

Division and Contradiction

In the Global Information Infrastructure

تضاد و تعارض در اینترنت
ناهم‌سازی و تضاد در زیرساخت جهانی اطلاعات

نویسنده: پیتر گلدینگ (Peter Golding)

استاد جامعه‌شناسی و رئیس بخش علوم اجتماعی دانشگاه لوف بارو انگلستان

آدرس سایت مقاله:

<http://www.lboro.ac.uk/departments/ss/depstaff/staff/golding.htm>

کلید واژه ها: تعارض اینترنتی، دموکراسی الکترونیکی، فردگرایی سایبرنتیکی، تنگنای رایانه ای

همین امروز آغاز کن تا آینده را فراچنگ آری. اینترنت این جاست و دارد اتفاق می افتد، هم امروز از آینده بهره برگیر

(نقل از یک آگهی در فایننشال پرس انگلستان، مارس ۱۹۹۸)

اینترنت دارای مشکلاتی است که اغلب گریبانگیر منابعی است که در مالکیت همگانی قرار دارند: استفاده نادرست بالقوه، مسایل امنیتی و نوعی فقدان ساختار (نقل از اطلاعیه مطبوعاتی اتحادیه بین المللی ارتباطات دوربرد، اکتبر ۱۹۹۸) روزگاری که به نظر می آمد اینترنت بیرون از قوانین سرمایه داری قرار دارد دیگر کم و بیش به سرآمده است. (نقل از هات و ایرد، ۱۲ مارس ۱۹۹۹)

منتقدان اجتماعی ترقیخواه به طبع بدبین اند، آنها بارها شاهد بوده اند که به سبب حرص و آرزوهای سرمایه داری و شکست و ناکامی سیاسی، وعده و وعید تقسیم نعمت ها و مواهب بر باد رفته است، اما امید همچنان برجای می ماند و با آمیزه ای از ساده دلی، عزم راسخ، کوشش صادقانه پرورش می یابد؛ یا بنا به لطیفه ی کوتاه گرامشی با بدبینی عقل و خوش بینی اراده.

هیچ چیز بیش از دگرگونی های فنی نمیتواند امید جاودانی به پیشرفت را بارور کند. در دهه های اخیر، پیدایش نیروهای ارتباطی با شتاب و انعطاف پذیری غیر قابل تصور مجدداً بصورت پایه ای برای بازنویسی خیال آمیز تاریخ آینده درآمده است. در سالیان اخیر، تلویزیون چریکی، ویدئوی محلی، [برنامه هایی که برای تهییج افکار عمومی به لحاظ اجتماعی و سیاسی ساخته میشود] و نیز رادیوهای دوسویه همگانی همه و همه امیدگذرای تأمین مواد و مصالح الکترونیکی را برای تنوع جویی و دگراندیشی عرضه داشته اند. با این همه، هر یک از این ابزار به عنوان یک وسیله ی مؤثر دگرگونی اجتماعی از بین رفته اند.

در نظر مورخان که با تاریخچه ی اختراع دستگاه چاپ، پیدایش روزنامه، یا بنگاه های سخن پراکنی آشنایی دارند جای تعجب نیست که نوآوری های فنی در دستگاه ستم و نابرابری ادغام شوند. با اینهمه هنگامیکه سرمایه داری در اواخر قرن بیستم به چیزی شبیه به مرز انتقالی رسید، این احساس که توانایی چشمگیر و بی

سابقه تکنولوژی‌های مبتنی بر کامپیوترهای جدید ممکن است چیزی یک سره متفاوت باشند باردیگر آتش زیر خاکستر خوش‌بینی رادیکال را شعله‌ور ساخت.

آخرین منبع چنین خوش‌بینی‌ای پیدایش اینترنت است؛ و اینترنت گسترش تصاعدی سلسله‌ای از شبکه‌های کامپیوتری است که فرهنگ، گرافه‌گرایی بی‌پایان رسانه‌ای، ادبیات فزاینده و حتی نوع یا ژانر آغازینی از فیلمها و داستان‌پردازی‌های آینده‌گران خاص خود را ابداع کرده است.

سرانجام به نظر میرسد که رویای عرضه الکترونیکی آرمانهای جفرسونی دردسترس ماست. چنانکه سیاستمدارانی چون تونی بلر در انگلستان و الگور در ایالات متحده تلاش میکنند تا به صورت آینده‌گران سیاست عصر رایانه درآیند. هیچ کس فرصت بهره‌گیری از چنین تحولی را از دست نمیدهد، حتی نیوت گینگریچ هم به ما اطمینان میدهد که این عصر جدید، انقلابی در کالاها و خدمات در پی خواهد داشت که اکثریت مردم را توانمند خواهد کرد و وضع آنان را بهبود خواهد بخشید (به صف اکثریت توجه کنید: حتی آینده‌گرایان نیز هوای «داو» شرط‌بندی خود را دارند).

اینها کافی است که آب دهان آدم را راه بیندازند گرچه گینگریچ در ادامه می‌گوید که ایالات متحده می‌تواند با پیشگام شدن در تغییر و تحول کالاهای جدید، خدمات، سیستم‌ها، استانداردهای مربوط به یک انقلاب تکنولوژیک، سودهای هنگفت به دست آورد. در این مقاله سعی بر آنست تا از پیامدهای رشد و گسترش اینترنت ارزیابی گسترده‌تری ارائه شده و در کنار برخی ملاحظات مربوط به نابرابری اطلاعاتی جهانی بررسی گردد.

اعجوبه‌ها و سودهای خالص

تاریخچه‌ی اینترنت و در واقع به طور کلی تاریخچه‌ی صنعت کامپیوتر، افسانه‌ی دلکشی است که در عالم صغیر رویای آمریکایی می‌گنجد: داستان اینست که مردان جوان پرجنب و جوش و مبتکری در حیات خلوت خانه‌ها و یا در انباری‌ها نیروی محرکی را تشکیل می‌دهند که صنعتی را به راه می‌اندازد که آغازگر ورود ایالات متحده به عصر اطلاعات است. این سوداگران فنی که چیزی برای خطر کردن ندارند جزاندکی دلار، جز رویا، جز چند وسیله و ابزار قرضی و جز اعجوبگی فنی، به هیأت کارنگی‌ها،

