسب محتوا را توصیف کنند، گردآوری می‌شود. این عملیات به هم پیوسته، شامل: برش یا تفکیک: انتخاب واحدها، شمارش (انتخاب قواعد شمارش)، و طبقه‌بندی و گردآوری (انتخاب مقوله‌ها) است

واحد ضبط در تحلیل محتوا، «مضمون» است. در این فرایند، واحد دستوری به واحدهای موضوعی تقلیل می‌یابند. مضمون، عبارتست از تأیید یک موضوع، یعنی یک عبارت مرکب، معمولاً یک خلاصه یا عبارت فشرده که می‌تواند شامل مطالب متعدد و جداگانه‌ای باشد و روی هم‌رفته یک موضوع را نشان دهد. مضمون می‌تواند شامل جملات و تأییدهای متعدد باشد و واقعیت آن زبان‌شناختی نیست بلکه روان‌شناختی است (باردن، 120:1375). در تحلیل محتوا، مضامین از درون «پست‌ها»، «مقاله‌ها»، «کامنت‌ها»، «پیوندها» و «پیام‌های» موجود در وبلاگ‌ها استخراج شده و ثبت می‌گردد. در قاعده شمارش، مضامین از نظر: حضور یا غیبت، بسامد، شدت، جهت، نظم، و رخداد توأم مورد توجه قرار می‌گیرند

واحد تحقیق: واحد تحقیق، در تحلیل محتوا، اسناد وبلاگ‌های موجود در وبلاگستان فارسی است.

مقوله‌ها:

الف. شفافیت گفتمان‌ها

جدول 4. مقوله‌های شفافیت گفتمان

معیارها	هویت	نشر محتوا	بیان
- موازین مشارکت - مرزبندیها - مسئولیت پذیری	- هویت مستعار - هویت واقعی	- ارجاع به منابع - دسترسی آزاد - بهنگام سازی	- بیان مصداق - صراحت - ایهام - استعاره - ساختار بیانی

ب. الگوی تولید محتوای گفتمانها

جدول 5. مقوله‌های تولید محتوای گفتمان

نظارت	کمیت	ارزشهای نوشتاری	قالبها	مستندسازی
- معیارها - سازوکارها - دسترسی پذیری	- حجم محتوا - چرخه زمانی تولید محتوا	- سبک بیان و نگارش - شیوه دوزبانگی - ساختار محتوا - طبقه بندی موضوعی/زمانی	- متنی (انواع) - تصویری (انواع) - صوتی (انواع) - چندرسانه‌ای - معیارهای فنی	- منابع، ارجاعات، استنادها

ج. الگوی انتشار (بسط) گفتمانها

جدول 6. مقوله‌های ترویج (بسط) گفتمان

کنشگران	مشاء	کاوشگرها	پیوند
- تعداد بازدید کنندگان	- پیوستگی به گفتمان‌های دیگر - آغاز کننده/آغاز کنندگان - مدت فعالیت	- تعداد پیوندها در کاوشگر گوگل - تعداد پیوندها از سایتها و وبلاگهای دیگر	- پیوندهای خروجی - پیوندهای ورودی

واحدهای تحلیل:

واحد ثبت: مضمون (هسته‌های معنی دار ارتباط، که ممکن است یک عبارت یا عبارت مرکب باشد)

واحد زمینه‌ای: محتوایی که مبین دیدگاهها و نظرات کنشگران است شامل کامنت‌ها، یادداشتها، گزارشها، پیوندزنی،

گزاره‌ها، و مقاله‌ها (صرف نظر از: کوتاه یا بلند بودن، ترجمه یا تألیف، و اعتبار علمی)؛

4-10. متغیرهای پژوهش و تعریف مفاهیم در تحلیل محتوا

الف. متغیر وابسته

در فرضیه‌هایی که با روش تحلیل محتوا مورد آزمون قرار می‌گیرند، متغیرهای وابسته، «شفافیت»، «الگوی محتوایی» و «الگوی انتشار (بسط)» گفتمانهای وبلاگستان فارسی است.

متغیر شفافیت از دیدگاه کیفیت بیان و اظهار، مستند بوندن، هویت و مسئولیت‌پذیری کنشگران را مورد توجه قرار داده است. شفافیت، یعنی بیان موضوع در حد کفایت و بی‌نیاز از تفسیر، و امکان دسترسی به واقعیت و تعیین صحت و سقم موضوع وجود داشته باشد و رخدادها، واقعیات، و اندیشه‌ها بدون ابهام، ابهام، خودسانسوری، و پیچیده شدن در استعاره و رموز غیرقابل کشف توسط همگان، بیان شده و نشان داده شود. در فضای سایبر، این احتمال وجود دارد که شفافیت در محتوا بیشتر شود، اما در بازشناسی کنشگران و هویت واقعی کنشگران شفافیت وجود نداشته باشد. شفافیت سه بعد دارد: نخست، شفافیت در انتشار اطلاعات: دسترسی عام به اطلاعات و انتشار محتوا بدون ممیزی، انتشار به موقع اطلاعات؛ دوم، شفافیت در رفتار کنشگران: وضوح کامل نقش‌ها و مسئولیت و مرزبندیها، پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری؛ و سوم، شفافیت در معیارهای مشارکت گفتمانی: داشتن معیارها و موازین پایدار، روشن و بی‌نیاز از تفسیر، و قابلیت ارزیابی فعالیتها.

