



جنبش ملي آذربايجان و فضاى مجازي

1. جنبه کاربردی مباحث این مقاله
2. تیراژ مطبوعات و آمار مراجعین به سایتهای اینترنتی
3. سابقه و ادامه کاری سایتهای اینترنتی
4. سایتهای مستقل خبری، تحلیلی و ترکیب ایندو
5. سایتهایی که ارگان يك تشکيلات سياسي هستند
6. میزان مطالبی که هر مراجعه کننده در سایتهای مختلف مطالعه میکند.
7. عامل کمیت و کیفیت کار در شکل دهی افکار عمومی
8. استعداد تأثیرپذیری جامعه مخاطب نسبت به ایده های جدید و پیامهای روشنفکران
9. چند نکته مهم در استفاده از اطلاعات آماری مورد استفاده در این مقاله
10. تغییرات مهم در سال گذشته
11. کاربران آذربایجانی در دنیای اینترنت
12. سخن آخر

1. جنبه کاربردی مباحث این مقاله

بررسی آمار و ارقام قابل دسترس در مورد رسانه های عمومی، اصولاً بایستی جزو وظایف روزمره مسئولین این ارگانها باشد. بررسی تحلیلی این ارقام به مدیران سایتهای اینترنتی و دیگر رسانه های عمومی این امکان را میدهد که بموقع از جهت سیر امور با خبر شده و در فعالیت خود برای رسیدن به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت خود، از درجا زدن یا افت پرهیز کنند. و حتی اگر چنین افتی مشاهده شد، بتواند شناخت کافی در مورد رابطه علت و معلولی در بین عوامل تأثیر گذار و تأثیر پذیر دخیل در ماجرا را داشته باشد. مخاطبین این رسانه ها در سوي دیگر این فعالیتها قرار دارند. مخاطبین نیز میتوانند با دقت در اطلاعات قابل کنترل و مقایسه آن با ادعاهای جریانات و گروههای سیاسی به میزان قابل اعتماد بودن اربابان این رسانه ها پی ببرند. این اطلاعات از آنجا که بیطرفانه و خارج از دایره تأثیر مدیران رسانه های مجازي صورت میگیرد، میتواند برای باز کردن چشم و گوش قربانیان محافل سکتاریستی حاشیه جنبش ملي آذربايجان مفید باشد.

2. تیراژ مطبوعات و آمار مراجعین سایتهای اینترنتی

در گذشته تیراژ مطبوعات حرفه‌ای از سوی شرکتها و سازمانهای مختلف منتشر می‌شد و هنوز هم این رسم ادامه دارد، اما آمار مراجعین به سایتهای اینترنتی تفاوتها و مزیتها و روشنی نسبت به آمار مزبور دارند.

- تیراژ مطبوعات تنها مطبوعات حرفه‌ای را شامل می‌شود، اما در دنیای مجازی ما حتی به میزان مراجعین به سایت حزب کمونیست کارگری هم دسترسی داریم.

- تیراژ چاپ، میزان فروش و تعداد خوانندگان يك روزنامه یا کتاب میتواند بسیار متفاوت باشد و در اصل رقم سوم یعنی تعداد خوانندگان بایستی مهم شمرده شوند. چرا که بلحاظ مؤثر واقع شدن در پروسه شکل گیری افکار عمومی، کتاب فروش اما خوانده نشده، اهمیتی ندارد. علیرغم این نکته مهم، همانقدر که دسترسی به تیراژ چاپ راحت است، امکان دستیابی به آمار فروش مشکلتر و معرفت یابی نسبت به تعداد خوانندگان تنها به کمک مدل‌های آماری و تخمین و تقریب بسیار ممکن است. اما در دنیا اینترنتی هم تعداد مراجعین و هم درصد کسانی که با رؤیت تیترا مطالب از سایت مربوطه خارج میشوند و هم تعداد صفحاتی که هر مراجع سایت بطور متوسط مطالعه میکند در دست است. برای مقایسه میتوان گفت که این امکانات شگرف شبیه این است که ما با فشار دادن یکی دو دکمه بر صفحه کامپیوتر، بتوانیم تعداد خوانندگان يك کتاب در کل دنیا و تعداد صفحاتی که هر خواننده بطور متوسط از آن کتاب مطالعه کرده دست بیابیم و همینطور بتوانیم بدانیم که چند نفر از کسانی که کتاب را خریده یا امانت گرفته‌اند تنها به دیدن فهرست مندرجات آن اکتفا کرده‌اند. روشن است که امکاناتی که دنیای مجازی در این زمینه در مورد بازیگران خود در اختیار ما می‌گذارد، دقیقتر است.

3. سابقه و ادامه‌کاری سایتهای اینترنتی

اینترنت دنیای پر تحولی است، هم از جهت نوآوری و بالارفتن سرعت و امکانات تکنیکی مختلف و هم بخاطر تولد و مرگ پدیده‌ها و از جمله سایتهای مختلف. در سالهای گذشته سایتهای زیادی خوش درخشیده و بعداز زمانی کرکره را پایین کشیده‌اند. سایتهای دورنا، گجیل و میلی حرکت سه نمونه از این قبیل سایتهای هستند که دوستان زیادی با زحمات فراوان آنها را سرپا نگهداشته و بالاخره به هر دلیلی از این کار باز مانده‌اند. در جدول زیر تاریخ ثبت Domain Name سایتهای مختلف که علی‌الاصول تاریخ شروع بکار سایتهای مربوطه نیز هست، درج شده است.

