

نقش وبلاگ نویسی در توسعه فرهنگی ایران

دکتر مهدی منتظر قائم، استادیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران

mmontazer@ut.ac.ir

فرزانه نزاکی، کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران

nezakati@ricac.ac.ir

چکیده

این مقاله به مطالعه قابلیت‌های وبلاگ نویسی در توسعه فرهنگی جامعه ایران می‌پردازد. بدین منظور، نویسندگان «دسترسی به ابزارهای تولید، توزیع و مصرف فرهنگی» را به عنوان یک تعریف عملیاتی روشن از مفهوم توسعه فرهنگی در نظر گرفته است. سپس با توجه به نقش رسانه‌ها در توسعه فرهنگی، وبلاگ را به عنوان رسانه‌ای که قابلیت تولید و مصرف فرهنگی دارد از نظر سه شاخص مهم توسعه فرهنگی (آزادی فرهنگی، خلاقیت و گفتگوی فرهنگی) مورد مطالعه قرار داده است. در ادامه، با تجزیه و تحلیل ثانویه داده‌ها، نشان داده است که انعطاف پذیری، شبکه‌ای بودن، به هم پیوسته بودن، نوشتاری بودن، امکان بازدید و نظر دادن و نیز امکان طراحی شکل ظاهری صفحه، از جمله ویژگی‌های وبلاگ نویسی است که می‌تواند در ارتقاء شاخص‌های توسعه فرهنگی موثر باشد.

واژگان کلیدی: وبلاگ، فضای مجازی، توسعه فرهنگی، آزادی فرهنگی، اختیار خلاق و گفتگوی فرهنگی

مقدمه

تا اواخر دهه ۶۰ میلادی، توسعه فرایندی صرفاً اقتصادی به شمار می‌آمد و شاخص‌های اقتصادی معرف توسعه بودند. از آن پس به تدریج اقتصاد گرایی توسعه رنگ باخت و هر یک از عوامل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بیشتر مورد توجه قرار گرفت. مفهوم و تعریف توسعه تغییر کرد و نقد تعاریف اقتصادی توسعه آغاز شد تا آنجا که این مسئله به نهضتی جهانی مبدل گردید و مجامع بین المللی رسماً به مسئله توسعه پرداختند. برآیند کلی این نهضت در عبارت "فرهنگ گرایی توسعه" خلاصه می‌شود. (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۳) نتیجه این امر، اختصاص یک دهه (از سال ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۷) از سوی سازمان ملل به عنوان دهه جهانی توسعه فرهنگی بود. در مراسم افتتاحیه این دهه، در ژانویه ۱۹۸۸، "خاویر پرز دکوئیار" - دبیر کل اسبق سازمان ملل - تاکید کرد: تلاش‌های توسعه اغلب از این جهت با شکست مواجه شده‌اند که

اهمیت عامل انسانی یعنی آن شبکه پیچیده مناسبات و باورها، ارزش‌ها و انگیزه‌هایی که در قلب هر فرهنگ نهفته است، در بسیاری از طرح‌های توسعه ناچیز تلقی شده است. (پرز دکوئیار، ۱۳۷۷: ۹) بدین ترتیب، سازمان ملل متحد به این نتیجه رسید که توسعه بسیار پیچیده‌تر از آنست که در ابتدا تصور می‌نمود. در زمینه تعریف توسعه فرهنگی، به عوامل متعددی توجه شده است. اما اگر توسعه فرهنگی را روندی که در آن، انسان‌ها منابع فردی و جمعی لازم برای مشارکت در زندگی اجتماعی را می‌یابند تعریف کنیم. (Raby & others, 1994: 7) بدون شک یکی از مهمترین عوامل تعیین‌کننده در این زمینه، رسانه‌های جمعی خواهند بود. در کشورهای در حال توسعه که گستره واقعی رسانه‌های جمعی به دلیل محدودیت‌های مالی، تنها به بخش‌های شهر نشین، مرفه و با سواد جامعه محدود می‌شود، استفاده از رسانه‌های ساده و ارزان می‌تواند روش بهتری باشد. (بورن ۱۳۷۹: ۱۶) این نکته نیز شایان توجه است که هر چه فن‌آوری بکار رفته در چارچوب توسعه ساده‌تر باشد، کارا تر می‌شود. (همان: ۹۸)

رشد سریع آمار کاربران اینترنت در ایران نیز تائیدی بر این مسئله است. مطابق آمارهای موجود، ۴۲ درصد از کاربران اینترنت در خاورمیانه، ایرانی هستند و حدود ۷۰ درصد از این کاربران نیز دارای یک تا دو وبلاگ می‌باشند (خلیلی، ۱۳۸۴) این می‌تواند گویای این نکته باشد که ایرانیان فضای وب و به ویژه وبلاگ‌نویسی را راهی موثر در جهت مشارکت فرهنگی و اجتماعی یافته‌اند. آخرین آمارها حاکی از آنست که تعداد وبلاگ‌های ثبت شده در پرشین‌بلاگ، اولین بلاگ سرویس ایرانی، از مرز ۸۰۰ هزار گذشته است. مطابق اعلام بلاگفا، محبوب‌ترین بلاگ سرویس ایرانی، نیز در تاریخ ۱۹ خرداد ماه سال جاری (۱۳۸۶)، بیش از ۸۵۰ هزار وبلاگ در بلاگفا موجود بوده است.

بدین ترتیب وبلاگ‌های حاضر در تنها دو بلاگ سرویس اصلی ایرانی، بیش از یک میلیون و ۶۶۰ هزار است. با احتساب آمار سایر وبلاگ‌های ثبت شده در میهن بلاگ، بلاگ اسکای، پارسی بلاگ و بلاگر و سیستم‌های ام‌تی و ورد پرس و غیره می‌توان حدس زد که تعداد وبلاگ‌های فارسی در فضای اینترنت از مرز ۲ میلیون هم گذشته است. (ضیائی پرور، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸/۴/۸۶)

نویسنده این مقاله بر این باور است که این حجم بالای وبلاگ‌نویسی در ایران می‌تواند در دستیابی به توسعه فرهنگی در این کشور نقش داشته باشد. به همین علت این مقاله شاخص‌های توسعه فرهنگی را بررسی نموده و با روش تحلیل داده‌های ثانوی، به این امر می‌پردازد که وبلاگ‌نویسی بطور کلی، چگونه بر این شاخص‌ها اثر می‌گذارد.

توسعه فرهنگی

پس از اینکه برنامه‌های توسعه اقتصادی سازمان ملل متحد، ناکارآمدی خود را نشان داد، محققان این سازمان به این نتیجه رسیدند که توسعه فرهنگی را در یک دهه محور کار خود قرار دهند. اهداف توسعه فرهنگی که در افتتاحیه این دهه (۱۹۸۷-۱۹۹۷) از سوی یونسکو مطرح شد، چنین است:

۱- ارج نهادن بعد فرهنگی در توسعه

۲- تصریح کردن و ارتقا دادن هویت‌های فرهنگی

۳- گسترش مشارکت در زندگی فرهنگی

تعریف دو واژه مهم و بنیادین "فرهنگ" و "توسعه" در این برنامه، از نتایج کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی که در سال ۱۹۸۲ در مکزیکو برگزار شده بود، به ترتیب زیر اخذ گردید:

- "فرهنگ مجموعه‌ای کلی از اجزای معنوی، مادی و فکری و مشخصه‌های عاطفی است که جامعه یا گروهی را متمایز می‌سازد. فرهنگ نه تنها در بردارنده هنر و ادبیات است بلکه شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی نوع بشر، نظام‌های ارزش، سنت‌ها و باورها را نیز شامل می‌شود."

