

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی

گروه علوم ارتباطات

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: روزنامه‌نگاری

عنوان:

مقایسه بین روزنامه‌نگاری مطبوعاتی با روزنامه‌نگاری وبلاگی

از دیدگاه روزنامه‌نگاران وبلاگ‌نویس

استاد راهنما:

دکتر احمد توکلی

استاد مشاور:

دکتر امیدعلی مسعودی

پژوهشگر:

محمود سلطان آبادی

تابستان ۱۳۹۰

تقدیم به پدر و مردم

به پاس زحمات پراج و بی پایان شان

از زحمات بی‌دریغ استاد ارجمندم دکتر احمد توکلی
که در طول انجام پژوهش همواره همراهم بودند
و نیز از دکتر امیدعلی مسعودی که نکات ارزنده‌ای
را به من یادآوری کردند، صمیمانه قدردانی می‌کنم.

بسمه تعالی

تعهذنامه اصالت پایان‌نامه کارشناسی ارشد

اینجانب محمود سلطان‌آبادی دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۸۰۶۴۹۶۸۷۰۰ در رشته علوم ارتباطات - روزنامه‌نگاری که در تاریخ ۱۳۹۰/۰۶/۲۸ از پایان‌نامه خود تحت عنوان «مقایسه بین روزنامه‌نگاری مطبوعاتی با روزنامه‌نگاری وبلاگی از دیدگاه روزنامه‌نگاران وبلاگ‌نویس» و با کسب نمره ۱۹/۷۵ و درجه عالی دفاع نموده‌ام، بدین وسیله متعهد می‌شوم:

۱. این پایان‌نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان‌نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه‌های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده‌ام.
۲. این پایان‌نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم‌سطح، پایین‌تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
۳. چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و... از این پایان‌نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
۴. چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی: محمود سلطان‌آبادی

تاریخ و امضاء: ۱۳۹۰/۰۶/۳۱

بسمه تعالی

در تاریخ ۱۳۹۰/۰۶/۲۸

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای محمود سلطان آبادی از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۹/۷۵ به حروف نوزده و هفتاد و پنج صدم و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
ن	پیشگفتار.....
۱	فصل اول: طرح تحقیق.....
۲	۱-۱ مقدمه.....
۳	۲-۱ بیان مسئله.....
۶	۲-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق.....
۸	۳-۱ اهداف تحقیق.....
۸	۱-۳-۱ هدف کلی.....
۸	۲-۳-۱ اهداف جزئی.....
۹	۴-۱ سؤالات و فرضیه‌های تحقیق.....
۹	۱-۴-۱ سؤالات تحقیق.....
۹	۲-۴-۱ فرضیه‌های تحقیق.....
۱۰	۶-۱ تعریف عملیاتی مفاهیم و واژگان.....
۱۰	۱-۶-۱ وبلاگ.....
۱۱	۲-۶-۱ روزنامه‌نگار حرفه‌ای.....
۱۱	۳-۶-۱ خبر.....
۱۱	۴-۶-۱ اعتبار منبع.....
۱۲	۷-۱ تاریخچه وبلاگ و وبلاگ‌نویسی.....
۱۲	۱-۷-۱ اولین وبلاگ‌ها.....
۱۳	۲-۷-۱ رشد وبلاگ‌نویسی.....
۱۵	۳-۷-۱ انفجار بزرگ وبلاگ‌نویسی.....
۱۶	۴-۷-۱ وبلاگ‌نویسی در ایران.....
۲۳	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....
۲۴	۱-۲ مقدمه.....

