

# از کداک تا متا: داستان پیروزی اطلاعات بر نیروی کار

چگونه غول‌های فناوری با تکیه بر داده‌ها و الگوریتم‌ها، مدل‌های سنتی کسب‌وکار را نابود کردند و امپراتوری‌هایی نامرئی ساختند که قوانین را به بازی می‌گیرند؟



جست‌وجوی خود استفاده می‌کند. در بازار تبلیغات دیجیتال هم، گوگل همزمان خریدار، فروشنده و برگزارکننده مزایده است؛ تضاد منافی که بازار را به نفعض دستکاری می‌کند.

استراتژی متا ساده است: اگر نمی‌توانی رقیبت را شکست دهی، بخرش. خرید اینستاگرام و واتس‌اپ، دو رقیب بالقوه را پیش از تبدیل شدن به تهدید جدی حذف کرد. ایمیل‌های داخلی زا کر برگ، که بعدها افشا شد، این نیت را تأیید می‌کند. متا با وعده حفاظت از حریم خصوصی، مای اسپیس را کنار زد، اما پس از تسلط، به ماشین عظیم نظارت تبدیل شد. جریمه ۵ میلیارد دلاری کمیسیون تجارت فدرال در سال ۲۰۱۹ گواه این دورویی است.

اپ‌استور اپل یک قلعه دیجیتال است. این شرکت از توسعه‌دهندگان ۳۰ درصد «مالیات» می‌گیرد، و چون اپ‌استور تنها راه نصب برنامه روی آیفون است، چاره‌ای جز پذیرش ندارند. اپل متهم است که اپ‌های خودش را در جست‌وجوهای اپ‌استور بر رقبایی مثل اسپاتیفای اولویت می‌دهد و با محدودیت‌های فنی، آن‌ها را تضعیف می‌کند.

آمازون که خرده‌فروشی فیزیکی را نابود کرد، حالا فروشندگان آنلاین خود را هدف گرفته است. این شرکت از داده‌های فروشندگان ثالث برای شناسایی محصولات پرفروش استفاده می‌کند، سپس نسخه‌های مشابه را تحت برند AmazonBasics تولید و با دستکاری الگوریتم جست‌وجو، بالاتر از رقبای نمایش می‌دهد. آمازون همچنین فروشندگان را مجبور می‌کند محصولاتشان را در پلتفرم‌های دیگر ارزان‌تر بفروشند، و این گونه قواعد بازار را دیکته می‌کند.

جاه‌طلبی غول‌های فناوری به دنیای دیجیتال محدود نمی‌شود. هدف آن‌ها، تبدیل شدن به واسطه‌ای ضروری در تمام جنبه‌های زندگی اقتصادی و اجتماعی است.

آمازون با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فیزیکی، از انبارها و شبکه‌های حمل‌ونقل گرفته تا خدمات وب‌آمازون (AWS)، به ستون فقرات تجارت جهانی تبدیل شده است. AWS زیربنای بخش بزرگی از اینترنت است، و کسب‌وکارهای بی‌شماری برای بقا به آن وابسته‌اند. این وابستگی، آمازون را به قدرتی فراتر از یک خرده‌فروش تبدیل کرده است.

متا با پروژه لیبرا (بعدها دییم)، قصد داشت به واسطه تمام تراکنش‌های مالی تبدیل شود و یک سیستم مالی جهانی موازی با دلار و یورو بسازد. این طرح که قدرت دولت‌ها را در کنترل سیاست‌های پولی تهدید می‌کرد، با مقاومت رگولاتورها متوقف شد، اما جاه‌طلبی پشت آن را نشان داد.

هدف غول‌های فناوری، فروش گجت یا تبلیغات نیست. آن‌ها می‌خواهند از هر ارتباط، تراکش و تعامل در اقتصاد واقعی سهمی بردارند. این یک ضد رقابتی، گوگل را میلیاردها یورو جریمه کرده است که آن‌ها را به ارباب بلامنازع اقتصاد جهانی تبدیل می‌کند.

