

اینترنت آنها یا اینترنت ما؟

چه بر سر اینترنت آمد؟ حدود سی سال پیش، اینترنت که تا آن زمان یک شبکه ارتباطی بود که ارتش آمریکا و یک سری از نهادهای دانشگاهی استفاده می کردند داشت در دسترس افراد علاقه مند به تکنولوژی در عموم مردم قرار می گرفت. پست الکترونیکی (ایمیل) مورد استفاده کاربران گسترده تری قرار می گرفت. گروه های مباحثه یوزنت و سیستم های تابلوی اعلانات (بی.بی.ایس) که به کاربران امکان به اشتراک اطلاعات و شرکت در جلسه بحث با افراد همفکر خود را می گسترش بود. در اواخر دهه 1980، تیم برنرز-لی پروتکل انتقال متن (اچ. تی. تی. پی) را ایجاد کرد که پیشرفتی اساسی بود که شبکه تارگستر جهانی را ممکن ساخت.

یکی از ابعاد اساسی اینترنت آن زمان، مخالفت شدید آن با هر گونه کاربری تجاری یا شرکتی بود. بسیاری از سیستم ها کلیه تبلیغات یا استفاده برای ارسال هر نوع پیام تجاری را صریحا ممنوع می کردند. سروورها نهادهای غیرانتفاعی اداره می شد.

اما باز بودن محض اینترنت به شرکت ها این امکان را داد تا حضور خودشان را در وب پایه ریزی کنند. شرکت های خدمات اینترنتی تجاری به یکباره پیدا کردند. هیچ مرجع حاکمیتی برای جلوگیری از ظهور آنها وجود پول ها و منابع بی نهایتی که در اختیار داشتند، حضورشان در مدت سراسر اینترنت پر هرج و مرج آن اوایل را فرا گرفت. دولت آمریکا مختلف مدیریت اینترنت را خصوصی سازی کرد. شرکت های خصوصی شدند تا نام های دامین اینترنت را بفروشند و هر سازمانی که صاحب است را ملزم کنند تا هزینه مجوز سالانه را به یک شرکت خصوصی اگر مخالفت هایی در مورد استفاده از یک نام دامین وجود داشت، شرکت های بزرگ تقریبا به طور خود به خود بر شرکت های غیرانتفاعی کوچک داشتند.

در هزاره جدید، این گرایش ها سرعت یافت. شکل های جدید شبکه های ارتباطی به وجود آمد و تقریبا تمام آنها در کنترل شرکت ها بود. تلفن همراه از شبکه هایی استفاده کردند که شرکت های خصوصی صاحب هستند: یک رویکرد ناکارآمد و اسراف کارانه اما بسیار سودآور. رسانه جمعی و اپلیکیشن های ارتباطی پدید آمدند. و با اینکه کاملا به گونه شده اند که کنترل آنها به طور مشترک در دست کاربرانشان و کارگرانی باشد که آنها را تعمیر و نگهداری می کنند، اما تقریبا همه آنها شرکتی هستند.

در حالی که اینترنت خصوصی سازی می شد، شرکت های بانفوذ، دیگر فقط به انتشار تبلیغات به شیوه رسانه های چاپی راضی نمی شدند. در این زمان، وارد کار جاسوسی کاربرانشان شدند. جمع آوری هر گونه اطلاعات ممکن در مورد آنها و سپس، نه تنها استفاده از این اطلاعات برای هدف گذاری برای تبلیغات خودشان، بلکه فروش آنها به هر نهاد تجاری دیگری که بودجه لازم برای پرداخت بهای آن را داشته باشد. دولت نیز مانند نهادهای امنیت ملی خود می تواند به این داده ها دسترسی پیدا کند.

حکومت ها هر چه در توان داشتند انجام دادند تا تجاری سازی و شرکتی سازی اینترنت را تسهیل کنند اما آنها نیز برنامه های خودشان را دارند. یک دغدغه اصلی برای حکومت حفظ مشروعیت خود است. رسانه های جریان اصلی شامل پلتفرم های رسانه های آنلاین نقش مهمی در پدیده ای ایفا می کنند که نوام چامسکی و ادوارد هرمن آن را «تولید رضایت» نامیدند.

