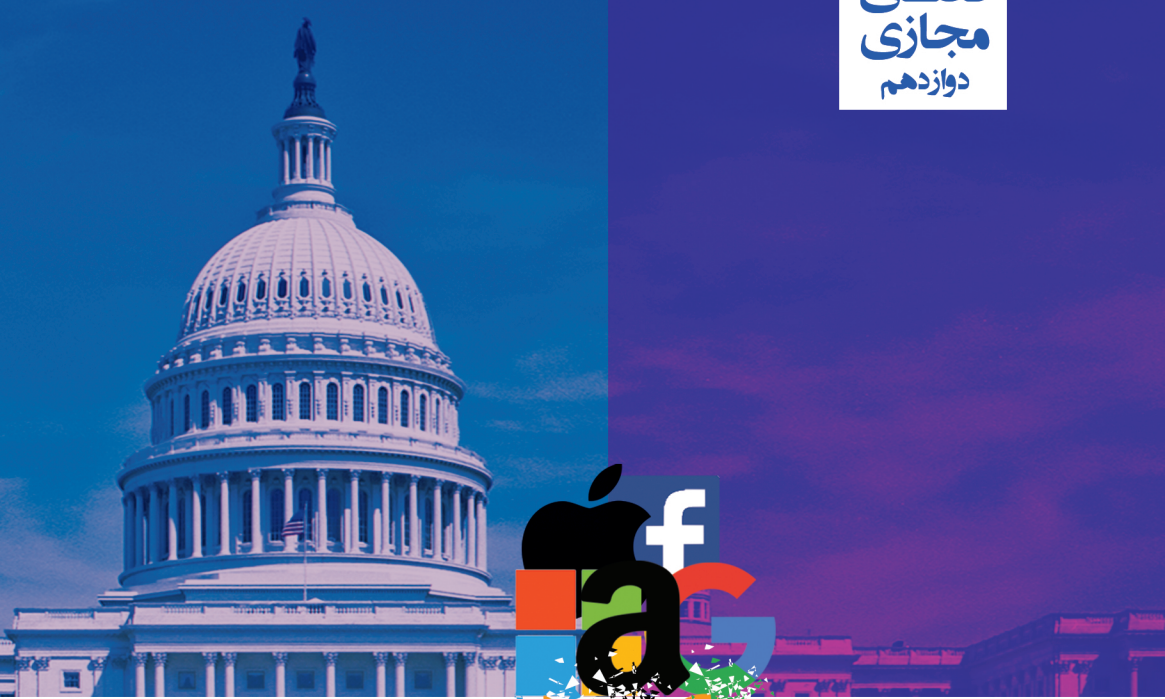




مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

عصر
فضای
مجازی
دوازدهم



فشار و مقاومت نبرد تازه میان دره سیلیکون و کنگره آمریکا

Pressure and resistance
A new battle between Silicon Valley and the US Congress



مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

فشار و مقاومت؛ نبرد تازه میان دره سیلیکون و کنگره آمریکا

گزارش شماره (۱۲)

شهریور ماه ۱۳۹۸

تهیه شده در: پژوهشگاه فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی

تهیه کننده: سید رضا حسینی

ناظر علمی: امیررضا باقرپور شیرازی

نشانی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی، نبش خیابان ۱۶ غربی، پلاک ۲۰، کدپستی ۱۵۱۵۶۷۴۳۱۱

<http://www.majazi.ir>

شماره تماس: ۸۶۱۲۱۰۶۱

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز ملی فضای مجازی است و استفاده از مطالب آن صرفاً با ذکر مأخذ بلامانع است.

محتوای انتشار یافته در این گزارش الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز ملی فضای مجازی نیست

سخن تحت

فضای مجازی با شتاب شگرف و روبه‌ترایدی که در حال بطن و گسترش است تمام ساحات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی زندگی بشر را در نور دیده و هر روز بخش بزرگی از زندگی واقعی را در خود فرو برده و حیات متفاوت و جدیدی به آن می‌دهد. لذا به نظرمی رسد دو نگاه کلان به فضای مجازی وجود دارد: نگاه اول که بلاخص در ابتدای رشد و تکوین فضای مجازی مسلط شده بود، آن را همچون ابزاری کنار سایر ابزارهای بشری تصویر می‌کرد که تنها طریقت داشت. اما نگاه دوم، در نتیجه رشد تحولات خیره‌کننده فضای مجازی و سایه‌گسری آن در حوزه‌ها و شئون بشر در یک دهه اخیر آن را چون سکویی می‌داند که بسیار فراتر از شأن ابزاری حیات انسان‌ها را سامان جدیدی داده و ادعای تمدن‌نویسی را دارد. رویکردی که از قضا از چشمان بصیر رهبران انقلاب نیز دور نمانده و انظار تمدنی از فضای مجازی در ایران را مطالبه داشته‌اند.

در همین راستا گزارش‌های عصر فضای مجازی تلاش می‌کنند تا فهم سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با حوزه‌ی فضای مجازی را ارتقاء بخشیده و آن‌ها را برای مواجهه فعال و خردمندانه با تحولات این عرصه مهیا سازد.

سید ابوالحسن فیروزآبادی

دبیر شورای عالی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی

چکیده

عدم اعتنا به اصول حفظ حریم شخصی کاربران، استخراج گسترده اطلاعات، سانسور داده‌ها، فرار مالیاتی و ایجاد انحصار در بازار صنایع فناوری، تنها گوشه‌ای از مواردی است که سبب انتقاد شدید طیف گسترده‌ای از افراد و گروه‌ها به شرکت‌های بزرگ فعال در حوزه فناوری شده است. اکنون در شرایطی که قدرت و نفوذ این شرکت‌ها به حداکثر خود رسیده است، نهادهای قانون‌گذار و مدیران سابق غول‌های فناوری، مبارزه خود علیه انحصار ایجادشده در این بستر را تشدید کرده‌اند.

واژگان کلیدی

آگفام، آمازون، گوگل، فیس‌بوک، اپل، مایکروسافت، بازار فناوری، انحصارگرایی، مونوپولی، انحصارزدایی، کنگره آمریکا

فهرست مطالب

مقدمه	۸
فصل ۱- الگوی تجاری آگفام	۸
۱-۱- گوگل: الگوی درآمد تبلیغات از طریق جستجو	۸
۱-۲- فیس بوک: درآمد تبلیغ با الگوی جلب توجه	۹
۱-۳- اپل: فروش سخت افزار الکترونیکی	۹
۱-۴- مایکروسافت و آمازون: خرده فروشی محصولات، رایانش و رسانه	۱۰
فصل ۲- ابر شرکت های فناوری و ظهور مونوپولی مدرن	۱۱
۲-۱- فقدان جانشین و رقیب	۱۱
۲-۲- موانع ورود	۱۲
۲-۳- فقدان رقابت	۱۲
۲-۴- قیمت سازی انحصارگرانه	۱۲
۲-۵- سود مضاعف	۱۲
فصل ۳- محورهای اصلی انتقاد از غول های دره سیلیکون	۱۳
۳-۱- آمازون	۱۳
۳-۱-۱- شیوه های ضد رقابتی	۱۴
۳-۱-۲- برخورد با مصرف کنندگان	۱۵
۳-۱-۳- مزیت های رقابتی آمازون	۱۶
۳-۱-۴- تخلفات حوزه فروش	۱۶
۳-۲- گوگل	۱۷

- ۱۷-۲-۳- فرار مالیاتی ۱۷
- ۱۷-۲-۳- انحصار و رقابت زدایی ۱۷
- ۱۸-۲-۳- سوء استفاده از نتایج جستجوها ۱۸
- ۱۸-۲-۳- چالش‌های حوزه کپی رایت ۱۸
- ۱۸-۲-۳- حریم شخصی ۱۸
- ۱۹-۲-۳- سانسور اطلاعات ۱۹
- ۱۹-۲-۳- تهدیدات بالقوه امنیتی ۱۹
- ۲۰-۳- فیس بوک ۲۰
- ۲۰-۳-۱- چالش‌های حفاظت از حریم شخصی ۲۰
- ۲۱-۳-۲- داده کاوی، آنالیز ابر داده‌ها و تجارت اطلاعات ۲۱
- ۲۱-۳-۳- الگوریتم‌های تشخیص چهره خودکار ۲۱
- ۲۲-۳-۴- تأثیرات مخرب روانی ۲۲
- ۲۲-۳-۵- فرار مالیاتی ۲۲
- ۲۲-۳-۶- چالش‌های حوزه محتوا ۲۲
- ۲۳-۳-۷- سانسور اطلاعات ۲۳
- ۲۳-۴- اپل ۲۳
- ۲۳-۴-۱- رفتار ضد رقابت و غیر اخلاقی در تجارت ۲۳
- ۲۴-۴-۲- کاهش ناگهانی قیمت‌ها ۲۴
- ۲۴-۴-۳- فرار از پرداخت مالیات ۲۴
- ۲۴-۴-۴- امنیت اطلاعات ۲۴
- ۲۴-۴-۵- تخریب محیط زیست ۲۴
- ۲۵-۴-۶- همکاری با آژانس امنیت ملی آمریکا ۲۵

۲۵	۳-۵-مایکروسافت
۲۵	۳-۵-۱-همکاری در پروژه‌های نظامی آمریکا
۲۶	۳-۵-۲-رویه‌های کاری
۲۶	۳-۵-۳-تبلیغات و روابط عمومی
۲۶	۳-۵-۴-سانسور در چین
۲۷	۳-۵-۵-چالش‌های حریم شخصی
۲۷	فصل ۴-سیاستمداران آمریکایی منتقد آگفام و چالش‌های شرکت‌های فناوری
۲۸	۴-۱-مایکل هایدن
۲۹	۴-۲-کریستوفر ری
۳۰	۴-۳-ویلیام بار
۳۰	۴-۴-الیزابت وارن
۳۴	۴-۵-جاش هاوولی
۳۶	۴-۶-تد کروزر
۳۸	۴-۷-ایمی کلوبشار
۴۱	۴-۸-مارک وارنر
۴۲	۴-۹-لیندسی گراهام
۴۴	۴-۱۰-مایک لی
۴۴	۴-۱۱-سایر چهره‌های سیاسی منتقد شرکت‌های فناوری در آمریکا
۴۷	فصل ۵-مدیران سابق شرکت‌های فناوری
۴۸	۵-۱-تریستان هریس
۴۹	۵-۲-آزا راسکین

۵۰	۵-۳-کالین هایکس
۵۱	۵-۴-ساری هریسون
۵۱	۵-۵-دیوید جی
۵۲	۵-۶-بن رتری
۵۲	۵-۷-گیوم چسلوت
۵۴	۵-۸-تام گرابر
۵۴	۵-۹-کریس هیوز
۵۵	۵-۱۰-سندی پاراکیلاس
۵۶	۵-۱۱-هونگ کو
۵۷	۵-۱۲-جاستین روزنشتاین
۵۷	۵-۱۳-ایوان شارپ
۵۸	فصل ۶-آینده شرکت های بزرگ فناوری در مقابل چالش های موجود
۶۰	منابع

مقدمه

عملکرد شرکت‌های بزرگ فناوری مستقر در دره سیلیکون، سبب نگرانی عمومی در مورد قدرت بیش از حد پیشگامان فناوری شده است. طیف گسترده مشکلات عدیده در این شرکت‌ها، از شیوه‌های کسب و کار و مدیریت گرفته تا حفاظت از حریم شخصی و نواقص امنیتی، طی ماه‌های اخیر، سبب شکل‌گیری مواضع سخت از سوی منتقدان دولتی، سیاستمداران و کاربران علیه این غول‌های فناوری شده است.

نام مجموع این شرکت‌ها به سبب یکسان بودن حوزه فعالیت، عموماً با عناوینی چون بیگ تک^۱ یا آگفام^۲ خوانده می‌شوند. بی‌شک فهم ماهیت عبارت بیگ تک یا فناوری بزرگ، به عنوان یک صنعت واحد و متمرکز، مطالعه تهدیدات و میزان تأثیرگذاری این شرکت‌ها را بیش از پیش حائز اهمیت می‌سازد.

بر اساس یک سنت دیرینه در ایالات متحده، هنگامی که یک صنعت بیش از حد عادی بزرگ و قدرتمند می‌شود، فشار سیاسی خود را بر جامعه آغاز می‌کند و به مرور به یکی از عوامل تأثیرگذار در تعیین سیاست‌های کلان کشور بدل می‌شود. شرکت‌های آمازون، گوگل، فیس‌بوک، اپل و مایکروسافت، از یک سوی در بازاری یکسان فعالیت می‌کنند و از سوی دیگر به واسطه تمرکز متفاوت هر یک بر شاخه‌ای خاص، کاملاً از یکدیگر جدا و مجزا هستند. این تمایز نه تنها در حوزه فعالیت، بلکه در مدل کاری و شیوه‌های مدیریتی نیز به چشم می‌خورد.

فصل ۱ – الگوی تجاری آگفام

بی‌شک شناخت دقیق زمینه فعالیت تجاری هر یک از شرکت‌های آگفام، می‌تواند تأثیر شگرفی در بهبود درک ما از قدرت پنهان آن‌ها در بستر جامعه و بازار داشته باشد. از همین رو، به بررسی گذرای هر یک از این ۵ شرکت، به صورت منفرد و جدا، خواهیم پرداخت.

۱-۱ گوگل: الگوی درآمد تبلیغات از طریق جستجو

گوگل و فیس‌بوک، در بحث‌های مربوط به شیوه مدیریت و رویکرد، عموماً در کنار یکدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرند. به احتمال زیاد، دلیل این امر، تمرکز هر دو شرکت بر تبلیغات است. شرکت‌های فیس‌بوک و گوگل، در سال ۲۰۱۷، ۶۳ درصد از کل درآمد صنعت تبلیغات ایالات متحده آمریکا را در به دست آوردند. اگرچه شیوه تبلیغات این دو شرکت در عمل بسیار با یکدیگر تفاوت دارد، اما نقطه اشتراک آن‌ها این است که

^۱ Big Tech

^۲ عبارت اختصاری متشکل از حروف ابتدایی شرکت‌های آمازون، گوگل، فیس‌بوک، اپل و مایکروسافت

هر دو بیشتر سود خود را از راه تبلیغات گسترده در بستر خود، کسب می‌کنند. این آمار برای فیس‌بوک و گوگل، به ترتیب ۹۷ و ۸۸ درصد از کل درآمد سالانه است.

گوگل در طول روز، کاربران را در یافتن پاسخ حدود سه و نیم میلیارد جستجو یاری می‌کند. شرکت یاد شده این خدمت را رایگان عرضه می‌کند و در عوض از متقاضیان بیشتر دیده شدن در فضای مجازی، به ازای هر کلیک کاربران، پول دریافت می‌کند. سه نتیجه ابتدایی هر جستجوی گوگل، که عموماً با برچسب اختصاری «Asd»، نمایش داده می‌شوند، لینک‌های تبلیغی گوگل به شمار می‌رود.

مشتریان گوگل، روش این شرکت را بسیار دوست دارند، زیرا فقط در ازای کلیک و بازدید از سوی کاربران هزینه پرداخت می‌کنند. بی شک این روش به مراتب از شیوه‌های سنتی تبلیغات محیطی و تلویزیونی کارآمدتر است. علاوه بر این، جایگاه گوگل به عنوان شاهره اصلی جستجو و دسترسی به اطلاعات در فضای مجازی، این رسانه نوین را به بستری ایده‌آل برای انتشار تبلیغات بدل کرده است. این امر، باعث می‌شود که تبلیغ دقیقاً در مقطعی به دست کاربر می‌رسد که وی به آن نیاز دارد. همین مزایا سبب شده است که مشتریان گوگل، در سال ۲۰۱۶، مبلغ ۷۹،۳۸ میلیارد دلار به گوگل پرداخت کنند.

۱-۲ - فیس‌بوک: درآمد تبلیغ با الگوی جلب توجه

فیس‌بوک در میان رسانه‌های نوین، شباهت بیشتری به انواع سنتی خود دارد. روش تبلیغات این شرکت بر جلب توجه حداکثری مخاطبان و فروش این توجه به شرکت‌های متقاضی انتشار آگهی مبتنی است. در واقع می‌توان این شیوه را رویکردی مشابه نسل گذشته رسانه‌ها یعنی تلویزیون و رادیو دانست. تفاوت عمده فیس‌بوک و رسانه‌های گذشته، در نحوه تأمین محتوای جذاب برای مخاطبان شفاف می‌شود. رادیو و تلویزیون، در گذشته، مجبور به تولید محتوای جذاب برای جلب توجه بینندگان و شنوندگان خود بودند. این در حالی است که بر اساس الگوی فیس‌بوک، خود کاربران وظیفه تولید محتوای جذاب و افزودن مطالب تازه را بر عهده دارند. کاربران فیس‌بوک به صورت رایگان محتوا را در قالب پیام‌های شخصی و تعاملات اجتماعی تولید کرده و مدیران این شرکت بزرگ، از بستر به وجود آمده، بهره‌برداری می‌کنند.

شرکت فیس‌بوک، مانند دیگر رسانه‌های سنتی، هزینه تبلیغات را بر اساس میزان بازدید کاربران تعیین می‌کند. توانایی فیس‌بوک، در این میان، قدرت بالای تحت تأثیر قرار دادن اقلیت‌ها و گروه‌های خاص در جریان انتشار تبلیغات است. الگوی یاد شده، دقیقاً با عملکرد رسانه‌های اجتماعی در جریان انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا کاملاً مشهود و روشن محسوب می‌شود.

۱-۳ - اپل: فروش سخت‌افزار الکترونیکی

شرکت اپل، بر خلاف همتایان فعال خود در عرصه تبلیغات یعنی گوگل و فیس‌بوک، یک شرکت فناوری تولیدکننده سخت‌افزار به شمار می‌رود. این شرکت، بر اساس آمار حدود ۸۴ درصد از درآمد خود را از راه فروش تلفن‌های همراه هوشمند آیفون، آی‌پد و رایانه‌های مک به دست می‌آورد. سود حاصل از این نوع فعالیت اقتصادی، سبب تفاوت محسوس استراتژی اپل از سایر بزرگان فعال در حوزه‌های غیر سخت‌افزاری فناوری

می‌شود. بر اساس ادعای کارشناسان اقتصادی، حاشیه سود بالای فروش هر دستگاه از محصولات اپل باعث عدم تمایل مدیران این شرکت به فعالیت در بازار شرکت‌هایی چون گوگل و فیس‌بوک می‌شود. این در حالی است که تلفن‌های همراه آیفون با وجود همه‌گیر بودن در برخی از طبقات خاص اجتماعی، تنها ۲۰ درصد از فروش جهانی این محصول ارتباطی را به خود اختصاص داده است. این سهم در بازار ایالات متحده، در خوشبینانه‌ترین حالت به ۳۰ درصد می‌رسد. شرکت اپل با وجود در اختیار داشتن این میزان سهم از بازار جهانی، به واسطه تعدد برندهای رقیب، یکی از دو شرکت بزرگ فعال در بازار تلفن همراه به شمار می‌رود. علاوه بر موارد یاد شده، اپل در کسب و کار خود از عناصر دیگری چون تجارت پخش موسیقی در غالب بستر آیتونز^۱ و فروشگاه اختصاصی اپلیکیشن‌های سیستم عامل ای.او.اس موسوم به اپ استور^۲، بستر فروش کتاب‌های دیجیتال ای.بوک^۳ و خدمات پس از فروش نیز بهره می‌برد. با این وجود باید خاطر نشان کرد که این دست فعالیت‌های اقتصادی شرکت یاد شده، تنها نقش مکمل و پشتیبانی از تمرکز اصلی، یعنی محصولات سخت افزاری را دارند. آمار سود آوری این قبیل فعالیت‌ها نیز مؤید همین امر است. بر اساس آمار، همه خدمات فرعی و فعالیت‌های تجاری حاشیه‌ای اپل، تنها سهمی ۱۱ درصدی از سود این شرکت را تشکیل می‌دهد. با وجود این آمار، تداوم چنین اقداماتی غیرمنطقی و نامعقول به نظر می‌رسد. این در حالی است که شرکت اپل، همه خدمات غیر سخت‌افزاری خود را در راستای برندسازی و افزایش فروش محصولات اصلی خود انجام می‌دهد.

۱-۴ - مایکروسافت و آمازون: خرده‌فروشی محصولات، رایانش و رسانه

شرکت مایکروسافت، الگوی منابع درآمدی متعدد و گسترده را در دستور کار دارد. این شرکت طیف وسیعی از محصولات و خدمات مانند رایانه‌های سرفیس^۴، سرویس‌های ابری آژور^۵، انواع نرم‌افزار (مانند مجموعه نرم افزارهای اداری مایکروسافت آفیس)، کنسول‌های بازی و تبلیغات موتور جستجوگر خود، بینگ^۶ را به مشتریان ارائه می‌دهد.

این شرکت که زمانی به عنوان مظهر یک غول بزرگ فناوری شناخته می‌شد، در مقطع کنونی مجبور به تقسیم سهم کلان خود با چهار شرکت دیگر حاضر در این عرصه شده است. بسیاری از کارشناسان، عدم

^۱ I Tunes

^۲ App Stores

^۳ EBooks

^۴ Surface computers

^۵ Azure cloud services,

^۶ Bing

ورود این شرکت به حوزه رسانه‌های اجتماعی در بازه زمانی مقتضی را علت این زوال نسبی می‌دانند. با این وجود، شرکت یاد شده، همچنان یکی از پنج غول آگفام به شمار می‌رود.

