

SMS و کارکردهای

سیاسی- اجتماعی آن

تجربه‌های ایرانی، نمونه‌های جهانی

دکتر مجتبی مقصودی*

منیره عرب**

چکیده

SMS یا سرویس پیام کوتاه، در زمره آخرین دستاوردهای فناوری ارتباطی در یک دهه اخیر، طیف وسیعی از کارکردها و در مواردی کژکار کردیها در سطح جهان و جامعه ایران را به همراه داشته است. نویسندگان مقاله با عطف توجه به گسترش بی سابقه این ابزار ارتباطی در سطح جامعه و بویژه جوانان و دغدغه‌های حاصل از آن، با دستمایه قرار دادن نظریه کارکردگرایی، به طرح نکات فنی و تکنیکی از SMS مبادرت ورزیده و در ادامه مقاله، به طرح ویژگیها و کاربردهای آن پرداخته‌اند. تاریخچه SMS در ایران و کارکردهای گوناگون، بویژه کارکردهای سیاسی- انتخاباتی و رقابتی آن در دو انتخابات اخیر کشور، بخش دیگری از این پژوهش را تشکیل می‌دهد. نویسندگان اثر، در آخرین بخش مقاله، تجربه برخی کشورهای توسعه یافته در اروپا و اقیانوسیه، کشورهای شرق آسیا و خاورمیانه را نیز مورد توجه قرار داده و نسبت میان SMS با موضوعاتی نظیر انتخابات، جنبشهای سیاسی و دموکراسی را به بحث و بررسی کشیده‌اند.

پیشگفتار

سرعت بخشیدن به امور روزمره- به‌طور جدی- نظر طیف وسیعی از افراد جامعه، بویژه جوانان و فعالان سیاسی را، به خود جلب کرده است. SMS را، می‌توان به‌عنوان تحولی تازه در ابزارهای اطلاع‌رسانی به‌شمار آورد، که با توجه به ویژگی این

SMS یا سرویس پیام کوتاه^۱، به‌عنوان یک ابزار نوین ارتباطی، دارای کارکردهای گسترده‌یی در حوزه‌های گوناگون اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. امروزه، سیستم پیام کوتاه به‌عنوان راهکاری تازه برای

* عضو هیأت علمی دانشکده علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران مرکزی)

** کارشناس ارشد رشته روابط بین‌الملل

کاربردهای گسترده در حوزه‌های گوناگون سیاسی - اجتماعی، دچار کژکار کردیهایی نیز شده است و این کژیها، در درازمدت، در چارچوب کارکردهای درست، مستحیل و به حاشیه رانده خواهد شد.

مفروضات این مقاله عبارت است از:

- ۱- پذیرش SMS، به عنوان يك ابزار نوین ارتباطی و اطلاع‌رسانی و يك رسانه همگانی محدود،
- ۲- تأثیرگذاری این وسیله در زندگی سیاسی - اجتماعی جامعه، بویژه جوانان.

الف) مباحث نظری

۱- الف: طرح دیدگاهی از منظر جامعه‌شناسی ابزارهای ارتباطی در جامعه، به عنوان وسایل و مکانیسم‌های اطلاع‌رسانی، اعمال قدرت، کنترل، مدیریت و نوآوری به شمار می‌رود. رسانه‌های همگانی در سطح جامعه، جایگاهی را اشغال کرده، که از آن جایگاه به طور فزاینده‌ی مسایل و امور عمومی مطرح شده، بزرگنمایی و یا کوچکنمایی می‌شود. ابزارهای

سیستم، از جمله سرعت انتقال، تنوع مطالب و ارزان بودن آن، می‌تواند بر احوال در اختیار مخاطبان قرار گیرد. با توجه به امکان اطلاع‌رسانی گسترده این سیستم، کاربرد آن تنها محدود به امور اقتصادی و اداری نمی‌شود، بلکه، وارد حوزه‌های دیگری از جمله عرصه سیاست نیز شده، حوزه‌های رسمی جامعه را به گونه‌ی جدی تحت تأثیر فرهنگ و فضای ویژه خود قرار داده است. SMS، در عمر کوتاه خود توانسته است بسادگی ساختارهای از پیش تعریف شده و مسلط جامعه را نادیده بگیرد و با وجود کارکردهای مثبت و عملی، در بعضی موارد، دچار کژکار کردیهایی نیز شده است تا جایی که کاربرد افراطی و گاه هنجارشکنانه و تخریبی SMS، موجب نگرانی نهادهای سیاسی و اجتماعی شده و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، را بعنوان متولی رسمی و دولتی این شبکه، به چاره‌اندیشی جدی در زمینه کنترل SMS - بویژه در امور سیاسی - واداشته است.

در کشورهای در حال گذار به دموکراسی و در حال توسعه که تجربه بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی را دیر هنگام یافته‌اند، SMS می‌تواند به عنوان یکی از راهکارهای برون‌رفت از محدودیتهای سیاسی - اجتماعی به شمار آید. زیرا، با توجه به سرعت انتقال آن، می‌تواند طیف وسیعی از افراد جامعه را مخاطب قرار دهد.

در ایران نیز، با توجه به فضای سیاسی موجود و قوانین جاری - که ورود به بسیاری از حوزه‌ها را بر نمی‌تابد - پیامهای فرستاده شده می‌تواند بیانگر فرهنگ سیاسی و نشاندنده خواسته‌های جامعه برای ایجاد دگرگونی در نهادهای سیاسی و اجتماعی باشد.

این نوشتار، به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که: SMS، به عنوان يك ابزار ارتباطی جدید دارای چه کارکردهای سیاسی - اجتماعی در سطح جهان و از جمله در ایران است.

در این پژوهش، فرضیه نگارندگان این است که SMS، به عنوان ابزار نوین اطلاع‌رسانی، علاوه بر داشتن

○ SMS، در عمر کوتاه خود توانسته است بسادگی ساختارهای از پیش تعریف شده و مسلط جامعه را نادیده بگیرد و با وجود کارکردهای مثبت و عملی، در بعضی موارد، دچار کژکار کردیهایی نیز شده است تا جایی که کاربرد افراطی و گاه هنجارشکنانه و تخریبی SMS، موجب نگرانی نهادهای سیاسی و اجتماعی شده و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، را بعنوان متولی رسمی و دولتی این شبکه، به چاره‌اندیشی جدی در زمینه کنترل SMS - بویژه در امور سیاسی - واداشته است.

که به شکل متوازن و هماهنگ عمل می‌کند. در این نظریه، هر گروه یا نهاد، کارکرد خاصی دارد و سیستم، در مجموع به بقای خود ادامه خواهد داد.

این نظریه، در پی بررسی چگونگی ساخته شدن الگوهای رفتاری نیز هست. زیرا، الگوهای رفتاری، زمانی شکل می‌گیرد، که از نظر کارکردی مفید باشد. بنابراین، الگوها برای برآوردن نیازها سربرمی‌آورد و با تغییر نیازها، آنها نیز از بین می‌رود.^۴ براساس این نظریه، جامعه و «کله‌ها»^۵ و یا نظامهای اجتماعی یکپارچه، هماهنگ و منسجم در نظر گرفته می‌شود؛ که در آنها، بخشهای مختلف برای حفظ توازن، اجماع و نظم اجتماعی، به نحوی مطلوب عمل می‌کنند. به عبارت دیگر، جوامع به ارگانیس‌هایی می‌ماند که از نقطه نظر بخشهای متشکل و یا زیرمجموعه‌های خودشان تحلیل می‌شود. همه این بخشهای متشکل باید به گونه‌ی کارآمد عمل کنند، تا تندرستی و بهزیستی این ارگانیس‌م حفظ شود.^۶

بنیان کارکردگرایی، بر این واقعیت استوار است که همه سنتها و مناسبات و نهادها، اجتماعی، دوام و بقایشان به کار یا وظیفه‌ی بستگی دارد که در نظام اجتماعی یعنی «کل» بر عهده دارند. آنچه مطرح است، فایده و سودمندی آنها در کل نظام است؛ زیرا، مبادله را تسهیل می‌کنند تا همه گروههای درگیر از آن بهره‌جویند. نهادهای موجود حتماً اگر از دید اقتصادی سودمند نباشند، از جهات غیراقتصادی سودمندند.

یعنی؛ در کل نظام دارای کار و وظیفه‌اند.^۸ کارکرد دو حالت عمده پیدامی‌کند؛ یکی حالت مثبت و دیگری حالت منفی.

کارکرد مثبت: عملی است سودبخش که در جهت انسجام جامعه صورت گیرد. هنگامی می‌توان نتیجه کارکرد را مثبت دانست که در جهت استحکام و انسجام جامعه پیش رود. نهایت عمل و علاقه کارکردگراهای انسجامی این است که به انسجام جامعه و از آنجا به ثبات و همبستگی برسد.

کارکرد منفی: اگر کارکرد منفی باشد، جامعه قطعاً

○ بنیان کارکردگرایی، بر این واقعیت استوار است که همه سنتها و مناسبات و نهادها، اجتماعی، دوام و بقایشان به کار یا وظیفه‌ی بستگی دارد که در نظام اجتماعی یعنی «کل» بر عهده دارند. آنچه مطرح است، فایده و سودمندی آنها در کل نظام است؛ زیرا، مبادله را تسهیل می‌کنند تا همه گروههای درگیر از آن بهره‌جویند. نهادهای موجود حتماً اگر از دید اقتصادی سودمند نباشند، از جهات غیراقتصادی سودمندند. یعنی؛ در کل نظام دارای کار و وظیفه‌اند.

ارتباطی، از یک سو، هنجارها و قواعد مربوط به خود را ابداع می‌کنند و توسعه می‌دهند، که این قواعد و هنجارها، حلقه‌های اتصال به جامعه و نهادها، اجتماعی محسوب می‌شود و از سوی دیگر، خود توسط جامعه تنظیم می‌شود و تحت نظارت قرار می‌گیرد.

پژوهشگران بسیاری، با ارایه نظریاتی از دیدگاه جامعه‌شناسی، سعی در تبیین و تشریح کارکردهای رسانه‌ها و چگونگی عملکرد آنها در سطح جوامع داشته و برای نظریه‌ها، سه کار ویژه؛ توصیف، تبیین و پیش‌بینی پدیده‌ها و رخدادها را منظور کرده‌اند. ما نیز، از منظر نظریه کارکردگرایی، به طرح و بررسی ابعاد مختلف SMS خواهیم پرداخت.^۲

۲- الف: نظریه کارکردگرایی^۳

در این نظریه، جامعه به عنوان شبکه سازمان یافته‌ی از گروههای در حال همکاری است که به شیوه‌ی تقریباً منظم و منطبق بر مجموعه‌ی قوانین و ارزشها تلقی می‌شود که بیشتر اعضا در آن شریکند و به جامعه، به عنوان نظامی ثابت و در عین حال متمایل به سمت تعادل نگرسته می‌شود. یعنی، تمایل به حفظ سامانه‌ی

جامعه است؛ چه به صورت فرد و چه به صورت مجموعه. با پاسخ گفتن به هر یک از تقاضاهای مجزا، به‌طور یکنواخت ابزارهای اطلاع‌رسانی به کل جامعه سود می‌رسانند.^{۱۴}

این رویکرد، فعالیت رسانه‌ها در جامعه را؛ رفع نیازهایی چون تداوم، نظم، یکپارچگی، هدایت و سازگاری می‌داند. از این دیدگاه، جامعه از عناصر مختلفی تشکیل شده که بر یکدیگر متکی است و به صورت یک نظام در محیط خود فعالیت می‌کند. وسایل ارتباطی، یکی از عناصر زیرمجموعه نظام محسوب می‌شود. هر یک از این عناصر در کل نظام، کارکرد ویژه‌ی را انجام می‌دهد و به‌گونه‌ی به‌رفع نیازهای آن می‌پردازد. زندگی اجتماعی سازمان یافته، نیاز به همکاری مداوم و مستمر بین بخش‌های مختلف آن در محیط اجتماعی دارد. این ابزارها-براساس این رویکرد-بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌سازد و از این طریق نظم و یکپارچگی درونی نظام را تضمین کرده و ظرفیت پاسخگویی آن را در بحرانه‌ها-براساس واقعیتها-افزایش می‌دهد.

