

.. : تحلیل وبلاگ‌های اشلالالا- لاتلا لا بارو کرد حوزه علامی هابرماس

مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی

دوره 7، شماره 2، شماره پیاپی 14، صفحات: 90-123

منتشر شده در پاییز و زمستان 1391

مقاله داوری شده

تاریخ دریافت: 1391/1/15

تاریخ پذیرش: 1391/9/1

## تحلیل وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی با رویکرد حوزه عمومی هابرماس

علی ربیعی

دانشیار، گروه مدیریت رسانه و ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی،  
دانشگاه پیام نور

[alirabiee@pnu.ac.ir](mailto:alirabiee@pnu.ac.ir)

(نویسنده مسئول)

زهرة علی خانی

دانشجوی کارشناسی ارشد، علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران

[zr.alikhani@ut.ac.ir](mailto:zr.alikhani@ut.ac.ir)

فرزاد غلامی

دانشجوی کارشناسی ارشد، علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران

[farzadgholami@ut.ac.ir](mailto:farzadgholami@ut.ac.ir)



مجله اتی رسانه-نسد فسی

مجله‌الامی-پژوهشی‌الاکترولایک در حوزه ارتباطات ولانزلا  
منتشر شده ت لاط دانشکده علوم الإلالالا، دانشگاه‌لاهلالالا، پلالالا

[www.gmj.ut.ac.ir](http://www.gmj.ut.ac.ir)

### چکیده

هدف این پژوهش تطبیق الگوی حوزه عمومی هابرماس با وبلاگ‌های سیاسی-اجتماعی در ایران است. بدین منظور 5 وبلاگ فعال در عرصه فضای سایبر به صورت هدفمند انتخاب و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مورد مطالعه قرار گرفتند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که اگر چه فضای وبلاگ‌ها به افزایش دسترسی به اطلاعات منجر می‌شود اما این مسئله بیشتر جنبه کمی دارد و از لحاظ کیفی تاثیر چندانی ندارد. حتی می‌توان گفت در وبلاگ‌ها ما شاهد تکه تکه شدن اطلاعات هستیم به این معنا که در فضای وبلاگ‌ها همه می‌نویسند و صحبت می‌کنند اما کسی خواننده یا شنونده نیست و بیشتر مطالب وبلاگ‌ها دست نخورده باقی می‌مانند. از نتایج دیگر این تحقیق می‌توان به این امر اشاره کرد که با وجود آنکه این امکان وجود دارد که افراد نظر بدهند اما این عامل هم نتوانسته کمکی به شکل‌گیری گفت‌وگو به عنوان یکی از اهداف حوزه عمومی کند. البته اگر نگرش انتقادی را به عنوان یکی از مولفه‌های حوزه عمومی در نظر بگیریم، وبلاگ‌ها از این لحاظ توانسته‌اند در شکل‌گیری حوزه عمومی نقشی مفیدی ایفا کنند. میزان بالای فیلترینگ در وبلاگ‌ها به خوبی مشروعیت نگرش انتقادی را نشان می‌دهد. در نهایت می‌توان گفت که اگرچه وبلاگ‌ها دارای توانایی‌ها و امکاناتی برای احیاء حوزه عمومی هستند اما در عمل کمکی به ایجاد حوزه عمومی نکرده‌اند.

**کلیدواژه‌ها:** اینترنت، حوزه عمومی، حوزه عمومی سایبر،

وبلاگ‌های سیاسی-اجتماعی

### مقدمه و طرح مسئله

امروزه تحولي تازه و بسيار گسترده در عرصه ارتباطات در حال وقوع است که چشم انداز کاملاً تازه و متفاوتي با مفهوم عملکرد و تأثير رسانه در برابر پژوهشگران قرار داده است. اين تحول که بسياري آن را انقلابي در عرصه ارتباطات و شروع پارادایمي جديدي در زندگي جوامع امروزي مي‌خوانند، ظهور و توسعه بسيار سريع و حيرت‌آور فن‌آوري هاي جديد ارتباطي در جهان امروز است که در طول زماني کوتاه در سراسر جهان گسترش يافته است که مهمترين شکل و نمايان‌ترين محصول آن "اينترنت" است. اينترنت که تنها در عرض چند سال صدها ميليون نفر از مردم جهان را در کشورهاي مختلف در ارتباط مستقيم و بي واسطه با يکديگر قرار داده است، ظرفيتها و امکانات فوق العاده و بي‌سابقه‌اي براي ارتباط زنده و دوسويه بين افراد، افراد گروه‌ها و سازمان‌هاي مدني و دولت ها ارائه نموده است و اين امر مي‌تواند محرک و دليل مطالعات مختلفی در اين حوزه باشد. يکي از اين مطالعات مي‌تواند نقشي باشد که وبلاگ‌ها (وبلاگ‌ها به عنوان يکي از امکانات اينترنت مد نظر اين مقاله است) در رشد و تقويت توسعه سياسي و مشارکت سياسي در جوامع مي‌توانند داشته باشد.

در ايران استقبال فراواني از وبلاگ‌ها شده است، به گونه‌اي که بعد از چند سال از شروع وبلاگنويسي در ايران، زبان فارسي به چهارمين زبان وبلاگستان‌ها تبديل شده است (ضيائي پرور، 1389). وبلاگ‌ها به دليل داشتن قابليت ماندگاري مطالب، فضاي مناسبی را براي بيان آراء و عقايد در اختيار کاربران قرار مي‌دهد. البته امکان گذاشتن نظرات بر روی مطالب وبلاگ توسط خوانندگان وبلاگ اهميت وبلاگ‌ها را دو چندان مي‌کند. به

عبارتی نظرات می‌توانند با ایجاد فضای گفتگو بین کاربران و در نهایت شکل دادن به افکار عمومی، منجر به شکل‌گیری حوزه عمومی سایبر شوند. بنابراین ما در این مقاله درصدد پاسخ‌گویی به این سوال بوده‌ایم که آیا وبلاگ‌ها می‌توانند مکان و فضایی را برای شکل‌گیری حوزه عمومی سایبر ایجاد کنند؟

### مبانی نظری: وبلاگ؛ اهمیت و کارکردها

وبلاگ نوع پویاتری از یک صفحه شخصی است که لااقل هفته‌ای یکبار به‌روز رسانی می‌شود و حتی گاهی روزانه، هر ساعت یا حتی به‌طور مداوم‌تر و در آن‌ها خیرترین مطلب در بالای صفحه ظاهر می‌شود. وبلاگ‌ها برای تقویت و بهسازی پست‌های خود از هایپرلینک<sup>i</sup> به دیگر سایتها استفاده می‌کنند (بلاد<sup>ii</sup>، 2002، ص.9).

اگرچه استفاده‌کنندگان وبلاگ به خوبی از این که نویسنده وبلاگ نیت‌مند بوده و عقایدی را که با آن موافق نیست مورد حمله قرار می‌دهد آگاهند، با این وجود باز هم به اطلاعات وبلاگ اعتماد می‌کنند. دقیقاً همین تصورات قابلیت اعتماد است که به وبلاگ‌ها قدرت متحد و یکدست ساختن افراد و به‌بار آوردن تغییرات اجتماعی را می‌دهد (جانسون<sup>iii</sup> و کایه، 2007).

هیچ تکنولوژی تازه‌ای در وبلاگ وجود ندارد بلکه وبلاگ یک ترکیب جدید از همان ابزارهای مبتنی بر وب موجود است. اغلب وبلاگ‌ها تعاملی بوده و به همین خاطر به بازدیدکنندگان امکان ارائه نظرات را عرضه می‌دارند. یک فاکتور مهم که ازدیاد وبلاگ‌ها را به‌بار آورده است سهولت استفاده از آن‌هاست (استفانون<sup>iv</sup> و جانگ<sup>v</sup>، 2007).

میورا<sup>vi</sup> و یاماشیتا<sup>vii</sup> (2007) با تقسیم مزایای وبلاگ به کارکرد برای خود و کارکرد در روابط با دیگران، تصریح می‌کنند که وبلاگ‌ها کارکرد ارتباطی دارند؛ وقتی شخصی اطلاعاتی

را یر روی وبلاگش منتقل می‌کند فرصت‌هایی را برای مشارکت دیگران در عملکردش فراهم می‌نماید، برای مثال با درج نظرات در وبلاگ. اگر خوانندگان از این فرصت استفاده کنند، نویسنده وبلاگ ممکن است بتواند به ایجاد یا تقویت رابطه‌اش با آنان بپردازد. این کارکرد همچنین می‌تواند به نویسندگان کمک کند تا خودشان را با داشتن یک موجودیت اجتماعی تعریف نمایند.