جدول شماره 1. تاریخ ثبت، Domain Name سایتهای مختلف طبق اطلاعات موجود در سایت www.who.is/whois		
1	تریبون	1998-07-22
2	گویا	1999-03-04
3	ایران امروز	2002-12-16
4	بای بک	2005-07-01
5	آز تریبون	2006-03-02
6	ایران گلوبال	2007-04-12
7	اوپرنجی	2007-01-24
8	گوناذ پورت	2010-02-09
9	سانا	2010-03-11

4. سایتهای مستقل خبری، تحلیلی و ترکیب ایندو

طبق يك قاعده عمومی سایتهای جنجالی پر بیننده‌ترین سایتهای، سایتهای خبری با بینندگان کمتر و سایتهای تحلیلی با تیتراهای کم و مطالب انتخاب شده به وسواس، مراجعین کمتری از دو گروه سایتهای قبلی دارند. تا همین اواخر سایت جنجالی پیک نت رتبه‌ای در حول و حوش ده هزار داشت که رتبه بسیار بالایی است. بدیهی است که میزان مراجعین به تنهایی نشانه تأثیرگذار بودن سایتهای نیست. در عمل تقسیم بندی سایتهای به سایت صرفاً خبری یا تنها

به سایت تحلیلی کار راحتی نیست و من در جدول زیر 19 نمونه از سایتهایی را که به نشر اخبار و مقالات سیاسی و فرهنگی می‌پردازند، گرد آورده‌ام. سایت بیستم که بدون ذکر نام سایت آمده است، مربوط به یک شرکت تجاری است که با توجه به اطلاع دقیق من از تعداد دقیق مراجعین آن سایت، بعنوان رفرنس وارد این جدول و جدول بعدی شده است. توجه کنید که جدول مربوط به "**رتبه جهانی**" است که به معنی پربیننده بودن سایتهای دارای رتبه کمتر در بین سایتهای موجود در **جهان** است و نه یک کشور خاص.

جدول شماره 2. رتبه جهانی سایتهای مستقل خبری، تحلیلی و ترکیب ایندو 15 سپتامبر 2010		
1	روز اونلاین	19987
2	اخبار روز	54 319
3	ایران گلوبال	84 110
4	ایران امروز	118 908
5	پیک نت	126148
6	روشنگری	159 808
7	تریون	278 266
8	آینده نگر	306 714
9	سانا	313 769
10	گون آذ TV	354 081
11	اوپرنجی	410 157
12	کیهان لندن	461681
13	گوناڈ پورت	498 192
14	بای بک	538 477
15	آذربایجان اینترناشنال، مجله معتبر بین المللی انگلیسی زبان با توزیع جهانی	541 060
16	کلمه سبز	625 310
17	آزاد تریون	809 946
18	شهروند	889 438
19	آز لینک	1 790 418
20	سایت رفرنس با حدود روزانه 10-15 بیننده	3487413

هرچند هدف من بررسی سایتهای آذربایجانی است، اما من برای قابل مقایسه کردن ارقام و ملموس کردن بحث، تعدادی از سایتهای شناخته شده فارسی را هم در جدولهای این مقاله جای داده‌ام و بخاطر جلوگیری از اطاله بیشتر کلام از تدوین جدول مخصوص سایتهای آذربایجان بطور مستقل خودداری میکنم. دوستان میتوانند با کمی دقت خودشان پاسخ سوالات مربوطه را از جدولهای کلی بگیرند. بعنوان مثال طبق مفاد جدول فوق بیشترین بیننده در میان سایتهای آذربایجانی از آن سایت تریون است با این توضیح مهم که فاصله آن با یکی دو سایت دیگر اندک است و این وضع براحتی میتواند عوض شود. با این وجود تعدادی سایتهای آذربایجانی هستند که میزان استقبال از آنها فاصله زیادی با دو سه سایت آذربایجانی بالای جدول دارد.

5. سایتهایی که ارگان یک تشکیلات سیاسی هستند

سایتهایی که ارگان يك سازمان سياسي هستند، در مجموع مراجعین کمتری دارند و این مدعا هم بدون استثنائات نیست. بعنوان مثال سایت رسمي سازمان راه کارگر، بیشتر بصورت يك ارگان باز با پروفیل کلی و کم رنگ سازمانی مدیریت میشود و حتی يك سایت زیر مجموعه با موضوع مسئله ملي هم دارد که بنظر میرسد سیاست موفقی در جذب بینندگان و از این طریق بوجود آوردن امکان دیالوگ با مخاطبان بیرونی بوده است. در جدول زیر سایتهایی وجود دارد که بلحاظ تنوع و کیفیت مطالب، وضعی بهتر از سایتهای غیر تشکیلاتی دارند و علت استقبال کمتر از آنها احتمالا به خاطر همین رنگ حزبی آنهاست.

جدول شماره 3. رتبه جهانی سایتهایی که ارگان يك تشکیلات سياسي هستند. 15 سپتامبر 2010		
1	راه کارگر (جناح کمیته مرکزی شامل آقای حسن حسام و ...)	272 102
2	رضا پهلوی	612 686
3	کومله (جناح آقای عبدالله مهتدی)	867 179
4	آجیق سوز: ارگان جنبش فدرال دموکرات آذربایجان	1 015 917
5	حزب دموکرات: ارگان حزب دموکرات کردستان جناح آقای بمصطفی هجری	2 022 402
6	حزب کمونیست کارگری	2 151 971
7	گائپ: ارگان حزب استقلال آذربایجان جنوبی	2402122
8	اکثریت: ارگان سازمان فدائیان اکثریت	2 575 007
9	سایت رفرنس با حدود روزانه 10-15 بیننده	3487413
10	گاموح اینفو: ارگان گاموح	5 573 939
11	حزب مردم بلوچستان	6 113 646
12	جبهه دموکراتیک مردمی اهواز	14 949 584

6. میزان مطالبی که هر مراجعه کننده در سایتهای مختلف مطالعه میکند.

