

جامعه‌شناسی سیاسی موبایل: تأثیر تلفن همراه بر زندگی سیاسی

**
مجتبی قلی‌پور

حیدر شهریاری

چکیده

با وجود آنکه بر اساس آمارهای معتبر، تلفن همراه به فراگیرترین فناوری ارتباطی عصر ما تبدیل شده است، مطالعه و بررسی آن به‌مثابه رسانه‌ای تأثیرگذار بر عرصه سیاست جوامع، توجه چندانی را به خود جلب نکرده است. مطالعات انجام‌شده پیرامون بحث جامعه‌شناسی سیاسی موبایل انگشت‌شمارند. اندک مطالعاتی نیز که تلاش کرده‌اند به ابعاد غیرفنی این فناوری نوظهور و پرنفوذ بپردازند، بیشتر به بررسی جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی آن پرداخته و به تعبیری بیشتر شایسته عنوان جامعه‌شناسی موبایل هستند تا جامعه‌شناسی سیاسی موبایل. ما در این بررسی مقدماتی تلاش خواهیم کرد تا به مطالعه اجمالی تأثیر تلفن همراه به‌مثابه یک ابزار -

** دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه تهران (mojtaba.gp@gmail.com)

*** دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۵/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۱/۲۰

پژوهشنامه علوم سیاسی، سال هشتم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۲، صص ۴۸-۷.

رسانه سیاسی جدید بر ابعاد مختلف زندگی سیاسی پردازیم. بررسی تأثیر تلفن همراه بر رفتار انتخاباتی و رأی‌دهی، بسیج اعتراض‌ها، سازمان‌دهی و بازنمایی جنبش‌های اجتماعی و نیز تأثیر آن بر دموکراسی و گسترش یا تحدید حوزه عمومی، چهارچوب اصلی بحث ما را تشکیل خواهد داد. در این مطالعه مقدماتی با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای تلاش خواهیم کرد تا آنجا که امکان دارد ادعاهای خود را با استناد به شواهد عینی، ملموس کرده و به اثبات برسانیم.

واژگان کلیدی: تلفن همراه، سیاست، انتخابات، جنبش‌های اجتماعی، دموکراسی، حوزه عمومی.



مقدمه

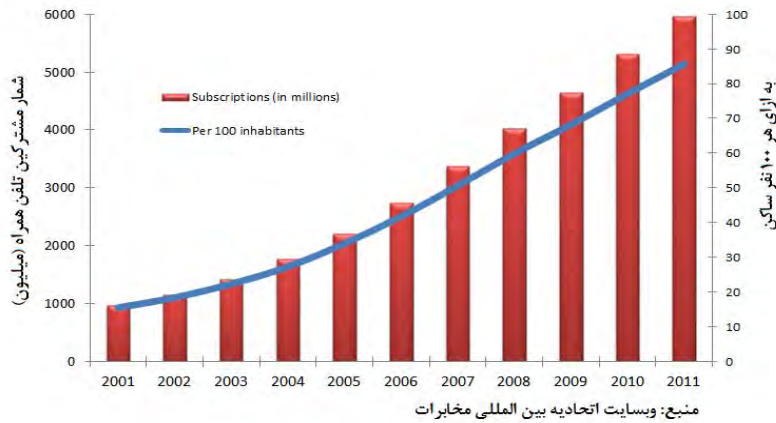
مهم‌ترین عامل دگرگونی ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی بشر در طول دو دهه گذشته چه بوده است؟ به این پرسش می‌توان پاسخ‌های گوناگونی داد، ولی اگر این پرسش را از دانشمندان حوزه فرهنگ، جامعه و سیاست که مطالعات گسترده و ژرفی پیرامون وضع زندگی بشر در طول دو دهه گذشته و پیش از آن انجام داده‌اند بپرسیم، به احتمال زیاد پاسخ‌ها بسیار نزدیک به هم خواهد بود: فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی جدید.¹ امروزه هیچ حوزه‌ای از زندگی بشری نیست که تحت تأثیر این فناوری‌ها به‌ویژه اشکال رایج‌تر آن از جمله اینترنت و تلفن همراه نباشد. تمام سطوح زندگی انسان امروز از خصوصی‌ترین و شخصی‌ترین سطوح تا سطوح کلان سیاسی - اجتماعی (اگرچه به درجات متفاوت) تحت تأثیر این اشکال نوین فناوری رسانه‌ای قرار گرفته‌اند.

در این میان، نقش تلفن همراه در زیست سیاسی جوامع امروز از دو جهت اهمیت پژوهشی ویژه‌ای دارد: نخست اینکه بر اساس شواهد آماری، ضریب نفوذ تلفن همراه در جهان امروز به‌شدت در حال افزایش است (نمودار شماره یک). به لحاظ کمی، در بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان، در حال نزدیک شدن به وضعیت «هر شهروند، یک موبایل» هستیم و یا اینکه چند سال است که این مرحله را پشت سر گذاشته‌ایم⁽¹⁾. با توجه به این گستردگی کاربرد، شاید بتوان گفت امروزه تلفن همراه از کالای فنی صرف خارج شده و به یک کالای سیاسی - اجتماعی و در زبان رایج جامعه‌شناسی سیاسی، به ابزار تأثیرگذاری در دست نیروهای اجتماعی تبدیل شده است؛ بنابراین، با توجه به تعریفی از جامعه‌شناسی سیاسی که موضوع

آن را «مطالعه نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی» می‌داند، امروزه مطالعه نقش این ابزار فناورانه جدید به مثابه عنصری مهم و تأثیرگذار بر کنش نیروهای اجتماعی، برای رشته جامعه‌شناسی سیاسی و جامعه‌شناسان سیاسی ضرورتی پژوهشی و علمی و برای دست‌اندرکاران حوزه سیاست عملی، ضرورتی کاربردی است.

دوم اینکه، با وجود این انقلاب رخ داده در فناوری ارتباطی که با توجه به شواهد آماری از جمله نمودار شماره یک، تلفن همراه سهم قابل توجهی در آن داشته است، این فناوری به نسبت سایر فناوری‌های رسانه‌ای سنتی (رادیو، تلویزیون و نشریات) و جدید (اینترنت) حوزه‌ای مغفول مانده در پژوهش‌های اجتماعی و به‌ویژه پژوهش‌های مربوط به علم سیاست و جامعه‌شناسی سیاسی است. این در حالی است که ضریب نفوذ تلفن همراه و نیز آهنگ رشد این ضریب نفوذ طی سال‌های اخیر به مراتب بیشتر و تندتر از اینترنت (به عنوان مثال) بوده است. بر اساس آمارهای اتحادیه بین‌المللی مخابرات، در سال ۲۰۱۱ به طور متوسط حدود ۸۶ درصد مردم جهان به موبایل دسترسی داشته‌اند، در حالی که در همین سال تنها ۳۲ درصد آنها امکان اتصال به اینترنت را داشته‌اند (ITU Statistics). با وجود این، مطالعات اندک انجام شده در زبان پارسی و حتی در زبان انگلیسی بیشتر به ابعاد صرفاً فرهنگی و جامعه‌شناختی تلفن همراه پرداخته‌اند (به عنوان مثال نگاه کنید به: عاملی، ۱۳۸۷؛ ذکایی و ولی‌زاده، ۱۳۸۸؛ موسوی، ۱۳۸۹) و نوشته‌های بسیار اندکی در ادبیات علوم سیاسی درباره تأثیر تلفن همراه بر سیاست و رفتار سیاسی وجود دارد.

نمودار شماره ۱. شمار مشترکین تلفن همراه در سطح جهان، کلی و به ازای هر ۱۰۰ نفر، ۲۰۱۱-۲۰۰۱



توضیح: نمودار شماره یک نشان می‌دهد که شمار مشترکین تلفن همراه در سطح جهان از ۹۶۲ میلیون مشترک یعنی ۱۵/۵ درصد کل جمعیت کره زمین در سال ۲۰۰۱، به ۵ میلیارد و ۹۷۲ میلیون مشترک یعنی حدود ۸۶ درصد کل جمعیت زمین در سال ۲۰۱۱ رسیده است (ستون‌های قرمز نمایانگر تعداد مشترکین تلفن همراه در هر سال و منحنی صعودی آبی‌رنگ، نمایانگر درصد نفوذ این فناوری در آن سال و رشد آن است).

با توجه به این مقدمه، ما در این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به این پرسش هستیم که تلفن همراه به مثابه یک فناوری ارتباطی با کارکردهای سیاسی که همچون ابزار و رسانه‌ای نیرومند و همه‌جا حاضر در اختیار نیروهای اجتماعی قرار دارد، چه تأثیراتی بر سطوح مختلف زندگی سیاسی امروزیین برجای می‌گذارد؟ به عبارت دیگر، چه عرصه‌هایی از سیاست جهان امروز بیشتر از همه تحت تأثیر فناوری رسانه‌ای تلفن همراه قرار گرفته است؟ در پاسخ تلاش خواهیم کرد این فرضیه را به آزمون بگذاریم که «کاربرد گسترده تلفن همراه و امکانات گوناگون آن، این فناوری نوظهور را به فناوری رسانه‌ای جدیدی با قابلیت‌های سیاسی تأثیرگذار تبدیل کرده که نقش قابل ملاحظه‌ای در برخی از عرصه‌های سیاست جوامع داشته است. این نقاط پیوند موبایل و سیاست را می‌توان در سه سطح کلی تأثیر بر رفتار انتخاباتی و رأی‌دهی، تأثیر بر بسیج اعتراض‌ها و سازمان‌دهی جنبش‌های اجتماعی و بالاخره تأثیر بر گسترش تحدید دموکراسی و حوزه عمومی دسته‌بندی کرد». در

ادامه هرکدام از این سطوح کلی، موارد جزئی‌تری خواهیم آورد و تلاش می‌کنیم تا حد امکان، ادعاهای تئوریک را با توجه به شواهد تجربی از جوامع گوناگون، معتبر و مستند کنیم. همان‌طور که از عنوان مقاله برمی‌آید، این نوشته صرفاً مطالعه‌ای مقدماتی و مروری است و بیشتر نوعی طرح و بیان مسئله است تا حل مسئله. هدف ما در اینجا صرفاً کشف تقریبی نقاط پیوند موبایل و سیاست بر اساس نظم جامعه‌شناسی سیاسی است و بدیهی است که مطالعه ژرف‌تر و گسترده‌تر نقش تلفن همراه در هریک از سطوح ذکرشده یا سطوح دیگری از زندگی سیاسی که احتمالاً نگارندگان از آن غفلت کرده‌اند، نیازمند پژوهش‌ها و پیمایش‌های فراوان و دقیق است. امید است نوشته مقدماتی حاضر مدخلی باشد برای ورود جدی‌تر جامعه دانشگاهی کشور به این حوزه و مطالعات جدی‌تر در آینده.

۱. تلفن همراه و رفتار انتخاباتی و رأی‌دهی

تأثیر موبایل بر مبارزه‌های انتخاباتی (بازاریابی سیاسی): درک پتانسیل‌های سیاسی تلفن همراه به‌وسیله نامزدها و احزاب سیاسی درگیر در جریان انتخابات منجر شده تا دوره‌های برگزاری انتخابات در کشورهای مختلف به عنوان نقاط اوج کاربرد سیاسی موبایل ظاهر شوند. شواهد نشان می‌دهند قابلیت ارسال پیام کوتاه^۱، نقش بارزی در مبارزات احزاب و نامزدها به منظور جلب آرای شهروندان و تأثیرگذاری بر تصمیم رأی‌دهی آنها دارد. پیام‌های متنی ابزار مفیدی برای ارتباط مؤثر با هواداران و رأی‌دهندگان به‌ویژه در طول مبارزه‌های انتخاباتی هستند. انتخابات ریاست‌جمهوری کره جنوبی در سال ۲۰۰۲ از جمله شواهد برشمردنی در این زمینه است. در این انتخابات با درک پتانسیل پیام‌های متنی، مبارزان انتخاباتی به طور فزاینده‌ای از پیام‌های توده‌ای^۲ حاوی اطلاعاتی درباره نامزدها و برنامه‌هایشان به‌منظور همراه کردن شهروندان بیشتر، بسیج حمایت‌ها و تشویق شهروندان به رأی‌دهی در انتخابات استفاده کردند. شواهد و گفته‌ها حکایت از آن دارند که پیامک‌ها (و همچنین ایمیل‌ها) نقش مهمی در پیروزی با فاصله اندک روه مو- هیون^۳ بر رقیب

1. SMS

2. Mass Messages

3. Roh Moo- Hyun

نیرومند وی یعنی لی هوی - چانگ^۱ ایفا کردند، هرچند به دلیل نبود داده‌های قابل اطمینان، اثبات این امر مشکل می‌نماید (Yun, 2003). البته مطالعات جدی‌تری که درباره همین انتخابات انجام شده‌اند، بر نقش کلیدی اینترنت در این پیکار سیاسی تأکید کرده و نقش تلفن همراه را حاشیه‌ای دانسته و تنها در پیوند با اینترنت به تحلیل آن می‌پردازند (به عنوان مثال نگاه کنید به: Helen Kim et al, 2004).

انتخابات پارلمانی هندوستان در سال ۲۰۰۹ نمونه دیگری از کاربرد گسترده فناوری موبایل در مبارزه‌های انتخاباتی بزرگ‌ترین دموکراسی جهان بود. در دوره انتخابات، اپراتورهای شرکت مخابرات هند حدود ۱۰ میلیون دلار درآمد اضافی را که ناشی از اضافه‌بار ترافیکی بر اثر ارسال ۳-۴ میلیارد پیام کوتاه به‌وسیله احزاب سیاسی و حامیان آنها بود، به جیب زدند. این در حالی است که این حجم درآمد شامل درآمد حاصل از ارسال پیام‌های چندرسانه‌ای، سرودها و تصاویر زمینه انتخاباتی نمی‌شود (Mishra, 2010).

