

تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران

پژوهشگر

دکتر امیدعلی مسعودی



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	مسعودی، امیدعلی، ۱۳۳۷-
عنوان و نام پدیدآور	تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران / پژوهشگر امیدعلی مسعودی
مشخصات نشر	تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	۲۰۰ ص. جدول و نمودار.
شابک	۳۴۵۰۰ ریال: ۹-۷-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه
موضوع	وبلاگ -- ایران -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام -- نمونه پژوهی
موضوع	وبلاگ -- ایران -- جنبه‌های جامعه‌شناختی -- نمونه پژوهی
شناسه افزوده	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۰ ت ۴۶ م ۸۸۸/۵- TK۱
رده‌بندی دیویی	۰۰۵/۷۲
شماره کتابشناسی ملی	۱۳۹۴۲۲۲



تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 پژوهش و نگارش: دکتر امیدعلی مسعودی
 ویراستار ادبی: روشنگر عاطفی‌منش
 صفحه‌آرا: مهدی آل یاسین
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۰۷-۹
 نوبت چاپ: اول - آبان ۱۳۹۰
 شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
 قیمت: ۳۴۵۰۰ ریال
 چاپخانه: پیمان نواندیش

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
 در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار ۸۸۸۹۳۰۷۶ Email: Nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱۳		سخن ناشر
۱۵		چکیده
۱۹		پیش‌گفتار

فصل اول - کلیات تحقیق

۲۳		مقدمه
۲۶		شرح موضوع تحقیق
۲۷		اهمیت و ضرورت تحقیق
۳۰		هدف تحقیق
۳۲		منابع و مأخذ

فصل دوم - بررسی منابع و مبانی نظری

۳۵		۱. مروری بر ادبیات تحقیق
۳۵		۱ - ۱. دین و دینداری
۳۷		۲ - ۱. دین و رسانه
۳۸		۱ - ۲ - ۱. دیدگاه‌های ابزارگرایانه
۴۰		۲ - ۲ - ۱. دیدگاه‌های ذات‌گرایانه
۴۰		۱ - ۲ - ۲ - ۱. ذات‌گرایی هستی‌شناسانه رسانه

۴۰	۲ - ۲ - ۱. دیدگاه ذات‌گرایی رسانه‌ای
۴۱	۳ - ۲ - ۱. دیدگاه‌های متعامل
۴۲	۳ - ۱. فلسفه و وبلاگ‌نویسی
۴۵	۲. پیشینه وبلاگ‌نویسی در ایران و جهان
۴۶	۱ - ۲. تعریف وبلاگ
۴۹	۲ - ۲. تاریخچه وبلاگ و وبلاگ‌نویسی
۵۵	۳. پیشینه تحقیق
۵۶	۱ - ۳. کتاب‌ها
۶۵	۲ - ۳. تحقیقات
۷۰	۳ - ۳. مقالات
۷۶	۴. چارچوب و مبانی نظری تحقیق
۷۶	۱ - ۴. خودشناسی بلاگرها
۷۸	۲ - ۴. وبلاگ، پنجره‌ای برای خودگشودگی
۸۴	۳ - ۴. اهمیت خودگشودگی یا خودافشاگری
۸۸	۴ - ۴. ارزیابی شخصیت وبلاگ‌نویس‌ها
۹۴	۵ - ۴. وبلاگ به عنوان یک متن رسانه‌ای
۹۵	۶ - ۴. چهار سطح تحلیل محتوای متن
۹۶	۷ - ۴. تحلیل مخاطبان در متن
۹۸	۸ - ۴. شیوه خطاب قراردادن مخاطبان
۹۸	۹ - ۴. روان‌شناسی رنگ در متن
۱۰۰	منابع و مآخذ

فصل سوم - روش تحقیق

۱۰۹	طرح تحقیق
۱۱۰	نوع روش تحقیق و دلیل انتخاب
۱۱۰	پرسش‌ها و فرضیه‌های تحقیق

۱۱۱	جامعه آماری
۱۱۲	شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه
۱۱۲	فنون گردآوری اطلاعات
۱۱۲	فنون تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۱۳	تعریف عملیاتی مفاهیم تحقیق
۱۱۵	اعتبار و روایی تحقیق
۱۱۵	واحد تحلیل و واحد ثبت
۱۱۶	منابع و مآخذ