محققان سیاسی چهار دلیل عمده و اصلی برای اینکه افراد به‌طور مکرر از وبلاگ استفاده می‌کنند تعریف کرده اند: اجتماع، تسهیلات و آسودگی، چک کردن اطلاعاتی که در دیگر رسانه‌ها یافت می‌شود و جستجوی اطلاعات (جانسون و کایه، 7007). اما علاوه بر این از آنجا که وبلاگ‌ها از لحاظ کاربرد از هر دو نوع رسانه سنتی و رقبای برخیشان متفاوتند محققان انگیزه‌های خاص برای وبلاگ یافته‌اند؛ برای مثال کایه<sup>viii</sup> تکامل شخصی (ترکیبی از انگیزه‌های سرگرمی و سودمندی اجتماعی) نظارت اجتماعی (برای مثال پی‌بردن به گوناگونی دیدگاه‌ها، آموختن درباره‌ی عقاید دیگران) پیوستگی/ بیان (عقاید خود را به اطلاع دیگران رساندن، در ارتباط بودن با افراد هم عقیده) را به عنوان انگیزه‌هایی برای دیدن وبلاگ-های سیاسی مطرح کرده است (کایه، 5005؛ کایه، 7007).

به عنوان جمع‌بندی می‌توان گفت همانگونه که هرینگ<sup>ix</sup>، شید<sup>x</sup>، رایت<sup>xi</sup> و بونس<sup>xii</sup> (5005) عنوان می‌کنند، وبلاگ‌ها به‌طور کامل یک پدیده جدید نیستند. با این وجود می‌توان ادعا کرد که آنها با درهم آمیختن و ترکیب ویژگی‌های تکنولوژی‌های آنلاین گوناگون به خصوص توانایی داشتن ارتباطات دو یا چند سویه در شکل‌های مختلف جایگاه خاص خود را در بوم شناسی ژانرهای اینترنتی دارند.

### هابرماس و نظریه حوزه عمومی

هابرماس<sup>xiii</sup> تعبیر حوزه عمومی را در اطلاق به عرصه‌های اجتماعی به کار می‌برد که در آن افراد از طریق مفاهمه، ارتباط و استدلال مبتنی بر تعقل، موضع‌گیری‌ها و جهت‌گیری‌های هنجاری‌ای اتخاذ می‌کنند که بر فرآیند اعمال قدرت دولت، تأثیراتی آگاهی‌دهنده و عقلانی‌ساز باقی می‌گذارند (نوذری، 1381). به عبارتی دیگر، افراد در حوزه عمومی از طریق مفاهمه و استدلال و در شرایطی عاری از هرگونه فشار، اضطراب یا اجبار درونی یا بیرونی و بر مبنای آزادی و آگاهی تعاملی و در شرایط برابر برای تمام طرف‌های مشارکت‌کننده در حوزه عمومی مذکور، مجموعه‌ای از رفتارها، مواضع و جهت‌گیری‌های ارزشی و هنجاری را تولید می‌کنند. این مجموعه، در نهایت به صورت ابزاری موثر برای تأثیرگذاری بر رفتار و عملکرد دولت به ویژه در عقلانی‌ساختن قدرت دولتی عمل می‌کند (نوذری، 1381، ص. 439).

هابرماس (4384) در تبیین و توضیح مفهوم حوزه عمومی خود چنین می‌نویسد:

منظور ما از حوزه عمومی قبل از هر چیزی قلمرویی از حیات اجتماعی است که در آن چیزی نظیر افکار عمومی بتواند شکل بگیرد. علی‌الاصول تمامی شهروندان باید از امکان دسترسی به حوزه عمومی برخوردار باشند. در جریان هر مکالمه یا گفت و گو که طی آن اشخاص خصوصی در کنار هم جمع می‌شوند تا یک اجتماع را تشکیل دهند، در حقیقت بخشی از حوزه عمومی تشکیل یا ایجاد می‌گردد. شهروندان یا افرادی که در کنار هم جمع شده‌اند نه در مقام افراد اقتصادی یا حرفه‌ای که تنها به فکر اداره امور خصوصی خود هستند و موظف به اطاعت و تبعیت از قواعد مذکورند

بلکه شهروندان و افراد خصوصی زمانی به منزله عموم عمل می‌کنند که بدون اجبار و اضطرار بتوانند به مسائل مورد علاقه مردم یا منافع و مصالح عمومی بپردازند. (ص. 34)

هابرماس در روایت کلاسیک خود از پیدایش حوزه عمومی بورژوازی، همگرایی تاریخی اصول دموکراتیک، یعنی ماجراهای نوین ارتباطی و تبلیغاتی را با اعتقاد روشنگری به خرد توضیح می‌دهد. حوزه عمومی تریبونی گشاده به تساوی برای همه شهروندان است که در آن موضوع‌های عمومی و سیاسی مورد علاقه به بحث گذاشته و مبادله می‌شود. این حوزه متمایز و مجزا از دولت باقی می‌ماند و در واقع از آنجا که این حوزه جایگاه نقد خردورزانه است، به مثابه مهاری بر قدرت دولتی عمل می‌کند (رابینز<sup>xiv</sup>، 4384، ص. 454).

بنابراین حوزه عمومی مدنی دارای جهت‌گیری سیاسی، بعدی از حوزه عمومی است که در فرآیندهای ارتباطی جامعه مدنی ریشه دارد و از طریق مجمع قانون‌گذاری بر دولت اعمال نفوذ می‌کند و مهمترین عامل واسطه بین شهروندان و مسئولان منتخب آنها در دموکراسی‌های مبتنی بر قانون اساسی است (کوهن<sup>xv</sup>، 1383، ص. 48). بر این اساس حوزه عمومی فضایی سیاسی است که در آن حقوق افراد به عنوان شهروندان آزاد و برابر به رسمیت شناخته می‌شود و جماعت سیاسی شکل می‌گیرد. از آنجا که ارتباطات افراد در وضعیت آرمانی گفت‌وگو از هر گونه اجباری رهاست، گفت‌وگو در حوزه عمومی می‌تواند به توسعه دموکراتیک در همه سطوح اجتماع منجر شود (هابرماس، 4384).

هابرماس ریشه‌های تاریخی و مکانی ظهور حوزه عمومی را در درون قهوه‌خانه‌ها، سالن‌ها و مجامع عمومی بحث‌های آزاد و علنی قرن هجدهم جستجو و پیگیری می‌کند (مهدی-زاده، 1383، ص. 113). اما به اعتقاد وی به تدریج سالن‌ها و

قهوه خانه‌ها اهمیت خود را برای حوزه عمومی از دست می‌دهند. هابرماس در هنگام پدید آمدن حوزه عمومی بورژوا، اهمیت خاصی برای مطبوعات گاهنامه‌ای قائل می‌شود. مطبوعات در اروپا (نشریات انتقادی و هفته نامه‌های اخلاقی) اواخر سده هفدهم پدیدار شدند و عرصه تازه‌ای برای رهبری مناظره‌های همگانی فراهم آوردند (تامپسون<sup>xvi</sup>، 1380، ص. 96). این نشریات در ابتدا بیشتر مشغول انتقال اطلاعات بودند اما در طول سده هجدهم بیشتر به سمت بیان دیدگاه‌های سیاسی جهت‌گیری کردند. مطبوعات در طول سده هجدهم به صورت تریبون آزاد اصلی مناظرات سیاسی انتقادی درآمدند، و همواره تفسیری جاری بر اعمال مقامات حکومتی، و انتقاد از آنها ارائه می‌کردند (تامپسون، 1378، ص. 138). از آنجایی که هدف اصلی حوزه عمومی این است که میان شهروندان درباره مباحث عمومی بحث‌های انتقادی عقلانی صورت گیرد و این امر می‌تواند به پیشبرد منافع عمومی کمک کند، بنابراین رسانه‌های جمعی می‌توانند در راستای پیشبرد منافع عمومی نقش مفیدی ایفا کنند. رسانه‌های جمعی با توجه به تمرکزشان بر انتشار اخبار و تحلیل‌های انتقادی در مورد عملکرد دولت، یکی از ارکان حوزه‌ی عمومی کارآمد هستند (ابرین<sup>xvii</sup> به نقل از مهدیزاده، 1383، ص. 444). بنابراین حوزه عمومی بورژوا با پیدایی رسانه‌های ارتباط جمعی در شکل نوعی مطبوعات مستقل و بالنسبه کوچک از نظر مقیاس به مثابه قلمرو ارتباط و مناظره برانگیخته شد، و عرصه‌ای را به وجود آورد که در آن اقتدار حکومت می‌توانست مورد انتقاد قرار گیرد و از آن برای توجیه خود در برابر عامه مطلع و اهل استدلال فراخوان به عمل آید (تامپسون، 1378، ص. 636). بنابراین رسانه‌های جمعی به صورت یکی از



ارکان اصلی حوزه عمومی در می‌آیند و می‌توانند نقش مهمی را در این عرصه ایفا کنند.

هابرماس در تحلیل خود از حوزه عمومی به جنبه‌هایی اشاره می‌کند که دارای تناقض می‌باشند. به اعتقاد وی این جنبه‌های پارادوکس در نهایت منجر به "بازفئودالی شدن" حوزه عمومی می‌شود، این مسئله را می‌توان در دو ویژگی زیر مشاهده کرد: 1. تداوم بزرگنمایی سرمایه داری. 2. تغییر در سیستم ارتباطات جمعی (وبستر<sup>xviii</sup>، 1383، صص. 218-266).

