

تاریخ وصول: ۱۳۹۱/۱۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۲/۰۹

جریان‌های سیاسی ایران در فضای مجازی؛ تحلیل محتوای وبلاگ‌های سیاسی

حسن بشیر^{۱*}

کاظم مؤذن^۲

۱. دانشیار گروه ارتباطات و فرهنگ، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، تهران، ایران.

۲. کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، تهران، ایران.

چکیده

حضور گروه‌ها و جریان‌های سیاسی در دو جهان واقعی و مجازی علی‌رغم تفاوت‌های اساسی به یکدیگر وابسته است. فعالیت سیاسی در فضای مجازی قواعد خاص خود را دارد و جریان‌های سیاسی مختلف ممکن است هر کدام به گونه‌ای با این ویژگی‌ها مواجه شوند. این مقاله در مسیر پاسخ‌گویی به سؤال اصلی تحقیق یعنی «میزان و کیفیت بهره‌گیری جریان‌های سیاسی ایران از فضای وبلاگی»، با انتخاب ۲۰۰ وبلاگ سیاسی به صورت نمونه‌گیری تصادفی، به تحلیل محتوای وبلاگ‌ها اقدام می‌نماید. تحلیل و بررسی نتایج تحلیل محتوا نشان می‌دهد جریان‌های چپ‌ترین تعداد وبلاگ را داراست. وبلاگ نویسان جریان راست علی‌رغم در اختیار داشتن کمترین تعداد، فعالیت بیشتری در مقایسه با سایر جریان‌ها انجام داده‌اند. وبلاگ نویسان جریان راست بیشتر دوست دارند تا با مطالبی که در فضای مجازی درج می‌کنند شناخته شوند. در میان جریان‌های چپ دغدغه‌های خبری بیشتر از بقیه است و دغدغه‌های تحلیلی کمتر از سایر جریان‌هاست. بررسی‌ها نشان از موج جدید وبلاگ نویسی در میان تمام جریان‌های سیاسی (بجز بی‌طرف) دارد. ارتباط اینترنتی و اطلاعاتی مناسبی در میان وبلاگ‌های جریان راست (در مقایسه با سایرین) ایجاد شده و وبلاگ‌های جریان اپوزیسیون از این حیث در ضعیف‌ترین وضعیت قرار دارند. وبلاگ‌های جریان اپوزیسیون مخاطبان کم یا مخاطبان بی‌تفاوت و جذب نشده‌ای دارند و در مقابل وبلاگ‌های جریان راست از مخاطبان زیاد و یا فعال و جذب شده برخوردارند.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، دوفضایی شدن، وبلاگ، جریان‌های سیاسی، ایران، تحلیل محتوا.

۶۳

دوفصلنامه مطالعات
قدرت نرم

جریان‌های سیاسی ایران در فضای مجازی؛ تحلیل محتوای وبلاگ‌های سیاسی

حسن بشیر و همکار

مقدمه

«فن آوری بی سابقه ارتباطات می‌توانند افراد را در سرتاسر جهان به هم پیوند دهد و خود را به عنوان نیروی انقلابی به سود ارتباطات و فرهنگ دموکراتیک به اثبات برساند... گردش در فضای سایبر به وسیله یک موس کامپیوتری کار آسانی است و در ضمن سانسور و ممیزی اینترنت نیز کار دشواری است» (ابو، ۱۳۸۵: ۲۸۱-۲۸۲).

این مقاله پس از اشاره‌ای به پیشینه پژوهش درباره وبلاگ، به مبانی نظری موجود در علوم اجتماعی و ارتباطات درباره ویژگی‌های فضای مجازی و فضای وبلاگی و رابطه آن با سیاست می‌پردازد و در ادامه در پی پاسخ دادن به یک سؤال اصلی است: «میزان و کیفیت بهره‌گیری جریان‌های سیاسی ایران از رسانه وبلاگ چگونه است و چه ویژگی‌هایی دارد؟». این سؤال به چندین سؤال فرعی تقسیم می‌شود: وضعیت هویت وبلاگ‌نویسان، سابقه فعالیت، میزان رشد، نوع مطالب، شبکه‌های ارتباطی درون وبلاگی، میزان مشارکت مخاطبان به چه شکلی است و آیا تفاوتی از این لحاظ بین جریان‌های سیاسی کشور وجود دارد؟

۱. ملاحظات مفهومی و نظری

وبلاگ در واقع نشریه‌ای آنلاین است که معمولاً محتوا را بر اساس ترتیب زمان وقوع ارائه می‌دهد و لینک منبع اینترنتی اصلی آن مطلب آورده می‌شود. وبلاگ‌ها معمولاً فضای محاوره‌ای دارند و لذا قسمتی مخصوص درج نظرات خوانندگان در ادامه مطالب قرار می‌گیرد. در اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی با رشد سرویس‌های رایگان وبلاگ نویسی که استفاده از آن‌ها ساده بود، حجم انبوهی از وبلاگ‌نویسان در فضای اینترنت رشد کرد (Heinonen, 2008: 339). وبلاگ‌نویسان سیاسی که خبرهای روز را دنبال می‌کنند، به طور پیوسته پوشش خبری ژورنالیست‌ها را بررسی می‌کنند. آن‌ها مطالبی را که رسانه‌های بزرگ پوشش نمی‌دهند، مورد توجه دیگران قرار می‌دهند و می‌توان گفت همچون یک روزنامه کار خبر و تحلیل آنرا در مقیاس و اسلوبی متفاوت پیگیری می‌کنند (فهمیزی، ۱۳۸۵: ۸). در این مقاله منظور از وبلاگ سیاسی، وبلاگی است که محور اصلی آن، درج خبر، تحلیل، عکس، مقاله و ... به منظور پرداختن به متن و حاشیه‌های مسایل سیاسی مصداقی روز است. آن دسته از وبلاگ‌هایی که به موضوع علم سیاست یا مسایل تاریخی - سیاسی می‌پردازند، بدون آنکه به موضوعات روز توجه داشته باشند و همچنین وبلاگ‌هایی که به نقد مسایل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و عقیدتی می‌پردازند بدون

