

# آتشی در نیستان

حکایت آتشی که به جان شرکت های اینترنتی فتاد

وقتی محتاط ترین انسان دنیا - ملکه انگلستان - ۸۰۰ هزار پوند به خاطر سرمایه گذاری در یک شرکت اینترنتی ضرر می کند، باید مطمئن شد که اوضاع اینترنت بیش از حد خراب است.

واقعیت آن است که هزاره جدید برای شرکت های اینترنتی و مخابراتی بسیار بدیمن بوده است. پس از بسته شدن تقریباً ۷۰۰ شرکت اینترنتی از اول ژانویه ۲۰۰۰، کاهش وحشتناک سهام شرکت های اینترنتی و مخابراتی، دیگر هیچ کس شک ندارد که حساب اینترنت ترکیده است، حبابی که همه مادر ساختنش سهم داشتیم؛ روزنامه نگاران، مهندسان، تاجران و از همه بدتر تحلیلگران اقتصادی.

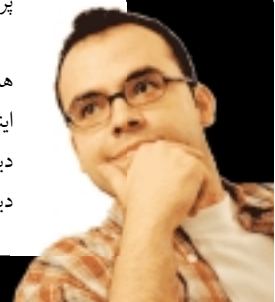
## چرا این طور شد؟

همه ما با تحلیل های غیر واقعی و بیش از حد خوش بینانه مان این بادکنک را آن قدر باد کردیم تا این که ترکید. تعریف و تمجیدهای همه ما باعث امیدواری خوش خیالانه شرکت ها و سرمایه گذاران به سودهای آتی فراوان شد. ولی وقتی آن همه سرمایه گذاری - که بیشتر هم بوسیله وام گرفتن از بانک ها انجام شده بود - نتیجه اغراق شده مورد نظر را نداد، همه چیز به سراشیبی افتاد. ارزش سهام شرکت ها افت کرد، سرمایه گذاران رغبتشان را از دست دادند، شرکت ها شروع به اخراج نیروی کارشان کردند تا هزینه هایشان را کم کنند و بتوانند وام هایشان را پرداخت کنند، و همین باعث کاهش تولید و سود به طور مضاعف شد. این چرخه آن قدر تکرار شد که نه تنها ۷۰۰ شرکت را از هستی ساقط کرد، بلکه ارزش سهام شرکت های بزرگی مانند Yahoo! را نیز در مدتی کمی به حدود یک بیستم رساند - چیزی در حدود قیمت اولیه سهامش در بدو تاسیس - بیشتر شرکت های تعطیل شده، آنهایی بودند که سعی در فروش کالا یا خدمتی خاص به صورت اینترنتی داشتند. در عین حال مدیران و گردانندگانشان نیز بسیار جوان و کم تجربه بودند، اما چون ظرف مدت اندکی میلیونر شده بودند، فکر می کردند بهترین مدیران دنیا هستند و شکل تجارت دیگر کاملاً تغییر کرده است. ترکیدن حباب، همه این تصورات را باطل کرد؛ بنابراین دیگر هیچ نوجوان ۱۶ ساله ای به صرف داشتن یک ایده ساده و احمقانه و دانستن کمی HTML و ASP نمی تواند میلیونر شود، بلکه سرمایه گذاران دوباره برای تجربه و موی سپید اهمیت قائل شده اند، زیرا قوانین اساسی کار و تجارت همچنان مثل گذشته است.

## قربانیان؛ تر و خشک

طبیعتاً همه قربانیان، آن قدر هم ناشی و کم تجربه نبودند؛ اما در آتشی که به جان اینترنت افتاد، تر و خشک - طبق معمول - با هم سوختند. چه بسیار فکرهای موفقی که به خاطر سقوط کلی سهام شرکت های اینترنتی، ضرر کردند. بیشتر آنها مهم ترین منبع درآمدشان از آگهی بود و پس از پایین آمدن ارزش آگهی، درآمدشان حدوداً به صفر رسید. بعضی از این شرکت ها که خدمات مجانی به کاربران می دادند (مانند فضای مجانی) مجبور شدند خدماتشان را از حالت رایگان در آورند و فقط آنها را به مشتری کینی که ماهیانه یا سالیانه حق اشتراک می پرداختند، بدهند. و یا این که مانند بعضی از روزنامه ها و مجلات الکترونیک (مانند Salon.com) بخش هایی از سایتشان را بعنوان «نمونه» یا «اشانتیون» رایگان در اختیار همه بگذارند، اما بخش های مهم و پرطرفدار سایتشان را فقط به مشتری کانشان ارائه کنند. راه حل دیگری هم البته پیدا شد که مبتنی بر تفری بود که مردم از آگهی ها دارند. بعضی سایت ها (مانند MP.com) در عین اینکه ارائه رایگان خدماتشان را ادامه دادند، به کاربران امکان دادند که با پرداخت مبلغ کمی حق اشتراک، آنها را از آگهی های جورواجور موجود در همه صفحه ها خلاص کنند.