بنابراین یکی از عوامل اصلی بازفئودالی شدن حوزه عمومی، رسانه‌های ارتباط جمعی هستند، چرا که سلطه روزافزون رسانه‌های گروهی به ویژه تحت شرایطی که منطق تجارت، بخش اعظم ارتباط جمعی را به مقوله روابط عمومی، تبلیغات و سرگرمی تقلیل می‌دهد، موجب افول قوای انتقادی مردم می‌گردد. عموم جامعه چند پاره می‌شود و همگنی اجتماعی خود را از کف می‌دهد. توده مردم به جمعیتی از تماشاچیان تقلیل داده می‌شود که هر از گاهی تحسین و اعلام حمایتش از برنامه‌ها یا آرمان‌های مختلف حکومتی برانگیخته می‌گردد اما مداخله‌اش در مسائل سیاسی بنیادین در حداقل نگاه داشته می‌شود (دالگرن<sup>xi</sup>، 1385، صص. 21-20).

گفتوگو عنصر مرکزی حوزه عمومی هابرماس است. به عبارت دیگر از طریق گفتوگو<sup>\*</sup> است که افکار عمومی شکل می‌گیرد و از این طریق حوزه عمومی می‌تواند به وظیفه اصلی خود یعنی نقد سیاست‌های دولت بپردازد و موجب عقلانی شدن آنها گردد. اما گفتگو در حوزه عمومی هنگامی نقش رهایی بخش خود را ایفا خواهد کرد که شرایط زیر برقرار باشند: 1. عقلانی-انتقادی بودن محتوای گفتگو. 2. گفتگو درباره موضوعات مدنی مشترک شهروندان نه موضوعات خصوصی. 3. نادیده گرفتن تمایزات

و تفاوت‌ها و در مقابل مشارکت افراد در گفتگوها همچون افراد برابر. 4. محدود بودن فرآیند گفتگو به شکل‌گیری افکار عمومی. 5. ترجیح یک حوزه عمومی یکپارچه، که رسیدن به وفاق در آن امکان‌پذیر باشد بر تنوع و تعدد حوزه‌های عمومی (مک-کارتی<sup>xx</sup> به نقل از میناوند، 6386، ص. 155).

همچنین لینکلن دالبرگ<sup>xxi</sup> (2661، ص. 24) شرایط مشارکت شهروندان در حوزه عمومی را اینگونه خلاصه کرده است:

1. استقلال از دولت و قدرت اقتصادی. 2. تبادل ارزیابی و نقد ادعاهای صحت امور. 3. بازتابی بودن (آزمون و ارزیابی منتقدانه فرضها و عقاید خودی). 4. نقش‌پذیری<sup>xxii</sup> (فهم استلالات و مشاجرات از نظرگاه دیگران). 5. خلوص. 6. شمول و برابری گفتمانی<sup>xxiii</sup>.

در این پژوهش با توجه به ویژگی‌هایی اشاره شده برای گفت-وگوی عقلانی در حوزه عمومی، در نهایت 5 مولفه زیر را می‌توان برای شکل‌گیری و ایفای نقش حوزه عمومی ضروری دانست. این مولفه‌ها عبارتند از: 1. دسترسی همگانی به اطلاعات. 2. برابری در گفت‌وگو. 3. آزادی از اجبار بیرونی ناشی از سلطه قدرت. 4. مشروعیت نگرش انتقادی. 5. مطرح شدن موضوعات مدنی. بنابراین در این پژوهش به دنبال تطابق وبلاگ‌های انتخاب شده با پنج مولفه فوق هستیم.

### اینترنت و حوزه عمومی

اینترنت به دلیل داشتن ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن، امکان تشکیل اجتماعات مجازی، سهولت تولید و انتشار اطلاعات، فعال بودن مخاطب، جهانی بودن و تمرکززدایی در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی می‌تواند به عنوان احیاگر حوزه عمومی تلقی شود. البته نباید رابطه اینترنت

و حوزه عمومی را به صورتی ساده و قطبی ترسیم کرد، آنچنان که هترینکتون<sup>xxiv</sup> (1997) در این باره می‌گوید :

فضای سایبر یک گزینش ساده میان طرح‌های کلی مساوات و نابرابری، آزادی و اسارت، دموکراسی و دیکتاتوری، نظم و بی‌نظمی را فراهم نمی‌آورد. آنچه که به حتم اینترنت مهیا می‌کند راه‌های گوناگون نظم دادن<sup>xxv</sup> زندگی اجتماعی است و بنابراین یک راه برای فهم فضای سایبر این است که آن را مکانی برای بازآرایی‌های جایگزین<sup>xxvi</sup> بدانیم (ص. 93).

در رابطه با نقش اینترنت (به‌دلیل ویژگی متفاوتش با رسانه‌های دیگر، که در بالا به آنها اشاره شد) در شکل‌گیری حوزه عمومی جایگزین، دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. این رویکردها را می‌توان به دیدگاه‌های خوش بینانه (اینترنت می‌تواند احیاگر حوزه عمومی باشد) و بدبینانه (اینترنت نمی‌تواند یک حوزه عمومی جایگزین ایجاد کند) تقسیم کرد. در ادامه ابتدا استدلال‌های خوش بینانه و سپس استدلال‌های بدبینانه را به اختصار بیان خواهیم کرد. در نهایت این پژوهش با تطبیق نظریات این دو گروه (برگرفته از رویکرد حوزه عمومی هابرماس) بر چند وبلاگ فعال در عرصه فضای سایبر ایرانی، به سوال اصلی پژوهش یعنی توانایی (یا عدم توانایی) وبلاگ‌های ایرانی در ایجاد عرصه عمومی سایبری پاسخ خواهد داد.

با توجه به این پیش فرض که افکار عمومی در میدان و گفت-وگویی آزاد شکل می‌گیرد، بر این اساس همه اثربخشی آن عمیقاً به کیفیت، قابلیت دسترسی و رسانش اطلاعات بستگی دارد. اطلاعات کافی معتبر و صریح، گفت‌ووشنود رسا را امکان پذیر می‌سازد در حالی که اطلاعات فقیر و اندکی تحریف شده به صورتی

اجتناب ناپذیر به تصمیم های اجتناب ناپذیر به تصمیم‌های تعصب‌آمیز و مباحث ناشایست می‌انجامد (وبستر، 1383، ص. 221). اینترنت، اجتماعی الکترونیک است که از شبکه وسیعی از شهروندان آزاد و برابر در سطح جهان تشکیل شده است. این شهروندان قادرند درباره همه جنبه‌های زندگی بحث کنند، بی‌آنکه نسبت به کنترل و نظارت‌های دولتی و حکومتی هراس داشته باشند (خانیکی، 1383، ص. 9). همچنین باید به این مسئله توجه داشت که مبادلات اینترنتی، غیر اقتصادی است ولی رسانه‌های جمعی به طور فزاینده‌ای تجاری هستند. در اینترنت هر کسی می‌تواند مطلبی را انتشار دهد در حالی که نشر از طریق دیگر رسانه‌های جمعی در کنترل مالکین آنهاست. طیف وسیعی از تفکرات عموم در اینترنت یافت می‌شود، اما بحث و گفت و گو در رسانه‌های جمعی محدود و به طور حساب شده‌ای انعکاس جهان بینی مالکین آنهاست (کی مور، 1383، ص. 93).<sup>xxvii</sup>

به اعتقاد الینا تورنتون<sup>xxviii</sup> اینترنت به دلیل داشتن ویژگی‌های خاص خود می‌تواند احیاگر حوزه عمومی باشد. این ویژگی‌ها عبارتند از: 1. توانایی گروه‌های ذی نفع کوچک برای یافتن یکدیگر و برقرار کردن ارتباط، 2. توانایی افراد و گروه‌های کوچک برای معرفی خود و ارائه نقطه نظراتشان به یکدیگر، 3. دسترسی آسان به دیدگاه‌ها و نقطه نظرات گوناگون، 4. بقا و ماندگاری مواد و اطلاعات در اینترنت و 5. تعاملی بودن که باعث شکل‌گیری ارتباط دوسویه بین فرستنده و دریافت کننده می‌شود (مهدیزاده، 1383، ص. 123).

اینترنت با جمعی کردن گفتمان، نمونه‌ی اصلی دموکراتیزه شدن رسانه‌هاست. افراد داوطلبانه به عنوان ماموران اطلاعات، موضوعات اینترنت را به گروه‌های مختلف ارسال می‌کنند. سایت‌های وب مملو از لینک‌های سایت‌های مربوط به یک جهان برای

کاربران مانند یک رنسانس دموکراتیک، شکوفایی گفتمان عمومی و امکان بیان عقاید برای میلیون‌ها نفر است که در غیر این صورت هیچ وسیله‌ای برای بیان عمومی در اختیار ندارند (کی-مور، 1383، ص. 91).