هیچ کجا جاه‌طلبی جهانی غول‌های فناوری به اندازه تلاش آن‌ها برای ورود به بازار چین آشکار نبود. چین با جمعیت بزرگ و اقتصاد در حال رشدش، به فرصتی طلایی در بازارهای جهانی تبدیل شده بود؛ اما دسترسی به این بازار وسیع، نیازمند پذیرفتن شرایط سختی بود؛ سازش با حکومتی اقتدارگرا. اپل موفق‌ترین بازیگر در این میدان بود. برای فروش محصولاتش در چین، اپل پذیرفت کلیه‌های رمزگذاری دستگاه‌های کاربران چینی را در سرورهای داخل چین و تحت کنترل شرکت دولتی «چین تلکام» ذخیره کند. این یعنی دولت چین می‌توانست به داده‌های شهروندانش دسترسی پیدا کند. علاوه بر این، اپل بخش عمده زنجیره تأمین خود را به چین منتقل کرد، نه‌فقط برای کارایی، بلکه برای دسترسی به نیروی کار ارزان. گزارش‌ها حاکی از استفاده تأمین‌کنندگان اپل از نیروی کار اجباری، به‌ویژه از اقلیت اویغور، است. در واشنگتن نیز، اپل یکی از قدرتمندترین لابی‌گران برای حفظ روابط تجاری با چین است، حتی اگر به قیمت تنش‌زدایی سیاسی باشد.

گوگل و متا هم برای ورود به چین دست به اقدامات جسورانه‌ای زدند. گوگل پروژه‌ای به نام «سنجاقک» راه‌اندازی کرد تا موتور جست‌وجویی سانسورشده متناسب با خواسته‌های حزب کمونیست چین ارائه دهد. این پروژه پس از افشاگری و اعتراض کارمندانش متوقف شد، اما نیت گوگل را عیان کرد. مارک زاکربرگ، مدیرعامل متا، شخصاً برای جلب نظر مقامات چینی تلاش کرد: زبان‌ماندارین آموخت، با ششی جین‌پینگ دیدار کرد و حتی نرم‌افزاری برای سانسور محتوا پیشنهاد داد. اما چنین ترجیح داد رقبای داخلی مانند وی‌چت و بایبدو را تقویت کند و غول‌های آمریکایی را کنار گذاشت. این داستان‌ها نشان می‌دهد که برای غول‌های فناوری، ارزش‌هایی مانند حریم خصوصی و آزادی بیان در برابر تسلط بر بازار جهانی، قابل معامله‌اند.

#### نابودی رقبایا، حفظ سلطه

مدافعان غول‌های فناوری در واشنگتن، آن‌ها را قهرمانان بازار آزاد می‌دانند، اما این شرکت‌ها بزرگ‌ترین دشمنان رقابت‌اند. وقتی به قدرت می‌رسند، تمام تلاششان را برای حفظ آن به کار می‌گیرند.

گوگل با تسلط بر ۹۰ درصد بازار جست‌وجوی جهانی، دروازه‌بان اینترنت است. این شرکت رقبای کوچک‌تر مانند Yelp یا Kayak را با اولویت دادن به خدمات خودش -مانند Google Shopping یا Google Maps- در نتایج جست‌وجو خفه می‌کند. حتی محتوای رقبایا را استخراج کرده و به نام خود نمایش می‌دهد. اتحادیه اروپا به دلیل این اقدامات ضد رقابتی، گوگل را میلیاردها یورو جریمه کرده است. گوگل همچنین از تسلط بر اندروید برای اجبار تولیدکنندگان گوشی به نصب پیش‌فرض کروم و موتور

چرخه برای شرکت‌ها سودآور و برای کاربران، نظارتی است. سرمایه‌گذاران وال‌استریت این منطق را خوب می‌فهمند: آن‌ها تنها روی شرکت‌هایی شرط می‌بندند که پتانسیل تسلط جهانی دارند.

این مدل، تعهدات محلی را به حداقل می‌رساند. برخلاف کارخانه‌های سنتی که به کارگران محلی، قوانین زیست‌محیطی و مالیات‌های منطقه‌ای وابسته‌اند، یک پلتفرم دیجیتال می‌تواند با چند مهندس در هر نقطه از جهان به میلیاردها کاربر خدمت‌رسانی کند. ژاؤون لائیر، نویسنده کتاب فلسفه فناوری، این تضاد را به‌خوبی نشان داد: کداک با ۱۴۰ هزار کارمند به اوج رسید؛ اینستاگرام با ۱۳ نفر به یک میلیارد دلار فروخته شد. این، تعریف جدید «پیشرفت» در اقتصاد جهانی شده است.

