

خنده‌های انفرادی  
و خسران جمعی

نیوشا طیبی‌گیلانی

روزنامه‌نگار

۱ چند روز پیش جایی در میان جمعی از ایرانیان مهاجر بودم. یکی از آنها با خنده تعریف می‌کرد: «... بله خلاصه ما پنج نفر از خانواده را به‌بهانه دیدار و با دعوت‌نامه‌های توریستی آوردیم اینجا. الان شش ماه است که مانده‌اند! کار به جایی رسیده که کنسول اسپانیا در تهران رنگ زده قسم و آیه داده که خواهش می‌کنم این افراد را بازگردانید، برای ما مشکلاتی ایجاد شده است...» جمع می‌خندیدند و به زنگی و زبلی راوی و خانواده، آفرین می‌گفتند. اسپانیا قانون عجیبی دارد که می‌گوید، اگر کسی تا دو سال در این کشور اقامت غیرقانونی داشته باشد، می‌تواند بدون مجازات درخواست ویزای اقامت و اجازه کار کند. اما سوبه دیگر ماجرا را ببینید، چند ماهی است که سفارت اسپانیا در تهران به سختی، فقط در موارد خاص و با گرفتن تضمین‌هایی، ویزا صادر می‌کند. برای افراد خانواده‌ای که قصد سفر جمعی داشته باشند دیگر روایتی صادر نمی‌شود و از یک جمع چهارنفره شاید به یکی، دو نفر از آنها ویزای دیدار یا عزیزان‌شان را بدهند.

۲ فرش ایران از چند قرن پیش تا امروز، کالای لوکس و بسیار ارزشمندی است که زینت‌بخش کف کاخ‌ها و مجموعه‌های بسیار گران‌قیمت موزه‌ها بوده و هست. از دو دهه پیش به این سو، عده‌ای گندمنمای جوفروش، بوی سود در تجارت فرش مشام‌شان را برانگیخت، از اینجا بود که تولید فرش‌های بسیاری بی‌کیفیت با رنگ‌های شیمیایی و ناپایدار، بافت‌های زشت و رنگ‌آمیزی‌های من‌درآوردی به نام «پرشین کاریت» رونق گرفت. بعد از مدتی همین سودجویان ضدانبار، کار بافت فرش را به کشورهای فقیرتری بردند که مزه کارگر کمتر و مواد اولیه بی‌کیفیت ارزان بیشتر در دسترس بود. سقوط اقبال جهانی به فرش ایرانی از همین جا پلپله آغاز شد. خریداران اطمینان خود را به کیفیت فرش ایرانی به کلی از دست دادند. اعتبار فرش ایرانی به طرح، نقش، ماندگاری رنگ‌آمیزی، استحکام تار و پود و ظرافت طرح بود، همه اینها با خنده‌های بی‌دری و عرضه کالای بی‌کیفیت، یکسره از دست رفت.

۳ برای سال‌های سال، بازار مواد غذایی چند کشور ساحلی جنوب خلیج فارس خواستار محصولات بسیار باکیفیت ایرانی بود. اگر به موزه مردم‌شناسی شارجه بروید، شیشه‌های آلبیمو و قوطی رب یکوبک ایرانی به‌عنوان اجزای مطبخ نمونه یک خانه عربی در ویرتین به نمایش گذاشته شده است. خود شاهد بوده‌ام که محصولات ایرانی چه محبوبیتی در بازار امارات‌متحد عربی داشت و بعد با خنده، کم‌فروشی، تقلب و زشت‌کاری عده‌ای سودجوی بازارگان‌نمای ضدوطن چگونه کالای ایرانی بدنام، بی‌آبرو و مایه شرمساری شد و جایگاه این محصولات را کالاهای آمریکایی، اروپایی و اسرائیلی پرکردند.