کاستلز<sup>xxix</sup> (1385، ص. 118) نقش اینترنت را در تقویت توسعه سیاسی چنین بیان می‌کند: دسترسی مستقیم و همزمان به اطلاعات و ارتباطات کامپیوتری باعث تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات می‌شود و امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌ای خودمختار و الکترونیک عرضه می‌دارد که از کنترل رسانه خارج است. مهمتر اینکه شهروندان می‌توانند منظومه‌های ایدئولوژیک و سیاسی مختص خود را تشکیل می‌دهند، منظومه‌هایی که بر ساختار سیاسی پیشی می‌گیرند و بدین سان عرصه سیاسی و انطباق‌پذیری ایجاد می‌کنند.

بر خلاف دیدگاه‌های بالا که دیدی کاملاً مثبت به اینترنت برای حوزه عمومی دارند، امروزه عده‌ای دیگر هستند که دیدی منفی به اینترنت دارند و بر این باورند که اینترنت توانایی احیای حوزه عمومی را ندارد. مثلاً سالتر<sup>xxx</sup> در رابطه با نقش اینترنت برای احیای حوزه عمومی بر این باور است که حوزه عمومی بورژوازی در پی شکل دادن به یک اراده عام بود، در حالی که به نظر منی<sup>xxxx</sup> رسد اینترنت اندیشه جهانشمولی و یا منافع مشترک را از هم می‌گسلد و یا دست کم آن را زیر سوال می‌برد و دقیقاً راه را برای مفهوم متضاد آن یعنی تکثرگرایی هموار می‌کند (سالتر، 1383، ص. 138). یکی دیگر از امکانات اینترنت که از توان آن برای تولد حوزه عمومی نام می‌برند اجتماعات مجازی است. اما این اجتماعات به دلیل داشتن ویژگی‌هایی چون زودگذر بودن (کاستلز، 1384)، مبتنی بودن بر عدم تعهد و مسئولیت (استیونس<sup>xxxi</sup>، 1384) و فراهم

کردن زمینه برای نابودی روابط جمعی واقعی (استیونسن، 1384) فاقد توان لازم برای احیای حوزه عمومی هستند.

مارک پاستر<sup>xxxii</sup> می‌نویسد: "در تمدن غرب حوزه عمومی به مکانی گفته می‌شد که مردم به عنوان انسان‌هایی برابر می‌توانستند گفت‌وگو کنند و تفاوت‌هایی که در مقام و منزلت اجتماعی وجود داشت مانع از شکل‌گیری بحث‌های صادقانه نمی‌شد. هدف بحث‌های منطقی همانا رسیدن به اجماع یا توافق بود. البته اینترنت به مردم فرصت می‌دهد تا به طور برابر گفت‌وگو ابراز وجود کنند، اما در این گفت‌وگوها به ندرت بحث منطقی در می‌گیرد و دسترسی به اجماع یا توافق غیر ممکن به نظر می‌رسد" (نقل از مهدیزاده، 1383، ص. 155). همچنین پاستر می‌افزاید که اینترنت به دلیل اشاعه پورنوگرافی، اخلاقیات را تضعیف می‌کند (مهدیزاده، 1383، ص. 155). اسپارکز<sup>xxxiii</sup> ما را به توجه به ضد استدلال مطرح شده از طرف پاستر دعوت می‌کند. پاستر مدعی است حضور فیزیکی به عنوان تجسم یک هویت پایدار، ضرورتاً تضمین‌کننده اصالت در حوزه عمومی سنتی بود، و غیبت در اینترنت، موجب می‌شود که هیچ هویت پایداری وجود نداشته باشد و بنابراین پیشرفتی در جهت ایجاد وفاق به وجود نمی‌آید (به نقل از اسپارکز، 1389، ص. 441).

اینترنت اگر چه از مزیت‌هایی برخوردار است اما وجود یک نوع حوزه عمومی را که هم نافع باشد، هم جنبه نمایندگی داشته باشد و در عین حال متوازن و برابر باشد، تضمین نمی‌کند. اینترنت بدون تعهد واقعی به "بیان آنلاین" صرفاً توهم گشودگی را عرضه می‌کند. این واقعیت که تکنولوژی‌های آنلاین فقط در دسترس و قابل مصرف برای بخشی از جمعیت هستند و به شکل‌گیری حوزه عمومی انحصارگرایانه، نخبه‌گرایانه و به دور از الگوی آرمانی، کمک می‌کند که چندان هم از الگوی حوزه

عمومی بورژوازی قرن هفدهم و هجدهم متفاوت نیست (پاپاچاریسی<sup>xxxiv</sup> به نقل از مهدیزاده، 1383، ص. 130). همچنین بریزلو<sup>xxxv</sup> استدلال می‌کند که گمنامی و فقدان مکانیت و فشردگی و تراکم اینترنت، برای همبستگی اجتماعی مخرب است. او چنین نتیجه می‌گیرد که فقدان مسوولیت و تعهد یکپارچه و منسجم، پتانسیل واقعی اینترنت به عنوان یک حوزه عمومی را خنثی می‌سازد (میناوند، 6386، ص. 132).

به اعتقاد نویسندگان این پژوهش؛ بر خلاف نظریاتی که به طور مطلق نقش اینترنت را در شکل‌گیری حوزه عمومی مثبت یا منفی ارزیابی می‌کنند؛ باید مولفه‌های حوزه عمومی را به مثابه یک طیف در نظر گرفت و در وهله‌ی بعد با تطبیق امکانات و شرایطی که اینترنت بوجود آورده است به قضاوت درباره شکل‌گیری حوزه عمومی سایبر پرداخت. بنابراین با تطبیق مولفه‌های پنج‌گانه (که در بالا ذکر شد) بر وبلاگ‌ها، در پی آن هستیم که وضعیت وبلاگ‌های ایرانی را برای شکل‌گیری حوزه عمومی سایبر تشریح نماییم.

### روش تحقیق

در این تحقیق از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده می‌شود. "هدف تحلیل محتوای کیفی بررسی منظم اطلاعات ارتباطی است" (مایرینگ<sup>xxxvi</sup>، 2004، ص. 66). تحلیل محتوای کیفی بر اساس نظریه و هدف تحقیق سازمان می‌یابد. روش تحلیل محتوای کیفی به این صورت است که بر اساس چارچوب نظریه، مقوله‌های تحلیل استنباط و استخراج می‌شود. پس از تعیین مقوله‌ها نوبت به متن می‌رسد تا با این مقولات محک زده شود و میزان انطباق آن با مقولات سنجیده شود (یوسفی ارجمند، 1385، ص. 65). بنابراین در این مقاله با استفاده از نظریه حوزه عمومی هابرماس مولفه‌هایی استخراج شده و با استفاده از این

مولفه‌ها به تحلیل وبلاگ‌های فوق پرداخته شده است. مولفه‌های مورد نظر شامل دسترسی همگانی به اطلاعات، برابری در گفتگو (یا پیروی از معیارهای عقلانیت ارتباطی)، آزادی از اجبار بیرونی ناشی از سلطه قدرت برای تبلیغ افکار، مشروعیت نگرش انتقادی و مطرح شدن موضوعات مدنی بوده‌اند.

در روش‌های کیفی به جای نمونه‌گیری تصادفی از نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود (فلیک<sup>xxxvii</sup>، 1388، ص. 447). در این نوع نمونه‌گیری محقق ویژگی‌های جمعیت مورد علاقه را مشخص ساخته و افراد یا مورد‌های دارای این ویژگی‌ها را پیدا می‌کند (محمدپور، 1390، ص. 32). همچنین باید گفت که در روش کیفی انتخاب نمونه‌ها بر اساس محتوا صورت می‌گیرد و نه با استفاده از معیارهای روش شناختی، به عبارت دیگر نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن مورد‌ها (با تحقیق) و نه نمایا بودنشان انجام می‌گیرد (فلیک، 1388، ص. 111). همچنین باید گفت در روش‌های کیفی به جای جمع‌آوری داده از "تولید داده" استفاده می‌شود. چرا که جمع‌آوری داده نقش محقق را به یک ناظر خنثی فرو می‌کاهد. در حالی که در روش کیفی محقق نقش تعیین کننده‌ای در انجام پژوهش برعهده دارد (یوسفی ارجمند، 1385، ص. 64). بنابراین در بخش تحلیل یافته‌ها نویسندگان به تفسیر یافته‌ها پرداخته‌اند، یعنی خود را محدود به جمع‌آوری داده نکرده‌اند. با توجه به ماهیت پژوهش و در نظر گرفتن معیارهایی چون سابقه وبلاگ نویسی، به‌روز بودن، جنبه انتقادی داشتن مباحث آن، تعداد لینک‌های هر وبلاگ، پنج وبلاگ از وبلاگ‌های سیاسی اجتماعی فعال در عرصه فضای سایبر با عناوین *بر ساحل سلامت*<sup>xxxviii</sup>، *فرهنگ و قدرت در زندگی روزمره*<sup>xxxix</sup>، *حقیقت*<sup>xl</sup>، *یادداشت‌های یک دختر ترشیده*<sup>xli</sup> و *اکنون*<sup>xlii</sup> به شیوه هدفمند انتخاب شده‌اند. سپس از هر وبلاگ



تعداد 5 پست به شیوه تصادفی انتخاب شده<sup>xliii</sup> و این 55 پست (به همراه نظرات آن‌ها) نمونه تحقیق را تشکیل داده است. سپس این پست‌ها و نظرات آن با روش تحلیل محتوای کیفی تحلیل شده‌اند. در این میان هر جا لازم بوده است، داده‌های کمی نیز ارائه شده است.