یکی از پیامدهای مهم سقوط شرکت های اینترنتی و پایین آمدن ارزش آگهی ها در اینترنت، تغییر رویکرد به آگهی های اینترنتی است. هدف این رویکرد جدید آن است که توجه کاربران را به آگهی ها بیشتر از قبل جلب کند و در نتیجه اعتماد آگهی دهندگان را هم به تبلیغات اینترنتی برگرداند. اکنون راه های مختلفی برای این منظور آزمایش می شود. یکی از این راه ها استفاده از Flash و قابلیت های زیاد آن است، راه دیگر، تغییر اندازه و مکان آگهی هاست، به طوری که بیشتر از Banner های باریک و کشیده موجود، توجه مخاطبین را جلب کند. راه های دیگری هم هستند، مثل باز شدن پنجره های آزار دهنده ای که گاه و بیگاه باز می شوند، یا حتی آزار دهنده تر، انیمیشن های طولانی مدتی که



ناگهان وسط صفحه و روی لایه اصلی صفحه ظاهر می شوند و مثل میمون های زشت هر کاری می کنند تا کسی به آنها توجه کند. کار آنقدر بالا گرفته که تعداد زیادی نرم افزار برای خلاص شدن از این آگهی ها ساخته شده است.

فقط شرکت ها و در واقع تولیدکنندگان، قربانی این وضعیت نبودند، بلکه به خاطر ارزان شدن آگهی، بسیاری از سایت هایی که به کاربران، برای گذاشتن صفحاتشان فضای رایگان می دادند، یا از ادامه این کار عذر خواستند، یا این که حق اشتراک طلب کردند و در هر صورت، تعداد بسیاری از صفحات آماتوری مردم عادی که درباره مسائل مورد علاقه شان ساخته بودند، این گونه از بین رفت. از سوی دیگر، تعدادی از سایت های پرطرفدار ولی مستقل هم از ادامه کار باز ماندند، به خاطر این که هر چه کاربران آنها بیشتر می شدند، آنها می بایست هزینه بیشتری به میزبان سایتشان (Host) می پرداختند و از اقبال بد آنها، هر چه سایتشان پرطرفدارتر می شد مجبور بودند هزینه بیشتری پردازند و همزمان روز بروز درآمدشان از آگهی های سایت هم پایین می آمد. (مانند سایت orisinal.com که تعدادی بازی بسیار جذاب ولی ساده که با Flash ساخته شده بودند داشت، و اکنون فرد دیگری آن را میزبانی می کند).

از طرف دیگر، با رشد معکوس شرکت های جدید اینترنتی (یا Startupها) و کاهش درآمد شرکت های موجود، تقاضا برای مؤسساتی که وب سایت طراحی می کردند نیز بسیار پایین آمد؛ به طوری که تعداد بسیاری از آنها هم چاره ای جز تعطیلی نیافتند (مثلاً شرکت بریتانیایی Deepend که یکی از بهترین و مشهورترین شرکت های طراحی رسانه های دیجیتال بود).

ولی همیشه عده ای از ضرر دیگران سود می کنند، یا لاقط مشهور می شوند. به عنوان مثال، سایت هایی که به اخبار و مسائل شرکت های ورشکسته و اقتصاد آتش گرفته اینترنت می پرداختند، در این بین شهرتی به هم زدند؛ مانند سایت FuckedCompany.com که با اسم عجیب ولی واقعی -اش فقط خبرهای تلخ درباره شرکت های ناموفق می دهد؛ یا بعضی سایت ها هم از کنار تحلیل و پیش بینی آینده بازار به شهرت و ثروت رسیدند، مانند webmergers.com.