۲۵	۲-۲ پیشینه تحقیق
۲۵	۲-۲-۱ پیشینه تحقیق در ایران
۲۷	۲-۲-۲ پیشینه تحقیق در خارج از ایران
۳۶	۳-۲ چارچوب نظری تحقیق
۳۶	۱-۳-۲ حوزه عمومی و نسبت آن با وبلاگ نویسی
۳۹	۳-۳-۲ اعتبار منبع
۴۳	۳-۳-۲ دروازه بانی خبر
۴۷	۴-۳-۲ نظریه برجسته سازی
۵۱	۴-۲ ادبیات تحقیق
۵۱	۱-۴-۲ وبلاگ چیست؟
۵۴	۲-۴-۲ ویژگی های وبلاگ
۵۶	۳-۴-۲ کاربردها و مزایای وبلاگ ها
۵۹	۴-۴-۲ طبقه بندی انواع وبلاگ ها
۶۲	۵-۴-۲ انگیزه های وبلاگ نویسی
۶۳	۶-۴-۲ محتوای وبلاگ ها
۶۵	۷-۴-۲ مخاطبان وبلاگ ها
۶۷	۸-۴-۲ آیا وبلاگ نویسی نوعی روزنامه نگاری است؟
۷۴	۹-۴-۲ تفاوت های وبلاگ نویسی با روزنامه نگاری
۷۷	۱۰-۴-۲ تأثیر وبلاگ نویسی بر روزنامه نگاری
۸۲	۱۱-۴-۲ وبلاگ نویسی روزنامه نگاران
۹۲	۱۲-۴-۲ روزنامه نگاری شهروندی
۱۰۳	۱۳-۴-۲ طبقه بندی وبلاگ های روزنامه نگاری
۱۱۳	۱۴-۴-۲ اصول اخلاقی روزنامه نگاری در وبلاگ نویسی
۱۱۸	۱۵-۴-۲ نظام نامه اخلاقی وبلاگ نویسان
۱۲۱	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۱۲۲	۱-۳ مقدمه
۱۲۳	۲-۳ روش تحقیق

۱۲۳	۳-۳ جامعه آماری.....
۱۲۴	۴-۳ روش نمونه‌گیری.....
۱۲۴	۵-۳ حجم نمونه.....
۱۲۵	۶-۳ تکنیک تحقیق.....
۱۲۶	۷-۳ روش تجزیه و تحلیل اطلاعات.....
۱۲۶	۱-۷-۳ آمار توصیفی.....
۱۲۶	۱-۷-۳ آمار استنباطی.....
۱۲۷	۸-۳ روایی و پایایی تحقیق.....
۱۲۷	۱-۸-۳ اعتبار و روایی.....
۱۲۷	۲-۸-۳ پایایی یا قابلیت اعتماد.....
۱۲۸	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۲۹	۱-۴ مقدمه.....
۱۳۰	۲-۴ تجزیه و تحلیل توصیفی.....
۱۷۲	۳-۴ تجزیه و تحلیل استنباطی.....
۱۸۴	فصل پنجم: نتایج تحقیق
۱۸۵	۱-۵ مقدمه.....
۱۸۵	۲-۵ نتایج تحقیق.....
۱۸۸	۱-۲-۵ سیمای پاسخگویان.....
۱۸۹	۲-۲-۵ خلاصه نتایج سؤالات اساسی تحقیق.....
۱۹۶	۳-۲-۵ خلاصه نتایج فرضیه‌ها.....
۱۹۷	۳-۵ پیشنهادات تحقیق.....
۱۹۸	فهرست منابع.....
۱۹۸	الف. فارسی.....
۲۰۴	ب. انگلیسی.....

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۱۳۱.....	جدول شماره ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۱۳۲.....	جدول شماره ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۱۳۳.....	جدول شماره ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب تحصیلات
۱۳۴.....	جدول شماره ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سابقه کار مطبوعاتی
۱۳۵.....	جدول شماره ۵. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب حوزه مشغول به فعالیت
۱۳۷.....	جدول شماره ۶. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سمت آنها در تحریریه
۱۳۸.....	جدول شماره ۷. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مدت زمان به روز کردن وبلاگشان
۱۳۹.....	جدول شماره ۸. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگها در کارشان
.....	جدول شماره ۹. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب اعتقاد به روزنامه نگاری بودن وبلاگ نویسی
۱۴۰.....
۱۴۱.....	جدول شماره ۱۰. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب انگیزه آنها از وبلاگ نویسی
.....	جدول شماره ۱۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب دادن آزادی عمل کامل وبلاگها به روزنامه نگاران برای نوشتن و تفسیر عقاید خود
۱۴۳.....
.....	جدول شماره ۱۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوشتن نظر و عقیده شخصی وبلاگ نویسان برخلاف روزنامه نگاران درباره یک خبر
۱۴۴.....
.....	جدول شماره ۱۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب ارائه دیدگاه شخصی به اخبار و رویدادها در وبلاگ نویسی در مقایسه با روزنامه نگاری
۱۴۵.....
.....	جدول شماره ۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب استفاده از اول شخص مفرد (من) در وبلاگها
۱۴۶.....
.....	جدول شماره ۱۵. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وجود نداشتن قانونی مشخص برای وبلاگ نویسان
۱۴۷.....
.....	جدول شماره ۱۶. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب پرداختن به موضوعات خطوط قرمز مطبوعات به وسیله وبلاگها
۱۴۸.....