- "توسعه مجموعه‌ای جامع و فرآیندی چند بعدی است که فراتر از رشد اقتصادی محض است و در همه جوانب زندگی و همه سازمان‌های جامعه دخیل است. همه اعضای جامعه باید در آن مشارکت کنند و انتظار داشته باشند که در منافع آن سهیم باشند. (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۱۴)

مفهوم توسعه فرهنگی از سال ۱۹۸۷ که آغاز دهه توسعه فرهنگی بود تاکنون بسیار تغییر کرده است. یکی از کوتاه‌ترین و شفاف‌ترین تعاریف موجود از این مفهوم

که در این مقاله مد نظر قرار گرفته است، توسعه فرهنگی به مثابه دسترسی به ابزارهای تولید، توزیع و مصرف فرهنگی است (Raby & others, 1994). در ادامه، با در نظر گرفتن این تعریف و بر اساس شاخص‌های توسعه فرهنگی، را شرح می‌دهم.

شاخص‌های توسعه فرهنگی

تری مک کین لی (۱۹۹۷) بر اساس کار کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه سه شاخص توسعه فرهنگی را برجسته می‌کند: آزادی فرهنگی، خلاقیت و گفتگوی فرهنگی در ادامه به توضیح بیشتر این سه شاخص می‌پردازیم:

الف) آزادی فرهنگی

به گزارش کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه، منظور از آزادی فرهنگی، نوعی آزادی جمعی است. یعنی آنکه مردم حق داشته باشند شیوه‌های زندگی‌شان را به دلخواه خویش انتخاب کنند. آزادی فرهنگی، آزادی را در تمام عرصه‌ها تضمین می‌کند و نه فقط از حقوق گروه‌ها بلکه از حقوق یکایک اعضای آن نیز حمایت می‌نماید. آزادی فرهنگی با مجاز شمردن شیوه‌های گوناگون زندگی به تشویق آزمایشگری، تنوع، خلاقیت و تخیل می‌پردازد. (پرز دکوئیار، ۱۳۷۷: ۱۸)

این شاخص را می‌توان به کمک سنج‌های زیر ارزیابی نمود:

۱- تمامیت فردی بدین معنی که

- آیا مردم از بازداشت، حبس و تبعید تحمیلی، شکنجه، آزار یا مجازات بی‌رحمانه و غیر انسانی در امان هستند؟

- آیا مردم از دخالت اجباری در مسائل خصوصی و خانوادگی شان و همانندسازی در امان هستند؟

۲- عدم تبعیض بدین معنی که

- آیا هرکس می‌تواند بدون هرگونه تبعیض و بدون توجه به نژاد، رنگ، جنسیت، زبان، مذهب، ملیت، اصالت، دارایی و... از حمایت برابر قانون برخوردار شود؟

از موارد مهمی که در راستای تحقق آزادی فرهنگی باید به آن توجه کرد، رفع تبعیضات از جمله تبعیض علیه زنان است. تحلیل کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه در مورد تبعیضات جنسیتی حاکی از آن است که به رغم تحولات عظیمی که زنان در

سرتاسر جهان تجربه کرده اند، مشارکت و تاثیر آنها در زندگی و جامعه به همان تناسب متحول نشده است. مشارکت مدنی زنان و در نتیجه حضور فرهنگی آنان در مسائل اساسی، همچنان به علت حاشیه ای بودن فعالیتها و ضعف منابعشان به شدت محدود است. (پرز دکوئیار، ۱۳۷۷: ۱۷۰)

بخشی از تبعیضات در جوامع، به تبعیضات سنی باز می‌گردد. در بعضی جوامع، سنتها اختیار کمی برای انتخاب شیوه زندگی به جوانان می‌دهند. در فرهنگ های دیگر، جوانان وابستگی زیادی به خانواده دارند و برای کسب استقلال، آموزش کافی نمی‌بینند. توقعات برآورده نشده بسیاری از جوانان، به بی‌اعتمادی به حکومت ها و سیاست انجامیده است.

۳- آزادی فکر و بیان بدین معنی که

- آیا هر کس از آزادی فکر و اندیشه و اعتقاد برخوردار است؟

- آیا هر کس از آزادی عقیده و بیان مثل آزادی لازم برای پژوهش علمی و فعالیت خلاقانه برخوردار است؟

- آیا هر کس از آزادی مشارکت در زیست فرهنگی جامعه بگونه ای که بتواند از هنرها بهره مند گردد و در پیشرفت علمی شریک شود برخوردار است؟

۴- حق تعیین سرنوشت خود

- آیا همه مردم در موضع گیری سیاسی و پیگیری توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد نظر خود آزادند؟

- آیا اقلیت های زبانی، مذهبی و فرهنگی، اجتماعی، قومی و ملی درون قلمرو دولت ملت حفظ و حمایت می‌شوند؟ به عبارت دیگر آیا شرایط مساعد برای ارتقاء هویت آنها مثلا توسعه فرهنگ، زبان، مذهب و آداب و رسومشان وجود دارد؟

- آیا اعضای اقلیتها برای آموزش و یادگیری زبان مادریشان فرصتهای برابر دارند؟

- آیا دولت اقدام موثری در زمینه آموزش تاریخ، سنن، زبان و فرهنگ اقلیت های موجود در قلمروش انجام می‌دهد؟

ب) اختیار خلاق

به نظر می‌رسد معمولا دوران شکوفایی توسعه که قرین موفقیت های چشم گیری بوده است، همزمان با تجلی فعالیت خلاق و توان فرهنگی همراه بوده است و یا در پی

آن سر برآورده است. (یونسکو، ۱۳۷۶: ۲۲)

اما انسان تا کنون بیشتر در بکار گیری خلاقیت خود در هنر، علم و فن آوری موفق بوده است تا در ابداع و نوآوری اجتماعی. درحالیکه هر جامعه ای با نشان دادن خلاقیت است که هدف هایش را تحقق می بخشد. خلاقیت و فرآیندهای سازمانی باید در هم آمیزند، با هم سازگار شوند تا نهاد های اجتماعی به بازدهی کامل دست یابند. از این دیدگاه، خلاقیت چیزی خاص، منحصر به آدمهایی خاص، در موقعیت هایی خاص نیست، بلکه به همه تعلق دارد. (پرز دکوئیار ۱۳۷۷: ۸۸)

برای ارزیابی این شاخص از فهرست سنجه های زیر کمک می گیریم:

۱- هزینه های مصرف تولیدات و فعالیتهای فرهنگی

اهمیت مصرف کالاها و خدمات فرهنگی در حمایت اقتصادی از فعالیت خلاقانه است. مصرف می تواند به چهار دسته تقسیم شود: مصرف دولتی، مصرف غیر دولتی (شرکتها، دانشگاه ها و موسسات)، مصرف خانگی و مصرف توریستی. بدون شک در اثر این مصارف، نسخه برداری و استاندارد سازی افزایش می یابد اما بازار محصولات جدید نیز افزایش خواهد یافت.

۲- آفرینش محصولات جدید بدین معنی که :

- چه تعداد عنوان جدید کتاب، مجله و روزنامه تولید شده است و اینها هر چند وقت یکبار به چاپ می رسند؟

- چه تعداد اجرای جدید موسیقی و هنرهای نمایشی صورت گرفته است؟

- چه تعداد اجرای جدید نمایش، تئاتر و اپرا صورت گرفته است؟

- چه تعداد آواز جدید ضبط شده است؟

- چه تعداد نقاشی و عکس و مجسمه جدید فروخته شده است؟

- به چه تعداد طرح ساختمانی ماموریت داده شده است؟

- چه تعداد فیلم، برنامه تلویزیونی، رادیویی یا ویدئویی تولید شده است؟

۳- شمار کسانی که مستقیماً درگیر فعالیتهای خلاقانه هستند

بخشی از تحقق گسترش خلاقیت در جامعه، به شمار کسانی که مانند نقاشان، شاعران و هنرمندان نمایشی به عنوان یک حرفه به فعالیت خلاقانه می پردازند بستگی دارد. تعداد زیادی از مردم بصورت پاره وقت و بعنوان شغل دوم به این فعالیتهای می پردازند و بسیاری هم مانند شاعران و عکاسان غیر حرفه ای در اوقات فراغت خود و بصورت تفریحی مشغول فعالیت های خلاقانه هستند. اما زمانی می توانیم این افراد را

در فعالیت خلاقانه به شمار آوریم که تاثیر حیاتی بر جامعه و گسترش خلاقیت داشته باشند. در این زمینه بیانهای جمعی خلاقیت مانند برگزاری جشنواره نیز اهمیت دارد.

