

نقش وبلاگ‌های فارسی زبان در بالابردن آگاهی زنان

از دید روزنامه‌نگاران زن

فاطمه همایونی‌مقدم^۱

چکیده

مقاله پیش‌رو به بررسی نقش وبلاگ‌های فارسی زبان در بالابردن آگاهی زنان از دید زنان روزنامه‌نگار می‌پردازد. تحقیق با روش پیمایشی و با پرسشنامه‌ای حاوی ۲۳ سؤال طراحی شد. در میان زنان روزنامه‌نگار شاغل در روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، همشهری، ایران، جام‌جم و اعتماد ملی اطلاعات گردآوری شد. همچنین برای پایایی از روش پیش‌آزمون استفاده شده و برای اعتبار پرسشنامه از نظر چندین کارشناس استفاده شد و با توجه به چهار رویکرد «حوزه عمومی»، دیدگاه‌های «امانوئل کاستلز»، نظریه شکاف آگاهی» و «نظریه‌های مدرن» وبلاگ بررسی شد. مهمترین نتیجه این تحقیق این است که، خواننده وبلاگ‌ها در گروه‌های سنی متفاوت و دارای تحصیلات و شرایط اجتماعی و اقتصادی متفاوتی هستند و سن و تحصیلات در گرایش به وبلاگ‌ها تأثیری ندارد. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده، وبلاگ‌ها موجب بالا رفتن آگاهی زنان می‌شود و وضعیت شغلی در ایجاد و خواندن وبلاگ‌ها مؤثر است و با توجه به نوع مطالب و شیوه ارائه آنها به تعامل با آنان می‌پردازند. بیشترین موضوعاتی که زنان در وبلاگ‌ها به دنبال آنها هستند و یا در وبلاگ‌ها می‌نویسند بیشتر حول محور موضوعاتی اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و هنری است. در این پژوهش اکثر افراد جامعه آماری معتقدند که وبلاگ‌ها در کاهش انزوای اجتماعی زنان مؤثراند.

واژگان کلیدی: وبلاگ، تعامل، جامعه اطلاعاتی، آگاهی

مقدمه

طی سال‌های گذشته فناوری‌های ارتباطی از جمله اینترنت رشد روزافزونی داشته‌اند و موجب شده تا فضای سایبر نسبت به دیگر رسانه‌ها استقبال بهتری را پذیرا باشند که این امر به ذات خود این رسانه‌ها برمی‌گردد. تحت هیچ محدودیتی نبودن، فقدان دسترسی کامل قشر سنتی جامعه به این فضا، امکان بازخورد سریع و گاه همزمان مخاطب داشتن، و فضای مدرن آن، اشتیاق و توجه جوانان و اقشار تحصیل کرده جامعه به این شبکه را افزایش داده است. یکی از نمودهای بسیار روشن این استقبال و توجه، گسترش کم‌نظیر پدیده وب لاگ‌نویسی در میان ایرانیان و به‌خصوص زنان می‌باشد که طی مدت کوتاهی باعث شده زنان ایرانی در سطح جهان از لحاظ وبلاگ‌نویسی رشد چشمگیری داشته باشند.

بر اساس آمار ایتنا تعداد وبلاگ هر ۵ ماه دو برابر می‌شود و به طور میانگین هر ۴۰ ثانیه یک مطلب جدید در وبلاگ متولد می‌شود. این یعنی عطش گفتن در خلوت خویشتن، خلوتی که می‌تواند هزاران شنونده داشته باشد.

مشخصه مهم جوامع امروزی بنا به تعبیر جامعه‌شناس معاصر "جوانی و اتیمو" ارتباطات "عمومیت یافته" و همگن شده است. این عمومیت با گسترش اینترنت و حرکت روبه رشد وبلاگ‌ها در حال تحقق کامل همگانی شدن در حوزه ارتباطات انسانی است.

با نگاهی به گذشته و نظریه دانشمندان از جمله یورگن هابرماس به‌ویژه نظریه او در مورد حوزه عمومی که تعبیر حوزه عمومی را در اطلاق به عرصه‌ای اجتماعی به کار می‌برد که در آن افراد از طریق مفاهمه و استدلال مبتنی بر تعقل و در شرایطی عاری از هر گونه فشار، زور و در شرایط برابر برای تمام طرف‌های مشارکت‌کننده مجموعه‌ای از رفتارها، مواضع و جهت‌گیری‌های ارزشی و هنجاری را تولید می‌کند. حوزه عمومی عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند، از نظر او حوزه عمومی به معنی دقیق کلمه عرصه‌ای است که هیچ حدودی بر فعالیت آن وضع نشده باشد، حوزه عمومی حوزه عقلانی، حقیقت‌یاب و حقیقت‌ساز جامعه است.

در این تحقیق سعی بر این است تا تأثیر وب‌لاگ‌ها در بالا بردن سطح آگاهی زنان را بررسی کنیم و این که این وب‌لاگ‌ها تا چه حد می‌توانند در زنان حس مشارکت اجتماعی را بالا ببرند و حتی انگیزه‌ای باشد برای ایجاد وب‌لاگ و وب‌لاگ‌نویسی.

مفاهیم اساسی این نوشتار با توجه به عنوان مقاله به شرح زیر هستند:

وب‌لاگ: "وب‌لاگ‌ها پدیدهٔ اینترنتی به نسبت جدیدی هستند که از اواخر دهه ۱۹۹۰ به وجود آمدند. وب‌لاگ از دو واژه "وب" و "لاگ" تشکیل شده و در لغت به معنای "به اشتراک گذاشتن وب" است؛ یعنی فضایی که در آن هر یک از کاربران اینترنت می‌توانند به صورت برخط به اشتراک اطلاعات، افکار، عقاید، یادداشت‌های شخصی، مقالات و تصاویر خودپردازند. (کریمی، ۱۳۸۳)

جامعهٔ اطلاعاتی: "اتکاء روزافزون بر فعالیت‌هایی که به طور مستقیم با تولید، توزیع و کاربرد مرتبط است سبب شده است که بسیاری از کشورهای صنعتی جهان را جامعهٔ اطلاعاتی بخوانند و در حقیقت این مفهوم نیز در ابتدا برای توصیف مشخصات نوین کشورهای فراصنعتی به کار رفته است؛ کشورهایی که در آنها همه چیز وابسته به اطلاعات است.