۴ از این قبیل تقلب‌هایی که منجر به سقوط جایگاه ایران در عرصه‌های مختلف شدند، فراوان می‌توانیم مثال بیاوریم. همین زشت‌کاری در تجارت خشکبار، بسته و خوابار اتفاق افتاده است. ضرر بدکاری عده‌ای سودجو که در مقطعی کوتاه موفق به کسب ثروت و پول می‌شوند، فقط به یک صنف که به بی‌آبرویی ملی منجر می‌شود. در سینما و محصولات فرهنگی هم چنین اتفاقی افتاده است. سینمای ایران که زمانی جوایز معتبرترین جشنواره‌های جهان را با فیلم‌های انسانی، اخلاقی و اجتماعی درو می‌کرد، منحصر به چند نفر سوداگر فرهنگی شده که با ساخت فیلم‌های دروغین، دوره می‌افتند و پول و جایزه جمع می‌کنند.

۵ موج دیگری در جوامع مهاجر به راه افتاده، عده‌ای به هوای کسب سود از این تنها تپه گل کاری نشده، تلاش دارند تا به نام فرهنگ متعالی ملی ما چیزی زشت، بزک‌شده و خالی از معنا را به نام فرهنگ و هنر ایران به خلائق ناآشنا بفروشند. این تاجران نااهل، البته خود را در زمره اهل فرهنگ و نخبگان محاسب می‌کنند. جمع این قبیل به‌ظاهر ایرانی‌ها با سودجویان فرهنگی، البته کار را به فضاخت بیشتری رسانده است.

در همین اسپانیا، فردی غیرایرانی را می‌شناسم که به هوای و هوس و با یاری جمعی ایرانی دنبال مال و نام (به هر شیوه)، انجمن و شرکتی برای ترویج فرهنگ ایران به راه انداخته که از هیچ کاری ولو به قیمت ملوث و زرد کردن عناصر محترم و با ارزش فرهنگی ملی ما نمی‌گذرند. هر روز و هر هفته به نام ایران «پارتنی»، ناهار و شام برگزار می‌کنند، پول از جیب ملت می‌کشند و به جای فرهنگ به آنها ابتذال، زشتی و درشتی می‌فروشند.

۱۶  
۲۴ ساعت  
24 HOURShammihanmedia@gmail.com  
@Hammihanonline

• تلفن روابط عمومی: ۰۸۷۴۹۳۰۰ • تحریریه: ۰۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی‌ها: ۰۸۸۷۳۵۲۰۷ • نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸  
• لیتوگرافی و چاپ: هم‌میهن • تلفن چاپخانه: ۰۲۱۴۶۸۲۱۱۱۴ • توزیع: نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰



Getty Images: رعش

## غول در زنجیر

محکومیت گوگل به انحصارگرایی و سوءاستفاده از قدرت و موقعیت در یک دادگاه فدرال آمریکا، پیام‌هایی معنادار برای جهان فناوری دارد



مسعود شاه‌حسینی

گزارشگر هم‌میهن

گوگل، ابرشرکت فناوری دنیا که روزگاری با شعار «شور نباشید» متولد شد، چند سالی است که رفتارهای شرارت‌بارش در محکمه‌های مختلف محکوم می‌شود. شرکتی که جهان را متحول کرده و از جست‌وجوی اینترنتی تا تبلیغات دیجیتال، از سیستم‌عامل اندروید تا سرویس‌های ابری‌اش، از مرورگر محبوب‌اش تا مدل یادگیری ماشینی‌اش هر جا را نگاه کنیم، حضورش در زندگی دیجیتال‌مان پررنگ است. اما این سلطه‌بلازمان، عا، حالا با موجی از دعاوی ضدانحصار در سراسر جهان مواجه شده است. از آمریکا تا اروپا، از هند تا ژاپن، دولت‌ها و نهادهای نظارتی به این نتیجه رسیده‌اند که گوگل با سوءاستفاده از قدرت انحصاری خود، رقابت را خفه و نوآوری را سرکوب می‌کند. آخرین رأی دادگاه فدرال آمریکا است که این شرکت را متهم کرده، با انحصارطلبی در بازار جست‌وجوی آنلاین و تبلیغات دیجیتال، قوانین ضدانحصار را زیر پا گذاشته است.