مکانیسم‌هایی که براساس آنها دستگاه‌های ارتباطی به جامعه کمک می‌رساند، قبل از هر چیز تقاضاها و

به طرف پریشی اجتماعی^{۱۵} و ناپایداری^{۱۶} پیش می‌رود. یعنی، جامعه در حالت ناپایداری قرار می‌گیرد. کارکردگرها معتقدند، در این شرایط دو حالت ممکن است پیش آید: شکل اول، این که کارکرد منفی، آن اندازه قدرتمند و قوی است که به‌طور جدی سیستم را دچار مشکل می‌کند و جامعه دچار حالت‌های آسیبی می‌شود؛ از این رو، جامعه به انفجار کشیده می‌شود و حتا، ممکن است از بین برود؛ این یک کارکرد منفی است. لیکن، در عمل این طور نمی‌شود؛ زیرا، جامعه دارای خصلت ترمیم‌پذیری است. بنابراین، اگر کارکرد منفی به حالت ترمیم‌پذیری تبدیل شود، آنگاه، نه تنها حیات جامعه را ایضا می‌کند، بلکه، ممکن است جامعه را به طرف تکامل نیز بکشانند. پس، کارکرد منفی از نظر کارکردگرها، امری است ویرانگر و چون سیستم اجتماعی یک نظام حیاتی است، به هر شکل ممکن، با کارکردهای منفی مبارزه خواهد کرد تا از طریق ترمیم‌پذیری، آن را به کارکرد مثبت تبدیل کند.^{۱۱}

در یک جمع‌بندی نهایی، می‌توان گفت تغییرات اجتماعی، تعادل و ثبات جامعه را از هم می‌پاشد. اما، پس از هر تغییر، جامعه به سرعت به تعادل جدیدی دست می‌یابد. اگر تغییر اجتماعی خاصی، نوعی تعادل موزون و سازگار ایجاد کند، به آن تغییر به عنوان عاملی که دارای کارکرد مثبت است، نگاه می‌شود. ولی، اگر این تغییر باعث از بین رفتن تعادل گردد، دارای کارکرد منفی است و اگر این تغییر هیچ نوع تأثیری نداشته باشد، بدون کارکرد است.^{۱۲}

لاسول، نخستین جامعه‌شناسی بود که چارچوب مشخصی درباره کارکردهای متفاوت ارتباطات در جامعه به دست داد. فرض کلی تحلیل کارکردی بر این اصل استوار است که ارتباطات در جهت یکپارچگی، تداوم و نظم جامعه عمل می‌کند؛ هر چند کارکردگرایان به این نکته نیز واقف بودند که رسانه‌ها می‌توانند برای جامعه کارکرد بد هم داشته باشند.^{۱۳}

سازوکارهایی که نقش وسایل ارتباطی را در جامعه معین می‌کند، در درجه اول نیازها و تقاضاهای اعضای

○ لاسول، نخستین جامعه‌شناسی بود که

چارچوب مشخصی درباره کارکردهای متفاوت ارتباطات در جامعه به دست داد. فرض کلی تحلیل کارکردی بر این اصل استوار است که ارتباطات در جهت یکپارچگی، تداوم و نظم جامعه عمل می‌کند؛ هر چند کارکردگرایان به این نکته نیز واقف بودند که رسانه‌ها می‌توانند برای جامعه کارکرد بد هم داشته باشند.

نیازهایی است که شهروندان - چه به صورت فردی و چه به صورت جمعی - در جامعه احساس می کنند. با پاسخی که رسانه‌ها به هر یک از تقاضاها به طور جداگانه می دهند، جامعه نیز از فواید آن بهره مند می شود.^{۱۵} با توجه به مطالب ارایه شده، کارکردهای اصلی رسانه‌های همگانی و وسایل ارتباطی نوین در جامعه، عبارت است از:

۲-۱- الف: اطلاع رسانی

- اطلاعات لازم را درباره رخدادها و شرایط جامعه و جهان فراهم می سازند.
- به روابط قدرت اشاره می کنند.
- تسهیل کننده نوآوری، سازگاری و پیشرفت هستند.

۲-۲- الف: ارتباط دهی^{۱۶}

- توجیه کننده، تعبیر کننده و توصیه کننده درباره معانی رخدادها و اطلاعات هستند.
- کارکرد دوگانه در پشتیبانی و یا عدم پشتیبانی از اقتدار و ارزشهای حاکم ایفا می کنند.
- جامعه پذیری را بر عهده دارند.
- عهده دار ایجاد هماهنگی بین فعالیت‌های پراکنده

هستند.

- بعضاً، بنا کننده وفاق و گاه، چنددستگی و شفاق اند.
- تعیین کننده اولویتها و اعلام کننده موقعیتها هستند.
۲-۳- الف: تداوم بخشی^{۱۷}
- تقویت بنیانهای فرهنگی را بر عهده دارند.
- ادغام و حفظ ارزشهای مشترک را در دستور کار خود دارند.

۲-۴- الف: مفرح سازی

- فراهم کننده زمینه‌های سرگرمی و تفریح، انحراف ذهنی از مشکلات و ابزار تسکین فردی و اجتماعی اند.
- کاهش دهنده تنشهای اجتماعی هستند.

۲-۵- الف: تحریک پذیری^{۱۸}

- وسایل ارتباطی، ابزار مبارزه برای اهداف اجتماعی در حوزه‌های: سیاسی، جنگ، توسعه اقتصادی، کار و بعضی مواقع، مسایل مذهبی هستند.^{۱۹} واقعیت آن است که پیشرفت و گسترش فناوریهای جدید ارتباطی در سازماندهی و بسیج منابع، نقش تعیین کننده ایفا می کند. امکان ایجاد شبکه‌های ارتباطی با گسترش رسانه‌های عمومی و ابزارهای ارتباطی، از گسترش راهها و چاپ تا تلگراف، تلفن، رادیو، تلویزیون، شبکه‌های رایانه‌یی و تلفن همراه افزایش یافته است و این ابزارهای ارتباطی، زمینه لازم را برای جنبشهای جدید ایجاد کرده است تا پیام خود را سریع و آسان منتقل کنند.^{۲۰} بنابراین، می توان اظهار داشت که جنبشهای نوین اجتماعی - با بهره گیری از ابزارهای ارتباطی - می توانند به ایجاد هویت‌های جدید اجتماعی، دانش و اطلاعات در سطح جوامع پرداخته و همانند ابزاری کارآمد در سازماندهی و انسجام بخشی به افکار عمومی ایفای نقش نمایند.^{۲۱}

ب) SMS؛ به مثابه ابزاری ارتباطی

۱- ب: SMS چیست؟ (مشخصات فنی)

شبکه‌های تلفن همراه را می توان از فناوریهای محسوب کرد که در سالهای اخیر رشد چشمگیری داشته است. این تکنولوژی، به دارندگان تلفن همراه این اجازه را می دهد که از هر نقطه در محدوده‌های

○ SMS، همزمان، از ویژگیهای یک ابزار «ارتباطی» و نیز ابزار «رسانه‌یی» برخوردار است.

از ویژگیهای ارتباطی SMS، می توان به سرعت بالا، ناهمزمانی ارتباط گوینده و مخاطب، ارتباط کوتاه، قابلیت فرستادن همزمان برای همه افراد، ارزان بودن، نوشتار تصویری و قابلیت ذخیره سازی برای مدت طولانی اشاره کرد، که این ویژگیها از آن یک ابزار ارتباطی متمایز ساخته است.

○ در حال حاضر، سرانه بهره‌گیری از سرویس پیام کوتاه برای هر ایرانی، ۲ تا ۲/۳ پیام در روز است. این، در حالی است که این میانگین در دیگر نقاط جهان به ۱ تا ۱/۵ پیام در روز می‌رسد و نکته جالب آنکه اوج زمان مبادله پیامهای کوتاه، از ساعت ۲۲ تا یک بامداد است.

تطبیقی خوبی با زندگی ماشینی دارد. کوتاه بودن پیام، متناسب با شرایط زمانی و زندگی ماشینی عصر ما، به گونه‌ی است که افراد جامعه در این شرایط می‌خواهند در کوتاهترین زمان، مقصود خود را بیان کنند و از لحاظ ارتباطی، سرعت بیان SMS، همانند تنظیم خبر در لید است.^{۲۸}

ادبیاتی که در سیستم پیام کوتاه استفاده می‌شود، بخصوص در بین گروه‌های سنی پایین، ادبیات خاص، غیررسمی و قابل تأمل است و در مبادلات متنهای SMS، ادبیات متناقض، بفرآوانی دیده می‌شود. وجود تناقض، باعث شده که SMS در بین جوانان گسترش پیدا کرده و از جذابیت و کشش بالایی برخوردار باشد. فرآوانی این دایره لغوی، موجب ایجاد میل و علاقه بسیار در جوانان برای استفاده از این فناوری شده است.^{۲۹}

SMS، همچنین دارای ویژگیهای رسانه‌ی و شامل مصادیق زیر است:

- ۱- سرعت عمل، ۲- دسترسی دائم، ۳- فراگیری مخاطبان در میان تمام اقشار و لایه‌های اجتماعی، ۴- خصوصی (غیر دولتی) بودن، ۵- فردی بودن (عمومی نبودن).