فصل چهارم - یافته‌های پژوهش

۱۱۹	۱. سیمای وبلاگ‌های دینی
۱۲۰	وب سرویس‌های وبلاگ‌های دینی
۱۲۱	دین و مذهب در وبلاگ‌های دینی
۱۲۳	سابقه وبلاگ‌های دینی
۱۲۴	زبان وبلاگ‌های دینی
۱۲۵	آخرین مطلب (پست) یا به‌روزرسانی وبلاگ‌های دینی
۱۲۵	فراوانی یادداشت (پست) در وبلاگ‌های دینی
۱۲۶	خط ارتباطی در وبلاگ‌های دینی
۱۲۸	تعداد بازدیدکنندگان وبلاگ‌های دینی
۱۲۹	پخش موسیقی در وبلاگ‌های دینی
۱۳۰	امکانات اینترنتی وبلاگ‌های دینی
۱۳۲	۲. سیمای وبلاگ‌نویسان دینی

- ۱۳۳ جنسیت وبلاگ‌نویسان دینی
- ۱۳۴ محل سکونت وبلاگ‌نویسان دینی
- ۱۳۴ عدم تمایل وبلاگ‌نویسان دینی به معرفی خود
- ۱۳۷ روان‌شناسی وبلاگ‌نویسان دینی
- ۱۳۸ توجه وبلاگ‌نویسان دینی به اظهار نظر بازدیدکنندگان
- ۱۴۰ پیوندهای وبلاگ‌های دینی
- ۱۴۲ شخصیت وبلاگ‌نویس
- ۱۴۳ مواضع فرقه‌ای و سیاسی وبلاگ‌نویسان دینی
- ۱۴۴ ۳. مطالب و مخاطبان وبلاگ‌های دینی
- ۱۴۵ ساختار مطالب وبلاگ‌های دینی
- ۱۴۵ سبک بیانی مطالب وبلاگ‌های دینی
- ۱۴۷ محور اصلی مطالب وبلاگ‌های دینی
- ۱۴۹ مخاطبان وبلاگ‌های دینی
- ۱۴۹ نحوه خطاب قراردادن مخاطبان در وبلاگ‌های دینی
- ۱۵۰ ۴. بررسی رابطه دین و بلاگ با شخصیت و مواضع سیاسی و فرقه‌ای وبلاگ‌نویسان
- فرضیه اول: بین دین و بلاگ با سرویس دهنده ایرانی آن رابطه معنی‌داری وجود دارد
- ۱۵۱ دارد
- ۱۵۴ فرضیه دوم: بین جنسیت و دین و بلاگ‌نویس رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۱۵۷ فرضیه سوم: بین دین و رنگ زمینه رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- فرضیه چهارم: بین دین و بلاگ و موضع‌گیری وبلاگ‌نویس نسبت به فرقه‌های سیاسی
- ۱۶۱ رابطه معنی‌داری وجود دارد
- فرضیه پنجم: بین دین و بلاگ و موضع‌گیری نسبت به نظام جمهوری اسلامی ایران
- ۱۶۵ رابطه معنی‌داری وجود دارد
- فرضیه ششم: بین دین و بلاگ و نحوه معرفی نویسنده وبلاگ رابطه معنی‌داری وجود دارد
- ۱۶۸ دارد
- ۱۷۱ ۵. مشخصات جمعیت‌شناختی وبلاگ‌نویسان دینی در ایران و مشابهت آنها

فصل پنجم - بحث و نتیجه‌گیری

۱۷۶	پاسخ به پرسش‌ها و فرضیه‌ها یا ابعاد مورد پژوهش
۱۸۲	آزمون‌های آماری
۱۸۲	خلاصه
۱۸۳	محدودیت‌های پژوهش
۱۸۴	پیشنهاد‌های پژوهش
۱۸۴	پیشنهاد‌های پژوهشی
۱۸۴	پیشنهاد‌های کاربردی
۱۸۶	منابع فارسی
۱۹۰	منابع انگلیسی
۱۹۳	ضمائم و پیوست‌ها