آنکه آن را به لایه‌های سیاسی جامعه مرتبط بدانند، در این دسته قرار نمی‌گیرد. با توجه به گستردگی موضوع در این قسمت سه ویژگی اساسی که مبنای تحلیل قرار گرفته اند، به اجمال می‌آیند:

۱-۱. دو فضایی شدن جهان

مهم‌ترین خصوصیت متمایزکننده عصر جدید که دوره جهانی شدن نام گرفته، دوفضایی شدن جهان است؛ فضای واقعی و فضای مجازی که در عین متفاوت بودن از یکدیگر، به یکدیگر وابسته می‌باشند. در جهان امروز فرد با دو فضای واقعی و مجازی که بدون یکدیگر استمرار حیات اجتماعی بدون آن‌ها ممکن نیست، مواجه می‌شود (عاملی، ۱۳۸۳-الف: ۵۵) و از یک رابطه انعکاسی ذهنی برخوردار می‌باشند. فضای اول یا فضای واقعی که زندگی و فعالیت‌های عینی در آن در جریان است و از خصوصیات جغرافیا داشتن، از نظام سیاسی مبتنی بر دولت-ملت برخوردار بودن، طبیعی-صنعتی بودن، محسوس بودن برخوردار می‌باشد و فضای دوم یا فضای مجازی که انسان را در مواجهه با واقعیت‌های مجازی قرار می‌دهد. در فضای مجازی انسان با سرزمینی بی مرز و چند فرهنگی در عین حال برخوردار از فضای واحد مواجه است. فضایی با قاعده‌های خاص و در عین حال خالی از هر نوع قانون و ضابطه عقلانی. فضای مجازی از ویژگی‌هایی چون بی مکانی، فرازمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت-ملت‌ها، قابل دسترسی بودن همزمان و برخوردار از فضاهای فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ... برخوردار است (عاملی، ۱۳۸۳-ب: ۳۵).

۱-۲. رقابتی شدن جهان‌ها

مهمترین تغییر جهان معاصر که بنیان تغییرات آینده جهان را می‌سازد، رقابتی شدن جهان واقعی و جهان مجازی است. ظهور جهان جدید یعنی «جهان مجازی» بسیاری از روندها، نگرش و ظرفیت‌های آینده جهان را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد. این جهان در واقع به موازات و گاه مسلط بر «جهان واقعی» ترسیم می‌شود و عینیت واقعی پیدا می‌کند. این دو جهان از یک رابطه «انعکاسی هندسی» برخوردار هستند. این دو جهان در بسیار از موارد تبدیل به دوقلوهای به هم چسبیده خواهند شد که تعامل فردی و اجتماعی در قلمروهای بسیار، بستگی به «تعامل‌های دو جهانی» دارد و ما مواجه هستیم با «دو جهانی شدن‌های به هم چسبیده» (عاملی، ۱۳۸۳-الف: ۲۶). در واقع گروه‌ها و جریان‌های سیاسی نیز در دو

جهان واقعی و مجازی حضور دارند و این دو حضور علی رغم تفاوت‌های اساسی به یکدیگر وابسته است.

۱-۳. بی‌مکانی و بی‌زمانی

خصوصیت بارز اینترنت بی‌مکانی و بی‌زمانی است که باعث شده افراد و گروه‌های به حاشیه رانده شده از بند سلطه و مرکزیت گروه‌های مسلط رها شوند؛ چرا که بدون مکان، "مرکزیت" هیچ مفهومی نخواهد داشت (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۱۵).

۲. روش شناسی

تحلیل محتوا یکی از روش‌های شناخته شده در مطالعات مربوط به محتوای پیام‌های ارتباطی و رسانه‌ای است که امروزه در اغلب کشورهای جهان برای بررسی پیام‌ها و محتویات رسانه‌های جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. مجموعه وبلاگ‌های سیاسی ایرانی (اعم از وبلاگ‌های فارسی، ترکی و کردی و ...) که با استفاده از سرویس‌های وبلاگ نویسی فارسی فعالیت می‌کنند، جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد. در زمان انجام تحقیق آمار مشخصی از تعداد وبلاگ‌ها سیاسی (و حتی کل وبلاگ‌های فارسی و ایرانی) وجود نداشت. معمولاً بسیاری از این وبلاگ‌ها حتی به موتورهای جستجوگر معروف مثل گوگل و یاهو هم معرفی نشده‌اند و تنها راه دستیابی به آن‌ها وارد کردن URL (آدرس اینترنتی) آن‌ها در نوار آدرس است لذا لازم بود یک سیستم نمونه‌گیری مناسب در نظر گرفته شود.

