

داکلاس راشکوف |

پرتاب سنگ به اتوبوس گوگل

چگونه رشد به دشمن رفاه تبدیل می شود

ترجمه‌ی

آزاده غیبی زاد

www.ketab.ir



نشر دیوان

م. ۱۹۶۱ - راشکوف، داگلاس

Rushkoff, Douglas

عنوان و نام پدیدآور: پرتاب سنگ به اتوبوس گوگل: چگونه رشد به دشمن رفاه تبدیل می شود / داگلاس

راشکوف؛ ترجمه ی آزاده غیبی زاد؛ ویراستار: غلامحسین دهقانی

مشخصات نشر: تهران: دوران، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۳۳۵ ص: ۱۴/۵ × ۲۱ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۶۶۶-۰۶-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the

Enemy of Prosperity , [2016]

عنوان دیگر: چگونه رشد به دشمن رفاه تبدیل می شود

موضوع: تکنولوژی اطلاعات - جنبه های اقتصادی (Information Technology -- Economic aspects)

موضوع: بازرگانی الکترونیکی (Electronic Commerce)

شناسه ی افزوده: غیبی زاد، آزاده، ۱۳۵۴ - ، مترجم

رده بندی کنگره: HCV۹

رده بندی دیویی: ۳۰۳/۴۸۳۳

شماره ی کتاب شناسی ملی: ۷۶۷۵۰۲۹

The Persian translation of

Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth became the Enemy of Prosperity

By Douglas Rushkoff

Penguin, New York, 2016

Translated by Azadeh Gheybizarad

Dowran Publishers, Didavar Book, Tehran, 2021



نشر دیوار

داگلاس راشکوف

پرتاب سنگ به اتوبوس گوگل

چگونه رشد به دشمن رفاه تبدیل می شود

ترجمه‌ی آزاده غیبی‌زاد

ویراستار: غلامحسین دهقانی

نمونه خوان: نگین فرهود

طراحی جلد: جلال شمع‌سوزان

چاپ: شاهین، صحافی: امیر

چاپ نخست: پاییز ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۵۰ نسخه

حق هر گونه چاپ و انتشار محفوظ است.

مرکز پخش



کتاب‌دیدگور

دفتر نشر: خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان روانمهر، شماره‌ی ۸۴ (ساختمان دیدآور)، طبقه‌ی اول.

ایمیل: info@didavarbook.com

فروشگاه: خیابان انقلاب، روبه‌روی دانشگاه تهران، پلاک ۱۳۰۴.

تلفن: ۶۶۹۵۴۷۴۸ (خط ویژه)

اینستاگرام: [@didavarbook](https://www.instagram.com/didavarbook)

فروش اینترنتی: www.didavarbook.com

قیمت: ۸۵۰,۰۰۰ ریال

فهرست

۷	درآمد: مشکل این تصویر چیست؟
۲۱	فصل نخست: حذف انسان‌ها از معادله
۲۱	صنعت گرای دیجیتال
۲۵	انباشت، انباشت، انباشت
۳۴	بازار دیجیتال: برنده مالک همه چیز می‌شود
۴۳	اقتصاد پسندیده شدن
۵۶	بازی کلان داده‌ها
۶۱	اقتصاد اشتراک گذاری: بازگرداندن انسان‌ها «به دفترهای مالی»
۷۵	راه حل بی کاری
۹۳	فصل دوم: تلهی رشد
۹۳	شرکت‌های بزرگ برنامه‌اند
۱۱۱	انحصار بستر
۱۲۵	بازنویسی کدهای شرکت
۱۳۰	شرکت پایدار
۱۶۳	فصل سوم: شتاب پول
۱۶۳	سکه‌ی قلمرو
۱۸۰	برنامه‌ریزی دوباره‌ی پول: از ارزش‌های بانکی تا بلاک چین‌ها [یا زنجیره‌های بلوکی]
۱۹۶	پول فعل است

مشکل این تصویر چیست؟

یکی از روزهای ماه دسامبر سال ۲۰۱۳، ساکنان منطقه‌ی میشن^۱ سان فرانسیسکو جلو خودرویی را گرفتند تا از عبور آن جلوگیری کنند. اگرچه اعتراضات عمومی در کالیفرنیا امری غیرمعمول نیست، اما این مورد هدفی عجیب داشت: اتوبوس‌های گوگل، که برای انتقال کارمندان از خانه‌هایشان در شهر به محوطه‌ی شرکت در مونتین ویو^۲، با فاصله‌ی حدود پنجاه کیلومتر، استفاده می‌شدند.