نقش انتخاباتی - مبارزاتی تلفن همراه در انتخابات سال ۲۰۰۸ ریاست‌جمهوری آمریکا نیز بسیار برجسته بود. در این دوره باراک اوباما سناتور دموکرات نامزد ریاست‌جمهوری، فراگیرترین استراتژی مبارزاتی موبایل را طراحی کرده بود. وی برای کسب آرای رأی‌دهندگان جوان‌تر، یک صفحه موبایل^۲ در اینترنت راه‌اندازی کرده بود که به حامیان این امکان را می‌داد تا آهنگ‌های زنگ و تصاویر زمینه را دانلود کرده و پیام‌هایی درباره سیاست و رویدادهای انتخاباتی دریافت کنند. کاربران حتی می‌توانستند اخباری را درباره مسائل خاص و موضوعاتی همچون سیاست‌های بهداشتی، آموزش و جنگ در عراق دریافت کنند. کاربران همچنین با نام‌نویسی در صفحه موبایل اوباما می‌توانستند اخبار منظمی را درباره وضعیت مبارزاتی اوباما در جریان انتخابات دریافت کنند. البته اوباما تنها نامزدی نبوده که از تلفن همراه در مبارزه‌های انتخاباتی بهره‌برداری کرده است. جان ادواردز، هیلاری کلینتون و ران پائول هر یک «فید»هایی در سایت تویتر^۳ داشته‌اند،

1. Lee Hoi-Chang
2. Mobile Page
3. Twitter Feeds

هرچند این صفحات اغلب به طور منظم به روزرسانی نمی‌شدند و از تنوع کمتری نسبت به استراتژی اوپاما برخوردار بودند (Ramey & Verclas, 2008). مؤسسه بازاریابی پیامک لیمبو^۱ به تازگی گزارشی در مورد تأثیر تبلیغات انتخاباتی پیامکی بر اذهان مردم آمریکا منتشر کرده است. این مؤسسه در ژانویه ۲۰۰۸ طی دو قرارداد جداگانه حدود یک میلیون پیامک برای مبارزه‌های انتخاباتی هیلاری کلینتون و باراک اوپاما، دو نامزد دموکرات شرکت‌کننده در انتخابات ریاست‌جمهوری این کشور ارسال کرد. نتایج حاصل از بررسی‌های این مؤسسه نشان می‌دهد تبلیغات مبتنی بر پیامک، ابزار قدرتمندی برای جلب توجه مشترکین تلفن همراه است. پیامک‌های ارسال شده به وسیله Limbo در ۵۳ درصد مخاطبان خود آگاهی ایجاد کردند و باعث تغییر نظر ۲۸ درصد آنها شده‌اند که این میزان در مقام مقایسه بیشتر از میزان تأثیر رسانه‌های سنتی است (www.hamna.mobi/content/view/543/52/1386). البته از آنجاکه ممکن است این آمارهای خوش‌بینانه بنابر اهداف تجاری منتشر شده باشند، چندان قابل اعتماد نیستند. همچنین گزارش‌های مستند مؤسسه پیو اینترنت^۲ که یک مرکز پژوهشی در زمینه فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی جدید است، نشانگر نقش برجسته تلفن همراه در انتخابات ۲۰۱۲ آمریکا در مبارزه تنگاتنگ بین اوپاما و رامنی است. بر اساس این گزارش که در ۹ اکتبر ۲۰۱۲ منتشر شده است، ۸۸ درصد رأی‌دهندگان نام‌نویسی کرده، مالک نوعی از تلفن همراه (معمولی یا هوشمند) بوده‌اند و شمار قابل توجهی از آنها اعلام کرده‌اند که از تلفن همراه خود برای دریافت اطلاعات درباره انتخابات ۲۰۱۲، تعامل با فرایند پیکار انتخاباتی، و گفت‌وگو با دیگر رأی‌دهندگان درباره مسائل سیاسی استفاده کرده‌اند (Smith & Duggan, 2012). این در حالی است که این پیمایش در زمانی انجام شد که حدود دو ماه تا روز برگزاری انتخابات فاصله داشت.

در ایران نیز کارکرد سیاسی تلفن همراه به‌ویژه پیامک در مقاطعی همچون زمان انتخابات بسی نمایان‌تر می‌شود. نخستین تجربه کارکرد سیاسی پیامک در ایران در انتخابات هفتم مجلس شورای اسلامی بود. دومین تجربه سیاسی پیامک در آستانه

1. Limbo
2. Pew Internet

نهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری ظهور و بروز یافت و سومین تجربه نیز مربوط به انتخابات شورای شهر و خبرگان در سال ۱۳۸۵ بود که پیامک‌ها به عنوان ابزار تبلیغاتی توانستند بخش وسیعی از کشور را پوشش داده و به صورتی گسترده وارد عرصه تبلیغات سیاسی نامزدها شوند (مقصودی و عرب، ۱۳۸۶: ۲۱۳). در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۸۴ و پس از رسیدن دو نامزد به مرحله نهایی انتخابات و افزایش تنش فکری میان طرفداران آنها، انبوهی پیام طنز در مورد نامزدها با استفاده از سامانه پیام کوتاه به تلفن‌های همراه سرازیر شد. فراوانی این پیام‌های طنز به اندازه‌ای بود که منابع دولتی در تلاش برای کاستن از تعداد این پیام‌ها تهدید کردند منابع ارسال آنها را شناسایی کرده و با آنان برخورد خواهند کرد (عاملی و دیگران، ۱۳۸۷: ۶۰). ولی شاید بارزترین و پرشورترین صحنه‌های تأثیر تلفن همراه بر عرصه مبارزه‌های انتخاباتی را بتوان در انتخابات دهم ریاست‌جمهوری در سال ۱۳۸۸ مشاهده کرد. در جریان این مبارزه‌های انتخاباتی، کاربران موبایل در ایران هر روز با پیامک‌هایی که با هدف ترغیب آنان به مشارکت در انتخابات به نفع یک کاندیدای خاص ارسال می‌شد، بمباران تبلیغاتی می‌شدند. روزانه ده‌ها پیام به صورت شعر، طنز، جملات کوتاه و اشکال دیگر در میان شبکه ارتباطی دوستان جابه‌جا می‌شد که همگی به نحوی مرتبط با انتخابات پیش رو بود. تحت تأثیر جریان کلی انتخابات، رقابت بین دو نامزد اصلی یعنی محمود احمدی‌نژاد و میرحسین موسوی در فضای مجازی و بازاریابی سیاسی پیامکی نیز شدیدتر و پرشورتر بود. طرفداران موسوی که مدعی بودند از داشتن رسانه محروم هستند تلاش می‌کردند تا استفاده حداکثری از ظرفیت‌های سیاسی تلفن همراه و سایر فناوری‌های ارتباطی جدید به‌ویژه اینترنت داشته باشند. در پایان بسیاری از پیامک‌های ارسال شده به وسیله هواداران موسوی عبارت «رسانه شما» درج شده بود که هدف از آن انگیزش دریافت‌کننده پیام به ارسال مجدد آن به شبکه ارتباطی خود بود. طرفداران موسوی همچنین از پیامک به‌منظور دعوت از شبکه دوستان خود برای حضور در تجمعات و راهپیمایی‌ها چه پیش و چه پس از انتخابات بهره می‌بردند. البته ساخت و ارسال پیامک‌های تبلیغاتی تنها کاربرد سیاسی تلفن همراه در این انتخابات نبود؛ تمامی نامزدهای شرکت‌کننده در رقابت انتخاباتی، سرودها و

کلیپ‌های تبلیغاتی‌ای ساخته بودند که بر اساس فورمت موبایل تنظیم شده بود. آنها این محصولات را با استفاده از قابلیت‌هایی چون بلوتوث یا قراردادن در صفحاتی از اینترنت برای دانلود هواداران، توزیع می‌کردند. تمامی این پیامک‌ها، فیلم‌ها، سرودها و غیره به‌منظور ایجاد چهره مثبت و کارآمد از کاندیدای مورد حمایت خود یا نقد و سیاه‌نمایی طرف مقابل طراحی شده بود.

درمجموع می‌توان گفت پیشرفت‌های اخیر در رسانه‌ها و دورنمای سیاسی حاصل از آن، هم بر رابطه میان رأی‌دهندگان و فعالان سیاسی تأثیر گذاشته و هم راه‌های ارتباطی میان آنها را تحت تأثیر قرار داده است. به‌ویژه استفاده از بازاریابی سیاسی^۱ - به معنای کاربرد تکنیک‌های روش بازاریابی تجاری برای دستیابی به اهداف سیاسی و انتخاباتی - و مبارزات حاصل از آن، نشان‌دهنده اهمیت فعالیت ارتباطی از طریق تلفن همراه در عرصه سیاسی است. کاربرد گسترده موبایل برای انتقال آگهی‌ها و اطلاعات سیاسی به‌ویژه در دوره مبارزه‌های انتخاباتی منجر به آن شده که امروزه از مفهوم سیاست موبایل^۲ یا شکل کوتاه‌شده آن ام - سیاست^۳ سخن گفته شود. سیاست موبایل را می‌توان «استفاده شهروندان و نیز کنش‌گران سیاسی از تلفن همراه برای پخش اطلاعات سیاسی و تبلیغات» تعریف کرد. با سیاست موبایل می‌توان بازاریابی سیاسی و ویروسی^۴ انجام داد که تکنیکی است برای پخش و ویروسی پیام‌های احزاب، نامزدها و حوادث سیاسی به‌ویژه در دوره‌های حساس به لحاظ سیاسی (Irene Prete, 2007: 48). اگرچه تجارب متعدد قابل مشاهده در کشورهای گوناگون، کاربرد سیاسی ارتباطات تلفن همراه در دوره‌های پیکار انتخاباتی را مورد تصدیق قرار می‌دهند، ولی روش‌های ارزیابی قابلیت‌های آنان برای دستیابی به اهداف انتخاباتی هنوز توسعه نیافته است. در ادامه تلاش می‌کنیم به‌طور خلاصه به میزان اعتبار و تأثیرگذاری روش بازاریابی سیاسی موبایل در دوره‌های انتخابات بپردازیم.

تأثیر موبایل بر رفتار رأی‌دهی شهروندان: صرف کاربرد موبایل به عنوان ابزار

1. Political Marketing
2. Mobile Politics
3. M-Politics
4. Viral Political Marketing

بازاریابی سیاسی در دوران مبارزه‌های انتخاباتی نمی‌تواند اهمیت آن را به عنوان یک ابزار یا واسطه سیاسی تأثیرگذار بر حوزه سیاست روشن سازد، بلکه ما نیازمند ارزیابی میزان «اعتبار»^۱ ارتباطات سیاسی موبایل یا به‌طور کلی سیاست موبایل برای تأثیرگذاری بر الگوی رأی‌دهی شهروندان هستیم. اعتبار به طور خلاصه یک ویژگی مثبت ارتباطات را نشان می‌دهد که به مخاطبان کمک می‌کند هنگامی که پیام‌ها را دریافت کردند، تحت تأثیر قرار گیرند. قابلیت اعتماد^۲، تخصص یا مهارت^۳ و جذابیت، سه منبع عمده اعتبار یک وسیله ارتباطی محسوب می‌شوند^۴ (Irene Prete, 2007: 49). البته تعیین دقیق و عالمانه میزان اعتبار و کارآمدی سیاست موبایل برای تغییر الگوی رأی‌دهی نیازمند مطالعات گسترده و ژرف پیمایشی است که به تفکیک بین کشورهای مختلف و با در نظر گرفتن متغیرهای متداخل مربوط به هریک از جوامع صورت گیرد. از آنجا که چنین مطالعه‌ای از حوزه بحث مقدماتی حاضر خارج است ما در اینجا سعی می‌کنیم با مروری بر مطالعات انجام‌شده در دسترس که از قضا بسیار اندک هستند، یک سری فرضیه‌های محتمل‌الوقوع را در این زمینه استخراج کنیم:

□ پیامک‌هایی که به عنوان وسایل ارتباط سیاسی استفاده می‌شوند از سوی رأی‌دهندگان چپ میانه نسبت به رأی‌دهندگان راست میانه قابل اعتمادتر به نظر می‌رسند (Irene Prete, 2007: 49). در واقع می‌توان گفت ویژگی‌های شخصی، ارزش‌های اخلاقی و نیز گرایش‌های سیاسی افراد به عنوان متغیر مداخله‌گر، تأثیر قابل توجهی بر ارزیابی آنها از میزان قابلیت اعتماد ارتباطات سیاسی موبایل دارد. برخی از پژوهش‌ها نشان داده که رأی‌دهندگان جناح راست به شدت طرفدار وضع موجود و محافظه‌کارند؛ یعنی گشاده‌رویی اندکی نسبت به چیزهای نو دارند و نیز تمایل اندکی به بررسی محرک‌ها، احساسات و تجربه‌های جدید نشان می‌دهند. آنها تمایل اندکی نسبت به وسایل ارتباطی جدید (اینترنت و تلفن همراه) داشته و ترجیح می‌دهند از رسانه‌های سنتی (راديو، تلویزیون و مطبوعات) استفاده کنند.