هرست‌ها، ادیسون‌ها، دوپون‌ها و راکفلرهای جدید دوران رایانه درمی‌آیند. اکونومیست رشد و گسترش اینترنت را نه حسن تصادف و یا پیروی از مد روز بلکه پیامد قدرت مهار نشده‌ی خلاقیت فردی می‌شمارد. اگر این اتفاق درحوزه‌ی اقتصاد رخ دهد نشانه‌ی پیروزی بازارآزاد بر برنامه‌ریزی متمرکز، در عرصه‌ی موسیقی چیرگی جاز بر باخ، درحوزه‌ی سیاست برتری دموکراسی بر دیکتاتوری به شمار می‌آید. این نمایش‌پردازی نیز مانند بسیاری از داستان‌های اساطیری هسته‌ای از حقیقت در بردارد. آرمان‌های پیشتازی که در رشد و گسترش اولیه‌ی اینترنت سهیم بودند به قسمت زیادی از فرهنگ اینترنتی کمی آب و رنگ هیچی‌وار داده است؛ در همان حال که شبکه‌های کامپیوتری خود را به شعارهای عصر جدید غرب آمریکا، شمینیسیم تکنولوژیک و ایفای نقش جهان‌های شگفت‌آور می‌آرایند. اینها خیالات واهی است؛ اما از همان آغاز مطرح بوده است و جای تعجب نیست که دوستدارانی چون راینگلد با حسرت اعلام خطر می‌کنند. او می‌گوید «هنوز برای مردم سراسرجهان امکان این هست که بکشند که این قلمرو نوین گفتمان حیاتی بشری به روی شهروندان این سیاره باز بماند، پیش از آنکه کله گنده‌های سیاسی و اقتصادی آن را بقاپند، سانسورش کنند، معیار و اندازه‌ای برایش معین کنند و از نو آن را به ما بفروشند. این جا راینگلد بیش از آنکه انتظار داشته باشد امیدوار است. با این همه، سرچشمه‌ی پیدایش اینترنت را نباید درحیاط خلوت خانه‌های این اعجوبه‌ها جست. زندگی اینترنتی در سازمان‌های طرح‌های پژوهشی عالی پنتاگون آغاز شد. نیاز به شیوه‌ای که بتواند پژوهشگران کامپیوترهای نظامی را به یکدیگر پیوند دهد به پیدایش فنی می‌انجامد که توانست داده‌های انتقال یافته را به بسته یا بلوک تقسیم کند. چنین فنی هم امنیت داده‌ها را میسر می‌ساخت (بخشهایی از پیام‌ها را نمیتوان گوش ایستاد) و هم سالم ماندن آنها را تضمین می‌کرد (حتی حمله‌های اتمی تنها می‌تواند به بخشی از یک شبکه اصابت کند به نحویکه بخش‌های دیگر دست نخورده می‌مانند و زمام کار را به دست می‌گیرند).

آزمایش‌های اولیه در اواسط دهه‌ی شصت میلادی هم زمان بود با کارهایی که در آزمایشگاه ملی فیزیک در انگلستان انجام می‌پذیرفت. هنگامی که آرپنت از چهارگره در سال ۱۹۶۹ به حدود یکصد گره در ۱۹۷۵ افزایش یافت، به سازمان ارتباطات دفاعی تحویل شد. در دهه‌ی ۱۹۸۰ شبکه‌های دانشگاهی در سایه‌ی پشتیبانی بنیاد ملی علوم گسترش یافتند.

ان.اس.اف. نت که بدین ترتیب بوجود آمد در ۱۹۹۰ جانشین آرپنت شد. از سوی دیگر، واگذاری شبکه‌های منطقه ای.ان.اس.اف به بخش خصوصی موجب پیدایش شالوده تجاری برای شبکه‌های به هم بسته‌ای شد که در آن زمان وجود داشتند و مبنای همه‌ی رشد و گسترش‌های بعدی شدند. همچنان که اینترنت تقریباً به طور تصاعدی گسترش می‌یابد، مجموعه‌ای کاملاً تجاری از سیستم‌های اصلی ساخته و پرداخته می‌شود و جای سیستم‌هایی را می‌گیرد که پیش از این دولت ایجاد کرده بود. تأمین‌کنندگان خدمات اینترنتی تبدیل به شرکت‌های عام بزرگ شده و یا درهم ادغام گشته‌اند. در سال ۱۹۹۵ کلیه محدودیت‌های باقی مانده بر سر راه استفاده‌ی تجاری از اینترنت از میان رفت. اریک اشمیت، رئیس کل فنی سان‌مایکروسیتمز، این موضوع را به سادگی چنین توضیح می‌دهد: تأمین خدمات برای مشتریان عبارت است از کاربرد مرگبار اینترنت. از نظر راس جونز، مدیر برنامه‌های دیجیتال اینترنت، (اینترنت عرصه‌ی پرباری برای کشف امکانات تجاری محسوب می‌شود) و یا اگر بخواهیم از اکونومیست نقل کنیم (اینترنت دیگر بالغ شده است). اندازه‌ی اینترنت، به هر معنایی که بگیریم، تقریباً هر سال دو برابر می‌شود. علم حساب و اغراق‌گویی را به هم بیامیزید، آن‌گاه همه‌ی ساکنان این سیاره با هم ارتباط خواهند یافت.

شبکه‌ی جهانی ورلد واید در سال ۱۹۸۹ در مرکز پژوهش‌های ذره‌ای اروپا ایجاد شد، اما تنها در سال ۱۹۹۳ اوج گرفت یعنی هنگامی که پس از ساخته شدن نرم‌افزارها در دانشگاه ایلینویز و سپس در جاهای دیگر «مرورگران» و رابطه‌های گرافیکی را به وجود آورد تا امکان پژوهش و بازمینی «صفحات» شبکه‌ی جهانی ممکن شود. با ورود امکانات چندرسانه‌ای برای اینترنت، تولیدکنندگان تجاری مرورگرانی چون نت اسکپ یک شبه ثروتمند شدند. تا سال ۱۹۹۵ بیش از ۳۰ هزار پایگاه اطلاعات در اینترنت به وجود آمد و از آن پس تقریباً هر دو یا سه ماه دو برابر شده است و احتمالاً شماره‌های آنها اکنون افزون بر میلیون‌هاست.

مهم‌ترین دگرگونی در ویژگی شبکه‌ی جهانی افزایش شدید پایگاه‌های تجاری بوده است. بنا بر ارزیابی مؤسسه‌ی فنی ماساچوست نسبت مراکزی که به استفاده‌ی تجاری اختصاص دارند از ۱۶٪ در کل در سال ۱۹۹۳، به ۵۰٪ در کل در اوایل ۱۹۹۸ افزایش یافته است. دریافت ماهیت کاربرد اینترنت عموماً می‌تواند از راه بررسی قلمروهای کاربردی آن صورت گیرد.

در سال ۱۹۹۴ استفاده از قلمروی تجاری "Com" به عنوان رایج‌ترین نام جایگزین قلمروی آموزشی "edu" شده بود؛ و این زمانی بود که شرکت‌ها کشف کردند که شبکه چیزی بیش از یک پاتوق عجوبه‌ها است. نت ورک ویزاردز در بررسی خود در ژانویه ۱۹۹۶ نشان می‌دهد که ۹/۴ میلیون کامپیوتر میزبان به اینترنت متصل‌اند که از این تعداد، قلمروی تجاری "com" به تنهایی گسترده‌ترین قلمرو را به خود اختصاص داده است و از مجموع قلمروهای علمی / آموزشی "edu" و دولتی "gov" نیز وسیع‌تر است.