در حال حاضر معروف‌ترین سرویس‌های وبلاگ‌نویسی فارسی عبارتند از: پرشین بلاگ (persianblog)، بلاگفا (blogfa)، بلاگ‌اسکای (blogsky)، میهن بلاگ (mihanblog)، پارس-بلاگ (parsblog)، پرشین لاگ (persianlog) و بلاگر (blog-ger) (ضیایی پرور، ۱۳۸۲). در زمان انجام این پژوهش، تنها بلاگفا بود که آمار وبلاگ‌ها، امکان دسترسی و جستجوی موضوعی در میان آن‌ها را فراهم می‌کرد. بلاگفا این امکان را به دارندگان وبلاگ می‌داد تا وبلاگ خود را یکی از ۱۵ گروهی که در ادامه آورده می‌شود، قرار دهند. تنها گروهی که که حاوی وبلاگ‌های سیاسی (بنا به تعریف عملیاتی تحقیق) می‌توانست باشد، گروه «جامعه و سیاست» بود. به عبارت دیگر به نظر می‌رسید مدیران وبلاگ‌های سیاسی، در مواجهه با این لیست گروه جامعه و سیاست را برای وبلاگ خود انتخاب می‌کنند. اگرچه این امکان هم وجود دارد که نویسنده‌ای وبلاگ خود را

در هیچکدام از این گروه‌ها قرار ندهد اما به نظر نمی‌رسد این مسئله خللی در جریان نمونه‌گیری ما ایجاد کند چرا که اینگونه افراد دارای ویژگی خاصی نمی‌باشند. از سوی دیگر ممکن است تعدادی از وبلاگ‌های سیاسی در گروه «اخبار و رسانه‌ها» ثبت شده باشند اما این نکته نیز به غیر احتمالی بودن نمونه‌گیری پژوهش آسیبی نمی‌رساند اگرچه احتمالاً از تعداد و نسبت وبلاگ‌های خبری خواهد کاست. در واقع در ابتدای مسیر نمونه‌گیری، از یک نمونه‌گیری غیر احتمالی (انتخاب بخش جامعه و سیاست بلاگفا) استفاده شد و در ادامه نیز از یک نمونه‌گیری کاملاً تصادفی بهره گرفته شد. هر کدام از این گروه‌ها در سایت بلاگفا دارای لیستی می‌باشند که بر اساس آخرین وبلاگ‌های بروز شده مرتب می‌شوند. به عبارت دیگر آخرین وبلاگ‌های بروز شده در صدر این لیست قرار گرفته و با هر بار بازبازی صفحه (Refresh کردن)، لیست تغییر می‌کند. لذا از این قابلیت سایت بلاگفا برای نمونه‌گیری تصادفی بهره برده شد. در مرداد ماه ۱۳۸۷ تعداد ۲۰۰ وبلاگ که شمارش آن‌ها از ابتدای لیست آغاز شده بود، به عنوان نمونه تحقیق انتخاب و مورد بررسی قرار گرفت.

۳. شاخص‌ها

به منظور دستیابی به پاسخ سؤال اصلی کار را در ۷ بخش به پیش برده و مقوله بندی را در هر بخش به طور دقیق انجام داده‌ایم. در این پژوهش یک متغیر مستقل تعریف شده است که همان «جهت‌گیری سیاسی وبلاگ» است و متغیر وابسته یعنی «میزان و کیفیت استفاده از وبلاگ»، بر اساس ویژگی‌های خاص این رسانه تعریف شده است. «وضعیت هویت وبلاگ‌نویسان، سابقه فعالیت، میزان رشد، نوع مطالب» دیگر مقوله‌هایی است که تعریف شده‌اند تا میزان و کیفیت فعالیت وبلاگ‌نویسان سیاسی به طور دقیق مورد بررسی شود. از سوی دیگر برای صحت کدگذاری در هر مقوله، روش و ملاک‌هایی عملیاتی نیز معین شد. بیان این نکته ضروری است که نوع مقوله بندی و روش عملیاتی مبتنی بر تحقیقات پیشین در زمینه وبلاگ نیست و ابداعی است چرا که عمده این تحقیقات به تفاوت‌های وبلاگ با سایر رسانه‌ها دقت نداشته‌اند و بیشتر بر محور نویسنده وبلاگ و محتوای آن پیش حرکت کرده‌اند.

۳-۱. جهت‌گیری سیاسی وبلاگ

اگر نویسنده وبلاگ به طرفداری روشن و بارز از یکی از دو جناح راست و یا چپ با همه‌ی شاخه‌ها و گرایش‌هایشان پرداخته بود و در عین حال طرف دیگر را طرد می‌کرد، به یکی از دو گروه چپ یا راست تعلق می‌گیرد. اما وبلاگی که در موضع‌گیری‌های خود کمی از جناح چپ دفاع کند و کمی از جناح راست در گروه «بی‌طرف» قرار می‌گیرد؛ همچنین گروه‌های سیاسی که امروزه به جریان بی‌طرف و بینابینی مشهوراند. وبلاگ‌هایی که با کینه‌ورزی نسبت به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران تولید مطلب می‌کنند و صرفاً تاکید بر طرح‌ها و نقشه‌هایی برای براندازی نظام دارند و هیچ امیدي به پیگیری خواسته‌هایشان از طریق گروه‌های سیاسی داخل کشور ندارند، در گروه «اپوزیسیون» قرار می‌گیرند. همچنین وبلاگ‌های طرفدار کمونیسم جهانی به این گروه اضافه شده‌اند. البته توجه به این نکته ضروری است که جریان‌های سیاسی در طول زمان دچار تحولات جزئی و کلی می‌شوند و معیارهای عرفی زمان انجام تحقیق در حال حاضر صدق نمی‌کند.