## انحصار و جرمه‌های میلیاردی

گوگل سال‌هاست درگیر پرونده‌های حقوقی است که در کشورهای قاره‌های مختلف علیه‌اش اقامه می‌شوند. در پرونده اخیر دادگاه فدرال استدلال کرده که توافق‌های انحصاری گوگل با شرکت‌هایی مانند اپل برای قرار دادن موتور جست‌وجوی خود بر موتور پیش‌فرض مرورگر «سafari» و کنترل اکوسیستم تبلیغات دیجیتال، مرتکب خطا شده است. این البته اولین بار نیست که این شرکت در چنین موضوعاتی محکوم می‌شود. چند روز پیش هم کمیسیون تجارت عادلانه ژاپن (JFTC) اعلام کرد که گوگل به شرکت‌های ژاپنی (مانند شارب، سونی و دیگران) شرایطی تحمیل کرده که اجازه نمی‌دهد آنها موتورهای جست‌وجوی رقیب (مثل بینگ) را به‌عنوان مرورگر پیش‌فرض‌شان نصب کنند. گوگل در این زمینه البته سیاه‌های از پرونده‌های بسته‌شده، باز و نیمه‌باز دارد و موضوع اکثرشان هم تقریباً همین است: اجبار شرکت‌های تولیدکننده تلفن همراه به انتخاب مرورگر پیش‌فرض گوگل و دستکاری در نتایج جست‌وجو. اروپا پیش‌تاز مبارزه با انحصار گوگل و وضع جرمه‌های میلیاردی است. نخستین شکست بزرگ گوگل سال ۲۰۱۷ رقم خورد. در این سال، کمیسیون رقابت اروپا (EC) دریافت که گوگل با نمایش Google Shopping در بالای نتایج جست‌وجو، رقیبانی مانند Amazon و eBay را به حاشیه رانده است. نتیجه این پرونده جرمه ۲/۴۲ میلیارد یورویی بود. یکسال بعد اتحادیه اروپا بار دیگر گوگل را هدف گرفت. این بار اتهام اصلی سوءاستفاده از قدرت و اجبار تولیدکنندگان به پیش‌نصب کردن اپلیکیشن‌های اختصاصی، پرداخت حقوق انحصاری به شرکت‌هایی مانند اپل و سامسونگ برای جلوگیری از استفاده از موتورهای جست‌وجوی رقیب و ممنوعیت تولید نسخه‌های اصلاح‌شده توسط سازندگان بود. گوگل در این پرونده نیز پرداخت ۴/۳۴ میلیارد یورو محکوم شد. ضربه سوم اتحادیه اروپا به گوگل، سال ۲۰۲۱ وارد شد. این بار بهانه محکومیت ۱/۴۹ میلیارد یورویی، انحصارگرایی در تبلیغات آنلاین بود.

در آن سوی اقیانوس و در زادگاه گوگل نیز دادگاه‌ها شمشیر را از رو بسته‌اند. وزارت دادگستری از اکتبر ۲۰۲۰ پرونده‌ای علیه این شرکت راه انداخته و ساکنان مانتین‌ویورا متهم به پرداخت‌های کلان سالانه (۱۲ تا ۱۵ میلیارد دلار به اپل و میلیاردها دلار به سامسونگ و موزیلا) برای تثبیت موتور جست‌وجوی خود، گزینه پیش‌فرض در مرورگرها و دستگاه‌هاست. در سال ۲۰۲۳، پرونده دوم علیه سلطه گوگل بر تبلیغات دیجیتال مطرح شد که این شرکت را به ایجاد کارتل غیررقابتی در ابزارهای خریدوفروش تبلیغات متهم می‌کند؛ حکمی که ممکن است گوگل را وادار به فروش بخش کلیدی کسب‌وکار تبلیغاتی‌اش کند. در آسیا، فشارها شدت بیشتری دارد. هند، کره جنوبی، ژاپن و سنگاپور نیز با پرونده‌های پرشمار به آنچه موج جهانی علیه سیاست‌های انحصارگرانه گوگل خوانده می‌شود، پیوسته‌اند.