1. Credibility
2. Trustworthiness
3. Expertise
4. Attractiveness

برعکس، رأی‌دهندگان جناح چپ و سایل ارتباطی چون پیامک را نه‌تنها جذاب می‌دانند بلکه آن را وسیله هوشمند و قابل اعتمادی می‌دانند که فعالان سیاسی می‌توانند از آن به شکل کارآمدی برای پخش اطلاعات و تبلیغات استفاده کنند (Caprara and Zimbardo, 2004: 90). پیمایش سال ۲۰۱۲ مؤسسه پیو اینترنت در ایالات متحده امریکا نیز حاکی از آن است که احتمال استفاده از تلفن همراه برای دریافت اطلاعات سیاسی و پیام‌دهی متنی در میان لیبرال‌ها اندکی بیشتر از محافظه‌کاران است ولی از این لحاظ تفاوت محسوسی بین دموکرات‌ها و جمهوری‌خواهان وجود ندارد (Smith & Duggan, 2012).

□ رأی‌دهندگان پیامک‌هایی را که از طرف ائتلافی که از آن حمایت می‌کنند فرستاده می‌شوند، نسبت به پیامک‌هایی که از طرف ائتلاف مقابل فرستاده می‌شوند، قابل اعتمادتر می‌دانند (Irene prete, 2007:50). رأی‌دهندگان تنها اطلاعاتی را انتخاب، دریافت و به خاطر می‌سپارند که مطابق با جهت‌گیری سیاسی آنان باشد و به‌علاوه آنها تمایل دارند تنها چیزهایی را دریافت کنند که تصمیم به دریافت آنها داشته باشند. رأی‌دهندگان وفادار تمایل دارند تنها تبلیغات سیاسی حزبی معین و مورد علاقه خود را ملاحظه کنند و مسائل و بخش‌هایی از آن ارتباطات را مهم بدانند که فکر می‌کنند به آنها مرتبط است؛ بدون آنکه نقطه‌نظرات و بحث‌هایی را که از جانب رقبا مطرح می‌شوند مدنظر قرار دهند (McNair, 2003). پس از آنجاکه تأثیر تبلیغات بستگی به نگرش‌ها و عقاید سیاسی رأی‌دهندگان دارد، استفاده از یک پیامک سیاسی معین، محرک قوی در افرادی که حس وابستگی یا ایدئولوژی مشترکی با منبع پیام دارند، ایجاد می‌کند. در نتیجه پیامکی که محتوایی داشته باشد که رأی‌دهندگان آن را مهم بدانند، قادر است تا بر مخاطب تأثیر بیشتری گذاشته و قابل اعتمادتر به نظر برسد.

□ پیامک‌هایی که به عنوان وسایل ارتباط سیاسی استفاده می‌شوند، تصمیم رأی‌دهندگان را تغییر نمی‌دهند، خواه رأی‌دهندگان از ائتلاف سیاسی که پیام را فرستاده است حمایت کنند یا حمایت نکنند (Irene prete, 2007:50). در واقع تنها میزان کمی از رأی‌دهندگان تحت تأثیر شدید تبلیغات سیاسی قرار می‌گیرند. همچنین پیمایش‌ها نشان می‌دهند تبلیغات منفی که با استفاده از پیامک در تلاشند تا

از طریق بهتان زدن به حزب یا کاندیدای مقابل، سهم رأی خود را از حوزه‌های انتخاباتی افزایش دهند، حاصل اندکی خواهند داشت؛ به‌ویژه اگر این تبلیغات مبالغه‌آمیز و غیرمنصفانه به نظر آیند (Johnson and Copeland, 1991).

□ پیامک‌هایی که به عنوان وسایل ارتباط سیاسی استفاده و از سوی ائتلاف هوادار یک کاندیدای خاص فرستاده می‌شوند، تصمیم رأی‌دهندگانی را که حامی آن ائتلاف هستند، تقویت می‌کنند. معمولاً رسانه‌های توده‌ای دارای تأثیر مستقیم نیستند، زیرا فاکتورهای میانجی از قبیل پیش‌زمینه‌های مخاطبان تأثیر تقویت‌کننده‌ای دارند. وسایل ارتباط سیاسی می‌توانند نگرش‌های سیاسی و الگوهای رفتاری موجود را تقویت بخشند و به‌ویژه تبلیغات منفی می‌تواند بر تصمیم رأی‌دهندگان حامی تأثیر بگذارد. وسایل ارتباط سیاسی تصمیم رأی‌دهندگانی را که دارای آگاهی کمتری هستند یا کمتر درگیر هستند، تقویت کرده و رأی‌دهندگان آگاه‌تر و مشارکت‌جوتر را در میان به‌هم‌پیوستگی پیام‌های منتشرشده، ایمن می‌سازد (Irene Prete, 2007: 50-51). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند افراد تأثیر تقویتی پیامک‌های حزبی را نسبت به پیامک‌های بی‌طرف بیشتر می‌دانند که این امر نشان‌دهنده برآورد کمتر قابلیت تأثیر یک پیامک بر تصمیم رأی‌دهندگان ائتلاف مقابل است؛ بنابراین، اگر واقع‌بینانه قضاوت کنیم، قدرت تأثیرگذاری ام - سیاست به طور قابل‌ملاحظه‌ای به رأی‌دهندگان وفادار مرتبط است، اما فاقد قابلیت افزایش یا کاهش تمایل به رأی به ائتلاف معینی است (Irene Prete, 2007: 54). تأثیر تقویتی موبایل بر تصمیم رأی، نشان می‌دهد که مشاوران و فعالان سیاسی می‌توانند از طریق ام - سیاست به‌خوبی هم با رأی‌دهندگان وفادار و هم با رأی‌دهندگان مردد^۱ در ارتباط باشند و در نتیجه از فرار رأی‌دهندگان سرگردان یا مردد که پدیده‌ای بسیار شایع به‌ویژه در دموکراسی‌های غربی است، جلوگیری کنند.

لازم به ذکر است فرضیه‌های بالا با استناد به برخی یافته‌های پژوهشی محدود که عمدتاً در دموکراسی‌های اروپایی انجام شده‌اند، تنظیم شده و بسته به شرایط هر جامعه و هر زمان، ممکن است اعتبار خود را از دست بدهند؛ بنابراین ما نیازمند آن هستیم تا تأثیر بازاریابی سیاسی تلفن همراه را در زمینه‌های متفاوت فرهنگی،

سیاسی و محیطی به صورت پیمایشی مورد بررسی قرار دهیم. تأثیر تلفن همراه بر مباحث شکلی و نحوه برگزاری انتخابات (انتخابات الکترونیک): امروزه در بسیاری از دموکراسی‌ها نگرانی عمده‌ای درباره کاهش نرخ مشارکت شهروندان در انتخابات و به‌طور کلی افزایش بی‌تفاوتی سیاسی^۱ مردم وجود دارد. برای مقابله با این مسئله و به‌منظور گسترش فعالیت‌های سیاسی، انجام برخی اصلاحات ضروری به نظر می‌رسد. یکی از اقداماتی که به این منظور در دستور کار بسیاری از حکومت‌ها قرار گرفته، آسان‌سازی روند انتخابات از طریق روی‌آوری به رأی‌دهی الکترونیک^۲ (از راه دور)^(۳) است. انتظار می‌رود این روش ضمن افزایش میزان سهولت رأی‌دهی، اعتماد رأی‌دهنده به دقت و درستی نتایج انتخابات را نیز افزایش دهد (Burmester & Magkos, 2003: 63).

پتانسیل تلفن همراه به‌مثابه ابزار رأی‌دهی، در کاربردهای تجاری و به‌ویژه مسابقات و نظرسنجی‌های تلویزیونی به اثبات رسیده است. در برخی کشورها از این قابلیت در سیاست نیز استفاده شده و با رشد و گسترش فناوری که محدودیت‌ها و موانع فنی را به حداقل برساند، ما شاهد افزایش کاربردهای سیاسی و انتخاباتی تلفن همراه خواهیم بود. در حال حاضر احزاب سیاسی کره جنوبی از اعضای حزب و سایر شهروندان دعوت می‌کنند تا با رأی‌دهی از طریق تلفن همراه در فرایند پیش‌انتخاباتی نامزدسازی و گزینش نامزدها مشارکت کنند (Kim, 2007). در کشورهایی که شرکت شهروندان در انتخابات نیازمند نام‌نویسی قبلی است، تلفن همراه می‌تواند ابزار مناسبی را در اختیار حکومت‌ها و شهروندان قرار دهد تا روند نام‌نویسی را تسهیل کرده و مشارکت افزون‌تری را جلب کنند. در انتخابات پارلمانی سال ۲۰۰۵ نیوزیلند، از پیامک به‌منظور کاهش موانع و محدودیت‌های نام‌نویسی استفاده شد که در نتیجه بسیاری از جوانان توانستند با استفاده از این سرویس نام‌نویسی خود را با کمترین تأخیر انجام دهند. همچنین درخواست برای نام‌نویسی در انتخابات به‌واسطه سرویس پیام کوتاه افزایش یافت (مقصودی و عرب، ۱۳۸۶: ۲۱۴). در انگلستان نیز شورای شهر شفیلد انتخابات سالانه را از راه یک برنامه

1. Political Apathy
2. Electronic Voting

سه‌گزینه‌ای انجام داد. در ماه می سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۲ در انتخابات مجلس، رأی‌دهندگان توانستند از سه ابزار اینترنت، تلفن رایگان و پیامک یا از طریق دسترسی عمومی به صندوق‌ها و مراکز سنتی رأی‌گیری، آرای خود را ثبت کنند (مقصودی و عرب، ۱۳۸۶: ۲۱۵). استفاده از تلفن همراه به‌منظور اطلاع‌رسانی و ارتباط بین شعب رأی‌گیری که امکان نظارت بهتر بر روند برگزاری انتخابات را به نامزدها می‌دهد، از دیگر کاربردهای تلفن همراه در جریان انتخابات است.

به‌هرحال تأثیر تلفن همراه بر نحوه برگزاری انتخابات محدود به موارد گفته‌شده نیست و مثال‌های متعددی از گوشه‌وکنار جهان می‌توان ردیف کرد که در آنها انتخابات الکترونیکی، رأی‌دهی الکترونیکی و به‌طورکلی دموکراسی الکترونیکی با استفاده از فناوری‌های ارتباطی جدید به‌ویژه تلفن همراه و به میزان بیشتر اینترنت در حال تبدیل شدن به روندی پذیرفته‌شده و عادی است. از آنجاکه رأی‌دهی الکترونیکی دستیابی به فرایند رأی‌دهی را در مقایسه با اشکال سنتی که مستلزم حضور در ایستگاه‌های رأی‌دهی است، تسهیل می‌کند، نوید تقویت فرایند دموکراتیک و افزایش مشارکت رأی‌دهندگان را در خود دارد. ولی این نوع رأی‌دهی به دلیل مسائل فنی و امنیتی و به‌ویژه راستی‌آزمایی رأی‌دهنده^۱ و نیز پنهان ماندن رأی، با مشکل مواجه شده است. همچنین نگرانی‌هایی وجود دارد مبنی بر اینکه رأی‌دهی از طریق پیام متنی ممکن است از اهمیت کنش رأی‌دهی به‌مثابه گونه‌ای از مشارکت سیاسی فعال بکاهد. در مجموع به نظر می‌رسد بهره‌گیری از تلفن همراه به‌مثابه ابزاری رایج و ساده در همه‌پرسی‌ها و انتخابات، امتیازهای خاص خود را دارد، ولی فروکاستن مسائل سیاسی به یک رأی ساده، اندیشه دموکراسی ژرف‌اندیشانه^۲ را تهدید می‌کند. با این‌وجود، تلاش‌ها ادامه دارند و نیازمند ارزیابی هستند.

۲. تلفن همراه، بسیج اعتراض‌ها و سازمان‌دهی جنبش‌های اجتماعی

امروزه تلفن‌های همراه از وسیله‌های ساده برای گفت‌وگو، به ابزارهایی برای کنش سیاسی، سازمان‌دهی و بسیج تبدیل شده‌اند. اگرچه تلفن‌های همراه اغلب برای

اهداف اجتماعی به کار می‌روند^(۳)، اما ابزاری برای سازماندهی سیاسی همچون گردهمایی‌های خودجوش، ازدحام‌های بزرگ و اعتراض‌های ناگهانی و گاه خشن نیز هستند (Rheinghold, 2002). این اثر تلفن همراه در کشورهایی چون کره جنوبی، فیلیپین، اسپانیا، استرالیا، تایلند، بریتانیا، اوکراین، نپال، تونس، مصر و بسیاری دیگر از کشورها مشاهده شده و نشان‌دهنده یک دگرگونی در انگیزه کنش سیاسی و نیز ظرفیت جدید جنبش‌ها برای سازمان‌دهی و بسیج شهروندان است.

بسیج علیه کودتاچیان نظامی میانمار در اکتبر ۲۰۰۷ مثال خوبی در این زمینه است. نخستین راهپیمایی‌ها بیشتر به وسیله دانش‌آموزانی که نسبتاً کم‌سن‌وسال بودند آغاز شد، ولی از راهپیمایی آنها با تلفن همراه فیلم گرفته شد و در سایت یوتیوب^۱ به نمایش گذاشته شد. تصویر اراده و عزم راسخ معترضان و بی‌رحمی و وحشی‌گری رژیم نظامی، جنبش را تقویت کرد. این جنبش هنگامی که راهبان بودیست به خیابان‌ها آمدند تا خشم شدید معنوی خود را بیان کنند، تبدیل به جنبش اکثریت جامعه شد. از آنجاکه قابلیت ضبط و ارتباط از طریق ارتباط بی‌سیم با استفاده از ابزارهایی ساده در دستان صدها هزار نفر از مردم، ضبط کردن هر چیزی را ممکن می‌ساخت، سرکوب خشونت‌آمیزی که در پی این حادثه صورت گرفت نیز فیلم‌برداری و با پخش در اینترنت در اختیار جهانیان قرار گرفت. مردم میانمار با استفاده از پیامک و ایمیل، ارسال بلاگ‌های روزانه، اعلامیه‌های قرارداده شده در سایت فیس‌بوک و ویدئوهای سایت یوتیوب به طور بی‌وقفه با یکدیگر و با جهانیان ارتباط داشتند. رسانه‌های جریان اصلی، گزارش‌های ژورنالیستی شهروندان را که از خط مقدم حوادث و جنبش‌ها تهیه شده بود، در سراسر جهان بازپخش و بازپراکنی می‌کردند. با گذشت زمان، رژیم دیکتاتوری همه‌تأمین‌کنندگان اینترنت را تعطیل کرد، اپراتورهای تلفن همراه را قطع و ابزارهای فیلم‌برداری یافت شده در خیابان‌ها را مصادره کرد که در نتیجه این اقدامات، بی‌رحمی رژیم میانمار هرچه بیشتر بر جهانیان آشکار شد (Castells, 2007: 86).