۳-۲. هویت نویسنده وبلاگ

در صورتی که نام و نام خانوادگی نویسنده در قسمت توضیحات وبلاگ و یا در پایین هر پست مشخص شده باشد و یا وبلاگ متعلق به یک سازمان و یا گروه مشخص و شناسنامه دار باشد، وضعیت نویسنده «مشخص» خواهد بود و در صورتی که فرد با نام کوچک یا نام مستعار در وبلاگ شناخته شود و یا اصلاً نامی ارائه نکرده باشد، هویت او «نامشخص» در نظر گرفته می‌شود. البته این احتمال نیز وجود دارد که نام درج شده در وبلاگ، نام مستعار نویسنده وبلاگ باشد و نه نام واقعی. بعضی از اسامی مشخص است که غیر واقعی است اما بعضی اسامی ظاهری معقول دارند اما غیر واقعی و در واقع مستعارند. در این مورد نام مستعار نیز همچون نام واقعی در نظر گرفته می‌شود چرا که چاره‌ی دیگری نیز وجود ندارد و در اکثر بخش‌های فضای مجازی این مشکل وجود دارد.

۳-۳. میزان فعالیت نویسنده وبلاگ

برای درک اهمیت این بخش لازم است بدانیم که عده‌ای از وبلاگ نویسان بیش از ۴۰ پست در یک روز ایجاد می‌کنند و عده‌ای نیز ماهانه یک پست هم نمی‌نویسند. در عین حال باید دانست که این تعداد پست، در طول چه زمانی ایجاد شده است. بعضی

وبلاگ‌ها تنها چند ماه از عمرشان می‌گذرد و برخی چند سال. لذا «نسبت تعداد پست‌ها به عمر وبلاگ» هم باید مشخص شود. روش عملیاتی مؤلف در این خصوص چنین است که از ابتدای راه‌اندازی وبلاگ، شماره پست‌های درج شده از یک شروع می‌شود و ادامه می‌یابد. لذا لینک آخرین پست وبلاگ (که بالاترین آن‌هاست) و شماره آن، نشان دهنده تعداد کل پست‌های درج شده در وبلاگ است.

۳-۴. نوع مطالب

نوشته‌های موجود را مؤلف به سه نوع تقسیم می‌نماید: خبری، تحلیلی سطحی، و تحلیلی عمقی. وجه تمایز گروه سطحی و پایه‌ای این است که وبلاگ‌های «تحلیلی عمقی» از زبان علمی، منطقی و محترمانه تری برخوردار اند و درک آن‌ها نیازمند دقت و تأمل بیشتری است. در اینگونه وبلاگ‌ها، نویسنده برای تحلیل یک اتفاق و یک خبر یک سیر منطقی را می‌چیند و سوابق تاریخی مرتبط را ذکر می‌کند، اما وبلاگ‌های «تحلیلی سطحی» معمولاً از کلماتی استفاده می‌کنند که معمولاً دارای بار ارزشی و گهگاه غیر محترمانه هستند. در اینگونه تحلیل‌ها از عباراتی مثل فکر می‌کنم، نمی‌دانم استفاده می‌شود. بی‌تردید وبلاگ‌هایی هم وجود دارند که در حفاصل این سه گروه قرار می‌گیرند، اما با تأمل بیشتر بر مطالب قبلی و توجه به محور اصلی وبلاگ، می‌توان آن‌ها را هم در یکی از این سه دسته قرار داد.

۳-۵. سابقه فعالیت وبلاگ

یک وبلاگ در طول زمان رشد می‌کند، مخاطبانش را پیدا می‌کند و به اصطلاح جا می‌افتد. همچنین دانستن این فاکتور امکان ارزیابی میزان رشد وبلاگ‌ها را فراهم می‌کند. روش عملیاتی مؤلف در این خصوص چنین است: از زمانی که اولین پست هر وبلاگ ایجاد می‌شود، مطالب به صورت هفتگی یا ماهیانه آرشیو می‌شود و آرشیو مطالب در حاشیه وبلاگ مشخص است و می‌توان با کلیک بر روی لینک مربوط به هر ماه یا هفته مطالب به آن زمان را مشاهده کرد. با مشاهده اولین آرشیو مطالب می‌توانیم عمر وبلاگ را دریابیم. با کم کردن تاریخ مورد نظر از زمان نمونه‌گیری (مرداد ۱۳۸۷)، عمر وبلاگ مشخص می‌شود.

