

تاریخ وصول: ۹۱/۲/۲۲

تاریخ پذیرش: ۹۱/۴/۱۷

استعمار اطلاعاتی در فضای مجازی:

مطالعه موردی «گوگل»

۱۸۳

فصلنامه مطالعات

قدرت نرم

استعمار اطلاعاتی در فضای مجازی: مطالعه موردی «گوگل»

محمد رضا نجارزاده و همکاران

محمد رضا نجارزاده^{۱*}
مهدی صرامی^۲
محمد مهدی فرقانی^۳

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۲. کارشناسی ارشد، برنامه ریزی توسعه منطقه ای، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

۳. استادیار دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

چکیده

استعمار همانطور که در گذشته به معنای تضعیف و تسلط بر ملتی برای بهره برداری بیشتر از منابع آن ملت با ادعای کمک به پیشرفت و توسعه آن کشورها معرفی می شد، امروزه در قالبهای جدیدتری رخ می دهد. بعد از استعمار نو و استعمار فرانو، در اختیار گرفتن اطلاعات و روابط مجازی یک ملت به بهانه ارائه خدمات اینترنتی نوعی جدید و خطرناک استعمار است، که بایسته است آنرا «استعمار اطلاعاتی» نامید.

در نوع کنونی از استعمار، کشورهای صاحب شرکتهای بزرگ ارائه دهنده سرویس های مبتنی بر فضای دیجیتال در سطح فراگیر جهانی، می کوشند در عوض خدماتی که در فضای دیجیتال ارائه می دهد، به وسیله مدیریت و بهره برداری از اطلاعات دیجیتال جوامع هدف، به استعمار جوامع هدف اقدام کنند. از همین طریق بهره برداری علمی و سو استفاده از ابداعات، کنترل نخبگان و تصمیم سازی برای ایشان، فروش اطلاعات اشخاص و کشورهای هدف، شناسایی و تعقیب کسانی که مخالف منافع کشورهای تامین کننده خدمات اینترنت هستند، کنترل فرهنگ و حتی زبان ملتها، ضربه اقتصادی، رقابت غیر متوازن اقتصادی و تحمیل خواست خود، دور زدن حاکمیت رسمی و

مردمی و ارتباط گیری مشکوک و نظر سازی متناسب با خواسته های خود برخلاف منافع کشورهای در حال توسعه، از جمله تبعات وابستگی جوامع به خدمات دیجیتال در اینترنت است که ذیل عنوان «استعمار اطلاعاتی» می گنجد. در این مقاله ضمن معرفی «استعمار اطلاعاتی» و نقش گسترده آن به عنوان ابزار قدرت نرم، به صورت مطالعه موردی به تحلیل کمپانی گوگل اشاره می شود و بر ضرورت برنامه ریزی برای مدیریت اطلاعات کشور به عنوان بعدی مهم از سرمایه ملی، تاکید میشود.

واژگان کلیدی: استعمار اطلاعاتی، وابستگی، فضای دیجیتال، گوگل، قدرت نرم.



مقدمه

شتاب در تولید اطلاعات، در عصر «انفجار اطلاعات» تغییرات زیادی در زندگی ایجاد کرده است.

"اینکه اظهار می‌شود در هر دوره ۵ تا ۱۰ ساله اطلاعات و آگاهی مردم به دو برابر افزایش می‌یابد و یا اینکه حدود ۸۵ درصد از دانشمندان و محققان تمامی اعصار در عصر حاضر زندگی می‌کنند، نشانه گسترش شتابان حجم اطلاعات و اصطلاحاً انفجار اطلاعات در دنیای امروز است. انفجار اطلاعات رابطه مستقیم و تنگاتنگی با شیوه پیچیده کار و زندگی بشر عصر حاضر دارد" (نیک طره، ۱۳۷۱: ۱۶)

یکی از قوی‌ترین وجوه تسلط، تسلط اطلاعاتی است. بگونه‌ای که فرد در هر کجا و در هر موضوع طوری تحت تسلط و کنترل باشد که حتی خواسته‌ها و افکارش در اختیار عامل مسلط باشد. کستلز، متفکر اسپانیایی الاصل امریکایی، اساساً روند جهانی شدن نوین را روند جریان‌های سرمایه، مردم، کالا، خدمات و اطلاعات به گرد جهان تشکیل می‌دهد. (مانوئل کستلز، ۱۳۸۰: ۴۸۳-۴۷۵)

اگر از دو سده قبل و در عصر انقلاب صنعتی، معدن و نفت ابزار اصلی تسلط بود و با «استعمار نفتی» مواجه بودیم، از این پس در عصر فناوری اطلاعات «استعمار اطلاعاتی» خطر اصلی جوامع است.

سیونندان، نظریه پرداز انتقادنگر اروپایی معتقد است: "اگر ماشین دستی، جامعه ای با ارباب فئودال به بار می‌آورد و ماشین بخار، جامعه ای با سرمایه دار صنعتی، محصول ریزتراشه هم سرمایه دار جهانی است، سرمایه داری اطلاعاتی.

سیونندان، فرهنگ پسامدرنیستی را بیانی از سرمایه داری اطلاعاتی می‌داند و همچون هات وایرد بر این باور است که روزگاری که به نظر می‌آید اینترنت، بیرون از قوانین سرمایه داری قرار دارد، کم و بیش به سر آمده است". (محمد

مهدی فرقانی، ۱۳۸۲)

در قرآن کریم در آیه ۱۴۱ سوره نساء آمده است: «لن يجعل الله للكافرين على المسلمين سبيلا» «خداوند تسلطی برای کافرین بر مسلمین، قرار نداده است.»