شرکت آمازون در میان این بزرگان، تمرکز خود را بر خرده‌فروشی کالا در بستر اینترنت معطوف کرده است. آمازون ۷۰ درصد از درآمد خود را از این راه به دست می‌آورد. این درحالی است که میزبانی خدمات وب آمازون و رایانش ابری نیز از جمله فعالیت‌های اقتصادی این شرکت محسوب می‌شوند و ۹ درصد از سهم درآمد این شرکت را به خود اختصاص داده است. علاوه بر این، فعالیت‌های رسانه‌ای این شرکت، حدود ۱۸ درصد باقیمانده از درآمد ۱۳۶ میلیارد دلاری این شرکت را تأمین می‌کند. بخش رسانه‌ای فعالیت‌های اقتصادی آمازون، درآمدی ۲۴ میلیارد دلاری برای این شرکت به ارمغان می‌آورد. این میزان درآمد که تنها حدوداً یک پنجم سود آمازون را در بر دارد، مبلغی بالغ بر ۳ برابر میزان درآمد شرکت نتفلیکس^۱ است که به صورت تخصصی در حوزه رسانه فعالیت می‌کند.

فصل ۲- ابر شرکت‌های فناوری و ظهور مونوپولی مدرن

آغاز گفتگو در مورد مسئله انحصار در توسعه فناوری، مستلزم تبیین مفاهیم کلی مربوط به این پدیده ناخوشایند در حوزه اقتصاد و صنعت است. پدیده انحصار یا مونوپولی به تعیین ساختار بازار و ماهیت و قیمت کالای عرضه شده، توسط تنها فروشنده حاضر در یک حوزه اقتصادی اطلاق می‌شود. فعال اقتصادی در بازار انحصاری با هیچ رقیبی روبه‌رو نیست و کالایی که تولید می‌کند، هیچ نمونه و جایگزینی ندارد. شکل‌گیری بازارهای انحصاری، عموماً از عواملی چون مجوز دولت، مالکیت حداکثری منابع، حق ثبت اختراع و هزینه بالای ورود به بازار ناشی می‌شود. عوامل یاد شده، می‌توانند یک نهاد اقتصادی خصوصی یا عمومی را به یک ارائه دهنده مجرد کالا و خدمات در یک بخش خاص، تبدیل کند. این در حالی است که راه ورود سایر فعالان اقتصادی نیز به این بازار مسدود می‌شود. در چنین شرایطی، بنگاه اقتصادی انحصارگر، در نقش کنترل‌کننده بازار و عامل تعیین قیمت نهایی کالا و خدمات ظاهر می‌شود. به طور کلی می‌توان مشخصات بازارهای انحصاری را این گونه برشمرد:

۲-۱- فقدان جانشین و رقیب

هیچ رقیب بزرگی برای محصولات و خدمات شرکت انحصارگر وجود ندارد و محصول عموماً در بازار هیچ جایگزینی ندارد. به عنوان مثال، شرکت اپل در بدو آغاز تولید ای‌پد، به واسطه عدم حضور رقیب، انحصار بازار تبلت را به دست گرفت.

^۱ Netflix

۲-۲- موانع ورود

شرکت انحصارگر، عموماً موانع بی‌شماری را بر سر راه ورود رقبای جدید به بازار قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، در چنین شرکتی، نام شرکت و صنعت با یکدیگر مترادف می‌شوند و هیچ رقیبی قدرت شکستن انحصار را ندارد.

۲-۳- فقدان رقابت

با دشوار شدن راه ورود شرکت‌های نوپا و جدید به یک صنعت انحصاری، تقریباً هیچ رقابتی در بازار مورد نظر شکل نمی‌گیرد.

۲-۴- قیمت‌سازی انحصارگرانه

در شرایط مونوپولی بازار، شرکت انحصارگر به واسطه قدرت و سلطه خود بر صنعت، تعیین‌کننده قیمت محصولات و خدمات است.

۲-۵- سود مضاعف

یک شرکت انحصارگر، می‌تواند در دراز مدت، از روش اقتصادی خاص که ممکن است در حالت عادی سود چندانی نیز در بر نداشته باشد، منافع قابل توجهی به دست آورد. این امر از توانایی انحصارگر در به حداکثر رساندن سود ناشی می‌شود. چنین اقدامی در بازار رقابتی به هیچ وجه میسر نیست. تداوم چنین فضایی در هر صنعتی می‌تواند سبب بروز چالش‌های بی‌شماری شود. از جمله این مشکلات می‌توان به افزایش بی‌رویه قیمت کالا و خدمات، تبعیض قیمت‌ها، افت کیفیت و کاهش روند توسعه اشاره کرد. در واقع، حاکم شدن فضای مونوپولی بر یک بازار اقتصادی، عرصه را برای سوء استفاده و سوداگری شرکت انحصارگر مهیا می‌کند. علت این امر ناچاری مشتریان از برطرف کردن نیاز خود با کالای انحصاری است. این امر می‌تواند در مواردی به تبعیض در فرایند قیمت‌گذاری کالاها برای اقشار مختلف مشتریان نیز منجر شود. از سوی دیگر، فقدان رقابت، سبب عدم میل و رغبت تولیدکننده به بهبود کیفیت و توسعه فناوری‌های نوین می‌شود.

صنعت فناوری ایالات متحده آمریکا نیز در عصر انقلاب صنعتی چهارم، از این آفت اقتصادی در امان نمانده است. با ظهور و رشد شرکت‌های بزرگ چند ملیتی در بخش‌های مختلف اقتصاد، مفهوم رقابت در بازار اقتصادی آمریکا روزبه‌روز کم‌رنگ‌تر می‌شود و نظام اقتصادی سرمایه‌داری بدون رکن رقابت، معنای خود را از دست می‌دهد. در چنین شرایطی، مصرف‌کنندگان چاره‌ای جز برطرف کردن نیازهای خود با خرید از شرکت‌های انحصارگر ندارند. بازار اقتصادی آزاد با حذف حمایت دولتی از صنایع، زمینه را برای حذف شرکت‌های کوچک‌تر فراهم می‌کند و در چنین شرایطی، شرکت‌های بزرگ با سرمایه‌های کلان مالی و انسانی، روند رشد مداوم خود

را حفظ می‌کنند. به عبارت دیگر، می‌توان نتیجه گرفت که ابر شرکت‌های تجاری، در اثر وجود بازار آزاد به پدید می‌آیند و خود در ادامه با ایجاد مونوپولی، بازار آزاد را از بین می‌برند.

عملکرد شرکت‌های فناوری شاخص گوگل، آمازون، فیس‌بوک، اپل و مایکروسافت، مؤید همین امر است. بر اساس آمار اقتصادی، این پنج شرکت، در طول ۱۰ سال گذشته، حدود ۵۰۰ شرکت کوچک، نوپا و استارت‌آپ را خریداری کرده و با خود ادغام کرده‌اند. این امر، به واسطه ایجاد انحصار در بازار فناوری، در ۹۵ درصد موارد، سبب افزایش قیمت نهایی محصولات و خدمات برای مصرف‌کنندگان نهایی می‌شود. از این‌رو، سهم انحصار و مونوپولی فضای اقتصادی آمریکا در تشدید نابرابری اجتماعی و تعمیق شکاف اجتماعی میان اقشار مختلف این کشور، روزبه‌روز، افزایش می‌یابد.

شکل‌گیری تدریجی این گونه از انحصار نوین در صنعت فناوری، سبب بروز مشکلات متعددی در این حوزه شده است. این امر، علاوه بر تضییع حقوق مصرف‌کننده و افزایش بی‌رویه قیمت خدمات، فرایند توسعه فناوری جدید را نیز به واسطه عدم رغبت شرکت‌های بزرگ به بهبود خدمات، کند کرده است. شرکت‌های فناوری بزرگ آمریکا با وجود تلاش قانون‌گذاران این کشور برای محدود ساختن انحصار اقتصادی همچنان نماد پرنفوذ مونوپولی یک بخش اقتصادی پربازده در سیستم تجارت ایالات متحده به شمار می‌روند.

اکنون، شرایط برای پیشگامان فناوری دیروز جهان و انحصارگران امروز، تغییری اساسی یافته است. عملکرد گروه‌های مدیریت این شرکت‌ها سبب بلند شدن صدای انتقاد در اقشار مختلف جامعه ایالات متحده شده است. امروز، بسیاری از مدیران سابق این شرکت‌ها، اساتید دانشگاهی رشته‌های اقتصاد و فناوری و سیاست‌گذاران کلان آمریکا در سنا و مجلس نمایندگان، خواستار تغییر رویه اتخاذی از سوی آگفام شده‌اند و انتقادات تند خود را بی‌پروا ابراز می‌کنند.

فصل ۳- محورهای اصلی انتقاد از غول‌های دره

سیلیکون

به عقیده بسیاری از کارشناسان، وضعیت امروز آگفام و طیف بسیار گسترده از منتقدین معلول مجموعه‌ای از نواقص و تصمیمات مدیریتی اشتباه در ساختار این شرکت‌ها است. در این بخش از گزارش به بررسی اصلی‌ترین محورهای انتقاد علیه هر یک از این شرکت‌های بزرگ خواهیم پرداخت:

۳-۱- آمازون

وبسایت آمازون، در طول مدت زمان فعالیت خود، انتقادهای زیادی را از طرف گروه‌های مختلف معطوف خود کرده است. چالش‌های اخلاقی، روال مدیریتی و شیوه‌های تجاری از مهم‌ترین محورهای این انتقادات به شمار می‌روند.

۳-۱-۱- شيوه‌های ضد رقابتي

به جرأت می‌توان نخستین اقدام ضد رقابتي شرکت آمازون در حوزه تجارت دیجیتال را استفاده از حق ثبت اختراع برای ایجاد انحصار در حوزه فروشگاه‌های اینترنتی در سال ۱۹۹۹ دانست. به زعم بسیاری از کارشناسان، این اقدام بدوی جف بزوس^۱ در راستای تلاش شرکت آمازون برای محدود ساختن توسعه تجارت الکترونیک صورت گرفته است. این اقدام شرکت آمازون، با انتقادات فراوان و جمع‌آوری ۱۰ هزار امضای اعتراضی از سوی فعالان این عرصه مواجه شد. این اقدام شرکت یاد شده، روند توسعه فروشگاه‌های اینترنتی را برای سال‌ها با محدودیت‌های متعددی مواجه ساخت.

۳-۱-۱-۱- نمایندگان بخش انتشارات شرکت آمازون، در مارس سال ۲۰۰۸، طی تماس با شرکت‌های انتشاراتی که محصولات خود را بر روی آمازون قرار داده بودند، به آن‌ها اعلام کردند که سایت آمازون از تاریخ یاد شده، فقط کتاب‌هایی را برای فروش قرار می‌دهند که امتیاز چاپ محدودشان در اختیار شرکت آمازون قرار گرفته باشند. شرکت آمازون با این اقدام، موفق شد انحصار بخش عمده‌ای از صنعت چاپ و نشر ایالات متحده را در اختیار گیرد.

۳-۱-۱-۲- شرکت آمازون انگلیس، در سال ۲۰۰۸، با استفاده از قدرت تجاری خود، اقدام به ممانعت از فروش مستقیم کتاب با تخفیف ویژه توسط ناشران در وبسایت‌های خودشان کرد. استدلال مدیران آمازون در آن مقطع این بود که به منظور تأمین منافع حاصل از خرده‌فروشی، قیمت‌گذاری کتاب‌ها و پرداخت پول فروش محصولات ناشران در وبسایت آمازون، باید بر مبنای قیمت‌های حراجی منتشر شده در وبگاه مؤسسات چاپی محاسبه شود. نتیجه این اقدام در عمل به تحریم برخی مؤسسات شاخص انتشاراتی بریتانیا از سوی شرکت آمازون ختم شد. این روند تا سال ۲۰۱۳ و اعلام پایان سیاست یاد شده در بازار اروپا از سوی شرکت آمازون، ادامه یافت.

۳-۱-۱-۳- بخش دیگری از سیاست‌های انحصارگرانه شرکت آمازون، به مسئله کنترل قیمت‌ها مربوط می‌شود. آمازون همواره تلاش می‌کند که قیمت فروش محصولات را با توجه به منافع خود کنترل و تعیین کند. به عنوان مثال، مسئولان شرکت انتشاراتی مک میلان^۲ در سال ۲۰۱۰، از آمازون خواستند که قیمت محصولاتشان را از ۹,۹۹ دلار به ۱۵ دلار افزایش دهد. این درخواست با جمع‌آوری کلیه کتاب‌های دیجیتال و فیزیکی شرکت مک‌میلان از وبسایت آمازون همراه بود و کشمکش‌ها بر سر تعیین قیمت فروش محصولات مدت‌ها ادامه داشت. به زعم بسیاری از نویسندگان شاخص و مشهور جهان، سیاست‌های کنترل قیمت آمازون، به معیشت این طیف از فعالان فرهنگی آسیب می‌زند.

^۱ Jeff Bezos

^۲ Macmillan Publishers

۳-۱-۱-۴- شرکت آمازون، در تاریخ ۱ اکتبر سال ۲۰۱۵ اعلام کرد که فروش محصولات اپل تی.وی^۱ و گوگل کروم کست^۲ بر روی پلتفرم این شرکت، ممنوع است و همه محصولات موجود این دو شرکت تا تاریخ ۲۹ اکتبر از روی وبسایت حذف می‌شوند. شرکت آمازون در پاسخ به انتقادات مطرح شده از این اقدام، تصریح کرد که محصولات دو شرکت یاد شده از اکوسیستم مولتی مدیا اختصاصی شرکت آمازون، موسوم به پرایم ویدیو^۳، پشتیبانی نمی‌کنند و هدف از این سیاست، جلوگیری از سردرگمی مشتریان است. با این وجود، بسیاری از کارشناسان معتقدند که این اقدام در راستای حذف رقبای محصولات تلویزیونی آمازون صورت گرفته است. آمازون به عمد از ارائه خدمات سرویس‌های استریم خود به دو شرکت یاد شده امتناع کرده و عدم پشتیبانی پلتفرم خود از محصولات آن‌ها را بهانه‌ای برای ممنوعیت فروش آن‌ها قرار داده است. این سیاست دقیقاً برای همه محصولات شرکت‌های رقیب که محصولی مشابه با نمونه ساخته شده از سوی آمازون را ارائه می‌دادند نیز اتخاذ شد. ممنوعیت یاد شده به ترتیب در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹ برای شرکت‌های اپل و گوگل برداشته شد.

۳-۱-۲- برخورد با مصرف‌کنندگان

۳-۱-۲-۱- آمازون در تاریخ سپتامبر سال ۲۰۰۰، سیاست تبعیض قیمت را آغاز کرد. بر اساس این طرح، به منظور افزایش جذب مشتریان، محصولات به افراد که مشتری ثابت وبسایت این شرکت نبودند، ارزان‌تر عرضه می‌شد. بر این اساس، شخصی که سابقه خرید از وبسایت آمازون را داشت، می‌توانست یک محصول را با قیمتی ثابت بخرد. این در حالی است که همان مشتری، با حذف کوکی‌ها و سوابق حضورش در وبگاه آمازون، می‌توانست همان محصول را با قیمتی کمتری تهیه کند. جف بزوس، مدیر آمازون در همان سال و پس از افشای این رسوایی، ضمن عذرخواهی بابت این پیش‌آمد، متعهد شد که چنین روندی ادامه نخواهد یافت.

۳-۱-۲-۲- بسیاری از فعالان مطبوعاتی و وبلاگ‌نویسان آلمانی در سال ۲۰۱۰، نسبت به فروش ده‌ها هزار نسخه از مطالب رایگان وبسایت ویکی‌پدیا، توسط آمازون انتقاد کردند. این در حالی است که شرکت آمازون اعلام کرد این محصولات از سوی مؤسسات انتشاراتی بوکس ال.ال.سی^۴، آلفا اسکریپت^۵، بتا اسکریپت^۶ و فست بوک^۷ تهیه می‌شود و برای فروش روی وبسایت این شرکت بزرگ قرار می‌گیرد.

۳-۱-۲-۳- سازمان مصرف‌کنندگان بریتانیا، در تاریخ ۱۵ اگوست ۲۰۱۴ گزارشی در مورد فعالیت آمازون در این کشور منتشر ساخت که نشان می‌داد محصولات الکتریکی فروخته شده از سوی این شرکت، با تبلیغات

^۱ Apple TV

^۲ Google Chromecast

^۳ Prime Video

^۴ Books LLC

^۵ Alphascript Publishing

^۶ Betascript Publishing

^۷ Fastbook Publishing

تناسب چندانی ندارد. بر اساس این گزارش، سازمان یاد شده طی یک خرید آزمایشی، اقدام به ثبت ۱۱ سفارش برای یک کالای مشخص کرد. در میان سفارش‌ها فقط یکی از تأمین‌کنندگان محصول واقعی نمایش داده شده را تحویل داده بود. دو نفر دیگر محصولات متفاوت اما کارآمد آن را تحویل گرفتند و هشت تأمین‌کننده محصولاتی کاملاً متفاوت ارائه کرده بودند که قادر به برآورده کردن انتظارات مشتری نبود. این چالش سرانجام در پارلمان بریتانیا مطرح و از سوی نهادهای نظارتی و قانون‌گذار این کشور محکوم شد.

۳-۱-۳- مزیت‌های رقابتی آمازون

۳-۱-۳-۱- شرکت آمازون از پرداخت مالیات فروش محصولات تأمین‌کنندگان خارج از هر کشور به دولت آن کشورها امتناع می‌کند. به زعم بسیاری از متخصصان، این امر سبب ایجاد مزیتی غیرقابل رقابت برای شرکت آمازون در زمینه قیمت‌گذاری و فروش محصولات می‌شود. این در حالی است که پرونده‌های مالیاتی این غول بزرگ فناوری در کشورهای آمریکا، بریتانیا، ژاپن، چین، آلمان، فرانسه، لوکزامبورگ و ایتالیا در حال بررسی است.

۳-۱-۳-۲- شرکت آمازون به واسطه قدرت اقتصادی و فراگیری بیش از حد، توان شکستن قیمت‌های عرضه محصول در بنگاه‌های اقتصادی کوچک را دارد و همین امر، تا به امروز سبب تعطیلی بسیاری از واحدهای کوچک صنفی در شهرهای کوچک اقصی نقاط ایالات متحده شده است. از سوی دیگر، هیچ تاجری نمی‌تواند موجودی انبار خود را پیش از آمازون به طور کامل بفروشد. این امر سبب شکل‌گیری تدریجی انحصار مطلق آمازون در حوزه محصول و قیمت شده است.

۳-۱-۳-۳- آمازون بعد از پس گرفتن محصولات فروخته شده، هرگز وجه را به مشتریان باز نمی‌گرداند. این شرکت در چنین حالتی از پرداخت پول خودداری کرده و صرفاً حساب کاربری خریدار را با اعتبار خرید مجدد از آمازون پر می‌کند. بنابراین، در این بخش از کسب و کار آمازون، هیچ پولی از چرخه مالی شرکت خارج نمی‌شود.

۳-۱-۴- تخلفات حوزه فروش

۳-۱-۴-۱- آمازون در طول دوران فعالیت خود، بارها محصولات خود را بر بستر خود عرضه کرده که سبب انتقادات شدید شده است. آغاز فروش چند مجله و ویدیو در مورد مبارزات میان حیواناتی چون خروس و سگ از سوی این شرکت در سال ۲۰۱۰، سبب اعتراض شدید جامعه حامیان حقوق حیوانات در ایالات متحده شد. بر اساس ادعای این گروه‌ها، انتشار چنین محتوایی خلاف قوانین فدرال آمریکا است. این اقدام آمازون، سبب تشکیل پرونده قضایی علیه این شرکت بزرگ و تحریم گسترده آن از سوی شهروندان شد.

۳-۱-۴-۲- این شرکت همچنین بارها به خاطر فروش محصولات ممنوعه در بریتانیا مورد انتقاد و تحت پیگرد قانونی قرار گرفته است. روزنامه گاردین در دسامبر سال ۲۰۱۵، طی گزارشی لیست محصولات ممنوعه در بریتانیا را که از سوی آمازون فروخته می‌شد، منتشر ساخت. از جمله این محصولات می‌توان به اسپری لفل، سلاح‌های شوک الکتریکی پرتاب شونده و سلاح‌های سرد برنده مانند چاقو اشاره کرد.

۳-۱-۴-۳-آمازون در ژانویه سال ۲۰۰۸، اقدام به فروش چند پیراهن با عبارات چاپی مربوط به افسران آلمان نازی و کتاب‌هایی با موضوع انکار هولوکاست کرد. این اقدام سبب خشم لابی‌های یهودی و صهیونیستی سراسر جهان شد و مدیران این شرکت را به واکنش واداشت. در آن مقطع زمانی پاتریشیا اسمیت^۱، سخنگوی آمازون در مصاحبه با نشریه وبکلی تاییدن^۲، یکی از مطبوعات مشهور جمهوری چک، اعلام کرد که فروشگاه آمازون میلیون‌ها محصول را برای فروش قرار داده است و ورود برخی کالاهای نامتعارف در چنین شرایطی به هیچ وجه غیرمنتظره نیست. آمازون وعده داد که اگرچه همکاری خود را با شرکت تولیدکننده پیراهن‌ها متوقف نخواهد کرد اما نظارت بر محصولات عرضه شده را افزایش خواهد داد.