چنانچه اشاره شده، آمار دو جدول فوق مربوط به تعداد مراجعات به سایتهای مربوطه است. این مراجعه در اصل میتواند يك ثانیه یا يك ساعت یا هر زمان دیگری را شامل شود. در این رابطه جدول بعدی شامل دو نوع اطلاعات تکمیلی است:

- درصد کسانی که تنها به تیتروهای موجود در صفحه ایندکس سایت نگاه کرده و سپس از سایت خارج شده‌اند.
- تعداد صفحاتی که هر بیننده در سایت مزبور، مطالعه کرده است.

مطالب این جدول، ما را از دیدن کمیت مراجعه ساده به سویی نوعی کیفیت و میزان قدرت تأثیرگذاری سایتهای مختلف هدایت میکند. در اصل کسانی را که تنها به صفحه اول سایتی مراجعه کرده و از خیر کلیک کردن بر تیترو صفحات دیگر می‌گذرند، میتوان با افرادی مقایسه کرد که تیترو مطالب روزنامه‌ای در دکه مطبوعاتی را دیده و از خرید آن صرفنظر می‌کنند. از اینرو تعداد چنین کسانی را میتوان از آمار بازدیدکنندگان هر سایتی کسر کرد.

اطلاعات دیگر در ستون سوم از چپ مربوط به تعداد صفحاتی است که هر بیننده بطور متوسط در يك سایت مشخص می‌بیند یا میخواند. این نیز نکته بسیار مهمی است و اصولا میتوان آمار بینندگان سایتی را که خواننده آن دوصفحه میخواند نسبت به آمار مراجعین سایتی که رقم

مشابه برای آن 10 است، به يك پنجم تقليل داد. از آنجايي كه چنين ملاحظاتى در مورد استفاده از آمار بطور كلي ميتواند بسيار زياد باشد، من چنين جمع و تفريقهايى در اين مقاله را لازم نمي بينم اما بايد با نظر گرفتن هردو نکته ارائه شده در جدول زير، آنها را دا امر ارزيايى از ميزان تأثيرگذاري سايتهاي مختلف مد نظر قرار داد. طبق اطلاعات اين جدول بيننده تربيون بطور متوسط 11 صفحه مطلب ميخواند كه اين رقم براي مراجعين به سايتهاي آذربايجاني ديگر حول و حوش 2 جفحه است. درصد كساني هم كه تنها به صفحه اول سري زده و از سايت خارج ميشوند در مورد تربيون كمتري (25%) و در مورد باي بك بيشتري (56%) است.

جدول شماره 4		
درصد كساني كه در يك ماه گذشته با ديد زدن صفحه اول از سايت خارج شده اند. 11 اكتوبر 2010 Alexa.com	متوسط تعداد صفحات مرور شده به ازاي هر مراجعه كننده به اين سايت، برساس آمار ماه اخير موجود در سايت websiteoutlook.com در تاريخ 8 اكتوبر 2010	نام سايت
32	12,5	اخبار روز
25	11	تربيون
27	10	ايران گلوبال
28	2,9	سانا
38	2,3	ايران امروز
44	2,1	اوپرنجي
47	2	گوناذ تي وي
30	1,7	اچيق سؤز
56	1,6	باي بك
46	1,5	گوناذپورت
53	1,4	آزاد تربيون

تا اينجا من اصل مطلب در مورد برخي از مهمتري نكات پيرامون موضوع مقاله حاضر را مورد اشاره قرار دادم. در ادامه به برخي مسائل كمتربط اما نه بي ربط با موضوع مزبور ميپردازم.

7. عامل كميت و كيفيت كار در شكل دهى افكار عمومي

بحث رسانه ها در اصل يك مبحث چند شاخه اي در موضوع شكل دهى افكار عمومي و تأثير بر آن است. علت ذكر ارقام در اين مباحث، سهولت تهيه و ارائه ارقام است. تهيه تيراژ يك روزنامه يا تعداد خوانندگان همان روزنامه و آمار بينندگان يك برنامه خاص تلويزيوني و فروش بليطهاي سينما و تئاتر هم راحت است و هم مورد توافق طرفين بحث. اما مهمتري مسئله يعني ميزان موفقيت يك رسانه عمومي در رسانيدن پيام خود به مخاطبين و تحت تأثير قراردادن آنها، هرچند اصل مطلب است اما نه براحتي قابل اندازه گيري است و نه ميتوان به نتايجي رسيد كه براي همه قابل قبول باشد. با مثالهايي در اين موضوع سعي در روشن كردن فضيه خواهم كرد: در تاريخ مطبوعات و ادبيات داستاني فارسي، فردي را داريم بنام "حسينقلي مستعان" (1283 تهران-1361 تهران) وي مؤلف هزار داستان کوتاه و دويست كتاب است كه همه با تيراژ بالنسيه بالا منتشر شده اند. فرد ديگري در اين ميدان داريم بنام "ر. اعتمادى". (1312 شهر لار-) از هنرهاي ايشان همين بس كه داستان بلند وي در سال 1342 با نام معرکه «تويست داغم كن» (!) منتشر و ظرف يك هفته 5 هزار نسخه فروش داشته است. توجه داريد كه هنوز در ايران 70 مليوني، كتابهاي بسياري، تيراژ فروش 500 الي 2000 نسخه اي دارند. آثار آقاي رجبعلي (نام اصلي ايشان) از سوي وسيعتري لايه هاي جوانان و بخصوص دختران

دبیرستانی سالهای قبل از انقلاب خوانده می‌شد و آثار هردوی این مدعیان داستان نویسی، زینت بخش مجلات هفتگی و حتی از پر طرفدارترین مطالب مجلات مربوطه بود. جالب است که تیراژ کتابهای آقای رجبعلی جمهوری اسلامی ایران در دوران صدر این رژیم را نیز به هراس واداشته بود و ایشان تنها نویسنده ممنوع القلم در سالهای بعد از انقلاب بودند.