کله‌گنده‌ها وارد گود می‌شوند

در اواسط دهه ۱۹۹۰ دو ویژگی شرکت‌های بزرگ در بخش‌های ارتباطات دوربرد و اطلاعات جلوه‌ای چشمگیر دارد. نخست آن که موج عظیمی از ادغام‌ها، الحاق‌ها و یا تشکیل شرکت‌ها رخ می‌دهد. دوم آنکه فعالیت‌ها گوناگونی و تنوع می‌یابند. هر دو حرکت همانطور که روند تجاری‌سازی اینترنت جدی‌تر می‌گردد، طراحی می‌شوند تا شرکت‌های عظیم را در موقعیتی برتر قرار دهند. بنا بر بررسی برادو بیوا سوشییتس در ۱۹۹۵ میزان ادغام‌ها و دادوستد شرکت‌ها در صنعت تکنولوژی اطلاعات ۵۷٪ افزایش یافت و قیمت معادلات انجام شده به ۱۴۳ میلیون دلار رسید. شرکت‌های تکنولوژی اطلاعات با هم‌هی توش و توان خود در صدد رسیدن به جایگاه مهمی بودند که لازمه رقابت در بازار بین‌المللی است، در عین آن که به ویژه طالب نوعی از همیاری بودند که پیوند با شرکت‌هایی را مجاز می‌شمرد که به تازگی نظارت دولتی از آن حذف شده بود. بنابراین دلیل حضور در شبکه‌ی جهانی نه به صورت مدروز تازه به دوران رسیده‌ها بلکه به صورت یکی از مقتضیات و ضرورت‌های کسب و کار درآمد. این فعالیتها در اروپا بیشتر در عرصه‌ی ارتباطات دوربرد، در ایالات متحده در بخش سمعی بصری، در ژاپن در صنایع الکترونیک متمرکز بوده است. آلمان بزرگ‌ترین بازار ارتباطات دوربرد است و تاکنون در این زمینه ادغام‌هایی با شرکت‌های آمریکایی (تیسن - بل ساوت) و شرکت‌های انگلیسی (ویاگ اینترکام بی تی و با کیبل‌اند و ایرلس) صورت داده است. اتحادیه‌های اخیر در بخش‌های سمعی بصری همکاری‌هایی با او.ژ.س. فرانسه و فوکس قرن بیستم و نیز قرارداد تولید مشترک میان تلویزیون فرانسه و تایم وارنر را در برمی‌گیرد. روند گسترده‌تر

ادغام‌های عظیم در بخش‌های سمعی بصری شامل تصاحب ام.سی.ای. از سوی شرکت کانادایی گول‌آسای شراب و نوشابه‌سازی سیگرم نیز می‌شود که کنترل استودیوهای فیلم‌سازی یونیورسال را هم در دست دارد. نمونه‌های دیگر این ادغام‌ها عبارت‌اند از خرید سهام ترنر پرودکستینگ از سوی تایم وارنر، خرید کپیتال سیتیز (که شبکه‌ی ای.بی.سی. را نیز در خود دارد) از سوی شرکت والت دیزنی و خرید شبکه‌ی سی.بی.اس از سوی وستینگ هاوس. هنگامیکه پخش و توزیع به صورت اولویت بعدی امرتجاری شدن اینترنت در می‌آید رشد و گسترش سیاست ادغام عمودی، بخش سمعی بصری را در موقعیت اصلی و کلیدی قرار می‌دهد. خرید سهام استودیوهای فیلم‌سازی پارامونت در سال ۱۹۹۴ از سوی شرکت رسانه‌ای گول‌آسای وایاکام (که کانال‌های ام.تی.وی. را اداره می‌کند) به خوبی نشان‌دهنده‌ی این نکته است.

این ادغام عمودی از بسیاری جهات ممکن است از هم‌گرایی‌های پرسروصدای صنایع مربوط به ارتباطات دوربرد، کامپیوتر و خبرپراکنی پراهمیت‌تر باشد. مورد اخیر بهره‌برداری تکنولوژیکی از امری است که در وهله‌ی نخست باید آن را به صورت یک استراتژی مالی و اقتصادی در نظر گرفت. اینجا ناگزیر به برخی اسامی آشنای دیگر برمی‌خوریم. نیوزکورپورشن متعلق به روپرت مرداک با سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت مخابراتی راه دور ام.سی. آی. در عرصه‌ی خدمات اطلاع‌رسانی وارد این صحنه شد.

از جمله‌ی این خدمات اف.وای. آی آن لاین متعلق به ام.سی. آی. پست الکترونیکی، شبکه‌ی دلفی متعلق به نیوزکورپ، بازیهای کامپیوتری است. همزمان، شرکت مایکروسافت با عرضه‌ی مایکروسافت نت ورک و اجرای طرح‌های آزمایشی در بخش سمعی و بصری از طریق خرید سهام شرکت دریم ورکس و همکاری با شبکه‌ی ان.بی.سی. و کسب مجوز تکثیر بازی‌های ویدئویی آغاز به کار کرد.

به این ترتیب رویای دستیابی به دموکراسی جفرسونی از راه فیبرهای نوری فقط به فرصت صرفه‌جویی بیست دقیقه راهپیمایی تا محل کرایه ویدئو تبدیل می‌شود. به دشواری می‌توان این وعده و وعیدهای مرداک را با واقعیت تطبیق داد که چنین اقدامی «می‌تواند میان منافع اجتماعات گوناگون پلی بزند، فرصت‌هایی برای برقراری ارتباط و رشد و گسترش آن بیافریند و تجربه‌ی روزانه‌ی افراد را از هر دست و طبقه، پربار سازد. بر این اساس، شرکتها می‌توانند برای بازاریابی سه نوع کالا از شبکه بهره بگیرند:

فرآورده‌های تولیدی خود، دسترسی به شبکه، تبلیغات. استفاده از شبکه برای بازاریابی به تازگی آغاز شده و با مشکلاتی مدام به ویژه عدم امنیت در پرداخت‌ها، همراه است. مشکل عمده‌ی تبلیغات سرشماری دقیق تعداد مخاطبان است که هم اکنون این موضوع مورد توجه ویژه قرار گرفته است.

تاکنون چند بار به پایگاه شما «سرزده» و یا از آن استفاده کرده‌اند؟

به رغم این بی‌اطمینانی، نرخ تبلیغات در حال تثبیت شدن است. پایگاه‌های همه پسندی مانند پلی بوی برای عرضه‌ی یک اتصال به اندازه‌ی یک تمپرستی به صفحات خود، مبلغی تا حدود صد هزار دلار طلب می‌کند. در انگلستان، الکترونیک تلگراف برای نمایش هفته‌ای یک اتصال دکمه‌ای بر روی صفحه‌ی نمایش خود مبلغ بیست و پنج هزار پوند درخواست می‌کند. پلی بوی ادعا می‌کند تا نوامبر ۱۹۹۵ روزانه بیش از سه میلیون بار به پایگاه آنان، «سرزده» اند. جان اتان نلسون، مدیرکل شرکت تخصصی آرگنیک آن لاین، می‌گوید: (ما به پایگاه‌های اطلاعات به منزله‌ی وسیله‌ای برای تجمع چشم‌هایی مینگریم که میکوشند تا مردم را به این عرصه بکشند و تجربه‌ای به آنان عرضه کنند).