البته باید توجه داشت از آنجا که در روش کیفی فضای نمونه اندک است، یافته‌های پژوهش خاصیت تعمیمی ندارد. لذا ما به دنبال تسری نتایج به کلیه وبلاگ‌های ایرانی نیستیم. بلکه هدف ما تطبیق الگوی حوزه عمومی بر چند وبلاگ فوق است که به روش هدفمند و با معیارهای خاص این پژوهش انتخاب شده‌اند. نتایج این پژوهش می‌تواند راهگشای تحقیقات دیگری در رابطه با وبلاگ‌ها (به عنوان یکی از پرکاربردترین جنبه‌های فضای سایبر ایرانی) باشد.

### یافته‌های تحقیق

در این بخش آنچه را که از تحلیل وبلاگ‌های نمونه تحقیق به دست آورده‌ایم با توجه به معیارهای ذکر شده در بحث نظری ذکر می‌نماییم.

**دسترسی همگانی به اطلاعات:** اینترنت و خصوصاً فضای وبلاگ‌ها به جهت ثبات و ماندگاری مطالب آن در مقایسه با جماعت‌های مجازی و به دلیل فراهم کردن فضا برای مطرح کردن هر گونه ایده و عقیده‌ای باعث بالا بردن دسترسی به اطلاعات می‌شود و می‌تواند به بهبود فضای گفتگو کمک کند. اما نگاه عمیق‌تر به مسئله ما را متوجه این امر می‌کند که فضای وبلاگ‌ها گرچه به افزایش دسترسی به اطلاعات منجر می‌شود اما این مسئله بیشتر جنبه کمی دارد و از لحاظ کیفیت تأثیر چندانی ندارد حتی می‌توان گفت در فضای وبلاگ‌ها ما شاهد تکه تکه شدن اطلاعات و واقعیت‌ها هستیم به این معنا که در فضای وبلاگ‌ها همه صحبت

می‌کنند و می‌نویسند اما کسی این مطالب را نمی‌خواند. تعداد بسیار اندک نظرات هر پست گواه خوبی برای این مطلب است. مثلاً در وبلاگ فرهنگ و قدرت پستی با عنوان "سازشکاری یا خواست تربیت دولت؟" آمده است، که در آن نگارنده به رابطه دولت و جامعه مدنی می‌پردازد و نظر نویسنده وبلاگ جامعه شناسی مردم مدار در این باره را نقد و تحلیل می‌کند. گذشته از محتوای این پست که خصلت انتقادی دارد، نگاهی به تعداد نظرات آن (66 نظر) نشان می‌دهد که در فضای وبلاگ‌ها بیشتر مطالب ناخوانده باقی می‌ماند<sup>xliv</sup> و به عبارت بهتر فضای وبلاگ‌ها باعث ایجاد همه‌های شده است که در آن کسی صدای دیگری را نمی‌شنود، و همه در حال صحبت کردن بوده و مهم نیست "چه چیزی" گفته می‌شود.

البته تعداد بیش از حد وبلاگ‌ها خود می‌تواند به مثابه شاهی بیرون از نمونه تحقیق تاییدی بر این مدعا باشد که همه می‌خواهند حرف بزنند و توجهی به این نکته که اصلاً این حرف‌ها شنیده می‌شود وجود ندارد. هر چند آمارهای دقیقی از تعداد وبلاگ‌های فارسی وجود ندارد و در وبلاگ‌ها یا وب سایت‌های مختلف آمارهای متفاوتی دیده می‌شود. مثلاً (ضیایی پرور، 1389) تعداد وبلاگ‌های فارسی را هفت میلیون ذکر می‌کند و به این نکته اشاره می‌کند که در سال 4384 زبان فارسی رتبه چهارم وبلاگستان‌ها را از آن خود کرده بود. البته ضیایی پرور در ادامه ذکر می‌کند که در حال حاضر (1389) زبان فارسی دهمین زبان رایج در وبلاگستان است. این آمار، آمار نسبتاً بالایی است، اگر چه همه وبلاگ‌های فوق فعال نیستند، اما این رقم نشان دهنده همه‌های در فضای وبلاگ‌های فارسی است که باعث می‌شود که بیشتر حرف‌ها نشنیده باقی بمانند. بنابراین همان‌گونه که ذکر شد اینترنت می‌تواند شرایطی را

ایجاد کند که بر خلاف حوزه عمومی واقعی که در پی شکل دادن به یک اراده عام بود راه را برای مفهوم مخالف آن یعنی تکثرگرایی باز کند.

در بخش نظرات وبلاگ‌های تحقیق، عملاً اطلاعاتی در اختیار دیگران قرار نمی‌گیرد و به آن چه در پست عرضه شده چیزی اضافه نمی‌شود، البته در این مورد می‌توان بعضی پست‌های وبلاگ/کنون را استثنا دانست که از آنجا که نویسنده با مخاطبان وارد بحث می‌گردد گاه مخاطبان و یا خود نویسنده اطلاعاتی را اختیار عموم قرار می‌دهند که دسترسی به آنها خارج از محیط وبلاگ دشوار است.

ملاحظه میزان اطلاعات مطرح شده در پست‌های این وبلاگ‌ها و نیز بخش نظرات نشان می‌دهد که عملاً عرضه اطلاعات به عهده پست گذاشته شده است و نظرات خوانندگان چیزی به آن نمی‌افزایند. چرا که نسبت تعداد کلمات پست‌ها قابل قیاس با تعداد کلمات هریک از نظرات درج شده نیست این در حالی است که از لحاظ محتوایی نیز بخش عمده نظرات به تعارفات می‌گذرد. بنابراین چه به لحاظ محتوایی و چه به لحاظ کمی بخش اعظم اطلاعات موجود از طریق پست‌های وبلاگ - و نه نظرات - در اختیار خواننده قرار می‌گیرد.

این در حالی است که تعداد نظرات در این وبلاگ‌ها با وجود آن که میزان نظرات یکی از معیارهای انتخاب هر پست بوده است بالا نیست و اگر در این میان یادداشت‌های دختر ترشیده را استثنا کنیم عملاً میزان نظرات برای هر پست پایین است. در جدول شماره 1 تعداد متوسط نظرات هر پست برای پست‌های نمونه تحقیق ارائه شده است.

جدول شماره 1- توزیع نظرات پستهای نمونه

ردیف	نام وبلاگ	تعداد متوسط نظرات برای هر پست
1	اکنون	24/2
2	یادداشت‌های یک دختر ترشیده	97
3	برساحل سلامت	1/6
4	حقیقت	10/6
5	فرهنگ، قدرت و زندگی روزمره	12/6

### برابری در گفتگو (یا پیروی از معیارهای عقلانیت ارتباطی):

مولفه دیگری که برای شکل‌گیری حوزه عمومی ضرورت دارد شکل‌گیری گفتگوست. می‌توان ادعا کرد که وبلاگ‌ها با داشتن امکان گذاشتن نظرات بر روی هر پست و قابلیت مشاهده نظرات دیگران می‌توانند فضای مناسبی را برای گفتگو فراهم کنند.

اما نگاهی به وبلاگ‌های نمونه تحقیق نشان می‌دهد که در بیشتر موارد نویسندگان پاسخ به نظرات و سوالات خوانندگان نمی‌دهد یعنی مهم حرف زدن و گفتن است نه فراهم شدن فضای برای گفتگو و در نهایت شکل‌گیری افکار عمومی. از سوی دیگر بیشتر کسانی که کامنت می‌گذارند هیچ توجهی به دیگر نظرات ندارند و فقط نویسنده وبلاگ را خطاب قرار می‌دهند.