الگوهای گفتمان (در اینجا: الگوی انتشار، و الگوی تولید محتوایی) ساختار مجموعه داده‌ها و ترکیبی از ویژگیهای و صفات، کنشها، گرایشها، یا سایر ویژگیهای قابل مشاهده گفتمانها است. با بررسی گفتمانهای گوناگون، موقعیت‌های سوژه، محتوا، نشانه‌ها، کیفیت تعامل و مناسبات قدرت، می‌توان الگوهای گفتمانی را آشکار کرد. الگوهای گفتمانی از تعاملات و تبادلاتی که پیرامون یک محور گفتمانی، با استفاده از فضای وبلاگستان فارسی، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی فارسی، محیط اینترنت و ابزارها و سازوکارهای ویژه این محیط، شکل می‌گیرد.

تعاریف عملیاتی:

شفافیت گفتمان

شاخص اندازه‌گیری: بیان وابستگی وبلاگ و اعلام نام حامیان مالی و فکری؛ نشر آنچه به عنوان دیدگاه کنشگران مطرح شده است؛ استفاده از ابزارهای مناسب انتشار محتوا (متنی، صوتی، تصویری) چندرسانه‌ای و دسترسی به آن؛ انتشار به موقع دیدگاه‌های کنشگران؛ امکان قضاوت روشن کنشگر درباره محتوا و اهداف وبلاگها؛ بیان واضح معیارهای مشارکت؛ معیارهای نشر و ممیزی محتوا؛ دیدگاه‌های معارض: منتشر می‌شود؟

الگوی تولید محتوا

شاخص اندازه‌گیری: منابع، ارجاعات و استنادها، نگارش و ارزشهای نوشتاری (سبک بیان/نگارش، آسان‌نویسی، ویرایش محتوا، دوزبانگی) ساختار محتوا (طبقه‌بندی موضوعی مقولات، قالب/قالبهای رسانه‌ای مورد استفاده)؛ سطح فنی تولید و انتشار محتوا (ابزارهایی که برای تولید و انشار محتوا، علاوه بر امکانات موجود در سرویس دهنده نصب شده است مانند استفاده از اسکریپت‌ها، و کدهای برنامه‌نویسی مجاز).

الگوی انتشار (بسط)

شاخص اندازه‌گیری: نوع ابزارهای اطلاع‌رسانی؛ تعداد پیوندهای درونی (درون‌گفتنی) و استنادات بیرونی؛ تعداد کامنت‌های هر مقوله، پیوندهای خروجی، پیوندهای ورودی، پیوندها در کاوشگر گوگل، بسامد حضور در نتیجه‌کاوشهای موضوعی، ارجاعات موضوعی، تعداد بازدیدکنندگان.

ب. متغیر مستقل

متغیر مستقل در تحلیل محتوا، سازوکارهای ارتباطی و بلاگستان فارسی است که از جنبه کاربرد و انواع، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

سازوکارهای ارتباطی فضای سایبر

تعریف عملیاتی

سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایبر: مجموعه فرایندها و ابزارهای ارتباطی و تعاملی (دیداری، نوشتاری، شفاهی و غیرشفاهی، واسطه‌ای) موجود در محیط وب جهان‌گستر، مانند: ایمیل، تبادل لینک (پیوند)، اتاق‌های گفتگو (چت)، لیست پستی¹ سیستم‌های ثبت پیام (کامنت).

الف. ایمیل: ابزار ارتباط غیرهمزمان است برای ارسال و دریافت پیام و اطلاعات از طریق شبکه اینترنت. ارسال پیام از طریق ایمیل می‌تواند بصورت فردی یا گروهی باشد، اما بازخوردها الزاماً بصورت فردی دریافت می‌شود. ارسال پیام، قالب‌های فایل، به عنوان پیوست از طریق ایمیل میسر است.

ب. تبادل لینک (پیوند): سازوکاری است که به واسطه آن، یک نشانی اینترنتی منحصر به فرد و بلاگ، در صفحه‌های وبلاگهای یکدیگر به نمایش گذاشته شده و بازدیدکنندگان از طریق آن می‌توانند صفحه‌های وبلاگهای دیگر را بازدید نمایند.

¹ mailing list

ج. سیستم‌های ثبت پیام (کامنت): آنچه کاربران/مخاطبان به عنوان بازخورد، در ذیل پیام منتشر شده، بصورت متنی درج می‌کنند.

د. اتاق‌های گفتگو (چت): مکانیسم ارتباط همزمان است که مشارکت کنندگان در مباحث مستقل از زمان و مکان هستند و بازخورد در این انجمن‌ها الزاماً فوری نیست. چت، ممکن است متنی یا همراه صدا و تصویر باشد.