هدف، جلب افراد مناسب به جایگاه‌هایی است که با توجه به عناصر دقیق جمعیت‌شناسی معین شده‌اند. برای شرکت‌هایی که در زمینه‌ی سرگرمی‌ها فعال‌اند این روش مستقیم‌تر است. سی.ان.ان. آن لاین داستان‌هایی را برمی‌گزیند که نظر به مردان جوان طبقه بالا دارد. ارایه‌ی چنین خدماتی این امکان را فراهم می‌آورد تا این شرکتها بتوانند مشتریان خود را بفربند و از ارایه‌ی خدمات اضافی به آنان که فراتر از خدمات رایگان اصلی است سود ببرند.

تنگناهای رایانه‌ای: تضاد و تعارض در اینترنت

خریدسهام از سوی شرکت‌ها و تجاری کردن اینترنت میتواند به آسانی به شکست‌طلبی فرساینده‌ای بینجامد و بدین نتیجه برسد که نیروهای همچنان مهاجم «بازار آزاد» تکنولوژی بالقوه و رهایی بخش دیگری رابه محاصره‌ی خود درآورده‌اند. اما اینترنت در این مرحله از رشد و گسترش خود، نمود آشکار آن دسته از انتخاب‌ها و تضادهایی است که در بطن هر موقعیت حساس سیاسی وجود دارند. چهار قلمرو اصلی زیر روشنگر وضعیت نامطمئن و فرصت‌های موجود است.

کاربرد اجتماعی یا سازوکار بازار

خصوصیات دوگانه‌ی ذاتی ارزش مصرف و ارزش مبادله عمیقاً در رشد و تکامل سیستم‌های ارتباطی مانند اینترنت ریشه دارند. حتی ناپی‌گیرترین شبکه‌گردان پس از گذشت و گذار کوتاهی در شبکه با نمونه‌هایی از پتانسیل کاملاً مترقی تکامل اجتماعی آن روبه‌رو خواهد شد.

در سال ۱۹۹۰ در لندن، مک دونالدز ادعای علیه پنج آنارشیست ابلاغ کرد؛ بر طبق این ادعای پنج آنارشیست با انتشار یک جزوه به طرزی ناخوشایند با آشکار ساختن جزئیات اعمال و شیوه‌های استخدامی این شرکت غول‌آسای غذایی نسبت به آن هتک حرکت روا داشته و روش‌های کشت و تولید مواد غذایی آن را مورد تردید قرار داده بودند. این محاکمه ابعادی دیکنزی به خود گرفت؛ دو تن از مدعیان، یکی پدر بی‌همسر و بیکار و دیگری باغبان سابقی که اکنون در مشروب‌فروشی کار می‌کند، اثبات کرده‌اند و کیلان دعاوی، خودآموخته و خستگی‌ناپذیری شده‌اند که ماجرای بی‌پایان و آزاردهنده‌ای را برای شرکت مک دونالدز دنبال می‌کنند. این شرکت به رغم فروش کل خود که بالغ بر ۲۶ میلیارد دلار می‌شود و استفاده از گروه مشاوران حقوقی خود که روزانه ده‌هزار دلار هزینه برمی‌دارد، نتوانسته است این دو تن را در طولانی‌ترین محاکمه‌ی غیرنظامی تاریخ انگلستان شکست دهد. یکی از مهم‌ترین حمایت‌هایی که از متهمان به عمل آمد ایجاد یک پایگاه اینترنتی بود که به مدد آن میلیون‌ها رویدادی که نشانگر نقطه ضعف‌های مک دونالدز بود شرح و بسط داده شد و تمام مقالات انتقادی یا کارتونی که در این مدت تهیه شده از طریق الکترونیکی در اختیار گسترده‌ترین مخاطبان قرار گرفت. نمونه‌هایی از این دست بی‌شمارند. بررسی‌های انجام شده گواه آن است که درخواست برای کسب اطلاعات بر روی شبکه‌ی جهانی بالاست و درحقیقت بیش از درخواست‌های مربوط به برنامه‌های سرگرم‌کننده است.

در نظرخواهی شرکت هریس در سال ۱۹۹۴ آشکار شد که ۶۳ درصد مصرف‌کنندگان خواهان اطلاعاتی درباره‌ی دولت یا بهداشت یا دیگر موضوعات مربوط به خدمات عمومی هستند.

تقریباً سه چهارم خواهان اخبار سفارشی، تنها ۴۰٪ علاقه‌مند به دسترسی به فیلم روی اینترنت و به مراتب کمتر از این تعداد خواهان خرید کالا از راه دور بوده‌اند. پس چرا سیاست شرکت‌ها درست در جهت مخالف است؟

زیرا همان طور که هوارد بسر اشاره می‌کند تنها می‌توان گفت «این صنعت معتقد است که در درازمدت اثبات می‌شود که این دسته از خدمات سودآورترند». پرسش اینجاست که عرضه یا تقاضا، کدام سبب رشد و گسترش اینترنت خواهد شد؟ شرکت آوم، مشاوران یوروپین کامیشن، تخمین می‌زنند که در سالهای آتی، خدمات چند رسانه‌ای شبکه‌ای در شمال غرب اروپا ۴۲٪ از درآمد خود را از راه آرایه‌ی برنامه‌های سرگرم‌کننده و پورنوگرافی کسب خواهد کرد و تنها ۱۱٪ این درآمد از راه خدمات اطلاعاتی به دست خواهد آمد. وقتی که ویاکام، شرکت پارامونت را به ۱۰ میلیارد دلار خرید بسیاری در عاقلانه بودن این معامله شک کردند زیرا این مبلغ ۱۷ برابر ارزش نقدی شرکت پارامونت بود؛ اما تلویزیون پارامونت و انبار فیلمهای آن با یافتن کانال‌های پخش اضافی، حق اشتراک مصرف‌کنندگان جدید و مخاطبان گسترده برای تبلیغات، منبع پرارزشی برای بهره‌برداری فراهم می‌آورد. همزمان با اتحاد مایکروسافت و ان.بی.سی. برای تهیه‌ی برنامه‌های تلویزیونی بیست و چهار ساعته و اخبار اینترنتی، دیگر شرکت‌های خبرپراکنی نیز به اینترنت هجوم آوردند. تا مارس ۱۹۹۶ حدود سیصد هزار صفحه‌ی اصلی روی شبکه از لغت «تلویزیون» به عنوان کلید واژه‌ی خود بهره می‌جستند.

