

گزیده‌ای از مقاله‌ی

## ازدواج اهریمنی اینترنت و سرمایه‌داری

جان بلامی فاستر، رابرت مک‌جسنی (برگرفته مانتلی ریویو)

### ترجمه: اکرم پدramنیا

اکنون بیش از دو دهه از انقلاب اینترنت می‌گذرد و در این دو دهه گواه گسترش سرگیجه‌آور ارتباطات بوده‌ایم، از وبسایت‌های جهانی گرفته تا تلفن‌های همراه که به‌رغم کوچکی‌شان، رفته‌رفته به کامپیوترهای پر قدرت تبدیل می‌شوند. بنگاه‌هایی مانند گوگل، آمازون، کرگزیست و فیس‌بوک فراگیر شده‌اند. تنها راه موفقیت در جامعه، غرق شدن در دنیای دیجیتال است. دیگر کسی اینترنت را از نظر گسترش فن‌آوری برابر با تلویزیون نمی‌بیند، بلکه انقلاب اینترنت با پیدایش صنعت چاپ مقایسه می‌شود.

اگر چیزهایی را که در دو دهه‌ی ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ درباره‌ی اینترنت و آینده‌ی آن نوشته شده بخوانیم و ببینیم که چه قدر دیدگاه‌ها نسبت به نقش اینترنت در جهان خوش‌بینانه بوده، شاخ درمی‌آوریم. در آن دو دهه همه بر این باور بودند که دانستنی‌ها با سرعت نور در اختیار همه‌ی مردم قرار می‌گیرد؛ دیگر سانسور معنی ندارد؛ قرار است همه‌ی نهادها و سازمان‌ها بهتر شوند؛ جهان وارد جاده‌ای دوسویه یا چندسویه شود و به سمت روابط دموکراتیک پیش برود، به سویی که پیش از آن فکرش را هم نمی‌کردیم. دیگر شرکت‌های بزرگ نمی‌توانند سر مصرف‌کننده‌ها کلاه بگذارند و کوچک‌ترها و نوپاها را خرد کنند؛ دیگر دولت‌ها نمی‌توانند برنامه‌هاشان را از مردم پنهان کنند و رسانه‌ها و تبلیغات را در اختیار خود بگیرند؛ قرار است فقیرترین دانشجویان و دانش‌آموزان در دورافتاده‌ترین جاها به همه‌ی منابع آموزشی دسترس داشته باشند، به منابعی که پیش از آن فقط در اختیار نورچشمی‌ها و سرآمدها بود. کوتاه سخن، قرار بود مردم از ابزار و قدرت بی‌مانندی برخوردار شوند. برای نخستین بار در تاریخ، قرار

بود همه در استفاده از دانستنی‌ها برابر باشند و همه‌ی مردم جهان بتوانند با یکدیگر رابطه‌ای بی‌پرده و سریع داشته باشند. دیگر سانسور معنی نداشته باشد و همه‌ی گنجینه‌ها در اختیار همه باشد، آن چیزهایی که چند سال پیش از آن، حتا تصورش برای قدرت‌های بزرگ و بزرگترین میلیاردرهای جهان هم ناممکن بود. قرار بود مشکل نابرابری و بهره‌کشی با نیرومندترین ضربه از میان برود.

بی‌گمان اینترنت یا روی‌هم‌رفته، انقلاب دیجیتالی، دنیا را در چندین لایه تغییر داد. اما به‌واقع، در وفای به پیمان‌هایی که زمانی اجرای‌شان صددرصد می‌نمود، شکست خورد. اگر روزی انتظار می‌رفت که اینترنت بازار را رقابتی کند و کاسب‌ها را پاسخگو، و دولت‌ها را وادار کند که سیاست‌هاشان را آشکار سازند، به فسادهای مالی و سیاسی پایان بخشند و از نابرابری‌ها بکاهند یا ساده بگویم، اگر روزی قرار بود که اینترنت به درجه‌ی خشنودی انسان بیافزاید، امروز، نه تنها به هیچ‌یک از این هدف‌ها نرسیده که بیشتر، مایه‌ی ناامیدی و دلسردی شده است. به سخنی دیگر، اگر اینترنت در بیست سال گذشته سبب بهبود دنیا شده، آن‌طور که هواداران‌ش مدعی این بهبود بودند، دلم نمی‌خواهد بدانم دنیای بدون آن دیگر چه دنیایی می‌شد.