۳-۲- گوگل

عمده انتقادات از گوگل به بحث‌هایی چون فرار مالیاتی، جمع‌آوری اطلاعات حساس، دستکاری نتایج جستجو، سوء استفاده از مالکیت معنوی دیگران و ایجاد انحصار مربوط می‌شود.

۳-۲-۱- فرار مالیاتی

شرکت گوگل در حال حاضر، از سوی بسیاری از کشورهای جهان به فرار از پرداخت ده‌ها میلیارد دلار مالیات متهم است. این شرکت با الگویی هوشمندانه از توافقات پیچیده میان شرکت‌های اقماری و استفاده از امتیازات معافیت مالیاتی برای شرکت‌های نوپا در بسیاری از نقاط جهان، از پرداخت مالیات امتناع می‌کند. دولت بریتانیا در نوامبر سال ۲۰۱۲ آغاز تحقیقات خود را برای بررسی سیاست‌های مالیاتی گوگل اعلام کرد. تحقیقات یاد شده در سال ۲۰۱۵، به تصویب قانونی جدید برای جلوگیری از بهره‌گیری شرکت‌هایی چون گوگل از معافیت مصنوعی پرداخت مالیات ختم شد. گوگل با استفاده از تکنیک‌های پیچیده مالی چون جابجایی درآمد و انتقال سود خود از کانال ایرلند و هلند، در خلال سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹، به ترتیب حدود ۳٫۱ میلیارد دلار و ۸ میلیارد پوند از مالیات پرداختی خود در آمریکا و بریتانیا را کاهش داد.

۳-۲-۲- انحصار و رقابت‌زدایی

بر اساس نظر جو ویلکاکس^۳ کارشناس حوزه فناوری، شرکت گوگل با وجود تعارض ذاتی منافع میان جمع‌آوری اطلاعات و تبلیغات مرتبط پیرامون داده‌های یافت شده، به طور کامل بر فضای جستجو در اینترنت تسلط یافته و به مهم‌ترین درگاه عبور اطلاعات بدل شده است. از همین رو، کمیسیون اروپا و سازمان‌های ضد انحصار آمریکا، تا به امروز چندین پرونده را در رابطه با مونوپولی بازار فناوری از سوی گوگل، باز و پیگیری کرده‌اند. گوگل در طول سال‌های اخیر، بارها به سوء استفاده از موقعیت خود به عنوان موتور جستجوگر غالب

^۱ Patricia Smith

^۲ weekly Tyden

^۳ Joe Wilcox

برای گسترش تجارت شرکت‌های اقماری‌اش و از میدان به در کردن رقبا متهم شده است. این سیاست گوگل در حوزه شرکت‌های تجاری و پلتفرم‌های تحت کنترل این غول فناوری مانند اندروید، به طور کامل اجرا می‌شود. به عنوان مثال، شرکت‌های گوگل و یاهو در ژوئن سال ۲۰۰۸، طی امضای یک تفاهم‌نامه تبلیغاتی توافق کردند که یاهو از آن زمان اجازه دارد تبلیغات گوگل را بر روی وبسایت خود نمایش دهد. این اتحاد به واسطه فشار نهادهای ضدانحصار وابسته به وزارت دادگستری آمریکا چندان پایدار نماند و در ماه نوامبر همان سال، گوگل از این توافق خارج شد.

با وجود همه انتقادات وارد شده نسبت به مونوپولی بازار توسط گوگل، اریک اشمیت طی جلسه استماع سپتامبر سال ۲۰۱۱ در مقابل کمیسیون ضدانحصار سنا در پاسخ به اتهام استفاده از نتایج جستجوها به نفع خدمات شرکت خود، گفت: «اینترنت بالاترین سطح بازی تجاری را میان رقبا دارا است. کاربران در این محیط فقط یک کلیک با استفاده از خدمات رقبای ما فاصله دارند.»

۳-۲-۳- سوء استفاده از نتایج جستجوها

در خلال سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۷، گروهی از محققان اتریشی، با پژوهش طولانی مدت بر نحوه عملکرد موتور جستجوی گوگل، متوجه تمایل این شرکت به سوءاستفاده از نتایج جستجوها شدند. بر اساس ادعای این گروه، کاربران معمولی همواره تمایل دارند به صفحات نخست گوگل اعتماد کنند و تصور می‌کنند که هر مطلبی در اولین صفحه یافت نمی‌شود فاقد اهمیت است. محققان می‌گویند: «گوگل به رابط اصلی همه واقعیتی که ما از محیط اطرافمان می‌شناسیم بدل شده است. به عبارت دیگر، رابط جستجوی گوگل کاربر را به این نتیجه می‌رساند که نتایج جستجوهای همواره از نوعی کلیت کاربردی برخوردار است.»

اگرچه شکایات مطرح شده علیه این غول بزرگ فناوری در اکثر موارد به نتیجه نرسیده‌اند؛ اما بسیاری از شرکت‌ها و افراد، بارها در مورد عادلانه بودن نحوه چینش نتایج جستجوهای گوگل ابراز نگرانی کرده‌اند و آن را در راستای تقویت برخی شرکت‌ها و وبسایت‌های خاص می‌دانند.

۳-۲-۴- چالش‌های حوزه کپی رایت

مسئله کپی رایت و رعایت حقوق مالکیت معنوی دیگران نیز یکی از محورهای اصلی انتقاد از گوگل به شمار می‌رود. به عنوان مثال، برنامه جاه طلبانه گوگل برای اسکن میلیون‌ها کتاب و ایجاد قابلیت خواندن آن‌ها از طریق موتور جستجوگر شرکت، به دلیل نقض حق نسخه‌برداری که بخشی از قانون کپی رایت به شمار می‌رود، یکی از مصادیق این قبیل اقدامات محسوب می‌شود.

این شرکت همچنین در پروژه گوگل مپ خود، برای تکمیل اطلاعات مکانی در بسیاری از موارد به استفاده از داده‌های دیگر شرکت‌های فعال در این حوزه می‌پردازد. کارشناسان مدعی هستند که گوگل حق استفاده گسترده از اموال دیگران برای توسعه تجارت خود را ندارد.

۳-۲-۵- حریم شخصی

تغییرات قوانین حریم خصوصی گوگل در سال ۲۰۱۲، اشتراک‌گذاری داده‌های جمع‌آوری شده از سوی این شرکت با طیف گسترده‌ای از متقاضیان، شرکت‌های دیگر و نهادهای امنیتی را میسر ساخت. سیاست یاد شده گوگل را آماج حملات شدید منتقدان قرار داد. مؤسسه بین‌المللی حفظ حریم خصوصی^۱ در ژوئن ۲۰۱۲ در مورد خطر قرار گرفتن یک انبار مرکزی بزرگ پر از داده کاربران و نتایج جستجوها در اختیار گوگل و وجود قانون دسترسی آزاد دولت آمریکا به این اطلاعات ابراز نگرانی کرد. این نهاد مستقل پیش از این در گزارش سال ۲۰۰۷ خود نیز گوگل را در لیست دشمنان اصلی حفظ حریم خصوصی قرار داده بود.

۳-۲-۶- سانسور اطلاعات

گوگل در طول سال‌های اخیر، بارها به دلیل موارد مختلف سانسور نتایج جستجوهای خود مورد انتقاد قرار گرفته است. به جرأت می‌توان مهم‌ترین مصداق این اقدام گوگل را در طول سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ در چین دانست. فعالیت این شرکت بزرگ فناوری تا ماه مارس سال ۲۰۱۰، مشروط به سانسور و عدم نمایش برخی سایت‌های مدنظر دولت کمونیست چین در نتایج جستجوهای خود بود. گوگل به منظور تداوم حضور خود در این بازار عظیم، تا تاریخ یاد شده فعالیت خود را ذیل قوانین سختگیرانه فضای مجازی چین، موسوم به «فایروال بزرگ» تعریف کرد. بر همین اساس، دامنه مخصوص این کشور^۲ از نمایش سایت‌هایی که از نظر پکن مضر و مخرب بود، خودداری می‌نمود. گوگل سابقه عملکرد مشابه در کشورهای چینی و روسیه را نیز در کارنامه دارد. یکی از مهم‌ترین منتقدان این رویکرد شرکت یاد شده، تد کروزر سناتور جمهوری خواه ایالات متحده است که در ادامه به صورت تفصیلی نظرات وی را بررسی خواهیم کرد.

۳-۲-۷- تهدیدات بالقوه امنیتی

دامن زدن به تهدیدات بالقوه امنیتی یکی دیگر از اتهامات بزرگ منتقدان علیه گوگل است. به عقیده بسیاری از کارشناسان، بسیاری خدمات جانبی این شرکت می‌تواند سبب بروز تهدیدات متعدد امنیت ملی در اقصی نقاط جهان شود. به عنوان مثال، می‌توان به پروژه گوگل استریت ویو^۳ اشاره کرد. متخصصان امنیتی معتقدند که این برنامه با ضبط اطلاعات دقیق از خیابان‌های شهرهای هدف، کار را برای فعالیت گروه‌های تروریستی و مجرمانی که به اطلاعات محیطی نیاز دارند، تسهیل می‌کند. از همین رو، شرکت گوگل در سال ۲۰۰۸، طبق دستور مستقیم پنتاگون، اقدام به حذف نمای خیابان‌های منتهی به مراکز نظامی حساس آمریکا کرد.

^۱ Privacy International

^۲ Google.cn

^۳ Google's Street View

۳-۳- فیس بوک

انتقادات از شرکت فیس بوک مواردی برجسته چون چالش‌های حریم شخصی، جمع‌آوری اطلاعات کاربران، توسعه نرم افزار تشخیص چهره خودکار، انتشار اطلاعات غلط و اشاعه اعتیاد به اینترنت را شامل می‌شود. محورهای اصلی انتقاد علیه این شرکت بزرگ، موارد زیر را در بر می‌گیرد.

۳-۳-۱- چالش‌های حفاظت از حریم شخصی

بنیاد مرزهای الکترونیک^۱، یکی از سازمان‌های بین‌المللی متولی نظارت بر حوزه فضای مجازی در سال ۲۰۱۰، طی گزارشی از شناسایی دو روش جمع‌آوری اطلاعات شخصی از سوی فیس بوک خبر داد. این دو تکنیک «اتصال»^۲ و «شخصی سازی فوری»^۳ نامیده می‌شوند. بر اساس گزارش یاد شده، فرایند اتصال هنگامی آغاز می‌شود که کاربر حتی با وجود غیرفعال کردن دسترسی عمومی به اطلاعاتش، بر روی دکمه لایک کلیک کند. فیس بوک این دسته از اقدامات کاربران را در زمره داده‌های عمومی قرار می‌دهد و سوابق لایک‌ها برای همه قابل مشاهده است.

شخصی سازی فوری نیز یکی از برنامه‌های این شرکت بود که بر اساس آن فیس بوک اطلاعات شخصی و علایق کاربران را با وبسایت‌های دیگر به اشتراک می‌گذاشت. به عنوان مثال، یک وبسایت پخش موسیقی، با دسترسی به اطلاعات حساب کاربری فیس بوک بازدید کننده خود می‌تواند موسیقی مورد علاقه شخص را به او پیشنهاد دهد. بنیاد یاد شده، در گزارش خود تصریح کرد: «این امر برای کاربرانی که از این سیاست جدید آگاهی ندارند، بی‌شک نقض حریم شخصی و نشت اطلاعات است. اطلاعات دقیق کاربران، مانند نام، تصویر، جنسیت، موقعیت مکانی، لیست دوستان و علایق شخصی به محض ورود به سایت‌های عضو این طرح، در اختیار گردانندگان وبگاه‌های یاد شده قرار می‌گیرد. تقریباً همه چیز در فیس بوک، با عنوان اطلاعات عمومی طبقه‌بندی می‌شود. حتی اگر یک کاربر این دسترسی را از فیس بوک سلب کند، دوستان مجازی وی با استفاده از این سرویس سبب نشت اطلاعات او می‌شوند.»

این تنها یکی از چندین مورد نقض آشکار حریم شخصی کاربران از سوی شرکت فیس بوک به شمار می‌رود. مدیر فیس بوک، مارک زاکربرگ^۴ در تاریخ ۵ سپتامبر سال ۲۰۰۶، دو ویژگی جدید این شبکه اجتماعی موسوم به «خبرخوان»^۵ و «مینی فید»^۶ را معرفی کرد. بر اساس این طرح، خبرخوان در صفحه اصلی هر عضو

^۱ Electronic Frontier Foundation

^۲ connections

^۳ instant personalization

^۴ Mark Zuckerberg

^۵ News Feed

^۶ Mini-Feed

فیس‌بوک ظاهر می‌شدند و فعالیت‌های اخیر اعضای فیس‌بوک در این رسانه اجتماعی را نشان می‌دادند. ویژگی دوم، مینی فید، اطلاعات مربوط به رویدادهای مشابه را در صفحه پروفایل هر عضو نگه می‌داشت. اعضا می‌توانستند در صورت تمایل، موارد را از مینی فید خود حذف کنند و از طریق تنظیمات حریم خصوصی آن‌چه را که در این بخش منتشر شده بود، کنترل کنند. این در حالی است که نمایش فعالیت کاربران در نیوز فید دیگران اجتناب‌ناپذیر بود.

فیس‌بوک در ماه می‌سال ۲۰۱۰ و در واکنش به انتقادات فراوان از این طرح، اقدام به ارائه تنظیمات جدید حریم شخصی جهت تسهیل روند کنترل اشتراک‌گذاری اطلاعات با دیگر کاربران کرد. با این وجود، هنوز هم کاربرانی که اقدام به لایک یک پُست در فیس‌بوک می‌کنند، نمی‌توانند آن را از معرض دید دیگران مخفی نگه دارند.

۳-۳-۲- داده‌کاوی، آنالیز ابر داده‌ها و تجارت اطلاعات

بسیاری از کارشناسان، داده‌کاوی و جمع‌آوری اطلاعات کاربران را یکی از فعالیت‌های اصلی فیس‌بوک می‌دانند. ذخیره دائم کلیه اطلاعات کاربران در سرورهای فیس‌بوک، مسئله‌ای است که در سال ۲۰۰۸، سبب انتقادات بی‌شماری نسبت به این شرکت شد. در حال حاضر، بخشی از اطلاعات حساس کاربران مانند پیام‌های گروهی و شخصی حتی در صورت حذف دائم حساب کاربریشان از این شبکه اجتماعی نیز تا ابد در سرورهای فیس‌بوک باقی می‌مانند. متخصصان بر این باورند که فیس‌بوک با ذخیره و تحلیل مداوم این داده‌ها، در حال توسعه الگوریتم‌های آنالیز ابر داده‌های خود است.

رسوایی‌هایی چون کشف رابطه شرکت کمبریج آنالیتیکا با فیس‌بوک، مبین تهدیدات بی‌شمار چنین اقداماتی از سوی این غول فناوری است. سخنگوی شرکت فیس‌بوک در سال ۲۰۱۸، رسماً اعتراف کرد که اطلاعات شخصی حدود ۸۷ میلیون حساب کاربری فیس‌بوک بدون رضایت صاحبانش در طول سال ۲۰۱۴، در اختیار شرکت مشاوره سیاسی کمبریج آنالیتیکا قرار گرفته است. این اطلاعات از طریق نصب یک برنامه آزمایشی بر روی رایانه ۳۰۵ هزار کاربر فیس‌بوک بدست آمده‌اند. این نرم‌افزار می‌توانست به غیر از اطلاعات کاربران فیس‌بوکی که آگاهانه آن را نصب کرده بودند به اطلاعات دیگر افراد مرتبط با کاربر نیز دست یابد. بر اساس گزارش روزنامه گاردین، مدیران فیس‌بوک حدود ۲ سال از این اتفاق مطلع بودند و هیچ اقدام مؤثری برای جلوگیری از نشت اطلاعات کاربرانشان انجام نداده‌اند.

۳-۳-۳- الگوریتم‌های تشخیص چهره خودکار

«دیپ فیس»^۱ یک سیستم تشخیص چهره از طریق یادگیری ماشینی عمیق است که از سوی گروه تحقیقاتی فیس‌بوک ایجاد و توسعه داده شده است. این الگوریتم، قابلیت شناسایی افراد در تصاویر دیجیتال را

^۱ DeepFace

دارا است. هوش مصنوعی به کار رفته در این سیستم، در ابتدا با استفاده از ۴ میلیون عکس بارگذاری شده در فیس‌بوک توسط کاربران آموزش داده شده است. این پروژه حاصل خرید نرم افزار توسعه داده شده از سوی شرکت اسرائیلی فیس^۱ توسط مقامات فیس‌بوک است.

فیس‌بوک در پاسخ به انتقادات از این پروژه مدعی شد که قابلیت یاد شده می‌تواند از سوی کاربران غیرفعال شود. با این وجود، اتحادیه اروپا استفاده فیس‌بوک از این الگوریتم را در اروپا ممنوع کرده است. نکته جالب توجه در مورد این پروژه دقت بالای ۹۸ درصدی آن در شناسایی افراد است. این در حالی است که الگوریتم مشابه توسعه داده شده از سوی اف.بی.آی، دقتی کمتر از ۸۵ درصد دارد. کارشناسان علت این امر را تنوع و طیف گسترده اطلاعات در دسترس هوش مصنوعی فیس‌بوک می‌دانند.

۳-۳-۴- تأثیرات مخرب روانی

مت هنکاک^۲ وزیر بهداشت بریتانیا در ژانویه سال جاری، به انتقاد از وجود محتوای مخرب روانی در مورد خودکشی در فیس‌بوک و سایر رسانه‌های اجتماعی بزرگ پرداخت. وی طی اظهار نظری در این مورد گفت: «تحقیقات نشان می‌دهد که افراد دارای پتانسیل بالا برای خودکشی، از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی روش‌های این اقدام استفاده می‌کنند. بسیاری از وبسایت‌ها در اینترنت به ارائه جزئیات و اطلاعات گرافیکی در مورد نحوه خودکشی می‌پردازند و این نوع از محتوا باید از فضای مجازی پاک شود.» علاوه بر این، برانگیخته شدن احساس حسادت در کاربران بر اثر مقایسه زندگی خود با دیگران، استرس ناشی از مواجهه مداوم با خیل عظیم تبلیغات و اعتیاد به فضای مجازی نیز از دیگر تأثیرات روانی مخرب استفاده از فیس‌بوک و سایر رسانه‌های اجتماعی مرتبط با این شرکت یعنی اینستاگرام و واتساپ است.

۳-۳-۵- فرار مالیاتی

کارشناسان مالیاتی سال‌ها است مدعی‌اند که فیس‌بوک با استفاده از ثبت شرکت‌های کاغذی متعدد، از پرداخت میلیاردها دلار مالیات فرار می‌کند. بر اساس گزارش وبگاه اکسپرس تریبیون، فیس‌بوک از جمله مؤسساتی است که با استفاده از امکان ثبت شرکت‌های خارج از کشور از پرداخت میلیاردها دلار مالیات اجتناب کرده است. این شرکت با استفاده از روش مشابه عملکرد گوگل که پیش از این مورد اشاره قرار گرفت، عملاً مالیاتی به دولت‌ها پرداخت نمی‌کند. این شرکت در سال ۲۰۱۱، با سود ۸۴۰ میلیون پوندی در بریتانیا، تنها ۲،۹ میلیون پوند به دولت این کشور پرداخته کرده است و در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ این رقم ناچیز را نیز به صفر رسانده است.

^۱ Face.com

^۲ Matt Hancock

۳-۳-۶- چالش‌های حوزه محتوا

فیس‌بوک در طول سال‌های اخیر به واسطه اجازه انتشار برخی مطالب بر بستر خود مورد انتقادات شدیدی قرار گرفته است. نقض مالکیت معنوی صاحبان اثر، انتشار مطالب اشاعه‌دهنده خشونت، عدم نظارت بر ویدیوهای زنده منتشر شده، عدم نظارت بر محتوای حاوی مضامین خشونت‌آمیز جنسی و سوء استفاده از کودکان، انعکاس دیدگاه‌های نژادپرستانه، تروریسم و اخبار غلط، از محورهای اصلی مورد تأکید منتقدان این غول رسانه‌ای بزرگ محسوب می‌شود.

فیس‌بوک در تازه‌ترین چالش خود با نهادهای نظارتی به بی‌توجهی و سهل‌انگاری در مورد انتشار اخبار دروغ از سوی دولت روسیه در راستای حمایت از انتخاب دونالد ترامپ در کارزار ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ آمریکا متهم شده است.

۳-۳-۷- سانسور اطلاعات

پژوهش‌های متعدد کارشناسان نشان می‌دهد که قابلیت جستجوی برخی از حساب‌های کاربری منتقد خود را در بستر رسانه اجتماعی اش مسدود ساخته است. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به مسدود ساختن امکان جستجوی صفحات مربوط به جنبش‌های اعتراضی نقض حریم شخصی و منتقدان شاخص این شرکت اشاره کرد. این رسانه اجتماعی، همچنین صفحات رسمی سایر شبکه‌های اجتماعی رقیب در بستر خود را نیز سانسور می‌کند. برخی گروه‌های سیاسی و جنبش‌های اجتماعی دیگر چون جنبش آزادی کشمیر نیز از قربانیان سانسور گسترده اطلاعات از سوی شرکت فیس‌بوک هستند.