تعامل: تحولات هزارهٔ سوم میلادی در حوزهٔ فناوری اطلاعات و ارتباطات، تمامی عرصه‌های زندگی فردی و اجتماعی بشر را مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر قرار داده است. انسان این هزاره به مدد تعامل در محیط‌های اجتماعی، به توان عظیمی در پالایش میراث علمی و فرهنگی گذشته رسیده است و فرصتی برای بازشناسی هر آنچه بر بشر گذشته، و ترسیم آیندهٔ بشر در اختیار دارد.

آگاهی: "آگاهی (شناخت) عبارت است از روند بغرنج انعکاسی واقعیت عینی در شعور انسان‌ها که آن را "نزدیک‌شدن جاودانی و بی‌پایانی فکر به شیئی" نام نهاده‌اند. (بیرو، ۱۳۷۰)

بشر برای ارضای نیاز سیری‌ناپذیرش به اطلاعات همواره در صدد یافتن سیستم‌های موازی بوده است. به گفتهٔ پروفیسور "کرکماز علمدار" تولد بورژوازی در اروپا در قرن چهاردهم توانست به یک طبقهٔ اجتماعی اجازه دهد تا نظام اطلاعاتی خویش را بدون

دخالت‌های دولت گسترش دهد و تمامی ابزارهای ارتباطی مدرن از چاپ گرفته تا اینترنت یا مطبوعات، تنها به لطف صعود و رشد سرمایه‌داری توانستند پا به عرصه گذارند. این سیستم جدید که باید به‌طور کامل در آن تأمل کرد ارتباطات و یا اطلاعات را اختراع نکرده بلکه امکان گسترش ابزارهای ارتباطی مورد استفاده امروز را فراهم ساخته است. (علمدار، ۱۳۸۳)

اکنون اینترنت، بیش از ابزارهای فن‌شناختی دیگر، از توانایی کمک به کشورهای در حال توسعه برای پیشرفت در عصر اطلاعات برخوردار است. اگر در نظر داشته باشیم که اطلاعات ما قدرت است بنابراین، اینترنت باید به‌عنوان آسان‌ترین وسیله توانمندساختن کشورها برای عبور از راه توسعه و پیشرفت به کار گرفته شود. دولت الکترونی که به کمک اینترنت پدید می‌آید، شفافیت را افزایش می‌دهد و می‌تواند امکان مناسبی برای مقابله با فساد اداری و رشوه‌گیری پدید آورد. بدیهی است که اینترنت راه حل کامل مسائل و رفع دشواری‌ها نیست، اما در کمک به توسعه، توانایی‌های مهمی را دارا است. (کدخدایی، ۱۳۸۳)

نظریه حوزه عمومی: "یورگن هابرماس در رابطه با اندیشه‌های مکتب فرانکفورت مفهوم شیء‌گشتگی سراسری در جامعه مدرن را نقد کرده و در جست و جوی مجرای رهایی از این وضعیت برآمده است. وی با نقد این فرآیند عقلانیت ابزاری، مفهوم عقلانیت ارتباطی را عرضه می‌کند که اساساً فرآیند رهایی‌بخش است. به نظر هابرماس باید فضاهایی را که هنوز دستخوش عقلانیت ابزاری و شیء‌گشتگی نشده‌اند یافت.

دیدگاه‌های امانوئل کاستلز: "انقلابی که در فناوری اطلاعات از دهه ۱۹۷۰ در آمریکا پا گرفت، پارادایم تازه‌ای را به دنبال داشت که به سرعت بر همه عرصه‌های نظری سایه انداخت. ایجاد نخستین شبکه اطلاع‌رسانی در کالیفرنیا، سرانجام به تکوین جامعه شبکه‌ای در جهان انجامید که از خصوصیت مهم آن فعال شدن جنبش‌هایی بوده است که هویت‌های حذف شده یا به حاشیه رانده شده را می‌جویند.

سپهر رسانه‌ای جدید، فضایی سرشار از رقابت و چالش را میان رسانه‌های نوین و رسانه‌های همگانی (رادیو، تلویزیون، مطبوعات) به وجود آورده است. دو دیدگاه در این

زمینه وجود دارد: یکی دیدگاه کمی‌گرای جامعه‌اطلاعاتی، که فراوانی اطلاعات و نوع رسانه‌های نوین را به مثابه "پایان تاریخ" رسانه‌های همگانی مطرح می‌کند و به ایده "رسانه‌های جایگزین" معتقد است.

دیدگاه دوم اما، به تعامل در عین استقلال، همزیستی در عین رقابت، تأثیرپذیری و تأثیرگذاری متقابل رسانه‌های همگانی و رسانه‌های نوین باور دارد. این دیدگاه که می‌توان آن را دیدگاه تعاملی رسانه‌ها نامید، معتقد است به دلیل فراگیری، تنوع و انعطاف‌پذیری رسانه‌های جدید، کل تجربه گذشته، حال و آینده آدمی در یک متن چندرسانه‌ای قابل جذب است. کاستلز ارتباط الکترونیکی را فرصتی برای تقویت مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان می‌داند و حسب دیدگاه وی، دسترسی مستقیم و همزمان به اطلاعات و ارتباط رایانه‌ای، باعث تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات می‌شود و امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌های خودمختار و الکترونیک عرضه می‌کند که از کنترل رسانه‌ها خارج است. کاستلز معتقد است که این فرآیند باعث انعطاف و انطباق‌پذیری عرصه سیاسی می‌شود. کاستلز، کاهش قدرت نمادین فرستنده‌های سنتی به وسیله رسانه‌های نوین را گامی در مسیر معرفی جوامع می‌داند اما از طرح انتقاد نسبت به کارکرد ارتباطات الکترونیک نیز غافل نمی‌ماند، از آنجا که می‌گوید: سیاست ارتباط مستقیم و فوری می‌تواند فردی‌شدن سیاست و جامعه را در جایی جلو ببرد که دستیابی به یکپارچگی، وفاق و بنا کردن نهادها بسیار دشوار شود. نظام چندرسانه‌ای، الگوی اجتماعی - فرهنگی خاص خود را ایجاد کرده است.