- جدول شماره ۱۷. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب افزودن رعایت قاعده بی طرفی
از سوی روزنامه‌نگاران به وسیله وبلاگ‌نویسی..... ۱۴۹
- جدول شماره ۱۸. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب دشوار و گاه غیرممکن بودن
کنترل وبلاگ‌ها از سوی حکومت‌ها برخلاف مطبوعات..... ۱۵۰
- جدول شماره ۱۹. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب ایجاد فرصتی برای ارائه دیدگاه‌ها،
نقد سیاست‌ها و انجام بحث عمومی بدون تن دادن به محدودیت‌های مطبوعات
از سوی وبلاگ‌ها..... ۱۵۱
- جدول شماره ۲۰. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب اعتقاد به رعایت معیارهای اخلاقی
روزنامه‌نگاری به وسیله وبلاگ‌ها به وسیله وبلاگ‌ها..... ۱۵۲
- جدول شماره ۲۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب تأثیر زبان ساده وبلاگ‌نویسان بر
شیوه نگارش روزنامه‌نگاران مطبوعاتی..... ۱۵۳
- جدول شماره ۲۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب استفاده وبلاگ‌ها از
زبان غیررسمی..... ۱۵۴
- جدول شماره ۲۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب پرداختن وبلاگ‌ها به اخبار
غیررسمی، خاص و حاشیه‌ای..... ۱۵۵
- جدول شماره ۲۴. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب تأکید وبلاگ‌نویسان بر انتقاد
از مطبوعات به جای تولید خبر..... ۱۵۶
- جدول شماره ۲۵. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب بیشتر کردن فشار ضرب‌الاجل‌ها بر
روزنامه‌نگاران و مطبوعات از سوی وبلاگ‌ها..... ۱۵۷
- جدول شماره ۲۶. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب ایفاء کردن نقش دروازه‌بانی
به وسیله وبلاگ‌نویس‌ها..... ۱۵۸
- جدول شماره ۲۷. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب پررنگ کردن یک خبر یا گزارش
غلط و منحرف کردن توجه عموم از اخبار به وسیله وبلاگ‌ها..... ۱۵۹
- جدول شماره ۲۸. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تأثیر صراحت بیان وبلاگ‌نویسان
در طرح نظرات سیاسی بر محتوای مطالب روزنامه‌نگاران..... ۱۶۰
- جدول شماره ۲۹. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب دشوارتر کردن فرایند برجسته‌سازی
خبر در مطبوعات به وسیله وبلاگ‌ها..... ۱۶۱