۳-۴- اپل

محورهای اصلی نقد شرکت چند ملیتی فناوری اپل مواردی چون استفاده از شیوه‌های غیراخلاقی تجارت، فرار مالیاتی، خدمات پس از فروش گمراه کننده، حذف رقبای کوچک از بازار، همکاری با دولت و نهادهای امنیتی آمریکا و تخریب محیط زیست را شامل می‌شود.

۳-۴-۱- رفتار ضد رقابت و غیراخلاقی در تجارت

شرکت اپل در طول سال‌های اخیر به خاطر موارد متعدد از رفتارهای انحصارگرایانه در بازار قطعات رایانه‌ای و دیجیتال مورد انتقاد شدید قرار گرفته است. این شرکت در مدل‌های اخیر رایانه‌های مک بوک و برخی تجهیزات الکترونیکی خود با ارائه اشکال اختصاصی و غیرقابل تعویض قطعات، امکان پشتیبانی فنی سایر شرکت‌ها و تعمیرات جزئی دستگاه‌های خود از طریق تعویض قطعات را از بین برده است. به عبارت دیگر مصرف‌کنندگان در اغلب موارد مجبور به تعویض محصول معیوب یا مراجعه به فروشگاه‌های اختصاصی این برند برای تعمیر تجهیزات دیجیتال خود هستند. بسیاری از وبسایت‌های تحلیل سخت‌افزار، از مدل‌های سال ۲۰۱۲ به بعد شرکت اپل، به عنوان غیرقابل تعمیرترین تجهیزات دیجیتال یاد می‌کنند.

این قبیل اقدامات در سایر خدمات شرکت مانند سرویس موسیقی و فروشگاه آیتونز نیز به چشم می‌خورد. این شرکت فروش موسیقی از طریق تجهیزات خود را صرفاً به آیتونز محدود کرده و از همین رو در برخی کشورها اقدام به فروش محصولات با قیمتی بالاتر از دیگر مناطق می‌کند. مدیران اپل همچنین استفاده مشتریان

خود از برخی خدمات شرکت‌های دیگر مانند گوگل ویس^۱ و ادوبی فلش^۲ را نیز به منظور اجبار کاربر به استفاده از خدمات جانبی اختصاصی شرکت، غیر ممکن ساخته‌اند.

۳-۴-۲- کاهش ناگهانی قیمت‌ها

شرکت اپل عموماً مدت کوتاهی پس از عرضه هر وسیله‌ای، پس از اتمام موج نخست خرید محصولاتش، قیمت نهایی را به سرعت کاهش می‌دهد. این امر سبب انتقاد بسیاری از خریداران محصولات اپل از این شرکت شده است.

۳-۴-۳- فرار از پرداخت مالیات

شرکت اپل از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی به یکی از پیشگامان روش‌های نوین فرار مالیاتی بدل شده است. این شرکت نیز مانند فیس‌بوک و گوگل، سود خود را از طریق شرکت‌های تابعه به ایرلند، هلند، لوکزامبورگ و سپس کشورهای حوزه کارائیب منتقل می‌کند. بر اساس آمار، اپل در سال ۲۰۰۴، بیش از یک سوم درآمد جهانی خود را به ایرلند هدایت کرده است. استفاده از این تکنیک متداول، در سال ۲۰۱۰ میزان مالیات پرداختی اپل را به حدود ۲ درصد از سود خالص این شرکت رسانده و این روند تا به امروز تداوم یافته است. بر اساس گزارش سال ۲۰۱۳ سنای آمریکا در مورد فرایندهای مالیاتی شرکت اپل، این غول بزرگ فناوری با استفاده از قوانین مالیاتی متفاوت ایرلند و ایالات متحده، میزان پرداخت مالیات به دولت این کشور را به حدود صفر رسانده است. شرکت اپل حدود ۱۰۲ میلیارد دلار از سرمایه خود را خارج از ایالات متحده نگهداری می‌کند. این در حالی است که شرکت‌های ثبت شده در ایرلند، تقریباً هیچ کارمند و فعالیت مشهودی ندارند.

۳-۴-۴- امنیت اطلاعات

با وجود محدود بودن تعداد بدافزارهای شناخته شده خطرناک برای سیستم عامل اختصاصی اپل، گزارش شرکت‌های امنیتی شاخص از آغاز روند افزایش آسیب‌پذیری محصولات این شرکت از سال ۲۰۰۳ تا به امروز حکایت دارد. این در حالی است که مدیران شرکت یاد شده با تکیه بر ادعای ضریب بالای امنیت محصولات خود، حجم فروش کالاهای برند اپل را به صورت مداوم افزایش داده‌اند. متخصصان امنیت مدعی هستند که دلیل کمتر هک یا آلوده شدن محصولات اپل، عدم وجود تمایل از هکرها است و ارتباطی با شیوه‌های تأمین امنیت این شرکت ندارد.

^۱ Google Voice

^۲ Adobe Flash

۳-۴-۵- تخریب محیط زیست

مسئله وجود مواد شیمیایی سمی پایدار و تخریب محیط زیست یکی از چالش‌های بزرگ شرکت اپل با افکار عمومی به شمار می‌رود. مؤسسه صلح سبز^۱، طی گزارشی در تاریخ ۲۱ آوریل سال ۲۰۱۱ اعلام کرد که مراکز داده شرکت‌های بزرگی چون اپل، حدود ۲ درصد از کل برق تولیدی جهان را مصرف می‌کنند و این میزان در حال افزایش است. علاوه بر این مؤسسه عمومی محیط زیست پکن^۲، در سال ۲۰۱۱ نسبت ضمن انتقاد از سیاست‌های زیست محیطی مخرب اپل اعلام کرد که تولیدکنندگان چینی محصولات این شرکت اقدام به دفع غیر اصولی مواد شیمیایی و فلزات سمی حاصل از فرایند تولید در محیط زیست می‌کنند.

۳-۴-۶- همکاری با آژانس امنیت ملی آمریکا

اسناد افشا شده از آژانس امنیت ملی ایالات متحده آمریکا^۳ که در سال ۲۰۱۳ توسط گاردین و واشنگتن پست منتشر شد، نشان می‌دهد که اپل جزو شرکت‌های حاضر در پروژه جاسوسی این سازمان امنیتی، موسوم به «پریزم»^۴ است. بر اساس ادعای مطرح شده از سوی این دو وبگاه خبری، هدف این پروژه، تأمین دسترسی دولت آمریکا به داده‌های شخصی افراد غیر آمریکایی ساکن در این کشور است. دولت ایالات متحده پس از انتشار این خبر وجود چنین پروژه‌ای را رسماً تایید کرد. بر اساس اسناد فاش شده، شرکت‌های حاضر در این طرح، دسترسی سرورهای خود را به طور کامل در اختیار آژانس امنیت ملی قرار داده بودند. این در حالی است که مدیران اپل، هرگز این ادعا را نپذیرفتند و هرگونه همکاری و حضور در این برنامه را منکر شدند.

۳-۵- مایکروسافت

انتقادات از شرکت مایکروسافت، بر دو بخش اصلی محصولات تولیدی و شیوه‌های تجارت مبتنی است. مسائلی چون امنیت تولیدات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، انحصار بازار، عدم پیروی از استانداردهای جهانی، نقض حریم شخصی و همکاری نظامی با ارتش آمریکا از محورهای اصلی گفتمان منتقدان عملکرد مایکروسافت محسوب می‌شود.

۳-۵-۱- همکاری در پروژه‌های نظامی آمریکا

شرکت مایکروسافت، در فوریه ۲۰۱۹، به خاطر عقد قرارداد ۴۸۰ میلیون دلاری با ارتش ایالات متحده، از سوی بسیاری از کارمندان خود مورد انتقاد شدید قرار گرفت. بر اساس متن قرارداد یاد شده ارتش آمریکا این مبلغ را در ازای تولید هدست‌های واقعیت افزوده برای استفاده از سوی نیروهایش به مایکروسافت پرداخت کرد.

¹ Greenpeace

² Beijing environmental group Institute of Public and Environmental Affairs

³ NSA

⁴ پریزم اسم رمز یک برنامه جاسوسی است که آژانس امنیت ملی ایالات متحده آمریکا آن را در سال ۲۰۰۷ آغاز کرد و هدف آن گردآوری داده‌های مربوط به ارتباطات اینترنتی ساکنان غیر آمریکایی این کشور از طریق چندین شرکت بزرگ فراهم‌آورنده خدمات اینترنت است.

۳-۵-۲- رویه‌های کاری

در حالی که بسیاری از کارندان دائمی شرکت مایکروسافت از بهترین شرایط رفاهی برخوردارند، بخش بزرگی از نیروی انسانی شرکت یاد شده خارج از این شرایط ممتاز هستند. اغلب پرسنل این شرکت به صورت موقت و قراردادی با مجموعه مایکروسافت همکاری دارند و از همین روی مجبور به کار بدون برخورداری از مزایای پزشکی و با حقوق بسیار پایین هستند. علاوه بر این، مایکروسافت همواره به واسطه ساعات کاری بیش از حد پرسنل خود مورد انتقاد است. به عقیده کارشناسان حجم کاری بالای کارکنان در این شرکت، سبب فرسودگی شغلی زودهنگام می‌شود. در واقع مایکروسافت همه امکانات لازم زندگی را برای کارمندان خود فراهم و در عین حال بیشترین فشار کاری ممکن را به آن‌ها وارد می‌کند. وجود امکانات رفاهی برای افراد شاغل در این شرکت، سبب وجود ساعات کاری غیر معقول و طولانی شده است.

۳-۵-۳- تبلیغات و روابط عمومی

بسیاری از منتقدان مایکروسافت مدعی هستند که مدیران این شرکت بودجه کلانی را برای جلب حمایت اندیشکده‌ها و سازمان‌های تجاری فعال در حوزه فناوری اختصاص داده‌اند. مؤسسه ای.تی.ال^۱، یکی از نهادهای متهم به دریافت کمک مالی از سوی مایکروسافت، در جریان بررسی پرونده انحصار این شرکت در بازار فناوری، با ارسال یک نظرسنجی جهت دار برای ۱۹ دادستان ایالتی، نتیجه گرفت که دولت آمریکا برای مبارزه با مونوپولی در حوزه فناوری باید به دنبال دلایلی غیر از فعالیت‌های مایکروسافت باشد. این سازمان همچنین در خلال جریان دادرسی، مقالاتی در نیویورک تایمز و واشنگتن پُست منتشر ساخت و به حمایت از مایکروسافت پرداخت.

۳-۵-۴- سانسور در چین

نام شرکت مایکروسافت، در کنار بسیاری دیگر از فعالان حوزه فناوری مانند گوگل، یاهو^۲، سیسکو^۳، اسکایپ^۴ و ... که دولت چین را در اجرای طرح سانسور، کنترل و محدودیت اینترنت این کشور یاری نمودند، به چشم می‌خورد. برخی نهادهای بین‌المللی چون دیده‌بان حقوق بشر و خبرنگاران بدون مرز، مایکروسافت را در صدر این لیست مورد انتقاد قرار دادند و در گزارش خود در این مورد خاطر نشان کردند حضور شرکت‌هایی

^۱ ATL

^۲ Yahoo

^۳ Cisco

^۴ Skype

که وجودشان به آزادی بیان و جریان آزاد اطلاعات وابسته است در اجرای چنین طرحی بسیار تناقض آفرین و طعنه‌آمیز است.

۳-۵-۵- چالش‌های حریم شخصی

مایکروسافت نخستین شرکتی است که برای همکاری با سازمان امنیت ملی آمریکا در راستای اجرای طرح جاسوسی «پریزم» اعلام آمادگی کرده است. بر اساس اسناد افشا شده از سوی گاردین و واشنگتن پست، مایکروسافت نخستین شرکتی است که در پروژه جاسوسی دولت آمریکا از افراد خارجی حاضر در این کشور حضور یافته است. علاوه بر این، مقامات مسئول نیز پس از اذعان به صحت این خبر، ادعای مطرح شده در مورد مایکروسافت را نیز تأیید کردند.

بر اساس گزارش گاردین، فعالیت‌های زیر از محورهای اصلی همکاری این غول بزرگ فناوری با نهادهای امنیتی آمریکا است:

- ارائه کدهای لازم برای شکستن مکالمات و ایمیل‌های رمزنگاری شده در بستر وبگاه اوت لوک^۱ و هات میل^۲
- هدایت آژانس امنیت ملی آمریکا جهت تسهیل دسترسی به محتوای ذخیره شده در سرویس فضای ابری شرکت
- واگذاری آرشیو ویدیو مکالمات صورت گرفته در اسکایپ پس از خرید این شرکت و ادغام آن با مجموعه مایکروسافت

علاوه بر این پرونده، جمع‌آوری و ضبط اطلاعات شخصی کاربران ویندوز ۱۰ به صورت پیشفرض نیز یکی از بزرگ‌ترین مسائل مورد انتقاد کارشناسان محسوب می‌شود. گرچه مدیران این شرکت مدعی هستند که از داده‌ها برای بهینه‌سازی کارایی سیستم عامل استفاده می‌کنند؛ اما به نظر نمی‌رسد دسترسی آزاد این شرکت به همه داده‌های کاربران چنین هدف و کاربردی داشته باشد. از جمله نهادهای عالی حکومتی که به این طرح اعتراض کرده‌اند می‌توان به کمیسیون حفاظت از اطلاعات فرانسه و اتحادیه اروپا اشاره کرد.

فصل ۴- سیاستمداران آمریکایی منتقد آگام و چالش‌های

شرکت‌های فناوری

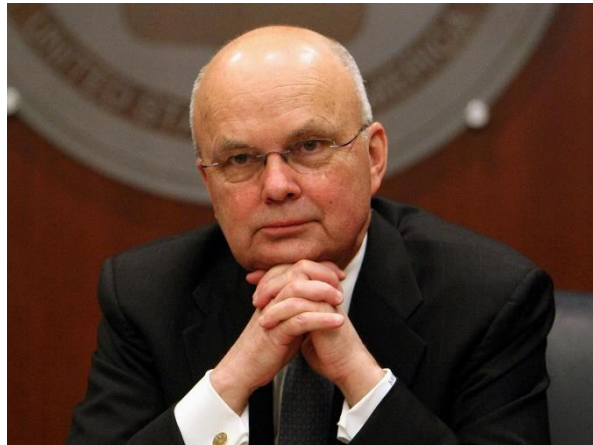
دامنه انتقادات تند از نحوه عملکرد شرکت‌های بزرگ فناوری، تنها به فعالان این حوزه و مدیران سابق غول‌های فناوری محدود نمی‌شود. رویه‌های جاری در صنعت فناوری که عموماً در انحصار پنج شرکت بزرگ

^۱ Outlook.com

^۲ Hotmail email

آمریکایی، یعنی فیس‌بوک، آمازون، اپل، مایکروسافت و گوگل قرار دارد، اعتراض بسیاری از چهره‌های نام‌آشنای سنا و کنگره ایالات متحده را نیز برانگیخته است. این گروه نسبتاً بزرگ که از اعضای هر دو حزب دموکرات و جمهوری‌خواه هستند، تا به امروز تصمیمات عملی متعددی برای کنترل شرکت‌های فناوری اتخاذ کرده‌اند. در ادامه متن حاضر، به بررسی گروه‌های مخالف با سیاست‌های اقتصادی و فناورانه شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری و مواضع هر یک از آنها خواهیم پرداخت. بر این اساس، از شاخص‌ترین چهره‌ها منتقدان گفام در میام سیاستمداران و قانون‌گذاران آمریکایی، می‌توان به این موارد اشاره کرد.

۴-۱- مایکل هایدن^۱



مایکل هایدن مدیر سابق آژانس امنیت ملی^۲ و سازمان اطلاعات مرکزی^۳ آمریکا است. وی پس از بازنشستگی و اتمام خدمات دولتی خود به همکاری با نهادهای متولی تأمین امنیت سایبری شبکه توزیع برق ایالات متحده مشغول است. او همچنین از سال ۲۰۱۷ به عنوان تحلیلگر حوزه امنیت ملی وارد شبکه خبری سی.ان.ان شد. مقطع زمانی ریاست وی در آژانس امنیت ملی آمریکا، به سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۵ بازمی‌گردد. هایدن در دوران مدیریت خود بر این نهاد امنیتی، طرح نظارت بر ارتباطات فناورانه شهروندان آمریکا با گروه‌های تروریست خارجی، که بعدها به جنجال نظارت ان.اس.ای معروف شد را به اجرا در آورد. وی در تاریخ ۸ می ۲۰۰۶ در پی استعفای پورتر گاس^۴، رئیس وقت سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا، این مسئولیت را عهده دار شد. خدمت او در سازمان سیا تا ۱۲ فوریه سال ۲۰۰۹ ادامه یافت.

^۱ Michael Hayden

^۲ NSA

^۳ CIA

^۴ Porter J. Goss

هایدن که حدود ۴۱ سال در سطوح مختلف نهادهای امنیتی ایالات متحده خدمت کرده است در تاریخ ۱ می سال ۲۰۱۸ و در دوران بازنشستگی خود، طی مصاحبه‌ای با شبکه خبری سی.بی.اس.^۱ در مورد شرکت‌های بزرگ فناوری گفت: «شرکت‌های فناوری به عنوان بزرگ‌ترین تهدید برای حریم شخصی شهروندان آمریکا، جایگزین دولت شده‌اند. جاه‌طلبی و سطح فناوری ما از قانون، سیاست و هنجارها فراتر رفته است و حال برای رسیدن به موفقیت در تلاش هستیم. همه ما به عنوان افراد یک جامعه آزاد، عادت داریم که فقط در برابر دولت از حریم شخصی خود دفاع کنیم. زیرا همواره فقط دولت این قدرت را داشته است. حال دیگر دولت یک تهدید اصلی برای حریم خصوصی افراد به شمار نمی‌رود. اکنون فعالان صنعت خصوصی فناوری خطر اصلی هستند.»

۴-۲- کریستوفر ری^۲



کریستوفر ری، مدیر اف.بی.آی، از مخالفان سرسخت شیوه‌های جدید رمزنگاری شرکت‌های فناوری بزرگ است. وی که در خلال سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۵، معاونت دادستانی کل ایالات متحده را نیز بر عهده داشته در تاریخ ۱ اوت سال ۲۰۱۷، با رأی قاطع سنای آمریکا به عنوان رئیس سازمان پلیس فدرال این کشور برگزیده شد. ری در جریان سخنرانی خود در کنفرانس آراس.ای.^۳ ۲۰۱۹، با انتقاد از شرکت‌های فناوری اعلام کرد که رمزگذاری اطلاعات باید با محدودیت‌هایی همراه شود. وی در این مورد گفت: «الگوریتم‌های رمزنگاری با بالا بردن ضریب امنیت گفتگوهای مجازی می‌توانند بسیار مفید واقع شوند. اما این امکان نباید به عرصه‌ای برای جولان آزادانه مجرمان بدل شود. شکل‌گیری فضایی امن برای ارتباط مجرمان، نمی‌تواند در این کشور به رویه‌ای عادی و شرایطی پایدار بدل شود.» سازمان‌های امنیتی مانند اف.بی.آی، پیش از این نیز بارها در مورد آنچه ری می‌گوید، ابراز نگرانی کرده‌اند و معتقدند که این فناوری سبب ناتوانی نهادهای قانونی از تعقیب مجرمان در فضای مجازی می‌شود

^۱ CBS News

^۲ Christopher Wray

^۳ RSA

۴-۳- ویلیام بار^۱



ویلیام بار، حقوقدان اهل ایالات متحده آمریکا و دادستان کل ایالات متحده است. او پیش‌تر از ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۵ در دولت جرج بوش پدر نیز ۷۷مین دادستان کل ایالات متحده آمریکا بوده‌است. دونالد ترامپ در ۷ دسامبر ۲۰۱۸ بار را به عنوان دادستان کل کشور معرفی و او در سال ۲۰۱۹ شروع به کار کرد. به جرأت می‌توان آغاز تحقیقات گسترده در مورد نقض قوانین ضدانحصار از سوی شرکت‌های بزرگ فناوری را مهم‌ترین اقدام عملی بار در دوران تصدی پست دادستانی کل آمریکا دانست. در ساختار سیاسی ایالات متحده، دادستان کل کشور، وظیفه مدیریت وزارت دادگستری را نیز بر عهده دارد.