ه. لیست پستی: سازوکار ارتباطی یک به چند، که می‌توان از طریق آن با استفاده از فراهم‌سازی نشانی ایمیل کاربران، به صورت دوره‌ای یا زمانبندی تعریف شده، اطلاعات تولید و منتشر شده در وبلاگ یا چکیده و نشانی محتوا را، برای آنان ارسال کرد.

شاخص‌های اندازه‌گیری: سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایر، مطابق جدول زیر از سه شاخص استفاده کرده‌ایم:

جدول 7. سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایر (متغیر مستقل)

شاخصها	متغیر مستقل
درج نشانی ایمیل دارنده وبلاگ	<ul style="list-style-type: none"> • ایمیل • تبادل لینک • چت • سیستم‌های ثبت پیام (کامنت) • لیست پستی سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایر
وجود لینک پیوستن کنشگران به اتاق‌های چت	
امکان درج و انتشار دیدگاه‌های کنشگران (کامنت‌نویسی) درباره محتوای وبلاگ	
درج لینک‌های بیرونی (سایت‌ها/وبلاگ‌های دیگر) در صفحه نخست وبلاگ	
استفاده از سیستم ثبت عضویت در خبرنامه در وبلاگ	

10-5. ابزارهای پژوهش

الف. مطالعه اسناد، وب‌سنجی، و کدگذاری، بر اساس دستورالعمل‌های تعیین شده از جمله ابزارهای گردآوری اطلاعات در این پژوهش هستند. ما با در اختیار داشتن اطلاعات به دست آمده از وب‌سنجی، به کمک روش تحلیل محتوا، عملیات مربوط به مقوله‌بندی، مقایسه و طبقه‌بندی موضوعی محتوای سایت‌ها را به انجام رسانده‌ایم.

¹ asynchronous

ب. نرم افزارها. نرم افزارهای Site Content Analyzer و SPSS، به منظور استخراج محتوای وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی در جامعه آماری مورد مطالعه و تنظیم داده‌ها برای اجرای عملیات آماری بر روی آنها. از نرم افزار Internet Researcher برای دریافت و ذخیره محتوای وبلاگ‌ها، کدها، و قالب‌های متنی، تصویر، تصویری و چندرسانه‌ای استفاده شد.

ج. ابزار آنلاین. ابزار آنلاین «شخصی‌سازی جستجوی گوگل» (Google Custom Search) با هدف دسترسی سریع، جامع و دقیق به محتوای وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه. به کمک این ابزار گوگل، کل جامعه آماری، یعنی وبلاگ‌ها و سایتهای شبکه اجتماعی تحدید شده و نشانی آنها در این ابزار تعریف می‌شود. سپس از کاوشگر گوگل برای انواع جستجو و استخراج مضامین در این محدوده استفاده شده است.

د. روشها و فنون آماری. در تحلیل محتوا، بنا به ماهیت داده‌ها که در سطح اسمی هستند، از آزمون آماری «کای اسکوئر» برای نشان دادن معنی دار بودن، یا عدم رابطه بین متغیرها استفاده شده است.

6-10. پایایی (اعتماد) و تعیین روایی (اعتبار)

پایایی پژوهش در تحلیل محتوا، که منعکس کننده توافق بین کدگذاران است بر اساس «فرمول اسکات» 10 درصد از حجم نمونه به وسیله دو کدگذار دیگر مشاهده و کدگذاری مجدد انجام شد. نتیجه نشان داد که در 90 درصد از کدگذاری‌ها یکسان بوده است. از این رو، ضریب قابلیت اعتماد 90 درصد، پایایی بالایی را نشان می‌دهد.

در تحلیل محتوا، روایی صوری یا اعتبار محتوا، ملاک است و به دقت در مقوله‌ها و مقیاس‌هایی بستگی دارد که تفاوت مشهود بین اسناد و مقوله‌ها را به درستی مورد سنجش قرار می‌دهد. این نوع روایی مبتنی بر داوری است. برخورداری یک سنج از روایی صوری، تا حدود بستگی به قضاوت ذهنی متخصصین مربوطه دارد. با توجه به ماهیت اسناد و مقوله‌های مورد مطالعه، و قراین دیگر در وبلاگستان فارسی (مانند سلیقه، مهارت، تجربه و تخصص کاربران ایرانی در وبلاگ‌نویسی)، پژوهشگر، نتایج را پذیرفتنی و احتمال خطا در سنجش تا حدود زیادی منتفی می‌داند.

11. یافته‌های پژوهش

وضعیت کلی استفاده از سازوکارهای ارتباطی مورد مطالعه این پژوهش، در وبلاگستان فارسی در جدول 8 نشان داده شده است. بر اساس این داده‌ها، استفاده از تبادل پیوند، سیستم ثبت کامنت، ایمیل، لیست پستی، و چت به ترتیب در

¹Google Custom Search: <http://www.google.com/cse/>

رده‌های اول تا پنجم قرار می‌گیرند. در باره چرایی این تقدم و تأخر استفاده از سازوکارهای ارتباطی، در ادامه بحث خواهیم کرد.