این ویژگیها، SMS را به یک رسانه دلخواه تبدیل کرده است. اگر یکی از اساسی‌ترین وجوه یک رسانه را، وجه اطلاع‌رسانی آن بدانیم، در خواهیم یافت - بویژه در

جغرافیایی مورد پشتیبانی، با سایر دستگاههای تلفن همراه و یا تلفن معمولی قرار گیرند. یکی از قابلیت‌هایی که در این شبکه‌ها فراهم آمده و مورد استقبال قرار گرفته؛ امکان مبادله پیامهای متنی از طریق دستگاههای تلفن همراه است. این قابلیت؛ که سرویس پیام کوتاه نام دارد، در سال ۱۹۹۱ میلادی وارد چرخه وسایل ارتباطی شده و در سال ۱۹۹۸ در جایگاه واقعی خود قرار گرفته است. موفقیتی که امروز برای این خدمت‌رسانی مشاهده می‌شود، به هیچ وجه در ابتدا، قابل پیش‌بینی نبوده است. اگر بپذیریم که هر نسلی از فناوریها، یک نقطه اوج دارد، SMS را می‌توان نقطه اوج نسل سوم پیام‌رسانی متنی دانست.^{۲۲}

بر اساس استاندارد تعیین شده، طول پیام مبادله شده بین دو دستگاه تلفن همراه، می‌تواند حداکثر ۱۶۰ کاراکتر باشد که با توجه به چگونگی ذخیره‌سازی داده‌ها، در ۱۴۰ بایت ذخیره می‌شود. این سیستم، قابلیت فرستادن پیام از «یک مشترک به مشترک دیگر»^{۲۳} و همچنین «از یک مشترک به چند مشترک»^{۲۴} را داراست.^{۲۵}

سیستم SMS، از تنوع سرویسهای بسیار مختلفی؛ مانند پست الکترونیکی، فاکس و پیجر بهره می‌برد و سایر بسته‌های اطلاعاتی، مثل نرخ سهام، سودها، محاسبات بانکی، موجودی حسابها و بسیاری از اطلاع‌رسانی‌های دیگر نیز، توسط SMS، قابل اجرا است.^{۲۶}

۲- ب: ویژگیهای SMS

SMS، همزمان، از ویژگیهای یک ابزار «ارتباطی» و نیز ابزار «رسانه‌ی» برخوردار است.

از ویژگیهای ارتباطی SMS، می‌توان به سرعت بالا، ناهمزمانی ارتباط گوینده و مخاطب، ارتباط کوتاه، قابلیت فرستادن همزمان برای همه افراد، ارزان بودن، نوشتار تصویری و قابلیت ذخیره‌سازی برای مدت طولانی اشاره کرد، که این ویژگیها از آن یک ابزار ارتباطی متمایز ساخته است.^{۲۷}

سیستم پیام کوتاه، برعکس تلفن ثابت، شرایط

یکی دیگر از کاربردهای SMS - که از حدود چهار سال پیش در دنیا مطرح شده - استفاده از این خدمت‌رسانی در شبکه‌های مختلف تلویزیونی و ماهواره‌ای است. موضوع پیام کوتاه، در ارتباط با تلویزیون، هنگامی مطرح می‌شود که برنامه‌ریزان یک شبکه تلویزیونی بخواهند برنامه‌های «اینتراکتیو» (دوسویه)،^{۳۴} ارائه دهند.^{۳۵} شبکه‌های تلویزیونی، به سه دلیل عمده تلاش می‌کنند برنامه‌ها و سیستم‌های خود را «دوسویه» (اینتراکتیو) کنند: ۱- سودآور شدن برنامه‌ها، ۲- افزایش تعداد بینندگان، ۳- تأثیرگذاری بر افکار عمومی.

پ) SMS، در ایران

۱- پ- تاریخچه SMS در ایران

راه‌اندازی و بهره‌برداری از نخستین مرحله شبکه تلفن همراه در سطح کشور، در مرداد ماه سال ۱۳۷۳، فقط برای شهر تهران و با استفاده از ۲۴ ایستگاه فرستنده و گیرنده رادیویی و با ظرفیت ۹ هزار و ۲۸ مشترک آغاز شد.^{۳۶}

SMS نیز در ایران، با تأخیر به بهره‌برداری رسید. در اواخر سال ۱۳۸۱ (اوایل ۲۰۰۳ میلادی)، که در اکثر نقاط دنیا SMS به عنوان یک سرویس کاملاً جافتاده و پرکار مطرح بود، این خدمت‌رسانی در شبکه ایران راه‌اندازی شد. همان‌طور که خود شبکه تلفن همراه، ده سال دیرتر وارد ایران شد، سرویس پیام کوتاه هم، تقریباً ده سال بعد از ورود تلفن همراه به ایران، به مشترکان ارائه شد. در سال ۱۳۸۱، تعداد مشترکان SMS، ۲۶۸ هزار نفر بود. ولی، همپای فراگیر شدن تلفن همراه، بر تعداد مشترکان افزوده شد.^{۳۷} در حال حاضر، تعداد مشترکان سرویس پیام کوتاه در کشور ۱۵/۳۸۵/۲۸۹ نفر است.^{۳۸} البته، باید در کنار این تعداد، ۴۶۰ هزار مشترک تلفن همراه تالیا و یک میلیون مشترک همراه ایرانسل را، نیز در نظر گرفت. شرکت ارتباطات سیار، همچنین پیش‌بینی می‌کند که شمار مشترکان در تابستان سال ۱۳۸۶، بالغ بر ۲۰ میلیون نفر خواهد رسید.

○ SMS، گونه‌ای ادبیات ویژه را در ایران گسترش داده، قواعد کلامی را شکسته و وارد حوزه دیگری از کلام شده است که در مواردی هم، تنشها و تعارضات فرهنگی پدید می‌آورد و آن هم زمانی است که تابوهای جامعه به سُخره کشیده می‌شود یا پیامهای زشت و جدایی‌افکنانه قومی، نژادی، زبانی و جنسیتی مبادله می‌شود.

مقاطع معین و همزمان با وقوع برخی حوادث سیاسی- اجتماعی - که SMS، کارکرد اطلاع‌رسانی خود را به بهترین وجه اجرا کرده است.^{۳۰}

۳- ب: کاربردهای SMS

یکی از بزرگترین کاربردهای SMS، استفاده از آن به‌عنوان روشی برای اطلاع‌رسانی است. SMS می‌تواند برای انتقال تمامی اطلاعاتی که از متن کوتاهی تشکیل شده، استفاده شود. اطلاعاتی نظیر اخبار ورزشی یا اطلاعات پرواز، اطلاعات هواشناسی، قیمت سهام، اطلاعات حسابهای بانکی و تغییرات اخبار گزاریها، از جمله این کاربردها است. امروزه، همچنین در مکاتبات از راه دور، SMS، جایگزین مناسبی برای نامه پستی (E-mail) شده است.^{۳۱}

از دیگر کاربردهای SMS، می‌توان به تجارت الکترونیکی از طریق SMS اشاره کرد. با افزوده شدن قابلیت نوشتاری و خدمات پیام کوتاه به گوشیهای تلفن همراه، این وسیله به‌عنوان ابزاری نیرومند در تجارت الکترونیکی نیز مطرح شده است.^{۳۲}

همچنین، فرستادن پیام کوتاه از راه شبکه جهانی (web)، از جمله کاربردهای دیگر SMS است. یعنی، افراد از هر جای دنیا می‌توانند SMS بفرستند و یا دریافت کنند.^{۳۳}

۲- پ: کارکرد SMS در ایران

پیش از پرداختن به کارکردهای SMS در ایران، باید ابتدا ویژگیهای SMS را مورد بررسی قرار دهیم تا با شناخت این ویژگیها، درک روشنتری از کاربردهای این ابزار نوین ارتباطی به دست آوریم:

از ویژگیهای قابل تأمل کاربردی SMS در ایران، می توان به جایگزینی بسیاری از تعاملات درون گروهی و دستاویز قرار دادن این سیستم مخابراتی، به جای مرادفات رودررو و چهره به چهره اشاره کرد. فضای آزاد SMS، برای مخاطبان نوعی قدرت نمایی شخصی را به وجود آورده که باعث علاقمندی هر چه بیشتر مردم به این پدیده شده است.

عمده ترین مصرف کنندگان سامانه پیام کوتاه در ایران، جوانان هستند، که با توجه به جذابیتهای فنی آن و نیز نبود و یا کمبود بسیاری از امکانات اولیه برای پر کردن اوقات فراغت، ترجیح می دهند با فرستادن و دریافت تازه ترین شوخیها، لطیفه ها و قصه های کوتاه که گاه رنگ و بوی سیاسی نیز به خود می گیرد- اوقات فراغت خود را بگذرانند.^{۳۹} بر اساس آمار شرکت ارتباطات سیار، در حاضر حاضر، روزانه ۴۰ میلیون SMS در کشور مبادله می شود. در مورد سالهای گذشته، اطلاعات موجود حکایت از آن دارد که از ۲۹ اسفند ۱۳۸۳ تا ۱۳ فروردین ۱۳۸۴، روی هم رفته، ۵۹ میلیون و ۷۰۰ هزار پیام کوتاه فرستاده شده بود. در نوروز سال ۱۳۸۴، دادوستد SMS به مرز ۵۰ میلیون رسید. در سال ۱۳۸۵، شمار ۳۳۹ میلیون و ۹۰۰ هزار پیام کوتاه فرستاده شد.^{۴۰} تبادل ۱۱۸ میلیون و ۲۰۰ هزار پیام کوتاه در نخستین روز سال نو (۱۳۸۶) در شبکه ارتباطات سیار، موجب شدر کورد تبادل SMS در کشور شکسته شود. رکورد قبلی، ناظر بر فرستادن ۷۲ میلیون SMS در روز عید غدیر (۱۳۸۵/۱۰/۱۸) و ۷۱ میلیون در روز قبل از آن بود. همچنین، رکورد پیشین ترافیک روزانه تبادل SMS در کشور با ۵۸ میلیون پیام در روز ۳۰ آذر ماه (۱۳۸۵) ثبت شده است. در حال حاضر، سرانه بهره گیری از سرویس پیام کوتاه برای هر ایرانی، ۲ تا

۲/۳ پیام در روز است. این، در حالی است که این میانگین در دیگر نقاط جهان به ۱ تا ۱/۵ پیام در روز می رسد^{۴۱} و نکته جالب آنکه اوج زمان مبادله پیامهای کوتاه، از ساعت ۲۲ تا یک بامداد است.

این حجم فزاینده SMS، حاکی از محبوبیت و جبهه نظر کاربردی آن در ایران است. دلایل محبوبیت این فناوری نوین نزد ایرانیان، عبارت است از:

۲-۱- پ- دلیل اقتصادی

اولین دلیل به کارگیری فراوان SMS، مقرون به صرفه بودن تعرفه آن در مقایسه با تعرفه مکالمه تلفنی است. در حال حاضر، هزینه فرستادن هر SMS، برابر با ۳۰ درصد یک دقیقه مکالمه (معادل ۱۴۴ ریال در مقابل ۴۴۷ ریال هزینه مکالمه موبایل برای ۱۰ پالس در دقیقه) است.

۲-۲- پ- وجود محدودیتهای مطبوعاتی و رسانه‌یی

ارایه برنامه‌های جهت‌دار و یکسویه از سوی رسانه‌های دولتی و اعمال کنترل و فیلترینگ بر رسانه‌های غیر دولتی، فضای تبادل آراء و نظریات را در جامعه تا حد زیادی محدود کرده و در عمل رسانه‌های آزاد و مستقل، اعم از رادیو و تلویزیون، ماهواره، مطبوعات، اینترنت و... را در تنگنا قرار داده، به طوری که جوانان برای ابراز عقاید و نظریات خود، به دنبال بدیلی نوین هستند. SMS، از آن جهت که نقش رسانه‌یی نیز بازی می کند و در ایفای این نقش از آزادی عمل برخوردار است، مورد توجه و محبوبیت جوانان قرار گرفته است.