هردوی نویسندگان مزبور همزمان با کسانی چون صادق هدایت (1281 تهران-پاریس 1330)، آل احمد (1302 تهران-آسالم) غلامحسین ساعدی (1314 تبریز-1360 پاریس) رضا براهنی (1314 تبریز-) و صمد بهرنگی (1318 تبریز-1347 آراز) بعنوان نویسنده مطرح بوده‌اند. میزان شهرت و وسعت نشر آثار هردوی نویسندگان گروه اول (حسینقلی و رجبعلی) و همینطور ثروتی که از قبل نشر آثار خودشان به دست می‌آوردند، به زمان خود بی‌نظیر بود بنحوی که هرگونه ارقام و آمار از تعداد تألیفات و تیراژ کتابهای و نشر مطبوعاتی آثار حتی یک نفر از آن دو، شاید قابل مقایسه با حاصل جمع ارقام مشابه 5 نویسنده گروه دوم نباشد. حال آیا اگر مقایسه را از ارقام به طرف تأثیر ادبی و سیاسی بکشانیم منظره دیگری در برابر چشمان ما ظاهر خواهد شد: در حالی که امروز یافتن نشان و حتی نامی از حسینقلی و رجبعلی دشوار است، تأثیر عظیم صاحب قلمان گروه دوم بر محیط ادبی و سیاسی نسلهای متوالی از مخاطبین و محیط فکری جامعه، غیرقابل انکار است. صادق هدایت علیرغم آلوده بودن به نژادپرستی فارسی از نوع قرن نوزدهمی، تکنیک داستان نویسی و انواع جدید ادبی را به مخاطبین و نسلهای جدید قلم به دستان می‌آموزد، آل احمد علیرغم کش و قوس ایدئولوژیک، موقعیت خود بعنوان یک ذهن پرسشگر و یک وجدان منتقد، معترض و روشن و همزمان روایتگری بزرگ از زمان خود، حفظ میکند و سه فرزند تبریز و آذربایجان علیرغم گرفتاری با رژیم سانسور و نظام پلیسی و امنیتی آریامهری، در ذهن و روح نسلهای همزمان و آینده تأثیری شگرف بجا میگذارند.

برگردیم به موضوع مقاله حاضر. دوستی با نام مستعار "ج. دالغالی" که اولین بار در تاریخ دوازدهم سپتامبر امسال با مقاله‌ای تحت نام "قدرت حرکت ملی در محیط مجازی" اعلام وجود کرد، در نوشته خود منظره ناعادلانه‌ای از موقعیت ارگانهای آذربایجانی در دنیای مجازی بدست داده و از جمله در پایان نوشته خودشان، میزان مراجعین سایت "تابناک" را با رقم مشابه در مورد سایتهای آذربایجانی مقایسه می‌کند. این کار شبیه مقایسه میان تیراژ روزنامه پروادا، آثار قلمی لنین و برژنف یا بینندگان فیلمهای سرگنی باندارچوگ با تیراژ ادبیات موسوم به "سازم ایزدات" و "تام ایزدات" (به ترتیب آثار ادبی و سیاسی مخفی داخل و خارج شوروی سابق) است. در یک سو، پیام دولتی متکی به حکومت زور و سرنیزه و در سوی دیگر صدای وجدان معترض شهروندان تشنه آزادی. پیام اول در همه نظامهای توتالیتر، از همه بلندگوهای ممکن بر سر و روی شهروندان می‌بارد و روح و جسم آنان را آزرده می‌کند و کم و زیاد بودن میزان تکرار این پیام در فورماتها و بلندگوهای الوان چیز زیادی را عوض نمی‌کند. پیام آلترناتیو اما نوید بخش فردایی بهتر است و به زبان دل گفته و به گوش جان شنیده می‌شود. لذا آمار بینندگان سایت "تابناک"، مخاطبین خبرگزاری ایران و فارس و تاس (کمونپستی و پوتینی) یا تیراژ روزنامه کیهان (آریامهری و اسلامی) و پروادا، نشان دهنده میزان تأثیرگذاری این ارگانها بر مخاطبینشان نیست. امروز گفتمان راسیستی جاری از سوی نمایندگان فکری راسیسم فارس در هیئت مسئولین دولتی و اوپوزیسیون راسیست فارس در خارج، براحتی در ده سطر قابل جمع بندی است که از دوران صدر حکومت پهلوی تا امروز دچار تغییر مهمی نشده است. در مقابل ما با گفتمان روشنفکران ترک و جنبش ملی آذربایجان مواجهیم که با عزیمت از شعارهای اومانپستی عموم بشری حقوق بشری، تمامی دکتین راسیستی حاکم و مغلوب را به چالش می‌خواند. در این اقامه ادله و به زیر سوال بردن نظام آپارتاید حاکم، نسل پا به سن روشنفکران آذربایجان چون دکتر جواد هیئت و رضا براهنی در کنار خود نمایندگان نسلهای متعدد جوانتر و بسیار جوانتر از خود را به همراه دارند. این رویارویی از طریق مقایسه ارقام و مقیاسهای حجمی قابل مقایسه نیست.

البته درست است که تبلیغات مهم است. اما امتیاز این بخش از مقاله حاضر، در تأکید کردن بر نقش کیفیت پیامی که یک رسانه قصد ارسال و گسترده آن را هدف خود قرار داده است در امکان تأثیرگذاری آن رسانه‌هاست.