ج) گفت و گوی فرهنگی

به گفته "کلود لوی اشترواس"، مردم شناس فرانسوی، تمامی فرهنگ ها آمیزه ای از مبادلات و دادو ستدها هستند. یکی از عواملی که به نظر می رسد در پیشرفت یک فرهنگ نقش داشته باشد، گشودی فرهنگی در مقابل ایده های دیگر به همراه تمایل و قابلیت جذب و همسان سازی آنها در قالب فرهنگی خود است. اگر تغییراتی که محصول ارتباط بین فرهنگ و توسعه هستند، متأثر از عوامل داخلی و خارجی باشند، در آن صورت اجتماعی که در خود فرو رفته و حالت دفاعی به خود بگیرد، اقبال منتفع شدن از تاثرات خارجی را از دست می دهد. (یونسکو، ۱۳۷۶: ۲۳)

برای زندگی در کنار هم، مردم باید قادر به فهم دیگران و برقراری ارتباط با آن باشند. فقدان ارتباط، به برخورد، خشونت و گسستگی اجتماعی منجر می شود. گفتگوی فرهنگی را می توان از ترکیب سه دسته هم وزن زیر دریافت:

۱- سواد و آموزش

برقراری ارتباط مفید میان فرهنگهای مختلف، وقتی که خیلی از گروهها از آموزش کمی برخوردارند، به سختی امکان پذیر است.

۲- ابزارهای پایه ای برقراری ارتباط در جامعه

وجود ابزارهای پایه ای لازم برای برقراری ارتباط و میزان دسترسی مردم به این ابزارها، عامل مهم دیگری برای گفتگوی فرهنگی است. آمارهایی در مورد تیراژ مطبوعات، عناوین کتاب های چاپ شده و تعداد نسخه های هر چاپ، رسانه هایی چون رادیو، تلویزیون و اینترنت در این زمینه اهمیت فوق العاده ای می یابد. همچنین اطلاعاتی در مورد توانایی مردم در به کار گیری و مدیریت ابزارهایی چون مودم و سواد کامپیوتری آنها نیز می تواند ارزشمند باشد.

۳- تنوع و تبادل فرهنگی

در این بخش، کشورها از لحاظ تونایی های زبانی مردمشان ارزیابی می شوند. به عنوان نمونه آیا مردم به همان خوبی که زبان رسمی کشور را فرا می گیرند، زبان مادری خود را نیز می آموزند؟ بدین ترتیب تیراژ روزنامه ها به زبان های مختلف

اهمیت می یابد. وسعت ترجمه های انجام شده در سطح یک کشور نیز می تواند یک افق جدید اطلاعاتی در زمینه تبادل و تغییرات فرهنگی باشد.

ارتباطات و توسعه فرهنگی

جایگاه ارتباطات در برنامه ریزی های توسعه از دو جهت شایان توجه است؛ وسایل و امکانات گوناگون ارتباطی از یک سو جزئی از عوامل آگاهی دهی و هماهنگ سازی و سازمان دهی مورد نظر در ارائه و اجرای طرح های مختلف توسعه به شمار می روند و در جلب همکاری ها و مشارکت های عمومی برای تامین نتایج مطلوب آنها نیز تاثیر تعیین کننده دارند. از سوی دیگر خود به عنوان شاخص های توسعه، مانند درآمد سرانه و سطح سواد و همچنین به عنوان زمینه های اصلی توسعه مانند کشاورزی، صنعت، آموزش و بهداشت، در برنامه های توسعه ملی جایگاه ممتازی دارند. (معمدنژاد، ۱۳۷۷: ۴-۲)

آنچه از نقش ارتباطات در توسعه مد نظر این مقاله است، وجه اول این نقش است. بدین معنی که کارکردهای رسانه که در اینجا منظور وبلاگ است، خود می تواند در توسعه فرهنگی یک کشور نقش داشته باشد. همانطور که از بخش های قبل نیز بر می آید، ستون دموکراتیک توسعه فرهنگی، بازسازی حقوق شهروندی از طریق ارتقا دسترسی به فضاهای فرهنگی و مشارکت در آن فضا است که به طور فزاینده ای در رسانه های جمعی متمرکز شده است. از نظر "گارنهام" تنها تعریف قابل قبول از توسعه فرهنگی، تعریفی است که بر منابع لازم برای مشارکت فرهنگی (دسترسی به ابزارهای تولید، توزیع و مصرف فرهنگی) تاکید دارد. (Raby & others, 1994:1-8)

پائولو فریره معتقد است مردم در کنار علاقه مندیشان به دریافت پیام، به همان میزان نیازمند و علاقه مند به انتشار و انتقال اندیشه های خود به دیگران هستند. این بیان به منزله طرح یک "فرا گرد ارتباطی مشارکتی" است. (رضوی زاده، ۱۳۷۹: ۵۵)

بنابراین در ارتباطات توسعه، ارتباط باید دو سویه و افقی و یا به عبارت دیگر "مشارکتی" باشد. در توسعه پایدار نیز مشارکت جوامع محلی امری ضروری جهت موفقیت طرحهای توسعه است. بگونه ای که "اینیاسی زاكس" (۱۳۷۳: ۴۴) رکن اول توسعه پایدار را "استقلال و سیاست بومیان در امر تصمیم گیری" می داند.

یکی از تازه ترین و مهم ترین نوآوری های اجتماعی که حتی مفهوم نوینی را نیز آفریده، مفهوم "مشارکت همه جانبه" است. این مشارکت به مردم امکان می دهد که با شرکت مستقیم در فرایند تصمیم گیری یا تاثیر گذاری بر کسانی که قدرت تصمیم گیری دارند، عرصه انتخاب هایشان را گسترده تر کنند. مشارکت همه جانبه بویژه حاوی قدرت اظهار وجود تا حد بیان غنای کامل هویت های فرهنگی تحول یابنده است؛ تحولی که زاده توانایی های آشکار مردم در پاسخ گویی به خواسته ها و آرزوهای خود آنان است. اندیشه هموار ساختن راه مشارکت در تمام سطوح کنش و واکنش اجتماعی جلوه گر می شود؛ در دادن حق سخن گفتن به محرومان، در فراهم آوردن امکان دسترسی ضعیفان و به حاشیه رانده شدگان به ابزارها و لوازم ضروری برای ساختن سرنوشتشان. این اندیشه همچنین در ایجاد نهادهای جدیدی نمودار می شود که می توانند بر کسانی که بگونه ای دموکراتیک به اعمال قدرت می پردازند، نظارت کنند و از آنان حساب پس بگیرند. (پرزدکوئیار، ۱۳۷۷: ۷۷)

دکتر "عظیمی" از رسانه های جمعی به عنوان سومین نهاد تضمین کننده شکوفایی خلاقیت، سرمایه انسانی و توسعه یاد می کند که باید حداقل دارای ۳ ویژگی کلی استقلال، تنوع و فراگیری باشد. (خانیک، ۱۳۸۴: ۱۵۸)

اما یک سؤال مهم این است که کدامیک از رسانه های جمعی برای استفاده مردم کشورهای جهان سوم مناسب تر است؟ آنچنانکه گزارش سازمان ملل نیز حاکی است، هیچ تکنولوژی خاصی را مشخصا نمی توان به عنوان اولویت مناسب برای کشورهای در حال توسعه انتخاب کرد. گزینش باید بر اساس نیازها، شرایط و علایق محلی انجام پذیرد. فناوری نه عنصری اجتماعی و فرهنگی بی طرفی است که فقط محتاج وارد کردن و همسان سازی باشد و نه اختراعی غربی است که وقوف به راز و رمز آن مستلزم پذیرفتن کلیت سبک زندگی و اشکال سازمانی کشورهای آتلانتیک شمالی باشد. آشنایی با هر فناوری جدید، پدیده ای فرهنگی است که تاثیری مستقیم یا غیر مستقیم بر محیط زندگی و رفتارها و ارزش های فرهنگی جامعه به جا می گذارد. بعلاوه ارزشهای فرهنگی جامعه نیز عاملی تعیین کننده در انتخاب و تاثیرات تکنولوژی هستند. (یونسکو، ۱۳۷۶: ۷۵)