کره جنوبی مثال مناسب دیگری در این زمینه است. در اواخر نوامبر ۲۰۰۲ بسیاری از کره‌ای‌ها پیامک‌هایی دریافت کردند که از آنها دعوت می‌کرد شب را در

1. Youtube

خیابان‌های سئول به شب‌زنده‌داری در زیر نور شمع بپردازند. مردم این پیامک‌ها را به شبکه دوستان و خانواده خود ارسال کردند که در نتیجه آن هزاران نفر برای پیوستن به این تجمع برانگیخته شدند. این تجمع برای گرامی‌داشت و یادبود دو دختر نوجوان برپا شده بود که در اوایل همان سال در تصادف با یک کامیون نظامی امریکایی کشته شده بودند. این گردهم‌آیی‌ها که بیشتر با استفاده از موبایل سازمان‌دهی شده بودند بحث پیرامون نقش نظامیان امریکایی در شبه‌جزیره کره و روابط امریکا - کره را شدت بخشیده و همچنین دستور کار رقابت‌های انتخاباتی و ریاست‌جمهوری آن زمان را تحت تأثیر قرار دادند (Hermanns, 2008: 74).

مثال‌هایی که بتواند نقش چشم‌گیر موبایل را در سازمان‌دهی اعتراض‌ها و جنبش‌ها اثبات کند، در جهان امروز دیگر محدود نیستند. انقلاب ۲۰۱۰-۲۰۱۱ تونس یکی از جدیدترین این شواهد است. در طی این حوادث، حکومت بن‌علی خبرنگاران را از رفتن به شهر یا شهرهای محل اعتراض و تهیه گزارش و فیلم و عکس منع می‌کرد؛ بنابراین، آنچه از این شهرها بیرون می‌رفت صرفاً گفته‌های منابع غیررسمی و فیلم‌هایی غیرحرفه‌ای و از لحاظ فنی نامناسب بود که به‌وسیله گوشی‌های موبایل ضبط شده و به سایت‌های اینترنتی از جمله یوتیوب و فیس‌بوک و نیز سایت‌های خبری محلی و مخالف دولت تونس راه یافته بودند. ولی همین پوشش رسانه‌ای اندک که منشأ آن در واقع لنزهای کوچک موبایل‌های معترضان بود، علاوه بر آگاه کردن مخاطبان رسانه‌ها در کشورهای مختلف، مردم شهرهای تونس را از حجم اتفاقاتی که در کشورشان رخ می‌داد آگاه می‌کرد تا تبلیغات دولتی که معترضان را گروهی کوچک و تروریست می‌دانست باور نکنند. نکته جالب توجه اینجاست که تا روز آخر انقلاب، تقریباً همه فیلم‌های منتشرشده در اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای، فیلم‌هایی بودند که با موبایل ضبط شده بودند.

این روند، چرخه‌ای روبه‌شتاب را ایجاد کرد؛ به این صورت که اعتراض‌هایی انجام می‌شد، این اعتراض‌ها به‌واسطه تلفن همراه در رسانه‌ها بازتاب می‌یافت و همین اطلاع‌رسانی بر حجم اعتراض‌ها می‌افزود. موبایل، اینترنت و ماهواره، نقش محوری را در اطلاع‌رسانی از این حادثه برای بخش‌های مختلف مردم تونس و پیوستن آنها به موج اعتراض‌های خیابانی ایفا کردند. البته دولت تونس نیز از همان

ابتدا سایت‌های خبری و شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک را فیلتر کرد ولی قطعاً در دوره کنونی با وجود فناوری‌های گسترده بدیل، این فیلترینگ نمی‌توانست چندان بهره‌ای داشته باشد. اشتباه نخواهد بود اگر بگوییم مهم‌ترین ابزار در کمک به معترضان تونس برای پیروزی آنها، اینترنت بود (غیبشاهی، ۱۳۸۹). اما شاید بدون تلفن همراه که در واقع نقش فراهم‌آوری مواد و محتوا برای پخش در اینترنت را ایفا می‌نمود، اینترنت به‌تنهایی نمی‌توانست چنین نقش عظیمی ایفا کند. از آنجاکه تلفن‌های همراه سرشت مشترکی با دیگر فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی دارند، باید در وابستگی متقابل با این فناوری‌ها و نه به صورت منفرد مورد مطالعه قرار گیرند. در واقع بهتر آن است که در بررسی نقش فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی نوین در جنبش‌های اجتماعی، نقش رسانه‌های مختلف به‌ویژه اینترنت و موبایل را در ارتباط و پیوستگی با یکدیگر در نظر گرفت (برای آشنایی با تحلیلی از این گونه نگاه کنید به: قلی‌پور، ۱۳۹۰). به‌رحال کاربرد ابزارهای ارتباطی از جمله موبایل و قابلیت‌های آن در بسیج، سازمان‌دهی و بازنمایی و تشدید اعتراض‌های مردمی در حوادث انقلابی سایر کشورهای خاورمیانه از جمله مصر، بحرین، یمن و سوریه نیز بسیار برجسته و تأثیرگذار بوده است.

با توجه به چنین مواردی است که هوارد رینگولد در سال ۲۰۰۲ در کتابی با نام «موبایل‌های هوشمند: انقلاب اجتماعی آینده» از ظرفیت‌های ویژه موبایل در حوزه سیاست صحبت کرده و اشاره می‌کند که به‌واسطه موبایل، فرصت‌ها و امکانات جدیدی در جوامع به وجود آمده تا طی آن انبوهی از افرادی که یکدیگر را نمی‌شناسند و با یکدیگر ارتباطی نداشته‌اند، به‌سرعت دور یکدیگر جمع شده و اجتماعی بزرگ و خودجوش ایجاد کنند. از نظر وی، فناوری به جامعه پویایی غیرقابل‌انتظاری بخشیده است، به‌گونه‌ای که در هرکجا که لازم باشد یک اجتماع انبوه انسانی می‌تواند به‌سرعت شکل گرفته یا محدود شود. برای این منظور فقط یک وسیله ارتباطی ساده مثل موبایل مورد نیاز است. رینگولد بر این نکته تأکید می‌کند که در آینده تلفن‌های همراه می‌توانند به خدمت طرفداران دموکراسی درآیند، به‌وسیله هواداران محیط‌زیست مورد استفاده قرار گیرند و یا اینکه فرقه‌های افراطی قومی و مذهبی آن را به خدمت گیرند (Rheingold, 2002: 257). البته اکنون با

گذشت ده سال از نگارش کتاب رینگولد می‌توان ادعا کرد که نظرات او بسیار خوش‌بینانه بوده است.

با وجود تأثیر غیرقابل‌انکاری که تلفن همراه در انگیزش، بسیج و سازمان‌دهی و بازنمایی اعتراض‌ها و جنبش‌ها دارد، اثبات علت و معلول در کنش‌های تلفن همراه اغلب دشوار است. حضور در این‌گونه راهپیمایی‌ها به همان میزان که بیانی سیاسی^۱ است، رویدادی اجتماعی به شمار می‌رود، زیرا بسیاری از تظاهرکنندگان بدون دعوتی شخصی از جانب عضوی که آشنای حلقه اجتماعی‌شان باشد، در این راهپیمایی‌ها حضور نمی‌یابند؛ بنابراین، مرزهای بین کنش‌های سیاسی و کنش‌های اجتماعی مبهم و نامشخص می‌شود. با توجه به این موارد می‌توان گفت نقش سازمان‌های سیاسی پیشین در انگیزش کنش‌های سیاسی کاهش یافته است. این روند با گفتمان عمومی کاهش عضویت در احزاب سیاسی و سازمان‌های مدنی که در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، ارتباط می‌یابد. در اواخر قرن بیستم، کانون فعالیت شهروندی از سیاست رسمی به آنچه با عنوان «قلمرو فراسیاسی»^۲، «فرو-سیاست»^۳، و «سیاست زندگی روزمره»^۴ نام‌گذاری شده است، منتقل شد (Hermanns, 2008: 78). امروزه ارزش‌های شخصی بیشتر از ایدئولوژی‌ها در نگرش مشارکت‌کنندگان مؤثرند. مرزهای بین اهداف و فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی در حال مبهم و نامشخص شدن هستند. شهروندان اغلب به عنوان نوعی اظهار نارضایتی نسبت به جامعه سیاسی مستقر، در حال تجربه اشکال دیگر مشارکت سیاسی و یافتن اهداف دیگر سیاسی هستند (Dahlgren, 2005: 149). این دگرگونی از کنش‌های سازمان‌دهی شده به کنش‌های مبتنی بر دیدگاه‌های شخصی، هنگامی که مردم به وسیله شبکه‌های شخصی برای مشارکت در کنش‌های اعتراضی یا پیوستن به گروهی سیاسی برانگیخته می‌شوند نیز قابل مشاهده است. از آنجاکه فناوری تلفن همراه امکان برقراری ارتباط با شمار زیادی از افراد دارای تشابه ذهنی را در یک دوره کوتاه زمانی فراهم می‌کند، ابزاری ایدئال برای حمایت از این نوع

1. Political Statement
2. Para-Political Domain
3. Sub-Politics
4. Lifestyle Politics

کنش غیرسازمان‌دهی شده است؛ بنابراین، رابطه بین تلفن‌های همراه و اشکال جدید مشارکت سیاسی شایسته توجه علمی بیشتر می‌شود.

قدرت بسیج‌گری تلفن‌های همراه گاهی اوقات با استفاده از مضمون موجود در واژه «غوغا»^۱ به گونه‌ای منفی تفسیر می‌شود. همچون همه راهپیمایی‌ها و کنش‌ها، کنش‌های سازمان‌دهی شده به وسیله تلفن همراه لزوماً دارای ذات دموکراتیک و مثبت نیستند. ازدحام‌های بزرگ می‌توانند به آسانی حالت زننده و ناخوشایند و حتی خشونت‌آمیز پیدا کنند؛ به عنوان مثال شورش‌های نژادی سیدنی در دسامبر ۲۰۰۵، تحت تأثیر تحریکات پیام‌های متنی که مردم را به خشونت علیه یک گروه قومی خاص فراخوانده بودند، رخ داد^(۴). گردهمایی‌های خودجوش را می‌توان تهدیدی علیه نظم عمومی و یا نوعی ابراز حق آزادی بیان دید، ولی در هر صورت این گردهمایی‌ها چهارچوب نامناسبی برای نشان‌دادن مشکلات بنیادین و پیچیده هستند. در نتیجه تسهیل بسیج کنش جمعی بر اثر تسهیل فرایندهای ارتباطی، ممکن است راهپیمایی‌های تک‌مسئله‌ای بر گفتمان عمومی و سیاسی جامعه مسلط شوند. این امر ممکن است منجر به جهت‌گیری‌های کوتاه‌مدت و اقدامات ساده‌انگارانه شده و تأثیر منفی بر روندهای ژرف‌اندیشی بگذارد (Hermanns, 2008: 79).

علاوه بر موارد یادشده باید افزود که اتکای روزافزون فعالیت‌های اعتراضی و ستیزه‌جویانه جنبش‌های اجتماعی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از جمله تلفن همراه، خطری را نیز برای این جنبش‌ها در بر دارد؛ زیرا فرصت‌های جدیدی را برای تلاش‌های رفع بسیج^۲ ایجاد می‌کند. واقعیت این است که در بسیاری از موارد، نخبگان سیاسی حاکم و یا متحدان آنها زیرساخت‌هایی را که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید بر آنها متکی هستند، در مالکیت و کنترل خود دارند؛ بنابراین، اگر کاربرد خاصی خیلی تهدیدکننده شود، ممکن است دستیابی مبارزان به منابع ممنوع شود، یا معماری سیستم طوری تغییر داده شود که از کاربردهای نامطلوب این ابزارها علیه حکومت جلوگیری شود. به عنوان مثال اگر فعالان برای هماهنگی کنش به تلفن همراه وابسته باشند، اختلال در خدمات تلفن همراه می‌تواند یک اثر رفع

1. Mob

2. Demobilization Efforts

بسیج نیرومند داشته باشد (Garrett, 2006: 14). این نمونه‌های منفی نیاز به تحلیل همه‌جانبه تأثیر سازنده و نیز ویرانگر ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه را برجسته کرده و اهمیت تحلیل واقع‌بینانه، تأثیر تسهیل‌کننده و نیز تحدیدکننده رسانه‌های نوین را در رابطه با کنش جمعی گوشزد می‌کند.