قاعده نفی سبیل از «قواعد ثانویه» است که به اصطلاح اصولی بر «قواعد اولیه حاکمند». در حالی که مطابق قاعده اولیه، داشتن هرگونه ارتباط با کافران جایز است، بر اساس قاعده ثانویه نفی سبیل، این ارتباط در صورتی که سبب سلطه کافران بر مسلمانان شود، ممنوع خواهد بود. حتی برخی از نویسندگان می گویند، در صورتی که قراردادی میان مسلمانان و کافران بسته شود و سپس آشکار شود که این قرار داد، سلطه کافر بر مسلمانان را به دنبال داشته است، در این جا، قاعده نفی سبیل بر قاعده «اوفوا بالعقود» حاکم می شود و آن قرارداد را از بن بی اساس می سازد. (شکوری، ۱۳۶۱: ۳۲۷)

در عصر فناوری اطلاعات هرکس از ما بخش قابل توجهی از شئون زندگی خود را «در فضای دیجیتال» باز تعریف کرده و روز به روز «سایه دیجیتال ماندگار از هر شخص» به سمت غرق شدن ساحت‌های مختلف زندگی او در این فضا، رو به گسترش است.

حال باید دید «سایه دیجیتال» افراد و از جمله مسلمین در ایران و سایر کشورها در اختیار چه کسی قرار می‌گیرد؟

در روش استعمار فرانو، حوزه تمدنی جایگزین واحد دولت - ملت می شود. تنوع تمدنی در این حوزه ها، باید به شکل گیری تمدن جهانی با ارزش های واحد منجر شود که همان تمدن غربی است. رهبر انقلاب در این باره می فرمایند:

الزامات سلطه‌ی جهانی البته این سیطره یک الزامات سیاسی دارد که همان **نظم نوین جهانی** است یک الزامات علمی و اداری دارد، که بتدریج خود را به آن نزدیک می‌کنند. مسأله‌ی **جهانی‌سازی** که امروز در تجارت پول فرهنگ و شبکه‌های فرهنگی مثل اینترنت و مانند آن مطرح است همه دانسته و نادانسته در

خدمت این مجموعه‌ی طبقاتی است. البته تحلیل جامعه‌شناختیِ اینها خیلی دقیق ریز و مفصل است.

... اگر این سیطره کامل شود صد سال شاید هم بیشتر مجموعه‌ی بشریِ عظیمی که در این منطقه زندگی می‌کند از کاروان علم و تمدن و معرفت و خوشبختی دور خواهد ماند. می‌داند که این سرآغاز و دهلیز یک **استعمار** تعریف نشده است. **استعمار فرانو** را برای ما تعریف کردند، **استعمار** نوین را هم در کتابهای گوناگون برای ما تعریف کرده‌اند، اما **استعمار** را وقتی تعریف کردند که سالهای متمادی از آن گذشته بود. **استعمار** نو را هم جامعه‌شناس‌های دنیا زمانی برای ما تعریف کردند که سالهای متمادی از آن گذشته بود. **استعماری** که امروز مطرح است بالاتر از نو است کاملاً جدید است. **استعمار** تازه‌یی که ملتها را در چنبره‌ی خودش گرفتار می‌کند و مجال تکان خوردن را به آنها نمی‌دهد و دقیقاً باید طبق میل همان مجموعه عمل شود ۱۳۸۳/۰۹/۱۱.

استعمار اطلاعاتی بهترین مصداق **استعمار** فرانو در جهان کوچک شده امروزی است. فرایند جهانی شدن یا جهانی سازی، به سرعت در حال تغییر فرهنگ‌ها و فراملی کردن تمدنهاست. در این میان جایگاه تمدن اسلامی و ایرانی ما کجاست؟ آیا در جهانی شدن ما نیز فرهنگ و تمدن خود را صادر کرده ایم یا اینکه در پروژه جهانی سازی منفعل در برابر فرهنگ و تمدنهای غربی هستیم؟ پاسخ به این سوال در این مقاله با بررسی نقش اطلاعات در تعیین جایگاه فرهنگ‌ها داده می‌شود. چراکه اطلاعات محتوای مهم تسلط سیاسی و اقتصادی و فرهنگی در جهان دو فضایی شده امروز است. (سعید رضا عاملی، بی تا: ۶۹-۷۰)

شاید بیشترین تاثیر فن آوری ارتباطات رایانه ای بر حاکمیت ملی این است که مفهوم قدرت را از آنچه که از اصطلاحات جغرافیایی بر می آید به اقتدار اطلاعاتی تغییر داده است (مولانا، ۱۳۸۴: ۱۴۷).

قدرت نرم، نیز بر پایه توسعه تکنولوژیهای ارتباطاتی رابطه تنگاتنگی با اطلاعات و مناسبات آن دارد.

استعمار اطلاعاتی و سلطه اقتصادی:

در اقتصاد اطلاعاتی، اطلاعات کالایی است که مبادله می شود و قدرت اقتصادی را تعیین می کند. با کمترین سرمایه فیزیکی و کمترین سرمایه کاری و کارمند می توان بیشترین مصرف کننده را تحت پوشش قرار داد و این مساله در اقتصاد غیر اطلاعاتی کاملاً برعکس است و این رابطه در مدل روبرو نشان داده شده است.