فهرست جداول

۴۷	جدول ۱. وبلاگ‌نویسی: نگاه از ۹ پنجره
۵۲	جدول ۲. ۲۰ کشور برتر جهان از نظر تعداد کاربران اینترنت
۸۹	جدول ۳. مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد ارزشی تمایل به تغییرات
۹۰	جدول ۴. مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد ارزشی پیش‌داداشت شخصی
۹۰	جدول ۵. مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد ارزشی محافظه‌کاری
۹۱	جدول ۶. مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد ارزشی توجه به ماورای خود
۹۸	جدول ۷. نشانگرهای رنگ در تحلیل محتوای متن
۱۲۰	جدول ۸. جدول توزیع فراوانی وب سرویس‌ها
۱۲۲	جدول ۹. توزیع فراوانی دین وبلاگ
۱۲۳	جدول ۱۰. توزیع فراوانی سابقه وبلاگ
۱۲۴	جدول ۱۱. توزیع فراوانی نوع زبان وبلاگ
۱۲۵	جدول ۱۲. توزیع فراوانی زمان آخرین یادداشت (پست) به روز
۱۲۶	جدول ۱۳. توزیع فراوانی تعداد یادداشت (پست)

جدول ۱۴. توزیع فراوانی داشتن ایمیل	۱۲۷
جدول ۱۵. توزیع فراوانی نام سرویس ایمیل	۱۲۷
جدول ۱۶. توزیع فراوانی نمایش آمار بازدید	۱۲۹
جدول ۱۷. توزیع فراوانی بخش موسیقی	۱۲۹
جدول ۱۸. توزیع فراوانی امکانات وبلاگ دینی	۱۳۱
جدول ۱۹. توزیع فراوانی جنسیت نویسنده	۱۳۳
جدول ۲۰. توزیع فراوانی محل سکونت وبلاگ نویس	۱۳۴
جدول ۲۱. توزیع فراوانی نام نویسنده وبلاگ	۱۳۵
جدول ۲۲. توزیع فراوانی معرفی وبلاگ نویس	۱۳۵
جدول ۲۳. توزیع فراوانی عکس وبلاگ نویس	۱۳۶
جدول ۲۴. توزیع فراوانی رنگ وبلاگ	۱۳۷
جدول ۲۵. توزیع فراوانی کامنت	۱۳۹
جدول ۲۶. توزیع فراوانی پاسخ به کامنت	۱۳۹
جدول ۲۷. توزیع فراوانی تعداد لینک (پیوند)	۱۴۱
جدول ۲۸. توزیع فراوانی لینک و منبع مطلب	۱۴۲
جدول ۲۹. توزیع فراوانی شخصیت وبلاگ نویس	۱۴۳
جدول ۳۰. توزیع فراوانی موضع فرقه‌ای وبلاگ نویس	۱۴۴
جدول ۳۱. توزیع فراوانی موضع سیاسی وبلاگ نویس	۱۴۴
جدول ۳۲. توزیع فراوانی ساختار مطالب	۱۴۵
جدول ۳۳. توزیع فراوانی سبک بیان مطالب	۱۴۶
جدول ۳۴. توزیع فراوانی محور اصلی مطالب وبلاگ	۱۴۷
جدول ۳۵. توزیع فراوانی مخاطبان	۱۴۹
جدول ۳۶. توزیع فراوانی نحوه خطاب قراردادن مخاطب	۱۵۰
جدول ۳۷. جدول توافقی دین وبلاگ و سرویس وبلاگ	۱۵۲
جدول ۳۸. جدول توافقی جنسیت و دین وبلاگ	۱۵۵