کاستلز ویژگی‌های این الگو را در ۴ محور طبقه‌بندی کرده است، تمایز اجتماعی و فرهنگی گسترده که به تقسیم‌بندی کاربران، تماشاگران خوانندگان و شنوندگان منجر می‌شود، طبقه‌بندی اجتماعی کاربران در دو گروه فعال و منفعل، انتقال پیام‌های مختلف در یک سیستم و برداشته شدن مرز مقوله‌های مستقل از قبیل: خبر، آموزش، سرگرمی و بالاخره در برگیری بیشتر جلوه‌های فرهنگی به وسیله این نظام، اجرای این طبقه‌بندی چهارگانه هستند.

نظریه شکاف آگاهی: از دیدگاه "تیکنور"^۱، "دونوهر"^۲ و "اولین"^۳ اطلاعات یک

منبع است. اطلاعات ارزش دارد و به افراد امکان کارهایی را می‌دهد که در صورت نبودن آن نمی‌توانستند انجام دهند. یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید دانش قدرت است و به این معنی است که آگاهی توانایی انجام کار و بهره‌گیری از فرصت‌هایی را فراهم می‌آورد. با وجود این، آشکار است که آگاهی، مثل دیگر انواع ثروت، در جامعه به‌گونه‌ای برابر توزیع نشده است. افرادی که با فقر مالی دست و پنجه نرم می‌کنند، اغلب از نظر اطلاعاتی هم فقیر هستند. از نظر اطلاعات، دارا و ندار وجود دارد، همان‌طور که از جهت ثروت مادی.

یکی از نویدهای بزرگ ارتباط جمعی این است که ممکن است بتواند با فراهم آوردن اطلاعات مورد نیاز مردم، به کاهش بسیاری از مشکلات پیش‌گفته کمک کند. فرضیه اصلی شکاف آگاهی حاکی از این است که هنگامی که ریزش اطلاعات در یک نظام اجتماعی افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جمعیت که پایگاه اجتماعی، اقتصادی بالاتری دارند، این اطلاعات را سریع‌تر از بخش‌های دارای پایگاه پایین‌تر کسب می‌کنند."

نمودار فرضیه شکاف آگاهی:



پژوهش درباره شکاف آگاهی نشان می‌دهد که در موضوعات پیچیده مثل انرژی، افراد مرفه اطلاعات خود را از یک رسانه (روزنامه) می‌گیرند، در حالی که افراد کمتر مرفه اطلاعات خود را از رسانه‌های دیگر (تبلیغات تلویزیونی) دریافت می‌کنند. این یافته‌ها حاکی از این است که برنامه‌ریزان پیکارهای اطلاعاتی نیازمند انجام پژوهش روی مخاطب هستند و این که اغلب از انتخاب رسانه‌های مختلف برای دسترسی به بخش‌های گوناگون مخاطب سود می‌برند. سرانجام، همان طور که دروین به ما تذکر می‌دهد، پیکارهای اطلاعاتی به طور احتمالی باید با توجه به نیازهای استفاده کننده بالقوه اطلاعات شروع شوند. (دهقان، ۱۳۸۴: ۳۶۳)

نظریه‌های مدرن: اثر دوسویه اینترنت بر وسایل ارتباطات جمعی

با این که مخاطب پویاست اما وسایل ارتباط جمعی ارتباط هم زمان یک سویه فراهم می‌کنند و در این بین اینترنت یک استثناء است. اکنون کاربر می‌تواند ارتباطی تعاملی با رسانه‌اش ایجاد کند. به نظر می‌رسد که اینترنت با ارسال و تبادل اطلاعات آموزشی، آشناسازی جوامع با دستاوردهای علمی و مدنی باعث یکپارچگی و همگون سازی جوامع می‌شود (همشهری، ۱۳۸۳). تعاملی بودن اینترنت یعنی این که همان طور که یک مسیر اطلاعات از چاپخانه شروع می‌شود مسیر دیگری هم برای مشتری هست تا نظرات خودش را برای چاپخانه ارسال کند. سایت از همه امکانات تعاملی مانند ارسال ایمیل، که یکی از ساده‌ترین شکل آن است، برخوردارند. (شکرخواه، ۱۳۸۴)

رویکردهای جایگزین: در مطالعه اثرات رسانه‌ها رویکردهای جایگزین برخلاف نظریه‌های قبلی به عوامل اجتماعی اهمیت بیشتری می‌دهند. نظریه‌هایی همچون استفاده و رضامندی، سازه‌گرایی اجتماعی، رویکردهای تعاملی از جمله رویکردهای غالب در این دسته به شمار می‌روند.

استفاده و رضامندی: مدل "استفاده و رضامندی" که خود متأثر از نظریه‌های مبادله اجتماعی است، مدلی رایج در مطالعات توصیفی و اکتشافی در خصوص نحوه استفاده از رسانه‌ها و تأثیر این استفاده بر رفتار آنها است. دلایل و انگیزه‌های جذب جوانان به اینترنت و فضای مجازی و رفتار آنها در فضای مجازی زمینه‌های اصلی هستند که در

این مدل به آن‌ها توجه می‌شود. نظریه تعاملی، تفسیری و سازه‌گرایی تلاشی برای تبیین نحوه ارتباط افراد با فضای مجازی، فهم آن‌ها از این ارتباطات و سازوکارهای دخیل در آن محسوب می‌شود.

سازه‌گرایی و تعامل: رویکرد سازه‌گرایی با تلقی نسبی بودن تأثیرات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، این تأثیرات را تابع متن، تفسیر و فهمی می‌دانند که کاربران و افراد حاضر در حوزه ارتباطات از آن به عمل می‌آورند. شناخت‌های اجتماعی تعیین‌کننده معنای ارتباط به شمار می‌آیند. این نظریه که ملهم از آرای پدیدارشناسی گارفینکل^۱، برگر^۲ و لاکمن^۳ است واقعیت اجتماعی را ساخته کنشگران دانسته، همزمان به نقش انتخاب، اراده و استقلال فرد (عامل) در تعامل با متن و ساختار اجتماعی توجه دارد. (ذکایی، ۱۳۸۳)