هربرت شیلر تاکید می کند که نوآوری های اطلاعاتی و ارتباطی تحت تأثیر فشارهای تعیین کننده حاکم بر بازار خرید و فروش و تجارت به منظور به دست آوردن سود، صورت می گیرد. برای شیلر مرکزیت اصول بازار یک اجبار نیرومند در کالاسازی اطلاعات و به معنای دسترسی فزاینده به اطلاعات تنها به شرط قابلیت فروش آن می باشد. (فرانک و بستر، بی تا: ۶۲)

سایت پژوهه، اقتصاد اطلاعات **Economics of Information**، مصطفی همدانی

"وجه مشخصه ی اقتصاد جهانی که از تولید مبتنی بر اطلاعات و رقابت پدیدار شده عبارت است از وابستگی متقابل، منطقه ای شدن، تنوع فزاینده در درون هر منطقه، جذب گزینشی، تقسیم بندی و هندسه ی بسیار متغیر آن. خط کانونی اقتصاد جهانی، یک شبکه ی بسیار در هم تنیدگ بین ایالات متحده اروپای غربی و ژاپن است... همه ی مناطق جهان، اقتصاد خود را پیرامون این کانون و در یک رابطه ای وابستگی چند لایه سامان می دهند. (کمال پولادی، ۱۳۸۲: ۶۸)

استعمار اطلاعاتی و سلطه سیاسی:

اقتدار ملت‌ها نه به وسیله دیگر ملت‌ها، بلکه به وسیله شرکت‌های چند ملیتی نیز تهدید می‌شوند که می‌توان گفت قدرتمندترین عاملان غیردولتی در جریان فراملی داده‌هاست (مولانا، ۱۳۸۴: ۱۴۷).

وابستگی به کشورهای بزرگ جهانی، در امر مدیریت اطلاعات، خصوصاً از سوی ارگانهای دولتی، سبب ایجاد بستر برای بهره‌برداری از اطلاعات، جهت اغراض سیاسی می‌گردد. اما با توجه به حضور سایبری اکثر قریب به اتفاق اندیشمندان کشورهای مختلف، در جامعه شبکه‌ای امروزی، عدم شناخت عمیق از ادره کنندگان این فضا می‌تواند، بستر سوء استفاده را برای سلطه جویان فراهم نماید. "مساله دیگر در جریان فرامرزی داده‌ها، مساله حاکمیت ملی است. این مساله زمانی به وجود می‌آید که اطلاعات حیاتی برای تصمیم‌گیری‌های ملی در پایگاههای داده‌ای خارجی، پردازش و ذخیره می‌شود. حاکمیت ملی - توانایی یک کشور برای تاثیرگذاری بر مسیر تغییرات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی فرهنگی - در صورتی که دانش مربوط به کلیه گزینه‌های موجود برای یک کشور در یک موقعیت خاص به خاطر دسترسی محدود به اطلاعات مرتبط یا ظرفیت پایین به کارگیری فن‌آوری مورد نیاز محدود شود، به شدت آسیب می‌بیند" (مولانا، ۸۴: ۱۴۶).

در آیه ۱۶ سوره توبه آمده است:

أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تُتْرَكُوا وَلَمَّا يَعْلَمِ اللَّهُ الَّذِينَ جَاهَدُوا مِنْكُمْ وَلَمْ يَتَّخِذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ
وَلَا رَسُولِهِ وَلَا الْمُؤْمِنِينَ وَلِجَنَّةٍ وَاللَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

ولیعجه به معنای محرم اسرار و بیگانه‌ای که محرم گرفته شود، معنا شده است.

طبق آیه فوق رازداری، لازمه مومن بودن هر مسلمانی است. اما انتقال اطلاعات آن هم با وجود سیستمهای پیشرفته جستجوی اطلاعات و در برخی موارد جاسوسی از اطلاعات، به خارج کشور، سبب نقض حریم اسرار است.

استعمار اطلاعاتی و سلطه فرهنگی:

امپریالیسم فرهنگی، اشاره به شیوه هایی است که طی آن انتقال برخی از محصولات، مد و سبک زندگی از کشورهای فرادست به کشورهای فرودست و بازارهای وابسته صورت می گیرد و به ایجاد الگوهای خاص تقاضا و مصرف می انجامد. این الگوها بر ارزش ها، آرمان ها و رویه های غربی مهر تایید می زند و باعث سیطره فرهنگ غربی و سرمایه داری بر فرهنگ های محلی می شود. ارتباطات و رسانه یکی از تاثیرگذارترین ابزارهای نهادی هستند که این فرایند را تسریع و سازماندهی می کنند (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۲۰۰).

بی شک اینترنت در ارائه سرویس هایش از فلسفه غرب و مبانی مدرنیستی و اخیرا پست مدرنیستی آن رنگ پذیرفته است.