هم‌زمان که تصاویر و فیلم‌های این صحنه سوژه‌ی رسانه‌های اجتماعی شد، من نمی‌دانستم باید چه واکنشی نشان دهم. گوگل از جنبه‌های بسیاری نهایت موفقیت در اینترنت بود — تجربه‌ای در خوابگاه دانشجویی که شکوفا شد و به یکی از قدرتمندترین غول‌های فناوری جهان تبدیل شد و هزاران شغل ایجاد کرد — بدون آن‌که زبانی به بار آورده باشد. رشد چشم‌گیر شرکت، بیش از چند بخش اقتصادی کوچک و نیز چندین محله را احیا کرد. و تا مدتی همه از اتفاقاتی که در حال وقوع بود خوشحال بودند. همه‌ی ما آزادانه جست‌وجو می‌کردیم و نامه‌ی الکترونیکی می‌فرستادیم. به بلاگرها در ازای تبلیغ در وبسایت‌هایشان پول پرداخت می‌شد، کودکان از طریق ویدیوهای یوتیوب درآمد کسب می‌کردند و منطقه‌ی میشن به منطقه‌ای سطح بالا و امن‌تر تبدیل شد که متخصصان فناوری و افراد پیش‌رو در آن ساکن شدند. کافه‌ها و

کتاب‌فروشی‌های تازه‌ای تأسیس شدند، انبارهای زیادی ساخته شد و ارزش دارایی‌ها افزایش یافت. رشد خوب است، دست کم برای آن‌ها که رشد می‌کنند. اما با هجوم گوگل‌بازها به سان‌فرانسیسکو هزینه‌ی اجاره‌ی بسیاری از محله‌های قدیمی افزایش یافت و ساکنان قدیمی و کسب‌وکارهای کوچک را که سهمی از این رشد نداشتند وادار کرد از این محله‌ها خارج شوند. اتوبوس‌های دارای تهویه‌ی هوای گوگل به عناصر بارز بصری محله تبدیل شدند؛ درست مانند وسایل نقلیه‌ی فضایی که آدم فضایی‌ها را به سفینه‌ی مادری‌شان می‌برد. گوگل به شکلی توهین‌آمیز از ایستگاه‌های اتوبوس عمومی برای بارگیری سیستم حمل‌ونقل خصوصی خود استفاده می‌کرد. اجاره‌ی املاک نزدیک این ایستگاه‌ها حدود ۲۰٪ بیش‌تر از محله‌های مشابه بود^[۱]، که خود آن‌ها هم هر چند سال یک بار اجاره‌بها را دو برابر می‌کردند تا علاوه بر کارکنان گوگل، کارکنان فیس‌بوک، توییتر و دیگر نورچشمی‌های سیلیکون ولی^۱ را اسکان دهند.

به این ترتیب، در همان روزی که سهام گوگل در وال‌استریت به بیش‌ترین حد خود رسیده بود، دوازده معترض سینه‌جور و جلیقه‌زرد موفق شدند یکی از اتوبوس‌های بدنام این غول فناوری را زمین گیر کنند. آن‌ها در کنار اتوبوس بنری را گرفته بودند که با قالب اینستاگرامی و با قلم کاملاً بزرگ و چندرنگ گوگل روی آن نوشته شده بود «فناوری‌های اعیان‌سازی و اخراج». به دلیل بدبینی روزافزون به توزیع نابرابر مزایای رونق فناوری، این تصویر مانند آتش به سرعت گسترش یافت. دست کم بخش کوچکی از من در هم‌بستگی با انتقادشان لبخند زد.