۲-۳- پ- امنیت نسبی فضای پیام کوتاه

اعمال کنترل شدید بر رسانه‌ها، موجب رخت بر بستن امنیت از عرصه کار رسانه‌یی شده و کار فراوان رسانه‌ها، همواره در معرض انواع مخاطرات قرار می گیرد. ناشناس بودن هویت تولیدکننده پیام در فضای پیام کوتاه، به او مصونیت نسبی می بخشد. به عبارت دیگر، امنیت در فضای رسانه‌یی پیام کوتاه، هنوز به طور جدی مورد تهدید قرار نگرفته است. این آزادی عمل، به فرستندگان SMS، اطمینان می بخشد که با

امنیت خاطر پیامهایی بفرستند که بیان آن در سایر رسانه‌ها مقدور نیست.

۲-۴- پ- نیاز روحی جامعه به تفریح و تفنن

طنز و فکاهی؛ نقشی مهم در ایجاد تمدد اعصاب و روان، بویژه در خلال امور روزمره دارد. SMSها، به خاطر ایجاد زنگ تفریحی کوتاه در بین کارهای روزانه، طرفداران فراوانی دارد. فرستادن لطیفه بیشترین کاربرد SMS در ایران است. عمده‌ترین دغدغه‌های اجتماعی، محدودیتها و یا تابوهای موجود در جامعه با بیانی لطیف و ظریف مورد نقد قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر، طنز این اجازه را به افراد می‌دهد که به صورت کم‌وبیش صریح، از وضع سیاسی-اجتماعی کشور انتقاد کنند. نقد اجتماعی با زبانی کنایی، طنز آلود و ظریف-که بخشی از سنت شفاهی مردم ایران را تشکیل می‌دهد و ریشه در فرهنگ و ادبیات ایران زمین دارد- در نبودن و یا ضعف احزاب سیاسی، نهادهای مدنی و ابزارهای رسانه‌یی و اطلاعاتی، در SMSها تبلور یافته و به صورت گسترده به اقشار و گروههای مختلف اجتماعی و سیاسی انتقال می‌یابد. ۲۲ SMS، گونه‌ای ادبیات ویژه را در ایران گسترش داده، قواعد کلامی را شکسته و وارد حوزه دیگری از کلام شده است که در مواردی هم، تشها و تعارضات فرهنگی پدید می‌آورد و آن هم زمانی است که تابوهای جامعه به سُخره کشیده می‌شود یا پیامهای زشت و جدایی افکنانه قومی، نژادی، زبانی و جنسیتی مبادله می‌شود. ۲۳ به همین دلیل، بر اساس آمار منتشر شده توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، در حدود ۵۰ درصد SMSها در ایران، سرگرمی و لطیفه است. به عبارت دیگر، از بین ۴۰ میلیون SMS روزانه، حدود ۲۰ میلیون آنها به طنز، لطیفه و نکته‌گویی اختصاص یافته است. ۲۴ گرچه، بر طبق نظرسنجیهای مشارکتی انجام شده از سوی نگارندگان این مقاله از طبقات و اقشار مختلف، به تازگی، درصد SMSهای طنز از ۵۰ درصد به ۳۰ تا ۳۵ درصد کاهش یافته و این روند نزولی همچنان ادامه دارد و SMS، به کارکردهای واقعی خود نزدیکتر شده است.

یکی از ویژگیهای این سیستم نوین ارتباطی در ایران، زبان خاصی است که در SMS به کار می‌رود. بحث از زبان SMS را از دو منظر می‌توان مورد توجه قرار داد: ۱- به لحاظ نوشتاری ۲- از جنبه ادبی.

به لحاظ نوشتاری، SMSها به سه طریق انگلیسی، فنگلیشی و فارسی فرستاده می‌شود. از آنجا که فناوری SMS، بر اساس زبان انگلیسی تعبیه شده، طبعاً به کارگیری آن با این زبان بدون هر گونه مشکلی است. اما، از آن رو که گروهی از ایرانیان، آمادگی ارتباط به وسیله این زبان را ندارند، از روش دیگری استفاده کرده‌اند. در این روش، از حروف انگلیسی و واژگان یا کلمات فارسی استفاده می‌شود که به آن اصطلاحاً، فنگلیشی یا پینگلیشی می‌گویند. البته، با گذشت زمان و با ظهور موبایل‌هایی که با زبان فارسی سازگار است، این مشکل نیز رفع شده و در حال حاضر، بسیاری از SMSها به زبان فارسی نگاشته می‌شود.

از زمانی که امکان فرستادن SMS تصویری نیز فراهم شده، شاید بتوان آن را زبان چهارم SMS دانست.

○ زندگی، در دورانی که عصر مدرنیسم و صنعت نام گرفته و در اجتماعی که دوران گذار خود را می‌پیماید، آثاری دارد که یکی از آنها قربانی شدن روابط انسانی است. ایران و بویژه تهران، که در حال حاضر در چنین شرایطی قرار دارد، نیازمند یافتن جایگزینهایی برای شیوه‌های سنتی تر روابط انسانی است. SMSها، بخشی از این بار اخلاقی را به دوش می‌کشند. چه بسیار SMSها که موجب شکل گرفتن رابطه‌یی تازه میان دو نفر می‌شوند.

از این بار اخلاقی را به دوش می کشند. چه بسیار SMSها که موجب شکل گرفتن رابطه‌ی تازه میان دو نفر می شوند.

۲-۷- پ- ایجاد تفنن و سرگرمی و تولید انبوه طنز تجربه تلخ هشت سال جنگ، فشار بار دوران سازندگی، مشکلات بیشمار مالی و اقتصادی جاری و چندپیشه بودن بسیاری از افراد، باعث شده است تا جامعه به لحاظ روحی سخت نیازمند تفریح و تفنن باشد. از آنجا که رسانه‌های عمومی، بخوبی این نیاز جامعه را برآورده نمی کنند، SMSها، به عنوان رسانه‌ی جایگزین یا مکمل، در تکرار هر روزه خود، کارکردی سخت شادی آفرین پیدا کرده اند.

ایجاد تفنن و سرگرمی، نیازمند انبوهی از فکاهیهای جدید است. SMSها، بویژه با دستمایه قرار دادن امور سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، عرفی و... هر روز نو می شود.

۲-۸- پ- کارکرد تبلیغاتی

این کارکرد بیشتر مورد استفاده کارخانه‌ها، بانکها، برخی ادارات و مراکز دولتی، سازمان صدا و سیما و برخی مراکز دینی قرار می گیرد، که جهت تبلیغ کالاها، یا خدمات خود از آن بهره می برند. گرچه همواره بهره‌برداری از پیام کوتاه، بحثهای حقوقی بیشماری، مبنی بر تجاوز به حریم خصوصی افراد را به همراه داشته است، نکته جالب توجه آنکه، به رغم اعلام شرکت ارتباطات سیار برای جلوگیری از فرستادن این گونه SMSها برای کسانی که مایل به دریافت آن نباشند، در طول يك سال گذشته، تنها ۳۵۶۱ نفر، از بالغ بر ۵ میلیون و ۸۰۰ هزار مشترک، درخواست عدم دریافت این گونه پیام‌ها را داده اند.

۲-۹- پ- کارکرد رسانه‌ی

مخاطبان رسانه‌ها، دارای علائق خاصی هستند که در انتخاب رسانه مطلوب، نقش اساسی ایفا می کند. به عبارت دیگر، مخاطبان در پی آن هستند که آنچه را از جنس علائق‌شان است، در رسانه بیابند. با توجه به این اصل، آنچه در مورد رسانه‌های موجود در ایران مشهود

به لحاظ ادبی، یکسری خصوصیات زبانی در میان بیشتر SMSها مشترک است:

- زبان SMS، زبان طنز است. از پیامهای کوتاه اخلاقی، اطلاع‌رسانی، مذهبی و ادبی که بگذریم، در سایر انواع SMSها، این تنها زبان طنز است که به رسمیت شناخته می شود.

- زبان SMS، زبان ایجاز و اختصار است.

- زبان SMS، زبان محاوره‌ی است. از برخی گونه‌های خاص؛ مانند SMSرمانتیک و ادبی که بگذریم، سایر موارد، زبانی عامیانه و غیر ادبی دارد، که به گفتار نزدیکتر است تا به نوشتار.

- زبان SMS، زبان گوشه و کنایه است. بسیاری از پیامها، در لفافه و غیر صریح بیان می شود. این امر، ریشه در خصلت کنایه‌گویی و فرار از صراحت لهجه ما ایرانیان دارد.^{۴۵}

بعد از بیان ویژگیهای SMS در ایران، کارکردهای آن را می توان چنین برشمرد:

۲-۵- پ- کارکرد پیامرسانی

پیامرسانی، همان کارکرد اولیه و ذاتی SMS است که در همه جای دنیا یکسان است و از آن، به سرویس پیام کوتاه یاد می شود. تفاوت SMS، با مکالمه تلفنی در آن است که؛ اولی، به نحو نوشتاری است و در موقعیتهای بسیاری که امکان مکالمه تلفنی وجود ندارد، به خوبی نقش آن را نمایندگی می کند. این کارکرد، از آن رو در ایران مورد اقبال است که در بسیاری از مواقع، خصوصاً در ساعات کاری روز، شبکه مخابراتی کشور از ارائه ارتباط تلفن با موبایل ناتوان است و به اصطلاح، خطدهی به موبایل، با مشکل روبه‌رو است.

۲-۶- پ- ایجاد ارتباط انسانی

زندگی، در دورانی که عصر مدرنیسم و صنعت نام گرفته و در اجتماعی که دوران گذار خود را می پیماید، آثاری دارد که یکی از آنها قربانی شدن روابط انسانی است. ایران و بویژه تهران، که در حال حاضر در چنین شرایطی قرار دارد، نیازمند یافتن جایگزینهایی برای شیوه‌های سنتی تر روابط انسانی است. SMSها، بخشی

ارتباط اعضا، می تواند سیاسی، اجتماعی، مذهبی، ادبی و... باشد. با تشکیل این شبکه‌ها، می توان کارکردهای خاصی را نیز از آنها انتظار داشت. این شبکه‌ها، دارای ظرفیتی بالا است و قادر است پیامی را در زمانی بسیار کوتاه، در سرتاسر کشور و در میان لایه‌های مختلف مردم پخش کند.^{۴۶}

۱۱-۲-پ- ساخت پذیرشها، یا وجهه نظر

عملکرد سریع و فراگیر SMS، که حاصل کارکرد رسانه‌یی و ایجاد شبکه اجتماعی آن است، به کارکرد دیگری منجر می شود که ساخت پذیرش یا وجهه نظر است. در شرایط سلب اعتماد از رسانه‌های رسمی، بهترین موقعیت برای رسانه‌های جایگزین پیش می آید که با استفاده از ظرفیتهای خود به ساخت دیدگاه عمومی در مورد مسایل گوناگون بپردازند. SMS در این کارکرد، رسانه‌یی مردمی است که محتوایش، از پذیرش قابل قبولی برخوردار است.