"تمدن جدید غرب، نتیجه همدلی، همفکری و همکاری عده ای است که محور امیال خود را میل و ابتهاج به دنیا و بهره مندی حداکثر از آن قرار داده اند و هر پدیده ای که امروز از آن سو به چشم ما می آید، بنیان آن در اخلاق و همدلی های دنیا گرایانه است...جامعه جهانی، با همدلی حول این محور برای توسعه و تکامل جامعه اطلاعاتی، فراخوانده است. (محمد مهدی میر باقری)

بندگی، تواضع و ارزشهای الهی در حقیقت پایه های فرهنگ دینی هستند که در زندگی مجازی امروز جایگاهی ندارند. اینترنت و جامعه اطلاعاتی به واقع به عنوان ابزارهای مهم جهانی سازی هستند که در عصر انفجار اطلاعات، فرهنگ غربی و علی الخصوص آمریکایی را به عنوان عامل هویت ساز تعریف می کنند. نسلی که به جای تعمق و اندیشه به کسب حجم وسیعی از اطلاعات خو کرده است، با دور شدن از ارزشهای فرهنگی خود نوعی بحران هویت دارد که برای پر

کردن این خلأ، صاحبان قدرت و ثروت با تعریف فرهنگی جهانی، این نسل را به سوی هویتی واحد حرکت می دهد.

دکتر سعید رضا عاملی در مقاله "دو جهانی شدن و ارتباطات بین تمدنی: تحلیل روشمند ارتباط فرهنگی در جهان" به تحلیل و بررسی نوع گفتگوهای بین تمدنی به نقد برخی روابط بین تمدنها پرداخته و نوع آنها را نه از جنس ارتباط بلکه از نوع سلطه می داند. در این مقاله آمده است:

"نگاه خود محورانه و یا تک محورانه به جهان، در دیدگاههای آمریکا گرایانه، نه تنها منشا کوچک شمردن سایر فرهنگ و تمدن ها شده بلکه به نوعی منشا نوعی تحقیر و توهین به ارزشهای فرهنگی، تمدنی و دین سایر ملل شده است. نگاه سلطه و نگاه تحقیر، دو وجه مشترک دیدگاه آمریکا-مرکزی است. متفکران بسیاری این نوع دیدگاه را به نقد کشیده اند و در واقع نگاه آمریکا گرایانه را نگاه ایدئولوژیکی دانسته اند که به مبارزه با سایر ایدئولوژیها اقدام کرده است". (سعید رضا عاملی، ۱۳۸۹: ۶۶)

مطالعه موردی: موتور جست و جوی گوگل

موتور جست و جوی «گوگل» محصول یک پروژه تحقیقاتی مشترک بین دو دانشجوی دکتر است. این دو دانشجو عبارت بودند از «لاری پیج» آمریکایی و «سرگیبرین» روسی. این دو دانشجوی یهودی همکاری در سال ۱۹۹۶ موتور جستجوی آزمایشی خود به نام Backrub را راه اندازی کردند. یک سال بعد، آنها نام موتور جستجوی خود را به Google تغییر دادند.

گوگل بر گرفته شده از کلمه گوگول به معنی «یک عدد یک و صد صفر جلوی آن»، انتخاب این اسم از کتاب ریاضیات و تخیل توسط لاریپیج و سرگئی، به این

دلیل بود نشان دهند قرار است ماوریتی را به اجرا رسانند که هدف آن سازماندهی انبوهی از اطلاعات وب است.

با بررسی رده بندی google.com از طریق سایت معروف الکسا، می بینیم گوگل در رده اول پربیننده ترین سایتهای دنیا است. دیدن فهرست کشورهای که در آنها گوگل بیشترین بازدید کننده را دارد نشان می دهد، ایران بعد از آمریکا، در کنار کشورهای نظیر الجزایر، بنگلادش و هند سهم قابل توجهی از کلیک و تامین اطلاعات گوگل و بهره مندی از خدمات آن را تامین می کند.

گوگل چه اطلاعاتی را از کاربران خود دریافت می کند؟ برای پاسخ دادن به سوال فوق به سایت گوگل مراجعه و مانیفست آنرا مطالعه می کنیم. در مانیفست گوگل آمده است:

• اطلاعاتی که ما به واسطه استفاده شما از سرویس های خود دریافت می کنیم. ما ممکن است اطلاعاتی درباره سرویس هایی که شما از آنها استفاده می کنید و نحوه استفاده شما از آنها جمع آوری کنیم، مانند زمانی که از سایتی بازدید می کنید که از سرویس های تبلیغاتی ما استفاده می کند، یا زمانی که تبلیغات و محتوای ما را مشاهده کرده و با آنها ارتباط برقرار می کنید. این اطلاعات شامل موارد زیر است:

اطلاعات دستگاه

اطلاعات گزارش

هنگام استفاده از سرویس های ما یا زمانی که محتوای ارائه شده توسط Google را مشاهده میکنید، ممکن است بطور خودکار برخی اطلاعات خاص را جمع آوری کرده و در گزارشهای سرور نگهداری کنیم. این ممکن است شامل این موارد شود:

جزئیات مربوط به نحوه استفاده شما از سرویس‌های ما، از قبیل عبارت‌های جستجوی شما .

اطلاعات مربوط به گزارش ارتباط تلفنی مانند شماره تلفن شما، شماره تلفن فرد تماس‌گیرنده، شماره‌هایی که تماس به آنها انتقال یافته، ساعت و تاریخ تماس‌ها، مدت زمان تماس‌ها، اطلاعات مسیریابی پیامک و انواع تماس‌ها.

آدرس پروتکل اینترنتی

اطلاعات فعالیت‌های دستگاه مانند خرابی‌های ایجاد شده، فعالیت سیستم، تنظیمات سخت‌افزاری، نوع مرورگر، زبان مرورگر، تاریخ و ساعت درخواست شما و URL ارجاعی. کوکی‌هایی که ممکن است بطور خاص مرورگر یا حساب Google شما را مشخص نمایند.