در میان وبلاگ‌های نمونه تحقیق نویسنده وبلاگ فرهنگ و قدرت در زندگی روزمره، به هیچکدام از نظرات مطرح شده برای 5 پست مورد مطالعه پاسخی نداده است. نویسنده یادداشت‌های یک دختر ترشیده نیز در 5 پست نمونه تحقیق به جز دو مورد که پاسخ طنزی به نظرات داده، خود را ملزم به پاسخگویی ندانسته است. وبلاگ برساحل سلامت که در مجموع این 5 پست تنها تعداد 7 نظر داشته است به هیچکدام از نظرات پاسخی ارائه نکرده است. در این میان وبلاگ اکنون استثناست و

نویسنده در همه پست‌ها خود را ملزم به پاسخگویی شفاف و مستدل دانسته است. نویسنده اکنون در پست سکوت رهبری در مورد سوری نشانه چیست به 3 نظر از 7 نظر، در پست بت پرستی به 17 نظر از 63 نظر، در پست معبر نقدجنگ را بگشاییم به 8 نظر از 28 نظر داده شده و در پست اصلاحات از بالا هم مغتنم است به 8 نظر از تعداد کل 10 نظر پاسخ داده است و به هیچکدام از نظرات 13 گانه پست کفران نعمت پاسخی نداده است. نویسنده حقیقت هم در بعضی پست‌ها به خوانندگان پاسخگو بوده است. نویسنده این وبلاگ در پست خواب خوش بامداد رحیل به 1 نظر از 12 نظر، در پست تعبیر روح به 6 نظر از 11 نظر که (که البته همگی 6 پاسخ سلام و احوالپرسی و خوش و بش بوده است)، در پست سفید نامه به 1 نظر از 6 نظر، در پست سیاست سیاه سرای من به 12 نظر از 25 نظر پاسخ داده ولی برای هیچکدام از 9 نظر پست گل سر نقاش باشی عزیز پاسخی درج نکرده است.

البته در مواردی که گفت‌وگو شکل می‌گیرد (معمولا بین نویسنده وبلاگ با یک مخاطب وبلاگ، یا در بهترین حالت با مشارکت چند نفر از کسانی که به درج نظرات خود اقدام کرده‌اند) به ندرت اتفاق می‌افتد که بحث منطقی باشد و معمولا افراد در رسیدن به ملاک و معیار برای صحبت کردن با هم مشکل دارند و می‌توان دلیل این امر را در این دانست که هر کسی بدون توجه به صحبت‌های دیگران سعی در بر کرسی نشان دادن حرف‌های خود دارد. مثلا نویسنده وبلاگ حقیقت در پستی با عنوان "سیاست سیاه سرای من" به نقد سیاست به مزایده گذاشتن خودروی رئیس‌جمهور پرداخته است. نگاهی به نظرات این مطلب که توانسته است فضای گفت‌وگو را بین مخاطبین وبلاگ باز کند

به وضوح نشان می‌دهد که گفتگوی شکل گرفته بین نویسنده وبلاگ با یکی از مخاطبین است و به ندرت بعضی دیگر از مخاطبین وبلاگ وارد بحث می‌شوند، البته مسئله مهمتر این است که این گفتگو به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسد چرا که مشارکت‌کنندگان در گفتگو نمی‌توانند بر سر ملاکی برای بحث کردن توافق کنند و در نهایت نویسنده وبلاگ به بحث پایان می‌دهد و به این مسئله اشاره می‌کند که "از این بحث کردن هیچ نتیجه‌ای حاصل نمی‌شود چرا که هرکسی بدون توجه به پاسخ طرف مقابل در حال صحبت کردن است." در همین وبلاگ در پستی با عنوان "تعبیر روح" در جریان گفتگویی که در حال شکل‌گیری است نویسنده در پاسخ به نظری عنوان می‌کند "اصلاً پشیمان شدم از گفتنش" و یا در گفتگوی شکل گرفته ذیل پست "منظومه دموکراسی" نویسنده بارها در گفتگوی با مخاطبان عنوان می‌کند "میل من این است" یا "من اینجور فکر می‌کنم". این در حالی است که در وبلاگ برساحل سلامت نیز به دلیل تعداد پایین نظرات اصولاً محملی برای گفتگو باقی نمی‌ماند. در یادداشت‌های یک دختر ترشیده هم عمده نظرات که تعدادشان هم بالاست حالت گفتگویی ندارند. البته در وبلاگ اکنون گفتگوهای مستدلی میان نویسنده و مخاطبان شکل می‌گیرد برای مثال در نظرات پستی با عنوان "بت پرستی" مخاطبان چندین بار برای ادعاهای خود مستندات ذکر می‌کنند، و در یک مورد به پست هم تکمله می‌زنند. به نحوی که مطالب نظرات در مجموع بسیار مفصل‌تر و فراتر از خود پست است.

نکته مهم دیگر این است که بیشتر نظرات حالت تعارف دارند و حتی گاهی کاملاً بی‌ربط هستند. مثلاً در نظرات وبلاگ فرهنگ و قدرت و زندگی روزمره ذیل پست "وقتی زیاد حرف می‌زنیم" تعدادی نظر، با مضمون "عالی بود استاد"، "مثل همیشه خوب"

دیده می‌شود. اینگونه نظرات در وبلاگ یادداشت‌های یک دختر ترشیده به تعداد زیاد (به طور متوسط 35 عدد در هر پست) و در وبلاگ‌های حقیقت (به طور متوسط 2 عدد در هر پست) و برساحل سلامت (به طور متوسط 0/5 در هر پست) هم وجود دارد.

نکته دیگر این است که در این وبلاگ‌ها افراد بعد از درج نظر خود دیگر به آن پست سر نمی‌زنند و یا دیگر کامنتی نمی‌گذارند تا گفتگو شکل بگیرد. در این میان پست‌های وبلاگ اکنون و نیز پست سیاست سیاه سرای من در وبلاگ حقیقت استثناست چرا که پس از پاسخگویی نویسنده، خوانندگان دوباره به پست مراجعه کرده و گفتگو را ادامه داده‌اند.

### آزادی از اجبار بیرونی ناشی از سلطه قدرت برای تبلیغ افکار

برای صحبت در مورد این مولفه به شواهد بیرونی (از نمونه تحقیق) نیاز است، چرا که برای غیاب موضوعات از پست‌ها و نظرات وبلاگ‌های تحقیق نمی‌توان شاهد آورد. می‌توان گفت ممکن است فضای وبلاگ‌ها مکانی را برای افراد فراهم کند که در آن به تبلیغ عقاید خود پردازند اما فیلترینگ موجود در فضای سایبر ایرانی و به ویژه در فضای وبلاگ‌ها ناقض این ویژگی اینترنت برای احیای حوزه عمومی است که در آن می‌توان آزادانه به تبلیغ افکار و عقاید خود پرداخت. به عبارتی وبلاگ‌نویسان همواره نگران فیلتر شدن وبلاگ‌های خود هستند. مثلاً در وبلاگ برساحل سلامت به خوبی می‌توان این مسئله را دید. چرا که بیشتر لینک‌های آن فیلتر هستند. یا این که این وبلاگ‌ها برای فرار از فیلترینگ مبتنی بر کلمات مورد استفاده در متن از واژه‌های جایگزین استفاده می‌کنند، برای مثال در وبلاگ یادداشت‌های یک دختر ترشیده کلمه "سکس" حتی در مواردی که اشاره به معضلات اجتماعی می‌نماید با شیوه‌های

نوشتاری خاص نوشته می‌شود که این خود می‌تواند نشان دهنده دغدغه نویسنده برای ابراز نظرات و اطلاعات باشد<sup>xlv</sup>. اما درباره نظرات که موضوع بحث این مقاله است، در هر پنج وبلاگ نظرات پس از تائید نویسنده منتشر می‌شود و بنابراین نویسنده برای حفظ و تداوم مسیر وبلاگ خود علاوه بر معیارهای شخصی تا حدودی ملاک‌های قدرت را نیز در تایید این نظرات لحاظ می‌نماید. بنابراین وبلاگ‌ها گرچه می‌توانند فضایی را برای بیان آزادانه افکار و عقاید در اختیار کاربران قرار دهند اما در عمل دولت‌ها با فیلتر کردن وبلاگ‌ها مانع از تبلیغ آزادانه افکار می‌شوند.

### مشروعیت نگرش انتقادی

اصلی‌ترین عنصر برای تغیر زیست جهان یک جامعه نقد است، نقد و انتقاد منجر به تغیر گفتگوها از مکالمه و مشاجره به مباحثه یعنی گفتگوی استدلالی می‌شود (عبداللهیان و اجاق، 1385، ص. 44). با توجه به تحلیل‌های انجام شده به نظر می‌رسد این مولفه از حوزه عمومی بیش از بقیه مولفه‌ها در میان وبلاگ‌های گفته شده موجود است. می‌توان با تحلیل گفتمان وبلاگ‌ها (این کار خارج از هدف این مقاله است) نشان داد که بیشتر وبلاگ‌های مورد مطالعه در این تحقیق دارای خصلت انتقادی بوده و به گونه‌ای در حال نقد کردن سیاست‌های دولت هستند. بنابراین اگر مشروعیت نگرش انتقادی را به عنوان یکی از مولفه‌های شکل‌گیری حوزه عمومی در نظر بگیریم وبلاگ‌ها از این لحاظ توانسته‌اند در شکل‌گیری حوزه عمومی نقش ایفا کنند. به نظر می‌رسد میزان بالای فیلترینگ در وبلاگ‌ها به خوبی مشروعیت نگرش انتقادی در فضای وبلاگ‌ها را نشان می‌دهد.