۱۲-۲-پ- کارکرد سیاسی

کارکرد سیاسی را، شاید بتوان یکی از بزرگترین کارویژه‌های SMS در ایران دانست. حجم بسیار گسترده‌یی از پیام‌های کوتاه، دارای مضمون سیاسی است. گویی فناوری تازه، بهترین ابزار را در خدمت مردمانی قرار داده است که در طول تاریخ، همواره ناخرسندی خود از حکومت را با طنز بیان می کرده‌اند.

کارکردهای سیاسی SMS را می توان با شبنامه‌ها مقایسه کرد. شبنامه‌ها، همزمان با ورود دستگاههای چاپ و تکثیر در دوران قاجاریه و متناسب با فضای جامعه سیاسی-مطبوعاتی کشور، در تاریخ وسایل ارتباط جمعی ایران ظهور پیدا کردند. شبنامه، نشریه‌یی بود که در برابر روزنامه - که با هویت مشخص گردانندگان و نویسندگان آن و به صورت آشکار منتشر می شد - به صورت پنهانی تهیه، تکثیر و توزیع می گردید. بعدها، بویژه در نهضت مشروطه، به صورت جنگ افزایی کارساز در خدمت برخی از مشروطه خواهان قرار گرفت. این نوشته‌ها، با هدفهای سیاسی- اجتماعی و برای برانگیختن مردم بود و از

○ کارکرد سیاسی را، شاید بتوان یکی از بزرگترین کارویژه‌های SMS در ایران دانست. حجم بسیار گسترده‌یی از پیامهای کوتاه، دارای مضمون سیاسی است. گویی فناوری تازه، بهترین ابزار را در خدمت مردمانی قرار داده است که در طول تاریخ، همواره ناخرسندی خود از حکومت را با طنز بیان می کرده‌اند.

کارکردهای سیاسی SMS را می توان با شبنامه‌ها مقایسه کرد.

است، برآورده نشدن خواست و علائق مخاطبان و نوعی بی توجهی به سلیقه آنان و رویکرد اطلاع رسانی قطره چکانی، موجب شده تا در این میان، SMS با توجه به ویژگیهای منحصر به فردش، نقش بدیل را بر عهده گیرد.

۱۰-۲-پ- ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی، بافتهای جامعه است که به وسیله تارهای نامریی ارتباطات اجتماعی، به هم تنیده شده. یکی از کارکردهای مهم SMS، آن است که با برقراری ارتباط با دیگران، موجب تقویت یک شبکه اجتماعی و یا ایجاد شبکه‌یی جدید می شود. البته، شبکه تازه تأسیس، ممکن است ناپایدار و کم دوام، یا پایا و با دوام باشد. در حال حاضر، بسیاری از افراد در اتاقهای گفتگو (Chat - Rooms) و یا وبلاگها، شماره موبایل خود را به دیگران می دهند و از آنان درخواست می کنند که SMSهای جدید را برایشان بفرستند. همان طور که، مراجعه کنندگان و یادداشت نویسان یک وبلاگ، یا اتاق گفتگو، گاه یک شبکه اجتماعی را تشکیل می دهند، مبادله کنندگان SMS نیز می توانند یک شبکه اجتماعی مجازی ایجاد کنند. شبکه اجتماعی، بسته به موضوع

بودند، SMSها، پیام طرفداران تحریم را به همه جای کشور رساندند. هر چند، از نتیجه و میزان تأثیر گذاری این پیامها اطلاعاتی در دست نیست، ولی، نفس این اقدام، خود نکته‌ی حایز اهمیت در معادلات سیاسی ارزیابی می‌شود. دومین تجربه سیاسی SMS، در آستانه نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ظهور و بروز یافت. در این انتخابات، بعضی از پیامهای مبادله شده، به منظور تخریب کاندیداهای ریاست جمهوری بوده است.^{۵۲}

سومین تجربه، مربوط به انتخابات اخیر (۲۴ آذر ۱۳۸۵) شورای شهر و خبرگان است. در این دوره، SMSها، به عنوان ابزار تبلیغات، توانستند بخش وسیعی از کشور را پوشش دهند و SMS به صورتی گسترده، وارد عرصه تبلیغات سیاسی کاندیداها شد.^{۵۳} پیامها در این دوره از انتخابات، عاری از تبلیغات تخریبی برای کاندیداهای مختلف بوده و از جریانهای مختلف سیاسی، SMSهایی برای شهر و ندان، بویژه در تهران و شهرهای بزرگ فرستاده شده است. در جریان انتخابات یاد شده، خبری مبنی بر ضرب و شتم اعضای هیأت نظارت، توسط هواداران یکی از کاندیداهای يك گروه ائتلافی، برای میلیونها نفر در چندین نوبت و به منظور تخریب چهره گروه و کاندیدای رقیب، فرستاده شد.^{۵۴}

ت) برخی تجربیات جهانی در بهره گیری از SMS

۱- ت- تجربه انتخاباتی در کشورهای توسعه یافته در این سالها، پیشرفتهای فناوری و الکترونیک شدن مراکز و سازمانهای دولتی و خصوصی، رشد چشمگیر داشته است. سیستمهای الکترونیک، مانند دولت الکترونیک^{۵۵} و اخیراً، رأی گیری الکترونیک^{۵۶}، روز به روز در حال نفوذ به زندگی مردمان است. تجربه نشان داده که الکترونیک کردن بخش یا بخشهایی از يك سازمان، رشد کیفی مناسبی در روند کاری آن سازمان به وجود آورده است. یکی از مهمترین اهداف دولت الکترونیک^{۵۷}، صرفه جویی در وقت مردم و کاهش

اوایل پادشاهی ناصرالدین شاه باب شد.^{۴۷} شبنامه‌ها، در واقع داستانها، گزارشها و اتهام‌نامه‌های علیه شاه و صاحبان سمتهای سیاسی-اجتماعی بود که بیشتر با قلمی نیشدار، یا طنز آلود، بدون امضا و نشانی، بر روی يك صفحه تکثیر می‌شد.^{۴۸}

البته، شبنامه‌ها در مواردی دچار کارکردها و بدکار کردهایی نیز شده و در چارچوب غرض‌ورزیها و منافع شخصی، ابزار دست رقبای سیاسی-به منظور تخریب چهره و وجهه رقیب و از میدان به در کردن یکدیگر- شد.^{۴۹} به لحاظ تاریخی، برخی از پژوهشگران تاریخ معاصر ایران، بویژه تاریخ‌نگاران مطبوعات سیاسی، رقابت میان امین الدوله با عین الدوله در انتشار شبنامه‌های هجو آمیز و فحشنامه‌ها در دوران مظفرالدین شاه و در آستانه انقلاب مشروطه را در این راستا ارزیابی می‌کنند.^{۵۰} با وجود به فراموشی سپرده شدن نقش شبنامه، دوباره، رد پای آن را در انتخابات دوره نهم ریاست جمهوری می‌توان دید. در این دوره، شبنامه‌ها، به منظور تخریب چهره و وجهه سیاسی-اجتماعی و تشخیص شماری از کاندیداهای ریاست جمهوری، به کار برده شد.^{۵۱}

SMS نیز، همچون شبنامه‌ها، در مواردی دچار کارکردهایی شده و در جهت تخریب چهره شخصیت‌های سیاسی و رقبای فکری به کار گرفته شده است. بهره‌گیری از SMS که در دی ماه ۱۳۸۵ در تخریب و وجهه رییس سازمان گردشگری و میراث فرهنگی- که در عین حال معاونت رییس جمهوری دولت اصولگرا را نیز بر عهده دارد- در مراسم افتتاحیه نمایشگاه گردشگری در ترکیه، با دست زدن در پایان رقص سمعی، بهانه لازم را به رقبای داد؛ در این زمره قابل ارزیابی و توجه است.

کارکرد سیاسی SMS در مقاطعی همچون زمان انتخابات، بسی نمایان تر می‌شود. SMS، نخستین تجربه کارکرد سیاسی خود را در انتخابات هفتم مجلس شورای اسلامی از سر گذراند؛ آنجا که رسانه‌های عمومی، از بحث پیرامون مسأله تحریم انتخابات منع شده

(مهاجران) و افرادی که انگلیسی، زبان دوم آنها است.
 ۳- برقراری ارتباط در زمان کوتاه، از راه يك مركز پیام کوتاه و همچنین پشتیبانی و حمایت از روند کاری خدمات حوزه‌های رأی‌گیری در مکانهای مختلف.
 ۴- منظم کردن و دسته‌بندی اطلاعات و آرا، از طریق تماسهای پیام کوتاه دو طرفه، با گزارش جزئیات؛ شامل طبقه‌بندی خدمات، زمان انتظار، زمان استفاده و... در يك مركز پیام کوتاه.

در نیوزیلند، SMS به منظور شکستن حصارها و محدودیتهای ثبت نام برای شرکت کنندگان در انتخابات معرفی شده، بخصوص جوانان، توانستند با استفاده از این سرویس، ثبت نام خود را با کمترین تأخیر انجام دهند. همچنین، درخواست برای ثبت نام انتخاباتی، به واسطه سرویس پیام کوتاه افزایش یافت. از سوی دیگر، سیستم، دسترسی مردم را به فرم ثبت نام آسانتر کرد.

براین اساس، معرفی شبکه پیام کوتاه، دسترسی کاربران را تا حدود ۵۰٪ افزایش داد. يك پیام کوتاه کاربر را تحريك می‌کند تا وارد عمل شود و این عمل از طریق SMS خیلی سریعتر از E-mail و تلفن صورت می‌گیرد. در انتخابات نیوزیلند، تماسها، حدود ۷۲٪ در دو هفته نخست، در مقایسه با سال ۲۰۰۲، افزایش یافت.

مركز ثبت انتخابات، با نتایج جالبی در استفاده از SMS، به عنوان يك گزینه اصلی تماس، روبه‌رو شد. این مرکز، در دو هفته نخست، در مقایسه با سال ۲۰۰۲، ۷۲٪ درخواست برای ثبت نام داشته است. ۵۱٪ درخواستهای ثبت شده، از طریق SMS بود و این در حالی بود که همه کاربران، همچنین امکان انتخاب گزینه‌های دیگری؛ همچون تلفن یا اینترنت را نیز داشته‌اند. در مقایسه با سال ۲۰۰۲، کاربران تلفن و نامه در يك حد بوده‌اند. اما، کاربران E-mail در سال ۲۰۰۵، حدود ۸۰٪ کاهش یافته‌اند (آنها SMS را به E-mail ترجیح داده‌اند). همچنان که مطرح شد، از آنجا که هزینه تماس هر کاربر از طریق SMS، ۸۰٪ ارزانتر از هزینه مکالمه است، استقبال از SMS در این انتخابات، بیش از حدی بود که مسوولان این کشور انتظار آن را داشتند.^{۶۱}

هزینه‌های اجرایی سازمانهای دولتی است که سیستم رأی‌گیری الکترونیک، به عنوان زیرسیستم دولت الکترونیک، چنین اهدافی را دنبال می‌کند.^{۵۸}
 انتخابات عمومی در کشورهای اروپایی و آمریکایی، در سال‌های اخیر، به صورت نیمه الکترونیکی و الکترونیک امتحان شده و نتایج مطلوبی را هم به دنبال داشته است.^{۵۹} طبق آمار همه‌پرسیهای به عمل آمده در این کشورها، به طور میانگین ۷۵٪ از مردم (۹۰٪ مردم بلژیک، ۷۰٪ مردم انگلستان، ۷۵٪ مردم ایالات متحده آمریکا) با الکترونیکی کردن سیستمهای رأی‌گیری - جهت اطمینان بیشتر از صحت برگذاری انتخابات و همچنین افزایش سرعت در اجرا و کاهش هزینه‌ها - موافق هستند.