۴-۴- الیزابت وارن^۲



الیزابت وارن، متولد ۲۲ ژوئن ۱۹۴۹، سناتور ارشد آمریکایی از ایالت ماساچوست و عضو حزب دموکرات است. وی پیش از این به عنوان استاد حقوق، در دانشگاه‌های هیوستون، تگزاس، پنسیلوانیا و هاروارد تدریس کرده و پیش از آغاز فعالیت سیاسی، یکی از اساتید برجسته حقوق تجارت، بوده است. ورود وی به

^۱ William Barr

^۲ Elizabeth Warren

عرصه سیاست به سال ۱۹۹۵ بازمی‌گردد، وی در این تاریخ، طی مخالفت با دستورالعمل ۲۰۰۵ محدودیت دسترسی اشخاص به ورشکستگی^۱ وارد عرصه جدی کارزارهای سیاسی شد و در ادامه، مواضع عمومی وی به نفع تصویب قوانین سختگیرانه بانکی، پس از بحران مالی سال ۲۰۰۷-۲۰۰۸ بر شهرت وی افزود. وارن یکی از بنیان‌گذاران دفتر حمایت مالی مصرف‌کنندگان در آمریکا به شمار می‌رود و نخستین مشاور ویژه باراک اوباما در دوره ریاست جمهوری نیز بود. او در نوامبر ۲۰۱۲ به عنوان نماینده حزب دموکرات از ایالت ماساچوست در انتخابات حضور یافت و بر رقیب جمهوری خواه خود اسکات براون^۲ پیروز شد. وی در طول فعالیت طولانی مدت خود در سنای ایالات متحده، در سابقه حضور در کمیته‌های زیر را در کارنامه دارد:

- کمیسیون خدمات نظامی
- کمیسیون امور بانکی، مسکن و شهرسازی
- کمیسیون بهداشت، آموزش و کار

وارن که در سل ۲۰۱۸ با شکست جف دیهل^۳، رقیب جمهوری خواه خود بار دیگر به سنای آمریکا راه یافت، در تاریخ ۹ فوریه ۲۰۱۹ در یک تجمع سیاسی در شهر لارنس از ایالت ماساچوست، نامزدی خود برای انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۲۰ را اعلام کرد. وارن پس از اعلام ورود خود به کارزار انتخابات، تقویت مزارع کشاورزی خانوادگی از طریق افزایش حمایت‌های دولتی، برنامه‌ریزی برای کاهش حجم بدهی‌های ناشی از اعطای وام دانشجویی، ارائه شهریه رایگان برای کالج‌های عمومی، افزایش مالیات شرکت‌های تجاری بزرگ و تشدید قوانین محدود کننده غول‌های فناوری دره سیلیکون را در رأس وعده‌های انتخاباتی خود قرار داده است. وارن که یکی از منتقدان بزرگ نحوه فعالیت شرکت‌های بزرگ فناوری آمریکا به شمار می‌رود، در تاریخ ۲۲ آوریل سال میلادی جاری، طی انتشار یک ویدیو در توئیتر شخصی خود، نوشت: «شرکت‌های بزرگ فناوری، قدرت بیش از حد دارند. برنامه من موسوم به شکستن شرکت‌های بزرگ فناوری، از نابود شدن همه رقبا توسط شرکت‌های بزرگی چون آمازون و از بین رفتن رقابت در بازار، جلوگیری می‌کند. شما می‌توانید داور یا بازیکن باشید؛ اما نمی‌توانید همزمان هر دو باشید.»

^۱ 2005 act restricting bankruptcy access for individuals

^۲ Scott Brown

^۳ Geoff Diehl



ویدیو یاد شده، بخشی از یک جلسه پرسش و پاسخ است که از طریق شبکه سی.ان.ان^۱ پخش شده و وارن در آن به توضیح مشکل خود با رویکرد تجاری شرکت‌های بزرگ فناوری می‌پردازد. متن گفتار این سناتور شاخص دموکرات در فایل ویدیویی یاد شده به شرح زیر است:

«این نکته‌ای است که ما می‌خواهیم در مورد آمازون، گوگل، اپل و بسیاری از این شرکت‌های بزرگ به یاد آوریم. فعالیت آن‌ها عموماً دو بخش عمده دارد. یک بخش ایجاد بستر است. این بستر فضایی است که مردم می‌توانند در آن وارد شوند و به خرید و فروش کالاها بپردازند. این مکانی است که شما برای رفع نیازهایتان به آن مراجعه می‌کنید و می‌توانید محصولات مختلف را مقایسه کرده و در کمتر از ۲۴ ساعت تحویل بگیرید. حال به تعریفی از مقیاس شرکت‌هایی چون آمازون و والمارت می‌پردازیم. این شرکت‌ها حدود ۹ درصد از کل حجم معاملات کالا و خدمات در ایالات متحده آمریکا را در اختیار دارند. اگر می‌خواهید چیزی را به صورت آنلاین در اینترنت بفروشید، باید بگوییم که آمازون به تنهایی ۴۹ درصد از حجم این نوع فروش را در اختیار دارد. در این شرایط آمازون بستری بزرگ برای فروش محصولات خود دارد و من با این مسئله مشکلی ندارم. اما فعالیت آمازون بخش دیگری نیز دارد. این شرکت در ادامه، کل اطلاعات کلیک شده از سوی خریدار و فروشنده‌ای که وارد می‌شوند را به دست می‌آورند. هر بار که برای خرید وارد آمازون می‌شوید، آن‌ها اطلاعات شما را استخراج

^۱ CNN

کرده و بر حجم دانسته‌های خود از شما می‌افزایند. حال شرکت می‌داند که مشتریان دقیقاً در پی یافتن چه کالاهایی هستند. و برای نمایش حجم بیشتری از محصولات خود به مشتری، دسترسی به کالای پُرطرفدار و اساسی را در وبسایت خود اندکی پیچیده و دشوار می‌کند. به عنوان مثال، آن محصول را از صفحه اول به صفحه شانزدهم منتقل می‌کند تا مشتری زمان بیشتری را در فروشگاه بگذراند. علاوه بر این، شرکتی چون آمازون به واسطه اطلاعات گسترده‌ای که در مورد بازار و مشتریان آنلاین خود دارد، می‌تواند همه رقبای خود را تضعیف و از دور رقابت خارج کند. این اتفاقی کاملاً واقعی است که اکنون نیز در جریان است. این امر بدین معنا است که شما تلاش می‌کنید یک کسب و کار جدید را آغاز کنید و شرکت‌های بزرگی چون آمازون و گوگل جلوی پیشرفت شما را می‌گیرند و در برخی موارد پیش از جدی شدن روند فعالیت اقتصادی، شرکت نوپای شما را با میزان نسبتاً کمی پول، تملک می‌کنند. شما در یک بازی بیسبال، می‌توانید داور باشید یا یکی از بازیکنان حاضر در زمین، اما نمی‌توانید همزمان هم داور و هم بازیکن باشید. این امر سبب از بین رفتن قوانین بازی می‌شود. اگر ما بستر انحصاری در اختیار شرکت‌های بزرگ فناوری را تضعیف کرده و از بین ببریم، خواهیم دید که بازار ایالات متحده آمریکا به عنوان بستری بسیار پُر سود و منظم جایگزین می‌شود و در چنین شرایطی، کسب و کارهای کوچک، شانس رسیدن به موفقیت را دارند. این دلیلی است که من برای تأکید بر لزوم شکستن انحصار شرکت‌های بزرگ فناوری آمریکا دارم.»

وارن پیرو این سخنان و طی ماه‌های اخیر، فعالیت خود را در راستای شکستن انحصار آگفام، آغاز کرده است. وی طی یک سخنرانی در تاریخ ۲۵ جولای، گفت: «۲۵ سال پیش، فیس‌بوک، گوگل و آمازون وجود نداشتند. لوائح ضدانحصاری دولت وقت ایالات متحده علیه مونوپولی میکروسافت، راه را برای ظهور شرکت‌های اینترنتی بزرگی چون گوگل، فیس‌بوک و آمازون باز کرد. حال این شرکت‌ها بزرگ‌ترین و شناخته‌شده‌ترین فعالان حوزه فناوری جهان هستند و خود به یکی از عوامل ایجاد انحصار در بازار بدل شده‌اند. دولت باید این انحصار را بشکند و بازار رقابتی را تقویت کند.»

وی در ادامه سخنان خود، پیشنهاد داده است که تدبیری برای ایجاد بازار آزاد از طریق لغو ادغام‌های ضد رقابتی اندیشیده شود و بسیاری از شرکت‌های اقماری غول‌های بزرگ فناوری به صورت مستقل کار خود را ادامه دهند. به عنوان مثال، شرکت‌های هول فودز^۱ و زاپوس^۲ از شرکت آمازون جدا شوند، واتساپ و اینستاگرام، به صورت مستقل از فیس‌بوک فعالیت خود را ادامه دهند و شرکت‌هایی چون ویز^۳، نست^۴ و دابل کلیک^۵ نیز از ذیل شرکت گوگل، خارج شوند.

^۱ Whole Foods

^۲ Zappos

^۳ Waze

^۴ Nest

^۵ DoubleClick

۴-۵- جاش هاوولی^۱



جاش هاوولی، یک حقوق دان و سناتور جوان جمهوری خواه است که پیش از ورود به سنا، از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹، دادستانی کل ایالت میسوری را بر عهده داشته است. وی با پیروزی بر سناتور دموکرات میسوری، کلیر مک کسکیل^۲ در انتخابات ۲۰۱۸ به عنوان جوان ترین عضو سنای آمریکا، با ۳۹ سال سن، وارد این نهاد عالی قانون گذاری در ایالات متحده آمریکا شد.

هاوولی پیش از راه یافتن به سنا، در زمان تصدی پست دادستانی کل میسوری، اقدام به معرفی برخی قوانین و دستورالعمل های اجرایی کرد. از جمله مهم ترین این اقدامات در دوره یاد شده، می توان به صدور دستور تحقیقات از شرکت های برگ فناوری اشاره کرد.

جاش هاوولی در نوامبر سال ۲۰۱۷ پرونده تحقیق در مورد شیوه های تجاری گوگل را به منظور شناسایی هر گونه نقض حقوق مصرف کننده و قوانین ضد انحصار از سوی این شرکت باز کرد. تمرکز اصلی این تحقیق قضایی بر نوع اطلاعات ذخیره شده از سوی سرورهای گوگل و نحوه استفاده از این داده ها برای ارائه خدمات به مشتریان معطوف بوده است. این سناتور و حقوق دان جوان در آوریل سال ۲۰۱۸ در پی انتشار خبر رسوایی بزرگ کمبریج آنالیتیکا اعلام کرد که دفترش به منظور تحقیق در مورد نحوه اشتراک گذاری اطلاعات حیاتی کاربران از سوی فیس بوک برای این شرکت احضار به صادر کرده است.

فعالیت های هاوولی به عنوان یک دادستان کل ایالتی نشان می دهد که وی از ابتدای آغاز فعالیت خود، انتقاداتی نسبت به شرکت های بزرگ فناوری داشته و همواره در پی تغییر الگوهای کسب و کار این غول های تجاری بوده است. وی در تاریخ اکتبر سال ۲۰۱۷ نامزدی خود را برای شرکت در انتخابات سنا به عنوان نماینده جمهوری خواهان میسوری رسماً اعلام کرد و در مرحله نخست انتخابات با کسب اکثریت آراء رقیب سرسخت خود کلیر مک کسکیل، نماینده دموکرات را شکست داد. هاوولی در طول مدت حضور خود در سنای آمریکا، حضور در کمیته های زیر را در کارنامه دارد:

- کمیسیون خدمات نظامی

^۱ Josh Hawley

^۲ Claire McCaskill

- کمیسیون امنیت داخلی و امور دولت
- کمیسیون دادگستری
- کمیسیون مشاغل کوچک و کارآفرینی

سناتور جوان اهل میسوری که نخستین دوره حضورش در سنا را تجربه می‌کند، تا به امروز، گام‌های موثری برای مقابله با شرکت‌های بزرگ فناوری برداشته است. حضور فعال در طرح لوایحی چون تقویت محافظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان^۱ و دستورالعمل اجرایی منع ردیابی^۲ برای آگاه شدن کاربران از اطلاعاتی که توسط شرکت‌ها استخراج می‌شوند، اشاره کرد.

جاش هاوولی که اکنون به یکی از گزینه‌های جمهوری خواهان برای نامزدی انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۴ بدل شده است، اخیراً طی سخنانی در سنای ایالات متحده، به تبیین رویکرد خود در مورد شرکت‌های بزرگ فناوری پرداخته است. سخنان وی به شرح زیر است: «هدف من پاسخگو نگه داشتن شرکت‌های فناوری است. این قبیل شرکت‌ها، خصوصاً گوگل، فیس‌بوک و توئیتر، الگویی مبتنی بر شیوه‌های سوء استفاده و اعتیاد ایجاد کرده‌اند. ما باید از خود بپرسیم که واقعاً این شرکت‌ها به کشور ما چه چیزی افزوده‌اند؟ آیا آن‌ها بهره‌وری اقتصادی را افزایش داده‌اند؟ آیا آن‌ها با دستمزدهای بالا مشاغل جدید ایجاد کرده‌اند؟ آیا فعالیت آن‌ها ما را با سوادتر کرده است؟ من فکر نمی‌کنم این طور باشد. پاسخ همه این سؤالات منفی است.»

وی در روزهای اخیر، با انتشار یک توئیت، بار دیگر بر مواضع سخت خود علیه شرکت‌های بزرگ فناوری تأکید کرده است. متن این توئیت به شرح زیر است: «شرکت‌های بزرگ فناوری در حال سرافکنده کردن کشور هستند. ما باید انتظار پیشرفت و نوآوری بیشتری داشته باشیم. اما راز کثیف شرکت‌های بزرگ فناوری تکیه آن‌ها بر استثمار به جای نوآوری و پیشرفت است.»



^۱ online privacy protections for children

^۲ Do Not Track Act

وی اخیراً لایحه‌ای به نام «قانون فناوری کاهش اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی»^۱ را به مجلس آمریکا ارائه کرده است. این لایحه در صورت تصویب ویژگی‌های سوءاستفاده‌جویانه شبکه‌های اجتماعی را ممنوع می‌کند. این لایحه اسکرول کردن متوالی و پخش خودکار ویدئو و صوت را ممنوع می‌کند. همچنین طبق آن در شبکه‌های اجتماعی، نقطه توقفی برای پُست‌ها و سرویس‌رسانی وجود خواهد داشت که کاربر را مجبور می‌کند از شبکه اجتماعی فاصله بگیرد. وی همچنین طی مصاحبه‌ای با وبگاه «دورج»^۲ در تاریخ ۸ می، گفت: «شبکه‌های اجتماعی و بازی‌های ویدیوی آنلاین، اعتیاد کاربران را هدف قرار داده‌اند. آن‌ها با سوء استفاده از کودکان ما، آن‌ها را از واقعیت دور می‌کنند». به جرأت می‌توان هاولی را یکی از بزرگترین منتقدان رویه تجاری و مدیریتی شرکت‌های بزرگ فناوری در ساختار قانونگذاری ایالات متحده دانست.

۴-۶- تد کروزر^۳



تد کروزر، سیاستمدار و حقوقدان آمریکایی است که از سال ۲۰۱۳ به عنوان سناتور ایالت تگزاس در سنای ایالات متحده حضور دارد. وی به عنوان یکی از نامزدهای ریاست جمهوری در انتخابات سال ۲۰۱۶ این کشور حضور یافت و مغلوب رقیب هم حزبی خود، دونالد ترامپ شد. کروزر مدارک دانشگاهی خود در رشته حقوق را از دانشگاه‌های پرینستون و هاروارد کسب کرده و در خلال سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ به سمت‌های دولتی متعددی از جمله مدیریت دفتر برنامه‌ریزی سیاست در کمیسیون تجارت فدرال^۴، معاونت دادستان کل وزارت دادگستری و مشاور سیاست داخلی جورج بوش در دوران کمپین‌های تبلیغاتی رسیده است. او از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸ نیز به عنوان دادستان کل ایالت تگزاس خدمت کرده است. وی رکورد طولانی‌ترین دوره خدمت

^۱ Social Media Addiction Reduction Technology Act

^۲ The verge

^۳ Ted Cruz

^۴ FTC

به عنوان دادستان تگزاس را در اختیار دارد و نخستین آمریکایی اسپانیایی تباری است که به این پُست منصوب شده است.

کروز در سال ۲۰۱۲ با ربودن گوی سبقت از هم حزبی خود، کی بیلی هاچیسون^۱، در انتخابات سنای ایالات متحده آمریکا به این نهاد قانون‌گذار راه یافت. او همچنین نخستین آمریکایی اسپانیایی تباری است که به نمایندگی از ایالت تگزاس وارد سنا شده است. تد کروز در سال ۲۰۱۶ به عنوان کاندید وارد کارزار انتخابات ریاست جمهوری شد و تا پیش از کناره‌گیری از ادامه رقابت، در ۱۲ ایالت بر همه رقبای هم حزبی خود پیروز شد. کروز، در کنار باب مندز^۲ و مارکو روبیو^۳ یکی از سه سناتور کوبایی تبار ایالات متحده است. وی سابقه حضور در کمیته‌های مختلف سنای ایالات متحده را دارد. از جمله این کمیسیون‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- کمیسیون خدمات نظامی
- کمیسیون دادگستری
- کمیسیون تجارت، علم و حمل و نقل
- کمیسیون قوانین و مدیریت

کروز اخیراً به جمع کثیر منتقدان رویکرد شرکت‌های بزرگ فناوری در نهادهای قانون‌گذار ایالات متحده آمریکا پیوسته است. وی از سخنرانان اصلی جلسات استماع اخیر بزرگان حوزه فناوری در سنای آمریکا بود. کروز در نخستین جلسه که با حضور مدیران فیس‌بوک و توییتر در تاریخ ۱۰ آوریل برگزار شد، طی نطق خود به انتقاد از اشاعه سانسور گسترده توسط شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری پرداخت و چنین گفت: «آنچه خطر سانسور سیاسی بسیار مشکل‌ساز می‌کند، مسئله عدم شفافیت و توانایی تعداد انگشت شماری از شرکت‌های بزرگ فناوری برای تصمیم‌گیری در مورد میزان دسترسی افراد به اطلاعات است. در چنین فضایی، بسیاری از سخنان و اطلاعات به سادگی محو می‌شوند. فناوری‌های نوظهور، نه تنها توانایی خاموش کردن صداها را دارند، بلکه قادر هستند بسته‌ای مشخص از خوراک اطلاعاتی را نیز در اختیار کاربر خود قرار دهند. آزادی بیان، یک اصل از قانون اساسی ما است. اولین بخش قواعد حقوقی ما با اصل آزادی بیان آغاز می‌شود و همه فرایندهای دموکراتیک ما وابسته به گفتار آزاد هستند. مسئله من این است که شرکت‌های بزرگ فناوری با کنگره و مردم آمریکا در حال معامله هستند، آن‌ها اطمینان می‌دهند که بی‌طرف، منصف و به دور از رفتارهای مغرضانه عمل کنند و در ازای آن می‌توانند از مسئولیت محتوای منتشر شده در بستر خود مصون باشند. اگر یک گول فناوری بخواهد به بلندگوی یک حزب و گروه خاص بدل شود، قطعاً این حق را دارد. اما باید بداند که در این صورت نمی‌تواند همچنان از امتیازات ویژه‌ای که دولت فدرال در اختیارش قرار داده است، استفاده کند.»

^۱ Kay Bailey Hutchison

^۲ Bob Menendez

^۳ Marco Rubio

وی در ادامه سخنان خود، انگشت اتهام خود را به سوی شرکت گوگل نشانه رفت و گفت: «اگر شرکت‌های بزرگ حوزه فناوری، نتوانند داده‌ها و شواهد قانع‌کننده‌ای مبنی بر عدم وقوع سانسور گسترده در سازوکار خود ارائه کنند، هیچ دلیلی وجود ندارد که کنگره به سبب قوانین موجود، همچنان به آن‌ها امتیازات ویژه اعطا کند. این مسئله، عاملی است که ما را به عمق این مسئله می‌برد. این شرکت‌ها بسیار غیرشفاف عمل می‌کنند. گوگل با افتخار اعلام می‌کند که برای همه و در هر زمان به صورت مداوم داده‌های مورد نظر را جمع‌آوری می‌کند و نمایش می‌دهد. آن‌ها می‌گویند که می‌دانند شما چه چیزی را جستجو می‌کنید. از اطلاعات مربوط به خریدهای شما و علایقتان هم آگاهی دارند. این در حالی است که این نوع از اشتراک‌گذاری اطلاعات، یک جاده یک‌طرفه است. این روند باید تغییر کند و گوگل نمی‌تواند پشت الگوریتم‌های خود پنهان شود. همه ما به اطلاعات نیاز داریم و محافظت از آزاد اطلاعات و آزادی بیان چیزی است که به آن محتاج هستیم.»

این بخش از سخنرانی کروز در جلسه استماع فیس‌بوک و توییتر، زمینه را برای شکل‌گیری جلسه استماع دوم با حضور مدیران گوگل در تاریخ ۱۶ جولای فراهم ساخت. تد کروز، رئیس کمیسیون دادگستری سنای آمریکا در دومین جلسه استماع با مدیران شرکت‌های بزرگ فناوری نیز مانند نخستین نشست، با تکرار مواضع پیشین خود گفت: «همان‌طور که پیش از این اشاره کردم، هرگونه تحقیق و تفحص در مورد مسئله سانسور اطلاعات از سوی شرکت‌های بزرگ فناوری، باید با توجه و تمرکز ویژه بر شرکت گوگل انجام شود. کنترل گوگل بر آن چه مردم می‌شنوند، می‌بینند، می‌خوانند و می‌گویند، بی‌سابقه است. تقریباً ۹۰ درصد کل جستجوهای اینترنتی در ایالات متحده آمریکا از بستر گوگل انجام می‌شود. تسلط این شرکت بر داده‌های اینترنت به حدی بالا است که فعل «گوگل کردن» به یکی از واژه‌های پُر کاربرد زبان ما بدل شده است. گوگل با این قدرت بازار می‌تواند اغلب گفتمان‌های ما را کنترل کند و همواره در دفاع از خود، عنوان می‌کند که عمدی در این اتفاق وجود نداشته و همه مسئولیت‌ها بر عهده الگوریتم‌ها است. این در حالی است که موتور جستجوگر گوگل، در واقع هیچ قدرتی ندارد و توسط انسان‌ها نوشته شده است. بنابراین هر بار که در صفحات وب جستجو می‌کنید، فقط صفحاتی قابل مشاهده هستند که مدیران گوگل تصمیم دارند به شما نمایش دهند. این مورد در شرکت‌های تابعه گوگل چون یوتیوب هم قابل مشاهده است.»