- جدول شماره ۳۰. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب رشد پدیده «خبرنگار پشت میز نشین»
به وسیله وبلاگ‌ها ۱۶۲
- جدول شماره ۳۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب معتبر بودن وبلاگ‌ها به عنوان منبعی
برای روزنامه نگاران در پیگیری رویدادها و اخبار ۱۶۳
- جدول شماره ۳۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای دست یافتن به جزئیات رویدادها و اخبار ۱۶۴
- جدول شماره ۳۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای گزارش رویدادها و اخبار دست اول و مهم ۱۶۵
- جدول شماره ۳۴. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای پیدا کردن سرنخ رویدادها و اخبار ۱۶۶
- جدول شماره ۳۵. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای دست یافتن به پیشینه رویدادها و اخبار ۱۶۷
- جدول شماره ۳۶. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب کاهش دقت در خبرنگاری با
بی‌توجهی وبلاگ‌ها به معیارهای اعتبار منع ۱۶۸
- جدول شماره ۳۷. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌هایی
که هویت صاحبان آنها مشخص نیست ۱۶۹
- جدول شماره ۳۸. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌های
عمومی که محدودیت موضوعی ندارند ۱۷۰
- جدول شماره ۳۹. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌های
تخصصی در مطبوعات ۱۷۱
- جدول شماره ۴۰. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌های
افراد مشهور و شناخته شده در مطبوعات ۱۷۲
- جدول شماره ۴۱. توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین جنسیت روزنامه‌نگاران و دیدگاه آنها
در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۳
- جدول شماره ۴۴. نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین جنسیت روزنامه‌نگاران و
دیدگاه آنها در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۴
- جدول شماره ۴۳. توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین سن روزنامه‌نگاران و دیدگاه آنها در
مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۵

- جدول شماره ۴۴. نتایج آزمون خبی دو جهت بررسی رابطه بین سن روزنامه‌نگاران و دیدگاه آنها در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۶
- جدول شماره ۴۵. توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین سابقه کار روزنامه‌نگاران و دیدگاه آنها در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۷
- جدول شماره ۴۶. نتایج آزمون خبی دو جهت بررسی رابطه بین سابقه کار روزنامه‌نگاران و دیدگاه آنها در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۸
- جدول شماره ۴۷. توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین سرویس‌هایی که روزنامه‌نگاران فعالیت می‌کنند و دیدگاه آنها در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۷۹
- جدول شماره ۴۸. نتایج آزمون خبی دو جهت بررسی رابطه بین سرویس‌هایی که روزنامه‌نگاران فعالیت می‌کنند و دیدگاه آنها در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۸۰
- جدول شماره ۴۹. توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین استفاده از مطالب وبلاگ‌ها و دیدگاه روزنامه‌نگاران در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۸۱
- جدول شماره ۵۰. نتایج آزمون خبی دو جهت بررسی رابطه بین استفاده از مطالب وبلاگ‌ها و دیدگاه روزنامه‌نگاران در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۸۲
- جدول شماره ۵۱. توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین اعتقاد به اعتبار منبع وبلاگ‌ها و دیدگاه روزنامه‌نگاران در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۸۳
- جدول شماره ۵۲. نتایج آزمون خبی دو جهت بررسی رابطه بین اعتقاد به اعتبار منبع وبلاگ‌ها و دیدگاه روزنامه‌نگاران در مورد اینکه آیا وبلاگ‌نویسی نوعی روزنامه‌نگاری است ۱۸۴

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۱۳۱.....	نمودار شماره ۱. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب جنسیت
۱۳۲.....	نمودار شماره ۲. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب سن
۱۳۳.....	نمودار شماره ۳. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب تحصیلات
۱۳۴.....	نمودار شماره ۴. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب سابقه کار مطبوعاتی
۱۳۶.....	نمودار شماره ۵. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب حوزه مشغول به فعالیت
۱۳۷.....	نمودار شماره ۶. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب سمت آنها در تحریریه
۱۳۸.....	نمودار شماره ۷. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب مدت زمان به روز کردن وبلاگشان
۱۳۹.....	نمودار شماره ۸. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگها در کارشان
۱۴۰.....	نمودار شماره ۹. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب اعتقاد به روزنامه‌نگاری بودن وبلاگ‌نویسی
۱۴۲.....	نمودار شماره ۱۰. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب انگیزه آنها از وبلاگ‌نویسی
۱۴۳.....	نمودار شماره ۱۱. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب دادن آزادی عمل کامل وبلاگها به روزنامه‌نگاران برای نوشتن و تفسیر عقاید خود
۱۴۴.....	نمودار شماره ۱۲. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب نوشتن نظر و عقیده شخصی وبلاگ‌نویسان برخلاف روزنامه‌نگاران درباره یک خبر
۱۴۵.....	نمودار شماره ۱۳. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب ارائه دیدگاه شخصی به اخبار و رویدادها در وبلاگ‌نویسی در مقایسه با روزنامه‌نگاری
۱۴۶.....	نمودار شماره ۱۴. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب استفاده از اول شخص مفرد (من) در وبلاگها
۱۴۷.....	نمودار شماره ۱۵. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب وجود نداشتن قانونی مشخص برای وبلاگ‌نویسان
۱۴۸.....	نمودار شماره ۱۶. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب پرداختن به موضوعات خطوط قرمز مطبوعات به وسیله وبلاگها