ادغام یا حذف

نخستین رویاپردازان شبکه‌ای، جهان الکترونیکی مرتبط با همی را در نظر داشتند که در آن اجتماعات واقعی در یک کمون رایانه‌ای جهان نسبت به هم پشتیبانی و صمیمیت متقابل نشان می‌دهند. در این رویاپردازی به خلاف ساختارهای کهن سلسله مراتبی عمودی، ساختار اطلاعاتی افقی خواهد بود. در مجادلات بحث‌انگیز درباره‌ی سانسور و پورنوگرافی بر روی شبکه به حق به مسأله‌ی حذف و طردزنان از این جدیدترین «بازیچه‌ی پسربچه‌ها» توجه شده است. نمونه‌های اسفناک فحاشی فراملی از طریق شبکه‌های ورود تبلیغاتچی‌های ناخوشایندی مانند «پیمپس.آر.یواس» «آن‌لاین به اینترنت، پایه و اساس منطقی انتقادهای کسانی چون دیل اسپندر را فراهم آورده است. اسپندر در کتاب غرغر کردن در شبکه میگوید، ماهیت جنس پرستانه‌ی خطوط و یا ایستگاه‌های گپ‌زنی و نیزذات مردسالارانه‌ی رشد و گسترش آنها سبب حذف زنان از شبکه گشته است؛ اما احتمالاً بهای این وسایل و ابزار سهم اساسی تری در پیدایش

این شکاف و حذف و طرد افراد دارد. امر تثبیت و تحکیم ساختار بازار ناگزیر همان الگوهای حذف و تمایزگذاری موجود در تکنولوژی‌های پیشین را تکرار می‌کند. دستیابی به اینترنت مستلزم داشتن کامپیوتر سطح بالا، داشتن خط تلفن و مودم، است. در انگلستان بسیاری از خانواده‌های تنگ دست حتی به تلفن نیز دسترسی ندارند؛ حال آنکه فقط بهای سخت‌افزار برای شروع حدود، بیست هزار دلار می‌شود که این مبلغ به مراتب بیش از سرمایه‌ای است که احتمالاً این گونه خانواده‌ها هرگز نخواهند داشت.

هزینه‌های اتصال به شبکه که در حال حاضر با پرداخت ماهیانه حدود ۲۷ دلار به شرکت‌هایی مانند کامپیوسرو... امکان پذیر است مبلغ کلانی نیست؛ اما تقریباً معادل یک چهارم مقرری ماهیانه‌ی تأمین اجتماعی برای یک نوجوان است. بررسی‌های اخیر نشان می‌دهد که سطح خرید کامپیوترهای خانگی به حداکثر خود رسیده است؛ نرخ افزایش آن در سال ۱۹۹۵ در ایالات متحده تقریباً صفر بود.

بیشتر اقلام فروش رفته به جای آنکه در میان مشتریان جدید پخش شود در اختیار آن دسته از صاحبان فعلی کامپیوتر قرار گرفته است که می‌خواهند وسایل و ابزار خود را بهبود بخشند؛ و این جاست که شکاف‌های موجود عمیق‌تر می‌شوند. دلایلی در دست است که بر این روند صحنه می‌گذارد.

نیکلاس نگروپونته، رئیس ام.آی.تی. میدیا لب که خیال‌پرداز دوران رایانه‌هاست، این روند را چنین ارزیابی می‌کند: «برخی نگران شکاف اجتماعی میان بهره‌مندان اطلاعات و بی‌بهره‌گان از اطلاعات، میان داراها و ندارها و میان جهان اول و جهان سوم‌اند؛ اما شکاف فرهنگی واقعی شکاف میان نسل‌ها خواهد بود». ولی سخنان وی نادرست است. دور لاکر در بررسی خود نشان می‌دهد که بخش اعظم کاربران اینترنت مردان طبقه متوسط ۲۵ تا ۳۴ ساله‌اند، اما بررسی دیگر در سال ۱۹۹۵ در انگلستان از سوی ان.ا.پی. نشانگر آن است که یک سوم کاربران ۳۵ تا ۵۴ ساله و یک سوم آنان زن هستند. درآمد، وجه عمده‌ی تمایز میان کاربران است. درآمد سالیانه‌ی حدود یک سوم از آنان بیش از بیست و پنج هزار پوند است. خوانندگان فایننشال تایمز بیش از دیگران بر روی شبکه حضور داشتند. نیلسن به پژوهش گسترده‌تری در ایالات متحده و کانادا دست زد و دریافت که کاربران شبکه‌ی جهانی درآمدهای بالایی دارند (درآمد ۲۵٪ از آنان افزون بر هشتاد هزار دلار است). نیمی از آنان مشاغل حرفه‌ای و مدیریتی دارند و دوسوم دارای مدارک تحصیلی دانشگاهی‌اند.

پیدایش کالاهای ارتباطی جدید با گسترش فزاینده‌ی نابرابری درآمدها مصادف شده است. در انگلستان دگرگونی‌های بازار کار، سیاست‌های مالیاتی و رفاهی دوران تاجر، باسازی و تباهی صنعتی، نظامی از نابرابریها پدید آورده‌اند که در این قرن بی‌سابقه بوده است؛ اما این پایه و اساس ارتباطات اجتماعی نیست. دهکده‌ی جهانی به بازار رایانه‌ای بدل شده است. همینکه ارتباطات به بازار کشیده می‌شود، نابرابری‌ها گسترش یابنده‌ی اقتصادی تبدیل به نابرابری‌های فرهنگی و سیاسی می‌گردند. حتی همان گونه که اخیراً دیوید کلاین در مجله‌های وایرد که مبلغ گزافه‌گوی تکنولوژی است می‌نویسد: (ممکن است آینده تنها برای اقلیتی از ما که مرفه، انعطاف‌پذیر، دارای تحصیلات عالی‌اند به سرزمین اعجاب‌آور فرصتها تبدیل شود؛ اما در همان حال امکان دارد برای اکثریتی از شهروندان - یعنی برای بی‌چیزان، محرومان از تحصیلات دانشگاهی، به اصطلاح آدم‌های زیادی - دوران تیره و تاریک رایانه‌ای فرا رسد)

گوناگونی یا ادغام

رویای دیگر پیشتازان کامپیوتر آن بود که به این وسیله زمینه‌ی پیدایش سرمایه‌گذاری - مخترع فراهم آید، بدین معنا که شبانه یک هزار میلیون بتوانند از زمین برویند و هرکسی بتواند هم تولیدکننده باشد و هم مصرف‌کننده. تازه مگر نه آنکه خود «وب» به دست یک مهندس نرم‌افزار که در گوشه‌ی آزمایشگاهی در سویس به کار گل مشغول بود اختراع شد. در ضمن نرم‌افزاری که شبکه را به شدت تقویت کرد حاصل کار گروهی از دانشجویان دانشگاه ایلینویز بود و یا آنکه مارک اندریسن، مخترع نت اسکپ، محبوب‌ترین «مرورگر» شبکه، در اوایل بیست سالگی خود بی‌درنگ به یک میلیارد بدل گشت. جز این حتی ورود شرکت‌های غول‌پیکر به این عرصه نیز همانند موارد یاد شده یک دست و یکنواخت نبوده است. تا فوریه‌ی ۱۹۹۶ نیوزکورپ و آن‌لاین ونچر متعلق به ام.سی.آی. همچنان داشتند کارکنان خود را اخراج می‌کردند و هیئت مدیره نیز غزل خداحافظی می‌خواند. ای.تی.اند تی. یکی از شرکت‌های غول‌پیکری است که پیایی عده‌ای از مدیران ارشد خود را به هنگام ورود تردیدآمیز و ناموزون خود به این بازار جدید از دست داد. ای ورلد متعلق به شرکت اپل و دلفی متعلق به مرداک نیز به این مجموعه تعلق