## معنای انحصار گوگل

گوگل گفته، به دادگاه‌های عالی آمریکا مراجعه می‌کند و می‌کوشد حکم صادره دادگاه فدرال علیه خود را بشکند. این اقدام دعوی حقوقی علیه گوگل،

برای مدافعان ضدانحصار، نقطه عطفی و بیش از یک رأی به محکومیت است. آنها که دل خوشی از سیاست‌ها و اقدامات انحصاری شرکت‌های بزرگ فناوری ندارند، رأی دادگاه فدرال تاریخی و آزمون‌ی برای ارزیابی قوانین ضدانحصار می‌دانند. منتقدان می‌گویند، قوانین ضدانحصار عصر کنونی مانند «قانون شرمین» یا مقررات اتحادیه اروپا، در برابر مدل‌های دیجیتال پیچیده‌ای که گوگل و شرکت‌های فناوری بزرگ پیاده‌سازی می‌کنند، کارآمدی لازم را ندارند و باید اصلاح شوند. برای مثال شرکت‌های بزرگ در ازای داده‌های کاربران به آن‌ها به‌صورت رایگان خدمات می‌دهند. این یعنی یافتن فرصتی برای بازتعریف انحصار. منتقدان گوگل نیز عقیده دارند، این شرکت با تسلط هم‌زمان بر جست‌وجو، تبلیغات، اندروید و کروم، چرخه‌های خودتقویتی از داده، سود و سرمایه‌گذاری ساخته که رقبای کوچک‌تر را به حاشیه رانده است. از آن سو نیز این شرکت متهم است که با خرید یا تقلید از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک‌تر و تحمیل هزینه‌های پنهان مانند نقض حریم خصوصی، نوآوری و مصرف‌کنندگان را تهدید می‌کند. معنای انحصار این است.

## انحصار به سبک ایرانی

در هر گوشه از جهان، غول‌های فناوری با رفتارهای ضدانحصاری، قواعد رقابت را به چالش می‌کشند. اگر چه این اقدامات در مقیاس و زمینه‌ای متفاوت با انحصار جهانی گوگل رخ می‌دهند، اما نگاهی دقیق‌تر به اقتصاد دیجیتال نشان می‌دهد که الگوهای انحصارگرانه - از سوءاستفاده از قدرت داده‌ها گرفته تا محدودسازی رقبا - شباهت‌های عمیقی با هم در کشورهای مختلف دارند.