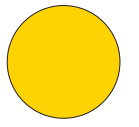
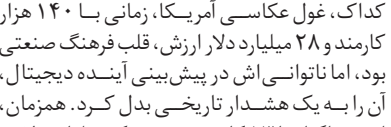
#### مالیات صفر، قدرت بی‌کran

هرچه شرکتی جهانی‌تر باشد، فرصت‌های بیشتری برای آربیتراژ-بهره‌برداری از تفاوت‌های قانونی و مالیاتی کشورها- دارد. غول‌های فناوری در این هنر استادند. با استفاده از تکنیک‌های پیچیده حسابداری، سود خود را از کشورهای با مالیات بالا مانند آمریکا و اروپا به بهشت‌های مالیاتی مثل ایرلند، برمودا یا جزایر کیمن منتقل می‌کنند. تخمین‌ها نشان می‌دهد شش غول بزرگ-آمازون، متا، گوگل، نتفلیکس، اپل و مایکروسافت- در یک دهه گذشته از پرداخت حدود ۱۰۰ میلیارد دلار مالیات فرار کرده‌اند. یک‌ی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان، در برخی سال‌ها عملاً هیچ مالیات فدرالی در آمریکا نپرداخته است.

این استراتژی، آن‌ها را از پاسخگویی واقعی مصون می‌دارد. وقتی دولتی سعی می‌کند آن‌ها را تنظیم یا مالیات‌بندی کند، تهدید به خروج سرمایه یا انتقال عملیات به کشوری دیگر می‌کنند. آن‌ها خود را نه تابع یک ملت، بلکه نهادهایی فراملی می‌دانند که تنها به سهامدارانشان پاسخگو هستند. این قدرت، آن‌ها را به امپراتوری‌هایی تبدیل کرده که قوانین را به بازی می‌گیرند.

#### سود تضمین شده، تعهد صفر

وال‌استریت از غول‌های فناوری، انتظار سودهای ثابت و قابل پیش‌بینی دارد. آن‌ها او را ناامید هم نمی‌کنند. مدل کسب‌وکارشان بر رانت‌خواری استوار است: گوگل از انحصار جست‌وجو، متا از شبکه‌های اجتماعی و اپل از اپ‌استور سود می‌برند. داده‌های کاربران به‌صورت رایگان جمع‌آوری و تبلیغات نیز به‌طور خودکار فروخته می‌شود. این سیستم کم‌هزینه، سودهای کلان تولید می‌کند و وابستگی به نیروی کار محلی یا سرمایه‌گذاری سنگین را به حداقل می‌رساند. این، اوج کارایی در اقتصاد جهانی‌شده است: انحصارهایی که با کمترین تعهد به جوامع محلی، ثروت عظیمی خلق می‌کنند.



محمد خدایند

روزنامه نگار

کداک، غول عکاسی آمریکا، زمانی با ۱۴۰ هزار کارمند و ۲۸ میلیارد دلار ارزش، قلب فرهنگ صنعتی بود، اما ناتوانی‌اش در پیش‌بینی آینده دیجیتال، آن را به یک هشدار تاریخی بدل کرد. همزمان، اینستاگرام با ۱۳ کارمند و خرید یک میلیارد دلاری توسط فیسبوک در ۲۰۱۲، نظمی نوین را رقم زد: جهانی که در آن الگوریتم‌ها، داده‌ها و پلتفرم‌ها ارزش را تعریف می‌کنند. این گزارش، ریشه‌های یک قرن لیبرالیسم شرکتی را کاوش می‌کند که چگونه غول‌های فناوری -گوگل، متا، اپل، آمازون و مایکروسافت- را به امپراتوری‌هایی فراتر از دولت-ملت تبدیل کرد. از فرار مالیاتی و انحصارطلبی تا سازش با رژیم‌های اقتدارگرا. این داستان، هزینه سنگین این تسلط بر دموکراسی، طبقه متوسط و استقلال جهانی را برملا می‌کند. آیا می‌توان این قدرت را مهار کرد؟

#### رؤیای یک جهان بی‌مرز

برای درک شکل‌گیری نظام اقتصادی کنونی، باید به اوایل قرن بیستم بازگشت؛ زمانی که سیاست‌گذاری اقتصادی بر حمایت از تولید داخلی بنا شده بود. دولت با اعمال تعرفه‌های گمرکی بالا، سبزی دفاعی برای صنایع نوپا و نیروی کار داخلی ایجاد کرده بود. این سیاست نه فقط از منظر اقتصادی، بلکه به‌عنوان نوعی توافق نانوشته میان دولت و جامعه تلقی می‌شد؛ توافقی که بر اساس آن، حمایت از کارگران و تولیدکنندگان داخلی، پایه‌ی یک زندگی باثبات و شرافتمندانه محسوب می‌شد.