- نمودار شماره ۱۷. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب افزودن رعایت قاعده بی طرفی
از سوی روزنامه‌نگاران به وسیله وبلاگ‌نویسی ۱۴۹
- نمودار شماره ۱۸. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب دشوار و گاه غیرممکن بودن
کنترل وبلاگ‌ها از سوی حکومت‌ها برخلاف مطبوعات ۱۵۰
- نمودار شماره ۱۹. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب ایجاد فرصتی برای ارائه دیدگاه‌ها،
نقد سیاست‌ها و انجام بحث عمومی بدون تن دادن به محدودیت‌های مطبوعات
از سوی وبلاگ‌ها ۱۵۱
- نمودار شماره ۲۰. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب اعتقاد به رعایت معیارهای اخلاقی
روزنامه‌نگاری به وسیله وبلاگ‌ها به وسیله وبلاگ‌ها ۱۵۲
- نمودار شماره ۲۱. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب تأثیر زبان ساده وبلاگ‌نویسان بر
شیوه نگارش روزنامه‌نگاران مطبوعاتی ۱۵۳
- نمودار شماره ۲۲. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب استفاده وبلاگ‌ها از
زبان غیررسمی ۱۵۴
- نمودار شماره ۲۳. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب پرداختن وبلاگ‌ها به اخبار
غیررسمی، خاص و حاشیه‌ای ۱۵۵
- نمودار شماره ۲۴. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب تأکید وبلاگ‌نویسان بر انتقاد
از مطبوعات به جای تولید خبر ۱۵۶
- نمودار شماره ۲۵. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب بیشتر کردن فشار ضرب‌الاجل‌ها بر
روزنامه‌نگاران و مطبوعات از سوی وبلاگ‌ها ۱۵۷
- نمودار شماره ۲۶. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب ایفاء کردن نقش دروازه‌بانی
به وسیله وبلاگ‌نویس‌ها ۱۵۸
- نمودار شماره ۲۷. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب پررنگ کردن یک خبر یا گزارش
غلط و منحرف کردن توجه عموم از اخبار به وسیله وبلاگ‌ها ۱۵۹
- نمودار شماره ۲۸. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب میزان تأثیر صراحت بیان وبلاگ‌نویسان
در طرح نظرات سیاسی بر محتوای مطالب روزنامه‌نگاران ۱۶۰
- نمودار شماره ۲۹. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب دشوارتر کردن فرایند برجسته‌سازی
خبر در مطبوعات به وسیله وبلاگ‌ها ۱۶۱

- نمودار شماره ۳۰. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب رشد پدیده «خبرنگار پشت میز نشین»
به وسیله وبلاگ‌ها ۱۶۲
- نمودار شماره ۳۱. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب معتبر بودن وبلاگ‌ها به عنوان منبعی
برای روزنامه نگاران در پیگیری رویدادها و اخبار ۱۶۳
- نمودار شماره ۳۲. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای دست یافتن به جزئیات رویدادها و اخبار ۱۶۴
- نمودار شماره ۳۳. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای گزارش رویدادها و اخبار دست اول و مهم ۱۶۵
- نمودار شماره ۳۴. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای پیدا کردن سرنخ رویدادها و اخبار ۱۶۶
- نمودار شماره ۳۵. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب مناسب بودن وبلاگ‌ها به عنوان
منبعی برای دست یافتن به پیشینه رویدادها و اخبار ۱۶۷
- نمودار شماره ۳۶. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب کاهش دقت در خبرنگاری با
بی‌توجهی وبلاگ‌ها به معیارهای اعتبار منع ۱۶۸
- نمودار شماره ۳۷. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌هایی
که هویت صاحبان آنها مشخص نیست ۱۶۹
- نمودار شماره ۳۸. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌های
عمومی که محدودیت موضوعی ندارند ۱۷۰
- نمودار شماره ۳۹. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌های
تخصصی در مطبوعات ۱۷۱
- نمودار شماره ۴۰. توزیع درصدی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مطالب وبلاگ‌های
افراد مشهور و شناخته شده در مطبوعات ۱۷۲