لذا ماهیت پیامی که قرار است در جامعه تبلیغ شده و به دل شهروندان راه یابد، نیز مهم است. بعنوان مثال فرق دارد که یک شرکت پخش آگهی تجارتي، می‌خواهد برای فروش مایحتاج اساسی مردم تبلیغات بکند یا برای فروش لوازم آرایش گرانقیمت به مردمی فقیر.

من معتقدم که میزان تأثیر گذاری رسانه‌های آذربایجانی (خواه سنتی و خواه مجازی) قابل مقایسه با رسانه‌های مشابه فارسی نیست. پیام نابرابری و ادعاهای مضحکی چون: "ترکها در طی حکومت هزارساله خود، برای نابودی زبان فارسی اقدامی نکرده‌اند، پس ما بایستی زبان و هویت ملی آنان را محو کنیم" (!)، مالی نیست که حتی بتوان با کمک سایت‌های پربیننده‌تر از "تابناک" تحویل خلق الله داد. قدرت رسانه‌ای جنبش ملی آذربایجان اگر بلحاظ تکنیکی، کادر و امکانات مادی دیگر بسیار محدودتر از نمونه‌های رقیب در جبهه فارسی است، بلحاظ پیام عدالتخواهانه و حقوق بشری و ماهیت مدرن خود، زحمت بسیار کمتری برای راه یافتن به میان لایه‌های مردم طلب میکند. البته چنانچه من پیشتر در همین مقاله اشاره کرده‌ام، سایت‌های اینترنتی آذربایجانی که متعلق به نوعی میکروکلیمات سیاسی ویا سکت‌های سیاسی هستند، موفقیت حداقلی هم در زمین جلب افکار عمومی و تأثیر بخشی بر روی آن نداشته‌اند که اینهم طبق استدلال من در این بخش از مقاله حاضر، مرتبط با مضامین غیر عقلانی پیامی است این سایت‌های جریانات سکتاریستی سعی در تبلیغ آنها دارند.

8. استعداد تأثیرپذیری جامعه نسبت به ایده‌های جدید و پیام‌های روشنفکران

جامعه آذربایجانی در هر دو سوی آراز بلحاظ ظرفیت پذیرش ایده‌های نو و برقراری ارتباط بین توده مردم با روشنفکران سابقه طولانی و استعدادی مثال زدنی داشته است. به لیستی از پدیده‌های نو که آذربایجان در پذیرش آن در منطقه پیشقدم بوده است توجه کنید: لوله کشی آب شهری، چاپخانه، مطبوعات، ساتیر یا طنز سیاسی، کاریکاتور، داستان کوتاه به شیوه اروپایی، احزاب مدرن به شیوه اروپایی از نوع چپ و لیبرال، سینما، نمایشنامه نویسی، تئاتر، قطار داخل شهری، شهرداری، حق رای زنان، اصلاحات ارضی، تحصیلات به شیوه مدرن اروپایی، آموزش و پرورش کر و لاله‌ها و دیگر کودکان عقب مانده، تأسیس اولین جمهوری در عالم اسلام، نوشتن و اجرای اولین اثر اپرا در جهان اسلام، گذار از الفبای عربی به الفبای لاتین و دهها و دهها مورد دیگر.

علاوه بر اینها در موارد بسیاری این روشنفکران آذربایجان بوده‌اند که اعتماد مردم را در رقابت با مرتجعین و افکار ارتجاعی جلب کرده‌اند. مورد حمایت مردم از افکار روزنامه و مکتب ملانصرالدین و کل نهضت رنسانس همه جانبه سالهای 1880-1920 در آذربایجان شمالی، ارتباط گیری مردم آذربایجان در جریان انقلاب مشروطیت با افکار سوسیال دموکراسی و لیبرال و شکل گیری ارتباط ارگانیک با انقلابیون آذربایجان شمالی و آزادیخواهان ترکیه در همان دور، پذیرش افکار رادیکال مترقیانه از سوی شخصیت روحانی چون شیخ محمد خیابانی، رای دادن مردم آذربایجان به افراد تحول طلب در ادوار بعدی چون سید جعفر پیشه‌وری، موفقیت صمد بهرنگی و نسل روشنفکران همدوره وی در ارتباط گیری با نسل جوان و تحت تأثیر جادویی قراردادن نسل‌های متعددی از آذربایجان، اسقبال همگانی بینظیر از اشعار ترکی استاد شهریار که موجب چاپ این آثار در مقیاسی قابل مقایسه با مهمترین کتابهای کلاسیک مذهبی شد، استارت زدن انقلاب توده‌ای علیه ارکان رژیم آریامه‌ری در 29 بهمن 1356، راه انداختن تنها جنبش مردمی در مقیاس همگانی علیه اصل ولایت فقیه در فردای انقلاب 1357، جنبش نسبتاً همگانی آموزش موسیقی در شهرهای آذربایجان در سالهای بعد از پایان جنگ ایران و عراق، رای دادن به دکتر محمودعلی چهرگانی بعنوان کاندیدای تحول طلب ملی دوسال قبل

از انتخاب آقای محمد خاتمی به ریاست جمهوری، به راه انداختن جنبش مردمی متشکل از تمامی اقشار سنی و جنسی اعم از زنان و دختران و مردان در همه کاتگوریهای سنی در مراسم قورولتایهای سالانه بر فراز قلعه بابک در کوهستانهای قره داغ، حضور دختران آذربایجان در استادیومهای ورزشی علیرغم ممنوعیت 31 ساله آن در جمهوری اسلامی و ...