با روی کار آمدن وودرو ویلسون در سال ۱۹۱۳ که نگاهی جهانی‌تر به آینده آمریکا داشت، این الگوی محافظه‌کارانه زیر سؤال رفت. او به جای تمرکز بر انزواگرایی اقتصادی، خواهان مشارکت فعال ایالات متحده در نظام بین‌الملل و تجارت آزاد بود. کاهش موانع تجاری و دستکاری در قوانین ضد انحصار که با فشار روزافزون گروه‌های ذی‌نفوذ اقتصادی همراه بود، به تدریج فضا را برای رشد و گسترش شرکت‌های فراملی فراهم کرد.

اما این تغییر به‌صورت ناگهانی رخ نداد؛ بلکه محصول روندی تدریجی و پیچیده بود. طی دهه‌های بعد، جریان‌های اقتصادی ملی‌گرا که بر تولید داخلی تأکید داشتند، به حاشیه رانده شدند. در عوض، گفتمانی جدید، با تکیه بر آموزه‌های اقتصاد نئولیبرال، جای خود را باز کرد. کارشناسان، اندیشکده‌ها و بوروکراسی حاکم، تصویری از جهانی‌شدن ارائه دادند که نه‌تنها گریزناپذیر، بلکه شرط لازم برای توسعه و پیشرفت به شمار می‌رفت. این روایت، با تکرار فراوان، چنان جا افتاد که به حقیقتی غیرقابل تردید تبدیل شد.

در پایان جنگ سرد، این پارادایم به نقطه اوج خود رسید. مقامات آمریکایی، از جمله جرج بوش پدر، با شور و حرارت از «نظم نوین جهانی» سخن می‌گفتند؛ نظمی مبتنی بر تجارت آزاد، مرزهای گشوده و ایده‌هایی که مرز نمی‌شناسند. در این جهان تازه، منافع ملی جای خود را به منطق بازار جهانی داد و قدرت شرکت‌ها از چارچوب‌های قانونی سنتی فراتر رفت. درست در همین بستر بود که شرکت‌های فناوری، با تکیه بر قوانین منعطف و حمایت‌های ساختاری، توانستند رشد کنند و به بازیگران اصلی اقتصاد جهانی بدل شوند.

#### ستون‌های امپراتوری دیجیتال

غول‌های فناوری، فرزندان خلف این نظم نوین به شمار می‌روند. آن‌ها در آمریکا زاده شدند، اما از روز نخست خود را شهروندان جهان دانستند. بازار آمریکا تنها یکی از قطعات پازل جهانی‌شان بود. مدل کسب‌وکار آن‌ها بر سه ستون استوار است: تسلط بر مقیاس جهانی، آربیتراژ قانونی و اقتصادی، و رانت‌خواری بی‌وقفه.

نخستین اصل موفقیت یک غول فناوری، دسترسی به بازارهای جهانی است. تسلط بر یک کشور، حتی اگر آن آمریکا باشد، کافی نیست. برای بهینه‌سازی الگوریتم‌ها، افزایش قدرت چانه‌زنی با دولت‌ها و حداکثر کردن سود، این شرکت‌ها باید به کاربران، سرمایه و نیروی کار در سراسر سیاره دسترسی داشته باشند. مرزهای فیزیکی برای آن‌ها بی‌معناست؛ دنیای دیجیتال، قلمرو آن‌هاست. گوگل، متا و نتفلیکس محصول ملموسی تولید نمی‌کنند. سوخت آن‌ها داده است؛ داده‌ای که از میلیاردها کاربر جمع‌آوری می‌شود. هرچه داده بیشتر باشد، الگوریتم‌ها هوشمندتر و تبلیغات هدفمندتر می‌شوند. این

“

غول‌های فناوری با الگوریتم‌ها و داده‌ها مدل‌های کسب‌وکار سنتی را متزلزل کرده و با استفاده از قدرت بازارهای جهانی، فرار مالیاتی و انحصار، به امپراتوری‌هایی بی‌مرز تبدیل شده‌اند که قوانین را به چالش می‌کشند