دارند. اما نکته اینجاست که شرکتهای غولپیکر میتوانند از عهدهی اشتباهات خود برآیند و آنها را جبران کنند و همانطور که مراقب فرو افتادن شهابهای بخت خود بر اطراف کسب و کار و تجارت اند به محض اطمینان یافتن از خیز برداشتن دوبارهی آنها، سرمایهی سوداگری خود را به آن سو انتقال دهند و بگذارند بازیکنان اندک مایهی این بازی، هزینههای آغازین و مخارج راه اندازی و یا هزینههای پژوهشی و گسترش آنها را جذب کنند. ممکن است ماهیت به اصطلاح بوتیکی این بازار جدید با تأکید بر انعقاد قراردادهای فرعی و حضور تجارتهای خرد انعطاف پذیر، این شرکتهای عظیم را به مبارزه فراخواند؛ اما قسمت عمدهی این بازار همچنان در دست همان شرکتهای غول آسا باقی خواهد ماند.

دموکراسی الکترونیکی یا فردگرایی سایبرنتیکی

همین چندی پیش پیدایش تلویزیون کابلی و ورود قریب الوقوع شبکهی کامپیوتری، هیجانهای توقع آمیزی را دربارهی عصر نوین طلایی (دموکراسی از راه دور) برانگیخت.

از قرار رأی دهندگان به اربابان سیاسی خود دسترسی مستقیم می داشتند، همه پرسی الکترونیکی ساز و کار مکرر برای مسولیت پذیری و سیاست ورزی دموکراتیک را فراهم می آورد و کسب اطلاعات سیاسی برای شهروندان بی هیچ حد و مرزی و درنگی امکان پذیر بود. در ضمن دموکراسی رایانه ای از نوع آتنی آن در میان ناظران شکاک خاطره ای را زنده می کرد و سبب می شد به یاد آورد که در آتن زنان و بردگان از نظر سیاسی صدایی نداشتند. در دموکراسی سایبرنتیکی نوین نیز وضع به همین منوال بود.

همانطور که کلیفورت استال در مقاله شکاکانه و درخشان (حقه بازی سیلیکونی) خاطر نشان میکند، تا فرا رسیدن این عصر طلایی «تنها کسانی حق بهره مندی و دسترسی به شبکه خواهند داشت که از سواد فنی برخوردار باشند». بدین سان بخش محدودی از جمعیت که به پایگاه اطلاعات اینترنت متصل اند و چنین می نماید که شمارشان نسبت به کل جمعیت، سخت رو به کاهش میگذارد، تنها کسانی خواهند بود که از امتیاز دسترسی به جهانی سیاسی بهره مند خواهند شد؛ بدین ترتیب این جهان از دسترس کسانی که از لحاظ تکنولوژی فقیرند دور است. از این گذشته، ویژگی و سرنوشت سیاست چنان که در این سناریوها پیش بینی شده است ماهیت دموکراسی را از اساس دگرگون می سازد، همانطور که استال اشاره میکند امکان

این گفت‌وگوی الکترونیکی دلایل وجودی معتبر حکومت نمایندگی را از میان برمی‌دارد؛ زیرا وقتی هر یک از ما بی‌درنگ بتواند در مورد هر موضوعی رأی بدهد دیگر نمایندگی چه معنایی دارد! اینجا نیروی بالقوه‌ای برای فردی ساختن بنیادی سیاست در میان است.

در دموکراسی رایانه‌ای نقش سازمان‌های نمایندگی‌کننده و میانجی‌مانند اتحادیه‌های کارگری، گروه‌های محله‌ای، احزاب سیاسی و گروه‌های فشار تضعیف می‌شود در نتیجه چنانکه دو تن از تحلیل‌گران هلندی، ون دو وانک و تاپس می‌گویند: «هرگاه سازمان‌های نمایندگی‌کننده از میان برود و «خلایق» بتوانند عملاً گردهم آیند نوعی دموکراسی مستقیم مبتنی بر همه‌پرسی معقول مینماید». اما پیش فرض دسترسی همگانی، که توهمی بیش نیست، نیز بر افسانه‌ای درباره‌ی ماهیت کنش متقابل استوار است.

خرید خانگی از راه شبکه خیزی بر نداشته است زیرا مردم میخواهند آن چه را می‌خرند ببینند و لمس کنند و با فروشندگان این کالاها ارتباط برقرار کنند. گرچه هنگامی که سیستم‌ها پیچیده‌تر، دقیق‌تر و ایمن‌تر می‌شوند در این امر تغییری دست می‌دهد. کنش متقابل در شبکه به هیچ‌رو برای بحث و گفتگو و تأثیرگذاری دموکراتیک سازوکار مناسبی نیست و به گفته‌ی ریشخند آمیز هوارد بسبره پاسخگویی به پرسش‌های چندگزینه‌ای و وارد ساختن شماره‌های کارت‌های اعتباری یادداشت‌های الکترونیکی تقلیل می‌یابد. بدین سان ممکن است تفرد، دسترسی نابرابر، جدا نگه داشته شدن از روند رأی‌گیری به همان اندازه که پیامد سیاست‌ورزی شبکه‌ای باشد حاصل بازار الکترونیکی نیز باشد.

سرانجامی نه چندان جهانگیر

نابرابری‌های الکترونیکی در حال ظهور زاده‌ی شبکه‌ی جهانی، ادغام تجاری آن بازتاب اقتصاد سیاسی بنیادین همه‌ی تکنولوژی‌های ارتباطی پیشین است. این امر تمایز و تفکیکی دوگانه چه در سطح ملی و چه در عرصه بین‌المللی پدید می‌آورد. چنانکه گذشت برای استثمار تجاری دسترسی به ذخایر و منابع فراوان تنها در صورتی ارزشمند است که بتواند از راه ساز و کار قیمت‌ها این دسترسی را محدود کند. به سخن دیگر، باید برای ورود مصرف‌کنندگان و نیز تولیدکنندگان به بازار کمبود، ساختگی پدید آورد و مانع ایجاد کرد. این سناریو به صورت حکمی جهانگیر درمی‌آید.