بدون در نظر گرفتن سابقه بینظیر در راهیابی افکار و ایده‌های جدید به میان اقشار مختلف مردم، فهم چگونگی پروسه همه‌گیر شدن جنبش ملی آذربایجان تنها در عرض یک مهلت بلحاظ تاریخی بسیار کوتاه دو دهه‌ای، غیر ممکن خواهد بود و بدون در نظر گرفتن مواردی که من از ابتدای مقاله حاضر تا بدینجا شرح داده‌ام، هرگونه پرداختی به موقعیت رسانه‌های آذربایجانی ناقص خواهد بود.

در پایان این بخش اشاره کوتاهی به بحث "بخش تأثیرپذیر جامعه" هم بیجا نخواهد بود. در هر انتخاباتی این مسئله در مرکز توجه استراتژیهای مشغول در ستادهای انتخاباتی قرار می‌گیرد که کدام قشر جامعه را "تأثیر پذیر" اعلام بکنیم. این ضرورت از آنجا ناشی میشود که جاعه در آستانه هر انتخابات به 5 گروه عمده از نظر استراتژیهای مزبور تقسیم می‌شود:

اول- آنهایی که اساساً حق رای ندارند،
دوم- جماعتی که از حقی که دارد استفاده نمی‌کنند،
سوم: درصدی از جماعت باقی‌مانده که همیشه به حزب "ما" (از موضع هر ستاد) رأی مدهد،
چهارم: درصد دیگری همیشه به حزب یا احزاب رقیب رأی میدهد
پنجم: گروهی که حق رأی دارد، رأی میدهد و انتخاب اینکه به کدام حزب رأی بدهد در پروسه کارزار انتخاباتی معین میشود.
روشن است که ارزش کار تبلیغاتی حول مسائل و علائق گروه پنجم بسیار مقرون به هدف است.

در مورد جامعه آذربایجانی، بخش تأثیرپذیر جامعه در مقطع استارت دور جدید جنبش ملی دو تمامی دوران دو دهه‌ای بعد از آن، بسیار گسترده بود و هست. کافی است دقت کنیم که در دوران سازندگی آقای رفسنجانی، این "سازندگی" نصیب شهرهای فارس شد، باد اصلاحات پریزیدنت خاتمی طبق توافق اعلام نشده با جناح محافظه‌کار هرگز به سوی آذربایجان نوزید و جنبش سبز بعد از دهمین دور انتخابات ریاست جمهوری فارس متولد شد و در فارسستان ماند. اینها به این معنی است که اقشار جامعه آذربایجان بعنوان مدلهای سیاسی برای برون رفت از بحران جاری، آلت‌رناتیوهای رقیب زیادی برای جنبش بیداری ملی نداشته است و بخش تأثیر پذیر جامعه همیشه اکثریت بزرگی از اهالی آذربایجان را در خود جای داده است.

9. چند نکته مهم در استفاده از اطلاعات آماری مورد اشاره در این مقاله:

1. قدرت جنبش ملی آذربایجان در فضای مجازی بالطبع تابعی است از اوضاع عمومی این جنبش. جنبش ملی آذربایجان علیرغم ضعفهای جدی در داشتن امکانات لجستیکی، حمایت منطقه‌ای و شناخته‌شدگی بین‌المللی، در زمان کوتاهی راه درازی به سوی کمال پیموده است.

2. میزان مراجعه به یک سایت اینترنتی هم در کوتاه مدت و هم در درازمدت میتواند بسیار متغیر باشد. رویهمرفته مشتریان سایتهای اینترنتی قومی "بی وفا" و "نان به روز خور" هستند. یعنی بر خلاف رسانه‌های کلاسیک، که دوران طفولیت و بلوغ خود را پشت سر گذاشته‌اند، مراجعین به سایتهای اینترنتی بشدت دچار افت و خیز می‌شوند. بخصوص این واقعیت که بسیاری از سایتهای از سوی یک نفر یا یک جمع کوچک مدیریت می‌شوند، باعث میشود تا انرژی، روحیه و پشتکار فردی لازم برای ادامه کاری در نزد یک شخص، نقش تعیین‌کننده‌ای در تداوم فعالیت سایتهای اینترنتی ایفا کند.

3. میزان مراجعه به سایتها میتواند تناسب مستقیمی با با قدرت تأثیرگذاری آنها و نقش آنها در میدان پرقابیت شکل دهی افکار عمومی نداشته باشد. باز این حکم نیز در مورد رسانه‌های خبری مصداق قطعی‌تری دارد.

4. در میان سه نوع سایت‌های مربوط به مضمون این مقاله، آمار مراجعه به **سایت‌های حزبی و تشکیلاتی** علی‌الاصول پایین، میزان مراجعه به **تحلیلی سیاسی** کمی بهتر و بیشترین میزان مراجعه مربوط به **سایت‌های خبری** است.

5. آمار موجود در مورد تعلق جغرافیایی مراجعین به سایت‌های اینترنتی حداقل در مورد ایران تا حدود زیادی مغشوش است. طبق این آمار زمان‌های طولانی تا 90 درصد مراجعین به سایت تریبون از کشور اندونزی (!) بودند یا بدون هیچ علت خاصی، همین سایت در مقاطع زمانی متعددی، در کره جنوبی، عربستان سعودی، ترکیه، جمهوری آذربایجان، کانادا و کشورهای دیگر بشدت مراجعه کننده پیدا میکند. بنظر میرسد که این مسئله میتواند با تمهیدات رژیم جمهوری اسلامی ایران و فعالیت متقابل سایت‌های فیلترشکن در سرورهای موجود در سراسر جهان مرتبط باشد.