اما در مورد نظرات وبلاگ‌ها، می‌توان گفت در نمونه مورد مطالعه در این تحقیق، هر جا که گفتگویی در میان مخاطبان و نویسنده شکل گرفته است، خوانندگان ابراز هر نوع نظر انتقادی را برای خود مشروع و مجاز دانسته‌اند. برای مثال در وبلاگ *اکنون پستی* به نام "معبّر نقد جنگ را بگشاییم" وجود دارد که علاوه بر این که متن پست عرصه نقادی را به حیطه‌ای جدید کشانده است، نگاهی به نظرات آن نشان می‌دهد که نگرش انتقادی حتی درباره موضوعاتی که به دلایل مختلف در هاله‌ای از تقدس وجود دارند از دیدگاه خوانندگان مشروع است. همین وضعیت در نظرات سه پست از وبلاگ *اکنون یعنی پست-های "بت پرستی"* و نیز "اصلاحات از بالا هم مغتنم است" و نیز "سکوت رهبری در مورد سوری نشانه چیست" وجود دارد. نظرات پست انحراف خاموش (که نیم نگاهی به نوع خاصی از انحراف جنسی و تجلیات اجتماعی اش دارد) در وبلاگ *یادداشت‌های یک دختر ترشیده* نیز همین وضعیت را دارد. در وبلاگ *حقیقت که فقط در پست "سیاست سیاه سرای من"* گفتگو شکل گرفته است، خوانندگان نظرات انتقادی خود را درباره بالاترین مقامات حکومتی ابراز کرده و ارائه آن را مشروع دانسته‌اند. این همه نشان می‌دهد که هر جا گفتگویی در میان مخاطبان و نویسنده شکل گرفته است، خوانندگان ابراز هر نوع نظر انتقادی را برای خود مشروع و مجاز دانسته‌اند.

### مطرح شدن موضوعات مدنی

یکی دیگر از مولفه‌های حوزه عمومی این است که در آن فقط باید در مورد موضوعات مدنی مشترک بین شهروندان بحث شود و طرح موضوعات خصوصی در آن مطرح نیست. اما وبلاگ‌های فارسی در مواردی فاقد این ویژگی حوزه عمومی است و نویسندگان وبلاگ‌ها گاهی موضوعات خصوصی خود را در وبلاگ مطرح می‌کنند. برای

مثال یادداشت‌های یک دختر ترشیده در پستی با عنوان *لازانيا* با *سس شوهر* و *یا پست برای سحر عزیزم* به موضوعات شخصی می‌پردازد.<sup>xlvi</sup> وبلاگ حقیقت نیز در *پست گل سر نقاش باشی عزیز* به طرح یک خاطره شخصی می‌پردازد. و نویسنده وبلاگ بر *ساحل سلامت* نیز در *پست حس بی حسی* با ذکر این جمله که "*حالا دلم ثبت کردن حس مبهمی را خواست که وجودم را فراگرفته*" موضوعی شخصی را با خوانندگان در میان می‌گذارد. البته به جز موارد ذکر شده بقیه پست‌های نمونه تحقیق به مطالب و موضوعات مدنی پرداخته‌اند.

اما در مورد نظرات خوانندگان، بعضی موضوعات که پتانسیل مطرح شدن به عنوان موضوعات مدنی را دارند هم مورد توجه قرار نگرفته و به نقد ساختاری نمی‌انجامند؛ برای مثال در همین وبلاگ *یادداشت‌های یک دختر ترشیده* که موضوع آن *تجرد دختران* است، می‌تواند به عنوان موضوعی اجتماعی مورد بحث قرار گیرد اما به عنوان موضوعی شخصی مورد گفتگو واقع می‌شود. چنانکه برای مثال *ذیل پست فی الباب الاحتراق الفسفر* در میان نظرات مسائل شخصی و نامربوط به پست مطرح می‌شود. نکته مهم دیگر این است که بیشتر نظرات حالت تعارف دارند و حتی گاهی کاملاً بی‌ربط هستند. مثلاً در نظرات وبلاگ فرهنگ و قدرت و زندگی روزمره *ذیل پست وقتی زیاد حرف می‌زنیم تعدادی نظر با مضمون "عالی بود استاد"، "مثل همیشه خوب" دیده می‌شود.*

علاوه بر این در فضای نظرات این وبلاگ‌ها به میزان زیادی تبلیغات دیده می‌شود. برای مثال در وبلاگ فرهنگ قدرت و زندگی روزمره، نویسنده به حذف این نظرات اقدام نکرده است. این مسئله با چشم‌پوشی از اینکه چرا نویسندگان به آن اقدام نمی‌نمایند می‌تواند نشانگر این امر باشد که فضای نظرات در

وبلاگ‌ها، محملی برای تبلیغات واقع شده است. در وبلاگ یادداشتهای یک دختر ترشیده نویسنده در پست درسفر کرمان اتفاق افتاد اعلام می‌کند که رویه‌اش را تغییر داده و دیگر اقدام به انتشار کامنت‌های سخیف نمی‌کند که این خود نشان می‌دهد که در بسیاری از نظرات مسائل مطرح شده حاوی موضوعاتی شخصی و غیرمرتبط با موضوعات مدنی است. البته در میان پست‌های سه وبلاگ دیگر از این گونه تبلیغات دیده نمی‌شود که دلیل آن می‌تواند حذف نظرات تبلیغی توسط نویسنده وبلاگ باشد.

### بحث و نتیجه گیری

با توجه به برخی ویژگی‌های وبلاگ همچون امکان تولید اطلاعات برای دسترسی همگانی، فضایی برای بیان آزادانه افکار، مطرح شدن موضوعات مدنی، درج نظرات برای شکل‌گیری گفتگو و غیره می‌توان انتظار داشت که وبلاگ امکان احیاء حوزه عمومی را داشته باشد و فضایی را به وجود که در آن کاربران بتوانند به صورت برابر و فارغ از قدرت به بحث و گفت و گو درباره مسائل روز بنشینند و از این طریق افکار عمومی به عنوان صدای مردم در جامعه شکل بگیرد و بدین گونه به پیشبرد دموکراسی در جامعه کمک کند. اما در عمل چنین اتفاقی نمی‌افتد. در وهله اول باید گفت اگرچه فضای وبلاگ‌های ایرانی منجر به افزایش دسترسی به اطلاعات شده است اما تولید بیش از حد محتوا (محتوایی که به ندرت خواننده‌ای پیدا می‌کند) در نهایت منجر به تکه تکه شدن واقعیت‌ها می‌شود. یعنی وبلاگ‌های فضای سایبر ایرانی، برخلاف حوزه عمومی بورژوازی که در پی شکل دادن به یک اراده عام بود، منجر به تکثرگرایی می‌شود و از این طریق منجر به تجزیه شدن یا قبیله‌ای شدن حوزه عمومی می‌گردد. به عبارتی ما در فضای

وبلاگ‌های ایرانی با همه‌ای مواجه هستیم که در آن کسی صدای دیگری را نمی‌شنود. بنابراین تولید صرف اطلاعات نمی‌تواند کمکی به شکل‌گیری حوزه عمومی سایبر نماید. تعداد بسیار اندک نظرات هر پست نیز گواهی بر این مدعای نویسندگان است. همچنین می‌توان گفت که اگر چه وبلاگ‌ها به مردم فرصت می‌دهد تا به طور برابر در گفت و گو ابراز وجود کنند اما در وبلاگ‌های ایرانی به ندرت گفتگو شکل می‌گیرد، حتی در مواردی که گفتگو شکل می‌گیرد در این گفتگوها به ندرت بحث منطقی در می‌گیرد و دسترسی به اجماع یا توافق غیر ممکن به نظر می‌رسد. یکی از مولفه‌های اساسی حوزه عمومی مطرح شدن موضوعات مدنی مشترک است اما در فضای وبلاگ‌های ایرانی به جای مطرح شدن موضوعات مدنی مشترک بیشتر مسائل شخصی افراد بیان می‌شود. همان‌گونه که ذکر کردیم نقد یکی دیگر از مولفه‌های اساسی برای شکل‌گیری گفتگو و تشکیل حوزه عمومی است. در این رابطه نتایج این پژوهش حاکی از آن است که در اکثر وبلاگ‌هایی که مورد مطالعه این پژوهش بودند به نقد سیاست‌های دولت می‌پرداختند به عبارتی نگرش انتقادی در فضای وبلاگ‌های ایرانی دیده می‌شود، همان طور که قبلاً ذکر شد فیلتر شدن وبلاگ‌های سیاسی-اجتماعی موید ادعای فوق است. در نهایت باید گفت که وبلاگ‌های ایرانی اگر چه ظرفیت‌هایی برای احیاء حوزه عمومی دارا هستند اما در عمل نتوانسته‌اند به ایجاد حوزه عمومی بینجامند.