در واقع دهه‌ی ۱۹۸۰ برای دو سوم از مردم جهان که در تنگدستی به سر می‌برند «دهه‌ی از دست رفته» به شمار می‌آید. در آغاز این دهه حدود شصت درصد جمعیت در کشورهایی می‌زیستند که درآمد سرانه‌شان کمتر از ۱۰٪ متوسط درآمد سرانه‌ی جهان بود. هنگامی که دهه‌ی ۱۹۹۰ فرا رسید برخی از این کشورها از منجلا ب فقر و تنگدستی بیرون آمدند؛ اما وضع اقلیت اندکی از کشورها دگرگون شد و عمدتاً به «کشورهای تازه صنعتی شده‌ی» آسیای شرقی محدود ماند. در همان حالیکه سیل کمک با شتاب به سوی اقتصادهای در حال تقلای اروپای شرقی سرازیر بود (انگیزه‌ی فرصت‌طلبی‌های تجاری و هشدار ایالات متحده درباره‌ی بی‌ثباتی سیاسی، ناشی از اقتصادهای از هم پاشیده و خلاء قدرت بود) کشورهای دیگر به ویژه کشورهای فقیر آسیا و آفریقا همچنان که نگران بدهی‌های فزاینده و کاهش قیمت مواد اولیه‌ی خود بودند به توصیه‌های آزارنده درباره‌ی «اصلاح و تعدیل ساختاری» گوش می‌سپردند.

ترکیب سیاست حمایت فزاینده از صنایع داخلی در کشورهای شمال، کمکهای روبه کاهش، نرخ‌های واقعی بالارونده‌ی بهره، بدهی‌های رشد یابنده هرچه بیشتر به بحران هر روزه‌ی اقتصادهای جهان سوم دامن زد. در سال ۲۰۰۰ در همان حال که ما با شگفتی به جشن‌های هزاره خیره بودیم و غرق تأمل در تجمل پرزرق و برق آینده رایانه‌ای، نزدیک به یک میلیارد از مردم دنیا در فقر به سر می‌بردند و تنها ۱۵٪ از جمعیت جهان ۷۰٪ از درآمد جهان را تولید و مصرف می‌کردند. پس جای شگفتی نیست که قلمرویی که به اشغال کالاها و تجهیزات ارتباطی درآمد است آکنده از نشیب و فراز و شاخص آن قله‌های رفیع امتیاز و بهره‌مندی در دره‌های عمیق فلاکت و محرومیت باشد. رای نمونه، تولید کتاب همچنان زیر سلطه‌ی اروپا و ایالات متحده است. سلطه‌ی ناشران چندملیتی انگلیسی زبان، به ویژه در زمینه‌ی نشر کتاب‌های آموزشی، به عنوان دیرپاترین مشخصه‌ی رسانه‌های بین‌المللی نیز تداوم دارد. بیش از نیمی از تولید مطبوعاتی جهان همچنان در اختیار غرب صنعتی باقی می‌ماند. برعکس، تنها ۱٪ از نشر مطبوعاتی جهان، یعنی همان نسبت یک دهه‌ی پیش، به آفریقا تعلق دارد.

رشد و گسترش خبرپراکنی‌ها به منزله‌ی رسانه‌ی سلطه در بیشتر مناطق جهان شتابان و چشمگیر بوده است. اروپا و آمریکای شمالی دو سوم از مجموع دستگاه‌های تلویزیون و رادیویی جهان را در اختیار دارند، هرچند که اروپا فقط ۱۴/۹٪ و آمریکای شمالی ۵/۲٪ از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند. نکته چشمگیر در اینجا آفریقا است که با وجود آنکه ۱۲/۱٪ از کل جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد در این تصویر حضوری بسیار محدود دارد و سهم آن از کل تعداد رادیوها و تلویزیون‌های جهان به ترتیب فقط ۳/۷ و ۱/۳٪ است. وسعت شکافی که میان ثروتمندان و تهیدستان در «دهه‌ی ازدست رفته» دهان گشوده است به روشنی تصویر می‌شود. سرانه‌ی عناوین کتاب‌های انتشار یافته در کشورهای توسعه یافته بیش از ۸ برابر سرانه‌ی کشورهای در حال توسعه است.

شکاف در سرانه‌ی مطبوعاتی نیز به همین نسبت است. سرانه‌ی رادیوی جهان توسعه یافته تقریباً ۶ برابر سرانه رادیوی جهان در حال توسعه یافته و سرانه تلویزیون آن ۹ برابر سرانه‌ی کشورهای در حال توسعه است. البته تصویری که این ارقام به ظاهر نمودار می‌سازند سرخوردگی‌های دهه‌ی هشتاد را نشان نمی‌دهد. اگر بار دیگر نگاهی به آفریقا بیفکنیم - با تعداد فقط ۳۷ تلویزیون و ۱۷۲ رادیو برای هر ۱۰۰۰ نفر - می‌بینیم که برخی از نقاط جهان تا کجا از قافله عقب مانده‌اند. این ارقام در ۱۹۸۰، به ترتیب ۱۷ و ۱۰۴ بوده است. حال آنکه همین رقم‌ها در ایالات متحده در ۱۹۹۰، به ۷۹۸ تلویزیون و ۲۰۱۷ رادیو سر می‌زند که این خود در این دهه نمودار افزایشی بیش از مجموع ارقام مربوط به آفریقا بود.

به طور کلی در زمینه‌ی ارتباطات دوربرد این شکاف بسیار عظیم است. به رغم فشارهایی که صندوق بین‌المللی پول برای حذف نظارت دولتی وارد می‌سازد کشورهای آفریقایی همچنان بیش از پیش عقب می‌افتند. تکنولوژی و ساخت تجهیزات تلفنی هنوز عامل اساسی است. در آفریقای جنوبی برای هر ۱۰۰ سفیدپوست ۶۰ تلفن اما برای هر ۱۰۰ سیاهپوست ۱ تلفن وجود دارد (این رقم برای کل قاره‌ی آفریقا برابر ۱/۶٪ است) حکومت پسا-جدایی‌نژادی در آفریقای جنوبی تا تصحیح روند مذکور در برابر خصوصی‌سازی مقاومت ورزیده است. در سال ۱۹۹۴ اروپا و آمریکای شمالی ۶۹٪ درآمدهای ارتباطات دوربرد جهانی را به خود اختصاص دادند، حال آنکه سهم آفریقا از این بابت فقط ۱٪ و از بابت خطوط تلفنی بین‌المللی ۲٪ بود.