در کشورهای در حال توسعه که گستره واقعی رسانه های جمعی به دلیل محدودیت های مالی، تنها به بخش های شهر نشین، مرفه و با سواد جامعه محدود

می شود، استفاده از رسانه های ساده و ارزان می تواند روش بهتری باشد. (بورن، ۱۳۷۹: ۱۶) در عین حال هر چه فن آوری بکار رفته در چارچوب توسعه ساده تر باشد، کارا تر می شود. (همان: ۹۸)

بدین ترتیب گسترش استفاده از اینترنت و نیز افزایش وبلاگ نویسی می تواند در زمینه دست یابی به این نوع نظام رسانه ای که برای توسعه در جهان سوم مناسب است، امیدوارکننده باشد. چرا که سپهر سیبرنیتک نه تنها جریان آزاد اطلاعات را تعالی می بخشد بلکه با گسترش توانایی های توزیع اطلاعات، موجب پیدایی خدمات بی سابقه ای می شود که تنوعی فزاینده دارند. برنامه هایی که برای مخاطبان محدود در نظر گرفته شده اند، شبکه های ارتباط متقابل، آموزشی و سایر شبکه ها از جمله نظام هایی هستند که امروزه به صدها نوع نیاز، سلیقه و علاقه های گوناگون پاسخ می دهند. بعلاوه آسانی تکثیر و انتقال، کنترل و حتی سانسور، پخش و دریافت اطلاعات را برای همه حکومت ها بسیار مشکل تر ساخته است. بدین ترتیب می توان گفت رسانه های روزگار ما به جنبش های مردمی یاری می رسانند، شهروندان آگاه تری ایجاد می کنند و با تقویت دستیابی و مشارکت عمومی در حیات دموکراتیک، در توسعه بشری سهیم می شوند. (پرز دکوئیار، ۱۳۷۷: ۱۲۰) در ادامه مشخصا به موضوع وبلاگ نویسی و نقش آن در ارتقاء شاخص های توسعه فرهنگی می پردازیم:

وبلاگ

وبلاگ یک ساختمان مجازی است که در آن، امکان منعطف ساخت و سازها با ابزار و خدمات فراهم شده و همچنین امکان تعامل همزمان صاحب وبلاگ و کاربران وجود دارد. این فضا برخلاف فضای سایت، یک فضای غیررسمی و با یک ادبیات خودمانی با کاربر و یا حتی مشتری در وبلاگ های تجاری مواجه می شود. قالب وبلاگ به عنوان فضای متعلق به فرد شناخته شده است که از یک پیوستگی پیام برخوردار است. (Kumar & others: 2005)

وبلاگ ها سایت های غالباً به روزی هستند که موضوعات مختلفی را عنوان می کنند و اغلب یادداشت ها و اظهار نظرهایی به همراه دارند و به مقالات و موضوعات مختلف لینک می شوند. این سایت ها بطور سلسله مراتبی و به ترتیب زمانی افکار و کشفیات فرد را شرح می دهند. (خلیلی، ۱۳۸۴: ۲۳) وبلاگ نوعی روزنامه شخصی یا

روزنامه تک نفره است که با استفاده از تکنولوژی اینترنت با خواننده خود ارتباط دو طرفه و با وبلاگ های دیگر ارتباط چند طرفه برقرار می کند. (راديو زمانه: ۸۵/۱۱/۱۸)

همچنین مدير سايت بلاگفا يك تعريف عملياتي از وبلاگ ارائه داده است: وبلاگ شامل حداقل سه بخش تيتري، لينك و توضيحات است و در مرحله بعد تاريخ، قابليت گذاشتن عكس و صوت. وبلاگ فضايي است كه به همه افراد جامعه امكان نوشتن در فضاي وب را مي دهد و در مقايسه با سايت ارزان تر، ساده تر و بدون قوانين محدود كننده است.

خصوصيات عمده اي كه براي وبلاگ مي توان برشمرد، عبارتند از:

- ساختار ارتباطي قوي كه از طريق لينكها و هايپرلينك هاي متعدد صورت مي پذيرد.

- بروز بودن يادداشت ها

- ترتيب قرار گيري يادداشتها بطور معكوس

- امكان ويرايش و بازبيني مطالب

- دسترسي آزاد و همگاني به محتوای وبلاگ ها

- برخورداري از آرشيو (Packet, 2003: 2)

تعداد وبلاگها در ابتدا بسيار اندك بود. چرا كه تنها كساني چنين امكاني داشتند كه دانش ساخت يك وب سايت را بصورت حرفه اي داشتند. در سال ۱۹۹۹ با راه اندازي چندين سرويس رايگان و ارزان قيمت، تعداد وبلاگها ناگهان رو به افزايش نهاد. بطوريكه در سال ۲۰۰۳ تعداد وبلاگها بين ۴/۹ تا ۲/۴ ميليون برآورد شد. تخمين زده مي شود كه در هر ۴۰ ثانيه يك وبلاگ جديد در دنيا متولد مي شود. (خليلي، ۱۳۸۴: ۲۷)

وبلاگها را مي توان بر اساس موضوع به سه دسته تقسيم نمود:

- وبلاگ هاي شخصي: فرد در آن به نوشتن خاطرات روزانه و تجربيات شخصي خود مي پردازد.

- وبلاگ هاي ادبي- هنري: فرد در آن به نگارش آثار ادبي مانند شعر و داستان خود و ديگران مي پردازد.

- وبلاگ هاي سياسي- اجتماعي: فرد به بيان و نقد و بررسي مسائل سياسي- اجتماعي روز جامعه از ديده گاه خود مي پردازد. (همان)

- اما تقسیم بندی دیگری نیز بر مبنای محتوا امکان پذیر است:
- وبلاگ های مبتنی بر زندگی یک فرد: درباره زندگی حال یا گذشته فرد است و می تواند سندی از زندگی انسان ها باشد.
 - وبلاگ های مبتنی بر علایق یک فرد: درباره حوزه (های) مورد علاقه یک فرد است و تفکر نویسنده را منعکس می کند.
 - وبلاگ های مبتنی بر یک موضوع: درباره یک موضوع خاص بطور تخصصی است. در این نوع وبلاگ، فرد اهمیتی ندارد و این مطالب هستند که هویت وبلاگ را مشخص می کنند. (کیبورد آزاد، تاریخ مشاهده: ۸۵/۱۲/۴)

وبلاگ در ایران

با جمع بندی آمار وبلاگ های فارسی از سرویس های مختلف می توان چنین برآورد کرد که مجموعاً بیش از یک میلیون و ۵۰۰ هزار وبلاگ فارسی وجود دارد که حداقل حدود ۱۰۰ هزار آن فعال هستند. (حمید ضیائی پرور، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸۵/۱۲/۴)

در حال حاضر ۵ بلاگ سرویس یا سایت اصلی ارائه دهنده خدمات رایگان وبلاگ نویسی فارسی بر روی اینترنت وجود دارد. پرشین بلاگ، بلاگفا، میهن بلاگ، اسکای و پارسی بلاگ در ایران فعالند و به این آمار باید سایت بلاگر که اکنون زیر مجموعه گوگل قرار گرفته است و سایر وب سایت های خارجی که امکان نویسی به کاربران می دهند، را نیز اضافه کرد همچنین وبلاگ های فراوانی وجود دارند که از سرویس های رایگان وبلاگ نویسی استفاده نمی کنند بلکه با اجازه کردن هاست و دامین اختصاصی و با استفاده از نرم افزارهای وبلاگ نویسی مثل مووبل تایپ یا ورد پرس یا اسپ ریدر منتشر می شوند. آمار این دسته وبلاگ ها به زحمت به ۵ هزار می رسد.