جدول 8. وضعیت استفاده از سازوکارهای ارتباطی در وبلاگستان فارسی

گزینه	ایمیل		چت		لیست پستی		کامنت		تبادل پیوند	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
بلی	74,8	241	9,3	30	16,8	54	94,7	316	99,4	320
خیر	25,2	81	90,7	292	83,2	268	5,3	6	0,6	2
جمع	100,0	322	100,0	322	100,0	322	100,0	322	100,0	322

داده‌های این جدول نشان می‌دهد که از مجموع 322 وبلاگ مورد مطالعه، 74/8 درصد (241 وبلاگ) از ایمیل برای امور ارتباطی استفاده کرده‌اند و 25/2 درصد (81 وبلاگ) فاقد ایمیل بوده‌اند. همچنین، 9/3 درصد (30 وبلاگ) از امکان ارتباطی چت، در وبلاگ استفاده شده است و 90/7 درصد (292 وبلاگ) فاقد چنین امکانی بوده‌اند. بر پایه داده‌های همین جدول، 16/8 درصد (54 وبلاگ) از امکان ارتباطی لیست پستی، در وبلاگ استفاده شده است و 83/2 درصد (268 وبلاگ) فاقد چنین امکانی بوده‌اند و 98/1 درصد (316 وبلاگ) از امکان ارتباطی ثبت کامنت، در وبلاگ استفاده شده است و 1/9 درصد (6 وبلاگ) فاقد چنین امکانی بوده‌اند. بر پایه داده‌های جدول بالا، از مجموع وبلاگ‌ها مورد مطالعه، 99/4 درصد (320 وبلاگ) از سازوکار تبادل پیوند استفاده کرده‌اند و 0/6 درصد (2 وبلاگ) فاقد آن بوده‌اند.

11-1. آزمون فرضیه‌ها

در تحلیل محتوا، معنی دار بودن رابطه بین «استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی در وبلاگ‌ها» و الگوی شفافیت گفتمان، الگوی انتشار (سط)، و الگوی تولید محتوا مورد مطرح شد. بر پایه داده‌های به دست آمده، در این بخش، نتایج آزمون آماری بر روی داده‌ها را تحلیل خواهیم کرد. برای تصحیح داده‌ها و اصلاح معناداری کای اسکور در آزمون فرضیه‌ها، در موارد ضروری (فراوانی کمتر از 5 خانه‌های جدول) از آزمون تصحیح «فیشر» استفاده شده است.

الف. فرضیه اول: رابطه بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و شفافیت گفتمان

جدول 9. آزمون فرضیه «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی شفافیت»

متغیر مستقل	سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایبر
-------------	--

مقادیر معناداری	متغیر وابسته	
	$\chi^2= 10.270$ $P<\%5$	بیان: صراحت / استعاره و ایهام
$\chi^2= 27.549$ $P<\%1$	نشر محتوا	
$\chi^2= 10.230$ $P<\%5$	سبک نگارش	
$\chi^2= 16.301$ $P<\%1$	بیان شرایط مشارکت	
$\chi^2= 15.301$ $P<\%1$	هویت کنشگر	
$\chi^2= 11.989$ $P<\%5$	تعامل از طریق نظر سنجی	
$\chi^2= 16.413$ $P<\%1$	پاسخگویی به کنشگران	

الگوی شفافیت گفتمان

بر پایه کای اسکور (χ^2) محاسبه شده برای بیان وجود رابطه معنی دار بین متغیر «سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایر» و شاخصهای متغیر وابسته «الگوی شفافیت»، می توان چنین تحلیل کرد رابطه معنی داری با 99% اطمینان، بین «سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایر» و شفافیت گفتمانها، در زمینه های «نشر محتوا»، «بیان شرایط مشارکت»، «هویت کنشگر»، و «پاسخگویی به کنشگران» وجود دارد. در واقع، نتایج آزمون، در سطح 99% اطمینان، رابطه سازوکارها و آن بخش از الگوی شفافیت را معنی دار نشان می دهد که مستقیماً با رفتار کنشگری مرتبط است. رابطه بین شاخص های «بیانی: صراحت / استعاره و ایهام»، «سبک نگارش» و «امکان تعامل از طریق نظر سنجی» نیز در سطح 95% اطمینان معنی دار است. بنابراین، «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی شفافیت گفتمان های سایبری ایران» پذیرفته می شود.

ب. فرضیه دوم: «بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی و انتشار (بسط) گفتمان های سایبری ایران رابطه معنی دار وجود دارد»

جدول 10. آزمون فرضیه «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی انتشار (بسط)»

مقادیر معناداری	متغیر مستقل	
	$\chi^2= 34.070$ $P<\%5$	پیوند به سایت ها و وبلاگ های دیگر
$\chi^2= 29.753$ $P<\%5$	پیوندهای ورودی	
$\chi^2= 36.925$ $P<\%1$	پیوندها در کاوشگر گوگل	
$\chi^2= 36.118$ $P<\%1$	پیوند به وبلاگ های موضوعی مشابه	

الگوی انتشار (بسط)