روش

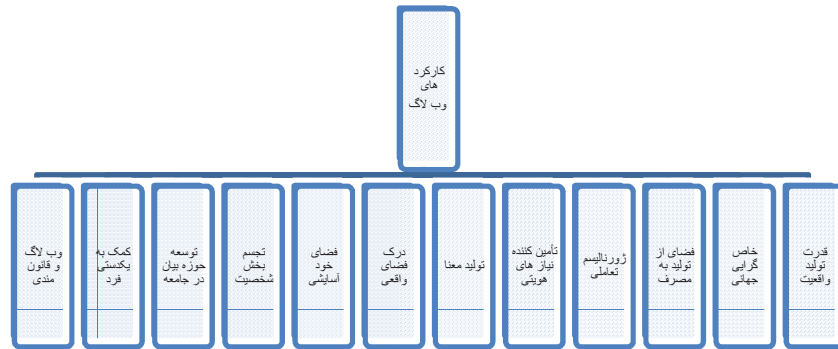
در این تحقیق از روش پیمایشی استفاده شده است. پیمایش، عام‌ترین روش تحقیق در علوم اجتماعی است. این روش، یکی از پرکاربردترین روش‌های پژوهش‌های رسانه‌ای به شمار می‌آید. زنان روزنامه نگار شاغل در روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، همشهری، ایران، جام جم و اعتماد ملی جامعه تحقیق را تشکیل داده‌اند.

پایایی و اعتبار تحقیق: ۱. نظرخواهی از کارشناسان و اساتید پژوهشگر برای تأمین اعتبار صوری. ۲. استفاده از روش پیش‌آزمون (pretest) برای تأمین پایایی تحقیق. گردآوری اطلاعات نیز از طریق پرسشنامه انجام شده و برای بررسی فرضیه‌ها با توجه به سطح اندازه‌گیری متغیرها، از آزمون‌های گوناگونی به وسیله نرم افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها

رشد سریع، گسترده، همه‌گیر و جذاب وبلاگ و وبلاگ‌نویسی در چند ساله اخیر، به‌خصوص در میان جامعه فارسی‌زبانان، محقق را به این اندیشه واداشت که در عصر

ارتباطات به غیر از مطبوعات و رادیو و تلویزیون، وسایل دیگری نیز هستند که نقش رسانه را بازی می‌کنند و حتی حیطه عملکرد آنان وسیع‌تر از سایر رسانه‌ها است. به گفته دکتر شکر خواه: "وبلاگ‌ها شکل بسیار مدرن‌تر و امروزی‌تر هستند که به نشر رومیزی معروف شد. وبلاگ‌ها طلایه‌دار نشر یک نفره یا نشر با یک کلیک هستند. در وبلاگ‌نویسی با فشار یک دکمه، متنی را در جهان اینترنت تولید می‌کنید." با توجه به اینکه موضوع پژوهش در خصوص زنان می‌باشد بی‌شک از سرفصل‌های اساسی توسعه که برگرفته از شرایط فرهنگی و ضرورت‌های جامعه ما می‌باشد توجه عمیق به نقش و رسالت خطیری است که بر عهده زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت کشور است که ضمن بالا بردن آگاهی، باید توجه و مشارکت فعال‌تری در تمامی عرصه‌ها داشته باشند. در ابتدا برای ورود به مبحث، نظریه‌های مرتبط با موضوع تحقیق مطالعه شد که عبارتند از: نظریه حوزه عمومی، عصر اطلاعات، شکاف آگاهی. منطق مکالمه و گفتگو به‌عنوان ایده اصلی حوزه عمومی، ساختار و جهت وبلاگ را شکل می‌دهد جالب آن که هابرماس که ایده حوزه عمومی را در دهه ۶۰ میلادی مطرح کرده بود با وقوع انقلاب انفورماتیک با انتشار مقاله‌ای در سال ۱۹۸۹ به تأییراتی که انفورماتیک در احیای مجدد حوزه عمومی و فرا رفتن از آن بر جای می‌گذارد، پرداخت. وبلاگ‌های فارسی در ایران به طور مشخص از سال ۱۳۷۹ و در کنار رشد و توسعه سایت‌های خبری - تحلیلی، گسترش یافتند و به سرعت فضایی برای مکالمه، گفتگو و تصمیم‌گیری جمعی پدید آوردند. از این رو وبلاگ‌های فارسی در حال پدید آوردن حوزه عمومی در فضای سیاسی - اجتماعی کشور هستند و می‌توانند فضایی برای مکالمه آزاد میان شهروندان و شفافیت تصمیم‌گیری حول موضوعات همگانی ایجاد کنند و از این طریق به جنبشی فراگیر بدل شود. در نمای کلی با نمودارهایی که در ادامه می‌آیند می‌توان به کارکردها و ویژگی‌های وبلاگ‌ها اشاره کرد. (در نمودارها به طور خلاصه به کارکردهای وبلاگ و ویژگی‌های وبلاگ اشاره شده است)



نمودار شماره ۱: کارکردهای وب لاگ



نمودار شماره ۲: ویژگی های وب لاگ

در وهله نخست این فرضیه مطرح شد که: آیا میان سن و خواندن وب لاگ و در مرحله بعد بین تحصیلات و خواندن وب لاگ ارتباط معناداری وجود دارد؟ با بررسی های به عمل آمده درباره ویژگی های عمده شامل: سن، تحصیلات و میزان

وقت برای خواندن وبلاگ‌ها مطالعه و مشخص شد که بین سن و تحصیلات و میزان زمانی هفتگی مطالعه وبلاگ از سوی زنان ارتباطی وجود ندارد. با این حال اکثریت پاسخگویان ۱ تا ۲ ساعت در هفته وبلاگ‌ها را مطالعه می‌کنند و همچنین جوانان ۲۸ تا ۳۲ ساله بیشترین خوانندگان وبلاگ‌ها هستند. همچنین افراد لیسانس وبلاگ‌ها را بیشتر مطالعه می‌کنند و آنان انگیزه بیشتری برای تبادل نظر دارند.