به گفته مهدی بوتراپی، مدیر سایت پرشین بلاگ، در حال حاضر پرشین بلاگ دارای ۶۵۰ هزار وبلاگ ثبت شده است و روزانه بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ نفر کاربر جدید به جامعه پرشین بلاگ اضافه می شود.

وی بر این باور است که هم اکنون از میان ۱۰ میلیون کاربر اینترنت در ایران ۶ میلیون نفر از محتوای وبلاگ‌ها استفاده می‌کنند که پرشین بلاگ در این بین دارای ۴ میلیون مخاطب است.

سرویس‌های بلاگفا با حدود ۴۲۰ هزار وبلاگ، بلاگ اسکای و میهن بلاگ با ۱۵۰ هزار و پارسی بلاگ با ۲۵ هزار وبلاگ فعال در رتبه‌های بعدی قرار دارند. (حمید ضیائی پرور، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸۵/۱۲/۴)

نخستین وبلاگ فارسی، در سال ۱۳۸۰ یعنی تقریباً با ۵ سال تاخیر نسبت به آغاز کار این رسانه در جهان، توسط "سلمان جریری" ایجاد شد. پس از وی "حسین درخشان" وبلاگ شخصی خود را راه اندازی کرد. (خلیلی، ۱۳۸۴: ۲۸)

وبلاگ نویسی و توسعه فرهنگی در ایران

در این بخش به این مطلب می‌پردازیم که وبلاگ نویسی ایرانیان چگونه ممکن است موجب توسعه فرهنگی آنان شود؟ بدین منظور به بررسی ویژگی‌های وبلاگ از چند نظر (فضای مجازی بودن، نوشتاری بودن، امکان بازدید و نظر دادن و امکان طراحی شکل صفحه) پرداخته و اثر این ویژگی‌ها بر شاخص‌های مختلف توسعه فرهنگی را شرح می‌دهیم:

الف) از نظر فضای مجازی بودن

مهمترین پیامد ظهور جهان مجازی در کنار جهان فیزیکی، بازتعریف توسعه اقتصادی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. به اعتقاد دکتر "عاملی"، می‌توان گفت کره جدیدی به به جهان ما اضافه شده است که از آن می‌توان به کره زمین مجازی تعبیر نمود. کره زمین مجازی، جهانی واقعی است که از ظرفیت‌های منعطف، متحرک، غیر مرکزی، به هم پیوسته، دیجیتالی، قابل دسترس و برخوردار از ظرفیت بهره‌وری غیر قابل مقایسه با کره فیزیکی زمین برخوردار است. (عاملی، ۱۳۸۶: ۷)

بدین ترتیب، وبلاگ نیز که یکی از سازه‌های فضای مجازی است، ویژگی‌های مذکور را داراست.

۱- منعطف بودن

منعطف بودن فضای مجازی و از جمله، انعطاف‌پذیری هویت در این فضا، یکی از مهمترین ویژگی‌های آن است. هویت آن لاین، منعطف و تغییر پذیر است چرا که به

گفته "لی اسپرول" در ارتباطات آن لاین، ارتباط در حد کلمات محدود می‌شود و هیچ راهنمای غیرکلامی از فرستنده وجود ندارد.

برای نمونه در مورد نژاد، جنس، سن، طبقه اجتماعی و ... فرستنده پیام، چیزی نمی‌دانیم. بنابراین فرد در فضای مجازی، بدون چهره و بی نام و نشان است. این ویژگی، امکان تولید و توزیع و مصرف آزادانه محتوا را برای وبلاگ نویس فراهم می‌آورد و از سوی دیگر، به وبلاگ نویس اجازه می‌دهد که هویت واقعی خود را آزادانه ابراز کند.

در همین زمینه "ون گلدر" معتقد است که ویژگی بی نام و نشانی در فضای مجازی منجر به خلق مجدد هویت می‌شود. لی اسپرول نیز توضیح می‌دهد که ویژگی بی نامی در تبدلات آن لاین ابزاری برای ظهور آزادانه خصایل ارتباط گر تلقی می‌شود. ارتباط گر در این فضا، در جریان حضور خود، شماری از ویژگی‌ها و خصلت‌ها را خلق می‌کند که باعث می‌شود مخاطبان او را شایسته توجه و اعتماد بدانند. (Amant:2002:3-7)

بدین ترتیب، استفاده از نام مستعار در وبلاگ نویسی، در عین اینکه موجب می‌شود فرد بخشی از هویتش را مخفی کند و به تعبیر دیگر، نقابی به چهره بزند، باعث می‌شود که وبلاگ نویس از بسیاری از جنبه‌های شخصیتش نقاب بردارد. مانند آن جنبه‌هایی که به علت الزامات خانوادگی، اجتماعی، سیاسی و ... مخفی مانده بودند. نام مستعار این امکان را به فرد می‌دهد که آن کسی بشود که در زندگی واقعی نمی‌تواند باشد. به همین دلیل است که خود وبلاگ نویسان ایرانی، در بیان اهداف خود از این امر، علاوه بر دوست یابی، "بروز خودی که به شیوه‌ای دیگر نمی‌توان نشان داد و تا کنون پوشیده بوده و یا سرکوب شده است" را یکی از مهمترین اهداف خود عنوان نموده‌اند. (خلیلی، ۱۳۸۴: ۱۴۲)

بدین ترتیب هویت منعطف فرد در فضای مجازی و امکان استفاده از نام مستعار برای وبلاگ نویس، به تحقق آزادی فکر و بیان و در نتیجه ارتقاء شاخص آزادی فرهنگی که یکی از شاخص‌های توسعه فرهنگی است کمک می‌کند.

۴- متحرک (بی مکان) بودن

تکنولوژی سایبرنتیک امکان برقراری روابط، فراسوی مرزها را فراهم نموده است. به گفته دکتر عاملی، جهان واقعی یک جهان طبیعی و صنعتی و در عین حال محکوم

به استبداد و جبر مکان و زمان است. همه اتفاقات در یک ظرفیت فیزیکی صورت می گیرد و انتقال از یک مکان به مکانی دیگر مستلزم حرکت در مکان و فرایند خطی زمانی است. درحالیکه جهان مجازی که از یک ظرفیت متضاد مادی و فرا مادی برخوردار است، جهانی است کاملاً صنعتی که از استبداد مکان و زمان رها شده است و از ظرفیت کاملاً متفاوت با جهان فیزیکی برخوردار است. (عاملی، ۱۳۸۶: ۹)

این امر در مورد وبلاگ نویسی در ایران نیز مصداق دارد. اگرچه پیمایش "جردن هالوی" که در میان ۳۲۵ وبلاگ نویس ایرانی و از طریق پرسشنامه آن لاین صورت گرفته، نشان می دهد که ۹۳/۵ درصد وبلاگ نویسان فارسی زبان، ایرانی هستند، اما تنها ۴۸/۹ درصد آنها در ایران زندگی می کنند. ۲۰/۹ درصد آنها ساکن کانادا، ۱۰/۲ درصد آنها ساکن امریکا، ۳/۴ درصد ساکن فرانسه و ۲/۸ درصد ساکن انگلستان هستند (Halevi, 2006). به نظر می رسد که وبلاگ های فارسی ایرانیان مقیم خارج می تواند حلقه وصل فرهنگ ایرانی در دو سوی جهان باشند. برخی از اثرات و دستاوردهای این پدیده را می توان به شرح زیر برشمرد:

- ترویج و احیای زبان فارسی در جهان
- انتقال دیدگاه ها و تجربیات و اطلاعات میان ایرانیان در داخل و خارج از کشور
- ایجاد فضای گفتمان سیاسی- اجتماعی میان ایرانیان با سلاقی سیاسی- اجتماعی گوناگون
- کاهش نقش رسانه های فیلتر کننده و واسطه در انتقال اخبار و اطلاعات
- انتقال تجربیات علمی و دانش فنی از طریق خاصیت لینک دهی متراکم و گسترده
- ارتباط نسل جدید ایرانیان مقیم خارج با فرهنگ مادر
- تقویت ارتباطات میان حوزه تمدنی فارسی زبانان
- ارائه تصویری واقعی و شفاف از واقعیت های موجود در ایران و جهان (ضیائی پرور، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸۶/۱۲/۴)
- بدین ترتیب وبلاگ های فارسی زبان به محیطی مناسب برای دادوستد فرهنگی، طرح ایده های جدید و شروع تغییرات مفید مبدل شده اند. جایی که افراد با تبادل تجربه های خود، نوعی گفتگوی فرهنگی یعنی سومین شاخص ارزیابی توسعه فرهنگی را شکل می دهند.