$\chi^2= 24.832$ $P<\%5$	سن وبلاگ
$\chi^2= 20.914$ $P<\%5$	تعداد بازدید کنندگان در ماه
$\chi^2= 23.129$ $P<\%5$	متوسط تعداد کامنتها برای هر پست

بر پایه اطلاعات جدول بالا، کای اسکوئر (χ^2) محاسبه شده در سطح 1% خطا، نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین سازوکارهای ارتباطی و تعاملی، و الگوی انتشار (بسط) گفتمان های فضای سایبری ایران، در حوزه دو شاخص تعریف شده برای الگوی انتشار است. «پیوندها در کاوشگر گوگل»، «پیوند به وبلاگهای موضوعی مشابه»، و «سن وبلاگ» که به گونه ای مستقیم با جنبه های تعاملی و ارتباطی مرتبط هستند، رابطه معنی دار آنها با سازوکارها تأیید می شود. کای اسکوئر (χ^2) محاسبه شده در مورد پنج شاخص الگوی انتشار: «پیوند به سایتها و وبلاگهای دیگر»، «پیوندهای ورودی»، «سن وبلاگ»، «تعداد بازدید کنندگان» و «متوسط تعداد کامنتها برای هر پست» نشان دهنده وجود رابطه معنی داری با سازوکارهای ارتباطی و تعاملی با احتمال 95% اطمینان است.

ج. فرضیه سوم: «بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی تولید محتوای گفتمان های سایبری ایران رابطه معنی دار وجود دارد»

جدول 11. آزمون فرضیه «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی تولید

محتوا»

سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایر	متغیر وابسته	
	متغیر مستقل	
مقادیر معناداری		
$\chi^2= 9.639$ $P<\%5$	استناد به منابع	الگوی تولید محتوا
$\chi^2= 29.296$ $P<\%1$	قالب های تولید محتوا	
$\chi^2= 12.352$ $P<\%5$	طبقه بندی موضوعی	
$\chi^2= 12.462$ $P<\%5$	دوزبانگی	
$\chi^2= 26.092$ $P<\%1$	برچسب زنی	
$\chi^2= 21.028$ $P<\%5$	کمیت: تعداد پستها	
$\chi^2= 16.653$ $P<\%1$	معیارهای انتشار محتوا	
$\chi^2= 14.797$ $P<\%1$	سطح فنی تولید و انتشار محتوا	

کای اسکوتر (X2) محاسبه شده وجود رابطه معنی دار بین سازوکارهای ارتباطی و تعاملی، و چهارشاخص الگوهای تولید محتوا، یعنی: «قالبهای تولید محتوا»، «برچسب زنی»، «معیارهای انتشار محتوا»، و «سطح فنی تولید و انتشار محتوا» را در سطح 99% اطمینان نشان می دهد و در مورد چهار شاخص دیگر الگوی تولید محتوا یعنی «استناد به منابع»، «دوزبانگی»، «طبقه بندی موضوعی»، و «کمیت: تعداد پستها» در سطح 95% اطمینان معنی دار بودن رابطه پذیرفته می شود. نتایج آزمون، فرضیه «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی تولید محتوا در گفتمان های سایبری ایران» اثبات می کند.

12. یافته ها

در فرضیه نخست، به «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی شفافیت گفتمان های سایبری ایران» پرداخته بودیم. نتیجه تحلیل آماری رابطه معنی دار بین سازوکارهای ارتباطی و تعاملی فضای سایبر و الگوی شفافیت گفتمان ها را به اثبات رساند. ما شاخصهای شفافیت را الگوی نشر محتوا، شیوه بیان محتوا، سبک نگارش، بیان شرایط ویژه ای برای مشارکت، هویت کنشگر، تعامل با کنشگران دیگر از طریق دریافت بازخورد نظرسنجی، و پاسخ گویی آنان به دیدگاه های کنشگران دیگر تعیین کرده بودیم. از نتایج آزمون و یافته های پژوهش می توان نتیجه گرفت که هنگامی که کنشگران در استفاده از ابزار ارتباطی که نیازمند مهارت بیشتر است یا لازمه استفاده از آن استفاده از هویت واقعی است، ترجیح می دهند از ساده ترین ابزارها در تعامل استفاده کنند. به ویژه این نتیجه گیری، اشاره به استفاده 45% کنشگران جامعه مورد مطالعه از هویت مستعار دارد. در زمینه تولید محتوا از سوی کنشگران، که می تواند بیانگر دیدگاه های آنان باشد و مسئولیت آنرا بپذیرند، مشاهده می شود که بیش از 53% کنشگران، محتوای وبلاگ خود را با استفاده از مطالب دیگران، یا تلفیقی از دیدگاه های خود و نقل مطالب وبلاگ ها و سایتهای دیگر ارائه کرده اند. این احتمال وجود دارد که «بیان مستقل» دیدگاه ها تحت تأثیر شرایط اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، دچار کود شود و استفاده از مطالب دیگران بار مسئولیت را از دوش آنان بردارد. هم چنین، بیان شرایط مشارکت دیگران در مباحث، که می تواند به شفافیت بیشتر منجر شود، بیش از 80% کنشگران از بیان چهارچوب های مشارکت و تعیین حدود و ثغور آنها دریغ ورزیده اند.