اطلاعات مکان

هنگامی که شما از یکی از سرویس‌های Google که مکان در آن فعال است استفاده می‌کنید، ما ممکن است اطلاعاتی درباره مکان واقعی شما، مانند سیگنال‌های GPS که توسط تلفن همراه ارسال می‌شود، را جمع‌آوری و پردازش کنیم. ما همچنین ممکن است از فن‌آوری‌های مختلف، مانند داده‌های حسگر دستگاه شما که بعنوان مثال ممکن است اطلاعاتی را درباره نقاط دسترسی Wi-Fi و برج‌های سلولی موجود در نزدیکی شما ارائه کند، برای تعیین مکان استفاده کنیم.

شماره‌های خاص برنامه

برخی از سرویس‌ها دارای یک شماره برنامه خاص هستند. این شماره و اطلاعات مربوط به نصب شما (مانند نوع سیستم عامل و شماره نسخه برنامه) که ممکن است هنگام نصب یا حذف یک سرویس برای Google ارسال شود، یا زمانی که سرویس بطور دوره‌ای با سرویس‌های ما تماس برقرار میکند، بعنوان مثال برای به‌روزرسانی‌های خودکار.

ذخیره‌سازی محلی

ما ممکن است با استفاده از روش‌هایی مانند ذخیره‌سازی مرورگر وب از جمله HTML 5 و حافظه‌های پنهان داده برنامه، اطلاعاتی را (از جمله اطلاعات شخصی) جمع‌آوری کرده و بصورت محلی در دستگاه شما نگهداری کنیم.

کوکی‌ها و شناسه‌های ناشناس

هنگامی که شما از یک سرویس Google دیدن می‌کنید، ما از فن‌آوریهای بسیاری برای جمع‌آوری و نگهداری اطلاعات استفاده می‌کنیم، و این امر ممکن است شامل ارسال یک یا تعداد بیشتری کوکی یا شناسه ناشناس به دستگاه شما باشد. همچنین وقتی شما با سرویس‌هایی که ما به شرکای خود ارائه می‌کنیم (از جمله سرویس‌های تبلیغی یا ویژگی‌های Google که ممکن است در سایت‌های دیگر ظاهر شوند) در تعامل هستید، ما از کوکی‌ها و شناسه‌های ناشناس استفاده می‌کنیم.

همانطور که خود گوگل اعلام داشته است، اطلاعات افراد به صورت دقیق، کامل و جزئی در اختیار این شرکت قرار خواهد گرفت.

این حجم وسیع اطلاعاتی که در خارج از کشور، سازماندهی می‌شود، از ابعاد گوناگونی قابل برای گردانندگان این شرکت و حامیان آن دارای ارزش است.

۱- بهره اقتصادی: کسب درآمد از راه تبلیغ

در واقع، بیش از ۹۶ درصد درآمد ۳۷/۹ میلیارد دلاری گوگل در سال ۲۰۱۱ از طریق جذب آگهی‌های تبلیغاتی به دست آمده و در نتیجه سود خالص گوگل را به حدود ۹/۴ میلیارد دلار رسانده است.

در هر ثانیه حدود ۳۴ هزار جستجو از طریق گوگل انجام میشود؛ به عبارتی حدود ۱۰۰ میلیارد جستجو در ماه. نتایج ارائه شده توسط گوگل هم از میان

حدود ۳۰ تریلیون صفحه اینترنتی ثبت شده در دیتابیس این موتور انتخاب میشود.

هر کلیک در گوگل = کسب درآمد

گوگل در کنار نتایج هر جستجو، آگهی تعدادی از شرکتهای مرتبط را نیز نمایش می دهد. اگر کاربر بر روی این آگهی کلیک کند و به سایت آگهی دهنده برود، گوگل به درآمد خود میرسد.

پس گوگل برای این که بتواند بهترین و مناسبترین نتایج را به کاربران نشان دهد، نیازمند تجزیه و تحلیل این اطلاعات است.

اریک اشمیت رئیس گوگل، در مصاحبه با روزنامه تلگراف انگلیس در ۱۳ مهر ۱۳۸۹ میگوید: «ما با اجازه خودتان اطلاعات بیشتری در مورد شما و دوستانتان جمع آوری میکنیم و کیفیت جستجو را ارتقاء می دهیم. ما نیاز نداریم حتی شما حروف را بر روی صفحه کلید فشار دهید. ما می دانیم شما کجا هستید و کجا بودید و کم و بیش می دانیم شما هم اکنون به چه چیز فکر می کنید».

حال میتوان فهمید که گوگل چیزی را مجانی به کاربرانش نمی دهد. هزینه این خدمات، همان استفاده کردن بیشتر و بیشتر کاربران از همان خدمات است و البته اطلاعاتی که گوگل از این طریق به دست می آورد.

گوگل با تحلیل محتوای اطلاعاتی که از کاربران به دست آورده، برای هر کدام پرونده ای تهیه می کند و به این ترتیب، اطلاعات بسیار ذیقیمتی برای شرکتهای و حتی دولتها تهیه می کند. اینجاست که باید برای به دست آوردن این اطلاعات پول خرج کرد. لذا در برابر یک سری از خدمات رایگان گوگل به کاربر، حجم زیادی از اطلاعات سازماندهی شده و گرانها را به دست می آورد. در حالیکه خود ما می توانیم با برنامه ریزی، اطلاعات داخلی در کشور خودمان را در داخل مدیریت کنیم و بخش مهمی از سود اقتصادی حاصل از آنرا از کشور خارج نکنیم. در واقع جز در مواردیکه به تبادلات علمی و... در خارج مرزها نیاز

نداریم نباید اطلاعات که در اینجا نقش سرمایه را دارند بیهوده از کشور خارج نماییم. خروج اطلاعات از کشور اگر تنها از بعد اقتصادی لحاظ شود هزینه هنگفتی را برای فراوری، نگهداری و بازگشت اطلاعات به کشور تحمیل خواهد نمود.