۳-۶. شبکه‌های ارتباطی درون وبلاگی

یکی از شاخصه‌های مهمی که نشان دهنده‌ی میزان تلاش مدیر وبلاگ برای ایجاد ارتباط و بلاگش با دیگر رسانه‌های مجازی است، تعداد پیوندهایی است که در آن وبلاگ ایجاد شده است. این گونه ارتباط-ها باعث ارجاع متقابل مخاطبان به یکدیگر و افزایش قابل توجه مخاطبان می شود و می تواند نشانگر مسایلی همچون نوعی حس پیوند میان گروهی هم باشد و به ایجاد یک شبکه وسیع ارتباطی درون وبلاگی بیانجامد. روش عملیاتی مؤلف در این خصوص چنین است که تعداد پیوندها عبارتست از تعداد پیوندهای ثابت وبلاگ بعلاوه ی پیوندهای روزانه (در صورت وجود). پیوندهای روزانه در صورت زیاد بودن به آرشیو پیوندهای روزانه منتقل می شوند که با کلیک کردن بر روی لینک مربوطه، لیست چند صفحه ای آن باز شده و امکان بازیابی و شمارش را پیدا می کنند.

۳-۷. میزان مشارکت خوانندگان

میزان مشارکت خوانندگان می تواند نشانگر میزان تأثیرگذاری و موفقیت آن وبلاگ باشد. خوانندگان به دلایل مختلف نظرات خود را وارد می کنند و اصطلاحاً کامنت می گذارند. عده ای می خواهند نظر خود را درباره مطلب منتشر شده به نویسنده وبلاگ و دیگر خوانندگان منتقل کنند اما عده ای هم می خواهند دیگران را از بروز شدن وبلاگ خود با خبر می کند. حتی بعضی از نظرات دربردارنده تبریک، تسلیت، تبلیغات تجاری، سیاسی و ... هستند. در هر حال نفس کامنت گذاشتن حداقل نشان از مورد توجه بودن وبلاگ و مطالب آن دارد. مؤلف در این بخش به منظور شناسایی میزان مشارکت خوانندگان، شاخصی تحت عنوان «میانگین نظرات در صفحه اول» تعریف شد. در واقع چون میزان مشارکت خوانندگان یا همان تعداد نظرات در مورد نوشته‌های مختلف فرق می کند، مجموع نظرات نشان داده شده در صفحه اول بر تعداد پست‌های صفحه اول تقسیم شد و به عنوان شاخص در نظر گرفته شد.

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. حضور جریان‌های سیاسی

در این تحقیق ۲۰۰ وبلاگ به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شد و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

جدول شماره ۱. فراوانی و درصد فراوانی جریان‌های سیاسی در رسانه وبلاگ

فیلترشده	اپوزیسیون	بی طرف	چپ	راست	
۹	۳۰	۶۳	۷۹	۱۹	فراوانی
۴.۵	۱۵	۳۱.۵	۳۹.۵	۹.۵	درصدفراوانی

از لحاظ تعداد، جریان موسوم به چپ بالاترین درصد را دارا می‌باشد و در سوی دیگر جریان راست کمترین تعداد وبلاگ نویس را دارد؛ جریان چپ تقریباً چهار برابر راست‌ها وبلاگ سیاسی دارند. با توجه به اینکه معمولاً وبلاگ‌های ضدانقلاب و گروهک‌های اپوزیسیون فیلتر می‌شوند، با اگماض می‌توان وبلاگ‌های فیلتر شده را هم جزو گروه اپوزیسیون محسوب کنیم و با توجه به این نکته در می‌یابیم که حدود یک پنجم وبلاگ نویسان سیاسی، ضد انقلاب هستند.

۴-۲. هویت نویسندگان

در مجموع ۵۶ درصد کل وبلاگ نویسان با نام و عنوان مشخص در وبلاگ فعالیت می‌کنند. در همه‌ی گروه‌ها بجز گروه اپوزیسیون که دلیل آن هم مشخص است، تعداد کسانی که با نام مشخص وبلاگ نویسی می‌کنند بیشتر از نامشخص‌هاست.

جدول شماره ۲. درصد فراوانی وبلاگ‌های با هویت مشخص و نامشخص بر حسب جریان‌های سیاسی

اپوزیسیون	بی طرف	چپ	راست	
۴۰	۶۲.۹۰	۵۶.۴۱	۶۵	مشخص
۶۰	۳۷.۰۹	۴۳.۵۸	۳۵	نامشخص

این مسئله می‌تواند نشان‌گر این نکته باشد که فرهنگ وبلاگ‌نویسی سیاسی در مجموع به سمت رسمی شدن پیش رفته است و بیشتر وبلاگ‌نویسان از تبعات احتمالی مطالب درج شده در وبلاگشان احساس امنیت و آزادی می‌کنند. در عین حال باید دقت داشت که سهم مشخص و نامشخص‌ها در جریان‌های مختلف، متفاوت است. درصد افرادی که از جریان راست و بی‌طرف با هویت مشخص وبلاگ‌نویسی می‌کنند از درصد کسانی که جزو جریان چپ هستند، بیشتر است. این مسئله می‌تواند نشان‌دهنده‌ی این نکته باشد که وبلاگ‌نویسان این جریان‌های سیاسی بیشتر دوست دارند تا با مطالبی که در فضای مجازی درج می‌کنند شناخته شوند و احساس آزادی و امنیت بیشتری برای درج مطالب خود دارند.