آزمون فرضیه «وجود رابطه معنی دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی انتشار (سطح) گفتمان های وبلاگستان فارسی» فرضیه سوم پژوهش، در بخش تحلیل محتوا بود. شاخصهای الگوی انتشار، رابطه معنی داری با

سازوکارهای ارتباطی داشتند. وجود این رابطه، با شاخص‌هایی چون «پیوند به سایت‌ها و وبلاگ‌های دیگر»، «پیوندهای ورودی»، «پیوندهای وبلاگ در کاوشگر گوگل»، «پیوند به وبلاگ‌های موضوعی مشابه»، «سن وبلاگ»، «تعداد بازدید کنندگان»، و «تعداد کامنت‌ها برای هر پست»، سنجیده شده بود. گونه‌های ارتباط بین وبلاگ‌ها را که از طریق پیوندها ایجاد می‌شود، یکی از مؤثرترین راه‌های شکل‌گیری و رواج گفتمان‌ها در فضای سایبر است. در واقع، پیوندهای ورودی، دریچه‌های دسترسی به محتوای وبلاگ هستند و پیوندهای خروجی، دامنه دسترسی به محتوای گفتمانی مشابه را فراهم می‌سازد. نقش کاوشگرهایی همانند گوگل نیز در همین چهارچوب تعریف می‌شود. آنچه بیان شد، در ارتباط مستقیم با فراوانی دسترسی (بازدید) به محتوای وبلاگ و دریافت بازخورد کنشگران از طریق کامنت است. به نظر می‌رسد سن وبلاگ نیز در بسامد دسترسی از طریق کاوشگرها، ازدیاد پیوندهای ورودی و خروجی وبلاگ ایفای نقش می‌کند.

فرضیه سوم، به «وجود رابطه معنی‌دار بین استفاده از سازوکارهای ارتباطی و تعاملی و الگوی تولید محتوا در گفتمان‌های سایبری ایران» پرداخته بود که رابطه بین سازوکارهای ارتباطی را با الگوی تولید محتوا در مورد هشت شاخص، با احتمال خطای 5%، معنی‌دار نشان می‌داد. الگوی تولید محتوا با شاخص‌های «برچسب‌زنی»، «دوزبانگی»، «طبقه‌بندی موضوعی»، «قالبهای تولید محتوا»، «استناد به منابع»، «سطح فنی ابزارهای استفاده شده در تولید و انتشار محتوا»، و از نظر کمی «تعداد پست‌های وبلاگ» سنجیده شده است. در اینجا باید به چند نکته اشاره نمایم. نخست اینکه یکی از شاخصهای الگوی تولید محتوا برچسب‌زنی است که بخشی از آن به امکانات سرویس‌دهندگان وبلاگ‌ها مربوط می‌شود، و بخش دیگر به رفتار کنشگران در تدوین و انتشار محتوا در وبلاگ‌ها. هنوز نزدیک به 66% وبلاگ‌های مورد مطالعه در وبلاگستان فارسی از برچسب‌زدن یا به عبارت ساده‌تر، انتخاب واژه‌هایی برای توصیف محتوا خودداری می‌کنند. در حالیکه این شاخص، نه تنها تکامل‌یافتگی محتوای وبلاگ را نشان می‌دهد بلکه نقش مؤثری در انتشار و اشتراک‌گذاری آن دارد. نکته دوم، در باره شاخص دوزبانگی است که به نظر می‌رسد در حال حاضر و بر اساس نتایج به دست آمده جایگاه قابل توجهی در وبلاگستان فارسی ندارد. نکته سوم، ارتباط بین کاربرد سازوکارهای ارتباطی در وبلاگ‌ها و استفاده از ابزارهای تولید محتوا است. نزدیک به 80% وبلاگ‌های مورد مطالعه از ابزار ساده متنی و تصویری برای تولید و انتشار محتوا استفاده می‌کنند. قاعدتاً قالب‌هایی محتوایی موجود در وبلاگ‌ها نیز در حد بالایی از همین الگو پیروی می‌کند. بیش از 24% وبلاگ‌های مورد مطالعه فقط از قالب متنی و بیش از 86% از متن و تصویر در

تولید و انتشار محتوا بهره برده‌اند. این نکته، می‌تواند بیانگر سطح مهارتی کنشگران و عوامل زیرساختی دیگر، مانند پهنای باند مناسب برای تولید قالبهای صوتی و ویدیویی باشد. ناگفته نماند که احتمالاً استفاده از برخی سازوکارهای ارتباطی مانند سیستم ثبت کامنت را، که به صورت پیش فرض از سوی سرویس دهندگان وبلاگ تعبیه می‌شود، در بسامد کاربرد آن مؤثر است.