اگر گوگل با تسلط بر جست‌وجو، تبلیغات، اندروید و کروم، رقبا را به حاشیه رانده و نوآوری را تهدید می‌کند، در کشور خودمان نیز پرونده‌های ضدانحصار کم نداشته‌ایم. بازترین نمونه‌اش اسنپ است که ماجراهایش با رقیب سنتی‌اش تپسی و همین‌طور قراردادهای انحصاری با رستوران‌ها برای جلوگیری از همکاری با رقبای، بارها جنجالی شده است. نمونه دیگر، سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) است که به‌عنوان نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های صوت و تصویر، متهم است با وضع مقررات سختگیرانه و اعطای مجوزهای محدود به‌ویژه برای پلتفرم‌هایی نمایش خانگی، انحصاری دولتی ایجاد کرده و رقبای کوچک‌تر را محدود کرده است. شباهت کلیدی این موارد، استفاده از موقعیت مسلط برای حذف رقبا و کاهش نوآوری است: گوگل با داده و زیرساخت، اسنپ با قراردادهای انحصاری و ساترا با قدرت نظارتی. اما تفاوت‌ها نیز چشمگیر هستند. انحصار گوگل جهانی و مبتنی بر فناوری پیشرفته است، در حالی که اسنپ در بازار محلی و ساترا در چار چوب سیاست‌های دولتی عمل می‌کند. اگر قوانین ضدانحصار در آمریکا و اروپا در حال بازتعریف عصر دیجیتال هستند، در ایران نبود قوانین جامع ضدانحصار و ضعف نهادهایی مانند شورای رقابت، این رفتارها را تشدید کرده است. همچنین انحصار ساترا ریشه در کنترل فرهنگی و سیاسی دارد. در حالی که گوگل و اسنپ بیشتر بر منافع اقتصادی متمرکزند، در نهایت پرونده‌های گوگل می‌توانند استانداردهای جهانی ضدانحصار را شکل دهند، اما در ایران، فقدان شفافیت و حمایت از رقابت، مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارهای مستقل و کوچک‌تر را در برابر غول‌هایی مانند اسنپ و نهادهایی مانند ساترا آسیب‌پذیرتر می‌کند.

## آزمون دموکراسی

گوگل سال‌هاست در تیرس مدافعان ضدانحصار و درگیر جنگ‌های حقوقی فرسایشی در دادگاه‌ها و محکمه‌های بین‌المللی است. در پرونده آمریکا اگر محکوم شود، ممکن است قراردادهایش را با سازندگان تغییر دهد و تغییراتی در موتورهای جست‌وجوی پیش‌فرض دستگاه‌ها ایجاد کند، یا تن به پرداخت جرمه‌های سنگین بدهد یا حتی ممکن است بخشی از کسب‌وکارش را واگذارد. هر چه باشد، رأی نهایی دادگاه، آینده رقابت، نوآوری و حقوق دیجیتال را نرنتها برای گوگل بلکه برای جهان فناوری می‌نویسد. این پرونده‌ها را از یک‌نظر می‌توان برای دموکراسی در عصر دیجیتال دانست؛ اینکه آیا دولت‌ها آنقدر قدرت دارند که شرکت‌های فناوری را محدود کنند یا اینکه غول‌ها آنقدر بزرگ شده‌اند که هیچ قانونی نمی‌تواند متوقف‌شان کند؟ پاسخ این سوال‌ها گرچه فعلاً مشخص نیست، دست کم یکی از سناریوهای احتمالی برای آینده اینترنت را پیش‌روی من قرار می‌دهد.

## چهره

## اصغر فرهادی در فرانسه فیلم می‌سازد

فیلم جدید اصغر فرهادی، کارگردان مطرح کشورمان در فرانسه کلید می‌خورد. دیروز خبری منتشر شد که فرهادی می‌خواهد فیلم جدید خود را در فرانسه با بازیگران مطرح فرانسوی بسازد. جزئیاتی از داستان و نقش‌آفرینان فیلم تازه فرهادی منتشر نشده است. او پیش‌تر اعلام کرده بود، فعلاً قصد ندارد فیلمی در ایران بسازد. فرهادی در عرصه بین‌المللی چهره‌ای شناخته‌شده است و فیلم‌های او تاکنون جوایز زیادی را کسب کرده‌اند. او با فیلم‌هایی چون «جدایی نادر از سیمین» و «فروشنده»، دوبار برنده اسکار بهترین فیلم غیرانگلیسی‌زبان شده است. آخرین فیلمی که فرهادی ساخته، «قهرمان» است که مربوط به چهار سال پیش است و موفق شد با آن جایزه بزرگ هیئت‌دوران جشنواره فیلم کن ۲۰۲۱ را از آن خود کند. او استاد خلق درام‌های اجتماعی با لایه‌های پیچیده روان‌شناختی است. فرهادی در آثارش با نگاهی رئالیستی به روابط انسانی، تضادهای اخلاقی و چالش‌های اجتماعی می‌پردازد. سبک منحصر به فرد او، با دیالوگ‌ها و شخصیت پردازی عمیق، مخاطبان جهانی را جذب کرده است.