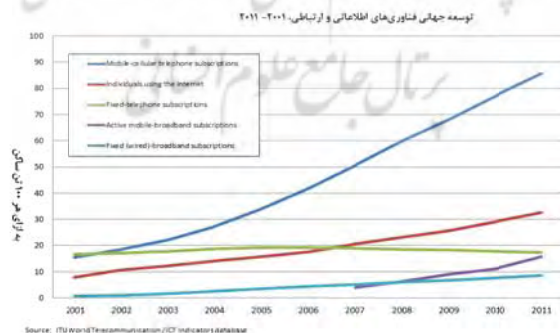
۳. موبایل، دموکراسی و گسترش حوزه عمومی

برخی از مطالعات صورت گرفته حاکی از آن است که موبایل و قابلیت‌های آن در عصر ما می‌تواند به‌مثابه ابزاری دموکراتیک به کار گرفته شده و در راستای تقویت بنیان‌های دموکراسی و گسترش حوزه عمومی عمل کند. فردیناند پاراگاس^۱ که توجه خود را به بررسی رابطه میان دموکراسی و تکنولوژی نوین معطوف کرده معتقد است فناوری‌های ارتباطی نوین به‌ویژه موبایل شرایط و زمینه‌هایی را به وجود می‌آورند تا در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد بروز یک «انقلاب مبتنی بر SMS» در سطح کلان باشیم؛ آن هم به همان عظمت و اهمیتی که «انقلاب مبتنی بر صنعت» در قرن ۱۸ به وجود آورده بود. پاراگاس و گروهی از جامعه‌شناسان به نقش موبایل در زمینه سیاست خوش‌بین بوده و معتقدند این فناوری ارتباطی در جوامع گوناگون سبب توزیع مجدد و دموکراتیک‌تر قدرت خواهد شد، زیرا زمینه مشارکت توده‌های وسیعی از مردم را در جریان‌ها، تصمیم‌گیری‌ها، رأی‌گیری‌ها و نظارت سیاسی فراهم خواهد کرد (موسوی، ۱۳۸۹: ۵۸). صرف‌نظر از این‌گونه دیدگاه‌های خوش‌بینانه و یک‌جانبه، به نظر می‌رسد تأثیر موبایل بر تقویت دموکراسی از جنبه‌های گوناگون قابل بررسی باشد. در ادامه به بررسی برخی از این حوزه‌ها می‌پردازیم که شاید بتوان از آنها به عنوان نقاط پیوند فناوری تلفن همراه و دموکراسی نام برد.

درجه شمولیت بالای موبایل و ایجاد شبکه‌ها: در مقایسه با فناوری‌های اطلاعاتی کامپیوتر - واسط همچون اینترنت، تلفن‌های همراه بسیار فراوان‌تر بوده و به‌وسیله طیف گسترده‌تری از مردم از سنین، طبقات و سطوح آموزشی مختلف به کار می‌روند. امروزه خرید این فناوری به قیمت ارزان ممکن بوده و مهارت و

تسلط یافتن در استفاده از آن برای اغلب کاربران بسیار آسان است. اگرچه جوان‌ترها مشتاق‌ترین کاربران تلفن همراه هستند، ولی دیگر گروه‌های سنی نیز مخالف برقراری تماس و ارسال و دریافت پیام از طریق موبایل نیستند. همچنین درحالی‌که پدیده‌ای به نام شکاف دیجیتال^(۵) داخلی و جهانی در میان کاربران اینترنت بسیار رواج دارد، این پدیده در مورد فناوری تلفن همراه کمتر رخ می‌نماید. بر اساس آمارهای اتحادیه بین‌المللی مخابرات، در سال ۲۰۱۱ متوسط ضریب نفوذ تلفن همراه در کشورهای توسعه‌یافته ۱۲۲ درصد و در کشورهای درحال توسعه ۷۸ درصد بوده است. این درحالی است که در همین سال متوسط ضریب نفوذ اینترنت در کشورهای توسعه‌یافته ۷۰ درصد و در کشورهای درحال توسعه تنها ۲۴ درصد بوده است. این آمارها نشان‌دهنده شمولیت بیشتر ارتباطات موبایل در کشورهای درحال توسعه به‌رغم تداوم شکاف دیجیتال جهانی است. علاوه بر این، همان‌طور که نمودار شماره ۲ به‌وضوح نشان می‌دهد، شمار مشترکین تلفن همراه در سطح جهان به‌مراتب از سایر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بیشتر بوده و سیر افزایش ضریب نفوذ آن شتاب بیشتری دارد؛ بنابراین، تلفن‌های همراه پتانسیل دسترسی به گروه وسیعی از مردمانی را که به لحاظ سیاسی اغلب بی‌تفاوت هستند، فراهم می‌کند ولی این کاربردهای محتمل به‌وسیله کنش‌گران سیاسی و همچنین دانشمندان سیاسی بسیار کمتر از آنچه شایسته است، موردتوجه قرار می‌گیرد.

نمودار شماره ۲. توسعه جهانی پنج نوع مختلف از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، ۲۰۰۱-۲۰۱۱



توضیح: نمودار شماره ۲ نشان می‌دهد درحالی‌که ضریب نفوذ جهانی اینترنت (منحنی قرمز) از هشت درصد در سال ۲۰۰۱ به حدود ۳۲ درصد در سال ۲۰۱۱ رسیده است، ضریب نفوذ جهانی تلفن همراه (منحنی آبی) در همین دوره زمانی از ۱۵/۵ درصد به حدود ۸۶ درصد رسیده است. تلفن همراه به واسطه این نفوذ گسترده روبه‌افزایش خود ارتباطات بین‌فردی^۱ را افزایش داده و به واسطه لیست مخاطبان دفترچه تلفن، شبکه‌های شخصی و اجتماعی را گسترش می‌دهد. پیامک‌هایی که به مخاطبان چندگانه ارسال می‌شوند، اغلب بر مبنای برخی ویژگی‌ها و علایق مشترک، مثل علاقه به یک تیم ورزشی و یا مواضع مشترک سیاسی، شبکه‌ها را توسعه می‌دهند. پیام‌های با محتوای متفاوت از قبیل اخبار و جوک‌ها را می‌توان با حداقل تلاش به چندین مخاطب ارسال کرد که این قابلیت امکان کنش متقابل وسیع‌تر بین شمار بیشتری از مخاطبان را با کمترین کوشش ممکن می‌سازد. اگرچه پیام‌دهی بسیار^۲ در درجه اول و عمدتاً برای اهداف سیاسی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، ولی نمونه‌هایی (از قبیل مثال‌های کره، میانمار، تونس و غیره که توضیح داده شد)، وجود دارد که این پدیده بر برون‌دادهای سیاسی تأثیر گذارده است. گفتنی است شبکه‌ها علاوه بر موبایل به وسیله برخی از امکانات مرتبط با اینترنت همچون پست الکترونیک^۳، اتاق‌های گفت‌وگو یا چت‌روم‌ها^۴ و سایت‌های شبکه‌بندی اجتماعی نیز حتی به گونه‌ای نیرومندتر (اگرچه نه لزوماً همگانی‌تر) ایجاد و حفظ می‌شوند.

شبکه‌های شخصی مبتنی بر تلفن همراه می‌توانند ایجاد گروه‌های رسمی و غیررسمی را تسریع کرده و در تشکیل سرمایه اجتماعی دخیل باشند. از دید پیربوردیو سرمایه اجتماعی عبارت است از منابع بالفعل یا بالقوه ناشی از عضویت در شبکه‌ای از روابط مبتنی بر آشنایی یا شناخت متقابل. جیمز کلمن سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع تعریف می‌کند که در یک گروه (همچون خانواده یا سازمانی اجتماعی) وجود دارد و موجب تسهیل شکل‌گیری اعمال اعضا می‌شود. از دید رابرت پوتنام، سرمایه اجتماعی به سه مؤلفه از زندگی اجتماعی یعنی

1. Interpersonal Communication
2. Multiple Messaging
3. Email
4. Chat Rooms

شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد باز می‌گردد که به اعضا امکان تعقیب بهتر اهداف مشترک را می‌دهد. فوکویاما تعریف دیگری ارائه می‌دهد، از دید او سرمایه اجتماعی را به‌سادگی می‌توان به عنوان مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی مشترک بین اعضای گروهی که آنان را قادر به همکاری با یکدیگر می‌سازد، تعریف کرد (مستقیمی و واسعی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۸۱-۲۸۰). با توجه به این تعریف‌ها می‌توان گفت سرمایه اجتماعی در واقع محصول عضویت در شبکه و روابط درون آن است. فرایند تشکیل سرمایه اجتماعی دقیقاً از آنجا آغاز می‌شود که رابطه آغاز می‌شود و آغاز رابطه نیز آغاز تشکیل شبکه است. پس اگر بپذیریم که تلفن همراه می‌تواند به ایجاد و گسترش شبکه‌ها کمک کند، می‌توانیم بپذیریم که به تشکیل سرمایه اجتماعی ناشی از شبکه‌بندی نیز خواهد انجامید، هرچند دیدگاه‌های نیرومندی نیز در مخالفت با این دیدگاه وجود دارد که ما را در نتیجه‌گیری محتاط می‌سازد.

اهمیت تشکیل شبکه در بحث دموکراسی هنگامی آشکار می‌شود که به این نکته توجه کنیم که چنان‌که کاستلز می‌گوید، قدرت در جامعه شبکه‌ای از طریق شبکه‌ها اعمال می‌شود. کنش‌گران اگرچه انسان هستند، ولی انسان‌ها در شبکه‌ها سازمان‌دهی شده‌اند. وی بر این باور است که مهم‌ترین اشکال قدرت از منطق قدرت شبکه‌سازی پیروی می‌کنند. در جهان شبکه‌ها، قابلیت اعمال کنترل بر دیگران وابسته به دو مکانیسم اساسی است: الف) قابلیت تشکیل شبکه‌ها (ها) و برنامه‌ریزی و بازبرنامه‌ریزی این شبکه‌ها (ها) برحسب اهداف تعیین‌شده برای هر شبکه؛ ب) قابلیت متصل کردن شبکه‌های مختلف و تضمین همکاری آنها از طریق به اشتراک‌گذاری اهداف مشترک و ترکیب منابع و درعین حال دفع رقابت دیگر شبکه‌ها از طریق برقراری همکاری استراتژیک؛ بنابراین، شبکه‌های ارتباطی برای ساخت قدرت و نیز ضدقدرت سیاسی ضروری هستند (Castells, 2011: 773-786). اتصال به شبکه‌ها قدرت فرد را افزایش داده و توانایی تأثیرگذاری سیاسی وی را هنگامی که اراده وی در اتصال با شبکه‌اش قرار می‌گیرد، افزایش می‌دهد. از طریق شبکه‌ها افراد و گروه‌ها می‌توانند گفتمان و صدای خود را از حاشیه به متن آورده و در سطح جامعه ترویج دهند؛ بنابراین، شبکه به‌ارمغان‌آورنده نوعی دموکراسی است که در واقع

ناشی از قابلیت طرح و پخش صداهای خاموش و پیوند دادن قدرت فرد به قدرت شبکه است. لازم به ذکر است اگر صاحبان شبکه را صاحبان قدرت بدانیم - آن‌گونه که کاستلز در «تئوری شبکه‌ای قدرت» می‌داند - آنگاه شبکه تنها در صورتی در خدمت دموکراسی است که شبکه خودارتباطی توده‌ای^۱ باشد؛ یعنی صاحبان شبکه خود مردم باشند و نه صاحبان زر و زور؛ آن‌گونه که در مورد شبکه‌های رسانه‌ای جریان اصلی شاهد آن هستیم.

پیوند شهروندان با یکدیگر و با مقامات حکومتی: استیون کلیفت^۲ بر این باور است که دو نقطه ضعف عمده دموکراسی‌های کنونی عبارت است از جدایی شهروندان از یکدیگر و جدایی شهروندان از دولت و سیاست‌مداران. البته مطالعات کلیفت بیشتر متمرکز به ابعاد سیاسی و اجتماعی اینترنت بوده؛ بنابراین، وی قابلیت‌های اینترنت در ایجاد امکان تشکل شهروندان و سازماندهی عمل سیاسی مشترک و جمعی را جبران‌کننده این تقصیرها می‌داند (میناوند، ۱۳۸۵: ۱۳۸). با وجود این، شاید بتوان تلفن همراه را نیز ابزاری برای به حداقل رساندن این دو کمبود عمده دموکراسی‌های کنونی دانست. هرچند ممکن است این دو قابلیت تلفن همراه نسبت به اینترنت از ژرفای کمتری برخوردار باشد، ولی به یقین همان‌طور که در قسمت پیشین اشاره کردیم موبایل به‌مثابه رسانه‌ای ارتباطی از شمولیت و گستردگی بیشتری نسبت به اینترنت برخوردار است؛ بنابراین، نسبت به اینترنت به‌گونه بهتری می‌تواند شمار بیشتری از شهروندان را به یکدیگر متصل کند. مزیت پیوندهای اینترنت میزان ژرفای آن، و مزیت پیوندهای موبایل گستردگی آن است.

برخی فناوری ارتباطی را چیزی می‌دانند که می‌تواند شهروندان را قادر سازد تا گروه‌های فشار، سیاست‌های حزبی، رسانه‌ها، گروه‌های با منافع خاص و سایر کانال‌های غیردموکراتیک را که سبب شکل‌گیری نظرات نمایندگانشان می‌شوند، دور بزنند و خود دسترسی مستقیم به نمایندگان داشته باشند؛ بنابراین، نمایندگان مختلف می‌توانند کارها را تنها با توجه به رضایت مستمر مردم به انجام برسانند که به از میان رفتن عظمت سابق پارلمان‌ها و احزاب سیاسی منجر می‌شود (هیگس، ۱۳۸۴:

۲۶۶). همان‌طور که پیشتر نیز در بحث انتخابات آورديم، فناوری جديد می‌تواند استفاده گسترده از اشکال جديد رأی دادن و مشارکت مستقیم را تسهیل کند. با اتخاذ نظام‌های رأی‌گیری راحت‌تر و کم‌هزینه‌تر، انتظار می‌رود که افراد در فاصله‌های زمانی کمتر و در مورد مسائل بیشتری رأی دهند. همه‌پرسی‌ها و سرشماری‌ها را می‌توان بیشتر کرد، هرچند این کار نیازمند پشتیبانی یک اراده سیاسی و سازمانی خواهد بود که ممکن است در بعضی از کشورها وجود نداشته باشد (هیکس، ۱۳۸۴: ۲۶۵).