۲- تقویت انحصارطلبی سیاسی:

آیا گوگل فقط برای کسب درآمد حاصل از تبلیغ، اطلاعات را جمع آوری، سازماندهی و فراوری می کند؟

در ۱۹ آذر ۱۳۸۸ وقتی خبرنگار خبرگزاری CNBC از مدیرعامل شرکت گوگل در مورد حریم خصوصی پرسید، وی اینچنین پاسخ داد: «اگر چیزی هست که شما نمی خواهید کسی بداند، بهتر است آن را به طور کلی انجام ندهید!.. حقیقت یک موتور جستجو این است که ما اطلاعات را حفظ میکنیم و برابر قانون پتریوت (میهن پرستی) آمریکا، امکان قرار گرفتن این اطلاعات در دسترس مقامات آمریکا را فراهم میکنیم».

با توجه به احتیاج آمریکا به اطلاع از اوضاع فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و هزینه بالای کسب این اطلاعات، استفاده از خود افراد برای دراختیار گذاشتن این اطلاعات راحتترین گزینه و حمایت آمریکا از سرویس دهنده هایی مانند گوگل، فیس بوک و توییتر... و تایید مسئولین رده بالا می توان حدس زد، گوگل اطلاعات را در اختیار دولت آمریکا قرار می دهد.

اذعان گوگل به ارائه اطلاعات به آمریکا

جهت اثبات حدسمان به خط مشی رازداری گوگل برای جمع آوری اطلاعات رجوع می کنیم:

ما اطلاعات شخصی را با شرکتها، سازمانها و افراد خارج از Google به اشتراک نمی گذاریم، مگر این که یکی از شرایط زیر ایجاد شود:

• با کسب رضایت شما

در صورتی که رضایت شما را کسب کرده باشیم، اطلاعات شخصی را با شرکت‌ها، سازمانها و افراد خارج از Google به اشتراک می‌گذاریم. ما برای اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی و حساس شما نیاز به کسب رضایت شما خواهیم داشت.

• با سرپرست‌های دامنه

اگر حساب Google شما توسط یک سرپرست دامنه مدیریت می‌شود، بعنوان مثال برای کاربران Google Apps، سرپرست دامنه و فروشندگانی که پشتیبانی کاربری را برای سازمان شما ارایه میکنند به اطلاعات حساب Google شما دسترسی خواهند داشت (از جمله ایمیل و سایر داده‌های شما). سرپرست دامنه شما ممکن است بتواند کارهای زیر را انجام دهد:

- مشاهده آمار مربوط به حساب شما، مانند آمار مربوط به برنامه‌هایی که شما نصب می‌کنید.
- تغییر گذرواژه حساب کاربری شما.
- توقف یا تعلیق دسترسی شما به حساب کاربری خود.
- دسترسی یا حفظ اطلاعات ذخیره شده بعنوان بخشی از حساب کاربری شما.
- دریافت اطلاعات حساب کاربری شما به منظور پیروی از قوانین و مقررات قابل اجرا و فرآیندهای حقوقی یا درخواست حکومتی قابل اجرا.
- محدود کردن توانایی شما در حذف یا ویرایش اطلاعات یا تنظیمات حریم خصوصی.

• برای پردازش خارجی

ما اطلاعات شخصی شما را در اختیار شرکتهای وابسته یا سایر شرکتهای یا افراد قابل اطمینان قرار می‌دهیم تا آنها را بر اساس دستورالعمل‌های ما و با تبعیت از خط مشی رازداری ما و یا سایر اصول محرمانگی و امنیتی، برای ما پردازش کنند.

• به دلایل حقوقی

ما اگر مطمئن باشیم که دسترسی، استفاده، حفظ یا ارایه اطلاعات شخصی شما به سایر افراد بصورت منطقی لازم و ضروری است، برای مقاصد زیر اطلاعات شخصی را با شرکتهای، سازمان‌ها یا افراد خارج از Google به اشتراک می‌گذاریم:

اجرای هرگونه قانون قابل اعمال، مقررات، روند حقوقی یا درخواست لازم الاجرای حکومتی.

اجرای شرایط سرویس قابل اعمال، از جمله بازرسی تخلف‌های احتمالی. شناسایی، جلوگیری یا هدف قرار دادن کلاهبرداری، و مشکلات ایمنی یا فنی.

محافظت در برابر نقض حقوق، دارایی یا ایمن Google، کاربران ما یا عموم افراد بگونه‌ای که توسط قانون لازم و مجاز باشد. همانطور که خود گوگل علنا بیان کرده است، در صورت درخواست حکومتی این شرکت اطلاعات را به دولت آمریکا ارائه خواهد داد. همچنین توجه به جزئیات اطلاعاتی که این شرکت از کاربران دریافت می‌کند نشان می‌دهد، که کاربران این شرکت تا چه حد می‌تواند تحت نظر و مورد تسلط این شرکت باشند، اطلاع داشتن از اطلاعات شخصی، دوستان و آشنایان، جستجوهای علمی، مکان دقیق زندگی، ایمیل‌های شما و حتی اخیراً بواسطه سیستم عامل موبایل اندروید روی گوشی‌های موبایل، تماس‌هایتان تحت نظارت این شرکت است که شرح دقیق این سرویس‌ها در این مقاله نمی‌گنجد.