جدول (۱) توزیع فراوانی بر حسب سن و استفاده از وبلاگ در بین زنان

سن	میزان خواندن وبلاگ‌ها در هفته			جمع
	۱۸-۳۲	۳۳-۴۷	۴۸-۵۲	
کمتر از یک تا ۲ ساعت	تعداد	۷۷	۴۰	۱۱۸
	درصد	۴۳.۵	۲۲.۶	۶۶.۷
۲ تا بیشتر از ۳ ساعت	تعداد	۴۷	۱۲	۵۹
	درصد	۲۶.۶	۶.۸	۳۳.۳
جمع	۱۲۴	۵۲	۱	۱۷۷

بر اساس جدول ۱، بیشترین درصد فراوانی ۴۳/۵٪ در گروه سنی ۱۸-۳۲ هستند که بین ۱-۲ ساعت در هفته وبلاگ‌ها را می‌خوانند و ۲۶/۶٪ در این گروه سنی بین ۳-۲ ساعت در هفته وبلاگ‌ها را می‌خوانند در نتیجه می‌توان گفت بیشترین خوانندگان وبلاگ‌ها در گروه سنی ۱۸-۳۲ سال قرار دارند. چون خی دو محاسبه شده ۴/۱۲۷ با درجه آزادی $df=2$ و سطح معنی‌داری $Sig=0/127$ می‌باشد و چون $sig > 0/05$ کوچکتر است بین سن و خواندن وبلاگ‌ها رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

جدول (۲) توزیع فراوانی بر حسب تحصیلات دانشگاهی و میزان استفاده از وبلاگ‌ها

میزان تحصیلات میزان خواندن وبلاگ‌ها در هفته	لیسانس - دیپلم		جمع
	فوق لیسانس - دکترا		
کمتر از یک ساعت	تعداد	۲۹	۴۰
	درصد	۱۶.۴	۲۲.۶
۱-۲ ساعت	تعداد	۶۱	۷۸
	درصد	۳۴.۵	۴۴.۱
۲-۳	تعداد	۳۲	۴۵
	درصد	۱۸.۱	۲۵.۴
بیشتر از سه ساعت	تعداد	۱۱	۱۴
	درصد	۶.۲	۷.۹
جمع		۱۳۳	۱۷۷

به طوری که از جدول فوق بر می آید، بیشترین درصد فراوانی ۳۴/۵٪ در مقطع تحصیلی دیپلم - لیسانس می باشند هستند که بین ۱-۲ ساعت در هفته وبلاگ‌ها را می خوانند و ۲۶/۶٪ در این این مقطع بین ۲-۳ ساعت در هفته وبلاگ‌ها را می خوانند در نتیجه می توان گفت بیشترین خوانندگان وبلاگ‌ها در گروه سنی ۳۲-۱۸ سال قرار دارند. چون χ^2 دو محاسبه شده ۱/۰۲۱ با درجه آزادی $df=3$ و سطح معنی داری $Sig=0/796$ و چون sig به دست آمده از ۰/۰۰۵ بزرگتر است می توان گفت بین تحصیلات و خوانندگان وبلاگ‌ها رابطه معنادار وجود دارد.

در مرحله بعد این سؤال مطرح می شود که سطح دسترسی زنان به اینترنت چگونه است و آیا وبلاگ‌ها در افزایش اطلاعات و کسب اطلاعات جدید برای زنان نقشی دارند؟ نتایج نشان می دهد اکثریت پاسخگویان معتقدند که دسترسی زنان به اینترنت در سطح بالایی است و همچنین وبلاگ‌ها باعث افزایش اطلاعات در بین زنان می باشد.

جدول (۳) میزان موافقت پاسخگویان بر حسب خواندن وب‌لاگ‌ها و به‌روز شدن اطلاعات زنان

اختلاف	فراوانی‌های مورد انتظار	فراوانی‌های مشاهده شده	خواندن وب لاگ و افزایش و به‌روز شدن اطلاعات
-۶	۳۶	۳۰	کاملاً موافقم
۴۳	۳۶	۷۹	موافقم
۵	۳۶	۴۱	بی نظر
-۱۰	۳۶	۲۶	مخالفم
-۳۲	۳۶	۴	کاملاً مخالفم
		۱۸۰	جمع

با توجه به اطلاعات حاصل از آزمون خی دو، خی دو به دست آمده برابر $84/278$ با $\chi^2=$ با درجه آزادی $df=4$ از آنجا که سطح معنی داری برابر $Sig=0/000$ از یک درصد کوچکتر است از این رو با 99% اطمینان و یک درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که بین فراوانی‌های مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار اختلاف معنی داری وجود دارد و فرضیه تحقیق تأیید می‌شود که بیشترین تعداد پاسخگویان با خواندن وب لاگ و به‌روز شدن و افزایش اطلاعات زنان موافق هستند. از این رو زنان روزنامه نگار معتقدند خواندن وب‌لاگ باعث بالا رفتن سطح اطلاعات زنان می‌شود که شاید از دلایل آن سرعت بالای نشر و دسترسی آسان آن باشد.

توزیع هرچه بیشتر و وسیع‌تر اطلاعات در سطح جامعه برای فراهم‌آوری امکان مشارکت شهروندان در فعالیت‌های اجتماعی از جمله پیش شرط‌های شاخص‌های تحقق دموکراسی محسوب می‌شود. حال این سؤال مطرح می‌شود که وب‌لاگ‌ها انگیزه مشارکت در چه زمینه‌ای را بیشتر می‌کنند؟ اکثریت پاسخگویان معتقدند که وب‌لاگ‌ها باعث ایجاد انگیزه مشارکت اجتماعی می‌شوند.

جدول (۴) میزان موافقت پاسخگویان بر حسب خواندن وب لاگ و بالا رفتن مشارکت اجتماعی

اختلاف	فراوانی های مورد انتظار	فراوانی های مشاهده شده	خواندن وب لاگ و بالا رفتن مشارکت اجتماعی
-۲	۳۶	۱۴	کاملاً موافقم
۳۶	۳۶	۷۲	موافقم
۲۷	۳۶	۶۳	بی نظر
-۱۰	۳۶	۲۶	مخالفم
-۳۱	۳۶	۵	کاملاً مخالفم
		۱۸۰	جمع

با توجه به اطلاعات حاصل از خی دو به دست آمده برابر $\chi^2=99/167$ با درجه آزادی $df=4$ ، از آنجا که سطح معنی داری برابر $Sig=0/000$ از یک درصد کوچکتر است از این رو با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا می توان نتیجه گرفت که بین فراوانی های مشاهده شده و فراوانی های مورد انتظار اختلاف معنی داری وجود دارد. ۷۲ نفر بیشترین تعداد پاسخگویی هستند که موافقت زنان با خواندن وب لاگ مشارکت اجتماعی شان بالا می رود. از این رو زنان روزنامه نگار معتقدند خواندن وب لاگ در مشارکت اجتماعی مؤثر است که شاید یکی از دلایل آن آگاهی بیشتر از مسائل اجتماعی از طریق وب لاگ ها باشد و زنان با توجه به مشکلات اجتماعی خود تمایل به وب لاگ های اجتماعی و در نهایت انگیزه مشارکت اجتماعی در آن ها تقویت می شود.