وی در این جلسه نتیجه گرفت که این توانمندی، قدرتی حیرت‌انگیز برای منع گفتار، دستکاری در نتایج جستجو، از بین بردن رقبای موجود و شکل‌دهی به فرهنگ جوامع در اختیار شرکت‌های فناوری قرار می‌دهد. او تلاش دارد که با اثبات اقدامات غیر قانونی این شرکت‌ها، امتیازات ویژه موجود برای فعالیت آن‌ها در ایالات متحده را لغو کند.

۴-۷- ایمی کلوبشار^۱

ایمی کلوبشار، حقوق‌دان و سناتور ارشد ۴۹ ساله اهل ایالت مینه‌سوتا^۱ است. وی از اعضای حزب دموکرات آمریکا به شمار می‌رود. وی پیش از این سابقه تصدی پست دادستانی بخش هنپین^۲ را در کارنامه دارد.

وی متولد پلیموت^۳ یکی از بخش‌های ایالت مینه‌سوتا است و مدرک حقوق خود را از دانشگاه‌های ییل^۴ و شیکاگو^۵ کسب کرده است. کلوبشار در سال ۲۰۰۶ با شکست مارک کندی^۶ نامزد جمهوری خواه و رابرت فیتس جرال^۷ نماینده حزب مستقل مینه‌سوتا، به عنوان نخستین سناتور زن اهل مینه‌سوتا به سنای آمریکا راه یافت و در انتخابات سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۸ با پیروزی بر رقبای جمهوری خواه خود، در این نهاد قانون‌گذار باقی ماند. رسانه‌ها در خلال سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۹ به وی لقب «ستاره در حال ظهور حزب دموکرات» را دادند. او در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ ایالات متحده شرکت می‌کند و یکی از نامزدهای حزب دموکرات در این رویداد سیاسی خواهد بود. در طول مدت حضور خود در سنا، عضویت در کمیسیون‌های زیر را سوابق خود ثبت کرده است:

- کمیسیون دادگستری
- کمیسیون تجارت، علم و حمل و نقل
- کمیسیون کشاورزی، تغذیه و جنگل‌داری
- کمیسیون قوانین و مقررات

^۱ Amy Klobuchar

^۱ Minnesota

^۲ Hennepin

^۳ Plymouth

^۴ Yale University

^۵ University of Chicago Law School

^۶ Mark Kennedy

^۷ Robert Fitzgerald

کلوبشار در تاریخ ۱۰ مارس سال ۲۰۱۹ در یک اظهار نظر شخصی در توییتر با اشتراک گذاری فایل ویدیویی مربوط به بخشی از مصاحبه خود در حاشیه اجلاس اس.ایکس.اس.دبلیو^۱ نوشت:

«من مطرح شدن ایده‌های جدید و نوآوری از سوی شرکت‌های بزرگ فناوری را دوست دارم؛ اما این که آن‌ها همواره می‌گویند به ما اعتماد کنید و ما نیز چنین کاری می‌کنیم را دوست ندارم.»

وی در ویدیو هم‌رسانی شده ذیل این توییت در پاسخ به سؤال مصاحبه‌کننده در مورد اعتماد به شرکت‌های فناوری می‌گوید: «من به این شرکت‌ها اعتماد ندارم. من به موفقیتی که آن‌ها برای آمریکا به ارمغان آورده‌اند، به اشتغال‌زایی آن‌ها برای عده زیادی از افراد، به نوآوری و ایده‌های خلاقانه‌ی جدید آن‌ها علاقه‌مند هستم. اما این که آن‌ها همواره می‌گویند به ما اعتماد کنید و ما نیز چنین کاری می‌کنیم را دوست ندارم. به نظر من اکنون کسب و کار آن‌ها را پذیرفته و اجازه داده‌ایم که آن‌ها (شرکت‌های بزرگ فناوری) کنترل امور را در دست بگیرند. ما گفته‌ایم که کسب و کار آن‌ها را دوست داریم، می‌خواهیم آن‌ها مردم را استخدام کنند و این بخشی از راه تحقق آمریکای بزرگ و قدرتمند است. اما باید همواره نظارت و تعادل را در نظر بگیریم. بزرگ‌ترین هدف دولت در زندگی من، محافظت از امنیت مردم است. اکنون آن‌ها از امنیت ما حفاظت نمی‌کنند. نه از امنیت حریم شخصی ما و نه از امنیت ملی ما.»

وی همچنین در تاریخ ۵ مارس، اندکی پس از توییت خود طی مصاحبه‌ای با شبکه سی.ان.ان در مورد لزوم کنترل فعالیت شرکت‌های بزرگ فناوری گفت: «بسیاری از سیاست‌مداران آمریکا، در برابر انقلاب دیجیتال سر خود را در برف فرو کرده‌اند. من فکر می‌کنم که برخی اعضای کنگره، چشم خود را بر روی لابی قدرتمند و مزیت شرکت‌های بزرگ فناوری بسته‌اند و قصد ندارند با این چالش رو به رو شوند. آن‌ها به خاطر نداشتن ایده‌ای برای کنترل این شرکت‌ها، به آن‌ها اجازه یکه تازی می‌دهند و در فقدان قوانین حفاظت از حریم شخصی مؤثر، فضای مدنظر این شرکت‌ها بسیار کثیف است. حال که ما در حال برگزار کردن جلسات استماع در این مورد هستیم، آن‌ها می‌گویند که این عادلانه نیست.»

وی در ادامه این گفتگو، بر لزوم افزایش کنترل بر این غول‌های فناوری و تشدید قوانین مالیاتی آن‌ها تأکید کرد. کلوبشار پیش از این نیز در تاریخ ۱۴ سپتامبر ۲۰۱۷ اقدام به معرفی طرحی برای جلوگیری از تداوم روند ادغام و تقویت رقابت اقتصادی کرده بود. به عقیده او، تصویب چنین لوایحی به عنوان یک دستورالعمل اجرایی، نهادهای انتظامی ضد انحصارگرایی را احیا و تقویت می‌کند. کلوبشار طی تازه‌ترین اظهار نظر خود در تاریخ ۲۳ جولای، با تأکید بر لزوم شکستن انحصار شرکت‌های فناوری و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، طی بیانیه‌ای اعلام کرد: «مدتی است که من درخواست خود از نهادهای ضد انحصار برای افزایش شفافیت و مقابله با اقدامات ضد رقابت‌های شرکت‌های بزرگ فناوری را اعلام کرده‌ام. مردم ایالات متحده آمریکا باید بدانند که این غول‌های فناوری به شکلی غیرقانونی رقابت را از بین می‌برند. این در حالی است که قوانین و مجریان قانون می‌توانند نوآوری و پیشرفت شرکت‌های بزرگ فناوری را ضمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تشویق کنند. من تلاش

می‌کنم تا از عمومی شدن همه مراحل این تحقیقات اطمینان کامل حاصل کنم و نتیجه عملی این بازرسی سبب حمایت بیشتر از حقوق مصرف‌کنندگان شود.»

۴-۸- مارک وارنر^۱



مارک وارنر تاجر و سیاستمدار دموکرات است که از سال ۲۰۰۸، از ایالت ویرجینیا وارد سنای آمریکا شده است. وی هم‌اکنون، وظیفه **نایب رئیسی فراکسیون حزب دموکرات سنا** را برعهده دارد. وارنر پیش از آغاز دوران فعالیت خود در سنا، از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ فرماندار ایالت ویرجینیا بوده است. بخش از اعظمی از شهرت این سیاستمدار آمریکایی به فعالیت‌های تجاری، تأسیس شرکت سرمایه کلمبیا^۲ و سرمایه‌گذاری گسترده وی در صنعت ارتباطات از راه دور در دهه ۱۹۸۰ میلادی بازمی‌گردد. وی سابقه حضور در برخی کمیسیون‌های سنا را در کارنامه دارد:

- کمیسیون بانک‌داری، مسکن و امور شهری
- کمیسیون بودجه
- کمیسیون امور مالی
- کمیسیون قوانین و مقررات
- کمیسیون مشترک اقتصادی

او که خود زمانی از حامیان بزرگ شرکت‌ها فناوری بزرگ آمریکا بوده است، در سال‌های اخیر با تغییر مواضع، انتقادات تندی را نسبت به عملکرد این شرکت‌ها مطرح ساخته است. وی در اکتبر سال ۲۰۱۸، طی اظهار نظری، اعلام کرد که از واکنش ناامیدکننده شرکت‌های فناوری به نگرانی‌های امنیتی کاربران، بسیار عصبانی و ناراحت است. این اظهارات سناتور دموکرات، سرآغاز دور جدید درگیری‌های سنا و شرکت‌های بزرگ فناوری شد. وارنر پیش از آن در تابستان همان سال، یادداشتی علیه فعالیت‌های غیرقانونی شرکت‌های گوگل،

^۱ Mark Warner

^۲ Columbia Capital

فیس‌بوک، آمازون، اپل و توییتر منتشر کرده بود. وی در این نوشتار کوتاه، با اشاره به روند توسعه فناوری‌های نوین گفت:

«سرعت بالای رشد تکنولوژی، فناوری‌های نوین را تقریباً بر همه جنبه‌های زندگی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ما حاکم کرده و این امر، از بسیاری جهات، کمرنگ شدن پیش‌بینی اثرات مضر این روند را سبب شده است.» وی در ادامه این مقاله، به بررسی راه‌حل‌های احتمالی حل معضلاتی چون انتشار اطلاعات غلط و پروپاگاندا، حفاظت از حریم شخصی کاربران و تقویت بازار رقابتی، پرداخت و امکان وضع قوانین سخت‌گیرانه مربوط به حفظ حریم شخصی به سبک اتحادیه اروپا را مطرح ساخت.

در این مقطع زمانی، برخی نمایندگان سنا وعده دادند که مقررات نظارتی بر شرکت‌های فناوری بزرگ تشدید خواهد شد. این امر بزرگان عرصه فناوری را بر آن داشت که اساسنامه حفاظت از حریم شخصی خود را تغییر داده و رویکردی پیشگیرانه نسبت به این تهدید سنا اتخاذ کنند. اکنون پس از گذشت حدود یک سال از این درگیری، وی طی تازه‌ترین اظهار نظر خود در مورد بزرگان فناوری آمریکا را اعلام کرده است که روزهای غرب وحشی برای شرکت‌های فناوری به پایان رسیده است. وارنر در تاریخ ۱۲ ژوئن در گفتگو با شبکه تلویزیونی سی.ان.بی.سی^۱ گفت:

«غول‌های فناوری دره سیلیکون، قدرت بیش از حد یافته‌اند و نیاز است که با استفاده از قوانین محدود شوند. ما باید با استفاده از برخی قوانین مبتنی بر استانداردهای صنعت و نهادهای نظارتی، شرکت‌های فناوری را کنترل کنیم. من فکر می‌کنم که روزهای غرب وحشی برای غول‌های فناوری دره سیلیکون، هم از طرف مصرف‌کنندگان و هم از سوی احزاب سیاسی پایان یافته است. اگرچه بسیاری از مسئولان می‌خواهند که قدرت این شرکت‌ها را بشکنند، اما به نظر من این امر می‌تواند سبب برتری یافتن شرکت‌های فناوری چینی در مقطع کنونی شود. من قطعاً قصد ندارم شرکت‌هایی چون بایدو^۲، علی بابا^۳ و تنسنت^۴ را جایگزین گوگل و فیس‌بوک کنم. بلکه صرفاً در پی حل چالش‌هایی چون حریم شخصی، اعتبار سنجی هویت، محتوا و عدم شفافیت، از طریق تبیین چارچوب‌های قانونی هستیم.»

^۱ CNBC

^۲ Baidu

^۳ Alibaba

^۴ Tencent

^۵ Lindsey Graham

۴-۹- لیندسی گراهام^۵

لیندسی گراهام، سناتور ارشد جمهوری خواه آمریکایی از ایالت کارولینای جنوبی و رئیس فعلی کمیسیون دادگستری سنای ایالات متحده است. وی مدرک دکترای حقوق خود را از دانشگاه کارولینای جنوبی دریافت کرده است و پیش از نخستین ورود خود به سنا در سال ۲۰۰۲، به عنوان وکیل مشغول به کار بوده است.

گراهام که سرهنگ بازنشسته نیروی هوایی ایالات متحده نیز هست، به عنوان کاندید در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ این کشور اعلام حضور کرد. اما پیش از آغاز انتخابات از این رقابت سیاسی کناره‌گیری کرد. وی که ابتدا از منتقدان سرسخت ترامپ بود، از سال ۲۰۱۷ به یکی از بزرگترین متحدان وی در ساختار قانون‌گذاری ایالات متحده بدل شده است. وی سابقه حضور در کمیسیون‌های مختلف سنا را در کارنامه دارد:

- کمیسیون اعتبارات
- کمیسیون روابط خارجی
- کمیسیون دادگستری
- کمیسیون بهداشت، آموزش، نیروی کار و بازنشستگی
- کمیسیون کشاورزی، تغذیه و جنگل‌داری
- کمیسیون اطلاعات
- کمیسیون امور داخلی و روابط دولتی

گراهام به عنوان رئیس کمیسیون دادگستری سنای ایالات متحده آمریکا، نقش عمده‌ای در مطرح شدن پرونده انحصار شرکت‌های بزرگ فناوری در بازار این کشور، ایفا می‌کند. وی طی گفتگو با بنگاه خبری رویترز، در تاریخ ۳ ژوئن گفت: «مدل کسب و کار شرکت‌هایی چون گوگل و فیس‌بوک، باید مورد بررسی قرار گیرد. این شرکت‌ها قدرت بسیاری یافته و از کنترل خارج شده‌اند.»

۴-۱۰- مایک لی^۱

مایک لی، حقوقدان، نویسنده و سناتور جمهوری خواه ایالت یوتا در سنای آمریکا است. ورود وی به مجلس سنا به سال ۲۰۱۳ بازمی‌گردد. وی هم اکنون ریاست کمیته فرعی ضدانحصار، رقابت و حقوق مصرف کننده را به عنوان یکی از زیر مجموعه‌های کمیسیون دادگستری سنا، بر عهده دارد. او یکی از بزرگترین حامیان طرح فراجنحی ضدانحصاری مطرح شده از سوی سناتور دموکرات، ایمی کلوشار است.

وبگاه خبری دزرت نیوز^۲ طی مقاله‌ای در تاریخ ۱۲ ژوئن امسال، از سناتور مایک لی به عنوان یکی از نمایندگان حاضر در خط مقدم تحقیقات مربوط به انحصارزدایی شرکت‌های بزرگ فناوری در بازار تکنولوژی این کشور یاد کرد. لی در این مورد می‌گوید: «از آن جایی که کمیسیون تجارت فدرال و وزارت دادگستری تحقیقات خود را در مورد امکان ایجاد انحصار از سوی شرکت‌های بزرگ تکنولوژی در بازار این صنعت، آغاز کرده‌اند، من نیز به بررسی بیشتر نحوه عملکرد این بنگاه‌های اقتصادی، علاقه‌مند هستم». نکته جالب این است که مایک لی در سال‌های گذشته همواره هرگز مواضع مشخصی در مورد شرکت‌های بزرگ فناوری چون گوگل نداشته است و رفتار فعلی وی حکایت از چرخش عمیق اندیشه وی در مورد انحصار این شرکت‌ها دارد. وی در ماه فوریه سال میلادی جاری، اعلام کرده بود که: «عملکرد فیس‌بوک، گوگل و دیگر شرکت‌های بزرگ فناوری، مشکلات بسیاری دارند، اما انحصارزدایی از این بازار راه حل مشکلات نیست.»

۴-۱۱- سایر چهره‌های سیاسی منتقد شرکت‌های فناوری در آمریکا

علاوه بر چهره‌های سیاسی مشهور و شناخته شده که پیش‌تر در متن حاضر معرفی شدند، برخی سناتورها و نمایندگان دیگر نیز به اظهار نظر و موضع‌گیری علیه شرکت‌های بزرگ فناوری و انحصار آن‌ها در این صنعت پرداخته‌اند.

^۱ Mike Lee

^۲ Deseret News

جنس انتقاد جک رید^۱، سناتور دموکرات از ایالت رودايلند، با دیگر همتایانش متفاوت است. نگرانی اصلی وی در میان چالش‌هایی چون انحصار کامل بازار و گسترش سانسور، بر مسئله تأثیرگذاری قدرت‌های خارجی معطوف است. رید بر این عقیده است که استفاده کشوری چون روسیه از ظرفیت این شرکت‌های بزرگ برای تأثیرگذاری بر روند انتخابات در این کشور از ضعف رسانه‌هایی چون فیس‌بوک و توییتر در کنترل محتوای منتشر شده بر بسترشان ناشی می‌شود. وی در تاریخ ۲ آگوست ۲۰۱۸، در حاشیه جلسه کمیسیون اطلاعات سنا که با موضوع عملیات تأثیرگذاری خارجی برگزار می‌شد، گفت: «زمان رو به اتمام است و من صراحتاً فکر می‌کنم که ما باید حرکتی قانونی را برای چارچوب‌مندسازی نظام افشاگری تنظیم کنیم.»

پاملا جیاپال^۲، عضو فعلی مجلس نمایندگان و سناتور سابق اهل سیاتل، از منتقدان بزرگ شرکت‌های فناوری به شمار می‌رود. وی طی جلسه استماع فیس‌بوک و توییتر که در تاریخ ۱۶ جولای برگزار می‌شد، انگشت اتهام خود را به سوی فیس‌بوک نشانه رفت و از مدیر سیاست‌های عمومی این شرکت، مت پرالت^۳ پرسید: «آیا فیس‌بوک منابع مشخصی را برای شناسایی استارت‌آپ‌های آینده دار و امیدوار کننده اختصاص داده تا آن‌ها را بخرد و تحت کنترل بگیرد؟»

سناتور رون وایدن^۴، یکی از مؤلفان ابتدایی بخش ۲۳۰ قانون ارتباطات، از منتقدان ادعای بی طرفی شرکت‌های بزرگ فناوری از محتوای قانونی یا غیرقانونی منتشر شده بر روی پلتفرم‌های تحت مدیریتشان است. وی پیرو همین انتقاد طی مصاحبه با وبگاه وکس، در این مورد گفت: «شما می‌توانید یک بستر لیبرال داشته باشید. می‌توانید مروج محافظه کاری باشید. این روند نه از طریق دولت بلکه با فشار بازار، انتخاب شهروندان و سرمایه‌گذاران تکمیل می‌شود. این تصمیم‌گیری به مسئله بی‌طرفی ربطی ندارد.» امروزه بسیاری از حقوق‌دان‌های شاخص غرب، بخش ۲۳۰ از قانون ارتباطات را ستون اصلی آزادی اینترنت و حفاظت از آزادی بیان می‌دانند.

کاملا هریس^۵، سناتور مشهور دموکرات از ایالت کالیفرنیا نیز در چالش اخیر کنگره و شرکت‌های بزرگ فناوری، نقشی عمده دارد. وی در جریان تلاش‌های الیزابت وارن، دیگر سناتور آمریکایی منتقد شرکت‌های فناوری برای محدودسازی قدرت آن‌ها، حضور داشته است. وی در تاریخ ۱۲ می سال جاری، طی مصاحبه‌ای با جک تپر^۶، خبرنگار سی.ان.ان. گفت: «من فکر می‌کنم که فیس‌بوک رشد گسترده‌ای را تجربه کرده است و رشد خود را بر اساس منافع مصرف‌کنندگان خود، خصوصاً حفظ حریم شخصی، اولویت‌بندی کرده است. اما

^۱ Jack Reed

^۲ Pramila Jayapal

^۳ Matt Perault

^۴ Ron Wyden

^۵ Kamala Harris

^۶ Jake Tapper

باید یک قانون جدی در این زمینه وجود داشته باشد. این فقدان تا به حال خوشحال کننده نبوده است. باید نظارت بیشتری انجام شود تا از اتفاقات ناگوار پیشگیری به عمل آید. علاوه بر این، آن‌ها (آگفام) عموماً در مورد حوادث ناقص حریم شخصی به کاربران خود اطلاع رسانی چندانی نمی‌کنند.»

ریچارد بلومنثال^۱، سناتور کهنه کارایالت کانزاس که در جلسه استماع ماه ژوئن نقش پررنگی داشته است، در تاریخ ۲۵ همان ماه طی تویییتی در صفحه شخصی توییتتر خود نوشت: «شرکت‌های بزرگ فناوری ضمن تسهیل اشاعه اطلاعات غلط و افراط‌گرایی، خود را پشت پرده‌ای از رازداری پنهان می‌کنند. بار دیگر گوگل نتوانست پاسخ‌هایی قانع کننده به کنگره ارائه دهد. ما به شفافیت و عملگرایی بیشتری نیاز داریم.»



جان تون^۲ سناتور ایالت داکوتای جنوبی در سنای ایالات متحده آمریکا نیز در حال ارائه طرحی است که کاربران را قادر سازد بدون قرار گرفتن ذیل الگوریتم‌های نظارتی از خدمات شرکت‌هایی چون گوگل و فیس‌بوک استفاده کنند. این لایحه در صورت تصویب و اجرا، به کاربران اجازه می‌دهد که شرکت‌ها را از استفاده داده‌های شخصی جمع‌آوری شده، محروم سازند. وی در این مورد می‌گوید: «مکانیزم‌های قدرتمند موجود در سیستم عامل غول‌های فناوری که برای افزایش تعامل میان کاربر و شرکت‌ها طراحی شده‌اند، توان و پتانسیل تأثیرگذاری بر افکار و رفتار میلیاردها انسان را دارند.»