پیشگفتار

در تولید وبلاگ‌ها یک آئین‌نامه رسمی وجود دارد که باعث تمایز میان وبلاگ‌ها و سایر فرم‌های نوشتاری آنلاین می‌گردد. سادگی قانون اول است. پست‌ها باید برچسب زمانی خورده و به صورت اتوماتیک از جدیدترین به قدیمی‌ترین پست مرتب شوند. این بدین معنی است که صفحه وب مربوط به وبلاگ همیشه جدیدترین نوشته‌های نویسنده یا نویسندگان را به تصویر می‌کشد. به عنوان نمونه در زمینه مرتب کردن پست‌ها و مثلاً حفظ ارتباط آنها با هم هیچ‌گونه قید و بند روزنامه‌نگاری مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. آنها همان‌گونه که تولید شده‌اند، منتشر می‌شوند. ارتباط پست با مطلب برای وبلاگ یک موضوع بیرونی و خارجی محسوب می‌شود و بر اساس کامنت‌ها و توجهاتی که از سوی گروه‌های وبلاگ‌نویسان به آنها جلب می‌شود، تعیین می‌گردد.

عموماً متن‌ها به عنوان متداول‌ترین فرمت پست‌های وبلاگ‌ها خلاصه، رو راست و غیررسمی هستند. در محیطی اشباح شده از اطلاعات مثل اینترنت، کاربران و خوانندگان، وبلاگ‌نویسانی را تحسین می‌کنند که ایده‌ها و نظرات‌شان را با کوتاه‌ترین جملات بیان کنند. وبلاگ‌ها اغلب اوقات توسط یک نفر نوشته می‌شوند و به مکانی برای ابراز عقاید شخصی تبدیل می‌شوند. بنابراین در نوشتن وبلاگ‌ها قلم و نوع نگارش تفسیری و ذهنی روشی نرمال و معمولی محسوب می‌شود. اما هنوز هم در اغلب پست‌های وبلاگ‌ها از ویدئو، صدا و تصویر کمتر استفاده می‌شود، با این وجود وبلاگ‌هایی تخصصی هم وجود دارند که تنها به این‌گونه فایل‌ها می‌پردازند؛ مثل پادکست‌ها، وادکست‌ها و فتوبلاگ‌ها.

یکی از تعیین‌کننده‌ترین خصوصیات و ویژگی‌های وبلاگ‌ها این است که به خواننده این امکان را می‌دهند که نظر خود را دقیقاً در زیر هر پست اعلام کنند. همین مهم وبلاگ را به عرصه‌ای ویژه برای مباحثه و تبادل نظر بدل می‌کند که در آن نویسنده موضوعی را با ارائه کمی اطلاعات راجع به آن یا حتی عقیده شخصی خود مطرح می‌کند و خوانندگان قادر به ادامه دادن بحث بر سر آن موضوع

خاص هستند. در حقیقت بسیاری از بحث‌ها و گفت‌وگوها به وبلاگ‌های دیگر هم کشیده می‌شود. دلیل این مطلب هم این است که وبلاگ‌نویس‌ها قادرند تا در مورد وبلاگ‌های دیگر در وبلاگ خود نظر بدهند، پست بزنند و از دنبالک و لینک مربوط به آن به منظور اطلاع یافتن از کامنت‌های ارائه شده در پست اصلی بهره بگیرند. با این روش مجموعه‌ای از کاربران و خوانندگان که به ایراد نظرات در مورد پست مورد علاقه‌شان پرداخته‌اند گردهم آمده و سایر وبلاگ‌نویسانی که به پست مورد نظر لینک داده‌اند نیز گرد این مجموعه خواهند بود. این ذات دیالوگ‌گونه و محاوره‌ای وبلاگ‌هاست که آنها را به ابزار مناسبی تبدیل کرده است تا با بهره‌گیری از آنها بتوان گونه جدیدی از پروژه‌های مشارکتی روزنامه‌نگاری را توسعه داده و علاوه بر آن شیوه‌های جدیدی از روزنامه‌نگاری عمومی را که قبل از این رسانه‌های سنتی مدعی آن بوده‌اند را گسترش داد.