در سایت های اینترنتی معمولاً به سه سطح از فعالیت توجه بیشتری می شود که عبارتند از: اطلاع رسانی - خدمات رسانی - تعامل اجتماعی. در گذشته اطلاع رسانی بخش اصلی فعالیت ها بود و به تدریج با کثرت خدمات اطلاع رسانی، گرایش به خدمات دیگر اهمیت بیشتری یافت که با ورود جنبه های ارتباطی دیگری در اینترنت از جمله وب لاگ ها بخش تعامل اجتماعی قوت بیشتری گرفت. با توجه به تعاملی که زنان با وب لاگ ها دارند باید گفت "ترکیب" و "تعامل" مهم ترین تغییر ساختاری، ترکیب ارتباطات دور، ارتباطات رایانه ای و ارتباطات جمعی در یک رسانه است که دارای

فرآیندی همگرا و متقارن است. وب‌لاگ هم امکان و هم مکانی برای تجربه کردن در فضای مجازی می‌باشد و برخلاف رسانه‌های صرفاً دیداری، شنیداری و نوشتاری مزایای هر سه را دارد و باید گفت دو طرفه نیز محسوب می‌شود. اینترنت به‌عنوان رسانه‌ای مهم و ابزاری برای تغییر تأثیرهای اجتماعی محسوب می‌شود. زیرا قادر به توان‌افزایی و ارتقای گفتگو بین زنان را فراهم می‌کند و افکار عمومی را متوجه منافع زنان می‌سازد. اینترنت ابزار قوی برای برقراری ارتباطات گسترده در بین زنان است و با به وجود آمدن وب‌لاگ این امکان نسبت به گذشته بیشتر شده و زنان با تولید محتوا در وب‌لاگ‌ها خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند. با توجه به این امر در خصوص جامعه اطلاعاتی و زنان، تعامل با وب‌لاگ‌ها و ایجاد بحث و گفتگو از طریق وب‌لاگ‌ها که در سئوال‌های و فرضیه‌های پژوهش مطرح شده باید گفت اکثریت پاسخگویان معتقدند زنان با خواندن و ایجاد وب‌لاگ تا حدودی خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند و همچنین زنان در فضای مجازی با وب‌لاگ‌ها به تعامل می‌پردازند و وب‌لاگ‌ها امکان ارتباطات بیشتر را در بین زنان فراهم می‌کند.

جدول (۵) میزان موافقت پاسخگویان بر حسب خواندن وب‌لاگ‌ها و تمایل به تعامل با آنان

اختلاف	فراوانی‌های مورد انتظار	فراوانی‌های مشاهده شده	خواندن وب لاگ و تعامل با آنها
-۱۲.۶	۳۵.۶	۲۳	کاملاً موافقم
-۳۳.۴	۳۵.۶	۶۹	موافقم
۲۰.۴	۳۵.۶	۵۶	بی نظر
-۱۶.۶	۳۵.۶	۱۹	مخالفم
-۲۴.۶	۳۵.۶	۱۱	کاملاً مخالفم
		۱۸۰	جمع

با توجه به اطلاعات حاصل از خی دو به دست آمده برابر $\chi^2=۷۲/۲۲۵$ و با درجه آزادی برابر $df=۴$ و از آنجا که سطح معنی داری برابر $Sig=۰/۰۰۰$ از ۱٪ کوچکتر است از این رو با ۹۹٪ اطمینان و یک درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که بین فراوانی‌های مشاهده شده و

فراوانی‌های مورد انتظار اختلاف معنی‌داری وجود دارد. ۶۹ نفر که بیشترین تعداد پاسخگویان را شکل می‌دهند موافقت زنان با خواندن وب‌لاگ‌ها با آنها تعامل پیدا می‌کنند. زنان روزنامه‌نگار معتقدند زنان با خواندن وب‌لاگ با آنها تعامل می‌کنند که شاید یکی از دلایل آن فضای جذاب و مطالب جذاب آن باشد.

جدول (۶) میزان پاسخگویان بر حسب ایجاد وب‌لاگ به‌عنوان عضوی از جامعه اطلاعاتی

اختلاف	فراوانی‌های مورد انتظار	فراوانی‌های مشاهده شده	ایجاد و خواندن وب‌لاگ به‌عنوان عضوی از جامعه اطلاعاتی
-۲۴.۶	۳۵.۶	۱۱	خیلی زیاد
۳۴.۴	۳۵.۶	۷۰	زیاد
۴۲.۴	۳۵.۶	۷۸	تا حدودی
-۱۷.۶	۳۵.۶	۱۸	کم
-۳۴.۶	۳۵.۶	۱	خیلی کم
		۱۸۰	جمع

با توجه به اطلاعات حاصل از $\chi^2=143/067$ دو به دست آمده برابر $x^2=143/067$ با درجه آزادی $df=4$ و از آنجا که سطح معنی‌داری برابر $Sig=0/000$ از 1% کوچکتر است، از این رو با 99% اطمینان و 1% خطا می‌توان نتیجه گرفت که بین فراوانی‌های مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار اختلاف معنی‌داری وجود دارد و 78 نفر که بیشترین تعداد پاسخگویان را شکل می‌دهند معتقدند زنان تا حدودی با ایجاد وب‌لاگ، خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند. با توجه به جدول فوق زنان روزنامه‌نگار معتقدند زنان با وجود وب‌لاگ‌ها تا حدودی خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند شاید علت آن این باشد که می‌توانند به راحتی مطالب خود را منتشر کنند و با نظرات دیگران آشنا شوند.