در مجموع با استفاده از قابلیت‌های دولت الکترونیک و دموکراسی الکترونیکی که تلفن همراه «یکی از فناوری‌های» تسهیل‌کننده آن است، مشاوره‌گیری و نظرسنجی حکومت از مردم و نیز قابلیت تأثیرگذاری مردم بر حکومت و پاسخ‌گویی خواهی مردم از حکومت افزایش یافته که این مسئله می‌تواند نویددهنده تقویت فرایندهای دموکراتیک در جوامع نوین باشد. قابلیت موبایل در تقویت فرایندهای دموکراتیک از طریق گسترش پیوندهای افقی (ارتباط مردم با مردم) و عمودی (ارتباط مردم با نمایندگانشان) را نباید با استقرار دموکراسی یکسان گرفت. آنجا که رژیم سیاسی خود را اساساً نماینده مردم و پاسخ‌گو در برابر آنان نمی‌داند، این فرایندهای ارتباطی یا سرکوب می‌شوند و یا اگر سرکوب نشوند، به‌سادگی مورد بی‌توجهی قرار خواهند گرفت.

گسترش اطلاعات در حوزه عمومی: بازآفرینی عمومیت: سرمایه اجتماعی و
 حوزه عمومی فعال و سرزنده، عناصر کلیدی یک دموکراسی هستند (Hermanns, 2008: 76). با شکل‌گیری حکومت مدرن، اصطلاح عمومی به طور فزاینده‌ای برای اشاره به فعالیت‌های مربوط به حکومت به کار رفت، در حالی که اصطلاح خصوصی به حوزه فعالیت و روابط شخصی اشاره داشت که خارج از کنترل مستقیم حکومت بود. ولی گرایش به همزادپنداری زندگی عمومی با فعالیت مربوط به حکومت بی‌چالش نمانده است. اگر به دوران آغازین جوامع مدرن بازگردیم می‌توانیم تحول فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی سهیم در شکل‌گیری فرهنگی سیاسی در اهتزاز را که در فراسوی حوزه حکومتی واقع شده، ردیابی کنیم. این موضوعی بود که هابرماس می‌خواست در توجیحات خویش پیرامون ظهور حوزه عمومی طبقه بورژوا مشخص

کند. این حوزه (که دامنه آن از سالن‌ها، قهوه‌خانه‌ها، و «انجمن‌های دوستان سر میز» زندگی اجتماعی بورژوا تا اقسام سازمان‌های مردم‌پسند و کارگری امتداد داشت) بنابر استدلال هابرماس مهم بود؛ زیرا نه تنها از حکومت جدا بود بلکه در یک رابطه انتقادی بالقوه، رودرروی قدرت حکومتی مستقر شده بود.

جان تامپسون^۱ در کتاب *رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها* معتقد است درک ما از زندگی عمومی (که در واقع همان درک هابرماسی است) بر اساس مدلی استوار شده که از مجالس حکومت‌های شهرمحور یونان کلاسیک استخراج شده است؛ مدلی که در آن افراد در موضعی (مشترک) مکانی - زمانی گردهم می‌آیند تا درباره مسائل موردعلاقه مشترک به بحث بپردازند. در اینجا وی پرسشی با این مضمون مطرح می‌کند که آیا آن مدل سنتی که «عمومیت» را با «هم‌حضور» همسان می‌داند، مناسب شرایط اجتماعی و سیاسی اواخر قرن ۲۰ و اوایل قرن ۲۱ است؟ پاسخ وی به این پرسش منفی است. از نظر تامپسون تحول رسانه‌های ارتباطی، نوع جدیدی از عمومیت آفریده که بسیار متفاوت با مفهوم سنتی زندگی عمومی است. او این نوع جدید را «عمومیت رسانه‌ای» می‌نامد و بر این باور است که این نوع جدید با افرادی که در محلی مشترک گردهم می‌آیند تا درباره مسائل موردعلاقه مشترکشان به بحث بپردازند، مدخلیتی ندارد بلکه نوعی عمومیت رؤیت‌پذیری و صراحت است. عمومیت قابل‌دسترس ساختن و رؤیت‌پذیر ساختن، و این رؤیت‌پذیری دیگر مدخلیتی با سهم شدن در محلی مشترک ندارد. از نظر تامپسون، عمومیت رسانه‌ای فضایی باز است، از این لحاظ که فضایی خلاقانه و غیرقابل کنترل است؛ فضایی که در آن اشکال نمادین می‌توانند بیان شوند، حرف‌ها و تصاویر جدید قابلیت پدیدارشدن می‌یابند، اطلاعات پیش از این پنهان از دید حلالا می‌توانند در دسترس قرار گیرند، و پیامدهای رؤیت‌پذیر شدن را نمی‌توان به طور کامل پیش‌بینی و کنترل کرد. عمومیت رسانه‌ای از این لحاظ باز و نامحدود است که محتوای مواد رسانه‌ای را نمی‌توان از پیش به طور کامل محدود کرد (تامپسون، ۱۳۸۰: ۳۰۰-۲۸۸).

از نظر تامپسون، مشکل اصلی این گونه جدید عمومیت این است که نمی‌تواند

گفت‌وشنودی باشد (تامپسون، ۱۳۸۰: ۲۹۹). دلیل نسبت دادن این نقیصه به عمومیت رسانه‌ای روشن است. مفهوم‌سازی تامپسون درباره عمومیت رسانه‌ای، از نظر زمانی در دوره‌ای (۱۹۹۵) مطرح شده که هنوز نمی‌توانست به‌وضوح شاهد آن چیزی باشد که کاستلز از آن با عنوان «شبکه‌های ارتباطی افقی» و «خود-ارتباطی توده‌ای» یاد می‌کند. در واقع تحول در حوزه عمومی بر اثر ورود رسانه‌های صوتی و تصویری پیش از ظهور موبایل آغاز شده بود، ولی با ورود موبایل و اینترنت به عرصه ارتباطی به اوج خود رسید. به نظر می‌رسد کاستلز در آثار اخیر خود تبیین به‌روزتری از دگرگونی حوزه عمومی در عصر رسانه‌های افقی داشته باشد.

از نظر کاستلز، حوزه عمومی عرصه تبادل ایده‌ها و برنامه‌هایی است که از جامعه ظهور می‌کنند و تصمیم‌سازان در نهادهای جامعه را مخاطب قرار می‌دهند. به عبارت دیگر حوزه عمومی عبارت است از شبکه‌ای برای تبادل اطلاعات و نقطه‌نظرات که در حد فاصل بین دولت و جامعه قرار می‌گیرد. حوزه عمومی عصری اساسی در سازمان سیاسی-اجتماعی است، زیرا عرصه‌ای است که مردم به‌مثابه شهروندان گردهم آمده و دیدگاه‌های مستقل خود را به‌منظور تأثیرگذاری بر نهادهای سیاسی جامعه مفصل‌بندی می‌نمایند. جامعه مدنی بیان سازمان‌یافته این دیدگاه‌هاست و رابطه بین دولت و جامعه‌مدنی زیربنای دموکراسی است (Castells, 2008: 78).

کاستلز نیز کمابیش همچون تامپسون معتقد است در جامعه شبکه‌ای، حوزه عمومی بر مبنای شبکه‌های ارتباط رسانه‌ای سازمان می‌یابد که در عصر دیجیتال این شبکه‌های ارتباط رسانه‌ای هم شامل انواع گوناگون رسانه‌های توده‌ای و هم اینترنت و شبکه‌های ارتباط بی‌سیم (موبایل) می‌شود (Castells, 2008: 78). از نظر وی، ما شاهد تغییر مسیر تدریجی از آن نوع حوزه عمومی که پیرامون نهادهای ملی جوامع سرزمینی بنا نهاده شده بود، به سمت حوزه عمومی بناشده پیرامون نظام رسانه‌ای هستیم. این نظام رسانه‌ای شامل آنچه می‌شود که وی تحت‌عنوان خودارتباطی توده‌ای^۱ مفهوم‌سازی کرده است؛ یعنی شبکه‌های ارتباطی که از طریق ارسال و دریافت پیام‌ها در ارتباطی چندوجهی، تعداد زیادی را به تعداد زیادی دیگر مرتبط

می‌کنند. این نوع ارتباط، رسانه توده‌ای را دور می‌زند و اغلب از کنترل حکومت خارج است. کاستلز معتقد است نظام ارتباطی جامعه صنعتی پیرامون رسانه‌های توده‌ای متمرکز شده بود که ویژگی عمده آن پخش و توزیع توده‌ای پیام یک‌سویه از یکی به بسیاری^۱ بود. این درحالی است که بنیان ارتباطی جامعه شبکه‌ای عبارت است از وب جهانی شبکه‌های ارتباطی افقی که شامل تبادل چندوجهی پیام‌های تعاملی از بسیاری به بسیاری^۲، هم به صورت هم‌زمان و هم غیرهم‌زمان می‌شود. با همگرایی و تلاقی اینترنت و ارتباطات موبایل و گسترش تدریجی ظرفیت پهنای باند، قدرت ارتباطی اینترنت به همه عرصه‌های زندگی اجتماعی در حال گسترش است، همان‌طور که شبکه الکتریکی و موتور الکتریکی، انرژی را در جامعه صنعتی توزیع می‌کردند (Castells, 2007: 246).

با در نظر گرفتن این برداشت از حوزه عمومی که جدیدترین برداشت با توجه به شرایط عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای است، به نظر می‌رسد همان‌طور که کاستلز نیز اذعان دارد، تلفن همراه که یکی از رسانه‌های افقی مؤثر در جریان خودارتباطی توده‌ای است، پتانسیل قدرتمندی در گسترش بحث در حوزه عمومی و تقویت آن داشته باشد. جریان فزاینده اطلاعات از طریق موبایل با افزایش میزان اطلاعات در دسترس افراد، نقش دروازه‌بانان (اعم از حکومت، رسانه‌های توده‌ای جریان اصلی و رسانه‌های شرکتی) را کاهش داده و حوزه عمومی را گسترش می‌دهد. همان‌طور که نوجوانان نخستین کسانی بودند که به این نکته پی برده و از آن بهره برداری کردند! تلفن‌های همراه می‌توانند در هر جایی و با حداقل کنترل و نظارت والدین مورد استفاده قرار گیرند. به همین نحو، تلفن‌های همراه در کشورهای که در آنها سیاست به وسیله حکومت به شدت کنترل می‌شود، فضاهای خصوصی و به دور از دسترس حکومت و سایر دروازه‌بانان ایجاد می‌کنند. در اینجا به پیروی از روند کلی مقاله تلاش می‌کنیم با ذکر سه نمونه عینی یعنی مورد بیماری سارس در چین، بمب‌گذاری‌های لندن و حادثه میدان کاج در ایران، به ارزیابی عینی نقش تلفن همراه در افزایش اطلاعات و بحث‌ها در حوزه عمومی بپردازیم.

1. From One To Many
2. From Many To Many

۱. مورد بیماری سارس در چین: مطابق گزارش سازمان بهداشت جهانی، نخستین مورد شناسایی شده سارس در ایالت گوانجوی جمهوری خلق چین در ۱۶ نوامبر ۲۰۰۲ ثبت شد (WHO, 23 September 2003). با وجود اینکه تعدادی از مردم و تعدادی از پزشکان معالج آنها بر اثر بیماری جان سپردند، حکومت چین تا آوریل ۲۰۰۳ یعنی حدود شش ماه پس از مشاهده اولین علائم شیوع بیماری به مأموران سازمان بهداشت جهانی اجازه نمی‌داد تا در ایالت گوانجو درباره آن بیماری به تحقیق بپردازند. حکومت چین تلاش می‌کرد تا آن مشکل را دست‌کم گرفته و به شدت محدودیت‌هایی را برای گزارش‌هایی که در این باره انتشار می‌یافتند وضع کرد. بالاخره در آوریل ۲۰۰۳ پزشکی سالخورده به نام جیان یانیونگ^۱ به خاطر آنکه آمارهای رسمی با تجارب شخصی‌اش در تضاد بود، نامه افشاگرانه‌ای به رسانه‌های چین نوشت و بیانیه‌ای را در روزنامه تایم منتشر کرد. تحت‌تأثیر این افشاگری‌ها آشکار شد که حکومت چین موارد مربوط به سارس را در حدود ۹۰ درصد کمتر از میزان واقعی گزارش می‌دهد و شواهدی نیز وجود داشت مبنی بر اینکه این پنهان‌کاری به صورت عمدی بوده است (Gordon, 2007: 309-312).