چند هفته بعد، دیگر دلیلی برای لبخندزدن وجود نداشت. حالا، معترضان در اوکلند به سمت اتوبوس‌های گوگل سنگ پرتاب می‌کردند و شیشه‌های آن‌ها را می‌شکستند و کارکنان را می‌ترساندند. قطعاً من هم به اندازه‌ی دیگران نگران اقدامات شرکت بودم و از رشد سریع سیلیکون ولی، که به نظر می‌رسید به جای ثروتمند کردن اهالی سان‌فرانسیسکو و اطرافش، در حال راندن آن‌ها هستند، خسته شده بودم. اما دوستانی هم در آن اتوبوس‌ها داشتم که تلاش می‌کردند با بهره‌گیری

از مهارت‌های رمزگذاری خود، که به سختی به دست آورده بودند، امرار معاش کنند. آن‌ها می‌توانستند سالانه ۱۰۰ هزار دلار درآمد کسب کنند، اما به شدت دچار اضطراب بودند، همیشه تحت نظارت بودند و به شکلی دردناک از نابودی خود آگاه بودند. «اسپرنت‌ها»، کدگذاری شبانه‌روزی و پشت سر هم برای رسیدن به مهلت‌های مقرر، دائم در حال تلاش بودند، زیرا اهداف جاه‌طلبانه برای رشد پیوسته جایگزین یک‌دیگر می‌شدند.

در این مورد احتمالاً همه‌ی ما در یک سمت قرار داشتیم. کارکنان گوگل کم‌ترین نفع را از گسترش شرکتی می‌بردند که خود منابع رو به زوال آن بودند. کارمندان سطح متوسط در عرض دو سال گوگل را ترک می‌کنند^[۲] — برخی به این دلیل که موقعیت‌های شغلی بهتری در شرکت‌های دیگر به دست می‌آورند؛ اما علت ترک بیش‌تر آن‌ها فرار از فشار کاری مداوم است. استفاده از اتوبوس به آن‌ها وقت بیش‌تری برای کار کردن می‌دهد، یا این که صرفاً می‌خواهند از رانندگی رها شوند. آن‌ها هم انسان‌اند.

گوگل به سهم خود به محافظت از آزادی‌ها و صدها مسیر رفت‌وآمد خودرو کمک کرده است. بر خلاف بسیاری دیگر از شرکت‌ها در منطقه‌ی بی^۲، که فقط ادعای طرفداری از محیط زیست دارند یا در بهترین حالت سفر مشترک با خودروهای اشتراکی را سازمان‌دهی می‌کنند، گوگل برنامه‌ای برای رفت‌وآمد ترتیب داده است که سالانه از آزاد شدن بیش از ۲۹ میلیون متر مکعب دی‌اکسیدکربن پیش‌گیری می‌کند. از کی تا به حال انجام کار درست به کار اشتباه بدل شده است؟ با این که در شیوه‌ی اثرگذاری گوگل بر جهان مشکلی وجود دارد، اما مشکل اصلی اتوبوس‌ها یا افراد درون آن‌ها نیستند؛ آن‌ها فقط اهدافی در دسترس‌اند. کارکنان گوگل از فقر فزاینده‌ای که بیرون از اتوبوس‌ها و در مسیر آن‌ها به سمت محل کارشان در حال شکل‌گیری است آگاه‌اند. تنها نتیجه‌ی این آگاهی این است که آن‌ها ناامیدانه‌تر به کار خود بچسبند و در احتمال موفقیت فرایندهای عمیق‌تر این بازی تردید نکنند. آن‌ها واقعاً می‌خواهند میلیونر شوند — اما نه برای این که

زندگی مجللی داشته باشند. در کشوری بدون شبکه‌ی تأمین اجتماعی قوی به کارگران گفته می‌شود باید میلیونر شوند، وگرنه به محض بازنشستگی یا بدتر از آن، بیماری، با تنگ‌دستی روبه‌رو خواهند شد. یک حساب‌گر آنلاین بازنشستگی برآورد می‌کند فردی که سالانه ۵۰ هزار دلار درآمد دارد، دست‌کم ۱/۵ میلیون دلار برای بازنشستگی در سن شصت و هفت سالگی نیاز دارد و یک صورت‌حساب غیرمنتظره‌ی پزشکی می‌تواند هر یک از ما را به یکی از ۱/۷ میلیون نفری تبدیل کند که سالانه بر اثر مشکلات مربوط به سلامت در امریکا ورشکسته می‌شوند.