با توجه به وجود دیدگاه‌هایی که زنان نسبت به آن معترض هستند حضور زنان در فضای مجازی باعث شده در وب‌لاگ‌ها به دنبال تغییراتی باشند که عمده‌ترین آنها تغییرات ارزشی اجتماعی می‌باشد. در وهله بعد به دنبال تغییرات ایدئولوژیک در مورد خود می‌باشند. اکثریت پاسخگویان معتقدند زنان در وب‌لاگ‌ها با دیدگاه متزلزل

و ضعیف در مورد خودشان مبارزه می‌کنند.

جدول (۷) تغییرات ارزشی موردنظر پاسخگویان در وبلاگ‌ها

تغییرات ارزشی	فراوانی‌های مشاهده شده	فراوانی‌های مورد انتظار	اختلاف
تغییرات اجتماعی	۴۲	۳۰	۱۲
تغییرات ایدئولوژیک	۳۲	۳۰	۲
تغییرات حقوقی	۲۷	۳۰	-۳
تغییرات نگرشی	۲۶	۳۰	-۴
سایر	۱۴	۳۰	-۱۶
هیچ کدام	۳۹	۳۰	۹
جمع	۱۸۰		

با توجه به اطلاعات حاصل از خی دو به دست آمده برابر $\chi^2=17/000$ با درجه آزادی $df=5$ و از آنجا که سطح معنی‌داری برابر $Sig=0/004$ از یک درصد کوچکتر است از این رو با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا می‌توان نتیجه گرفت که بین فراوانی‌های مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار اختلاف معنی‌داری وجود دارد. ۴۲ نفر (بیشترین تعداد پاسخگویان) معتقدند زنان در وبلاگ‌ها به دنبال تغییرات اجتماعی هستند. شاید یکی از دلایل آن این باشد که زنان در مسائل اجتماعی مشکلات بیشتری دارند.

بر اساس تحقیقات شرکت "نیلسن نت رتینگ"^۱ رشد شمار کاربران اینترنت در سال ۲۰۰۳ تاکنون ۱۹ درصد برای زنان، و برای مردان ۱۲ درصد است. زنان به علت داشتن اوقات فراغت بیشتر نسبت به مردان در زمینه وبلاگ‌نویسی نیز از مردان جلوترند. نتیجه یک مطالعه جدید در کشور آمریکا نشان می‌دهد عادت خرید تجهیزات الکترونیکی نظیر گوشی‌های موبایل پیشرفته و یا تجهیزات رایانه‌ای به تدریج جایگزین خرید زیورآلات در زنان شده است.

همچنین با توجه به این که نوع مطالب و شیوه ارائه مطالب و جذابیت و متنوع بودن و نیازی را که زنان در آن زمینه‌ها در جامعه احساس می‌کنند و با توجه به نتایج به

دست آمده اکثریت افراد جامعه آماری معتقدند زنان در وبلاگ‌ها بیشتر مطالب فرهنگی - هنری و سپس مطالب اجتماعی را می‌نویسند. همچنین زنان در وبلاگ‌ها بیشتر به دنبال مطالب اجتماعی هستند و ترجیح می‌دهند برای شروع وبلاگ نویسی در زمینه‌هایی که بیشتر علاقه دارند وبلاگ داشته باشند؛ وبلاگی شامل موضوعات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و هنری.

وبلاگ‌نویسی و خواندن وبلاگ‌ها در افزایش اعتماد به نفس، احساس استقلال و تفرد زنان تأثیر به‌سزایی دارد. این آثار مثبت می‌تواند در همه جنبه‌های زندگی زنان خود را نشان دهد. این کار احساس غیر مفید بودن و این که زنان کارایی کمتری نسبت به مردان دارند و نیز تا حدی احساسات منفی ناشی از این امر را کاهش داده است. سؤال مطرح دیگر این است که وبلاگ‌ها بیشتر باعث ایجاد انگیزش و فعالیت زنان در کدام یک از بخش‌های جامعه می‌شوند؟ با توجه به نتایج به دست آمده اکثریت پاسخگویان معتقدند وبلاگ‌ها باعث ایجاد انگیزش فعالیت در بخش اجتماعی و در وهله بعد در بخش فرهنگی و هنری می‌شود.

جدول (۸) خواندن وبلاگ‌های اجتماعی و انگیزه فعالیت در بخش اجتماعی

خواندن وبلاگ و انگیزه فعالیت	فراوانی‌های مشاهده شده	فراوانی‌های مورد انتظار	اختلاف
سیاسی	۲۹	۲۲.۱	۶.۹
اقتصادی	۸	۲۲.۱	-۱۴.۱
اجتماعی	۶۴	۲۲.۱	۴۱.۹
فرهنگی - هنری	۴۵	۲۲.۱	۲۲.۹
دینی - مذهبی	۱۴	۲۲.۱	-۸.۱
ورزشی	۳	۲۲.۱	-۱۹.۱
علمی	۶	۲۲.۱	-۱۶.۱
سایر	۸	۲۲.۱	۱۴.۱
جمع	۱۸۰		

با توجه به $F=7$ و درجه آزادی $df=7$ از آنجا که سطح معنی‌داری برابر $Sig=0/000$ از $0/1$ کوچکتر است از این رو با 99% اطمینان و $0/1$ خطا می‌توان نتیجه گرفت که بین فراوانی‌های مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار اختلاف معنی‌داری وجود دارد. بیشترین تعداد پاسخگویان (۶۴ نفر) معتقدند وبلاگ‌های اجتماعی باعث رشد و انگیزش فعالیت در بخش اجتماعی می‌شود.

اکثریت پاسخگویان معتقدند که وبلاگ‌ها باعث کاهش انزوای اجتماعی در بین زنان می‌شود. با توجه به این که وبلاگ‌ها در فضای مجازی دارای مطالب گوناگون می‌باشند ولی در مواردی مانند روزنامه‌نگاران، اساتید دانشگاه‌ها به وبلاگ‌ها کاربردی‌تر می‌نگرند. از این رو اکثریت پاسخگویان معتقدند وضعیت شغلی در خواندن و ایجاد وبلاگ مؤثر است و وضعیت شغلی در استفاده از وبلاگ‌ها تأثیر بیشتری دارد.