۳- غیرمرکزی (شبکه ای) بودن

ماهیت شبکه ای و ارتباطات افقی در اینترنت، نوعی ارتباطات عادلانه را شکل می دهد که تولید، توزیع و مصرف محتوا در آن، محدود به سلسله مراتب و امتیازات خاصی نیست. از شبکه ای بودن فضای مجازی به "گفتمانی بودن" آن نیز تعبیر شده است. چنانکه پگاه خلیلی، نبود جسمیت در وبلاگ و گفتمانی بودن فضای وبلاگ را موجب تغییر ساختارهای قدرت در این فضا می داند. در نتیجه ساختارهای محدود کننده در محیط واقعی، بواسطه گفتمانی بودن و وجود ابرپیوندها در فضای مجازی ضعیف می شوند و امکان فعالیت گروه های حاشیه ای، با ویژگی های قدرت دهنده، آزادی بخشی و برابری خواهی در فضای مجازی تقویت می شود. به عنوان نمونه، خلق فرصت مناسبی برای گفتن و شنیده شدن، یکی از انگیزه های اصلی زنان وبلاگ نویس عنوان شده است.

زنان در نوشتن وبلاگ، آنچه در دنیای واقعی بواسطه زن بودن از آن منع شده بودند را بروز می دهند و از آنجا که همواره فرصت ها و محدودیت های زنان و مردان متفاوت بوده است، علاقه به شنیدن صدای زنان چون صدایی است که کمتر شنیده شده، بیشتر است. (خلیلی، ۱۳۸۴: ۱۴۷) از تحلیل ۱۰ وبلاگ محبوب ایرانی نیز نتیجه مشابهی بدست می آید. براساس اعلام بلاگ رولینگ، فهرست ۱۰ وبلاگ محبوب ایرانی به این ترتیب است: زیتون، زن نوشت، خورشید خانم، خوابگرد، سردبیر: خودم، زهرا، سرزمین آفتاب، نوشی و جوجه هایش، بهنودی دیگر و الپر. از میان این فهرست، ۶ وبلاگ به نوشتن خاطرات روزمره اختصاص دارد و همگی توسط زنان نوشته می شوند. که نشان می دهد زنان ایرانی در عرصه وبلاگ نویسی، در بیان احساسات، علایق و دغدغه های خود موفق شده اند. نکته ای دیگر در مورد این وبلاگ ها این است که همگی از طرفداران حقوق زنان هستند و نه تنها خوانندگان زن، بلکه خواننده، نظر دهنده و لینک کننده مرد نیز دارند. (ضابط، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸۵/۱۲/۴) با توجه به این تحلیل ها به نظر می رسد که وبلاگ نویسی، امکان مناسبی برای حضور زنان در عرصه تولید محتوای فرهنگی به وجود آورده است. بنابراین، در این زمینه، تبعیضاتی که علیه زنان در سایر بخشهای جامعه و محتوای رسانه ای وجود دارد، مشاهده نمی شود. این عدم تبعیض، خود یکی از وجوه تحقق آزادی فرهنگی است که یکی از شاخص های مهم توسعه فرهنگی محسوب می شود.

اما عدم تبعیض در وبلاگ نویسی، به مسئله زنان محدود نمی شود. در جامعه ایران که بر اساس فرهنگ ایرانی و ارزش احترام به بزرگترها و ریش سفیدها و مسئله پیر سالاری، مجال کمی به جوانان، نوجوانان و کودکان برای ابراز وجود داده می شود، وبلاگ نویسی که امکانی آسان، سریع، غیر تخصصی و در دسترس برای تولید محتواست، تبعیضات سنی را نیز رفع می نماید. بگونه ای که بر اساس پیمایش "جردن هالوی"، متوسط سن وبلاگ نویسان ایرانی ۲۴ سال است. ۹۰/۵ درصد از پاسخگویان نیز ۲۰ تا ۳۲ سال سن داشته اند. یعنی اغلب وبلاگ نویسان ایرانی جوان هستند.

از سوی دیگر، همین پیمایش نشان می دهد که بیشترین وبلاگ نویسان، خود را متعلق به قشر متوسط جامعه دانسته اند. (۳۸ درصد متوسط، ۳۰/۷ درصد متوسط بالا و ۲۱ درصد متوسط پایین) می توان گفت میان میزان شیوع وبلاگ نویسی در قشر بالا و پایین جامعه تفاوت آشکاری ملاحظه نمی شود. (۵/۶ در صد بالا، ۳/۷ درصد پایین) (Halevi, 2006) بدین ترتیب ملاحظه می شود که همانطور که گفته شد، وبلاگ فضایی است که در آن تبعیض زیادی وجود ندارد و این خاصیت، شاخص آزادی فرهنگی را ارتقاء می دهد.

۴- به هم پیوسته (هایپرلینک) بودن

یکی دیگر از ظرفیت های فضای مجازی که در مورد وبلاگ نیز مصداق دارد، به هم پیوسته بودن سایت ها و متن هاست. اغلب وبلاگ های ایرانی شمار زیادی از وبلاگها و سایت های دیگر را در بخش هایی با عنوان پیوند های روزانه، لینکدونی، دوستان، اینا رو می خونم و ... لینک نموده اند. از این طریق، هم خود آنها براحتی قادر خواهند بود به این وبلاگها سر بزنند و هم بازدید کننده وبلاگ آنها امکان آشنایی با وبلاگ های محبوب نویسنده یا مرتبط با محتوای وبلاگ او را خواهد داشت. بدین ترتیب در حاشیه وبلاگ نویسی، گروه هایی تشکیل می شود که بر اساس علایق مشترک و ... شکل گرفته اند. با گسترش این شبکه های ارتباطی، وبلاگ به خوبی نقش یک ابزار برقراری ارتباط را ایفا می کند که می تواند در بالا بردن شاخص گفتگوی فرهنگی و در نتیجه توسعه فرهنگی ایران نقش داشته باشد.

۵- در دسترس بودن

ایران بیشترین کاربر اینترنت را در خاورمیانه دارا می باشد. از میان ۷۰ میلیون ایرانی، ۱۰ میلیون نفر کاربر اینترنت هستند و از این تعداد، ۶ میلیون نفر از محتوای وبلاگ‌ها استفاده می کنند. (ضیائی پرور، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸۵/۱۲/۴) همچنین ۵ سرویس دهنده در ایران خدمات وبلاگ رایگان ارائه می دهند که فرد می تواند با ثبت نامی ساده یک یا چند وبلاگ برای خود ثبت کند. اگرچه تعداد وبلاگ‌هایی که یک فرد می تواند داشته باشد محدودیتی ندارد، ایرانیان معمولاً بیش از یک یا دو وبلاگ ندارند (خلیلی، ۱۳۸۴: ۱۲۱) حتی در صورتی که یک وبلاگ به مدت طولانی به روز نشود، سرویس دهنده مربوطه، اقدامی جهت حذف آن انجام نمی دهد. بدین ترتیب وبلاگ به عنوان رسانه‌ای در دسترس که استفاده از آن راحت و ارزان است، یکی از ابزارهای پایه‌ای برقراری ارتباط در ایران است و بر شکل‌گیری گفتگوی فرهنگی اثر می گذارد.