وبلاگ‌ها از فرمت‌ها و نرم‌افزارهای خاصی بهره می‌گیرند اما آنها ضمناً دارای خصوصیات و ویژگی‌های رفتاری و فرهنگی خاص و کاملاً متمایزی هستند که باعث شده‌اند وبلاگ‌نویسی به عنوان یک شیوه و روش نشر اطلاعات تبدیل شود. خصوصیات ویژه‌ای چون شخصی بودن، صمیمیت، اشتراک و شیوه خاص نگارش و جوه مختلف یک وبلاگ را تشکیل داده‌اند. بنابراین، وبلاگ‌ها فقط برنامه‌های کاربردی فنی نیستند بلکه مجموعه‌ای از عاداتی هستند که از لحاظ فرهنگی و اجتماعی تعریف شده‌اند.

به نظر می‌رسد وبلاگ‌ها گونه جدیدی در روزنامه‌نگاری رسانه‌ای و بنگاه‌های خبری به وجود آورده‌اند. حالا دیگر، نویسندگان وبلاگ‌ها بیشتر دیده می‌شوند و حضور آنها در ماجرا بیشتر احساس می‌شود و سبک نوشتن نیز شخصی‌تر شده است. به منظور جبران اینکه عموماً ورودی‌ها قبل از انتشار توسط ویراستاران مطالعه نمی‌شوند، روزنامه‌نگاران مایلند تا به سرعت به اصلاح خود دست زنند و به کامنت‌های مخاطبان واکنش نشان دهند. وبلاگ‌نویسان روزنامه‌نگار در زمان انجام این کار، این احساس را دارند که یک برنامه زنده رادیویی را اجرا می‌کنند. آنها به دنبال تحلیل سریع کامنت‌ها هستند و دیدی امپرسیونیستی به وقایع در حال رخ دادن دارند. تجارب‌شان به آنها پیشنهاد می‌دهد که

وبلاگ‌نویسی برای مقالات تحلیلی عمیق و طولانی آن‌قدرها مناسب نیست اما در مورد تفسیر خبر، ارسال سریع مطالب کوتاه، خلاصه کردن مطالب سایت‌ها و پیگیری و دنبال کردن پیشرفت‌های یک رویداد مناسب به نظر می‌رسد.

این تحقیق به منظور بررسی نقش و تأثیر وبلاگ‌ها بر روزنامه‌نگاری امروز در پنج فصل تهیه و تنظیم شده است. فصل اول تحقیق به کلیات و مقدمات اختصاص یافته است. در این فصل ابتدا به بیان مسئله و اهمیت و ضرورت تحقیق بیان می‌شود و سپس به اهداف، سؤالات و فرضیه‌های تحقیق پرداخته می‌شود و در ادامه هم تعریف عملیاتی مفاهیم و واژگان تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. در انتهای فصل نیز به صورت مختصر به ذکر تاریخچه موضوع تحقیق یعنی وبلاگ و وبلاگ‌نویسی در ایران و جهان پرداخته می‌شود.