جدول ۳۹. جدول توافقی دین و بلاگ و زمینه رنگ	۱۵۷
جدول ۴۰. جدول توافقی دین و بلاگ و موضع‌گیری فرقه‌ای	۱۶۲
جدول ۴۱. جدول توافقی دین و بلاگ و موضع‌گیری نسبت به نظام جمهوری اسلامی ایران	۱۶۶
جدول ۴۲. جدول توافقی بین دین و بلاگ و نحوه معرفی نویسنده و بلاگ	۱۶۸
جدول ۴۳. جدول تحریب همبستگی میان مقوله‌های جمعیت‌شناختی دین و بلاگ	۱۷۱

فهرست اشکال و نمودارها

شکل ۱. هرم سلسله مراتب بازارهای مازلو	۷۸
شکل ۲. پنجره جوهری	۷۹
شکل ۳. پنجره جوهری تکامل یافته	۸۲
شکل ۴. اتافک‌های تاریک	۸۴
شکل ۵. مدل نظری رابطه بین انواع ارزش‌های انگیزشی و ابعاد دوقطبی ارزش‌ها	۹۴
نمودار ۱. سرویس‌دهنده‌های ایرانی و بلاگ‌های دینی	۱۲۱
نمودار ۲. دین و بلاگ‌نویس‌ها	۱۲۲
نمودار ۳. پخش موسیقی	۱۳۰
نمودار ۴. فراوانی جنسیت	۱۳۳

www.ketab.ir

سخن ناشر

«بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوی و میان‌تبی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد.» (امام خمینی(ره)، صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۶)

رشد و توسعه اقتصادی یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند موجبات سستی و اعوجاج در اصول اعتقادی و ملی جامعه را فراهم آورد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با انجام تحقیقات و پروژه‌های پژوهشی و نیز برگزاری نشست‌های علمی با اصحاب علم و فرهنگ و ارائه نتایج حاصل، در قالب «گزارش پژوهش» یا «کتاب»، تلاش خود را مصروف گسترش ارزش‌های اصیل فرهنگی می‌کند.

امید است با بهره‌گیری از توان علمی پژوهشگران، بتوان گام مؤثری در برنامه‌ریزی جامع توسعه کشور برداشت.

اثر حاضر، نتیجه پژوهشی است در موضوع «تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران» که به کوشش دکتر امیدعلی مسعودی و با نظارت دکتر ناصر باهنر در پژوهشگاه انجام شده و در قالب گزارش پژوهش در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.

www.ketab.ir

چکیده

این پژوهش با عنوان «تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران» به سفارش پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ با توجه به استفاده روزافزون از فناوری‌های جدید ارتباطی و افزایش استفاده از اینترنت و بهره‌برداری از وبلاگ‌ها در تعاملات اجتماعی به‌ویژه اهمیتی که وبلاگ‌های دینی در جامعه اسلامی ایران دارند، انجام شده است. هدف پژوهش، شناخت نوع مطالبی بود که در وبلاگ‌های دینی منتشر می‌شوند و تلاش شده تا با شناخت محتوای مطالب، ساختار، سبک و شیوه‌های ارائه به این پرسش پاسخ داده شود که آیا وبلاگ‌نویسان دینی برای خودگشودگی و ارائه ناشناخته‌های خرد وارد فضای مجازی می‌شوند؟

می‌توان در یک جمع‌بندی کلی گفت که با توجه به پیشینه پژوهش، در بیشتر تحقیقات انجام شده، بر آموزش وبلاگ‌نویسی یا معرفی آن تأکید شده و وبلاگ‌نویسی را در ایران یک انقلاب دانسته‌اند، محققان در تحقیقات خود به بررسی کلی وبلاگ‌های ایرانی داخل و خارج کشور پرداخته و تاکنون تحقیق مستقلی با روشی که ما به انجام رسانده‌ایم، انجام نداده‌اند.

با توجه به موضوع تحقیق که «تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران» است، تصویری از محتوای وبلاگ‌های دینی ارائه می‌شود و به این پرسش‌ها پاسخ داده می‌شود که چه نوع مطالبی در وبلاگ‌های دینی ایرانی منتشر می‌شوند؟ عمده‌ترین مطالب در کدام عرصه فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و ادبی می‌باشند؟ از چه ابزارهایی برای پیوند با مخاطبان بهره می‌برند؟

حدود موضوع، بررسی محتوای منتشرشده کلیه وبلاگ‌های دینی ایرانی است که از سرویس‌های داخل کشور استفاده می‌کنند. که مهم‌ترین‌شان: بلاگفا، پرشین‌بلاگ، پارس‌بلاگ، میهن‌بلاگ و بلاگ‌اسکای هستند.