6. مسئله حضور جنبش ملی آذربایجان در فضای مجازی و مسائل مرتبط با کمیت و کیفیت این حضور چنان پیچیده و چندان مهم هستند که نه این مقاله و نه بسیاری مقالات از این دست نمیتواند از عهده پرداختن به همه جوانب امر برآید. لذا هر آنچه من در اینجا به اختصار برگزار میکنم و یا بکل از کنارشان میگذرم، مسائل مهمی هستند که بایستی در جریان یک کار جمعی و سیستماتیک بدانها پرداخت و بخصوص پیش از شروع چنین بحثی آنها را به اجزاء کوچکتر تشکیل‌دهنده اش تقسیم کرد تا هر اهل فن و صاحب نظری بتوان از عهده بخشی از کار برآید.

7. اطلاعات موجود در منابع اینترنتی میتوانند به انحای مختلف نادرست باشند. من در مقاله خود منابع مورد استفاده الزاما تاریخ استخراج آمار مورد استفاده‌ام را نیز ارائه میکنم و تأکید دارم که اگر دوستی رقم دیگری در جای دیگری یا همانجا در تاریخ دیگری دید، متوجه این تفاوت در منابع و "در تواریخ متفاوت در یک منبع واحد" باشند. علاوه بر همه اینها احتمال رخ دادن اشتباهاتی از سوی من در نقل و انتقالات آمار و ارقام بعید نیست. من علاوه بر آماری که طی سالهای گذشته بطور سیستماتیک ثبت و ضبط نموده‌ام، در تاریخ 15 سپتامبر در رابطه برای تدارک مواد مقاله حاضر مراجعات زیادی به چند منبع موجود داشتم و بعد از آن تا روز نشر مجازی این مقاله نیز، مراجعات متعددی به منابع مزبور لازم بوده است. برخی از این مراجعات منجر به نقل آمار در این مقاله شده است که در آنصورت هم تاریخ مراجعه و نقل، ارائه شده است.

8. علیرغم تمامی قیود احتیاط که بایستی در استفاده از هر اطلاعات آماری بکار برد، بیطرفانه بودن و قابل کنترل بودن این اطلاعات، ارزش زیادی به آنها میدهد. در گذشته تنها مطبوعات درجه اول در هر جامعه‌ای تیراژ شناخته شده و بیطرفانه‌ای داشت اما امروزه در عرصه رسانه‌های مجازی حتی سایت‌های اینترنتی (همینطور وبلاگ‌های) بسیار کم اهمیت نیز دارای اینگونه اطلاعات آماری بیطرفانه هستند.

10. تغییرات مهم در سال گذشته

اشاره کردم که رقم‌های آماری بسیار متغیراند. اما در عرض زمان‌های نسبتاً طولانی تغییرات چشمگیر هم هستند. براساس آماری که من در چهار سال گذشته ثبت کرده‌ام، چند تغییر مهم به چشم میخورد.

1. در میان سایتهای آذربایجانی افت گون آذ در عرض یکسال گذشته از رتبه 130 هزار به 350 هزار را باید تغییر مهمی بحساب آورد. در این مدت، سایت گون آذ بطور دائمی فعال بوده و علت این افت حداقل نمیتواند به فعال نبودن این سایت مرتبط باشد. در این دور سخنان نامتعارف نماینده یک حزب سیاسی و توهین بیمارگونه وی به گروه کثیری از آذربایجانیها و برگزاری مراسمی که بیشتر شبیه یک ریتوال (آئین مذهبی) از جنس "عمرکشان" یا "برائت از مشرکین" بصورت ادواری به بهانههای مختلف برپا میشود. البته تعداد ساعات این گونه مراسم اندک است اما با توجه به پررنگ بودن اینگونه عملیات در مقایسه با موسیقی یا برنامههای عادی، میتوان برگزاری مراسم آئین وار مذکور علیه بخشهایی از جامعه فعال آذربایجانی را از علل افت بزرگ سایت گونآذ دانست. البته مدیریت تلویزیون در اینگونه موارد متنوع بودن برنامهها را متذکر میشود. حال آنکه بعضی پدیدهها قابل جمع بسته شدن و معدل گیری نیستند. بعنوان مثال یک سخنرانی دوساعته میتواند به خاطر دو کلمه توهینآمیز سخنران تغییر ماهیت بدهد و سخنران مزبور نمیتواند خواهان معدلگیری میان دو ساعت سخنرانی خوب و دو کلمه زشت بشود. در هر صورت نزدیکی سایت گونآذ بعنوان سایت اینترنتی تنها کانال تلویزیونی جنبش ملی آذربایجان به سایت کم و بیش ناشناس گونآذپورت با 8 ماه سابقه در جدول شماره 2 مسئله تأمل برانگیزی است که بایستی از سوی مدیریت سایت مزبور مورد بررسی قرا بگیرد. نماینده حزبی مورد اشار در سطور فوق در عرض سال گذشته مورد در برابر سوالات جدی قرار گرفته و پاسخهایی بدانها داده است که بیشتر تأیید اتهامات و حتی عذر بدتر از گناه بوده است. برای اطلاعات دقیقتر به دو مقاله زیر که حاوی جواب رهبر حزبی به مقاله اول نیز هست مراجعه کنید.