13. نتیجه گیری

یادآوری این نکته در جمع‌بندی نتایج تحلیل محتوا حائز اهمیت زیادی است که: بنا به نتایج توصیفی تحلیل محتوا، سازوکارهای ارتباطی مورد استفاده کنشگران در وبلاگستان فارسی، عمدتاً به چند ابزار خاص متکی است. استفاده از مکانیزم ارتباطی چت (9%) و لیست پستی (8/16%) در کمترین حد مورد انتظار است. در زمینه استفاده از ابزار بسیار ساده سیستم ثبت کامنت نیز علیرغم استفاده نزدیک به 70% از کنشگران از آن، و وجود این ابزار در 94/7% وبلاگ‌های مورد مطالعه، داده‌های تحلیل محتوا نشان می‌دهد که در بیش از 70% موارد کمتر از 5 کامنت برای هر پست وبلاگ کامنت‌گذاری شده است. حال آن‌که استفاده از چنین ابزار ساده‌ای نیازمند مهارت کمی است، در عین حال در تعامل کنشگران با محتوا جایگاه بسیار مهمی دارد. آشکار است که در مورد ابزارهای نیازمند مهارت بیشتر، میزان استفاده عملی، پایین‌تر باشد.

در واقع، هر چه سازوکار مورد استفاده، سطح بالاتری از تعامل را فراهم می‌کند، کاربرد آن در گفت‌وگوها، مناسب‌تر و دارای کارایی بیشتری است. نقش مهارت‌های فنی کنشگران در استفاده از ابزارهای ارتباطی مناسب، در این زمینه حائز اهمیت است. نه تنها در مورد استفاده از سازوکارهای ارتباطی، بلکه در زمینه کاربرد ابزارهای تولید محتوا، مقیاس جامعه مورد مطالعه، کنشگر فضای سایبری ایران، به دلیل محدودیت‌های پهنای باند از یک سو، و نیز عدم تسلط آنان به قالب‌هایی که سطح بالاتری از تعامل را فراهم می‌کنند، استفاده آنها از قالبهای صوتی و ویدیویی در حد بسیار پایینی است. شاهد دیگر در این مورد، کیفیت استفاده کامل از امکانات سرویس دهندگان وبلاگ برای ایجاد فضای تعاملی است. شواهد تحلیل محتوا نشان می‌دهد که نزدیک به 80% کنشگران از ابزارهای ابتدایی و غالباً با خروجی متنی، در تولید محتوا بهره می‌برند. در جامعه مورد مطالعه از قالبهای صوتی محتوا (از جمله پادکست) نشانی دیده نشد.

¹ default

علیرغم وجود ارتباط معنی‌دار بین سازوکارهای ارتباطی و الگوهای کنشگری، دسترسی، شفافیت، تولید محتوا، انتشار (سطح) گفتمان‌های فضای سایبری ایران، نشانه‌های به دست آمده در این پژوهش، حاکی از وجود محدودیت‌هایی است که در استفاده گسترده از سازوکارهای ارتباطی است. بخشی از این محدودیت‌ها به سواد کاربردی کنشگران و مهارت‌های فنی آنان دارد و بخشی دیگر، تحت تأثیر زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، و نیز شرایط کلی جامعه است.

وبلاگ‌ها را می‌توان نبض فضای عمومی جامعه در محیط سایبر محسوب کرد که با رصد کردن آنها، می‌توان به چشم‌انداز روشنی دست یافت. جامعه شبکه‌ای، در واقع مولود این فضا است و سازوکارهای اینترنتی، حلقه‌های پیوند در چنین جامعه‌ای هستند. هر چه استحکام، تناسب و کارآمدی سازوکارها بیشتر باشد، این حلقه‌های اتصال، جریان‌های گفتمانی را با قدرت بیشتری پشتیبانی نموده و مشارکت بیشتری را بر می‌انگیزد. این وضعیت، محصول سطح تعامل و کیفیت ارتباطات در اجتماعات سایبر است که با کاربرد سازوکارهای ارتباطی در پیوند است. نوع و کیفیت بهره‌برداری از این سازوکارها، عنصر تعیین‌کننده پیوستگی درونی و الگوی روابط در فضای سایبر است.

منابع

- دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها (1386) وبلاگستان فارسی (بررسی موردی وبلاگ‌ها در 3 ماهه اول سال 1386). معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ضیائی پرور، حمید (1387) گفتمان سیاسی وبلاگ‌های فارسی (اسلاید). تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- کاستلز، مانوئل (1380 الف) عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ ظهور جامعه شبکه‌ای، ج 1. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: انتشارات طرح نو، 1380.
- مک کوایل، دنیس (1385) درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ویندال، سول؛ سیگنایزر، بنو و اولسون، جین (1376) کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

Agarwal, Nitin, Liu, Huan, Salerno, John J, and Sundarajan, Sanjay (2008) Understanding Group Interaction in Blogosphere: A Case Study. 2nd AAAI International Conference on Computational Cultural Dynamics (ICCCD'08), September 15-16, 2008. Washington D.C.

Agre, P. E. 2002. Real-Time Politics: The Internet and the Political Process. The Information Society: An International Journal 18 (5): 311 – 331.