### افق های پیش رو

به هر روی، پس از تمام این تلخی ها و شیرینی می توان گفت امروز همه، واقع بین تر از گذشته اند و انتظارات معقولی از تاثیر اینترنت بر کار و زندگی خود دارند. اما به هر حال، تحلیل های بیش از حد خوشبینانه، اثر خود را گذاشته است و بجز تعداد زیادی شرکت ورشکسته و کارمند بیکار شده، بدبینی ناشی از شکست، دامن خیلی های دیگر را هم گرفته است. ولی چرا باید از بدبینی نگران بود؟ بدبینی و افکار منفی ناشی از شکست های سنگین، پس از اولین پیروزی کوچک، تبدیل به حالت طبیعی و امیدواری به آینده می شود. ولی آنچه برای هر پدیده نوپا مضر است، خوش خیالی و انتظارات بیش از حد است؛ بنابراین بهتر است «به مرگ بگیریم تا به تب راضی شویم».

افق آینده، چندان هم تاریک نیست که بتوان به تب تشبیهش کرد؛ چرا که به دلایل مختلف، نوآوری های دیجیتال، هر روز بیشتر مورد نیاز خواهند بود و هیچ کس در این مساله شکی ندارد. تکنولوژی های دیجیتال، چند خصوصیت به تمدن جدید می دهند که تاکنون هیچ تمدنی به آن دست نیافته بود. رمز این ویژگی، به قول «جان نگر و پونته» در تفاوت «بیت» و «اتم» است. تمدن صنعتی که بر پایه «اتم» -به عنوان کوچک ترین ذره سازنده ماده- بنا شده بود، کم کم جای خود را به تمدن جدیدتری می دهد که «فراصنعتی» خوانده می شود و اساسش بر «بیت» -به عنوان کوچک ترین ذره سازنده اطلاعات- است. به بیان دیگر، مادر حال گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی هستیم و در واقع هر روز تعداد بیشتری از «اتم» ها به «بیت» تبدیل می شوند؛ در نتیجه، تا وقتی این روند متوقف نشده، می توان پیش بینی کرد که اوضاع شرکت ها و صنایعی که با «بیت» سروکار دارند، هر روز از روز قبل بهتر شود. حتی وقتی این روند پایان یابد و دیگر هیچ «اتم» ی قابل تبدیل به «بیت» باقی نماند، برای افراد و شرکت هایی که به تولید، پردازش و انتقال «بیت» می پردازند، تازه رونق اقتصادی آغاز خواهد شد؛ شبیه به زمانی که تولید دستی کالا، جای خود را به تولید انبوه داد و رشد اقتصادی را چند برابر کرد.

در همین حال نباید از نابرابری های دیجیتال موجود در جهان امروز غافل بود، چرا که درست در زمانی که ما مستانه به روزی فکر می کنیم که با حداقل «اتم» موجود -احتمالاً بدنمان و چیزهایی که می خوریم و می آشامیم- زندگی کنیم، عده زیادی آدم در کشورهای دور دست، همان تکه نان ساخته شده از «اتم» را هم به سختی بدست می آورند. اگر کسی به فکر آنها نباشد و کمک نکند که بتوانند پایه پای کشورهای پیشرفته وارد عصر فراصنعتی شوند (هر چند که بسیاری هنوز وارد عصر صنعتی هم نشده اند)، دودش به چشم همان جوامع پیشرفته می رود. ناگفته نماند که این نابرابری فقط با دادن ابزار تکنولوژیک پیشرفته به آدم های فقیر و عقب مانده جبران نخواهد شد؛ نابرابری اصلی در ذهن هاست که بعد نتایجش روی زندگی و دستاوردهای جوامع نمود می یابد. اگر تمام «اتم های» مردمان عصر صنعتی و ماقبل صنعتی، تبدیل به «بیت» بشوند ولی ذهن های آنان تغییری نکند، هیچ کس نمی تواند تضمین کند که هوایمای دیگری به ساختمان های بلند جوامع پیشرفته نزنند.

در این میان، اقبال بلند جوامعی که مثل ایران از تحولات سریع تکنولوژیک دورند، آن است که ترکیدن حباب ها هیچ ضرری به آنها نمی رساند. آنها هنوز به شهری که منفجر شده است نرسیده اند که در ضررهای آن شریک باشند؛ وقتی هم به شهر برسند، همه چیز به حال عادی برگشته است. پیشرو بودن، همیشه هم بد نیست. ❌

\* حسین درخشان، روزنامه نگار آزاد و دانش آموخته جامعه شناسی از دانشگاه شهید بهشتی تهران است. وی درباره اینترنت در روزنامه ها و مجلات ایرانی مطالبی نوشته است و اکنون مقیم کانادا است.