1. [علی ملازاده: میلی حرکتی لومینیزمدن قوروماق هامی نین یورجودور](#)

[یو مقاله PDF فایل کمی](#)

2. [علی ملازاده: عودر بدتر از گوناہ یو مقاله PDF فای کمی](#)

3. سقوط سایت بای بک بیشتر از سایت گونآذ بوده است. از رتبه 248 هزار به 538 هزار رسیده که در لحظه نوشتن این سطور (17 اکتبر) این رقم به 799 هزار سقوط کرده است. عملکرد این سایت در هاله‌ای از ابهام بوده و بیشتر با شعارهای رادیکال در ظاهر، در اصل فعالیتی شبیه کانال تلویزیونی "سحر" رژیم تهران پیش میبرده که در سال گذشته هدف انتقادهایی قرار گرفته که نتوانسته پاسخ قانع کننده‌ای بدانها بدهد. به عنوان نمونه به این مقاله مراجعه کنید.

[علی رضا اردبیلی: معناسیز هذیانلار یا معنالی سؤزلر؟](#)

نکته مهم در مورد سایت بای بک امتناع گروهی از اهل قلم آذربایجانی از انتشار مطالبشان در آن سایت است.

4. اگر از رتبه بسیار بالای تریبون قبل از فیلترینگ جمهوری اسلامی در سال 2005 که در آنموقع به غیر از سایت گویا (با 11 هزار در آن سالها) از تمامی سایتهای فارسی بهتر بود، صرفنظر کنیم، بهترین جایگاه یک سایت آذربایجانی در سالهای اخیر مربوط به سایت میلی حرکت است که در تاریخ 25 ژوئن 2007، 92 هزار بوده است. جزو صدهزار سایت از پربیننده ترین سایتهای جهان بودن، نتیجه مهمی است که براحتی قابل وصول نیست. این سایت پیش از آنکه آن موفقیت مدیون خط سیاسی مسئولین خود باشد، در نتیجه تلاشهای شبانه روزی مدیریت خود به آن نتیجه خوب دست یافته بود،

5. سایت تریبون در دور جدید فعالیت خود به هیچوجه سایت خبری نبوده و بیشتر در عرصه مسائل نظری فعال بوده است. رتبه این سایت در یکسال گذشته دائما بهتر شده و از 670 هزار در سپتامبر سال گذشته به 270 هزار ارتقا یافته است.

11. کاربران آذربایجانی در دنیای اینترنت

اشاره شد که بیشترین مراجعین سایتها مربوط به سایتهای جنجالی است که در مورد سایتهای خبری، تعداد بینندگان کمتر شده و در مورد سایتهای تحلیلی بازهم رقم مراجعین کاهش می‌یابد تا نهایتاً ارگانهای تشکیلاتی در میان این چهار کاتگوری که من مشخص کرده‌ام، کمترین میزان بازدیدکنندگان را داشته باشد. این یک قاعده کلی است. اما آنچه، کاربران اینترنتی آذربایجانی را متمایز می‌کند، عدم تبعیت از این روال عمومی است. حداقل در مورد سایتهایی که من برای مقایسه انتخاب کرده‌ام، سایت تحلیلی تریبون بیشترین میزان بازدیدکنندگان را دارد در حالی که سایتهای آذربایجانی که روزانه چندین بار آپدیت میشوند و میزان مطالب آنها دهها بار بیش از تریبون است، وجود دارند. با وجود این هم تعداد مراجعین به سایت تریبون بالاست و هم بازدیدکنندگان از این سایت بین 5 الی 8 برابر مطلب بیشتر نسبت به مراجعین سایتهای آذربایجانی دیگر می‌خوانند و درصد کسانی که تنها با دیدن صفحه اول از سایت خارج میشوند، کمترین است.

اگر اشتباهی در مطالعه مختصر من در این مورد صورت نگرفته باشد، بایستی این نکته را که بینندگان آذربایجانی سایتهای اینترنتی بیشترین توجه خود را بجای سایتهای جنجالی و خبری متوجه سایت تحلیلی چون تریبون کرده‌اند. چنین پدیده جالبی اصولاً بایستی مشوق سایتهای آذربایجانی برای پرهیز از نشر مطالب جنجالی و پرداختن به مطالب تحلیلی و عمیق بکند.

12. سخن آخر

آمار و ارقامی که در بالا بطور مختصر بدانها اشاره شده، از منابع بیطرف استخراج شده‌اند. این آمار میتوانند برای افرادی که در سازمانهای شبیه سکتهای مذهبی گرفتار شده و تشکیلات خود را ناف عالم می‌پندارند کمک شایانی بکند. اگر حزب کمونیست کارگری ادعاهای غیرقابل کنترل عجیب و غریبی در مورد میزان نفوذ و قدرت سیاسی خود می‌کند، در مراجعه به آمار مراجعین به سایت ارگان حزبی آنها این ادعا درهم شکسته و مسخره بنظر میرسد. یا نمونه آذربایجانی این حزب محیرالعقول که ارقامی بدتر از نمونه کمونیستی و کارگری دارد، نمیتواند ادعایی قابل اعتنا بیش از آنکه از این ارقام مستفاد میشود بکند. بخصوص در مورد سازمانهایی که در شرایط حاکمیت یک سیستم امنیتی و پلیسی بر جامعه فعالیت میکنند، دستیابی به میزان نفوذ و درجه تأثیرگذاری آنها در تحولات اجتماعی همیشه امری مبهم است که از یکسو رهبران این سازمانها سعی در بزرگنمایی آن دارند و از سوی دیگر رژیم حاکم و رقبای سیاسی میخواهند آن را بی اهمیت جلوه دهند. در چنین گیروداری اهمیت آمار بیطرفانه قابل کنترل برای عموم بسیار حیاتی میشود. بار دیگر تأکید کنم که مسئله جنبش ملی آذربایجان و فضای مجازی بسیار بیش از مسائلی است که من در فوق بدانها اشاره نمودم و امیدوارم دوستان دیگری این موضوع مهم را مورد دقت قرار داده و از جنبه‌های مختلف بدان پردازند.