- Anderson, Paul. 2007. What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. In JISC Technology and Standards Watch.
- Bell, David (2007) *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. Routledge.
- Castells, M. (1996). *Rise of the Network Society*. 3 vols. Vol. 1. Cambridge, MA: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel (2009) *Communication Power*. Oxford University Press.
- Duarte, Fernando; Mattos, Bernardo; Almeida, Jussara; Almeida, Virgilio; Curiel, Mariela; Bestavros, Azer (2008). Hierarchical Characterization and Generation of Blogosphere Workloads. Elsevier. October 17, 2008. <http://www.cs.bu.edu/techreports/pdf/2008-028-blog-workload-generation.pdf> (Accessed: Aug. 3, 2011)
- Geiger, R. Stuart (2009) Does Habermas Understand the Internet? The Algorithmic Construction of the Blog/Public Sphere. *gnovis: a journal of communication, culture, and technology*, issue 10, volume 1, Fall 2009.
- Ghaffarzadegan, Navid & Whitmore, Andrew (2010) Cultural Tools of Framing and Politics of Persuasion in the Persian Blogosphere. <http://www.navidg.com/research.htm>
- Gilmore, Dan (2004) *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People* (Sebastopol: O'Reilly Media, 2004).
- Hendelman-Baavur, Liora (2007) Promises and Perils of Weblogistan: Online Personal Journals and the Islamic Republic of Iran. *Middle East Review of International Affairs*, Vol. 11, No. 2 (June 2007), 78-83.
- Jähnichen, Patrick (2011) Predicting Social Networks in Weblogs. 11th International Conference on Innovative Internet Community Systems, June 15-17, 2011, Berlin, German.
- Jang, Chyng-Yang and Michael A.(2011) ' non-directed self-disclosures in the blogosphere '. *Information, Communication & Society* 2011, pp. 1–21, 08 April 2011.
- Jensen, M. J., Danziger, J. N., and Venkatesh, A. 2007. Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics. *The Information Society: An International Journal* 23 (1): 39 – 50.
- Jensen, Peder Are Nøstvold (2004) *Blogging Iran – A Case Study of Iranian English Language Weblogs*. University of Oslo; Nature and Culture.
- Kelly, John and Etling, Bruce (2008) *Mapping Iran's Online Public: Politics and Culture in the Persian Blogosphere*. Berkman Center Research Publication. http://cyber.law.harvard.edu/publications/2008/Mapping_Irans_Online_Public. (accessed Feb. 17, 2010).
- Kiwanuka, Ba (2009) What Is Blogging? <http://www.internetbusinessmart.com/what-is-blogging.pdf> (Accessed: Apr. 20, 2011)
- Matthes, Florian and Steinfatt, Klaus (2009) *Weblogs for Supporting Communities of Practice*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.143.2102> (Accessed: Feb. 11. 2011).

- Moe, Hallvard (2010) Mapping the Norwegian Blogosphere: Methodological Challenges in Internationalizing Internet Research. *Social Science Computer Review* published online 21 September 2010. <http://ssc.sagepub.com/content/early/2010/09/16/0894439310382511> (Accessed: March. 21. 2011).
- Mueller, M., Pagé, C., and Kuerbis, B. 2004. Civil Society and the Shaping of Communication-Information Policy: Four Decades of Advocacy. *The Information Society: An International Journal* 20 (3): 169 – 185
- NCTE: National Centre for Technology in Education (2009) Introduction to Blogging from Web 2.0 for Learning Module 2. support.scoilnet.ie/w/images/0/0f/BloggingIntroduction.pdf (Accessed: Feb. 11. 2011).
- Park, Keun Chan; Jeong, Yoonjae and Myaeng, Sung Hyon (2010) Detecting Experiences from Weblogs. *Proceedings of the 48th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, pages 1464–1472, Uppsala, Sweden, 11-16 July 2010. c 2010 Association for Computational Linguistics.
- Simmons, Erin (2005) *The Impact of the Weblog: A Case Study of the United States and Iran*, Senior thesis presented in the Political Science Department at the Undergraduate Colleges of the Ohio State University.
- Sreberny, Annabelle & Khiabany, Gholam. *Blogistan* (2010). The Internet and Politics in Iran. I.B.Tauris,
- Stefanone, M. A. & Jang, C. Y. (2007) 'Writing for friends and family: the interpersonal nature of blogs', *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no. 1, pp. 123–140.
- Suler, John (2004) *The Psychology of Cyberspace*. <http://truecenterpoint.com/ce/index.html> (accessed Dec. 26, 2010).
- Tandon, Rajesh (1995) *Networks as Mechanisms of Communication and Influence*. Society for Participatory Research in Asia. New Dehli
- Wallace and Wolf (1986) *Contemporary Sociological Theory*. Prentice-Hall.
- Wasserman, Herman (2007) "Is a New Worldwide Web Possible? An Explorative Comparison of the Use of ICTs by Two South African Social Movements," *African Studies Review*, Volume 50, Number 1 (April 2007), pp. 109–131.
- Wellman, B. (1988) *Structural Analysis: From Method and Metaphor to Theory and Substance*, *Social Structures a Network Approach*. Wellman, B., & Berkowitz S.D(eds). Cambridge, Cambridge University Press, pp. 19-61.