مواضع گوگل در رابطه با ایران:

در پی اعلام باراک اوباما مبنی بر تغییر راهبرد تحریمها علیه ایرانیان بگونه ای که آنچه وی «تطبيق نحوه اعمال برخی تحریمها با دیپلماسی عمومی دولت آمریکا در خصوص ایران» خوانده بود و در واقع راهبرد جدید ارتباط گیری مستقیم آمریکا با مردم ایران در جهت القای شکاف بین نظام اسلامی و ملت مسلمان ایران بود، در تاریخ ۱۹ ژانویه ۲۰۱۱ اعلام میشود که گوگل برخی «سرویس» های خود را که قبلا در تعدادی از کشورها تحریم شده بود به صورت خاص برای «مردم ایران و نه دولت ایران» لغو و از لیست تحریم های خود خارج کرده است. در این خصوص یکی از مدیران گوگل در یک بیانیه مداخله جویانه اعلام میکند که در جهت حمایت از جمعیت مخالفین در ایران، گوگل سرویس های نقشه (Google earth)، مرورگر اینترنتی chrome و سرویس عکس Picasa را در ایران برای مردم باز کرده ولی برای IP های مربوط به دولت ایران این سرویسها بلاک خواهد بود.

نگاهی به سرویسهای ذکر شده نشان میدهد که سرویس Google earth ابزار خوبی برای دریافت اطلاعات مکانی به صورتی کاملا مجانی توسط خود مردم هست. همچنین گوگل کروم یک مرورگر اینترنتی است که با تبلیغات وسیع قصد دارد جایگزین مایکروسافت اکسپلورر گردد تا بتواند تمامی تحرکات اینترنتی افراد بعلاوه تمامی پسوردها و شناسه های اینترنتی و حسابهای کاربری افراد را درخود نگه داشته و به سرورهای گوگل بفرستد. در نهایت وقتی می بینیم پیکاسا بگونه ای است که تحت عنوان «سرویس» آلبوم عکس شخصی هر فرد، وقتی تصویر یک شخص در آن قرار می گیرد بصورت اتوماتیک از کاربر میخواهد که نام فرد را زیر عکس بنویسد تا «هویت دیجیتال» هر شخص، بیش از پیش با هویت واقعی فرد «تطبيق» داده شود.

شاید اکنون بیشتر بتوان به عمق گفته های مدیرعامل گوگل دست یافت که در سایت روزنامه تلگراف انگلیس ۵ اکتبر ۲۰۱۰ در مصاحبه ای اعلام میکند:

“ما با هماهنگی خودتان اطلاعات بیشتری درمورد شما و دوستانتان جمع آوری می کنیم و کیفیت جستجو را ارتقاء می دهیم. ما نیاز نداریم حتی شما حروف را بر روی صفحه کلید فشار دهید. ما می دانیم شما کجا هستید و کجا بودید و کم و بیش می دانیم شما هم اکنون به چه فکر می کنید!”

۴- سلطه فرهنگی:

گوگل در سایت خود فلسفه وجودیش را سازماندهی اطلاعات جهان اعلام می کند. با تبدیل خدمات گوگل به فضایی که در آن تمام نیازمندیهای روزمره برآورده می شود، وابستگی اعتیاد گونه به آن در حال شکل گیری است. برای ترجمه به ده ها زبان زنده دنیا، برای ارتباط با دوستان، برای موبایلتان، برای تجارت، برای جستجوی مطالب علمی، برای انتقال حجم زیادی از اطلاعات بوسیله ایمیل، برای شناسایی جهان اطرافتان، حتی به عنوان سیستم عامل کامپیوترتان و... گوگل سرویسهای پیشرفته و سریعی تولید کرده که تجمع اطلاعات در دست این شرکت از طرفی و سود حاصل از محصولات ناشی از فراوری اطلاعات آن از طرف دیگر، سبب تقویت روزافزون آن و در نتیجه سختتر شدن دائم امکان رقابت با آن شده است. در واقع آینده پژوهی روند حاضر نشان می دهد به تدریج از فرآیند استفاده از گوگل به فرآیند زندگی در گوگل نزدیک خواهیم شد. فرهنگ آمریکایی مدیران این سرویس دهنده، به سرعت از طریق خدمات آن ترویج می شد. این در حالیست که نمی توان از کنار حضور مدیران یهودی در راس این شرکت به آسانی عبور کرد. تجربه تاریخی و تبارشناسی یهود نشان می دهد که نگاه قومیت محور در آنها همواره تاثیر به سزایی در تصمیم گیری ها و برنامه هایشان داشته است. عبارتی که اریک اشمیت مدیر عامل گوگل به کار

می برد، موید نکته فوق است. او می گوید من عاشق اسرائیل هستم (آرتص؛ سایت تریبون).

اهداف آینده گوگل مانند سیستم جستجو بدون جستجو، نشان از برنامه ریزی جهت تعیین خط مشی برای افراد دارد. این سرویس با ادعای پیش بینی نیازهای فکری مخاطبان، علاوه بر ابراز سلطه خود بر افکار مخاطبان در گوگل به هدایت فکری آنها نیز اقدام خواهد کرد.