اما یکی از مشکلات اینترنت این است که به دیدگاه های دیگرانندیش نیز اجازه انتشار می دهد. با اینکه رسانه های جایگزین و بلاگ نویس های مستقل از دسترس رسانه های تجاری و دولتی فاصله زیادی دارند اما بعضی از آنها حداقل مخاطبان بسیاری را جذب کرده اند زیرا روایت های رسمی را به چالش می کشند. آنها به کاهش قابلیت اعتماد حکومت ها و رسانه های جریان اصلی کمک کرده اند زیرا دروغ ها و تحریف های آنها را مدام به چالش می کشند. کسانی که در راس قدرت هستند این موضوع را مشکل اساسی و هتک حرمت غیر قابل تحمل می دانند.

نتیجه این وضع یک سری مانور دیگر برای به حاشیه راندن هر چه بیشتر حریفان گستاخ است. یک بخش از این تهاجم شرکتی-دولتی، قانونگذاری برای پایان دادن به «بی طرفی اینترنت» در ایالات متحد آمریکا بوده است. در حالی که قبلا تمام اطلاعات موجود در اینترنت به طور یکسان و با پهنای باند موجود یکسان حرکت می کرد، حالا شرکت هایی که زیرساخت فنی را کنترل می کنند اجازه دارند به بعضی از اطلاعات اولویت بدهند و در همین حال، از سرعت محتواهای دیگر بکاهند. این بدین معنی خواهد بود که وبسایت های متعلق به شرکت هایی که می توانند هزینه خدمات بهتر را پردازند، از خدمات سریع بهره مند می شود، در حالی که سرعت آنهایی که قادر به پرداخت این هزینه نیستند، کاهش می یابد. با توجه به ماهیت اینترنت، وقتی مردم انتظار دارند روی چیزی کلیک کنند و بعد بی درنگ آن را ببینند، سایت هایی که چون

در زیرساخت کندشده هستند، بالا آمدن آنها پنج تا ده ثانیه طول در صد بالایی از کاربرانشان را از دست خواهند داد.

همزمان، شرکت هایی مانند گوگل و فیسبوک به اسم مبارزه با «اخبار جعلی» و «دیدگاه های ضداجتماعی» اقداماتی برای تنزل جایگاه یا حذف موثر دیدگاه های منتقد شرایط موجود انجام می دهند. گوگل الگوریتم های خود را به گونه ای تغییر داده است که محتوای بسیاری از وبسایت های جایگزین را به جایگاه پایین تری برود یا ناپدید کند. فیسبوک خوراک های خبری خود را به گونه ای فیلتر می کند که مطمئن شود اخباری که به اشتراک گذاشته می شود از منابع «موثق» می آید. منظور آنها از منابع موثق، رسانه های شرکتی است.

چه کار می توانیم بکنیم؟ مقالات موجود در کانکشنز و خبرنامه صد/های دیگر کانکشنز و وبسایت کانکشنز به نشانی www.connexions.org به توضیح ابعاد این مشکل کمک می کنند. این مقالات ابزارهایی را ارائه می دهند، مثلا ابزاری برای محافظت از حریم شخصی خود و امن کردن دستگاه هایتان و همچنین پیشنهادهایی می دهند، از جمله اینکه تا جایی که می توانید از پلتفرم های شرکتی دوری کنید.

چند پیشنهاد دیگر:

- 1) سعی کنید از به اشتراک گذاری هر مقاله خبری دیگری که در های جریان اصلی منتشر می شود، خودداری کنید.
- 2) حتما محتوایی را به اشتراک بگذارید که در رسانه های جایگزین وبسایت های جایگزین (مانند کانکشنز!) منتشر می شوند. وقتی محتوا را به طور مستقیم به اشتراک می گذاریم، موجب افزایش بازدیدها و تحلیل ها می شویم و کمک می کنیم افراد بیشتری آنها را پیدا کنند و ببینند.

اولی دیمر، قبلا منتشرشده در صد/های دیگر، خبرنامه کانکشنز، 21 آوریل 2018
مقالات دیگر در مورد این موضوع و موضوعات مرتبط را می توانید در وبسایت
نشانی www.connexions.org بیابید.

مترجم: لیلیا سیدمیکائیلی