سرمایه‌گذاران گوگل، مسئولان ارشد و حتی یک درصد افراد بدنام این حوزه مقصر افزایش نابرابری‌ها در اقتصاد دیجیتال نیستند. مدیران اجرایی و سرمایه‌گذاران سیلیکون ولی فقط روش‌های نظام سرمایه‌ای را به کار می‌گیرند که در مدارس اقتصاد آموخته‌اند و در بیش‌تر موارد، تعهدات قانونی خود را در برابر سهام‌داران شرکت‌هایشان اجرا می‌کنند. مطمئناً در شرایطی که ما در حال تقلا و تلاش ایم، آن‌ها ثروتمندتر می‌شوند و بله! رشد ناگهانی شرکت‌ها و سهام آن‌ها خسارت‌های جانبی به همراه دارد. اما آن‌ها هم مانند دیگران در این موقعیت گیر افتاده‌اند. بسیاری از مدیرعامل‌ها می‌دانند که بست‌یابی به اهداف رشد کوتاه‌مدت، در بلندمدت به نفع شرکت‌ها یا مشتریان‌شان نیست، اما آن‌ها خود را درگیر مسابقه‌ای می‌بینند که برنده‌ی آن بر اسب چموش دنیای دیجیتال مسلط خواهد شد. مسئله این است: رشد کن یا نابود شو. بنابراین، هر شرکت فناوری باید به اندازه‌ی شرکت‌های آتی کنج‌کاو، درآمدزا، تفرقه‌انگیز، وقت‌گیر، مصرف‌گرا، گران‌قیمت، نابودکننده‌ی مشاغل، استثمارگر و عوام‌فریب باشد. سهام‌داران بی‌تاب آن‌ها هم مانند ما هستند؛ ما همان کسانی هستیم که سهام این شرکت‌ها را در حساب‌های پس‌انداز خود برای بازنشستگی یا کالج [فرزندان] نگه می‌داریم و به رشدشان امیدواریم و چنانچه رشد نکنند آن‌ها را می‌فروشیم. هیچ‌یک از این‌ها طبق انتظار ما پیش نمی‌روند، و ما از نتایج خسته و کلافه می‌شویم.

اما نمی‌توان به سادگی خط مرزی نبرد را در مکانی مشخص ترسیم کرد یا دشمنی که بتوان به سمت‌اش سنگ پرتاب کرد وجود ندارد، زیرا تناقضی که در این جا وجود

دارد میان ساکنان سان فرانسیسکو و کارکنان گوگل یا میان ۹۹ درصدی‌ها و ۱ درصدی‌ها نیست.^۱ این تناقض حتا میان کارکنان تحت فشار و شرکت‌هایی که برای آن کار می‌کنند یا میان افراد بی‌کار و وال‌استریت هم نیست؛ بلکه میان همه‌ی افراد، همه‌ی بشریت، در برابر برنامه‌ای است که بیش از هر چیز، رشد را ترویج می‌کند.