کوری بوکر^۳ سناتور دموکرات نیوجرسی نیز اگرچه با طرح ضدانحصاری الیزابت وارن مخالف است. اما اخیراً در مصاحبه‌ای با برنامه اینترنتی «فور د رکورد»^۴ اعلام کرده است که سعی دارد با الهام از طرح جریمه‌های سخت اتحادیه اروپا در برابر نقض داده‌ها و تهدید حریم شخصی کاربران از سوی شرکت‌های فناوری، قانونی

^۱ Richard Blumenthal

^۲ John Thune

^۳ Cory Booker

^۴ 4 the record

مشابه نمونه اروپایی، در ایالات متحده تصویب کند. بر اساس طرح پیشنهادی بوکر، شرکت‌های فناوری بزرگ، با وقوع حوادثی چون نقض داده‌ها و حریم شخصی کاربران، ملزم به پرداخت جرائم نقدی، خواهند شد. سناتور مارتا مک‌سالی^۱ از ایالت آریزونا نیز در میان منتقدان شرکت‌های بزرگ فناوری قرار دارد. انتقاد اصلی وی متوجه فیس‌بوک و طرح جدید این شرکت برای رونمایی از ارز دیجیتال اختصاصی است. وی در مورد پروژه لیبرا و چالش‌های اجرای آن می‌گوید: «مسئله اصلی در این موضوع، اعتماد است. کاربران متقاضی استفاده از کیف پول دیجیتال جدید فیس‌بوک، نمی‌توانند از ارائه اطلاعات شخصی و حساس خود به این شرکت امتناع کنند.»

شرود براون^۲ سناتور ایالت اوهایو نیز که از اعضای ارشد حزب دموکرات در کمیسیون تجارت فدرال سنا است نیز با مک‌سالی هم عقیده است. وی طی جلسه استماع اخیر که با حضور شرکت‌های بزرگ فناوری برگزار شد، در تأیید سخنان مک سالی گفت: «فیس‌بوک خطرناک است. فیس‌بوک مانند یک کودک تنها در خانه، بارها همه جا را به آتش کشیده است. آیا واقعا فکر می‌کنید که مردم باید در مورد حساب‌های بانکی و پول خود به شما اعتماد کنند؟».

حتی برنی سندرز^۳ که از مسن‌ترین اعضای فعلی سنای آمریکا است نیز به رفتار شرکت‌های آگفام واکنش منفی نشان داده و اعلام کرد که از طرح الیزابت وارن برای از بین بردن انحصار در بازار صنعت فناوری پشتیبانی خواهد کرد. وی در این مورد گفت: «من از همکاری در زمینه محدودسازی شرکت‌هایی چون فیس‌بوک پشتیبانی خواهم کرد. ما با جامعه‌ای رو به رو هستیم که به طور فزاینده‌ای انحصارگر است و در آن تعداد معدودی از شرکت‌های بزرگ قدرتی بیش از حد بر مصرف‌کنندگان خود اعمال می‌کنند.».

فصل ۵- مدیران سابق شرکت‌های فناوری

به جرأت می‌توان سردمدار اعتراض علیه شرکت‌های فناوری در میان مدیران و کارکنان سابق این غول‌های فناوری را تریستان هریس^۴، یکی از مدیران سابق گوگل و بنیان‌گذار مرکز غیرانتفاعی فناوری انسانی^۵ دانست. وی پیش خود برای جذب هم‌تایان خود در شرکت‌های آگفام را در سال ۲۰۱۳ آغاز کرد؛ در سال ۲۰۱۵ از گوگل خارج شد و در سال ۲۰۱۸ به صورت رسمی مرکز فناوری‌های انسانی را تأسیس کرد. وی در طول دوران ۷ ساله مبارزه خود علیه رویکرد فیس‌بوک، گوگل، مایکروسافت، آمازون و اپل، موفق به جذب طیف گسترده

^۱ Martha McSally

^۲ Sherrod Brown

^۳ bernie sanders

^۴ Tristan Harris

^۵ Center for Humane Technology

از کارمندان و مدیران این شرکت‌ها شده و جامعه‌ای قدرتمند و رو به رشد از کارشناسان و رهبران حوزه فناوری را شکل داده است. از جمله اعضای برجسته مرکز یاد شده، که منتقد سرسخت رسانه‌های اجتماعی و شرکت‌های بزرگ فناوری نیز هستند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

۵-۱- تریستان هریس



تریستان هریس، مدیر و بنیان‌گذار مرکز غیرانتفاعی فناوری انسانی است. وی سابقه فعالیت در شرکت گوگل را به عنوان اخلاق‌شناس طراحی در کارنامه دارد. وی که فارغ‌التحصیل رشته علوم کامپیوتر از دانشگاه استنفورد آمریکا است، فعالیت شغلی خود را به عنوان کارآموز از شرکت اپل آغاز کرد و سپس به آزمایشگاه فناوری‌های اقناع بی.جی.فاگ^۱ پیوست. هریس در طول دوران فعالیت خود، حوزه روانشناسی تغییر رفتار را برای مطالعه و پژوهش برگزید و در پروژه ساخت نسخه اولیه اپلیکیشن اینستاگرام مشارکت کرد. وی در ادامه اقدام به تأسیس یک جستجوگر استارت‌آپی سریع موسوم به اپچر^۲ کرد و پس از فروختن استارت‌آپ خود به گوگل در سال ۲۰۱۱ همکاری خود را با این شرکت بزرگ آغاز کرد. حال بسیاری از کارشناسان، او را یکی از منتقدان اصلی سیاست‌های کلان شرکت‌های فناوری می‌دانند.

هریس در تاریخ ۲۶ اگوست طی تازه‌ترین اظهار نظر خود در مورد شرکت‌های بزرگ فناوری به انتقاد از نفوذ اطلاعاتی بیش از حد آن‌ها بر افکار مردم انتقاد کرد و گفت: «هولناک است. یوتیوب و رسانه‌های اجتماعی دیگر، در صورت تقویت توطئه عدم وجود تهدیدات آب و هوایی و انکار حقیقت برای حدود ۲ میلیارد نفر، یک خطر وجودی برای بشریت محسوب می‌شوند. تغییرات آب و هوایی یک مسئله مربوط به اقدام جمعی است و به توافق جهانی بستگی دارد. یوتیوب در حال از بین بردن این توافق است.»

^۱ B. J. Fogg's Persuasive Technology Lab

^۲ Apture



۵-۲- آزا راسکین^۱



آزا راسکین یکی دیگر از بنیان‌گذاران اصلی مرکز فناوری انسانی است. وی از طراحان اولیه مرورگر موزیلا بوده است و پس از آن فعالیت خود را در برخی شرکت‌های آنالیز ابر داده ادامه داده است. وی اندکی بعد به معاونت نوآوری شرکت جاو بون^۲ رسید و سپس به شرکت سانگزا^۳، یک سرویس آنلاین پخش و توصیه رایگان موسیقی به کاربران اهل ایالات متحده و کانادا پیوست. این شرکت اندکی بعد از سوی گوگل خریداری

^۱ Aza Raskin

^۲ Jawbone

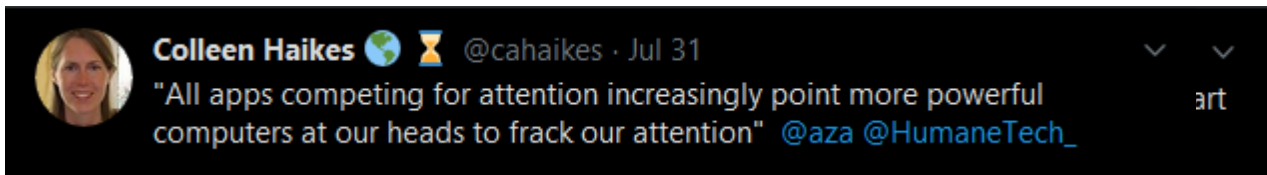
^۳ Songza

شد و با عنوان پلتفرم گوگل پلی میوزیک^۱، ذیل این مجموعه آغاز به کار کرد. پدر وی، جف راسکین^۲ نیز از نخستین طراحان پروژه مکینتاش^۳ بود که مدتی پس از رسیدن اپل به موفقیت، از این شرکت کنار گذاشته شد. وی طی مصاحبه با وبگاه لوس آنجلس تایمز در تاریخ ۲۸ مارس ۲۰۱۸، در مورد شرکت‌های بزرگ فناوری گفت: «با توجه به این که ۶۷ درصد از جمعیت کاربران اینترنت اخبار را از طریق رسانه‌های اجتماعی و شرکت‌های بزرگ این حوزه به دست می‌آورند، می‌توان نتیجه گرفت که در واقع آن‌ها تصمیم می‌گیرند که احساس ما نسبت به واقعیت چه باشد.»

۵-۳- کالین هایکس^۴



هایکس حدود ۲۰ سال به عنوان مشاور حوزه ارتباطات استراتژیک در شرکت آی.بی.ام^۵ فعالیت داشته است. وی که از منتقدین سرسخت شرکت‌های فناوری بزرگ به شمار می‌رود، اکنون به عنوان کارشناس تولید محتوا و روابط رسانه‌ای با مرکز فناوری انسانی همکاری می‌کند. وی از شخصیت‌های فعال در تویتر به شمار می‌رود و از این طریق به ابراز نظرات انتقادی خود در مورد فناوری و انتشار پادکست‌های هفتگی متخصصان می‌پردازد: «خطر واقعی ربات‌ها و فناوری‌هایی چون دیپ فیک، از بین رفتن اعتماد اجتماعی است.»



^۱ Google Play Music

^۲ Jef Raskin

^۳ Macintosh project

^۴ Colleen Haikes

^۵ IBM

«همه برنامه‌هایی که برای جلب توجه ما در حال رقابت هستند، به طور فزاینده‌ای رایانه‌های قدرتمندتری را برای تخریب و هدایت توجه ما به کار می‌گیرند.»

۵-۴- ساری هریسون^۱



هریسون حدود ۲۵ سال سمت مدیریت محصولات شرکت‌های اپل و مایکروسافت را بر عهده داشته است. وی پس از پیوستن به گروه تریسان هریس، مدیریت خروجی محصولات مرکز فناوری انسانی را بر عهده گرفت. به عقیده ساری هریس، جامعه با ایجاد فرهنگ و روش‌شناسی صحیح بهره‌گیری از فناوری، می‌تواند فناوری‌های نوین را در راستای توسعه ارزش‌های انسانی به کار گیرد.

۵-۵- دیوید جی^۲



وی حدود ۲۰ سال در حوزه فناوری فعالیت داشته است و همکاری با شرکت‌های سامسونگ و موزیلا را در کارنامه دارد. علاوه بر این، وی در طول انتخابات میان‌دوره سال ۲۰۱۸ ایالات متحده، به عنوان مهندس نرم افزار با متولیان برگزاری این رویداد سیاسی، همکاری کرده است.

^۱ Sari Harrison

^۲ David Jay

۵-۶- بن رتری^۱

وی مؤسس و مدیر وبگاه مشهور «Change.org» است. ایده اصلی وبسایت او استفاده از حمایت عمومی کاربران اینترنت برای اعمال فشار جهت ایجاد تغییرات بنیادین در بخش‌های مختلف جهان است. مجله تایم^۲، در سال ۲۰۱۲، نام وی در میان ۱۰۰ شخصیت تأثیرگذار جهان قرار داد.

۵-۷- گیوم چسلوت^۳

چسلوت یکی از مهندسان نرم‌افزار سابق شرکت گوگل است که پس از خروج خود از این شرکت، اقدام به توسعه الگوریتمی برای شناسایی ساختار هوش مصنوعی شبکه یوتیوب کرد. وی در طول پژوهش خود کشف کرد که الگوریتم پیشنهاد ویدیوهای جدید از سوی یوتیوب، در راستای هدایت کاربران به سمت اهدافی خاص حرکت می‌کند و در تعیین سرنوشت رویدادهایی مهمی چون انتخابات در کشورهای مختلف نقش مستقیم دارد. به عبارت دیگر، هوش مصنوعی این برنامه، تماشای ویدیوهایی را به شما پیشنهاد می‌دهد که

^۱ Ben Rattray

^۲ Time

^۳ Guillaume Chaslot

ذهن را برای عمل در راستای اهداف کلان شرکت آماده سازد. این هدف می‌تواند تجاری یا سیاسی باشد. این پژوهشگر و مهندس فرانسوی که تمرکز خود را بیشتر بر انتقاد از گوگل و شرکت‌های اقماری آن چون یوتیوب معطوف کرده است، در تاریخ ۲۴ جولای در توئیتر خود نوشت: «ممکن است نام تجاری یوتیوب مانند برند مارلبرو همواره در تاریخ به خاطر سپرده شود: در نگاه اول ترسیم‌کننده آزادی، اما باطناً در تلاش برای معتاد کردن نسل جوان.»



وی همچنین در تاریخ ۱ آگوست نیز طی انتقادی شدید از امنیت گوگل، در توئیتر نوشت: «ذی نفعان سوء استفاده‌گر و سایر بازیگران بد عرصه فناوری از ۷ اپلیکیشن اندرویدی برای جاسوسی از حدود ۱۳۰ هزار نفر بهره‌گرفته‌اند. این در حالی است که پژوهشگران این مسئله را کشف کرده‌اند و گوگل این کار را نکرده است. مشوق‌های تجاری گوگل از بین رفته‌اند. به همین دلیل است که من ترجیح می‌دهم از آیفون و موتور جستجوگر کیو وانت استفاده کنم.»



۵-۸- تام گرابر^۱

تام گرابر یکی از مخترعان بزرگ فعال در حوزه هوش مصنوعی است. وی در سال ۲۰۰۷، شرکت فناوری سیری^۲، مبتکر استفاده از هوش مصنوعی به عنوان یک دستیار شخصی مجازی را تأسیس کرد. شرکت وی پس از توسعه نسبی پروژه‌های خود در سال ۲۰۱۰ از سوی اپل خریداری شد و مالکان این غول فناوری، بهره‌برداری از سیری را در ابزار الکترونیکی خود، آغاز کردند. وی به دیدگاهی موسوم به «هوش مصنوعی انسانی»^۳ اعتقاد دارد و پیش از این بارها به سخنرانی و اظهار نظر در مورد امکان افزایش ظرفیت‌های انسانی مانند حافظه، از طریق هوش مصنوعی پرداخته است.

^۱ Tom Gruber

^۲ Siri Inc.

^۳ humanistic AI

^۴ Chris Hughes

۵-۹- کریس هیوز^۴

کریس هیوز یک کار آفرین آمریکایی است که از دوستان نزدیک مارک زاکربرگ در دانشگاه هاروارد بوده و در تأسیس شرکت فیس‌بوک، مشارکت فعال داشته است. وی مدتی نیز به عنوان سخنگوی این شرکت فعالیت کرده است. وی سردبیری مجله «جمهوری نو»^۱ را نیز طی سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ در کارنامه دارد. او که زمانی یکی از بنیان‌گذاران فیس‌بوک بوده است، در سال ۲۰۰۷ با فروش سهام خود در این شرکت به ارزش ۵۰۰ میلیون دلار از آن خارج شد و اکنون در پی شکستن انحصاری بر آمده است که خود یکی از پایه‌گذاران آن به شمار می‌رود. وی در گفتگویی با وبگاه نیویورک تایمز گفت: «مارک زاکربرگ مرد خوبی است. اما شرکتی که من در ساختش به او کمک کرده‌ام، تهدیدی برای اقتصاد و دموکراسی ما محسوب می‌شود.»

هیوز در ماه می سال میلادی جاری، طی مقاله‌ای در نیویورک تایمز، با انتقاد از پروژه لیبرا^۲، طرح توسعه ارز دیجیتال فیس‌بوک، خواستار شکسته شدن انحصار و افزایش نظارت دولت آمریکا بر این شرکت بزرگ شد. وی در این مورد گفت: «ارز دیجیتال، در صورت موفقیت این طرح، قدرت را در دست‌های اشتباه قرار می‌دهد.»

۵-۱۰- سندی پاراکیلز^۳

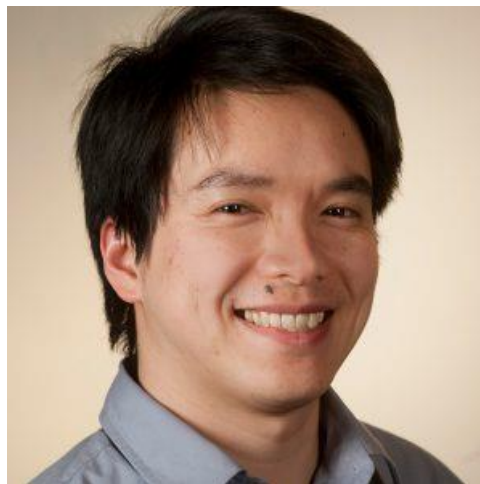
^۱ The New Republic

^۲ Libra

^۳ Sandy Parakilas

پاراکیلاس از کارکنان سابق فیس‌بوک است که حال به یکی از بزرگ‌ترین منتقدان شبکه‌های اجتماعی بدل شده است. وی به واسطه افشاگری رسوایی اطلاعاتی کمبریج آنالیتیکا شهرت بسیاری یافت و پس از اعلام خبر فروش اطلاعات کاربران از سوی فیس‌بوک، در سال ۲۰۱۸، از تیم مدیریت این شرکت خارج شد. پاراکیلاس در خلال سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲ مدیر اجرایی فیس‌بوک بوده است. بسیاری از کارشناسان او را عامل اصلی انتشار پرونده کمبریج آنالیتیکا می‌دانند. وی در اوایل سال جاری به تیم حفاظت از حریم شخصی شرکت اپل پیوسته است.

۵-۱۱- هونگ کو^۱



هونگ کو، مدیر پروژه فناوری مرکز شورنشتاین^۲ وابسته به دانشکده کندی دانشگاه هاروارد است. وی یکی از نخستین طراحان و توسعه‌دهندگان وبسایت یوتیوب بوده و طراحی بسیاری از بخش‌های این بستر اشتراک‌گذاری ویدیو چون صفحه اصلی، کانال‌های کاربران و قابلیت هم‌رسانی فایل‌های مولتی‌مدیا را بر عهده داشته است. وی پس از پیشرفت نسبی پروژه یوتیوب، از این استارت‌آپ خارج شد و همکاری خود با دانشگاه هاروارد و برخی شرکت‌های استارت‌آپی کوچک را آغاز کرد. او که خود از بنیان‌گذاران رسانه‌ای چون یوتیوب محسوب می‌شود، اکنون از منتقدان شیوه‌های تجاری و عملکرد فنی شرکت‌های بزرگ فناوری محسوب می‌شود.

^۱ Hong Qu

^۲ Shorenstein Center

۵-۱۲-جاستین روزنشتاین^۱

روزنشتاین، از بنیانگذاران مشهور شرکت فیس‌بوک است. اهالی صنعت فناوری وی را مخترع کلید لایک در شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌دانند. او در سال ۲۰۱۴ در حاشیه اجلاس تک کرانچ^۲ نیویورک، طی یک سخنرانی در مورد استفاده بهینه از فناوری در راستای تأمین منافع اجتماعی، انتقاد خود را نسبت به رویکرد شرکت‌های بزرگ فعال در حوزه فناوری اعلام کرد. وی طی گفتگویی با وبگاه د ورج در تاریخ ۲۸ مارس ۲۰۱۸، یکی از محورهای اصلی انتقاد خود نسبت به شرکت‌های بزرگ فناوری را گسترش اعتیاد اینترنتی اعلام کرد و گفت: «مشکل این است که ما همه زمان زندگی خود را هدر می‌دهیم و تمام وقت خود را صرف تمرکز بر موارد اشتباه می‌کنیم. من اکنون در مورد برخی از نگرانی‌هایم در مورد فناوری صحبت می‌کنم. به نظر من این یک مشکل در مقیاس تمدنی محسوب می‌شود.»

^۱ Justin Rosenstein

^۲ TechCrunch

^۳ Evan Sharp

۵-۱۳- ایوان شارپ^۲

شارپ یک کار آفرین میلیارد آمریکایی است که از او به عنوان بنیان‌گذار و مدیر طراحی شبکه اجتماعی پینترست نیز یاد می‌شود. پینترست یک بستر تعامل اجتماعی مبتنی بر تصویر است که به کاربران خود اجازه می‌دهد تصاویر مورد علاقه خود را با یکدیگر به اشتراک گذاشته و لایک کنند. وی سابقه فعالیت در شرکت فیس‌بوک را نیز به عنوان طراح در کارنامه دارد. او یکی از دوستان نزدیک تریستان هریس و از حامیان مرکز فناوری‌های انسانی به شمار می‌رود.