تابومبکی معاون ریاست جمهوری آفریقای جنوبی، در نشست هفت کشور بزرگ صنعتی درزمینه‌ی اطلاع‌رسانی در ۱۹۹۵ با اعلام این که «نیمی از مردم جهان هرگز درعمرشان تلفن نکرده‌اند»، این موضوع را به طور جدی مطرح ساخت. مبکی می‌افزاید: (واقعیت این است که تعداد خطوط تلفن در منهن نیویورک بیش از آفریقای زیر صحرا است). اینترنت این تصویر را فقط بسیار روشن‌تر تکرار می‌کند. در سال ۱۹۹۴ حتی یک کشور کم توسعه یافته پیدا نمی‌شد که دارای شبکه‌ی کامپیوتری باشد تا آن را مستقیماً به اینترنت مرتبط کند. شبکه‌های پیام‌رسانی فقط در پنج کشور کم توسعه یافته وجود داشت. بنابر برآورد انجمن اینترنت در سال ۱۹۹۴ برای هر هزار نفر هندی ۰/۰۰۲ نفر کاربر وجود داشت، حال آنکه این رقم در سوئد به ۸/۹ بالغ می‌گردید. بسیاری از ملتهای آفریقایی هنوز هم به اینترنت دسترسی ندارند حال آنکه کاربرهای احتمالی چنین شبکه‌هایی، برای مثال در زمینه‌ی خدمات بهداشتی و آموزش الکترونیکی، بسیار زیاد است. آفریقا وان، یعنی همان فیبر نوری ارتباطی زیردریایی، که قرار است حلقه‌های ارتباطی به دور آفریقا پدید آورد در بهترین شرایط پیش از سال ۲۰۱۰ تکمیل نخواهد شد و هنوز روشن نیست که سود آن نصیب شرکت ای. تی. اند. تی. ساب فارین سیستمز، سازنده‌ی آن خواهد شد یا کاربران بالقوه‌ی آن. هیچ کشور آفریقایی در مراحل توسعه‌ی این طرح ۲/۶ میلیارد دلاری شرکت نداشته است. پیش از این خبرهایی درباره‌ی امکان بالقوه‌ی «تکتیر جادویی تکنولوژی‌های ارتباطی شنیده بودیم. با همه‌ی این احوال چه بر سر «انقلاب ترانزیستوری» آمد؟

درباره‌ی تضاد و خوش‌بینی

هنوز روشن نیست که این نوآوریها چه معنایی در بردارند. درست همانگونه که تأثیر ابزارهای جدید کاملاً دور از پیش‌بینی‌هاست. دستگاه ضبط صوت، امر تولید، تکثیر و انتشار آسان و ارزان موسیقی محلی و سبک‌های مختلف آن را در بسیاری مناطق تسهیل کرد و همچنین به شکل غالب برای توزیع هر چه بیشتر صنعت موسیقی فراملیتی و همه‌جاگیر درآمد. ضبط ویدئویی توانمندی‌ها و امکانات سیاسی تازه‌ای به کایاپو و دیگر گروه‌های سرخپوست حوضه‌ی رود آمازون بخشید؛ اما در عین حال زمینه‌ی ادغام کامل صنایع فیلم و تلویزیون این مناطق را در

الگوهای بومی شده‌ی تفریحات غربی هموارساخت. هواخواهان پروپاقرص اینترنت آنرا ابزاری جهت ارتباطات افقی و استفاده از خدمات شبکه‌ی جهانی اعلام می‌کنند، ابزاری که روابط را هم در سطح محلی و هم در مقیاس جهانی دگرگون خواهد کرد. با اینحال تجاری کردن اینترنت در اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ در چشم ناظران سخت یادآور وعده و وعیده‌های تکنولوژیک گذشته است.

تضاد نهفته در این تردیدها و امیدها جزئی از سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی است. البته کشاکش میان امکان بالقوه‌ی دسترسی گسترده‌تر به اطلاعات دلیل به تملک و تسلط بر آن چیز تازه‌ای نیست.

ال گور، معاون رئیس جمهوری ایالات متحده، در گردهم‌آیی اتحادیه‌ی بین‌المللی ارتباطات دوربرد در ۱۹۹۴ بر پایه‌ی پنج اصل در جهت توسعه و گسترش زیرساخت اطلاعاتی جهانی نوین به ترتیب زیر به بحث می‌پردازد:

سرمایه‌گذاری خصوصی؛ رقابت؛ مقررات انعطاف‌پذیر؛ دسترسی به دور از تبعیض؛ و خدمات‌رسانی جهانی. تشخیص ناسازگاری این اصول با یکدیگر نیازی به فهم و شعور بسیار ندارد. همین تضادها در جامعه‌ی اروپا نیز پدیدار شد؛ گردهم‌آیی وزیران این جامعه در فوریه‌ی ۱۹۹۵ در مورد انجمن اطلاعاتی، دیدگاه‌های هفت کشور صنعتی را درباره‌ی این آینده آشکار ساخت. اینجا باز به فهرستی از اصول برمی‌خوریم که اساس این اهداف را تشکیل می‌دهد و شامل این موارد می‌شود:

- تضمین دسترسی جهانی
- برابری فرصتها

تنوع و گوناگونی مضمون و همکاری جهان‌گیر با توجه ویژه به نیازهای کشور کم‌توسعه یافته. در عین حال این اصول پیش‌برد رقابت پویا، تشویق سرمایه‌گذاری خصوصی و دسترسی انعطاف‌پذیر و باز به چارچوب نظارتی را در برمی‌گیرد. اما نه، این سنبه به زور جا نمی‌رود ولو از فیبر نوری ساخته شده باشد. اجزای ذاتاً متضاد این آرزو میدان نبرد سیاست‌گذاری آینده در این عرصه خواهد بود. شرکت‌های غول‌پیکر هم چنان لنگ لنگان ولی مصمم به راه خود ادامه می‌دهند حال آنکه کالایی شدن محتوم اینترنت و تکنولوژی وابسته به آن عرصه‌ی برخورد آرمان‌ها و آرزوها خواهد بود. انجمن کتابخانه‌های آمریکا، میتواند بگوید که «زیرساخت اطلاعاتی ملی امکان تقریباً نامحدودی برای توانمندی اجتماعی،

تنوع بخشی دموکراتیک، آموزش خلاق دارد؛ اما با نظری واقع بینانه در عین حال تشخیص می دهد که «این زیرساخت به تملک، تسلط و انقیاد غول های رسانه ای مهارناپذیری در خواهد آمد که یگانه انگیزه ی آنها سود است و نه امید به تفاهم فرهنگی، دموکراسی گسترده تر، کاهش فقر، یا بهبود وضع آموزش».

راه حل این انجمن فراخوان برای تشکیل شرکت خدمات رسانی شبکه ای همگانی است.

چیزی که شاهد آنیم «رسانه ای شدن» تکنولوژی های جدید است و این تکنولوژیها همان راهی را دنبال میکنند که سناریوهای گذشته ی تجاری شدن، دسترسی تبعیض آمیز، حذف و طردتنگدستان و بی خبران، خصوصی سازی، حذف نظارت دولتی و جهانی شدن پیموده اند. اما هیچ یک از اینها محتوم نیست. اکنون به تولد ابزاری چشم دوخته ایم که میتواند قلمرو عمومی را پرورش و گسترش بخشد یا به همینسان وسیله ی دیگری را برای فرو رفتن سیاست و آرمان های مرفعی در حلقوم پلید حرص و آزمندی بازار تدارک ببیند. دعوت به پیکار ممکن است از مجاری نا آشنا فرا رسیده؛ اما اصول و لحن آن کاملاً آشنا است.