یکی از مهمترین مشکلات در کشورهای اروپایی و آمریکایی، پایین آمدن شمار شرکت کنندگان در انتخابات عمومی است. چنان که در اروپا، تعداد شرکت کنندگان در سال ۱۹۵۰ که ۸۳/۳۷٪ بود، در آخرین انتخابات پارلمان، به حدود ۲۴٪ کاهش یافته است. همین مشکل، باعث شده که حتی، کشورهای محافظه کار، مانند انگلستان - که دارای روند انتخاباتی ثابت در ۱۰۰ سال گذشته بودند - طرحهای جدید و مورد اعتماد برای مردم، جهت افزایش تعداد شرکت کنندگان در انتخابات ارایه دهند.^{۶۰}

۱-۱- ت- نیوزیلند

دولت نیوزیلند برای انتخابات پارلمانی در سال ۲۰۰۵ میلادی، پیام کوتاه را به عنوان اصلی ترین گزینه ارتباطی برای عموم مردم در نظر گرفت. دولت این کشور، اهداف خود را از به کارگیری SMS در این انتخابات، به این شرح اعلام کرد:

- ۱- متقاعد کردن افراد واجد شرایط برای ثبت نام در انتخابات پارلمانی سال ۲۰۰۵،
- ۲- گسترش مبارزات انتخاباتی و تماس با مرکز، که به طور گسترده بر کاربران زیر متمرکز است: افرادی که تا به حال رأی نداده‌اند، افرادی که تازه ۱۸ ساله شده‌اند، افرادی که بتازگی مهاجرت کرده‌اند

۲-۱- انگلستان

در انگلستان نیز شورای شهر شفیلد،^{۶۲} انتخابات سالانه را، از راه يك برنامه نوین سه گزینیهی، انجام داد. در ماه می سالهای ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ در انتخابات مجلس، رأی دهندگان توانستند از سه ابزار سده ۲۱، یعنی: اینترنت، تلفن مجانی^{۶۳} و فرستادن متن از روش SMS و یا از راه دسترسی عمومی به صندوقها و مراکز سنتی رأی گیری، آرای خود را ثبت کنند.

در آغاز روی کار آمدن رهبران جدید، اداره نخست وزیری انگلستان نگرانی خود را درباره کاهش شرکت کنندگان اعلام کرد. چنان که، در سال ۲۰۰۰، آرای انتخابات ملی، تا ۲۹/۶٪ کاهش یافت و در سال ۲۰۰۱، در انتخابات سراسری، آراء به ۵۹/۴٪ کاستی گرفت و این کمترین اندازه مشارکت از زمان جنگ جهانی اول بود. در همان زمان، شورای شهر شفیلد تصمیم به استفاده از رأی گیری به شیوه الکترونیکی گرفت. این دسترسی جدید به شیوه های نوین انتخابات، يك سکوی پرتاب را برای دولت ایجاد کرد و اهداف دموکراسی الکترونیکی، همانند گسترش استفاده از کارتهای هوشمند، انتخابات مجازی و نظرسنجیها را فراهم آورده است. با این اهداف کلیدی و نشانگرهای اجرایی، شورای شهر شفیلد يك برنامه طراحی کرده است:

- رأی گیری آسانتر و در دسترس تر،

- تازه کردن سامانه رأی گیری در سده ۲۱،

- آسان کردن ارتباط عموم مردم با دولت، از طریق معرفی دولت الکترونیکی. پروژه، به منظور سازگاری با تغییرات در فناوری و سیاست دولت و گسترشهای قانونی طراحی شده است. نتایج به دست آمده در این پروژه، از نظر همه مسوولان محلی شرکت کننده، موفق بوده و علاقه مردم را به چنین مدیریتهایی جلب کرده است.^{۶۴} نتایج به دست آمده، حاکی از افزایش ۸٪ در رأی گیری جدید نسبت به رأی گیری سنتی است. همچنین، تقریباً ۴۰٪ افرادی که رأی می دهند، از شیوه جدید استفاده می کنند و رأی

○ در این سالها، پیشرفتهای فناوری و الکترونیک شدن مراکز و سازمانهای دولتی و خصوصی، رشد چشمگیر داشته است. سیستمهای الکترونیک، مانند دولت الکترونیک و اخیراً، رأی گیری الکترونیک، روز به روز در حال نفوذ به زندگی مردمان است. تجربه نشان داده که الکترونیک کردن بخش یا بخشهایی از يك سازمان، رشد کیفی مناسبی در روند کاری آن سازمان به وجود آورده است. یکی از مهمترین اهداف دولت الکترونیک، صرفه جویی در وقت مردم و کاهش هزینه های اجرایی سازمانهای دولتی است که سیستم رأی گیری الکترونیک، به عنوان زیرسیستم دولت الکترونیک، چنین اهدافی را دنبال می کند.

الکترونیکی، بیش از روش پستی مورد استفاده قرار می گیرد.^{۶۵}

۳-۱- مجارستان

مجارستان در انتخابات آوریل سال ۲۰۰۲ میلادی از SMS و E-mail برای انتخابات بهره برد. در این انتخابات، رقابت سخت طرفین با نتایج به دست آمده، گروههای انتخاباتی را به هم نزدیک کرده است. در طی دو هفته آخر مبارزات انتخاباتی، بین طرفهای رقابت انتخاباتی، فناوری متقابل، ارتباطات میان مردمی؛ به طور ناگهانی در مقیاس بزرگی مورد استفاده قرار گرفت.

در کشوری با ۱۰ میلیون نفر جمعیت، حدود ۵۳٪ مردم آن تلفن همراه دارند و ۱۵٪ کاربر اینترنت هستند. در این انتخابات، میلیونها پیام کوتاه سیاسی از

شود. متن پیغام دریافتی آنها از این قرار بود؛ «Black EDSA. Dress 2Go» در واقع، به طور خلاصه، به نشانی محل برپایی تجمع اشاره و تأکید شده بود که معترضان، لباس سیاه به تن کنند. برپایی این قبیل تجمعات، سرانجام به واژگونی حکومت «جوزف استرادا» رئیس جمهور وقت فیلیپین انجامید.

از آن زمان تاکنون، استفاده از SMS به عنوان يك ابزار سیاسی بسیار فراگیر تر شده است. رینگولد در این باره می گوید: «رویدادهای بزرگی در نتیجه استفاده از این فناوری در حال اتفاق افتادن است. من می توانم کشورهای چندی را در بخشهای مختلف جهان در ذهن خویش مجسم کنم که انتخابات آنها در آینده تحت تأثیر این فناوری قرار می گیرند».^{۶۷}

۲-۲-ت- کره جنوبی

کره جنوبی، نمونه جالبی از تأثیر فناوری SMS بر سرنوشت انتخابات آن است. هم اکنون، بسیاری از کارشناسان کره‌یی با این عقیده موافقند که «روموییون» رئیس جمهور فعلی، هرگز بدون کمک اینترنت و SMS قادر به پیروزی در انتخابات گذشته نبود. اوضاع داخلی کره در دسامبر سال ۲۰۰۲، به گونه‌یی بود که جریان اصلی رسانه‌های محافظه کار، با تمام قوا از «لی هوی چانگ» رقیب انتخاباتی «رو» طرفداری می کردند، بویژه، زمانی که یکی از رقبای پیشین - که صلاحیت «رو» را مورد تأیید قرار داده بود - به طور غیرمنتظره، پشتیبانی خویش را از او در آستانه روز برگزاری انتخابات قطع کرد. اما، هواداران تبلیغاتی «رو» - که بیشترشان از نسل جوانتر «فناوری اطلاعات» بودند - تلاش پیگیری را در واپسین دقایق و لحظه‌های باقیمانده به برگزاری انتخابات صورت دادند. آنها، با فرستادن نامه‌های الکترونیک (E.mail و SMS) برای ۸۰۰ هزار رأی دهنده در صبح انتخابات، عملاً تلاش کردند تا مخاطبان پیامهای خویش را به حضور در پای صندوقهای رأی تشویق کنند. با تلاش وبسایت‌های خبری جایگزین، نظیر Oh, My News و فرستادن پیامهای SMS، «رو» توانست در انتخابات

○ در کشورهای که دستاوردهای چشمگیر در حوزه فناوری داشته‌اند، همچون کره جنوبی، فرستادن پیام با تلفنهای همراه، به شیوه‌ای برای ترویج چیزی تبدیل شده است که کارشناسان، از آن به عنوان «دموکراسی موبایل» یاد می کنند. این حالت، در جوامع کنترل شده‌یی، مانند چین و کشورهای خاورمیانه، حتا، شدت بیشتری دارد. زیرا فناوری فرستادن پیامهای کوتاه، با نظارت گسترده مراجع حکومتی روبه‌رو نبوده و هزینه مادی - امنیتی آن نیز چندان زیاد نیست. در عمل کانال زیرزمینی تازه‌ای برای بیان حقایق سانسور نشده - البته در قالب عبارتهای کوتاه - فراهم آمده است.

طرف هواداران احزاب، به روشهای E-mail یا SMS فرستاده شد. در طول مبارزات انتخاباتی، روزانه حجم SMS در حدود ۲۰ الی ۳۰ درصد افزایش یافت. مشارکت مردم این کشور در این انتخابات فزونی گرفت، به طوری که نقش مهم فناوری جدید در طول رقابت انتخاباتی در مجارستان، بی سابقه بوده است.^{۶۸}

۲-ت- جنبش سیاسی SMS در شرق آسیا

۱-۲-ت- فیلیپین

فیلیپین، در سال ۲۰۰۲، نخستین آزمایش واقعی فناوری فرستادن پیامهای کوتاه را در معرض دید همگان گذاشت. «هاوار رینگولد»، نویسنده کتاب «جوامع هوشمند: انقلاب اجتماعی آینده» می گوید: «تظاهرکنندگان سیاهپوش فیلیپینی، از راه يك خط سیار منفرد، خبردار شده بودند که قرار است تجمع اعتراض آمیزی در یکی از خیابانهای شهر مانیل برپا

نوع شعارهایی که قرار بود فریاد زده شود، جزء عناصر اصلی پیغامها بود. اگر چه این پیغامها هیچ هویت سازمانی آشکاری نداشت، اما، کمک کرد تا ۲۰ هزار نفر برای برپایی يك راهپیمایی سراسری در ۱۶ آوریل گرد هم آیند.