## انحصار فناوری و تهدید دموکراسی

ایدئولوژی لیبرالیسم شرکتی که بیش از یک سده پیش برای درهم شکستن مرزهای ملی به نفع تجارت جهانی زاده شد، اکنون در امپراتوری‌های دیجیتال سیلیکون‌ولی به اوج خود رسیده است. این غول‌های فناوری، با ثروتی بی‌حد و قدرتی همسنگ دولت‌ها، نه‌تنها اقتصاد، بلکه مفهوم حاکمیت و دموکراسی را به چالش کشیده‌اند. پرسش این است: آیا این مسیر را آگاهانه برگزیده‌ایم یا نادانسته به آن کشیده شده‌ایم؟

مدافعان این نظم نوین با شعارهای «بازار آزاد»، «نوآوری» و «جهانی‌شدن ناگزیر»، هر انتقادی را تلاشی برای بازگشت به عقب می‌خوانند. اما این استدلال‌ها در برابر واقعیت رنگ می‌بازند. کدام بازار آزاد به شرکتی اجازه می‌دهد ۹۰ درصد بازار را قبضه کند و سپس رقبای نوپا را خفه سازد؟ کدام نوآوری در خرید استارت‌آپ‌ها برای حذف تهدید نهفته است؟ غول‌های فناوری، بزرگ‌ترین دشمنان رقابت واقعی‌اند. آن‌ها پس از فتح قلعه، پل‌های پشت سر را ویران کرده‌اند تا هیچ‌کس راهشان را نیپماید. با انحصار، رانت‌های کلان از اقتصاد می‌مکند؛ بی‌آنکه ارزشی درخور بیافزینند. با فرار مالیاتی، از تأمین خدمات عمومی شانه خالی می‌کنند و بار را بر دوش مردم و کسب‌وکارهای کوچک می‌گذارند. این بازار آزاد نیست؛ بازی‌ای دستکاری‌شده است.

مسئله، نزاع بر سر حاکمیت است: چه کسی قواعد را وضع کند؟ شهروندان از طریق نمایندگان منتخب در نظام دموکراتیک، یا مدیران شرکت‌های چندملیتی که تنها به سهامداران پاسخگویند؟ وقتی اپل برای ورود به بازار چین، حریم خصوصی کاربران را به دولت اقتدارگرا می‌سپارد، این تصمیم تجاری نیست؛ عملی سیاسی است که ارزش‌های دموکراتیک را تضعیف می‌کند. وقتی فیسبوک ارز خصوصی جهانی راه می‌اندازد، این نوآوری مالی نیست؛ تلاشی است برای ربودن اختیار سیاست پولی از دولتها.

نباید فریب راه‌حل‌های فریبنده این نخبان را خورد. درآمد پایه جهانی که در سیلیکون‌ولی برطرفدار است، در بهترین حالت مُسکن و در بدترین حالت رشوهای برای پذیرش نظم جدید است. این طرح به جای توانمندسازی کارگران و بازگرداندن کرامتشان، آن‌ها را به سیستمی که بی‌کارشان کرده‌ی وابسته می‌کند، هدف نباید خلق رعیت دیجیتال متکی به صدقه فناوری باشد؛ باید اقتصادی بازسازی شود که کار شریف، فرصت پیشرفت و طبقه متوسط قدرتمند در مرکز آن باشد.

چه باید کرد؟ نخست، احیای بی‌امان قوانین ضد انحصار. شرکت‌هایی که با خرید رقبایا و رفتارهای غارتگرانه بازار را تسخیر کرده‌اند، باید با خطر تجزیه روبه‌رو شوند. این کار را با غول‌های نفتی و مخبراتاتی کرده‌ایم و امروز هم می‌توانیم. دوم، باید اجماع دهه‌ها درباره تجارت آزاد به هر قیمتی را بازنگری کنیم. سیاست اقتصادی باید راه شهروندان، امنیت زنجیره‌های تأمین و حفظ صنعت ملی را در اولویت قرار دهد؛ نه سود شرکت‌ها. این انزواگرایی نیست؛ اقتصاد استراتژیک است. سرانجام، باید حاکمیت دیجیتال را بازپس بگیریم. شرکت‌هایی که از بازار ما سود می‌برند، باید مالیات عادلانه بپردازند و به قوانین حریم خصوصی، رقابت و امنیت داده‌ها پایبند باشند. عصر بهشت‌های مالیاتی باید پایان یابد.

انتخاب روشن است: یا امپراتوری‌های نامرئی آینده را بدون پاسخگویی شکل دهند، یا قدرت را به شهروندان و نهادهای منتخبشان بازگردانیم. این نبردی برای روح سده بیست‌ویکم است و نمی‌توانیم بی تفاوت بمانیم.