دنیای اینترنت با دلیلی آشکار روز به روز به‌سوی فرآیند انباشت سرمایه پیش‌رفته است و به هیچ روی در گسترش دموکراسی موفق نبوده و زین‌پس با پیشرفت بیشتر، از این هدف دورتر هم می‌شود. آن‌چه به‌ظاهر در حوزه‌ی فضای عمومی‌ست، به‌واقع دارد به حوزه‌ی خصوصی وارد می‌شود و این حوزه روز به روز بسته‌تر، غیردولتی‌تر و انحصاری‌تر می‌شود.

طنز ماجرا در این است که اینترنت از دهه‌های پس از جنگ با سرمایه‌گذاری‌ها و پژوهش‌های دولتی رشد کرده و اگر به عهده‌ی بازار آزاد و بخش خصوصی بود، هرگز به‌وجود نمی‌آمد.

متأسفانه هم‌زمان با انفجار انقلاب دیجیتالی، نولیبرالیسم هم پله‌های رشد و پیشرفت خود را می‌پیمود و «بازار آزاد» را چون باغی زیبا وصف می‌کرد. همه‌جا سخن از آن بود که «هر جایی که سوددهی هست باید کاسبی کرد و این موثرترین شیوه‌ی استفاده از منابع اقتصادی‌ست.»

تبلیغات فراگیر برای بازار آزاد در دهه‌ی ۱۹۹۰ اینترنت را یک شبه به رسانه‌ای بزرگ تبدیل کرد. اینترنت برای کسبوکار و برای سیاستمدارها به معنی باز کردن افسار کارآفرین‌ها، نابودی انحصارطلبی، ایجاد نوآوری و به قول بیل گیتز به وجود آوردن «سرمایه‌داری به دور از ناسازگاری» بود. قرار بود منبع درآمد بزرگی باشد. حتا آن‌هایی که به بازارگرایی و بنگاه‌های بزرگ بازرگانی بدبین بودند، نسبت به هجوم سرمایه‌داری به شبکه‌های اینترنتی نگران نبودند و نمی‌ترسیدند که دایناسورهای بزرگ چندملیتی این تکنولوژی جادویی را هم رام کند. حباب اینترنت در پایان این دهه نظام سرمایه‌داری را تشویق کرد تا اینترنت را در آغوش بگیرد و رسانه‌های خبری آمریکا هیچ‌گاه از این زوج خوشبخت چیزی نگفتند. گویا عقد زناشویی سرمایه‌داری و اینترنت در آسمان‌ها بسته شده بود.

ناگفته نماند که در آغاز نه تنها اینترنت با آگهی‌های تبلیغاتی همراه نبود که سخت مخالف آن بود. پیش از دهه‌ی نود شبکه‌ی بنیان‌گذار نشنال ساینس، که از پیشگامان سرمایه‌گذاری برای اینترنت بود، در برابر هر گونه آگهی تبلیغاتی ایستادگی می‌کرد. اگر کسی به خودش اجازه می‌داد و روی شبکه‌های اینترنتی کالایی را در معرض فروش می‌گذاشت، حتما نقره‌داغ می‌شد، به سخنی دیگر، دیگران می‌آمدند و صندوق ایمیل او را مسدود می‌کردند و از او می‌خواستند که آگهی‌اش را پاک کند. قوانین استفاده از اینترنت بر این اساس بود که «آگهی‌های تبلیغاتی» و «فضای دموکراتیک عمومی» نمی‌توانند درهم آمیزند. از دید استفاده‌کننده‌های اینترنت مشکل جامعه رسانه‌های بزرگ بودند و راه حل برای رفع این مشکل «اینترنت» بود. می‌گفتند شهروندان خوب دهکده‌ی اینترنت باید برابر باشند و نباید به هیچ روی برای سود و سودآوری حقوق دیگران را پایمال کنند.

اما متأسفانه توانایی دموکراتیک اینترنت در برابر فشار سرمایه برای یکپارچه کردن قدرت انحصاری رفته‌رفته کاهش یافت و تمام شد و در برابرش دیوارهای انحصاری بالا رفت. در هر چرخشی صنایع مرتبط به اینترنت از بازار رقابتی به بازار انحصاری وارد شدند و این داستان بسیار آشنایی‌ست: هر سرمایه‌دار عاقلی می‌خواهد تا آن‌جا که بشود قدرت بازار را

در دست داشته باشد و از رقابت‌ها بکاهد. بنا به تئوری دیرینه‌ی اقتصادی، تمرکز در بازار، روی هم‌رفته، برای توزیع موثر منابع در اقتصاد هر کشوری بد است. انحصار سرمایه دشمن رقابت است و رقابت سیستم را درستکار و امانتدار می‌کند.