«حتی اگر ندانید دقیقاً به دنبال چه هستید، یافتن یک پاسخ در وب مشکل ماست نه شما. ما سعی میکنیم نیازهایی را پیش بینی کنیم که هنوز توسط مخاطبین جهان یمان به زبان آورده نشده و با استفاده از محصولات و سرویسهایی که استانداردهای جدیدی را ایجاد میکنند به آنها دست یابیم».

جمع بندی:

اینترنت به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای جهانی سازی، به دلیل نبود بسترهای مدیریت بومی اطلاعات، به محلی برای سلطه اطلاعاتی غرب مبدل شده است. پیرو اصل قرآنی حرمت تسلط کافران بر مسلمانان، در اصل یکصد و پنجاه و دو قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز اشاره شده است: «سیاست خارجی جمهوری ایران بر اساس نفی هرگونه سلطه جویی و سلطه پذیری، حفظ استقلال همه جانبه و تمامیت ارضی کشور، دفاع از حقوق همه مسلمانان و عدم تعهد در برابر قدرتهای سلطه گر و روابط صلح آمیز متقابل با دول غیر محارب استوار است» که یکی از مصادیق سلطه را در عصر حاضر می توان سلطه اطلاعاتی دانست که عامل سلطه فرهنگی، اقتصادی و سیاسی نیز می شود.

خدمات شرکتهای بزرگ ارائه دهنده خدمات اینترنتی مانند گوگل گرچه رایگان به نظر می رسد، علاوه بر خروج ارز، وابستگی کاربران و تسلط اطلاعاتی را که

در عصر جدید مبنای هر تسلطی هست به همراه دارد. استفاده از سرویس ها، نوعی تداوم وابستگی را رقم می زند.

با عنایت به اینکه مهم ترین شیوه استعمار فرانو تهاجم فرهنگی - رسانه ای است، که با توجه به سیطره استعمارگران بر رسانه و خبرگزاری های بزرگ جهانی صورت می پذیرد، ضروری است برای تحقق استقلال ملی و حفظ منافع مردم کشورمان، به برنامه ریزی برای مدیریت اطلاعات کشور اقدام کنیم.

در این مسیر لازم است اولاً به ارتقای سواد رسانه ای، در میان مخاطبان داخلی و با رویکرد اسلامی اقدام کرده و ثانیاً با عنایت به هویت اسلامی و قاعده نفی سبیل، با توجه به نیازهای روز افزون داخلی، سرمایه گذاری بیشتری برای ارائه سرویس های بومی در اینترنت بکنیم. این مسئله به معنای اختراع تکنولوژیهای مدرن بدون بهره گیری از دانش پیشرفته غرب نیست، بلکه به معنای لزوم بستر سازی برای مدیریت داخلی اطلاعات و عدم تایید وابستگی مطلق به سرویس دهنده های خارجی خصوصاً آمریکا است.

۲۰۲

فصلنامه مطالعات
قدرت نرم

سال دوم، شماره ششم، تابستان ۱۳۹۱

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

الف. کتاب‌ها و مقالات

- ۱- پولادی، کمال، بررسی کتاب عصر اطلاعات و پیدایش جامعه شبکه ای، کتاب ماه علوم اجتماعی، تیر و مرداد ۸۲.
- ۲- روزنامه گاردین انگلیس، 26 ژوئن. 2010
- ۳- روزنامه تلگراف انگلیس، 5 اکتبر 2010.
- ۴- شکوری، ابوالفضل، فقه سیاسی اسلام، ۱۳۶۱.
- ۵- عاملی، سعید رضا، "دو جهانی شدن و ارتباطات بین تمدنی: تحلیل روشمند ارتباط فرهنگی در جهان"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۹، بهار ۱۳۸۹.
- ۶- عاملی، سعید رضا، "دو جهانی شدن و آینده جهان"، کتاب ماه علوم اجتماعی، ۷۰ و ۶۹.
- ۷- فرقانی، محمد مهدی، "جامعه اطلاعاتی جهانی؛ گذر از الگوی حاکم"، مجله رسانه، پاییز ۸۲ سال چهاردهم، شماره سوم.
- ۸- قران کریم، ترجمه ابوالفضل ابراهیم پور
- ۹- مهدی زاده، نظریه های رسانه، اندیشه های رایج و دیدگاههای انتقادی، انتشارات همشهری، چاپ دوم، ۱۳۹۱.
- ۱۰- میر باقری، سید محمد مهدی، رابطه اخلاق و فناوری اطلاعات از منظر فلسفی، مجموعه مقالات دومین همایش منطقه ای اخلاق و فناوری اطلاعات.

۲۰۳

فصلنامه مطالعات

قدرت نرم

استعمار اطلاعاتی در فضای مجازی: مطالعه موردی «گوگل»

محمد رضا نجارزاده و همکاران

۱۱- نیک طره، امیر حسن، "ارزش اقتصادی اطلاعات"، مجله مدیریت «تدبیر»،
اردیبهشت ۱۳۷۱- شماره ۲۱ صص ۱۶ تا ۱۷.

۱۲- همدانی، مصطفی، سایت پژوهه، اقتصاد اطلاعات
Economics of Information

ب. سایت‌ها

- 1- www.alexacom.com.
- 2- www.google.com/intl/fa/policies/privacy.
- 3- leader.ir.



۲۰۴
فصلنامه مطالعات
قدرت‌نرم

سال دوم، شماره ششم، تابستان ۱۳۹۱