۳-۴. میزان فعالیت وبلاگ

اگر ملاک خود را برای ارزیابی میزان فعالیت یک جریان سیاسی، مجموع پست‌های ایجاد شده توسط آن جریان بدانیم، جریان چپ بیشترین فعالیت را در عرصه وبلاگ‌نویسی دارد اما اگر تعداد وبلاگ‌های هر جریان را هم در نظر داشته باشیم آنگاه درمی‌یابیم که وبلاگ‌نویسان جریان راست فعالیت چشم‌گیرتری داشته‌اند. جریان راست علی‌رغم اینکه یک دهم کل وبلاگ‌ها را در اختیار دارند، اما یک چهارم کل پست‌های وبلاگ‌های سیاسی را ایجاد کرده‌اند. به عبارت دیگر جریان راست با توجه به تعدادشان فعالیت بیشتری در مقایسه با سایر جریان‌ها انجام داده‌اند. عکس این اتفاق در مورد جریان بی‌طرف و اپوزیسیون رخ داده است. آن‌ها به نسبت تعدادشان تولید مطلب نکرده‌اند اما نسبت تعداد وبلاگ‌ها و نسبت تعداد مطالب در جریان چپ تقریباً برابر است.

جدول شماره ۳. فراوانی و درصد فراوانی پست‌های ایجاد شده توسط جریان‌های سیاسی مختلف

فراوانی پست‌های ایجاد شده	راست	چپ	بی‌طرف	اپوزیسیون
۱۷۴۱۶	۲۶۳۹۳	۱۷۱۴۸	۷۶۵۳	
۲۵.۳	۳۸.۴	۲۴.۹	۱۱.۱	درصد فراوانی

اگر فاکتور زمان را هم در میزان تولید مطلب لحاظ کنیم و تعداد پست‌های هر وبلاگ را به عمر آن تقسیم کرده و از هر گروه میانگین بگیریم، در می‌یابیم که جمعاً وبلاگ‌نویسان جریان چپ فعال‌ترین‌ها بوده‌اند و بطور متوسط در هر ماه ۳۸.۷۸ پست ایجاد کرده‌اند.

بعد از آن‌ها جریان اپوزیسیون با میانگین ۲۴.۹۵، بی‌طرف با ۱۸.۴۹ و راست با ۱۴.۰۹ پست در هر ماه قرار می‌گیرند.

جدول شماره ۴. میانگین کل «نسبت تعداد پست به عمر وبلاگ» در هر جریان سیاسی

اپوزیسیون	بی‌طرف	چپ	راست	میانگین کل
۲۴.۹۵	۱۸.۴۹	۳۰.۷۸	۱۴.۰۹	

۴-۴. نوع مطالب

در بحث مربوط به نوع مطالب، در تمامی گروه‌ها درصد گروه «تحلیلی سطحی» بیشتر از دو گروه دیگر است. درصد این گروه برای همه‌ی جریان‌ها تقریباً چیزی حدود ۵۰ درصد است و تفاوت چشم‌گیری میان آن‌ها وجود ندارد. در دو گروه راست و بی‌طرف درصد تحلیلی عمقی بیشتر از درصد خبری است، در حالی که در دو گروه چپ و اپوزیسیون درصد خبری بیشتر است.

جدول شماره ۵. درصد فراوانی انواع وبلاگ در هر جریان سیاسی

اپوزیسیون	بی‌طرف	چپ	راست	
۲۶.۶	۱۷.۴	۳۵.۴	۲۱	خبری
۵۰	۶۰.۳	۵۱.۸	۵۲.۶	سطحی
۲۳.۳	۲۲.۲	۱۰	۲۶.۳	پایه‌ای

درصد وبلاگ‌های خبری در جریان چپ بیشتر از همه جریان‌ها و حدود ۳۵٪ است. بعد از آن جریان اپوزیسیون قرار دارد که ۲۶٪ وبلاگ‌های آن خبری‌اند. در مجموع ۵۴٪ از کل وبلاگ‌های خبری مربوط به جریان چپ هستند که آمار قابل توجهی است. درصد وبلاگ‌های تحلیلی عمقی در میان جریان چپ از همه جریان‌ها کمتر است و در بقیه‌ی جریان‌ها درصد این گروه در آن‌ها حدود ۲۲ تا ۲۶ درصد است و تفاوت چشم‌گیری وجود ندارد. با توجه به این که نوع وبلاگ (خبری، سطحی و عمقی) بر تعداد پست‌ها تأثیر می‌گذارد و ما درصد برابری از این انواع وبلاگ در جریان‌های مختلف نداریم، لذا با مقایسه گروه به گروه جریان‌ها نتایج دقیق‌تری به ما خواهد داد.

جدول شماره ۶. درصد فراوانی تعداد پست‌های هر جریان سیاسی در انواع وبلاگ

تحلیلی عمقی	تحلیلی سطحی	خبری	
۱۳.۸	۹.۶	۷.۸	راست
۲۷.۷	۳۹.۴	۵۴.۹	چپ
۳۸.۸	۳۶.۵	۲۱.۵	بی طرف
۱۹.۴	۱۴.۴	۱۵.۶	اپوزیسیون

در گروه خبری و تحلیلی سطحی تعداد پست‌های جریان چپ بیشترین و جریان راست کمترین تعداد پست را دارد. اما در گروه تحلیلی عمقی جریان اپوزیسیون بیشترین و چپ و بی طرف کمترین تعداد پست را دارند.