به هر روی، قدرت انحصاری در شبکه‌های گسترده‌ی اینترنت نفوذ کرد و سبب مشکلات زیادی شد. این غول‌های بازار آزاد همچنان از قدرت انحصاری خود بهره می‌گیرند تا هر شبکه‌ی نوی را در اینترنت فتح کنند و در این راه پول‌های هنگفتی را سرمایه‌گذاری می‌کنند تا بخش تجاری تازه‌ای بگشایند. به عنوان نمونه، گوگل ۳۳ میلیارد دلار سرمایه‌ی نقد در این راه گذاشته است. تاکنون میلیاردها دلار خرج کرده تا بخش‌های کلیدی اینترنت را به دست آورد. در چند سال گذشته هر ماه یکی از بخش‌های کلیدی را از آن خود کرده. به گزارش خود گوگل در سه فصل آغازین سال ۲۰۱۰ فقط گوگل چهل بخش کلیدی اینترنت را مالک شده است و مایکروسافت با ۴۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری به همان نسبت مالک بخش‌های سودآور اینترنت شده و اپل با ۵۱ میلیارد دلار سرمایه.

این‌که نفوذ تکنولوژی جدید سبب ایجاد رقابت آنلاین خواهد شد، تئوری یاوه‌ای بیش نیست و اگر به گونه‌ای این رقابت رخ دهد، شاید جلو انحصار بیشتر سرمایه را در کوتاه‌مدت بگیرد. موارد استثنایی که نام می‌برند، نمی‌توانند رقابت واقعی ایجاد کنند. مثلاً گاهی بازار آنلاین جدیدی باز می‌شود که تسلیم غول‌های بازار پیشین نمی‌گردد، اما خود او بازار انحصاری نوی می‌آفریند (مثل فیس‌بوک). از آن‌جا که این نوکیسه تن به قاپیده شدن نمی‌دهد و غول دیگری با خروارها پول نقد نمی‌تواند آن را بخرد، دور این باغ نو دیواری از ارزش‌های اقتصادی می‌کشد. امروزه گاهی اقتصاددان‌ها به این بازی و باغ حصارکشی شده برای بهره‌کشی می‌گویند، استخراج ارزش افزوده. به عبارت دیگر، توانایی دزدی آن‌ها از مردمی که در دنیای ارتباطات زندانی شده‌اند، بیش از توانایی دزدی در یک بازار معمولی‌ست. بی‌گمان این یک بازار واقعی نیست. این بیشتر مثل هواست، مثل آب است، نوعی از اموال عمومی‌ست که به همه تعلق دارد. وقتی ارسطو گفت، انسان حیوان

اجتماعی‌ست، منظورش این بود که ما حیوان‌هایی هستیم که به روابط اجتماعی نیاز داریم. می‌دانیم که مغز انسان با زبان تکامل یافته و زبان یک ویژگی اجتماعی‌ست. رشد روابط اجتماعی و الگوهای دموکراتیک مثل علم، فرهنگ و غیره همه ارتباطی‌اند. بالا آمدن اینترنت به عنوان شیوه‌ای از روابط اجتماعی آزاد دورنمای قلمروی تازه و گسترده‌ای از اجتماعی بودن انسان را می‌پروراند و توانایی‌های دموکرات شدن او را افزایش می‌دهد. با این‌همه، به‌جای آن‌که از اینترنت به عنوان ابزاری برای گسترش اجتماعی بودن انسان استفاده شود، به ابزاری بدل شده که نقش عکس آن را بازی می‌کند: ابزار نوی برای بیگانگی و دوری. در این فرایند هیچ چیز طبیعی نیست؛ اما به‌واقع این یک گزینه‌ی عمومی‌ست.

نتیجه‌ی اخلاقی این داستان روشن است. مردم آمریکا و سایر کشورهای جهان باید دو برابر بکوشند تا تناقض اینترنت را در همه‌ی لایه‌های تحلیلی‌ای که تاکنون ارائه شده نشان دهند. نتیجه‌ی روشنی وجود ندارد و این موضوع هنوز به‌بازینه گرفته می‌شود. جهان به یک شبکه‌ی گسترده از مقاومت نیاز دارد و این کار شدنی‌ست. بی‌گمان با توجه به سرشت اینترنت و پولی که در آن نهفته، این موضوع در سال‌های آینده بیشتر مطرح خواهد شد و شیوه‌ای که این نبرد ادامه یابد سرنوشت و آینده‌ی این حیوان اجتماعی را تعیین خواهد کرد.