با وجود این سانسور شدید، مردم ایالت گوانجو در طول این مدت از مشکل آگاه بودند و اطلاعاتی را پیرامون این مشکل به‌ویژه با پیامک ردوبدل می‌کردند. طبق گزارش اداره مخابرات گوانجو در روزهای ۸، ۹ و ۱۰ فوریه ۲۰۰۳ استفاده مشترکین از پیامک نسبت به مدت مشابه سال قبل سه‌برابر شد. حتی با فرض اینکه تعداد مشترکین موبایل در آن سال افزایش یافته باشد، این ارقام هنوز افزایش قابل‌توجهی را نشان می‌دهد (Gordon, 2007: 310). در فوریه و مارس ۲۰۰۳، مردم گوانجو از طریق تلفن‌های همراه خود اطلاعاتی را در رابطه با محل‌های شیوع سارس و راه‌های ممکن برای کاهش علائم بیماری مبادله می‌کردند. افرادی که این اطلاعات را دریافت می‌کردند، به عنوان شهروند - روزنامه‌نگاران^۲ این اطلاعات را به دیگر خانواده‌ها و شبکه دوستانشان منتقل می‌کردند؛ بنابراین، این اطلاعات در سطح گسترده‌ای انتشار می‌یافتند. البته این اطلاعات ضرورتاً واقعی، صحیح و مفید

1. Jian Yanyong
2. Citizen-Journalists

نبودند. علاوه بر توصیه‌ها، اطلاعات و شایعات، برخی متن‌های طنزآمیز و بعضاً بی‌ادبانه و نیز استهزای سیاست‌مداران، محتوای عمده این پیامک‌ها را تشکیل می‌داد (Gordon, 2007: 310). در این دوران، پیامک با فراهم‌آوردن مخرجی برای ابراز نارضایتی و نگرانی مردم، ارزش و قابلیت زیادی به دست آورده بود و به طرز عجیبی تبدیل به روش و سلاحی برای مردم عادی شده بود که با آن نسبت به خطوط رسمی ارتباطات، جزئیات بیشتری را انتقال داده و ترس و نارضایتی خود را از حکومت نشان می‌دادند. به نظر می‌رسد این دوره نمونه آشکاری از کاربرد تلفن همراه به مثابه ابزاری برای افزایش گفت‌وگوی آزاد در حوزه عمومی باشد.

۲. بمب‌گذاری‌های ۲۰۰۵ لندن: در ساعت ۷:۲۱ تاریخ ۷ ژولای ۲۰۰۵ چهار جوان از ایستگاه قطار لوتون^۱ در بریتانیا رهسپار شدند تا در یک حمله عمدی به همشهریان خود موجب صدمه و مرگ آنان شوند. در ساعت ۸:۵۰ سه نفر از آنان بمب‌های خود را در متروی لندن منفجر کردند و در ۹:۴۷ چهارمین نفر نیز بمب خود را در اتوبوسی دوطبقه منفجر کرد. در این حملات علاوه بر چهار بمب‌گذار انتحاری، ۵۲ نفر کشته و ۷۰۰ نفر زخمی شدند. بمب‌گذاری‌های لندن در مترو و اتوبوس به فاصله یک ساعت از یکدیگر، در مرکز لندن و در ساعتی پر ازدحام در صبح به وقوع پیوست و رسانه‌های خبری قادر بودند تا خیلی سریع به صحنه برسند. با وجود این افرادی که به صحنه نزدیک بودند گزارش‌های مستقیم و جالبی با تلفن همراهشان ارائه دادند. عکس‌ها و تصاویر بسیار هیجان‌انگیز و جالبی به وسیله شهروندان حاضر در محل گرفته شد. فوری و به موقع بودن این عکس‌ها و فیلم‌ها کیفیت پایین آنها را به خوبی جبران می‌کرد، تا آنجاکه برخی از رسانه‌ها و مطبوعات از شاهدان عینی خواستند تا تصاویر تلفن همراه خود را به منظور تکمیل پوشش خبری خود از آن حادثه در اختیار آنان بگذارند. این تصاویر و انتشار آنها به افزایش آگاهی عمومی پیرامون این حادثه منجر شد که در غیر این صورت ممکن بود بر اثر دست‌کاری، ویراستاری و دروازه‌بانی رسانه‌های رسمی انگلیس به گونه‌ای دیگر به مردم اطلاع‌رسانی می‌شد. پس از این حادثه، تماس‌های صوتی تا ۶۷ درصد و ارسال پیامک تا ۲۰ درصد افزایش یافت. البته رسانه‌های رسمی نیز از تصاویر و

گزارش‌هایی که از طریق شاهدان عینی و به‌وسیله تلفن‌های همراه جمع‌آوری شده بود استفاده کرده و آنها را در معرض فرایندهای ویراستاری و دروازه‌بانی قرار می‌دادند تا تصویری مطابق میل خود از آن حوادث عرضه کنند. با وجود این، از آنجاکه برخی از این شهروند - روزنامه‌نگاران به‌طور شخصی و از طریق وبلاگ‌های خود یا شبکه‌های اجتماعی و غیره گزارش‌های خود را وارد حوزه عمومی می‌کردند، توانستند تا اندازه زیادی حکومت را دور زده و اطلاعات بی‌پیرایه‌تری را وارد حوزه عمومی کنند (Gordon, 2007: 314-315).

۳. حادثه میدان کاج در ایران: در آبان‌ماه ۱۳۸۹ در میدان کاج تهران، قاتلی با سلاح سرد به جان رقیب عشقی خویش افتاد و وی را به‌شدت مجروح ساخت. این حادثه هولناک که در روز روشن، در وسط میدانی شلوغ و در معرض دید شهروندان و دو مأمور پلیس به‌وقوع پیوست، حدود ۲۰ دقیقه طول کشید و در طول این مدت قاتل از کمک‌رسانی به مقتول که در آن هنگام هنوز مجروح بود، جلوگیری کرد و مأموران پلیس نیز واکنش مناسبی نشان ندادند تا اینکه جوان مجروح بر اثر شدت خونریزی فوت کرد. در طول این مدت، شهروندان حاضر در محل با تلفن همراه خود از برخی صحنه‌های این جنایت آشکار فیلم‌برداری کرده و به‌این‌ترتیب این تصاویر و فیلم‌های کوتاه دلخراش از طریق بلوتوث و اینترنت به‌طور گسترده در سطح جامعه پخش شد. در نتیجه این چند دقیقه فیلم و پخش گسترده آن، همگان به حساسیت موضوع پی بردند و بحث گسترده‌ای پیرامون عملکرد شهروندان حاضر در محل حادثه و به‌ویژه پلیس به راه افتاد. عملکرد نیروی انتظامی در جریان این حادثه نوک پیکان انتقادات قرار داشت و کار بدان جا کشید که سطوح بالای فرماندهی انتظامی و حتی برخی مقام‌های حکومتی مجبور به موضع‌گیری و پاسخ‌گویی در این زمینه شدند. همچنین بحث‌های گسترده‌ای که پیرامون ابعاد اخلاقی، حقوقی، جامعه‌شناختی و سیاسی این حادثه به راه افتاد سبب حساسیت هرچه بیشتر افکار عمومی جامعه به این مسئله شد. به‌هرحال اگر نقش بارز تلفن همراه در پیوند با اینترنت نبود این حادثه هرگز چنین حساسیتی بر نمی‌انگیخت و ارگان‌هایی که به عنوان مقصران اصلی این حادثه در معرض انتقاد بوده‌اند، تمام تلاششان را می‌کردند تا این حادثه هولناک به دست فراموشی سپرده شود.

نمونه‌ها و شواهدی از این قبیل که بتوان از آنها برای بحث در مورد تأثیر تلفن همراه بر گسترش اطلاعات در حوزه عمومی بهره برد، در جهان امروز به هیچ عنوان کم نیستند و می‌توان شواهد متعدد دیگری از کشورهای گوناگون به موارد بالا اضافه کرد. در تمام این موارد از آنجاکه تلفن همراه می‌تواند منابع رسمی و متعارف اطلاعاتی را به چالش بکشد و بر تعاریف اولیه خبرها، برنامه‌های خبری و دروازه‌بانان خبری^۱ تأثیرگذار باشد، در واقع به نفع قلمرو عمومی عمل کرده است. تلفن همراه در زمان فاجعه‌ای ملی و شخصی می‌تواند به‌منظور ثبت و گزارش اتفاق‌ها از سوی شاهدان عینی و کسانی که از نزدیک درگیر هستند به کار رود. با استفاده از پیامک‌های چندرسانه‌ای یا پیامک‌های متنی و تماس‌های صوتی، کاربران تلفن همراه می‌توانند از منابع رسمی پیشی گرفته، از دروازه‌بانی آنها جلوگیری کرده و با پوشش رسانه‌ای رویدادها از سانسور آنها جلوگیری کنند. کاربران تلفن همراه قادرند تا عکس‌ها و فیلم‌های کوتاهی بگیرند و آنها را همراه با گزارش‌هایی از آنچه در حال وقوع است، به سرعت به دیگران انتقال دهند و همچنین به سخن‌پراکنی‌های رسانه‌ای و اینترنتی دسترسی داشته باشند. این گزارشگران شرکت‌کننده که به شهروند - روزنامه‌نگاران معروفند به وسیله تلفن‌های همراه خود در کنار دیگر فناوری‌ها همچون اینترنت می‌توانند آشکارا به حوزه عمومی کمک کنند.

علاوه بر این، با توجه به شواهد عینی می‌توان گفت فناوری اطلاعات به یک دگرگونی رفتاری انجامیده است، به این صورت که دریافت‌کنندگان اطلاعات کنش‌پذیر^۲ را به بازیگران کنش‌ور^۳ تبدیل کرده است. تلفن‌های همراه از طریق امکانات تلفن و پیام‌های متنی، منابع اطلاعاتی جایگزین را فراهم آورده، آگاهی درباره برخی نگرانی‌های مشترک را افزایش داده و به پخش و انتشار اطلاعات و البته شایعه‌ها یاری می‌رسانند. این کنش‌گری متقابل تفاوت قابل ملاحظه و آشکاری با تلویزیون دارد؛ زیرا در تلویزیون، بینندگان تنها دریافت‌کنندگان کنش‌پذیر

-
1. News Gatekeepers
 2. Passive
 3. Active

اطلاعات هستند (Hermanns, 2008: 77). تلفن‌های همراه همچنین بر مسیر و سرعت اطلاعات در حوزه عمومی نیز تأثیر می‌گذارند: پیامی متنی، عکس یا ویدئو که در راهپیمایی یا شرایطی بحرانی گرفته شده این قابلیت را دارد که به بسیاری از مخاطبان و وبسایت‌ها ارسال شود؛ بنابراین، برای شمار زیادی از مخاطبان در یک دوره زمانی کوتاهی قابل دسترس باشد. درحالی‌که تماس تلفنی به طور عمده به صورت یک نفر با یک نفر امکان‌پذیر است، پیام‌های متنی به هر دو صورت ارسال به یک نفر یا ارسال به مخاطبان فراوان قابل استفاده‌اند؛ بنابراین تلفن‌های همراه آگاهی بیشتری درباره مسائل سیاسی ایجاد کرده و حوزه عمومی را گسترش می‌دهند.

نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد شواهد موجود به آن اندازه‌ای فراوان و قابل اعتماد باشند که سبب شوند تا تلفن همراه را «ابزار رسانه سیاسی - اجتماعی» جدید و تأثیرگذار بر صحنه سیاست جوامع قلمداد کنیم؛ بنابراین، بر جامعه‌شناسان سیاسی لازم است تا ضمن ادامه مطالعات مربوط به نقش نیروها و ابزارهای اجتماعی سنتی و مدرن در زندگی سیاسی، به بررسی نقش ابزارهای اجتماعی نوظهور که اغلب از جنس «فناوری» هستند و همچنین نیروهای اجتماعی که با استفاده از این ابزارها نسبت به گذشته توانمندی سیاسی قابل ملاحظه‌ای کسب کرده‌اند (به عنوان مثال جوانان، زنان و غیره)، نیز بپردازند. دیسپلین جامعه‌شناسی سیاسی نباید بیش از این چشم خود را بر فرایندهای تکنولوژیک نوظهور و ضرورت‌های سیاسی - اجتماعی آن ببندد. فناوری اطلاعاتی می‌رود تا بر تمام عرصه‌های زندگی مؤثر واقع شود و چشم‌پوشی از این تأثیر و یا دست‌کم گرفتن آن نمی‌تواند در فهم آنچه در عرصه سیاست جوامع امروزین در جریان است، راه‌گشا باشد. درعین حال باید بسیار هوشیار باشیم تا تأثیرگذاری فناوری را با تعیین‌کنندگی آن اشتباه نگیریم. در واقع همان‌طور که کاستلز و همکارانش در کتاب **ارتباطات موبایل و جامعه** تصریح می‌کنند، «تکنولوژی جامعه را تعیین نمی‌کند، بلکه خود بخشی از جامعه است و باید در درون مناسبات اجتماعی و به‌مثابه روندی اجتماعی درک شود» (Castells et al, 2007: 246).

تبلیغات و مبارزه‌های انتخاباتی، رفتارهای رأی‌دهی شهروندان و الگوهای رأی‌دهی و رأی‌گیری در فرایند برگزاری انتخابات از جمله حوزه‌هایی هستند که تحت تأثیر فناوری ارتباطی نوین در حال تجربه یک دگرگونی جدی‌اند. ولی ما هنوز از ماهیت و کمّ و کیف این دگرگونی آگاهی کافی نداریم؛ بنابراین، نیازمند مطالعات جدی افزون‌تری هستیم که برحسب نیاز باید به شکل پیمایش‌های جدی و با تمرکز بر موارد خاص به شکل مطالعات موردی صورت گیرند. آیا تبلیغات آنلاین می‌تواند بدیل مناسبی برای تبلیغات آفلاین باشد؟ اگر این‌گونه است، موبایل چه جایگاهی در این شکل نوین تبلیغات خواهد داشت؟ چه متغیرهایی تعیین‌کننده میزان تأثیر بازاریابی سیاسی از طریق تلفن همراه بر الگوهای رأی‌دهی شهروندان است؟ نقش جنسیت، سن، میزان تحصیلات، و سایر متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در این میان چگونه و تا چه اندازه است؟ چشم‌انداز دموکراسی الکترونیک و انتخابات الکترونیک تا چه اندازه روشن است؟ چنین پرسش‌هایی گسترده‌تر از آن هستند که در یک مقاله مورد بررسی قرار گیرند و درعین حال مهم‌تر از آن هستند که مورد چشم‌پوشی قرار گیرند.