از زمانی که حکومت چین در صدد برآمده است تا راهی را برای فیلتر کردن عملی پیامهای SMS بیابد، بارها ناچار شده تا از طریق توسل به همین فناوری، به فرستادن پیغامهای هشدار دهنده در مورد لزوم گردن نهادن به مقررات داخلی و حفظ آرامش جامعه بپردازد. با این حال، شیوع فناوری فرستادن پیام کوتاه، نمایانگر چالشی جدی برای حکومت چین است. پس از اعتراضات خونین دانشجویان و فعالان سیاسی در میدان «تیان آن من»، مراجع حکومتی در چین به تصویب مقرراتی پرداختند که به موجب آنها گرفتن پروانه از نمایندگان محلی امنیت عمومی سراسر کشور، برای برپایی تظاهرات تأکید شده است. «کیانگ ژیاو» مدیر «پروژه اینترنت چین» در دانشگاه کالیفرنیا در برکلی می گوید: «حالا هر کس می تواند از SMS و E-mail برای سازماندهی يك اعتراض دسته جمعی در مقیاس بزرگ استفاده کند، بدون این که نیازی به گرفتن پروانه از دولت باشد». وی در ادامه می افزاید: «جوانان امروز چین ابزارهای ارتباطی بسیار قدرتمندی را در اختیار دارند».^{۶۹}

۳-ت-دموکراسی سازی در خاورمیانه

۱-۳-ت-لبنان

فرستادن پیغام از طریق خطوط تلفن همراه در خاورمیانه نیز تأثیرات عمیقی را بر جای نهاده است. در مارس سال ۲۰۰۵، شهروندان لبنانی از SMS و E-mail برای سازماندهی يك راهپیمایی بسیار باشکوه در بیروت استفاده کردند و موفق شدند تا يك میلیون تظاهرکننده را که ظاهر آهمگی خواستار خروج نظامیان سوری از کشورشان و نیز کناره گیری دولت طرفدار سوریه در لبنان بودند، جمع کنند. حدود يك ماه بعد، زیر فشار سازمان ملل متحد و فشار تظاهرکنندگان لبنانی، ۱۴

ریاست جمهوری آن سال، با اختلاف فقط دو درصد، بر رقیب خود پیروز شود. مدیر بین المللی Oh, My News می گوید: «شاید شما به برنامه های تولید شده در تلویزیون اعتماد نداشته باشید، اما، یقیناً پیغامی را که از يك دوست دریافت می کنید، جدی خواهید گرفت».^{۶۸}

۳-۲-ت-کره شمالی

کره شمالی، در زمره منزویترین رژیمهای استبدادی جهان طبقه بندی می شود. ورود شمار قابل توجهی از خطوط تلفن سیار از کشور چین، باعث شده است تا تلاش مراجع حکومتی برای ممنوع ساختن استفاده از این قبیل وسایل ارتباطی، تا حد زیادی ناکام جلوه کند. فعالان حقوق بشر، طی سالیان متمادی تلاش می کردند تا برای آگاه ساختن مردم کره از تحولات منطقه یی و بین المللی، به قاچاق رادیو به این کشور فقیر بسنده کنند. اما، همین افراد، در حال حاضر با حیرت عمیقی به نقش و تأثیر گذاری فناوری موبایل در بهبود شرایط داخلی جوامع بسته می نگرند.

۴-۲-ت-چین

در کشورهایی مانند چین، که اینترنت را سانسور می کنند، تلفن سیار می تواند نقش مهمتری بازی کند. آنها، یکی از محدود ابزارها برای بیان ناگفته ها-بی ترس از سانسور- را در اختیار افراد می گذارند. این کشور، بزرگترین بازار تلفن سیار را، با کمابیش ۳۵۰ میلیون کاربر، در اختیار دارد. در دسامبر ۲۰۰۵، ۱۲ هزار کارگر چینی، در اعتراض به يك تهیه کننده محصولات Wal-mart دست به اعتصاب زدند. اگر چه آنها در يك اتحادیه متشکل نبودند، اما دسترسی به SMS کافی بود تا هماهنگی لازم برای تبلور چنین اعتراضی پدید آید.

بهار سال ۲۰۰۶، چین به مدت سه هفته در تب اعتراضات وسیع ضد ژاپنی می سوخت. جوانان چینی، با فرستادن نامه های الکترونیکی و پیغامهای کوتاه چند حرفی، عملاً هموطنان خویش را به تحریم کالاهای ژاپنی و روانه شدن به خیابانها تشویق می کردند. اطلاعات بعدی، در مورد مسیرهای راهپیمایی و حتا،

در مبارزات انتخابات پارلمانی سال گذشته این کشور استفاده کردند.^{۷۱}

نتیجه‌گیری

بنیان کارکردگرایی بر این واقعیت استوار است که دوام و بقای کلیه سنن و مناسبات و نهادهای اجتماعی، به کار یا وظیفه‌ی بستگی دارد که در نظام اجتماعی بر عهده می‌گیرند. در این میان، آنچه مطرح و مهم تلقی می‌شود، سودمندی آنها در کل نظام است. زیرا، مبادله را تسهیل می‌کنند تا کلیه گروه‌های درگیر و عناصر ذینفع از آن بهره‌جویند.^{۷۲}

در این مقاله، تلاش شد تا ضمن طرح کارویژه‌های مختلف SMS، و جوه مختلف کارکردی این ابزار نوین ارتباطی - بویژه با ذکر مصادیق و نمونه‌هایی از آن - مورد طرح و بررسی قرار گیرد.

گفتن ندارد که ارتباطات، عامل مهمی برای دگرگونی و تحول در جهان معاصر است. از اختراع صنعت چاپ گرفته تا پیدایش فناوریهای نوین مخابراتی و ارتباطی، همگی در خدمت تغییر و تحول بوده است.

تلفن همراه، از جمله آخرین فناوریهایی است که با وجود مدت کمی که از ورود آن به کشور ما می‌گذرد، تأثیرات چشمگیری را در حوزه‌های گوناگون به جای

هزار نظامی سوری مجبور به ترك لبنان و پایان دادن به حضور ۲۹ ساله خویش در این کشور شدند.

۲-۳-ت- کویت

در کویت نیز، زنان با تشکیل جمععاتی - که گستردگی و تنوع آنها تاکنون سابقه نداشته است - خواستار برخورداری از حق رأی در انتخابات کشورشان شدند. برخلاف سالهای پیش، اعتراضات امسال زنان کویتی بسیار مؤثرتر بوده است. زیرا، امکان فرستادن پیام از طریق تلفنهای همراه، در عمل به تظاهر کنندگان کویتی اجازه داد تا دختران جوان را از مدرسه‌ها بیرون بکشند و به خیابانها روانه کنند تا از این طریق به پیشبرد اهداف خویش امیدوارتر باشند. تلاشهای معترضان، بالاخره، نتیجه داد. پارلمان کویت، اخیراً لایحه‌ی را به تصویب رساند که براساس آن، زنان این کشور حق رأی دادن در انتخابات و خیز برداشتن برای تصدی کرسیهای پارلمانی و شورای محلی را خواهند داشت.^{۷۰}

۳-۳-ت- عراق

در عراق نیز، با توجه به شرایط حاکم بر این کشور، مضامین پیامهای کوتاه؛ شامل لطیفه‌ها و صداهایی درباره بمب‌گذارهای انتحاری، فرقه‌گرایی، قیمت بنزین، صدام حسین و بوش است.

محتوای یکی از پیامهای ظریف و نیشدار این است: «جناب بوش، يك بر نامه زمانبندی شده برای عقب‌نشینی مردم عراق از خاک این کشور را اعلام کرده است!».

در این کشور، به دلیل شرایط امنیتی، بیشتر رستورانها، کافه‌ها و سینماها بسته است. بنابراین، پیام کوتاه و زنگهای گوناگون برای عراقیها، به‌عنوان وسیله‌ی برای ایجاد تفنن و سرگرمی، به کار می‌رود. بعضی از عراقی‌ها، از موبایل‌های خود برای بیان اظهارات سیاسی استفاده می‌کنند. همین‌طور، طرفهای رقابت‌های سیاسی، از زنگهایی با مضامین «سرزمین من عراق» و یا سرود ملی این کشور پیش از صدام - به سبب محبوبیت پیام کوتاه - به‌عنوان راهی برای کسب پیروزی

○ رینگولد می‌گوید: نمی‌خواهم بگویم که فناوری موبایل یکسره خوب یا بد است؛ در حقیقت، وقتی زمان برگزاری انتخابات فرا می‌رسد، شما می‌خواهید به نتیجه آن بیندیشید. بی‌گمان دوست ندارید که دیگران بی‌انگیزه لازم و بی‌آگاهی و اندیشیدن، با موضوعی به این پایه از اهمیت برخوردار کنند.

گذاشته است.

در کشورهایایی که دستاوردهای چشمگیر در حوزه فناوری داشته‌اند، همچون کره جنوبی، فرستادن پیام با تلفنهای همراه، به شیوه‌ای برای ترویج چیزی تبدیل شده است که کارشناسان، از آن به عنوان «دمو کراسی موبایل» یاد می‌کنند. این حالت، در جوامع کنترل شده‌یی، مانند چین و کشورهای خاورمیانه، حتا، شدت بیشتری دارد. زیرا فناوری فرستادن پیامهای کوتاه، با نظارت گسترده مراجع حکومتی روبه‌رو نبوده و هزینه مادی-امنیتی آن نیز چندان زیاد نیست. در عمل کانال زیرزمینی تازه‌ای برای بیان حقایق سانسور نشده-البته در قالب عبارتهای کوتاه- فراهم آمده است. تظاهر کنندگان از این ابزار پیشرفته برای بسیج افکار عمومی، جهت برپایی تجمعات اعتراض آمیز، هشدار به مراجع حکومتی در برابر تضییع حقوق شهروندان و بعضاً، پخش هرزنامه‌های سیاسی، استفاده می‌کنند. این فناوری، همچنین جوامع را قادر ساخته تا با سرعت بی‌نظیری، به طراحی اقدامات دسته‌جمعی بپردازند. البته، فرستادن پیامهای کوتاه از طریق تلفن همراه، می‌تواند به ابزاری در خدمت گروههای تروریستی نیز قرار گیرد. شبکه تروریستی «القاعده» طی سالیان اخیر توانسته است، با بهره‌گیری از این فناوری، نیروهای خود را سازماندهی کند. مواردی نیز وجود داشته که قابلیت فرستادن پیامهای کوتاه عملاً بروز خشونت‌های جبران‌ناپذیری را موجب شده است. رینگولد می‌گوید: نمی‌خواهم بگویم که فناوری موبایل یکسره خوب یا بد است؛ در حقیقت، وقتی زمان برگزاری انتخابات فرا می‌رسد، شما می‌خواهید به نتیجه آن بیندیشید. بی‌گمان دوست ندارید که دیگران بی‌انگیزه لازم و بی‌آگاهی و اندیشیدن، با موضوعی به این پایه از اهمیت برخوردار کنند.