ب) نوشتاری بودن

بدنه اصلی هر وبلاگ، از متن نوشتاری آن تشکیل می شود. مهمترین هدف هر وبلاگ نویس نیز در همین بخش تجلی می یابد. چنانکه تمرین نوشتن، بیان احساسات و عقاید و گفتن از خود و مسائل مربوط به خود در راستای رشد فردی، مبارزه با خود سانسوری و غلبه بر ضعف‌ها از مهمترین اهداف وبلاگرهای شخصی بوده است. همچنین ارائه، انتشار و نقد آثار در راستای ارتقای آنها مهمترین هدف وبلاگرهای ادبی - هنری و بیان مطالب سانسور شده در راستای پوشش اخبار مهمترین هدف وبلاگرهای سیاسی - اجتماعی عنوان شده است. (همان: ۱۲۳)

در مورد حجم نوشته‌ها در وبلاگ، به عنوان نمونه پرشین بلاگ حدود ۱۴ میلیون واحد محتوایی (یادداشت و نظر) در سرورهای خود ذخیره کرده است. از نظر وبلاگ‌های فعال نیز این سرویس دهنده اعلام کرده که هم اکنون ۸۰ تا ۱۰۰ هزار وبلاگ فعال داشته و میانگین تعداد یادداشت‌ها در طول یک روز بیش از ۱۸۰۰ یادداشت می باشد. این نوشتن و انتشار، آفرینشی خلاقانه محسوب می شود و شاخص اختیار خلاق را ارتقاء می دهد. این امر خاص ایرانیان هم نیست چنانکه نتایج نظرسنجی موسسه امریکایی "پیو"، که جولای ۲۰۰۶ انتشار یافت، نشان می دهد که ۷۷ درصد پرسش‌شوندگان انگیزه شان در انتشار وبلاگ را بیان خلاقانه نظرات و دریافت‌هایشان عنوان

کرده اند. از سوی دیگر، آزادی وبلاگ نویسان در تولید، انتشار و مصرف محتوای مورد نظرشان در هر زمینه ای، شاخص آزادی فرهنگی را بالا می برد چنانکه اغلب وبلاگ نویسان ایرانی، وبلاگ را برای ابراز گرایشات سیاسی و عاشقانه خود مناسب دانسته اند. در تاکید بر نقش مهم وبلاگ در آزادی بیان، برخی آن را با روزنامه آزاد مقایسه کرده اند. به عنوان نمونه رادیو زمانه، در ۱۸ بهمن ماه نوشت: در کشوری که کنال های ارتباطی رسانه ای زیر نظارت دولت است، وبلاگستان می تواند نقش مضاعف روزنامه آزاد را در خبررسانی و تحلیل خبر و انتقاد فرهنگی یا سیاسی داشته باشد و در مجموع، برای گسترش اصلاحات و دموکراسی روشنگری کند. همچنین وبلاگ می تواند مکمل نقش روزنامه باشد. بطوری که گفته می شود بهترین دروازه برای ورود یک روزنامه نگار به دنیای اینترنت، وبلاگ شخصی اوست. چرا که وبلاگ مفر و محلی است برای روزنامه نگاران که می توانند اصل مطالب خود را بدون فیلتر و بصورت سانسور نشده در آن منتشر کنند. از زاویه ای دیگر، این آزادی بیان وبلاگ، خود عامل رشد سریع وبلاگ نویسی در ایران قلمداد می شود. تصور بر این است که شرایط سیاسی موجود در داخل کشور، مانند سانسور های خبری در مطبوعات و رسانه های صوتی و تصویری و یکسویه بودن جریان اخبار در جامعه عامل مهمی در رشد وبلاگ هاست و به همین سبب بسیاری از وبلاگ ها جنبه سیاسی دارند چرا که صاحبان آنها جایی برای انتقاد و طرح مسائل سیاسی بصورت آزاد و امن نیافته اند.

نکته ای که نباید از خاطر برد، زبان وبلاگ نویسی است. زبان وبلاگ ایرانی زبانی غیر رسمی و محاوره ایست که از صمیمیت بر می خیزد و در جستجوی سریع ترین و راحت ترین شکل برقراری ارتباط است. به اعتقاد رادیو زمانه، در وبلاگستان، آماتوریزم بیانی، نوعی ارزش محسوب می شود که می خواهد از نخبه گرایی روشنفکرانه و نخوتی که همراه آن است فاصله بگیرد. بدین ترتیب زبان وبلاگ ایرانی وجهی از دموکراتیک بودن آن تلقی می شود. کلیه این موارد که به آزادی بیان وبلاگ نویسان یاری می رساند، در جهت تامین آزادی فرهنگی موثر است.

ج) امکان بازدید و نظر دادن

اگرچه نوشتن اصلی ترین فعالیت در زمینه وبلاگ است اما این نوشتن با خواندن و نظر دادن و لینک دادن به مطلب مربوطه همراه است. طبق آمار، ۹۴/۹ درصد وبلاگ نویسان ایرانی بیش از روزی یکبار از سایر وبلاگهای ایرانی بازدید می نمایند. ۴۰/۶

درصد آنها حداقل هر چند روز یکبار و ۴/۶ درصد آنها یکبار در هفته وبلاگ می خوانند. این آمار که از پیمایش آنلاین جردن هالوی بدست آمده است، نشان می دهد که ۹۰/۱ درصد از وبلاگ نویسان ایرانی، حداقل هفته ای یک بار بر محتوای دیگر وبلاگ های ایرانی استفاده می نمایند (Halevi, 2006) اما بازدید از وبلاگ ها، منحصر به وبلاگ نویسان نیست و حتی کسانی که خود وبلاگ نمی نویسند، به وبلاگ های محبوب خود سر می زنند. آمار بلاگفا نشان می دهد که بازدید از صفحات این سایت، در بیشتر روزها بیش از یک میلیون است. آمار ماهیانه این سایت به مرز ۳۵ میلیون بازدید رسیده است که با اندکی تفاوت، بیش از آمار سایت پرشین بلاگ است. (ضیائی پرور، منبع اینترنتی، تاریخ مشاهده: ۸۵/۱۲/۴)

این حجم بالای بازدید و مطالعه مطالب وبلاگ های ایرانی، به معنای صرف وقت و انرژی و احتمالاً پول برای مصرف تولیدات فرهنگی است و شاخص اختیار خلاق را از میان شاخص های توسعه فرهنگی بالا می برد.

علاوه بر مطالعه وبلاگ، بازدیدکنندگان در اغلب موارد این امکان را دارند که روی مطالب درج شده، نظر (کامنت) بدهند. در مواردی، این نظرها روی مطلب بعدی نویسنده تاثیر گذار است یا باعث شکل گیری نوعی گفتگو میان وبلاگ نویس و بازدید کننده از این طریق می شود. این امر حتی می تواند به انگیزه اصلی وبلاگ نویسی مبدل شود. در نظرسنجی مذکور موسسه پیو، ۳۷ درصد پاسخگویان، تبادل نظر و گفتگو با دوستان را انگیزه خود برای وبلاگ نویسی عنوان نموده اند. در لابلای این گفتگوها، افراد ایده های یکدیگر را نقد می کنند، تجربیات خود را در زمینه مورد نظر برای یکدیگر بازگو می کنند و نظرات جدیدی ارائه می دهند. بدین ترتیب بخش نظرات وبلاگ به قسمت فعالی در زمینه برقراری ارتباط و گفتگوی فرهنگی تبدیل می شود. ازسوی دیگر این بخش امکان مناسبی برای ارتباط روزنامه نگار و مخاطبانش فراهم می کند. بازخوردی که روزنامه نگار در فرایند اطلاع رسانی نیازمند آن است، در دفتر روزنامه به بخش روابط عمومی یا سایر بخش های غیر مرتبط باز می گردد درحالیکه اگر مقاله ای در وبلاگ منتشر شود، بازخورد آن بدون هیچ واسطه ای به روزنامه نگار می رسد.