ما در دام رشد گیر افتاده‌ایم. این مشکلی است که نام و چهره‌ای ندارد؛ احساس سرخوردگی که همه به آن دچارند. منطقی که محرک کاهش بی‌کاری، اقتصاد گیگ^۲ با دستمزد کم، بی‌انصافی اوبر^۳ و تجاوز فیس‌بوک به حریم خصوصی است. سازوکاری که هم سرمایه‌گذاران و هم کسب‌وکارها را تحلیل می‌برد و آن‌ها را وادار به رقابت با بازیکنانی می‌کند که در دنیای دیجیتالی برگ برنده را در دست دارند. این فشارها سبب می‌شود مدیرعامل‌ها نتوانند پایداری شرکت‌های خود را در برابر منافع سهام‌داران عجول در اولویت قرار دهند. عاملی ناشناس که در پس سرخط اخبار بحران‌های اقتصادی از بدهی‌های یونان گرفته تا سر به فلک کشیدن بدهی‌های دانشجویان قرار دارد، نیرویی که سبب افزایش اختلاف طبقاتی و فاصله‌ی میان حقوق کارمندان و مدیران اجرایی می‌شود و کش‌مکش‌هایی میان قانون و قدرت ایجاد می‌کند که برنده‌ها را از بازنده‌ها جدا می‌سازد، جعبه‌سیاهی که ارزش بازار سهام را بیرون می‌کشد پیش از آن‌که معامله‌گران انسانی بدانند چه اتفاقی روی داده است، و جنبش بی‌خردی که حباب فناوری را به اندازه‌ای گسترش می‌دهد که ترکیدنش بسیار خطرناک خواهد بود.

اگر بخواهیم برای دوران خود از استعاره استفاده کنیم، باید بگوییم ما

۱. به شعار جنبش اشتغال وال‌استریت («ما ۹۹ درصدیم») اشاره دارد که در سال ۲۰۱۱ در آمریکا به راه افتاد. بدین معنا که ثروت کشور تنها در دست ۱ درصد جمعیت است - م.

۲. اقتصاد گیگ (Gig Economy) به بخشی از بازار کار گفته می‌شود که بر شغل‌های کوتاه‌مدت یا موقت تمرکز دارد. در اقتصاد گیگ، افراد اغلب شغل‌های موقت و انعطاف‌پذیر دارند و می‌توانند بیش از یک شغل داشته باشند. به بیان ساده‌تر، افراد به جای شغل‌های تمام‌وقت و بلندمدت، شغل‌های کوتاه‌مدت دارند و با تمام‌شدن یکی به سراغ بعدی می‌روند - م.

۳. Uber، سرویس تاکسی اینترنتی.

[زیرساخت یا] سیستم عاملی رشد محور و استخراجی داریم که به نهایت توانایی خود برای خدمت رسانی به همه، ثروتمند یا فقیر، انسان یا شرکت رسیده است. ما این سیستم عامل را روی ابررایانه‌ها و شبکه‌های دیجیتال نیز اجرا می‌کنیم که آثارش را شدیدتر و قوی‌تر می‌کنند. رشد تنها فرمانده اصلی و بی‌رقیب اقتصاد دیجیتال است.

اقتصاددانان سنتی و متخصصان حوزه‌ی تجارت کمک چندانی به این مسئله نکرده‌اند، زیرا آن‌ها تمایل دارند اقتصاد رشد محور را به مثابه‌ی موقعیتی از پیش موجود در طبیعت بپذیرند. [اما] این گونه نیست. قوانین اقتصاد ما را انسان‌هایی خاص در زمان‌هایی خاص از تاریخ با اهداف و برنامه‌هایی خاص وضع کرده‌اند. اگر از اعتراف به وجود این چشم‌انداز ساخت بشر و هم‌دستی خود در تداوم آن سر باز زنیم، نمی‌توانیم خود را از زیر سلطه‌اش خلاص کنیم. در نهایت، با آن در تعامل بوده و زیر سایه‌ی سیستم زندگی می‌کنیم.

در عوض، باید نگاهی درست به پیش‌فرض‌های زیربنایی بازاری بیندازیم که مشغول دیجیتال کردنش هستیم و، پیش از آن که به رایانه‌ها و شبکه‌های خود اجازه دهیم با این پیش‌فرض‌ها کار کنند، از خود بپرسیم آیا آن‌ها هنوز به وضعیت ما مربوط‌اند. از قضا، شاید فقط با فکر کردن مانند برنامه‌نویسان بتوانیم اقتصاد را طوری تنظیم کنیم که به جای آن که آرمان رشد را مطلقاً و عمیقاً در خود جای دهد، به خدمت بشر درآید.