در فصل دوم، ابتدا به بررسی پیشینه تحقیق درباره وبلاگ‌نویسی و روزنامه‌نگاری می‌پردازیم. اگرچه اخیراً مباحث فراوانی پیرامون ظهور وبلاگ‌ها به عنوان نوعی پدیده جدید مطرح شده است، اما در این میان، مباحث تحلیلی پیرامون ارتباط میان وبلاگ‌ها و روزنامه‌نگاری کمتر به چشم می‌خورند. با این حال، در این بخش به تعدادی از تحقیقات مرتبط با موضوع تحقیق حاضر اشاره خواهد شد. بعد از بررسی پیشینه تحقیق، چارچوب نظری آورده شده است. در این تحقیق، به دلیل بدیع بودن رسانه‌های جدید و اینکه بسیاری از نظریه‌های موجود پیش از رواج این‌گونه رسانه‌ها مطرح شده‌اند، لذا نمی‌توانستند به خوبی تمامی ابعاد مسئله این تحقیق را پوشش بدهند. اما با این وجود، استفاده از نظریه‌های حوزه عمومی، اعتبار منبع، دروازه‌بانی خبر و برجسته‌سازی می‌توانند برخی از وجوه موضوع تحت بررسی را توضیح دهند. در بخش بعدی این فصل با عنوان «ادبیات تحقیق» نیز سعی شده است تا «وبلاگ‌های روزنامه‌نگاری» را به گونه‌ای نظام‌مند طبقه‌بندی کنیم. در گام نخست و از دیدگاه روزنامه‌نگاری آنلاین، به وبلاگ‌ها نظری خواهیم انداخت و سپس به تعریف و بررسی مشخصه‌های تعیین‌کننده وبلاگ‌ها می‌پردازیم و آنگاه با استفاده از طبقه‌بندی حاصله، به بررسی اهمیت و تفاوت وبلاگ‌ها در روزنامه‌نگاری خواهیم پرداخت. تأکید ما هم بر این نکته

خواهد بود که وبلاگ‌ها نه فقط مهم هستند بلکه نشانه‌ای از ظهور گونه جدیدی از اخبار و مبادله رویدادهای جاری محسوب می‌شوند که درک سنتی از روزنامه‌نگاری را به چالش کشیده‌اند.

در فصل سوم این تحقیق، ابتدا به معرفی روش تحقیق، جامعه آماری، نحوه نمونه‌گیری و روش‌های آماری به کار گرفته شده در آن می‌پردازیم. همچنین در این فصل، روش‌ها و ابزار جمع‌آوری اطلاعات نیز مورد بحث قرار می‌گیرند. تکنیک اصلی این پیمایش پرسشنامه است که بر اساس گویه‌های مناسب طراحی شد و در بخش روش‌های تجزیه و تحلیل آماری در دو بخش توصیفی و استنباطی آورده شده است. در آمار توصیفی از طریق جدول توزیع فراوانی و نمودارهای ستونی به تحلیل روابط بین متغیرها پرداخته شده است و سپس از آمار استنباطی به منظور بیان روابط بین متغیرها و تعیین تأثیر متغیرهای وابسته از آزمون‌های آماری کای اسکوئر و میزان ضریب همبستگی کرامر استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده به منزله پل ارتباطی برای رسیدن به نتایج پژوهش است که معمولاً در فصل چهارم تحقیق می‌آید. در این فصل، پژوهشگر به توصیف نمونه مورد بررسی بر اساس اطلاعات به دست آمده پرداخته و با اجرای آزمون‌های آماری مناسب در مورد رابطه‌ها و تفاوت‌ها و تعمیم نتایج به دست آمده به جامعه مورد نظر اقدام می‌کند. در این فصل از پژوهش حاضر نیز در دو سطح توصیفی و استنباطی به تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده پرداخته شده است. در سطح توصیفی از شاخص‌های فراوانی (فراوانی مطلق، درصد فراوانی و فراوانی تجمعی) و همچنین نمودارهای دایره‌ای و ستونی برای هر یک از گویه‌ها استفاده شده است. در سطح استنباطی نیز با استفاده از آزمون‌های آماری کای اسکوئر و میزان ضریب همبستگی کرامر به تجزیه و تحلیل و استنباط سؤالات پژوهش و آزمون فرضیه‌های تحقیق حاضر پرداخته‌ایم.

در فصل پنجم که پایان بخش این پروژه است خلاصه‌ای از فرایند تحقیق و نتایج حاصله از داده‌های توصیفی و استنباطی آورده شده است و در پایان نیز به پیشنهادات و راهکارهای مناسب که برآیند یافته‌ها و دستاوردهای تحقیق بودند، پرداخته شد.