۴-۵. سابقه فعالیت

بررسی و تجزیه و تحلیل عمر وبلاگ‌ها می‌تواند نتایج جالبی خصوصاً در زمینه میزان رشد وبلاگ‌ها در چند سال اخیر به ما ارائه دهد. در این قسمت میزان عمر وبلاگ‌ها را به سه دسته «صفر تا یکساله»، «یک تا دوساله» و «دو ساله و بیشتر» تقسیم نمودیم تا تصویری روشن و ساده از میزان عمر وبلاگ‌ها به دست آید.

جدول شماره ۷. درصد فراوانی سه گروه سنی در میان هر جریان سیاسی

اپوزیسیون	بی طرف	چپ	راست	
۵۰	۳۱.۲	۴۵.۴	۵۲.۶	صفر تا یکساله
۲۵	۳۷.۵	۳۵	۳۶.۸	یک تا دوساله
۲۵	۳۱.۲	۱۹.۴	۱۰.۵	دو ساله و بیشتر

همان طور که در جدول شماره (۷) مشخص است، در همه‌ی جریان‌های سیاسی (بجز جریان بی طرف) درصد وبلاگ‌های گروه «صفر تا یکساله» بیشتر از دو گروه دیگر است. اگر همین داده‌ها را بر اساس میزان عمر وبلاگ‌ها مرتب کنیم و درصد هر جریان سیاسی را در آن گروه سنی بررسی کنیم، نتایج دیگری نیز به دست می‌آید:

جدول شماره ۸. درصد فراوانی هر جریان سیاسی در سه گروه سنی

	صفر تا یکساله	یک تا دوساله	دو ساله و بیشتر
راست	۱۲.۶	۱۰.۷	۴.۵
چپ	۴۴.۳	۴۱.۵	۳۴
بی طرف	۲۵.۳	۳۶.۹	۴۵.۴
اپوزیسیون	۱۷.۷	۱۰.۷	۱۵.۹

در میان وبلاگ‌های «بیشتر از دو سال» (وبلاگ‌های با سابقه) جریان بی‌طرف بیشترین و جریان راست کمترین درصد فراوانی را داراست. جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که در دو سال اخیر جریان چپ بیشتر از همه‌ی جریان‌ها وبلاگ ایجاد کرده است. همچنین جریان راست و جریان اپوزیسیون، در یک سال اخیر به اندازه تمامی سال‌های قبل وبلاگ ایجاد کرده‌اند.

۴-۶. شبکه ارتباطی درون وبلاگی

تعداد پیوندهای وبلاگ که به عنوان شاخص شبکه ارتباطی درون وبلاگی در نظر گرفته شده بود، در این بخش به دو صورت «تعداد کل پیوندها» و «میانگین پیوندها در هر وبلاگ» مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۹. فراوانی و میانگین تعداد پیوندهای وبلاگ در هر جریان سیاسی

فراوانی	راست	چپ	بی طرف	اپوزیسیون
تعداد کل پیوندها	۳۱۴۰	۴۶۸۸	۴۷۱۷	۱۱۰۵
میانگین پیوندها در هر وبلاگ	۱۵۷	۶۰.۱۰	۷۶	۳۶.۸۳

جریان اپوزیسیون هم از لحاظ تعداد کل پیوندها و هم از لحاظ میانگین تعداد پیوندها کمترین تعداد پیوند را داراست. جریان راست از لحاظ میانگین پیوندها، تفاوت آشکاری با سایر جریان‌ها دارد اما چون تعداد وبلاگ‌های این جریان کم است، تعداد کل پیوندهای آن کمتر از سایرین است. شاید بتوان از این آمار اینگونه نتیجه گرفت که وبلاگ نویسان جریان راست اگرچه کم هستند اما ارتباط اینترنتی و اطلاعاتی مناسبی را (در مقایسه با سایرین) بین خود ایجاد کرده‌اند.

۴-۷. میزان مشارکت خوانندگان

در این قسمت «میانگین تعداد نظرات خوانندگان در صفحه اول» به عنوان شاخص میزان مشارکت خوانندگان در نظر گرفته شد که به منظور دستیابی به تصویری روشن و ساده از این شاخص آن را به سه دسته «کمتر از یک»، «یک تا پنج» و «پنج و بیشتر» تقسیم نمودیم.

جدول شماره ۱۰. درصد فراوانی دسته بندی «میانگین تعداد نظرات در صفحه اول» در هر جریان سیاسی

اپوزیسیون	بی طرف	چپ	راست	
۶۲	۴۲.۱	۴۹.۳	۳۳.۳	کمتر از یک
۳۱	۴۰.۶	۲۵.۳	۳۳.۳	یک تا پنج
۶.۸	۱۷.۱	۲۵.۳	۳۳.۳	پنج و بیشتر

با نگاهی به آمار هر یک از جریان‌های سیاسی وبلاگ‌های جریان راست پراکندگی یکسانی از لحاظ تعداد نظرات خوانندگان دارند و جریان اپوزیسیون بیشترین نسبت وبلاگ‌هایی با تعداد نظرات «کمتر از یک» و همچنین کمترین نسبت وبلاگ‌هایی با تعداد نظرات «بیشتر از پنج» را دارد. جریان راست بیشترین نسبت وبلاگ‌هایی با تعداد نظرات بیشتر از پنج را داراست. از این آمار می‌توان نتیجه گرفت که وبلاگ‌های جریان اپوزیسیون (در مقایسه با سایر جریان‌ها) مخاطبان کم یا مخاطبان بی‌تفاوت و جذب نشده‌ای دارند و در مقابل وبلاگ‌های جریان راست (در مقایسه با سایر جریان‌ها) از مخاطبان زیاد و یا فعال و جذب شده برخوردارند.