تا زمانی که این کار را انجام ندهیم، قادر نخواهیم بود تغییرات اندک در عملکرد تجارت‌مان یا اقتصادی را که در آن فعالیت می‌کنیم، به درستی مشاهده کنیم. سرنوشت محتوم ما این است که همان اشتباهات قدیمی را تکرار کنیم. تنها این بار، به لطف سرعت و مقیاس عملکرد تجارت دیجیتال، اشتباهات ما نه تنها ظرفیت‌های خلاقانه‌ی صنایع‌مان، بلکه پایداری کل جامعه‌مان را تهدید می‌کند. افرادی که به اتوبوس‌های گوگل سنگ پرتاب می‌کنند، هم چون زمین‌لرزه‌های پیش از زلزله در یاد خواهند ماند.

شاید به خود بیاییم و راهی متفاوت انتخاب کنیم. ما در تقاطعی حساس قرار

داریم. هر تاجر، کارمند، کارآفرین یا سازنده‌ای که این کتاب را می‌خواند، درک می‌کند که همه‌ی ما در وقت اضافه و با پول قرضی کار می‌کنیم. ما باید انتخاب کنیم. می‌توانیم این برنامه‌ی رشدمحور، فشرده و خودنابودگر را ادامه دهیم تا زمانی که تنها یک شرکت بزرگ پابرجا بماند و گرسنگان شورش کنند، یا این که از فرصت استفاده کنیم و اقتصادمان — و کسب‌وکارهای مان — را از درون به بیرون بازبرنامه‌ریزی کنیم.

به این ترتیب، ما از مزایای حالت‌های تازه و گسترده‌تر تولید و مبادله‌ی ارزش — مانند انواع روش‌های تولید ثروت در سایت‌های تجاری، شبکه‌های وام‌دهی همتا به همتا^۱، بستر^۲هایی که کاربر مالک آن‌هاست، یا حتی برنامه‌ها و بازی‌هایی که بچه‌های کالج روی لپ‌تاپ‌ها برنامه‌نویسی و سپس مستقیم به بازار عرضه می‌کنند — بهره‌مند می‌شویم.

این اقتصادی است که پیش‌تر ما استفاده‌کنندگان اولیه از اینترنت در دهه‌ی ۱۹۸۰، زمانی که برای نخستین بار به این ابزارها دست زدیم، تصورش را داشتیم. اما در اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰، این چشم‌انداز انسان‌محور از بازاری شبکه‌ای با تصویری دیگر از تجارت دیجیتال جایگزین شد — تصویری که بنیان‌گذاران حزب لیبرترین^۳ و نخستین نویسندگان مجله‌ی *هارد*^۴ و آینده‌پژوهان تحت حمایت کمبریج و ماساچوست، که بیش‌ترشان در واقع افراد یک‌سانی بودند، از آن حمایت می‌کردند. آن‌ها به فناوری دیجیتال نگاه کردند و در آن راهی برای احیای بازارهای پرریسک اوراق بهادار و ایمن دوباره به مفهوم اقتصاد بی‌کران مشاهده کردند.

۱ peer-to-peer lending، وام‌دهی همتا به همتا، که به اختصار وام P2P نیز نامیده می‌شود، روشی است برای وام‌دادن به افراد یا مشاغل از طریق سرویس‌های آنلاین که وام‌دهندگان را به وام‌گیرندگان ارتباط می‌دهند. شرکت‌های وام‌دهنده‌ی همتا به همتا معمولاً خدمات خود را به صورت آنلاین ارائه می‌دهند و تلاش دارند با هزینه‌ی کم‌تری کار کنند و خدمات خود را ارزان‌تر از مؤسسات مالی سنتی ارائه دهند — و.

2 platform

۳ از احزاب سیاسی ملی امریکایی است که ایده‌ها و فلسفه‌های مکتب لیبرترینیسم (پیشینه‌کردن آزادی‌های فردی و اولویت تشخیص فردی) را ترویج می‌کند و طرفدار بازار آزاد است، یعنی معتقد است دولت نباید در اقتصاد مداخله کند — ۴.