## کتابخانه

## در فراسوی تاریخ اندیشه رایج

«فلسفه سیاسی هابز؛ مبنا و تکوین آن» اثر لئو اشتراوس، با ترجمه یاشار جیرانی در ۲۴۸ صفحه با قیمت ۲۲۰ هزار تومان توسط نشر ققنوس منتشر شد. اشتراوس نظریه‌پرداز و مورخ فلسفه سیاسی آلمانی-آمریکایی، کتاب «فلسفه سیاسی هابز؛ مبنا و تکوین آن» را در هشت فصل شامل: «مقدمه»، «مبنای اخلاقی»، «ارسطوگرایی»، «فضیلت آریستوکراتیک»، «دولت و دین»، «تاریخ»، «اخلاق نو» و «علم سیاست نو» نگاشته است. او در این کتاب در فراسوی تاریخ اندیشه رایج، مبنای فلسفه سیاسی هابز را متجلی می‌کند. توماس هابز، متولد ۱۵۸۸ و درگذشته ۱۶۷۹،

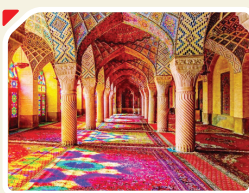


فلسفه سیاسی هابز  
نویسنده: لئو اشتراوس  
مترجم: یاشار جیرانی  
انتشار: ققنوس

فیلسوف برجسته انگلیسی بود که بیشتر به‌دلیل فعالیت‌هایش در عرصه فلسفه سیاسی شناخته می‌شود. هابز در پژوهش‌های علمی قرن هفدهم نقشی فعال داشت و با ریاضی‌دانان هم‌عصر خویش از جمله دکارت در تعامل بود. مخالفت او با تفکیک ذهن و جسم در دوگانگی دکارتی، باعث شد خود را ماتریالیستی تمام‌عیار بخواند و مفهوم ذات یا جوهر غیرمادی را به‌عنوان عبارتی متناقض رد کند. هابز در ادامه اندیشه سیاسی ماکیاوولی و در قلمرو جدید کشف‌شده توسط او، نظریه‌پرداز «علم جدید سیاست» بود.

## تاریخ

## روز معماری



در سال ۱۳۸۳ انجمن مفاخر معماری ایران مراسمی را در روز ۳ اردیبهشت مصادف با سالروز تولد شیخ بهایی برپا کرد. زیرا شیخ بهایی در کنار شخصیت ادبی و سیاسی و فقهی، در خدمات علمی و عمرانی نیز

یکی از نوادر عصر صفوی بوده است. در این مراسم پیشنهاد شد که همین روز به نام روز معماری شناخته‌شود. سال ۱۳۸۵ هم‌زمان با درگذشت سیدهادی میرمیران در روز ۲۹ فروردین که خود از پیشنهاددهندگان تعیین‌روزی به نام روز معمار بود، بنا شد تا در روز ۳ اردیبهشت مراسمی برای اعطای جایزه میرمیران برگزار شود. نخستین دوره اعطای این جایزه از سال ۱۳۸۶ برگزار شد. سال ۲۰۰۹ از سوی یونسکو به نام سال بزرگداشت شیخ بهایی نامگذاری شد و از این سال (۱۳۸۸) روز ۳ اردیبهشت به‌طور نیمه‌رسمی به عنوان روز معماری در ایران پذیرفته‌شد. البته روز بین‌المللی معماری روزی دیگر است و اتحادیه بین‌المللی معماران از سال ۲۰۰۵ با هدف «یادآوری به جهانیان برای مسئولیت جمعی‌شان برای آینده سکونت بشر» نخستین دوشنبه ماه اکتبر هر سال را به عنوان روز بین‌المللی معماری نام‌گذاری کرده است.