د) امکان طراحی شکل صفحه

هر سایت سرویس دهنده وبلاگ در ایران، دارای چند قالب آماده برای طرح صفحه است که وبلاگ نویس می تواند متناسب با موضوع وبلاگش، محتوای مطالب آن و سلیقه خود، یکی از آنها را انتخاب نماید. اما این امر محدود به قالب های آماده نمی گردد و امکان ویرایش قالب برای وبلاگ نویس براحتی وجود دارد. تغییر رنگ، افزودن یا کاستن بخش های حاشیه ای وبلاگ، تغییر نام این بخش ها، افزودن شعار، شعر یا پیامی که به اشکال مختلف مانند نوار متحرک در بالای صفحه یا پنجره ای مجزا به چشم برسد، استفاده از موسیقی و تصویر پس زمینه، عکس و انیمیشن و در نهایت استفاده از صورتک های کارتونی برای بیان عواطف در لابلای مطالب از جمله امکاناتی است که هر وبلاگ نویس می تواند بگونه ای خلاقانه از آنها استفاده کند.

طراحی شکل صفحه توسط وبلاگ نویس، نوعی آفرینش هنری جدید محسوب می شود. بدین ترتیب هر وبلاگ نویس، به هنرمندی تبدیل می شود که به کاری خلاقانه مشغول است. این امر شاخص اختیار خلاق را که دومین شاخص توسعه فرهنگی است، ارتقاء می دهد.

بدین ترتیب، وبلاگ به عنوان یکی از سازه های فضای مجازی که در دسترس همه کاربران اینترنت است و استفاده از آن نیز بسیار آسان است، قابلیت های زیادی برای فعالیت فرهنگی کاربران و ارتقاء شاخص های توسعه فرهنگی دارد.

نتیجه گیری

یکی از کوتاه ترین و شفاف ترین تعاریف موجود از توسعه فرهنگی، بر دسترسی به ابزارهای تولید، توزیع و مصرف فرهنگی تاکید می کند. (Raby & others, ۱۹۹۴:۸) با توجه به این تعریف و این نکته که وبلاگ یکی از سازه های فضای مجازی است که ویژگی ها و قابلیت های آن از جمله انعطاف پذیری، متحرک بودن، شبکه ای بودن، به هم پیوسته بودن و ... را دارد. علاوه بر آن، این رسانه نوشتاری، امکان نامحدود بازدید و نظر دادن و نیز امکاناتی در جهت طراحی شکل ظاهری صفحه به کاربر می دهد. از این جهت، وبلاگ نویسی می تواند در ارتقاء شاخص های توسعه فرهنگی از جمله آزادی فرهنگی، اختیار خلاق و گفت گوی فرهنگی موثر باشد.

به عنوان نمونه هویت منعطف فرد در اینترنت و امکان استفاده از نام مستعار در وبلاگ نویسی، آزادی فکر و بیان قابل ملاحظه‌ای برای وبلاگر به همراه می‌آورد. بی‌مکان بودن این رسانه، امکان برقراری ارتباط و گفت‌گویی فرهنگی میان ایرانیان در سراسر دنیا را فراهم ساخته است. شبکه‌ای بودن آن و تغییر ساختارهای مرسوم قدرت بر تبعیضات فرهنگی غالب آمده و به گروه‌های به حاشیه رانده شده و ضعیف جامعه همچون زنان و جوانان امکان ابراز وجود می‌دهد. دردسترس بودن وبلاگ، از جمله ارزان بودن و سهولت استفاده از آن، علاوه بر رفع تبعیض طبقاتی در زمینه تولید محتوا، وبلاگ را به یکی از ابزارهای پایه‌ای برای برقراری ارتباط در این جامعه تبدیل نموده است. نوشتار بودن وبلاگ علاوه بر آنکه خود، آفرینشی خلاقانه است و شمار افرادی که کار خلاقانه می‌کنند را افزایش می‌دهد، با روزنامه نگاری آزاد قابل مقایسه است و از این نظر، شاخص آزادی بیان را در میان شاخص‌های توسعه فرهنگی افزایش می‌دهد. امکان بازدید و نظر دادن روی وبلاگ، از سویی به معنای مصرف محتوای خلاقانه و از سوی دیگر موجد گفتگوی فرهنگی است و باب گفت و شنود نقد و طرح ایده‌های جدید را باز می‌کند. در پایان، امکانات طراحی خلاقانه در فضای وب، وبلاگ نویسان را به هنرمندی تبدیل نموده که خلاقیت خود را در این فضا شکوفا می‌کند. بطور کلی می‌توان گفت: روی آوردن فزاینده ایرانیان به وبلاگ نویسی، بر ارتقاء برخی از شاخص‌های توسعه فرهنگی از جمله عدم تبعیض، آزادی فکر و بیان، تولید و مصرف محتوای جدید، برقراری ارتباط و تبادل فرهنگی تاثیرگذار است.

به نظر می‌رسد، بویژه در کشوری چون ایران که محدودیت‌هایی از قبیل انحصار رسانه‌ای، سانسور، نظارت دولت مرکزی و غیر محلی، فشار سیاست‌های فرهنگی، فرهنگ سنتی و گرایش به یکسان سازی وجود دارد، رشد وبلاگ‌نویسی می‌تواند چشم‌اندازی روشن در جهت دستیابی بیشتر به توسعه فرهنگی باشد.

منابع

- بون، اد . بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ۱۳۷۹
- پرز دکوئیار، خاویر. تنوع خلاق ما، گزارش کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه، ترجمه گروه مترجمان، تهران: مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، چاپ اول ۱۳۷۷
- خانیکی، هادی (۱۳۸۴) ارتباطات توسعه کاوشی در تعاریف مسئله بنیاد، فصلنامه رسانه، سال شانزدهم شماره ۴
- خلیلی، پگاه . وبلاگ نویسی در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ۱۳۸۴
- رضوی زاده، سید نوالدین . ارتباطات و توسعه با نگاهی به نقش ارتباطات در توسعه روستایی، فصلنامه رسانه، سال یازدهم، شماره دوم ۱۳۷۹
- زاکس، اینیاسی . بوم شناسی و فلسفه توسعه ترجمه سید حمید نوحی تهران موسسه فرهنگی کیان ۱۳۷۳
- عاملی، سعیدرضا . ارزیابی فضای مجازی ایرانی، تهران: شورای عالی اطلاع رسانی- گروه ارتباطات و موسسه مطالعات آمریکای شمالی و اروپای دانشگاه تهران ۱۳۸۵
- معتمد نژاد، کاظم . ارتباطات توسعه و توسعه ارتباطات در ایران، نقش ارتباطات در پیشبرد برنامه های توسعه ملی و اهمیت بر نامه ریزی برای توسعه ارتباطی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی ۱۳۷۷
- یونسکو . فرهنگ و توسعه: رهیافت مردم شناختی توسعه، ترجمه: نعمت الله فاضلی / محمد فاضلی، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۷۶
- Amant, Kirk . When Cultures and Computers Collide, University of Minnesota 2002
- Halevi, Jordan . Preliminary quantitative data on the Readership of select Iranian weblogs. 2006
- Kumar, R., Novak, J. , Raghavan, P. , Tomkins,A. On the Bursty Evolution of Blogspace, World Wide Web, v.8, n.2, pp.159-178. (2005)
- Mc King Li, Terry. Cultural Indicators of -Development, available in: www.unesdoc.org 1997
- Raby,M., Bernier,I., Sauvageau,F. & Atkinson,D. (1994) Cultural Development and Open Economy, Canadian Journal of Communication, vol.19, no.3
- www.freekeyboard.net کیبورد آزاد
- www.radiozamaneh.com رادیو زمانه
- www.reporter.ir حمید ضیائی پرور
- http://www.weblogvar.persianblog.com شادی ضابط