برای بررسی و ارزیابی شخصیت وبلاگ‌نویس‌ها از مدل ارزشی «شوارتز» و «بیلیسکی» که با تکیه بر یافته‌های تجربی و ملاحظات مفهومی و انجام بررسی‌هایی در ۲۴ کشور به ۱۰ گونه ارزشی رسیده‌اند، استفاده شد. این ارزش‌ها عبارتند از: قدرت‌گرایی، موفقیت، لذت‌طلبی، برانگیختگی، خوداتکایی، جهان‌داری، خیرخواهی، سنت‌گرایی، هم‌نواپی و امنیت‌گرایی. این ۱۰ گونه ارزشی که با به‌نظر شوارتز اولویت ارزشی افراد در فرهنگ‌های مختلف را تشکیل می‌دهند، با ۵۷ گونه ارزشی خودتر مشخص می‌شوند.

در این پژوهش علاوه بر بررسی گونه‌های ارزشی، برخی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی وبلاگ‌نویسان دینی مانند جنس، سن، محل سکونت، دین یا مذهب و همچنین نوع مطالبی را که آنها در وبلاگ‌های خود می‌نویسند به همراه ابزارهایی که به کار می‌برند، بررسی و معرفی شدند. نتایج به‌دست آمده آینه‌ای پیش روی ما می‌گذارد تا بتوانیم تصویر دقیق‌تری از مطالب وبلاگ‌نویسان دینی در ایران به‌دست آوریم.

در حال حاضر به استناد آمار ارائه شده، دو میلیون وبلاگ در کشور ثبت شده است که فقط حدود ۴۰۰ هزار آنها فعالند. از میان این جامعه آماری حدود ۴۰ هزار وبلاگ، دینی هستند. با استفاده از شیوه نمونه‌گیری گلوله برفی تار عنکبوتی (Snowball spidering sampling) تعداد نمونه تقریبی ۳۸۲ تعیین شد که به دلیل کاهش لینک‌ها، عدم به‌روزرسانی و فیلترینگ وبلاگ‌ها به ۲۷۸ نمونه رسیدیم.

در این تحقیق با استفاده از آمار توصیفی (جداول فراوانی و نمودارها) و آزمون خي دو و ضريب همبستگي تاي كندال، تحليل محتوای مطالب وبلاگ‌های فارسی زبان ایرانی انجام شد.

براساس یافته‌های تحقیق: ساختار مطالب وبلاگ‌های دینی، مطالب دینی - فرهنگی است. نویسندگان وبلاگ‌ها بیشتر برای خودگشودگی و بیان خویشتن از طریق یادداشت‌های شخصی به صورتی واقع‌گرایانه به انتشار مطالب دینی می‌پردازند.

آنها به اظهار نظر بازديدكنندگان احترام می‌گذارند و برای رضایت ایشان ضمن ارائه برخی امکانات اینترنتی، خط ارتباطی ایمیل هم قرار داده‌اند. استفاده از پیوندهای ثابت (Blogrolling) و پیوندهای متن (Hyperlink) در میان وبلاگ‌های دینی قابل ملاحظه است، اصول‌گرایی و آرمان‌خواهی وبلاگ‌های دینی و عدم استفاده از تبلیغات (بنر) نیز در وبلاگ‌های دینی جالب توجه است.

سرویس‌دهنده بلاگفا بیشترین خدمات را به وبلاگ‌های دینی ایرانی می‌دهد. مذهب شیعه، مذهب اکثریت وبلاگ‌های دینی فارسی زبان ایرانی است که از سرویس‌های داخل کشور استفاده می‌کنند. سابقه وبلاگ‌نویسی دینی در ایران به شش سال گذشته بازمی‌گردد، آنها بیشتر مطالب خود را به زبان فارسی یا عربی می‌نوشتند.