با تمام این اوصاف، فعالان حوزه‌های سیاسی و اجتماعی، به طرز کاملاً محتاطانه‌یی، امیدوارند که این فناوری تأثیرات عمیقی را در بطن جوامع محدودکننده

آزادی بیان ایجاد کند و استفاده از فناوری موبایل در کنار اینترنت و خدمات پستی آن بتواند آینده‌یی متفاوت را برای جهانیان رقم بزند.

منابع و یادداشتها:

1. Short Message service
۲. SMS، به‌عنوان ابزار نوین ارتباطی از دیدگاههای مختلفی از جمله؛ نظریات ارتباطی، قابل بررسی است و شناخت و بررسی دقیق جنبه‌های مختلف آن، وقت و فرصت بیشتری را می‌طلبد، که در این مختصر نمی‌گنجد. جهت آشنایی با نظریات ارتباطی، نگاه کنید به:
 - الف) ورنر سورین، جمیز تانکارد، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
 - ب) داود زارعیان، مبانی کلی ارتباطات جمعی، تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی، ۱۳۸۲.
3. Functionalism Theory
۴. تقی آزادارمکی، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۶، ص ۴۹.
5. Wholes
6. sub-systems
۷. تام او. سولیوان و دیگران، مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میرحسن رییس‌زاده، تهران: انتشارات فصل نو، ۱۳۸۵، ص ۱۷۳.
۸. غلام عباس، نظریه‌های جامعه‌شناسی، ج ۱۰، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۳، ص ۲۱۲.
9. Disintegration
10. unstability
۱۱. حسین ابوالحسن تنهایی، درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات مرنديز، ۱۳۷۴، صص ۶-۷۵.
۱۲. تقی آزادارمکی، همان، ص ۵۰. و نیز بنگرید به: Bert N. Adams, R.A. Sydie, Sociological Theory, Thousand Oaks, California: Pine forge Press, 2001, pp. 59, 230, 259, 273, 603.
۱۳. هرمز مهرداد، مقدمه‌یی بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: انتشارات فاران، ۱۳۸۰، ص ۴۴.
۱۴. مقایسه کنید با: دنيس مك كوايل، درآمدی بر نظریه

- 1145703972- science- education- information- technology. php (4/11/2006).
34. Interactive
۳۵. زمانی که سیستم ارتباطی در کنار تلویزیون وجود داشته باشد، به طوری که بینندگان از داخل منازل خود نوعی ارتباط دوسویه را با مجریان یک برنامه برقرار کنند، این تلویزیون اینترنتی نامیده می شود.
36. <http://www.taban.net/totala.php?id=15/14> (4/11/2006).
37. <http://www.tct.ir/componentsi.php?rO=v=88> KMAPDZJR... (27/12/2006).
38. <http://www.itna.ir/archives/telecom/004168.php> (11/4/2006).
39. <http://www.aftab.op.cit>.
40. <http://www.itna.ir/archives/telecom/004168.php> (11/5/2006).
41. <http://www.hamshahri.org/News/?id=18777> (27/3/2007).
۴۲. رضا شوقی، همان.
- و نیز جهت اطلاع بیشتر ر.ک به: حسن جوادی، تاریخ طنز در ادبیات فارسی، تهران: انتشارات کاروان، ۱۳۸۴.
43. <http://www.aftab.op.cit>.
۴۴. روزنامه فناوری اطلاعات، سال اول، شماره ۱۵۵، ۱۳۸۵/۹/۶، ص ۴.
۴۵. رضا شوقی، همان.
۴۶. جهت اطلاع بیشتر از جامعه مجازی ر.ک به:
- الف) ژان ماری گنو، آینده آزادی: چالشهای جهانی شدن دموکراسی، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: دفتر مطالعات سیاسی بین المللی، ۱۳۸۴، ص ۹۲.
- ب) جمیز اسلوین، اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار، ۱۳۸۰، صص ۸۳-۸۲.
- پ) هیوبرت دریفوس، نگاهی فلسفی به اینترنت، ترجمه علی ملائکه، تهران: انتشارات گام نو، ۱۳۸۳، ص ۱۶۲.
- ت) مرادعلی صدوقی، تکنولوژی اطلاعات و حاکمیت ملی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی بین المللی، ۱۳۸۰، صص ۴۷ و ۱۶۰-۱۶۲.
- H) Leaha Lieverouw, *Sonialivings Tone* (ed), **Hand Book of New Media**, London: SAGE Publication, 2002, pp. 39-41.
۴۷. ناصرالدین پروین، تاریخ روزنامه نگاری ایرانیان و دیگر ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲، ص ۱۰۵.
۱۵. مقایسه کنید با: هرمز مهرداد، همان، ص ۷۴.
16. Correlation
17. Continuity
18. Mobilization
۱۹. مقایسه کنید با: همان، صص ۷-۷۶.
۲۰. حمیرا مشیرزاده، درآمدی نظری بر جنبشهای اجتماعی، تهران: پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱، صص ۲۶۱-۶۲.
۲۱. جهت آشنایی با ویژگیها و دیدگاه نظریه پردازان جنبشهای نوین اجتماعی، ر.ک. به:
- الف) دوناتلا دلاپورتا، ماریو دیانی، مقدمه‌یی بر جنبشهای اجتماعی، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران: انتشارات کویر، ۱۳۸۴.
- ب) علی کریمی، «جنبش‌های جدید اجتماعی و هویت با تأکید بر ایران»، در کتاب نهادهای مدنی و هویت در ایران، تهران: انتشارات تمدن ایرانی، ۱۳۸۵.
22. Scott B. Guthery & Mary J. Gronin, *Mobile Application Development with SMS and SIM*, New York: Mc Graw-hill, 2002.
23. Point to point
24. Point to multipoint
25. <http://www.azarsms.com/faq.html#03> (7/1/2007)
26. <http://www.Zenith-sms.com/beta/smsinfo.asp> (10/1/2007)
27. <http://www.aftab.ir/news/2006/apr/22/c3c1145703972-science-education-information-technology.php> (4/11/2006)
28. Ibid.
29. Ibid.
۳۰. رضا شوقی، «تحلیل جامعه‌شناختی پدیده اس.ام.اس ایرانی» در:
- <http://www.radiozamaneh.com/special/2006/10/post-15.html> (19/11/2006).
۳۱. امیر مسعودرادی، «SMS فراتر از یک پیام»، در:
- <http://www.kurdsms.com/news/9> (4/11/2006).
32. <http://www.tcwmagazine.com/tahlil/m8-6.htm> (4/11/2006).
33. <http://www.aftab.ir/news/2006/apr/22/c3c>

- دولت الکترونیکی ر.ک. به:
- الف) محمد حسن مرادی، رقیه هاشمی، فناوری اطلاعات و دولت الکترونیکی، همدان: انتشارات نور علم، ۱۳۸۴، صص ۹۸-۷۳.
- ب) پاتریسیا جی، پاسکوال، دولت الکترونیکی، ترجمه مسعود شفیع، تهران: انتشارات پیام رسان، ۱۳۸۴، صص ۹، ۱۰، ۱۸، ۲۴، ۲۶.
58. Rachel K. Gibson, Andrea Rommele & Stephen j Ward (ed), **Electronic Democracy**, London: Routledge, 2004, pp. 40, 44, 48-56, 195.
59. Graeme Browning, **Electronic Democracy: using The Internet to Transform American Political**, second Edition, New Jersey: Information today, Inc, 2002, pp. 131-168.
۶۰. جابر کریم پور، کامل نورانی، «انتخابات الکترونیکی در دولت الکترونیکی»، در:
- <http://www.irandoc.ac.ir/Data/E-J/vol4/noorani.htm> (24/11/2006).
61. <http://www.callcentre-expo.co.uk/Exhibitorlibrary/302/Elections.pdf> (22/10/2006).
62. Sheffield
63. Free phone
64. "Edemocracy in Sheffield", in <http://unpanl.un.org/intradoc/groups/public/documents/other/unpanNo22729.pdf> (22/10/2006).
65. Ibid.
66. Steven Clift, "Mobile Text Message (sms) and Politics - Hungary and China", in: <http://www.mail-archive.com/do-wire@tc.umn.edu/msg00481.html> (23/5/2002).
۶۷. کتی هونگ، «sms فناوری نوین ارتباطی راهی به سوی آینده»، در:
- <http://www.kurdsms.com/news/11/10/3/2006>
۶۸. همان.
۶۹. همان.
۷۰. کتی هونگ، همان.
71. Hossamel.Hamalawy, "sms culture in Iraq", in: <http://arabist.net/archives/2006/08/22/sms-culture-in-iraq> (22/8/2006).
۷۲. بنگرید به: غلامعباس توسلی، نظریه های جامعه شناسی، ج ۳، تهران: سمت، ۱۳۷۱، صص ۲۱۲.
- پارسی نویسان، ج ۲، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۷۷، ج ۱، صص ۱۸۲.
۴۸. همان، صص ۱۸۴.
۴۹. جهت اطلاع بیشتر در مورد شبنامه هار.ک. به: الف) ناصرالدین پروین، همان، ج ۲، صص ۸۲-۳۷۷.
- ب) فرید قاسمی، سرگذشت مطبوعات ایران: روزگار محمدشاه و ناصرالدین شاه، ج ۲، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ج ۲، صص ۳۸-۱۸۳۷.
۵۰. الف) محیط طباطبایی، تاریخ تحلیلی مطبوعات ایران، ج ۲، تهران: مؤسسه انتشارات بعثت، ۱۳۷۵، صص ۱۰۲.
- ب) عبدالرحیم ذاکر حسین، مطبوعات سیاسی ایران در عصر مشروطیت، ج ۳، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۵، صص ۴۷ و ۴۸.
۵۱. جهت آشنایی با فضای انتخابات دوره نهم ریاست جمهوری و نقش شبنامه هار.ک. به:
- امیر سیاح، نقش آفرینان سوم تیر، تهران: ناشر مؤلف، ۱۳۸۴، صص ۶۴ و ۶۶، ۶۷.
۵۲. «انقلاب کوچک پیام کوتاه در انتخابات»، در:
- <http://daily.ghajar.ir/archives/039020.html> (4/7/2005).
۵۳. جذب SMS به صورت انبوه، از سوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، به بخش خصوصی واگذار شد که سه شرکت اقدام به فرستادن SMS های انبوه می کنند. این شرکتها، موظفند مفاد آیین نامه بی را که در سال ۱۳۸۳ تصویب شد و ضمانت اجرایی دارد، رعایت کنند. این آیین نامه، در پنج اصل مطرح می شود: الف) با اصول و مبانی دین اسلام و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مغایرت نداشته باشد و در تضاد نباشد. ب) باعث تشویش اذهان عمومی نگردد. پ) محل نظم و آرامش حاکم بر جامعه نباشد. ت) به اخلاق حسنه حاکم بر جامعه آسیب نرساند. ث) با سیاستهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور مغایرت نداشته باشد.
۵۴. «آخرین تلاشها برای انتخابات»، در:
- <http://www.irna.com/fa/news/view/line-7/8509224801101134.htm> (13/11/2006).
55. E- Government
56. E- Voting
۵۷. جهت آشنایی بیشتر با تعریف، ساختار، اهداف و مزایای