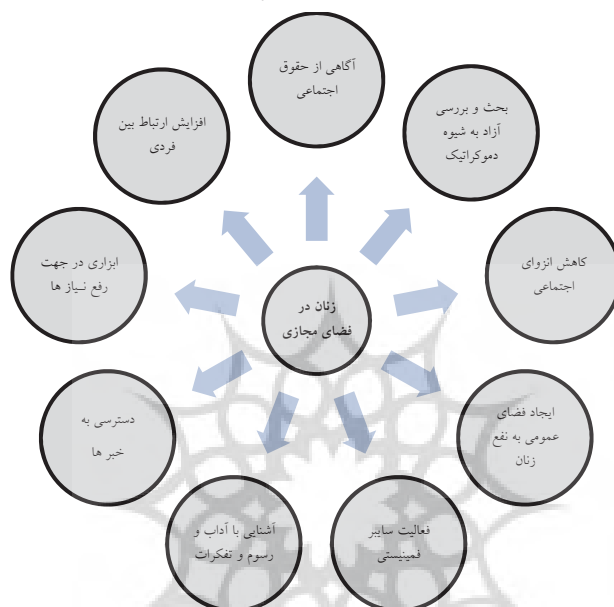
نتیجه‌گیری

وبلاگ‌نویسی در کنار چت، ایمیل و وب گردی می‌تواند طرفداران خودش را داشته باشد. با ورود به عرصه بیکران اینترنت و وبلاگ‌ها می‌توان دریافت این پدیده آثار منحصر به فردی را می‌تواند در میان افراد جامعه داشته باشد. به طور خلاصه بخشی از تأثیرات وبلاگ‌ها را می‌توان در پنج مورد برشمرد:

- بالا رفتن آگاهی قشرهای مختلف جامعه،
- تعامل کاربران با اینترنت،
- خارج شدن انحصار تولید محتوا،
- حرفه‌ای شدن کاربران،
- ارتباطات مؤثر،
- شناخت نیازهای افراد.

خواننده وبلاگ‌ها در گروه‌های سنی و تحصیلات و شرایط اجتماعی و اقتصادی متفاوتی هستند و سن و تحصیلات در گرایش به وبلاگ‌ها تأثیری ندارد و همچنین با توجه به نتایج به دست آمده وبلاگ‌ها موجب بالا رفتن آگاهی زنان می‌شود. وضعیت شغلی نیز در ایجاد و خواندن وبلاگ‌ها مؤثر است و با توجه به نوع مطالب و شیوه

ارائه آنها به تعامل با آنها می‌پردازند و همچنین زنان در وبلاگ‌ها به دنبال تغییرات ارزشی اجتماعی می‌باشند. همچنین وبلاگ‌ها به دلیل ایجاد فضای فکری و گفتگو در توسعه بحث و گفتگو در بین زنان نقش مهمی دارد. بیشترین موضوعاتی که زنان در وبلاگ‌ها به دنبال آن‌ها هستند. در این پژوهش اکثریت پاسخگویان معتقدند که وبلاگ‌ها در کاهش انزوای اجتماعی زنان مؤثر است. در نمودار زیر می‌توان به‌طور خلاصه اثرات ارتباط زنان در فضای مجازی مشاهده کرد.



نمودار ایجاد و اثرات ارتباط در فضای مجازی

وبلاگ برای ورود ایران به جامعه اطلاعاتی مزیتی نسبی است؛ چون در میان فارسی‌زبانان فراگیری زیادی دارد و بر اساس برآوردها، وبلاگ‌های فارسی زبان در حال حاضر مقام دوازدهم را در دنیا دارند که رتبه قابل توجهی است و نشان‌دهنده اقبال عمومی (اکثر جوانان) به این رسانه جدید است. حال که وبلاگستان زبان فارسی جایگاه مطلوبی در وبلاگستان جهانی دارد، باید از این زمینه مناسب برای ورود به جامعه اطلاعاتی نهایت استفاده را برد. چرا که جامعه اطلاعاتی مبتنی بر مدیریت دانش است و چنان که اشاره شد وبلاگ و وبلاگستان زمینه و ابزاری فراهم می‌آورد برای:

۱. تبدیل دانش پنهان به دانش آشکار،
۲. آگاهی لحظه به لحظه از لایه‌های زیرین دانش جامعه. (یا دانش غیررسمی)
نتیجه آن که وبلاگ و وبلاگ‌نویسی جوانان را باید به جای تهدید، فرصتی مغتنم دانست برای مدیریت فرهنگی - دانشی جامعه به‌منظور نیل به مداری از توسعه یافتگی که جامعه دانشی یا اطلاعاتی خوانده شده است؛ بنابراین:
۱. گسترش وبلاگ‌نویسی و در نتیجه وبلاگستان زبان فارسی از طریق افزایش دسترسی آزاد، آسان و ارزان (رایگان).
۲. می‌توان در فرهنگسراها به صورت رایگان برای بانوان آموزش وبلاگ‌نویسی داشته باشیم تا زنان بتوانند به تبادل افکار و تولید محتوا دست پیدا کنند.
۳. همچنین می‌توان از طریق تلویزیون به آموزش همگانی آن دست یابیم به دلیل این که همگان شاید امکان و فرصت نوشتن در مطبوعات را نداشته باشند از این رو از طریق مطالب وبلاگ مطالب خود را منتشر کنند و وبلاگ مکانی باشد برای تجربه نوشتن و تولید فکر و اندیشه و محتوا.
۴. فراهم آوردن حداقل امکانات آموزش وبلاگ از طریق گنجاندن واحد درسی در مقاطع مختلف تحصیلی در دانشگاه‌ها و مقاطع متوسطه تا افراد جامعه بتوانند انگیزه‌ای برای تخصصی نوشتن داشته باشند.
۵. تشویق به راه‌اندازی وبلاگ باید به‌عنوان هدفی راهبردی تعیین شود و مورد حمایت قرار گیرد.
۶. کاربردی کردن وبلاگ در بین دانشجویان مقاطع مختلف، کاربران وب، اغلب با توجه به محدودیت‌های زمانی و مسائل اقتصادی کمتر می‌تواند سایت‌های خبری را بررسی کرده و از منابع مختلف مقالات خود را بیابد. بنابراین وبلاگ به‌عنوان منبعی است که اخبار و مقالات، منابع، یادداشت‌ها و سایت‌های مفید را به صورت یکجا در اختیار کاربران قرار می‌دهد.
۷. برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات وبلاگ‌نویسی در سطح کشور و تشکیل انجمن وبلاگ‌نویسان.