نتیجه گیری

تعلق بیشترین تعداد وبلاگ در فضای مجازی به جریان چپ و کمترین به جریان راست می تواند نشانگر احساس دغدغه و نیاز بیشتر فعالین سیاسی جریان چپ به فعالیت در عرصه وبلاگ نویسی به منظور پرکردن خلأ فعالیت های آن ها در فضای واقعی باشد. وبلاگ نویسان جریان راست با توجه به تعدادشان، فعالیت بیشتری در مقایسه با سایر جریان ها انجام داده اند. این داده می تواند ما را به این نکته رهنمون کند که دغدغه مندان جریان سیاسی راست در فضای مجاز گرچه کم هستند، اما تلاش می کنند تا با فعالیت زیاد خود این نقیصه را جبران کنند. بررسی ها نشان می دهد که فرهنگ وبلاگ نویسی سیاسی در مجموع به سمت رسمی شدن پیش رفته است اما وضعیت هویت نویسندگان بین جریان های سیاسی متفاوت است. وبلاگ نویسان جریان راست بیشتر دوست دارند تا با مطالبی که در فضای مجازی درج می کنند شناخته شوند و یا احساس آزادی و امنیت بیشتری برای درج مطالب خود دارند. بیشترین درصد وبلاگ های خبری و کمترین درصد وبلاگ های تحلیلی عمقی در میان جریان چپ وجود دارد. این داده می تواند نشانگر آن باشد در میان جریان چپ دغدغه های خبری بیشتر از بقیه است و دغدغه های تحلیلی کمتر از سایر جریان ها است. در همه ی جریان های سیاسی (بجز جریان بی طرف) درصد وبلاگ های جوان بیشتر از وبلاگ های با سابقه است. در میان وبلاگ های با سابقه جریان بی طرف بیشترین و جریان راست کمترین درصد فراوانی را داراست. همچنین جریان راست و جریان اپوزیسیون، در یک سال اخیر به اندازه تمامی سال های قبل وبلاگ ایجاد کرده اند. تمامی این نکات می تواند نشانگر موج جدید وبلاگ نویسی در میان تمام جریان های سیاسی (بجز بی طرف) داشته باشد. وبلاگ نویسان جریان راست اگرچه کم هستند اما ارتباط اینترنتی و اطلاعاتی مناسبی را (در مقایسه با سایرین) بین خود ایجاد کرده اند و وبلاگ های جریان اپوزیسیون به لحاظ شبکه ارتباطی درون وبلاگی در وضعیت قرار دارند. این شبکه ارتباطی درون وبلاگی جریان راست، بازیگران و کنشگران گوناگون را می تواند به یکدیگر پیوند دهد و در سوی مقابل جریان اپوزیسیون را با موانع اساسی در توسعه ارتباطات و شبکه ارتباطی و حتی شکل گیری هویت مشترک مواجه کند. وبلاگ های جریان اپوزیسیون مخاطبان کم یا مخاطبان بی تفاوت و جذب نشده ای دارند و در مقابل وبلاگ های جریان راست از مخاطبان زیاد و یا فعال و جذب شده برخوردارند. تجزیه و تحلیل داده های بخش تحلیل محتوا در قالب پارادایم دوجوانی شدن و ویژگی های فعالیت سیاسی در فضای مجازی می تواند نتایج دیگر نیز داشته باشد؛ نتایجی که هم به شناخت فعالیت جریان های سیاسی در فضای مجازی کمک کند و هم بخش های از ویژگی های جریان مذکور را در فضای واقعی روشن نماید.

منابع

- ابو، بوسا (۱۳۸۵)، *امپریالیسم سایبر: روابط جهانی در عصر جدید الکترونیک*. ترجمه‌ی پرویز علوی، تهران: انتشارات ثانیه.
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۲)، «وبلاگ نویسی و روزنامه نگاری در ایران، نقد و بررسی تطبیقی و تأثیر متقابل دو پدیده»، *فصلنامه رسانه*. شماره ۵۶.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳-الف)، «جهانی شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها»، *فصلنامه ارغنون*. شماره ۲۴.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳-ب)، «دوج جهانی شدن‌ها و آینده هویت‌های هم‌زمان»، *هفته‌نامه خردنامه همشهری*. ۱۳۸۳، شماره ۲۶، مردادماه.
- فهمیزی، محمدرضا (۱۳۸۵)، «وبلاگ به مثابه یک رسانه»، *روزنامه همشهری*. ۸۵/۱۱/۲۴.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۱)، «دموکراسی دیجیتالی و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICTs)»، *نامه علوم اجتماعی*. شماره ۱۹.
- Heinonen, Ari. (2008), "Blogger", In: **W. Donsbach (Ed), Encyclopedia of Communication**. (Vol. VII, 339-341), London: International Communication Association/Blackwell Publishing.