فصل ۶- آینده شرکت‌های بزرگ فناوری در مقابل چالش‌های موجود

حدود یکسال سال از آغاز تنش میان سیاستمداران و شرکت‌های بزرگ فناوری آمریکا می‌گذرد. حال با ورود تحقیقات و بحث‌ها به حوزه اجرا، روند سقوط سهام این شرکت‌ها در بورس از ماه ژوئن آغاز شده است. این در حالی است که هنوز هم اغلب کارشناسان معتقدند که سرنوشت شرکت‌های آگفام غیرممکن است و ثمره اتحاد وزارت دادگستری، کمیسیون تجارت سنا، نمایندگان و مدیران سابق این شرکت‌ها در نهادهایی چون مرکز فناوری انسانی چیزی جز قدرت یافتن بیش از پیش غول‌های فناوری نیست. گرچه قانون‌گذاران در پی کنترل انحصار این شرکت‌ها با تصویب قوانین جدید هستند؛ اما این دستورات عمل‌های اجرایی جدید، سبب بروز مشکلاتی جدید می‌شوند. بر اساس برآوردهای صورت گرفته توسط

^۱ Pinterest

متخصصان، رعایت قوانین رقابتی جدید به حدی پرهزینه خواهد بود که فقط تعداد اندکی از شرکت‌ها می‌توانند از پس آن برآیند و این امر امید ورود شرکت‌های فناوری جدید به بازار این صنعت را عملاً از بین می‌برد. در طول ۱۲ ماه گذشته یک تغییر اساسی در توازن قدرت اینترنت رخ داده است. تنظیم‌کنندگان به صورت ناخواسته و با هدف کاهش نفوذ شرکت‌های بزرگ، مجوز تسلط دائمی آن‌ها بر اینترنت را صادر کرده‌اند. به عبارت دیگر با تصویب این قوانین ضدانحصار سختگیرانه، در عمل باز هم فقط شرکت‌های آگفام‌قادر به پرداخت هزینه‌های لازم برای اجرای قانون هستند و این امر به بروز شکل جدید و پیچیدتری از انحصار منجر می‌شود. در حالی که کارشناسان تقریباً روزنه‌امیدی برای اصلاح امور نمی‌بینند، مدعی هستند که تداوم این روند، عواقب شدیدی برای حریم شخصی، آزادی بیان و ایمنی در پی خواهد داشت. از سوی دیگر، احاطه حداکثری این شرکت‌ها بر محیط فعالیت خود، همکاری دولت با متولیان هر بخش صنعت فناوری را تسهیل کرده است. به عبارت دیگر، سپردن وظایفی شبیه دولت‌ها به بزرگان این حوزه، هر گونه حضور رقبا را کاملاً غیرممکن کرده است و بسیاری از دولت‌ها جهان از این روند رضایت کامل دارند. دولت‌ها نمی‌توانند قدرت شرکت‌های بزرگ فناوری را کاهش داده و توقعات سابق را از آن‌ها داشته باشند.

مردم جهان پیش از این، انحصار همه صنایع موجود مانند راه آهن، تلفن، نفت و ... را شکسته‌اند. بنابراین از بین رفتن انحصار در حوزه فناوری نیز امری کاملاً ناگزیر است. نکته این است که در موارد پیشین، مردم درک درستی از شرایط داشتند و با همکاری موفق به شکستن انحصار شدند. این در حالی است که در جهان امروز اهمیت مسئله‌ای چون مونوپولی بازار فناوری از سوی یک شرکت بزرگ فناوری، به هیچ وجه دغدغه جذابی برای کاربران عادی محسوب نمی‌شود.

مطرح شدن و پیگیری چنین مطالبه‌ای از سوی الیزابت وارن سناتور دموکرات و بخت نخست رقابت با ترامپ در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ می‌تواند برای این جناح دردسرساز شود. شرکت‌های بزرگ فناوری همواره از بزرگ‌ترین و قدرتمندترین وزنه‌های انتخاباتی در ایالات متحده محسوب می‌شوند و حمایت یا عدم حمایت غول‌های فناوری سیلیکون از یک کاندید انتخاباتی می‌تواند در تعیین سرنوشت انتخابات و کشور بسیار مؤثر باشد.

پروفسور رابرت اپشتاین^۱، روانشناس ارشد مؤسسه تحقیقات رفتاری و فناوری آمریکا با حضور در جلسه استماع اخیر سنا که در تاریخ ۱۶ ژوئن برگزار شد، به بررسی ابعاد مختلف توان سیاسی شرکت‌های بزرگ فناوری پرداخت. متن سخنرانی وی در این نشست به شرح زیر است:

«من امروز به ۳ دلیل اینجا حضور یافته‌ام. نخست توضیح این که چرا گوگل تهدیدی جدی برای دموکراسی و استقلال انسانی است. دوم تبیین چگونگی محافظت سیستم‌های نظارت بالقوه از ما در برابر شرکت‌هایی چون گوگل و ارائه راهکاری مؤثر برای پایان سریع انحصار شرکت‌هایی چون گوگل در حوزه جستجو. من حدود ۴۰ سال است که یک پژوهشگر حوزه روانشناسی هستم و از سال ۲۰۱۲ تمرکز خود را بر قدرت شرکت گوگل در

^۱ Robert Epstein

حوزه سانسور، سرکوب اشاعه محتوا، نظارت گسترده و توانایی بی‌سابقه این شرکت در کنترل افکار، معطوف کرده‌ام. داده‌های جمع‌آوری شده از سوی من طی سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که گوگل می‌تواند بر سلیقه سیاسی افکار عمومی آمریکا تأثیر مستقیم بگذارد. بی‌شک هیچ شرکت خصوصی نباید حق و قدرت دستکاری ذهن شهروندان یک جامعه را بدون اطلاع آن‌ها داشته باشد.»

با بررسی دقیق‌تر سخنان این دانشمند و محقق آمریکایی، می‌توان دریافت که درگیر شدن با شرکت‌های بزرگ فناوری، می‌تواند برای هر فعال سیاسی و نماینده سنایی خودکشی سیاسی به شمار رود. از همین روی بسیاری از کارشناسان بر این باوراند که الیزابت وارن با مطرح ساختن موضوع انحصار زدایی از شرکت‌های بزرگ فناوری، شانس خود را برای پیروزی در انتخابات ریاست جمهوری پیش روی کاهش داده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که قدرت بیش از حدی که در طول سالیان اخیر در اختیار شرکت‌های آگفام قرار داشته، امروز این بنگاه‌های اقتصادی فعال در بازار فناوری را به غول‌هایی شکست‌ناپذیر بدل کرده است. بی‌شک چنین تقابلی در مقطع کنونی بسیار دشوارتر از نمونه مشابه آن در اوایل سال‌های ۲۰۰۰، یعنی محدود ساختن انحصار شرکت مایکروسافت خواهد بود. نتیجه از بین رفتن مونوپولی شرکت مایکروسافت در آن دوران، ظهور ۴ شرکت بزرگ گوگل، آمازون، فیس‌بوک و اپل شد. حال باید دید که آیا سیاست‌گذاران کهنه کار ایالات متحده در نبرد پیش رو نیز پیروز خواهند شد یا پیشگامان فناوری این بار بازی را به شکل دیگری پیش می‌برند.

منابع

- [1] http://articles.businessinsider.com/2011-09-21/tech/30183638_1_monopoly-web-browser-market-microsoft
- [2] <http://bioguide.congress.gov/scripts/biodisplay.pl?index=W000805>
- [3] http://blog.washingtonpost.com/securityfix/2006/12/january_2007_month_of_apple_bu.html
- [4] <http://brainoff.com/weblog/2011/04/11/1635>
- [5] <http://edition.cnn.com/2005/LAW/06/24/ramasastry.website.prices/>
- [6] <http://ideas.time.com/2012/03/05/will-we-ever-get-strong-internet-privacy-rules/?xid=gonewsedit>
- [7] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4645596.stm>
- [8] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6740075.stm>
- [9] <http://www.amazoncruelty.com/>
- [10] <http://www.bloggingstocks.com/2008/10/31/yahoo-and-google-may-dump-their-deal/print/>
- [11] http://www.businessweek.com/2000/00_20/b3681219.htm
- [12] http://www.businessweek.com/magazine/content/05_39/b3952001.htm
- [13] <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,15144128,00.html>

- [14] <http://www.ejpress.org/article/68447>
- [15] http://www.forbes.com/technology/2006/09/01/facebook-myspace-internet_cx_rr_0905facebook.html
- [16] http://www.hsus.org/in_the_courts/docket/amazon.html
- [17] <http://www.kernelmag.com/features/report/exclusive/6086/new-amazon-shame-holocaust-denial/>
- [18] <http://www.nbc11.com/news/9805842/detail.html>
- [19] <http://www.publishingnews.co.uk/pn/pno-news/display.asp?K=e2008040310393759&TAG=&CID=&PGE=&sg9t=cbd2a5be26893c7c10ff5b7ccc309f6f>
- [20] <http://www.silicon.com/technology/security/2009/08/27/apples-mac-os-lagging-behind-vista-on-security-39501473/>
- [21] <http://www.thebookseller.com/news/61034-agents-pick-sides-on-hachette-v-amazon.html>
- [22] <https://archive.org/details/winnerslosersmic00lieb>
- [23] <https://arstechnica.com/information-technology/2015/08/windows-10-doesnt-offer-much-privacy-by-default-heres-how-to-fix-it/>
- [24] <https://conversation.which.co.uk/technology/counterfeit-electricals-plugs-travel-adaptors-amazon-marketplace-ebay/>
- [25] <https://economictimes.indiatimes.com/definition/monopoly>
- [26] https://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4780_en.htm
- [27] <https://fortune.com/2016/03/11/apple-google-taxes-eu/>
- [28] <https://gizmodo.com/kamala-harris-says-we-need-to-seriously-take-a-look-at-1834706259>
- [29] <https://googleblog.blogspot.com/2008/11/ending-our-agreement-with-yahoo.html>
- [30] <https://mashable.com/article/facebook-cofounder-chris-hughes-break-up-facebook/>
- [31] <https://nowthisnews.com/videos/her/author-denise-hearn-on-the-hidden-cause-of-us-inequality>
- [32] <https://policies.google.com/privacy>
- [33] <https://publications.parliament.uk/pa/cm201314/cmpublic/consumer/memo/cr22.htm>
- [34] <https://qz.com/86740/the-seven-craziest-findings-in-the-us-investigation-of-apples-tax-avoidance-practices/>
- [35] <https://techcrunch.com/2007/11/22/is-facebook-really-censoring-search-when-it-suits-them/>
- [36] <https://techcrunch.com/2013/06/06/google-facebook-apple-deny-participation-in-nsa-prism-program/>
- [37] <https://theconversation.com/big-tech-isnt-one-big-monopoly-its-5-companies-all-in-different-businesses-92791>
- [38] <https://thefederalist.com/2019/07/25/elizabeth-warrens-proposed-breakup-big-tech-reveals-ignorance-hypocrisy/>
- [39] <https://tribune.com.pk/story/1550750/3-paradise-papers-reveal-hidden-wealth-global-elite/>
- [40] <https://twitter.com/amyklobuchar>
- [41] <https://twitter.com/aza>

- [42] <https://twitter.com/cahaikes>
- [43] <https://twitter.com/ewarren>
- [44] <https://twitter.com/gchaslot>
- [45] <https://twitter.com/HawleyMO>
- [46] <https://twitter.com/rosenstein>
- [47] <https://twitter.com/SenBlumenthal>
- [48] <https://twitter.com/tristanharris>
- [49] <https://uk.reuters.com/article/google-antitrust-ruling/update-2-google-wins-antitrust-victory-in-ohio-case-idUKN1E78014F20110901>
- [50] <https://writersweekly.com/angela-desk/amazon-com-telling-pod-publishers-let-booksurge-print-your-books-or-else->
- [51] <https://writersweekly.com/angela-desk/amazon-com-telling-pod-publishers-let-booksurge-print-your-books-or-else->
- [52] <https://www.academia.edu/>
- [53] <https://www.addictioninfo.org/articles/2171/1/Potential-Facebook-addiction/Page1.html>
- [54] <https://www.bbc.co.uk/sounds/play/w3csyvmt>
- [55] <https://www.bbc.com/news/business-20288077>
- [56] <https://www.bbc.com/news/business-31942639>
- [57] <https://www.bbc.com/news/magazine-20560359>
- [58] <https://www.bizjournals.com/seattle/stories/2000/09/25/daily21.html>
- [59] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2010-10-21/google-2-4-rate-shows-how-60-billion-u-s-revenue-lost-to-tax-loopholes>
- [60] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2010-10-21/google-2-4-rate-shows-how-60-billion-u-s-revenue-lost-to-tax-loopholes>
- [61] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-10-01/amazon-will-ban-sale-of-apple-google-video-streaming-devices>
- [62] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-06-25/thune-wants-google-and-facebook-to-have-algorithm-free-options>
- [63] <https://www.businessinsider.com/who-is-elizabeth-warren-bio-age-family-key-positions-2019-3>
- [64] <https://www.cbsnews.com/news/michael-hayden-ex-nsa-cia-chief-technology-government-privacy/>
- [65] <https://www.cbsnews.com/stories/2008/05/21/business/main4113055.shtml>
- [66] <https://www.cnbc.com/2019/06/12/the-wild-wild-west-days-of-big-tech-are-over-says-sen-mark-warner.html>
- [67] <https://www.cnet.com/news/fbi-director-christopher-wray-tells-cybersecurity-experts-to-partner-with-feds/>
- [68] <https://www.computerworld.com/article/2504380/retina-macbook-pro--least-repairable--notebook-ever--says-ifixit.html>
- [69] <https://www.cruz.senate.gov>
- [70] <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3425097/Don-t-evil-Google-sends-profits-worth-8BILLION-year-post-box-number-666-tax-haven-island-Bermuda.html>

- [71] <https://www.deseret.com/2019/6/12/20675485/utah-s-sen-mike-lee-attorney-general-sean-reyes-on-front-lines-of-antitrust-looks-at-google-facebook>
- [72] <https://www.digitaltrends.com/computing/open-letter-urges-facebook-to-strengthen-privacy/>
- [73] <https://www.eff.org/deeplinks/2010/04/handy-facebook-english-translator>
- [74] <https://www.extremetech.com/extreme/178777-facebooks-facial-recognition-software-is-now-as-accurate-as-the-human-brain-but-what-now>
- [75] <https://www.faz.net/aktuell/>
- [76] <https://www.gnu.org/philosophy/amazon.html>
- [77] <https://www.googletransparencyproject.org/articles/the-curious-transformation-of-sen-mike-lee>
- [78] <https://www.hawley.senate.gov/>
- [79] <https://www.hrw.org/reports/2006/china0806/>
- [80] <https://www.ibtimes.com/amazon-urged-ban-foie-gras-animal-rights-group-calls-retailer-lame-duck-over-controversial-food>
- [81] <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/amazon-investigated-by-uk-authorities-over-tax-avoidance-7622019.html>
- [82] <https://www.klobuchar.senate.gov/>
- [83] <https://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-ol-patt-morrison-aza-raskin-facebook-20180328-htmllstory.html>
- [84] <https://www.lee.senate.gov/public/>
- [85] <https://www.lgraham.senate.gov/public/>
- [86] <https://www.linuxtoday.com/developer/1999122200105NWLf>
- [87] <https://www.marketwatch.com/story/japan-orders-amazoncom-arm-to-pay-back-taxes>
- [88] <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/05/18/477819617/facebooks-facial-recognition-software-is-different-from-the-fbis-heres-why>
- [89] <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/11/17/495827410/from-hate-speech-to-fake-news-the-content-crisis-facing-mark-zuckerberg>
- [90] <https://www.npr.org/sections/money/2017/08/04/541643346/episode-787-google-is-big-is-that-bad>
- [91] <https://www.nytimes.com/1999/09/18/business/microsoft-covered-cost-of-ads-backing-it-in-antitrust-suit.html?pagewanted=all&src=pm>
- [92] <https://www.nytimes.com/2000/03/11/business/chairman-of-amazon-urges-reduction-of-patent-terms.html>
- [93] <https://www.nytimes.com/2007/08/27/business/media/27amazon.html>
- [94] <https://www.nytimes.com/2012/04/29/business/apples-tax-strategy-aims-at-low-tax-states-and-nations.html>
- [95] <https://www.nytimes.com/2012/04/29/business/apples-tax-strategy-aims-at-low-tax-states-and-nations.html>
- [96] <https://www.nytimes.com/2013/06/07/us/nsa-verizon-calls.html>
- [97] https://www.nytimes.com/2015/10/02/business/amazon-to-stop-selling-apple-tv-and-chromecast.html?_r=0
- [98] <https://www.ourquadcities.com/news/4-the-record/cory-booker-wants-big-tech-investigated-before-breaking-up-companies/>

- [99] https://www.pcworld.com/article/199099/facebook_privacy_fixes.html
- [100] <https://www.pinsentmasons.com/out-law/news/oft-minded-to-close-amazon-probe-after-company-drops-price-parity-policy-in-the-eu>
- [101] <https://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2018/mar/22/meghan-mccain/comparing-facebook-data-use-obama-cambridge-analyt/>
- [102] https://www.realclearpolitics.com/articles/2019/07/17/congress_grills_big_tech_over_competition_money_and_power_140801.html
- [103] <https://www.reuters.com/article/us-usa-military-google-idUSN0625659220080306>
- [104] <https://www.reuters.com/article/us-usa-technology-antitrust/u-s-moving-toward-major-antitrust-probe-of-tech-giants-idUSKCN1T42JH>
- [105] <https://www.securityfocus.com/columnists/420>
- [106] <https://www.strongtowns.org/journal/2016/7/19/stacy-mitchell>
- [107] <https://www.telegraph.co.uk/technology/google/7479690/Google-Street-View-criticised-for-showing-images-of-secret-SAS-headquarters.html>
- [108] <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/8436831/Student-addiction-to-technology-similar-to-drug-cravings-study-finds.html>
- [109] <https://www.theguardian.com/news/2018/dec/20/googles-earth-how-the-tech-giant-is-helping-the-state-spy-on-us>
- [110] <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump>
- [111] <https://www.theguardian.com/technology/2012/apr/04/amazon-british-operation-corporation-tax>
- [112] <https://www.theguardian.com/technology/2012/dec/23/facebook-tax-profits-outside-us>
- [113] <https://www.theguardian.com/technology/2013/may/16/google-told-by-mp-you-do-do-evil>
- [114] <https://www.theguardian.com/technology/2015/dec/16/amazoncouk-banned-dangerous-weapons-found-sale#comment-65204402>
- [115] <https://www.theguardian.com/technology/2016/jul/19/facebook-under-fire-censoring-kashmir-posts-accounts>
- [116] <https://www.theguardian.com/technology/2019/feb/22/microsoft-protest-us-army-augmented-reality-headsets>
- [117] <https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/15/big-tech-behemoths-face-grilling-from-us-lawmakers-as-hearings-kick-off>
- [118] <https://www.theguardian.com/world/2013/jul/11/microsoft-nsa-collaboration-user-data>
- [119] <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/us-tech-giants-nsa-data>
- [120] <https://www.theverge.com/2017/12/6/16741136/download-amazon-prime-video-apple-tv>
- [121] <https://www.theverge.com/2018/3/28/17172404/justin-rosenstein-asana-social-media-facebook-timeline-gantt>
- [122] <https://www.theverge.com/2018/7/24/17606974/oregon-senator-ron-wyden-interview-internet-section-230-net-neutrality>
- [123] <https://www.theverge.com/2018/8/1/17639652/google-senate-intelligence-facebook-russia-twitter>

- [124] <https://www.theverge.com/interface/2019/5/17/18628627/democrats-big-tech-facebook-sanders-buttigieg>
- [125] <https://www.tugraz.at/institutes/isds/home/>
- [126] <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2013/10/21/facebook-lifts-ban-on-violent-content/3146705/>
- [127] <https://www.vox.com/recode/2019/5/16/18626779/ron-wyden-section-230-facebook-regulations-neutrality>
- [128] <https://www.vox.com/recode/2019/7/31/20748732/josh-hawley-smart-act-social-media-addiction>
- [129] <https://www.warner.senate.gov/public/>
- [130] https://www.washingtonpost.com/investigations/us-intelligence-mining-data-from-nine-us-internet-companies-in-broad-secret-program/2013/06/06/3a0c0da8-cebf-11e2-8845-d970ccb04497_story.html?hpid=z1
- [131] https://www.washingtonpost.com/investigations/us-intelligence-mining-data-from-nine-us-internet-companies-in-broad-secret-program/2013/06/06/3a0c0da8-cebf-11e2-8845-d970ccb04497_story.html
- [132] <https://www.washingtonpost.com/news/magazine/wp/2019/08/28/feature/a-conservative-senators-crusade-against-big-tech/>
- [133] <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/07/25/inside-chris-hughes-campaign-break-up-facebook-tech-monopoly-he-helped-create/>
- [134] <https://www.wired.com/2012/08/if-theres-a-screw-theres-a-way-custom-screws-wont-stop-the-diy-community/>
- [135] <https://www.wired.com/2015/10/amazon-apple-tv-chromecast/>
- [136] <https://www.zdnet.com/article/windows-10-telemetry-secrets/>
- [137] www.ecis.eu/documents/Finalversion_Consumerchoicepaper.pdf
- [138] www.jewishtribune.ca/wp-content/uploads/PDF/jt080508.pdf

حوزه فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد. این فضا مثل یک رودخانه پر از آب و خروشان است که می آید و دائماً هم بر آب آن افزوده و خروشان تر می شود. اگر ما بر این رودخانه تدبیر کنیم و برنامه داشته باشیم، زهکشی کنیم و هدایت کنیم این رودخانه را تا به سد بریزد، می شود فرصت. اگر رهاش کنیم و برنامه ای برای آن نداشته باشیم می شود یک تهدید.



csri.majazi.ir