## منابع

## منابع فارسی

- اسپارکز، ک. (1389). اینترنت و حوزه عمومی جهانی. در دابلو لنس ب. و رابرت ام. ا. (ویراستاران)، *سیاست رسانه‌ای شده، ارتباطات در آینده دموکراسی*. (م. آریای نیا، مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم.
- استیونس، ن. (4384). رسانه‌های جدید و جامعه اطلاعاتی. (پ. ایزدی، مترجم). *فصلنامه رسانه ویژه‌نامه جامعه اطلاعاتی شماره 62، 120-78*.
- تامپسون، ج. (1378). *ایدئولوژی و فرهنگ مدرن*. (م. اوحدی، مترجم). تهران: انتشارات موسسه فرهنگی آینده پویان.
- تامپسون، ج. (1380). *رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها*. (م. اوحدی، مترجم). تهران: نشر سروش.
- دالگرن، پ. (1385). *تلویزیون و گستره عمومی، جامعه مدنی و رسانه‌های گروهی*. (م. شفقتی، مترجم). تهران: انتشارات سروش.
- ضیایی پرور، ح. (1389). *وبلاگ قوی‌ترین رسانه آنلاین در ایران. در سایت همشهری آنلاین. قابل دسترس در <http://www.hamshahrionline.ir/news-104543.aspx>*
- عبداللهیان، ح. و اجاق، ز. (1385). بازتولید عقلانیت سنتی و خصلت‌های عقلانیت ارتباطی در حوزه عمومی ایرانی. *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره 7، 11-43*.
- فلیک، ا. (1388). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. (ه. جلیلی، مترجم). تهران: نی.

- کاستلز، م. (4384). *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای*.  
 (ا. خاکباز و ا. علیقلیان، مترجمان). تهران: طرح نو.
- کاستلز، م. (1385). *عصر اطلاعات: قدرت و هویت*. (م. چاوشیان، مترجم). تهران: طرح نو.
- کوهن، ج. (1383). *حوزه عمومی، رسانه‌ها و جامعه مدنی*.  
 (ل. کاووسی، مترجم). *فصلنامه رسانه و بهره‌نامه رسانه‌ها و حوزه عمومی*. شماره 59، 69-45.
- کیمور، ر. (1383). *دموکراسی و فضای سایبر*. (ع. زکوت روشندل، مترجم) *فصلنامه رسانه، بهره‌نامه رسانه‌ها و حوزه عمومی*. شماره 59، 111-89.
- محمدپور، ا. (1390). *روش تحقیق کیفی: ضد روش 2*. تهران: جامعه‌شناسان.
- مهدی‌زاده، س. م. (1383). *اینترنت و حوزه عمومی*. *فصلنامه رسانه و بهره‌نامه رسانه‌ها و حوزه عمومی*. شماره 59، 133-111.
- میناوند، م. (1385). *اینترنت و توسعه سیاسی: حوزه عمومی در فضای سایبر*. *فصلنامه پژوهش علوم سیاسی شماره دوم*، 777-553.
- نوذری، ح. (1380). *بازخوانی هابرماس: درآمدی بر آراء و اندیشه‌ها و نظریه‌های یورگن هابرماس*. تهران: چشمه.
- وبستر، ف. (1383). *نظریه‌های جامعه اطلاعاتی*. (ا. قدیمی، مترجم). تهران: انتشارات قصده سرا.
- هابرماس، ی. (4384). *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی: کاوشی در باب جامعه بورژوازی*. (محمدی، ج. مترجم). تهران: افکار.
- سالتر، ل. (1383). *دموکراسی، جنبش‌های نوین اجتماعی و*

اینترنت. (پ. ایزدی، مترجم). فصلنامه رسانه ویژه نامه رسانه‌ها و حوزه عمومی. شماره 59، 663-133. یوسفی ارجمند، آ. (1385). تحلیل محتوای کیفی مجلات علمی و دیدگاه‌های صاحب نظران با توجه به مبانی نظری پویایی-های علم، (پایان نامه کارشناسی ارشد رشته پژوهش علوم اجتماعی). دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

### منابع لاتین

- Dean, J. (2003). Why the net is not a public sphere?. *Constellations*, 10(1), 96-112.
- Hetherington, K. (1997). *The Badlands of Modernity: Heterotopias and Social Ordering*. London: Routledge.
- Dahlberg, L. (2001). Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy. *First Monday* 6 (3) [electronic journal] [cited 25 March 2005]. Available from [http://firstmonday.org/issues/issue6\\_3/dahlberg/index.html](http://firstmonday.org/issues/issue6_3/dahlberg/index.html)
- Johnson, T. and Kaye, J. (2007). Every blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of blog credibility. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 6. Available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/johnson.html>
- Lanman, L. (2005). From Virtual Public Spheres to Global Justice: A Critical Theory of Internetnetworked Social Movements. *Sociological Theory*, 23 (1), 42-74.
- Miura, A. and Yamashita, K. (2007). Psychological and social influences on blog writing: An online survey of blog authors in Japan. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), article 15. Available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/miura.html>
- Stefanone, M. and Jang, C. (2007). Writing for friends and family: The interpersonal nature of blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 7. Available at:

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/stefanone.html>

Blood, R. (2002). Weblogs, a History and Perspective, in Editors of Perseus Publishing (eds)

*We've Got Blog: How Weblogs are Changing Our Culture*, pp. 7–16. Cambridge, MA:

Perseus.

Kaye, B. K. (2007). Web site story: An exploratory study of blog use motivations. In M.

Tremayne (Ed.),  *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, pp. 127-148. New York:

Routledge.

Kaye, B. K. (2005). It's a blog, blog, blog, blog world: Users and uses of weblogs. *Atlantic*

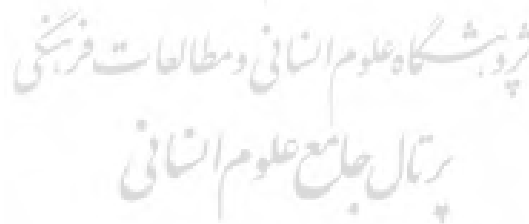
*Journal of Communication*, 13 (2), 73-95.

Herring, S.C., Scheidt, L.A., Wright, E. and Bonus, S. (5005) )Wegggg ss s gggggggenee,

*Information Technology and People* 18 (2): 142–71.

Mayring, P. (2004). Qualitative Content Analysis. In u. Flick E Kardoff and i. Steinke (eds), A

*Companion to Qualitative Research*. London: Sage.





## پی‌نوشت‌ها:

- 
- ii hyperlink
- ii Blood
- iii Johnson
- iv Stefanone
- v Jang
- vi Miura
- vii Yamashita
- viii kaye
- ix Herring
- x Scheidt
- xi Wright
- xii Bonus
- xiii Jorgen Habermas
- xiv Robbins
- xv Cohen
- xvi John Thompson
- xvii Oberin
- xviii Webster
- xix Dahlgren
- xx Mccarthy
- xxi Dahlberg
- xxii Ideal role taking
- xxiii Discursive inclusion and equality.
- xxiv Hetherington



<sup>xxv</sup> ordering

<sup>xxvi</sup> Alternative orderings

<sup>xxvii</sup> در حالی که در مقابل این نظر برای مثال دین(2003) معتقد است که اینترنت و استفاده‌های اینترنتی سرمایه داری ارتباطی (communicative capitalism) به بار می‌آورد. و نگرانی اش را نسبت به حوزه عمومی در اینترنت از همین مسئله اعلام می‌دارد.

<sup>xxviii</sup> Thornton

<sup>xxix</sup> Castells

<sup>xxx</sup> Salter

<sup>xxxi</sup> Stivenson

<sup>xxxii</sup> Mark Poster

<sup>xxxiii</sup> Sparks

<sup>xxxiv</sup> Papacharissi

<sup>xxxv</sup> Brizlo

<sup>xxxvi</sup> Mayring

<sup>xxxvii</sup> Flick

<sup>xxxviii</sup> <http://smt0.ir>

<sup>xxxix</sup> <http://velashedi.blogfa.com>

<sup>xl</sup> <http://haaghiighattt.blogfa.com>

<sup>xli</sup> <http://anidalton.blogfa.com>

<sup>xlii</sup> <http://aknun.blogspot.com>

<sup>xliii</sup> در باز یابیروز 31 فروردین 1391

<sup>xliv</sup> البته این امکان وجود دارد که افراد پست ها را بدون درج نظرات و باصطلاح به صورت خاموش بخوانند ولی به هر حال تعداد نظرات می‌تواند یک مولفه برای سنجش باشد.

<sup>xlv</sup> شاهد دیگر آن که این وبلاگ‌ها در بازه‌های زمانی خاصی از این تحقیق به یکباره فیلتر می‌شدند. به همین دلیل نمونه تحقیق در مقاله حاضر تغییرات فراوان داشته است.

<sup>xlvi</sup> البته این وبلاگ موضوعات اجتماعی با شیوه بدیعی مطرح می‌گردند که از آن جمله می‌توان به پست "ورود آقایان ممنوع و حکایت ترشیده‌های نسل سوخته" اشاره کرد.