وبلاگ‌های دینی ایرانی نسبت به مواضع سیاسی نظام جمهوری اسلامی ایران، موضع‌گیری مثبت دارند، مردان بیشتر از زنان در وبلاگ‌های دینی حضور دارند و بیشتر آنها ساکن تهران یا شهرستان هستند و کمترین آنها در خارج از کشور سکونت دارند.

www.ketab.ir

پیش‌گفتار

پذیرش این واقعیت که با رشد فناوری‌های ارتباطی، کشورمان ایران وارد عصر جدیدی شده است که با عنوان «جامعه اطلاعاتی» شناخته می‌شود، متأسفانه برای بسیاری از مسئولان کشورمان امری بسیار دشوار به نظر می‌رسد، اما پیامدهای تلخ و شیرین این واقعیت در جامعه اسلامی ایران، آنها را بیش از گذشته به لزوم پذیرش رویدادهای ارتباطی و شناخت مؤلفه‌های «جامعه اطلاعاتی» آگاه و مصر ساخته است. ازجمله این مؤلفه‌ها «رسانه‌های جدید ارتباطی» و محتوای آنها است. این پذیرش را باید به فال نیک گرفت زیرا گفته‌اند؛ آینده از آن کسانی است که به استقبالش می‌روند.

واقعیت دوم آن است که از میان وسایل ارتباطی جدیدی که به گردش انبوه اطلاعات در جامعه شتاب می‌بخشند، اینترنت نقشی تعیین‌کننده دارد. در فضای مجازی حاکم بر اینترنت نیز بی‌تردید «وب سایت‌ها» و «وبلاگ‌ها» حرف اول را می‌زنند.

واقعیت سوم هم آنکه کشور ایران یک جامعه دینی است و بسیاری از ارزش‌ها و رفتارها بر پایه معتقدات دینی مجال بروز و ظهور می‌یابند. از این رو با توجه به حجم گردش اطلاعات

دینی در وبلاگ‌های فارسی زبان ایران، شناخت محتوای تولید شده در وبلاگ‌های دینی می‌تواند به‌عنوان یک فرصت یا قوت یاری‌رسان سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و عموم علاقه‌مندان باشد تا با چشمانی باز به استقبال از رسانه وبلاگ بروند و با کاهش هرچه بیشتر تهدیدها و ضعف‌ها از آن بهره‌مند شوند.

این تحقیق با همین هدف با توفیق الهی، تلاش و کوشش‌های همکاران و یاریگران محقق به سرانجام رسیده است و اینک جا دارد با حمد خداوند متعال از یکایک همراهان در این راه سپاسگزاری شود.

بجاست که از همه مسئولان عزیز پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صمیمانه تشکر کنم که با حمایت‌های مادی و معنوی خود محقق را در پیچ و خم مشکلات تنها نگذاشتند.

همچنین از همه استادان و دانشجویان گرانقدر علوم ارتباطات و جامعه‌شناسی که یاریگر محقق بوده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را دارم. به‌ویژه از کمک‌های دانشجویان عزیز کارشناسی‌ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی دانشگاه سوره، مرتضی پایدار نوجه‌ده، علی پورضریبان، جعفر پورنجف، محبوبه جمالی، علی جوادی، محمدعلی عباسیان، حامد عبداللّهی، ایوب عزیزاده، بنت‌الهدی قدسیان سرشت، احمد قیومی، وجیهه محمدطاهری، جلال مختاری، نرگس ملک‌زاده و سعیده سادات موسوی برای انجام بخشی از کار یافتن نمونه‌ها و کدگذاری بنده را یاری کردند و همچنین از سرکار خانم زهرا عباسی برای زحماتی که در زمینه حروفچینی متن متقبل شدند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایم و حاصل کار را به استادان، دانشجویان و مسئولان گرانقدری تقدیم می‌کنم که تصمیم‌های خود را فقط با نگرش بر تحقیقات علمی به مرحله اجرا می‌گذارند... توفیق یارشان باد!