اعتراض‌ها و جنبش‌های اجتماعی در تمام مراحل بسیج و انگیزش اولیه، سازماندهی، بازنمایی و تحریک مجدد، از فناوری موبایل تأثیر پذیرفته‌اند. آنچه ما اکنون می‌دانیم این است که بسیج و سازماندهی کنش‌های سیاسی به‌وسیله تلفن‌های همراه بسیار ساده شده است، ولی نیازمند دانستن چیزهای بیشتری در این زمینه هستیم. مطالعات جدی‌تر در آینده باید به محتوا و چگونگی تأثیرپذیری رفتار و کنش‌ها به‌وسیله پیام‌ها و تماس‌ها توجه کرده و انگیزه‌های مشارکت در این‌گونه کنش‌ها و نیز نتایج و برون‌دادهای نهایی آنها را موردتوجه قرار دهند. آیا شهروندان تحت تأثیر محتوای یک پیام تشویق به کنش‌گری می‌شوند و یا تحت تأثیر فرستنده آن و هدف او؟ همچنین این پرسش قابل طرح است که رابطه بین میزان بهره‌گیری از فناوری موبایل و میزان موفقیت اعتراض‌ها و جنبش‌های اجتماعی تا چه اندازه است و آیا می‌توان این فناوری را متغیری مستقل به شمار آورد یا اینکه تنها متغیری وابسته یا مداخله‌گر است؟

همچنین می‌توان ادعا کرد که تحت تأثیر تلفن همراه، شبکه‌های مجازی

شهروندی ایجاد و تقویت شده‌اند، پیوند شهروندان با یکدیگر و تا اندازه‌ای با سیاست‌مداران افزایش یافته و حوزه عمومی گسترش یافته است. تمام اینها نشانگر تقویت دموکراسی در جوامع امروزی‌اند، ولی به نظر می‌رسد این نگاه خوش‌بینانه به‌راحتی به چالش کشیده شود. حتی اگر ادعای ما درباره تأثیر قابل‌توجه تلفن همراه در گسترش حوزه عمومی کاملاً پذیرفتنی باشد، برخی معتقدند اگرچه پیدایش حوزه عمومی از لحاظ تاریخی ملازم و پیوسته با تلاش برای دستیابی به دموکراسی سیاسی بوده است، ولی بین این دو، پیوند مستقیمی وجود ندارد. حوزه عمومی بورژوازی کلاسیک که هابرماس در قرن ۱۸ انگلستان یافته است، صرفاً به محدودترین صور سیاست‌های دموکراتیک ارتباط داشت (اسپارکز، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

حوزه عمومی در معنای جدید آن نیز اگرچه فضایی است که اطلاعات در آن جریان می‌یابد، ولی اینکه بروندهای سیاسی چنین تبادل اطلاعاتی تا چه میزان دموکراتیک است همچنان نامعین است. همچنین از دیدگاهی متفاوت، فناوری ارتباطی و به‌ویژه موبایل می‌تواند کنترل حکومت بر رفتار و عقاید شهروندان را (با استفاده از سیستم‌های پیشرفته مانیتورینگ و ردیابی) افزایش داده و زندگی خصوصی شهروندان را نیز در معرض نظارت و کنترل حکومت درآورد. فناوری رسانه‌ای البته عنصری توان‌بخش است، ولی هیچ دلیلی وجود ندارد که گمان کنیم حکومت‌ها که معمولاً در تمام جوامع، بیشترین منابع اقتصادی و تکنولوژیک را در اختیار دارند، در توانمندتر کردن خود با استفاده از این فناوری‌ها برای کنترل بیشتر شهروندان خود ناکام خواهند بود. چنانچه فناوری رسانه‌ای جدید شامل اینترنت و تلفن همراه، به جای آنکه تبادل آزاد اطلاعات در فضای عمومی را تسهیل کند، حداقل محرمانگی شهروندان را نیز برای حکومت در معرض نمایش و نظارت قرار دهد، نه تنها به دموکراسی بیشتر نمی‌انجامد بلکه ظرفیت‌های گذرا به توتالیتاریسم را نیز افزایش خواهد داد؛ علاوه بر این، به نظر می‌رسد دموکراسی نیازمند ضرورت‌های افزون‌تری از آنچه به‌وسیله فناوری فراهم می‌شود (ارتباطات آزاد، سریع و بدون کنترل) باشد. با تمام این پرسش‌های بی‌پاسخ و آنچه اشاره نکرده‌ایم، در این زمینه نیز نیازمند مطالعات افزون‌تری خواهیم بود.

به‌هر حال ما امروز خیلی چیزها را می‌دانیم و البته چیزهای بیشتری را

نمی‌دانیم. فناوری ارتباطی موبایل یک نیروی دگرگون‌ساز و مؤثر در عرصه سیاسی است، ولی فهم عالمانه کم و کیف این دگرگونی و تأثیر آن، نیازمند مطالعات جدی بیشتری است. در این بررسی کوتاه تلاش کردیم در حد توان خود نشان دهیم که ما می‌توانیم از بحثی تحت‌عنوان جامعه‌شناسی سیاسی موبایل سخن بگوییم، ولی اثبات این مسئله به معنای حل آن نیست، بلکه به معنای اعلام نیاز به آغاز پژوهش‌های بنیادین و جدی است. *



پی‌نوشت‌ها

۱. جالب است که بدانیم ضریب نفوذ تلفن همراه در سال ۲۰۱۱ در کشورهای قاره امریکا به طور متوسط ۱۰۵ درصد، در کشورهای اروپایی ۱۲۱ درصد، و در کشورهای عضو CIS، ۱۴۶ درصد بوده است (ITU Statistics (<http://www.itu.int/ict/statistics>). این بدین معنا است که بخش بزرگی از جمعیت این کشورها اکنون بیش از یک خط اشتراک موبایل دارند.
۲. اشاره به قید «از راه دور» از این جهت ضروری است که در حال حاضر دو گونه رأی‌دهی الکترونیک وجود دارد: در نوع اول نمایندگان حکومت و یا مقامات انتخاباتی مستقل به طور فیزیکی بر فرایند رأی‌گیری نظارت دارند. این گونه از رأی‌گیری معمولاً به وسیله ماشین‌های الکترونیکی مستقر در ایستگاه‌های رأی‌گیری انجام می‌شود. ولی در نوع دوم که رأی‌دهی الکترونیک از راه دور نامیده می‌شود، رأی‌دهنده در فضای خصوصی خود و به دور از نظارت نمایندگان و مقامات حکومتی و از طریق کامپیوتر شخصی، تلفن همراه، و اینترنت نسبت به کنش رأی‌دهی اقدام می‌کند (http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_voting).
۳. برای مطالعه بیشتر در مورد کاربردهای فرهنگی - اجتماعی موبایل نگاه کنید به: کمال‌الدین موسوی (۱۳۸۹)، قدرت اجتماعی موبایل، تهران: نشر بهینه دادگستر.
۴. ماجرا از این قرار بود که در روزهای دهم و یازدهم دسامبر ۲۰۰۵ میلادی، در یکی از مناطق حاشیه‌نشین شهر سیدنی استرالیا، به کمک موبایل یک اغتشاش عمومی جدی شکل گرفت. در ساحل دریا و بر اثر بگومگوهای نژادپرستانه میان یک نجات‌غریق سفیدپوست استرالیایی و دو جوان لبنانی درگیری فیزیکی رخ داد. در مدت کوتاهی پس از آن، به واسطه تماس‌های موبایل توسط طرفین درگیری، عرب‌های مقیم سیدنی و همچنین استرالیایی‌ها به محل فراخوانده شدند و جمعیتی بالغ بر پنج هزار نفر در محل جمع شده و یک درگیری نژادی تمام‌عیار شکل گرفت. تنها پس از دو روز و با دخالت نیروهای پلیس این درگیری نژادی خاتمه یافت (موسوی، ۱۳۸۹: ۵۸-۵۷).
۵. شکاف دیجیتال اشاره دارد به وجود یک فاصله و نابرابری بین افراد، خانواده‌ها، پیشه‌ها و مناطق

جغرافیایی دارای سطوح متفاوت اقتصادی - اجتماعی، از لحاظ دو عامل فرصت‌های دسترسی به فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی و نیز دانش و توانایی استفاده از آنها به‌منظور انجام انواع گسترده‌ای از فعالیت‌ها (http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_divide).



منابع

- اسپارکز، کولین (۱۳۸۹)، «اینترنت و حوزه عمومی جهانی» در: *سیاست رسانه‌ای شده، ارتباطات در آینده دموکراسی*، دابلیو لنس بنت و رابرت اتمن، مترجم: مسعود آریایی نیا، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم.
- بی‌نا، نقش پیامک‌های تبلیغاتی در انتخابات ریاست جمهوری امریکا، <http://www.hamna.mobi/content/view/543/52>
- تامپسون، جان. ب (۱۳۸۹)، *رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها*، مترجم: مسعود واحدی، تهران: سروش، چاپ دوم.
- ذکایی، محمدسعید؛ ولی‌زاده، وحید (۱۳۸۸)، «فرهنگ جوانان و تلفن همراه»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، شماره ۷، صص ۱۵۲-۱۱۹.
- عاملی، سعیدرضا و دیگران (۱۳۸۷)، *مطالعات تلفن همراه: زندگی در حال حرکت*، تهران: سمت.
- غیشاوی، رضا (۱۳۸۹)، «انقلاب تلوئیس، مدیون موبایل و اینترنت»، <http://www.asriran.com/fa/print/153114>
- قلی‌پور، مجتبی (۱۳۹۰)، *فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی نوین و تأثیر آن بر کنش جنبش‌های اجتماعی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- مستقیم، بهرام؛ واسعی‌زاده، نسیم سادات (۱۳۸۹)، «فناوری اطلاعات و سرمایه اجتماعی در عرصه بین‌المللی»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۰، شماره ۱، صص ۲۹۳-۲۷۹.
- مقصودی، مجتبی؛ عرب، منیره (۱۳۸۶)، «اس‌ام‌اس و کارکردهای سیاسی - اجتماعی آن: تجربه‌های ایرانی، نمونه‌های جهانی»، *اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، شماره ۲۴۶-۲۴۵، صص ۲۲۱-۲۰۲.
- موسوی، سید کمال‌الدین (۱۳۸۹)، *قدرت اجتماعی موبایل*، تهران: شرکت نشر بهینه فراگیر.
- میناوند، محمدقلی (۱۳۸۵)، «اینترنت و توسعه سیاسی: حوزه عمومی در فضای سایبرنتیک»، *پژوهش علوم سیاسی*، شماره ۲، بهار و تابستان، ۱۳۸۵، صص ۱۴۶-۱۱۹.
- هیکس، ریچارد (۱۳۸۴)، *بازآفرینی دولت در عصر اطلاعات*، مترجم: هادی دارمی و دیگران، تهران: شورای عالی اطلاع‌رسانی.

Burmester, Mike & Magkos Emmanouil (2003), "Toward Secure and Practical E- election

in the New Area”, in: *Secure Electronic Voting*, Edited by Dimitris A. Gritzalis. USA: Kluwer Academic Publishers.

Caprara, G.V. and Zimbardo, P.G (2004), “Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference”, *American Psychologist*, Vol.59, No.7, pp. 581-594

Castells Manuel (2007), “Communication, Power and Counter-Power in the Network Society”, *International Journal of Communication*, 1, pp. 66-238.

Castells Manuel, Mireia Fernandez, Jack Linchuan Qiu & Araba Sey (2007), *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*, MIT University Press.

Castells, Manuel (2008), “The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance”, *The Annals of the American Academy of Political Science*, No. 616, pp. 78-93.

Castells, Manuel (2011), “A Network Theory of Power”, *International Journal of Communication* 5, pp. 773–787.

Dahlgren, P. (2005), “The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation”, *Political Communication*, 22(2), pp. 147–162.

Garrett, R. K. (2006), “Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs. Information”, *Communication and Society*, 9(2), pp. 202-224.

Gordon, Janey (2007), “The Mobile Phone and the Public Sphere: Mobile Phone Usage in Three Critical Situation”, *The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 13(3), pp. 307–319.

Heike Hermanns (2008), “Mobile democracy: Mobile Phones as Democratic Tools”, *Politics*, Vol. 28, Issue 2, pp 74-82.

Hellen Kim, Heekyung; Jae Yun Moon; and Shinkyu Yang (2004), “Broadband Penetration and Participatory Politics: South Korea Case”, Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences. Available at: www.computer.org/comp/proceedings/.../205650117b.pdf.

Irene Prete, Maria (2007), “M-politics: Credibility and Effectiveness of Mobile Political Communications”, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 16, Issue 1, pp. 48–56.

- Johnson-Cartee, K.S. and Copeland, G.A (1991), *Negative Political Advertising: Coming of Age*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.
- Kim, S. (2007), "Sohn Leads in Mobile Phone Voting", *Korea Times*, 9 October 2007.
- McNair, B. (2003), *An Introduction to Political Communication*, London: Routledge.
- Mishra, Gaura (2010), "The Role of Mobile Technology in the 2009 Indian Lok Sabha Elections", Available at: http://www.gauravonomics.com/blog_The_Role_of_Mobile_Technology_in_the_2009_Indian_Lok_Sabha_Elections/, Accessed May 2011.
- Ramey, Corrine & Verclas Katrin, "The US Election 08: How Are the Candidates Going Mobile?" Available at: http://www.mobile_active.org/US-Election-08-How-are-the-candidates-going-mobile?/ accessed at may 2011.
- Rheingold, H. (2002), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge, MA: Perseus.
- Smith, Aaron; Duggan Maeve (2012), "The State of The 2012 Election- Mobile Politics", available at: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Election-2012-Mobile/>
- Yun, Y.M. (2003), "An Analysis of Cyber-Electioneering: Focusing on the 2002 Presidential Election in Korea", *Korea Journal*, 43(3), pp. 141-164.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی