

# الإعلام الرقمي ودوره في التحكم بالرأي العام



هانيس غراسىخير، ميكائيل كروغىرس  
ترجمة: يوسف أسلحي

مominoun بلا حدود  
Mominoun Without Borders  
[www.mominoun.com](http://www.mominoun.com)  
للدراسات والابحاث

# الإعلام الرقمي ودوره في التحكم بالرأي العام

مقال من إعداد: هانيس غراسغرر، ميكائيل كروغريرس<sup>(1)</sup>

ترجمة من الألمانية: يوسف أسلحي

---

1- Hannes Grassegger und Mikael Krogerus, **Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt**, Das Magazin N°48 – 3. Dezember 2016

## وطئة

لعل كلَّ من كان يتبع الانتخابات الأخيرة في الولايات المتحدة، ويُعain الاستطلاعات التي تهَبُّ في كلِّ حينٍ ومرةً فيما يتعلّق بالتساؤل: لمَنْ سترجح الكفة في النهاية، كان يترقب، تبعاً لجملةٍ من المؤشرات، أن يكون الظفر في مصلحة المرشحة الديمقراطية هيلاري كلينتون. لكنَّ العكس هو ما حدث، حينما أتت النتائج مكذبةً كلَّ التكهنات والاستطلاعات القبلية، فهل كان الفوز الذي حقّقه دونالد ترامب محضَّ مصادفة؟

يكشفُ هذا المقال، بين يدي القارئ الكريم، بشكلٍ دقيقٍ، الدورَ البارز الذي أدَاه استثمارُ وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر...)، والاستعانة ببعض الفتوحات المعرفية (البيانات الضخمة) (Big Data)، في استعماله قاعدةً انتخابية عريضة. ولعلَّ ما يثير السؤال في هذا المقال هو: كيف أخذت المعرفة تحدِّ عن أهدافها النبيلة، وباتت تخضع، بشكلٍ لافتٍ، لمنطق التسليع والتسويق؟ وكيف يتمُّ استثمار بعض المكتسبات المعرفية الجديدة، وتوظيف الوسائل الرقمية، بقصد ضبط سلوك الإنسان وتطويعه، على أمل تحقيق مأرب سياسية واقتصادية معلومة؟

\* \* \*

لقد عمل عالم النفس ميشيل كوزينسكي (Michal Kosinski) على تطوير طريقةٍ تعينه على تحليل سلوكيات الإنسان، كما تظهر على الـ «فيس بوك»، تحليلاً دقيقاً، ما ساعد دونالد ترامب على الفوز.

عندما استيقظ ميشيل كوزينسكي، وقاربُ الساعة كانت تشيرُ حينذاك إلى الـ (08.30)، في الـ (9) من تشرين الثاني/نوفمبر في زيوريخ، وفي نُزُلٍ يُدعى «سونوهوز» (Sunnehus)، كان الباحث ذو الـ (34) ربيعاً على موعدٍ مع محاضرة في مركز المخاطر (Risikocenter) التابع للمعهد السويسري الاتحادي للتكنولوجيا، المعروف اختصاراً بـ (ETH Zürich)، ضمن ندوة حول «مخاطر البيانات الضخمة» (Big Data)، و«الثورة الرقمية». ومثل هذه المحاضرات تتبيح الفرصة لجوزينسكي أن يوجد باستمرار في جميع أرجاء العالم، وهو يُعد من أبرز الخبراء في القياس النفسي؛ إذ إنَّ هذا الأخير يُعد أحد فروع علم النفس الذي يعتمد على البيانات. عندها قام بإشعال التلفزيون في هذا الصباح، وعاين بنفسه انفجار القبلة؛ فخلافاً لتكهنات جميع الإحصائيين البارزين، تم انتخاب دونالد ترامب رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية.

شاهد كوزينسكي طويلاً احتفالات ترامب بالنصر، ونتائج الانتخابات القادمة من كلّ ولاية، وكان لديه حدس بأن نتائج الانتخابات فيها شيء ما متعلق ببحثه، أخيراً، أخذ نفساً عميقاً، ومن ثمَّ قام بإطفاء جهاز التلفزيون.

ستقوم، في اليوم نفسه، شركةٌ بريطانيةٌ غير معروفة ومستقرةٌ في لندن بارسال بيانٍ صحيٍّ مفاده: «نحن فخورون جداً بكون تطبيقنا الثوري المعتمد على بيانات الاتصالات، قد ساهمت مساهمةً أساسيةً في النصر الذي حققه دونالد ترامب». ولم يكن هذا البيان سوى لصاحبها البريطاني ألكسندر جيمس آشبورنر نiks (Alexander James Ashburner Nix) ذي الـ (41) عاماً، وهو الرئيس التنفيذي المسؤول عن شركة التحليلات في كامبريدج (CEO von Cambridge Analytica). كعادته، تجده مرتدياً بزةً وفق المقاس، واضعاً نظاراتٍ من ذلك النوع الذي يضعه المبدعون، وهو الذي اعتاد تسرير شعره الأشعر المتموج بعض الشيء نحو الخلف. وكانت شركته جزءاً لا يجزأ من حملة ترامب على الانترنت، وأيضاً من حملة برకست (Brexit) في المملكة المتحدة.

فالنموذج التفكيري، الذي اهتدى إليه كوزينسكي، والمساهمة التي قدمها نiks، والبسمة العريضة التي ارتسنت على مُحيَا ترامب، كلها عوامل أسهمت، بمعية الوسائل الإعلامية، في تحقيق مكاسب مهمة.

## إلى أي حد تُعد البيانات الضخمة خطيرة؟

لا يخفى على كل من لم يقدر له أن يعيش، خلال السنوات الخمس الأخيرة، فوق سطح القمر، مفهوم «البيانات الكبيرة» (Big Data). ومن المعاني التي تنطوي عليها الكلمة أيضاً نجد أن كل ما نمارسه، سواء داخل شبكة التواصل أم خارجها، لا يخلو من آثار رقمية؛ فكل عملية شراء تتم عبر البطاقة، وأي استعلام يحصل في محرك «غوغل»، وكل حركة تحصل بوساطة الهاتف في الجيب، وكل رغبة يتم تخزينها. لطالما ظل الأمر مبهماً، عندما يتم التساؤل: لماذا تُعد هذه البيانات جيدة بالضرورة (ما عدا أن نقوم بالإفصاح، في حسابات الـ «فيسبوك» التي نمتلكها، عن الغذاء الذي يعين على خفض ضغط الدم؛ ذلك أننا قمنا بالبحث في محرك «غوغل» عن الدرجة «الدنيا لضغط الدم»). كما يبقى الأمر غير واضح فيما إذا كانت هذه البيانات الكبيرة تشكل خطراً كبيراً على البشرية أم تشكل مكسباً كبيراً لها. غير أنه منذ (9) من تشرين الثاني / نوفمبر بتنا نعرف الجواب حق المعرفة؛ إذ من يقف وراء الحملة الانتخابية لترامب على شبكة «الإنترنت»، وكذلك وراء حملة الاستفتاء بشأن بقاء المملكة المتحدة ضمن الاتحاد الأوروبي من عدمه، ليس سوى الشركة المتخصصة في البيانات الكبيرة نفسها؛ شركة كامبريدج للتحليلات، بإشراف رئيسها التنفيذي ألكسندر نيكس. فمن أراد أن يفهم مجرى الانتخابات، وماذا يمكن أن يقع في أوروبا خلال الشهور القادمة، وجب عليه أن يبدأ معحدث العجيب الذي عرفته جامعة كامبريدج البريطانية إبان سنة (2014م)، وتحديداً في قسم القياس النفسي (Psychometrik) الذي يشرف عليه كوزينسكي.

لو رُمنا تعريف القياس النفسي، أو كما يُنعت أحياناً التوصيف النفسي للشخصية (Psychografie)، لقنا عنه إنه ضربٌ من المحاولة التي تهدف إلى قياس شخصية إنسان ما. ولقد بلغ ما يُسمى المنهج الشامل (die Ocean-Methode) في علم النفس الحديث رتبة المعيار. لقد تكَّلت جهود اثنين من علماء النفس، خلال سنوات الثمانينيات، في إثبات إمكان قياس كل سمةٍ من سمات الإنسان من خلال استحضار الأبعاد الخمسة التي تطبع شخصية الإنسان (Big Five): الانفتاح (إلى أي حد أنت منفتح على الأفكار الجديدة؟)، الضمير الحي (إلى أي حد تكون وفق منتهي الكمال؟)، الانبساط (إلى أي حد أنت اجتماعي؟)، التوافق (إلى أي حد تُعد لباقاً ومتعاوناً؟)، العصبية (Neurotizismus) (هل أنت معرض لاضطراب بكل سهولة؟). بناء على هذه الأبعاد، يمكن أن يتبيّن للمرء، على نحو دقيق، شاكِلة الإنسان الذي نتعامل معه، وما حاجياته ومخاوفه، بما في ذلك أيضاً الوجهة التي ستتخذها تصرفاته. لطالما كان الإشكال قائماً بخصوص تجميع المعطيات، فلكي يتم التحديد، كان لا بدّ من ملء الاستمار الشخصية، التي تتصرف بغية التعقيد. هذا الأمر سينتسب مع مجيء «الإنترنت» والـ «فيسبوك»، وكذلك بفضل كوزينسكي.

بالنسبة إلى طلاب جامعة وارسو، كتب لميشيل كوزينسكي أن يشرع في حياة جديدة، منذ أن دخل جامعة كامبريدج العريقة في إنجلترا سنة (2008) لنيل درجة الدكتوراه ، في مركز القياس النفسي التابع لمختبر كافندش (Cavendish Laboratory)، الذي يُعد أول مختبر لقياس النفسي على مستوى العالم. سيعمد كوزينسكي، بمعية بعض زملائه الطلبة، إلى وضع تطبيق صغير يكون موضع تحكم من قبل الـ «فيس بوك»؛ يمكن أن يطال التطبيق حتى شخصيته؛ إذ يمكن للمرء، من خلال الاستعانة باستماراة شاملة، أن يقوم بملء حفنةٍ من الأسئلة السايكولوجية («دع الهدوء يحل محل الإجهاد بكل سهولة»، «هل لك ميل نحو انتقاد الآخرين؟»). يتضمن المساءلة، من خلال التقييم، الحصول على «البيانات الشخصية» (Persönlichkeitsprofil) (القيم الخاصة الشاملة)، كما يتضمن للباحثين الحصول على بيانات شخصية ثمينة. وكما كان متوقعاً، بدأت تكشف القناعات العميقية في بادئ الأمر بين نفرٍ من زملاء الدراسة، ليتطور الأمر بشكلٍ سريع ليعمّ المئات، ثم الآلاف، ليُقدّر الأمر بعد ذلك بالملايين. وفجأةً، بات اثنان من طلبة الدكتوراه يمتلكان أكبر سجلٍ لبيانات النفسية بشكلٍ لم يسبق إليه مثيل.

فالطريقة، التي سعى كوزينسكي برفقة زملائه إلى تطويرها، خلال السنوات اللاحقة، هي في الواقع من البساطة بمكان؛ إذ يكفي أن يشرع المرء في القيام بتشخيصٍ فرديٍّ من خلال اعتماد الاستمارة، وكان هذا يعبر عن ضربٍ من الاستطلاع الذي يجري على «الإنترنت» (Onlinequiz). وبناءً على الأجوبة التي يدللون بها، يقوم علماء النفس بحساب القيم الشخصية الشاملة للمستجيبين. وبعدئذ يمضي فريق كوزينسكي نحو القيام بمقارنة كل البيانات المتاحة على «الإنترنت» للأشخاص الذين تم اختبارهم: ماذا تصفّحت على الـ «فيس بوك»، أو قمت بمشاركة مع الآخرين؟ ماذا نشرت، وما الجنس أو العمر ومكان الإقامة، الذي تمت الإشارة إليه تحديداً؟

وهكذا، يتضمن للباحثين التمكن من العلاقات الجارية، كما يمكن استخلاص استنتاجات مدهشة يمكن التعويل عليها، وذلك من خلال الاستناد إلى عمليات في غاية البساطة. فالرجال الذي يتصرفون، على سبيل المثال، منتوج مستحضرات التجميل «ماك» (Mac)، هناك احتمال كبير لأن يكونوا مثليّ الجنس، كما أنّ الإقبال الملحوظ على «فرقة ووتانغ» (Wu-Tang Clan) (وهي من أبرز مجموعات الهيب هوب التي رأت النور في نيويورك عام 1991)، يمثل أحد أهم المؤشرات التي تؤشر إلى الميول نحو إقامة الجنس مع الآخر، وتبقى نسبة احتمال كبيرة جداً لأن يكون أتباع المغنية ليدي غاغا (Lady-Gaga) أكثر انفتاحاً، في حين أنّ من يُقبل على الفلسفة يكون أكثر انطواء.

لقد عمل كوزينسكي وفريقه على صقل النماذج وتطويعها بشكل مستمر، حيث استطاع، في (2012م)، أن يقدم دليلاً حياً على ذلك؛ إذ يمكن للمرء، اعتماداً على متوسط يبلغ (68%) من مرتدى الـ«فيس بوك»، أن يتوقع ما لون بشرته (بنسبة تقارب تدققاً 95%)، أو إذا ما كان مثلي الجنس (بنسبة تبلغ نحو 88%)، أو إذا كان ديمقراطياً أو جمهورياً (85%); بل يذهب إلى أبعد من ذلك: فحتى الذكاء، والانتقام الدينى، وتعاطي الكحول والدخان والمخدرات يمكن حسابه؛ بل حتى مسألةبقاء والدى الشخص جنباً إلى جنب حتى بلوغه سن الـ(21) من عدمه يمكن أن يستشف انطلاقاً من البيانات. ولكي نحكم على نموذج إلى أي حد هو جيد، يتبعى أن نبيّن كيف يمكن التنبؤ به على نحو جيد، وإلى أي حد تجاوب الشخص الذي خضع لاختبار مع الأسئلة المحددة. ويمضي كوزينسكي منتشياً بمعامره إلى حد أبعد من ذلك؛ فمن خلال الاعتماد على (10) فقط من مرتدى الـ«فيس بوك»، يمكن لنموذجه أن يقدر الشخص بشكل أفضل من زميل له في العمل. يكفي الحصول على (70) من المرتددين لكي يتم الاستغناء عن معرفة الإنسان بالصديق. كما يمكن للألة، اعتماداً على (150) من الأهل (der Eltern) برفقة (300) من مرتدى «الفيس بوك»، أن تتبأّ سلوك الشخص على نحو واضح بالمقارنة إذا ما تم الاعتماد على شركائهم. وتمكن كثرة الارتياد المرأة من تجاوز حتى ما يمكن أن يعرفه الشخص عن نفسه. وقد تلقى كوزينسكي، في اليوم الذي نشر فيه هذه النتائج، اتصالين: الأول ينطوي على التهديد باتخاذ إجراءات قانونية، والأخر يحمل عرضاً للعمل، وكلاهما ورد عبر الـ «فيس بوك».

### وهذا الأمر ظاهر للعيان للأصدقاء فقط

لقد درج، في الـ «فيس بوك»، التمييزُ بين الواقع العامة والواقع الخاصة. ولئن كان الوضع «الخاص» لا يمكن إلا من رؤية الأصدقاء الحميمين، بالإضافة إلى ما يعجب المرأة، فإن ذلك ليس بعائقٍ قد يحول دون تجميع المعطيات (Datensammler): عندما يُقدِّم كوزينسكي على مسائلة مستعملِي الـ«فيس بوك»، تَشَدُّ هذه المسائلة دوماً موافقتهم، كما له أن يطالب الكثيرين من مختبرِي «الإنترنت» بإتاحة الوصول إلى البيانات الخاصة بهم شرطاً مسبقاً لاختبار الأشخاص. (من ليس له فلقٌ كبير على البيانات الخاصة، وأراد أن يقيِّم بنفسه ارتياه الـ «فيس بوك»، ليس عليه سوى أن يجرِّب ذلك على صفحة كوزينسكي [applymagicsauce.com]، وبعدها يقوم بمقارنة النتائج المحصلة مع الاستمارَة «الكلاسيكية» الشاملة: [discovermyprofile.com/personality.html]).

لا يقتصر الأمر على ما يتم التعبير عنه عبر الـ «فيس بوك». لقد أمكن الآن لكوني كوزينسكي وفريقه الركون إلى معيار شامل واحد لقيام بتصنيف الأشخاص، كما هو الحال في الاستعانة بـ «البورترية»

(Porträtfotos)، أو من خلال الاعتماد على عدد الاتصالات التي أجريت مع وسائل الإعلام الاجتماعية (وهو مؤشر جيد يوحى بدرجة الانبساط). حتى عندما تُوجَد خارج التواصل الشبكي، إنّنا نبوح بشيءٍ ما يخصّ أنفسنا؛ وذلك مثل ما يكشف عنه جهاز استشعار الحركة من السرعة التي نحرّك بها جهاز الهاتف، وإلى أي مدى نسافر (لما له من ارتباط وثيق مع عدم الاستقرار العاطفي). **أوليس الهاتف الذكية (Das Smartphone)**، كما أشار إلى ذلك كوزينسكي، مجرد استمارنة نفسانية ضخمة تقوم بتعبيتها بشكل مستمر، سواء وعيينا ذلك أم لم نع؟ وقبل هذا وذاك، هناك أمر في غاية الأهمية يستوجب منا فهماً وجيهًا: إمكان اشتغالها في الاتجاه المعاكس؛ فلا يمكن للمرء أن يكتفي بالبيانات، وهو يهتم في رسم الملامح النفسية؛ بل بإمكان المرء أن يهتم، عكس ذلك، بحثًا عن البيانات الشخصية المحددة (كما هو الحال بالنسبة إلى الآباء الذي يكتنفهم الغضب، أو كل الأشخاص الانطوائيين الذين يستبدّ بهم الغضب، وكذلك كلّ الديمقراطيين الذين يتابهم التردد)، فالشيء الذي أراد كوزينسكي اختراعه، بالمعنى الدقيق للكلمة، هو حرّك بحثٍ يُعنّى بالأشخاص (Menschensuchmaschine) كما كان كوزينسكي على دراية بيّنة بالإمكانية التي ينطوي عليها عمله، كان كذلك على علم بالمخاطر التي قد تترجم عنه.

تتراءى له شبكة «الإنترنت» دومًا كما لو أنها هبة من السماء لمن أراد بالفعل أن يقوم بتحويلِ ما، أو أن يعرب عن مساهمة، أو مشاركة؛ فالبيانات قابلة للنسخ، لهذا ينبغي أن يكون كلّ شيءٍ من هذا القبيل. ومثل هذه الروح هي التي تعمّ الجيل بأكمله، إذًا ببداية عهدٍ جديدٍ من دون قيود تطال العالم الطبيعي (die physische Welt)، بيد أنّ كوزينسكي يتساءل: ماذا يحدث حينما يُسيء المرء استخدام حرّك بحثه الشخصي لغرض التحكّم في الناس والتلاعب بهم؟ ففي كلّ عمل علمي يشرع فيه، نجد مُصاحبًا بجملةٍ من التحذيرات. فبالإمكان أن تفضي الطرائق التي ينتهجها إلى «تهديد رفاه وحرية الناس، وحتى حياتهم من قبل الناس». وكما يبدو، لا أحد استوعب مقصدِه.

خلال هذا الوقت، وفي مستهل (2014)، سيلتحق أستاذ مساعد في ريعان شبابه يُدعى ألكساندر كوغان Aleksandr Kogan بکوزينسكي. أراد أن يجري تحريًّا لمصلحة شركة مهتمة بالطريقة التي بلورها كوزينسكي. من المعلوم أنّ حسابات الـ«فيسبوك»، التي يستخدمها عشرات الملايين من الأميركيين، تستوجب أن تكون خاضعة للفياس النفسي؛ فما المانع الذي يحول دون أن يقدر على الإفصاح بأنّ هناك قيودًا سرية صارمة. كأنّه (کوزينسكي) أراد في البدء أن يعرب عن كون الأمر يتعلّق بالعائد المادي الكبير الذي يدرّه معهده، لكنّه سرعان ما تردد. وأخيرًا، قرر كوغان أن يفتح عن اسم هذه الشركة (SCL - مختبرات الاتصالات الاستراتيجية). وما كان أمام كوزينسكي إلا أن وضع اسم هذه الشركة على صفحة «غوغل»،

لتبين له ما يأتي: «نُعْدُ وكالة ذات بعد عالمي تهتم بتدبير الانتخابات». وهو يتصفح موقع الشركة على «الإنترنت»، تبين له أنّ مدار اهتمام هذه الشركة (SCL) ينحصر في وظيفة التسويق (Marketing) استرشاداً بنموذجٍ نفسيٍّ- منطقيٍّ (eines psycho-logischen Modells). يمكن بيت القصيد من ورائه في التأثير في الاختيار، ثمّ التأثير في الاختيار؟ أيّ نوع من الشركات هي هذه؟ وماذا لدى هؤلاء من الناس في الولايات المتحدة الأمريكية إزاء ذلك؟

ما الأمر الذي غاب عن أذهان كوزينسكي في هذا الزمان؛ إذ يمكن وراء هذه الشركة (SCL) بناءً مركب من الشركات، التي بدورها تتوافر على عددٍ من الفروع، تمثّل ملاداً أمّاً لها من الضرائب (كما كشفت وثائق بما، وتسريبات ويكيبيك، هذا الأمر). وقد ساهم بعضٌ منها مساهمة فعلية في تغيير مجريات الأمور في البلدان النامية، بينما عملت الأخرى على تطوير طرائق لمصلحة «الناتو» (Nato) بقصد إحكام الطوق النفسي على الشعب في أفغانستان. كما تُعدّ شركة (SCL)، في الآونة الأخيرة، بمثابة الشركة الأم لمؤسسة كامبريدج للتحليلات، التي ساهمت، بفعل حيازتها بياناتٍ ضخمة ملغومة، مساهمة فعلية في الإشراف على تنظيم الحملة الإلكترونية لـ ترامب، وكذلك الاستفتاء الذي جرى في المملكة المتحدة بشأن عضويتها في الاتحاد الأوروبي (Brexit).

مع أنّ كوزينسكي لا يعلم شيئاً بهذا الصدد، يُراوده شعورٌ بعدم الارتياح. لقد تذكّر كيف أنّ «المسألة بدأت تتبعث منها رواح نتنة». يكتشف، من خلال البحث الذي أجراه، أنّ ألكسندر كوغان قدّم بشكل سري تسجيلاً لشركة تشتغل مع المحلات التجارية التي تتبع شركة (SCL) مباشرة. ومن خلال الوثيقة التي تكشف عنها مجلة «المجلة»، يتضح أنّ طريقة كوزينسكي المتبعة في شركة (SCL) تمّ التعرف إليها بوساطة كوغان. وفجأة يكتشف كوزينسكي أنّ كوغان قام بنسخ نموذجه الشامل، أو يمكن أن يكون قد أعاد بناءه، وذلك بقصد القيام ببيعه للشركة التي تقوم بالتأثير في الخيارات. وما كان على كوزينسكي إلا أن عَجَل في قطع الصلة به، مع إشعار مدير المعهد بهذا الأمر. كما نشب داخل الجامعة نفسها صراع في غاية التعقيد، وبدأ المعهد يستشعر القلق بشأن سمعته. فما كان أمام ألكسندر كوغان إلا أن شدّ رحاله وتوجه، لأول مرة، نحو سنغافورة، وهناك يتزوج ويقوم بتغيير اسمه إلى مجرد الدكتور سبيكتر (Dr. Spectre). بينما سيشيد ميشيل كوزينسكي الرحال إلى جامعة ستانفورد في الولايات المتحدة الأمريكية.

بعد أخذ قسطٍ من الراحة على مدار سنة، يشهد شهر تشرين الثاني / نوفمبر من عام (2015) حدثاً خاصاً يتمثل في إعلان المحافظين خوض حملتين تهمّان الاستفتاء بشأن عضوية إنجلترا في الاتحاد الأوروبي

(leave.eu)، وذلك بدعمٍ من السياسي نايغل فراغ (Nigel Farage)، وقد قاموا بتکليف شركة متخصصة في البيانات الكبيرة بقصد تعزيز حملتهم وتدعيمها على شبكة «الإنترنت»، ويتعلق الأمر هنا بمؤسسة كامبريدج للتحليلات، ولاسيما أنَّ هذه الشركة تتوافر على المهارات الأساسية من قبيل: التسويق السياسي الجديد، وكذلك ما يُنعت بالاستهداف المصغر (Mikrotargeting) الذي يبني على النموذج السايكولوجي الشامل.

لقد تلقى كوزينسكي عدَّة رسائل إلكترونية، وهو في حيرةٍ من أمره بخصوص كيفية التعامل معها. لقد بات الكثيرون الآن يقرُّون له بالفضل بخصوص المنهج الشامل والتحليل المعهول به في كامبريدج. ولأول مرة بات يُسمع من قبل الشركة. أصيَّب بربِّ وهو يتصفَّح الموقع؛ إذ يرى كيف تحولَ كابوسه إلى حقيقة؛ لقد أصبحت منهجيَّته تُستخدم على نطاقٍ واسع، وتحديداً من أجل أغراضٍ سياسية.

بعد الاستفقاء، الذي جرى في بريطانيا في شهر تموز / يوليو، والذي تقرَّر بموجبه خروجها من الاتحاد الأوروبي، تقاطر عليه وابلٌ من الشتائم؛ لقد نبهَه أصدقاؤه ومعارفه كتابةً، عندما قالوا له: انظر ماذا فعلت. فما كان على كوزينسكي إلا أنْ شرع في كلِّ مكان في وضع النقاط على الحروف، وذلك بقصد أن يوضح أنَّه لا يربطه أدنى صلة بهذه الشركة.

## في البدء تعلق الأمر بعملية بريكست (Brexit) ثم أتى الدور على ترامب

بعد مضيِّ عشرة أشهر، وتحديداً في الـ (19) من أيلول / سبتمبر (2016م)، حيث موعد الانتخابات الأمريكية يقترب بشكل أكبر، ستلهب فرقة الروك المعروفة (Creedence Clearwater Revival) بأنغام الغيتار كلَّ المجتمعين في القاعة الزرقاء الداكنة في فندق نيويوركي (Grand Hyatt)، وشرعوا في أداء أغنيتهم المشهورة «Bad Moon Rising». وتعُدْ قمةً كوكورديا (Der Concordia Summit) ضرباً من المنتدى الاقتصادي العالمي المصغر، الذي يعرف أيضاً دعوة صناع القرار من كلِّ أنحاء العالم بقصد المشاركة في أشغال هذا المنتدى. وجد من المدعوين أيضاً الاتحادي شنايدر - آمان (Schneider-Ammann). تقصَّح امرأة بصوت عذب في الاستقبال: «هل حضرتك السيد ألكساندر نيكس؟ مرحباً بالمدير التنفيذي لمؤسسة كامبريدج للتحليلات». وإذ بالرجل النحيف، الذي يرتدي بزة داكنة، يعتلي وسط الخشبة، بينما كان الصمت يعمُّ المكان، وقد كان الكثيرون هنا على دراية بهوية الرجل: إنه رجل الرقمنيات الجديدة (neuer Digital-Mann المناسب لترامب «قربياً ستأتيوني بالسيد بريكست (Brexit)». وكان ترامب قبل ذلك

ببضعة أسابيع قد أفصح، عبر تغريدة على «تويتر»، بشيء من هذا القبيل، ولو أن ذلك لم يخلُ من غموض. وقد كان عدد من مراقبى السياسة أشاروا بالفعل إلى التشابه الموضوعي الذى يربط أجندة ترامب مع حملة الاستفتاء التى تخصّ عضوية المملكة المتحدة في الاتحاد الأوروبي، التي حظيت بدعم من المعسكر اليميني، كما لا تخفي، على الأقل في نظرهم، هذه الأوسمى، إذا تم استحضار الالتزام الذي أبداه ترامب تجاه شركة تسويق مجهرولة، ويتعلق الأمر بمؤسسة كامبريدج للتحليلات.

مهما يكن حجم الحملة الإلكترونية لترامب، فهي تُعزى إلى شخص واحد؛ إنه براد بارسكال (Brad Parscale)، وهو مقاول متخصص في التسويق، كما أنه هو الذي تولى الإشراف على بناء نموذج أولي على موقع «الإنترنت» أطلق عليه «ترامب من أجل 1500 دولار» (Trump für 1500 Dollar)، بيد أن هذا النموذج سرعان ما باع بالفشل. كما أن ترامب البالغ من العمر (70) عاماً ليس من النوع الذي يهوى الوسائل الرقمية، وهو الأمر البادي للعيان عندما لا تجد في مكتب عمله أي حاسوب. فكما كشف عن ذلك مساعدته الشخصي ذات مرة، فإن شيئاً من قبيل البريد الإلكتروني (E-Mail) لا وجود له بالنسبة إلى ترامب. لقد أشار عليه بنفسه وأقنعه بأهمية الهاتف الذكي، وبأن يحسن استثمار الإمكانيات التي تتيحها مواقع مثل «تويتر»، التي باتت عصية على أي ضبط.

أما بالنسبة إلى هيلاري كلينتون، فإنها اكتفت بالاعتماد على إرث الجيل الأول من وسائل الإعلام الاجتماعية، التي اعتمد عليها باراك أوباما. استطاعت أن تتوافق على قوائم عناوين أعضاء الحزب الديمقراطي، وعملت على استثمار شبكة «الإنترنت» لجمع الملايين، وحصلت على دعم من طرف «غوغل» و«دريم ووركس» (Dreamworks). عندما أصبح ترامب، إبان حزيران/ يونيو (2016)، على قدر كبير من الشهرة، وعمل على الاستعانة بخدمات شركة كامبريدج للتحليلات، لم يكن للمرء حينئذ أن يقدّر هذا الأمر حقّ تقديره؛ إذ ما كان للرجال الأجانب، الذين يرتدون بدلاتٍ أنيقةً وفق المقاييس، أن يكونوا على دراية بالأرض ويفهموا الناس حقّ الفهم، أو فهماً جدياً؟

«إنه لشرف كبير أن أقف أمام هذا الحضور الموقر، لكي أتحدث عن القوة التي تحوزها البيانات الضخمة والتوصيف النفسي للشخصية (Psychografie) في مضمون الحملة الانتخابية». خلف الكسندر نيكس، يلمح المرء شعار مؤسسة كامبريدج للتحليلات (وهو عبارة عن دماغ يتتألف من بضع عقد شبكيّة، مثله مثل خريطة). «قبل بضعة شهور لم يكن المرشح كروز (Cruz) سوى أحد المرشحين الأقل شعبية»، لم يتردد الرجل الأشقر، تماشياً مع الإيقاع البريطاني، في القول إن الأميركيين أنفسهم سيتطبعون على الشعور نفسه،

تماشياً مع الإيقاع البريطاني، كما جرى الأمر كذلك مع الكثير من السويسريين الناطقين بالألمانية. «فقط أربعون في المئة من الناخبين يعرفون اسمه»، ولقد أدرك كل من كان حاضراً في القاعة تزايد بريق السيناتور (عضو في مجلس الشيوخ) المحافظ كروز. من اللحظات الأكثر غرابة، التي تخللت الحملة، تلك التي تمثلت في ظهور آخر منافس كبير من داخل الحزب نفسه، وقد كان قبل ذلك مغموراً، وكأنه والعدم سِيان. «فكيف حصل، إذ، هذا الأمر؟»؛ يتساءل نيكس. لقد كانت مؤسسة كامبريدج للتحليلات، خلال نهاية عام (2014)، حاضرة في الحملة الانتخابية التي عرفتها الولايات المتحدة، وقد تمثل حضورها في البداية في تقديم الاستشارة للمرشح الجمهوري تيد كروز (Ted Cruz)، وذلك بتمويل سريٍّ من الملياردير الأمريكي روبرت ميرسر (Robert Mercer) الذي يستثمر في مجال البرمجيات. وإلى الآن، حسب نيكس، تكون الحملة الانتخابية قد استرشدت بمفاهيم ديموغرافية. «أليس فكرة سخيفة أن تقترن في مثل هذا الأمر؛ أي أن تحصل جميع النساء على الرسالة نفسها، بحكم اشتراكهن في الجنس - أو لكل الأفروأمريكيين، بالنظر إلى عرقهم؟». لم يكن نيكس بحاجة إلى أن يشير إلى أن جميع من أشرفوا على الحملة الانتخابية لклиينتون لا يتمتعون بالخبرة الكافية؛ إذ شرعوا في تقسيم السكان إلى مجموعات متجانسة، تماماً كما فعلت كل المؤسسات التي أشرفـت على استطلاع الرأي التي نصبت كلينتون فائزـاً حتى آخر لحظة.

بينما سيختار نيكس، بدل ذلك، أن يكون «نقره» منصبـاً على الشرائح الآتية: خمسة وجوه مختلفة، وأن يكون كل وجه من هذه الوجوه يتطابق مع البيانات الشخصية، وهذا ما يسمى النموذج الشامل (- das Ocean Model)، وبذلك «نكون في حضرة كامبريدج للتحليلات»، أو كما يقول نيكس: «لقد قمنا بتطوير نموذج يمكنـنا من حساب شخصية كل يافعـ في الولايات المتحدة الأمريكية». وقد تزامنـ هذا الوقت مع صمتـ مطبقـ أرخي بظلاله على القاعة. ويستند نجاح نموذج كامبريدج للتحليلات على مزيج من ثلاثة عناصر: التحليل النفسي للسلوك تبعـاً للنموذج الشامل، وتقدير البيانات الكبيرة، والإعلانات المستهدفة (Ad-Targeting). وليس هذا الأخير سوى ضربـ من الإعلان ذي طابع شخصـي، يحرصـ ما أمكنـ على أن يتـكيفـ مع طبائع المستهلك الفردي.

لا يتـوانـي نيكـس عن الإفـصاح، بشـكل صـريحـ، عن كـيفـية اشتـغال شـركـتهـ (وـهيـ المحـاضـرةـ المـبـثـوـثـةـ مـجاـناـ علىـ «ـيوـتيـوبـ»ـ). تـقومـ شـركـةـ كـامـبرـيدـجـ لـلـتـحـالـيـلـاتـ باـقـتنـاءـ الـبـيـانـاتـ الـشـخـصـيـةـ مـنـ كـلـ الـمـصـادـرـ المتـاحـةـ مـنـ قـبـيلـ: سـجـلـاتـ الـمـمـتـلـكـاتـ، وـالـبـطاـقـاتـ الـمـجـانـيـةـ، وـقـوـائـمـ الـنـاخـبـينـ، وـالـعـضـوـيـاتـ فيـ الـنـوـادـيـ، وـالـاشـتـراكـاتـ فيـ الـمـجـلـاتـ، وـالـبـيـانـاتـ الـطـبـيـةـ. ويـكـشـفـ نـيكـسـ عـنـ شـعـارـاتـ بـعـضـ مـوـزـ عـيـ الـبـيـانـاتـ الـذـيـنـ يـمـتـدـ نـشـاطـهـمـ عـلـىـ نـطـاقـ عـالـمـيـ مـنـ قـبـيلـ: أـكـسيـومـ (Acxiom)، وـإـكـسـبـرـيـانـ (Experian)؛ فـكـلـ الـبـيـانـاتـ الـشـخـصـيـةـ تـكـوـنـ تـقـرـيـباـ مـتـاحـةـ

للشراء في الولايات المتحدة. إذا أراد المرء، على سبيل المثال، أن يعرف أين تقطن النساء اليهوديات، فيمكن للمرء أن يقتني هذه المعلومات بكل سهولة، بما في ذلك أرقام الهواتف. لقد تمكّنت شركة كامبريدج للتحليلات من شحن الخدمات الرقمية بلوائح الناخبين الذي ينتمون إلى الحزب الجمهوري، مرفقةً ببيانات الإلكترونية كما ترد على الـ «فيسبوك»، وعليه أمكن للمرء أن يقوم بحساب البيانات الشخصية الشاملة؛ فمن خلال البصمات الرقمية، يمكن أن نتعرّف فجأةً إلى الشخص معرفةً حقيقةً، بما في ذلك التخوّفات، والاحتياجات، والاهتمامات، وكذلك مكان إقامته.

يتطابق هذا الإجراء مع النماذج التي عمل ميشيل كوزينسكي على تطويرها. وتسعى شركة كامبريدج للتحليلات، بدورها، إلى تطبيق اختبارات الذكاء، وكذلك التطبيقات الاختبارية المصغرة الأخرى ذات البعد الشامل؛ وذلك حتى تحصل الاستفادة من الدخول إلى الواقع التي يرتادها رواد الـ «فيسبوك». ولم تكن شركة كامبريدج لتفعل أكثر مما سبق أن حدّر منه كوزينسكي: «لقد قمنا بدراسةٍ نفسيةٍ لبيانات الشخصية (Psychogramme)<sup>2</sup> لجميع المواطنين الراغبين في الولايات المتحدة (220 مليون نسمة)». يتولّي نيكس فتح الصورة الرقمية المعروضة على الشاشة (Screenshot) كأنّه يقول: «تعالوا لتروا مراكزنا التي تباشر التحكم. اسمحوا لي أن أبین لكم ما الذي نحن فاعلون من خلالها». ومن ثمة تظهر قمرة القيادة الرقمية. ثبّين الرسوم البيانية الكائنة يساراً ويميناً خارطةً ولاية آيوا (Iowa)، حيث حقق كروز مفاجأةً غير متوقعة، عندما قام بجمع الكثير من الأصوات خلال الحملة التي سبقت الانتخابات. كما يتراءى للمرء في هذا الإطار مئات الآلاف من النقاط المصغّرة المموجّدة بلون أحمر وأزرق. يقوم نيكس بتحديد المعايير: الجمهوريون- إزالة النقاط الزرقاء؛ «الذين لم تحصل لهم قناعة بعد» تستدعي كذلك إزالة النقاط؛ «الذكور»، وهذا دواليك. وفي النهاية يظهر اسم واحد متضمناً العمر، والعنوان، والاهتمامات، والميول السياسية. إلى أي حدّ تقوم شركة كامبريدج للتحليلات حالياً بتطويق هذا الإنسان من ذاك عبر الرسائل السياسية؟

في عرض آخر، يستدعي نيكس، على سبيل المثال، القانون المنظم للأسلحة النارية في صيغتين: كيف يمكن مخاطبة الناخبين الذين تم تسلیط الضوء على بياناتهم الشخصية: «بالنسبة إلى الناس الذين أصيروا بالرهاب، مع قيم عصبية جدّ مرتفعة، يكون بيعنا للسلاح من باب التأمين. انظر يسار الصورة لترى: يد السارق التي تشرع في ضرب الأسطوانة «يظهر في الجانب الأيمن رجلٌ طفلٌ في وقتٍ كانا يشيران فيه إلى

2- وهو التخصص الذي يعني بتشخيص المرء تشخيصاً سایکولوژیاً، مع القيام بعرض النتائج المتحصلة عبر هذا التشخيص ضمن قائمة بيانات.

غروب الشمس في حقل، وكلاهما يتآبّط بندقية، ومن الواضح أنّ غرضهما كان منصباً على صيد البط». «وهو لاء بالنسبة إلى الأطراف المحافظة على قدر كبير من الانبساط».

## كيف السبيل إلى استبعاد ناخيٍ كلينتون من صناديق الاقتراع؟

على الرغم من النقاشات البارزة التي عُرف بها ترامب، الذي طالما انتقدَ على موافقه العدمية، وهو الأمر الذي أفضى إلى إيجاد كمٌ هائل من الرسائل المتصاربة، كان ذلك ميزةً إيجابيةً كبيرةً بالنسبة إليه؛ فلكلّ ناخب رسالته. لقد بدا ترامب، كما سجّلت ذلك عالمة الرياضيات كاثي أونيل (Cathy O'Neil) في شهر آب/أغسطس، «يتصرّف كما لو أنه الذي يُحسن استغلال اللوغاريتم (الخوارزميات) أحسن استغلال، وذلك عندما يميل إلى الاعتماد على رد فعل الجمهور فقط». خلال اليوم الذي جرت فيه المناظرة الثالثة بين ترامب وكلينتون، قام فريق ترامب بإرسال ما يناهز (175000) من الأشكال المختلفة من الحجج التي استثمرها، وهو الأمر الذي تم عبر الـ «فيسبوك». عادةً تختلف الرسائل في التفاصيل المجهرية، وذلك حتى يتّأثّر لها أن تتوافق مع نفسية المتألّق بشكل أمثل: عناوين مختلفة، ألوان، عنوان فرعٍ مرفقاً بصورة أو «فيديو». وفي أهمية استثمار بعض التفاصيل الدقيقة بقصد التأثير في آراء المجموعات الصغيرة، يوضح نيكس، في مقابلة له مع مجلة (المجلة): «بإمكاننا أن نصل إلى القرى والتجمعات السكنية، وحتى الأفراد». فقد عملت شركة كامبريدج للتحليلات، على سبيل المثال، على بعث رسائل إلكترونية إلى سكان هي في ميامي نقطته أقليّة هايبيّة، وكان ضمنون هذه الرسالة الإنباء عن إخفاق مؤسسة كلينتون بشأن الزلزال الذي حلّ بهايبتي، وكان القصد من وراء ذلك الحصول دون التصويت لклиينتون. وما هذا سوى غيضٍ من فيضٍ؛ لقد أشار أحد مساعدي ترامب إلى ضرورة إبقاء الناخبين المحتملين لклиينتون (ومن بينهم اليسار الذي يغلب عليه الشك zweifelnde)، والسود الأميركيون، والنساء الشابات) بعيداً من صناديق الاقتراع، وكذلك العمل على «إزاحة» (Linke) اختيارهم. حتى في المشاركات، التي ترد على نحو غير مرئيٍ (dark posts) في صفحات الـ «فيسبوك»، يتم شراء إعلانات الـ «فيسبوك» في فترة زمنية محددة يُتاح فيها رؤية البيانات الشخصية الملائمة للمستخدمين للـ «فيسبوك»؛ فيتم، على سبيل المثال، تسريب «فيديو» موجّه إلى السود الأميركيين، وفيه تصف هيلاري كلينتون الرجال السود بالحيوانات المفترسة.

«أطالي» هي آخر كلمة سيشرع، من خلالها، نيكس في ختم محاضرته في قمة كوكورديا؛ «فهل يمكن أن يكون هناك شيءٌ ما مثله مثل الملصق الإشهاري الذي يحمل الرسالة نفسها بالنسبة إلى الجميع، والحاسِل أنّ المفهوم الكلّي للوسائل الإعلامية الجماهيرية غير قادر على توضيح هذا الأمر بشكل كافٍ. أتوجّه

إليكم بخالص الشكر على حسن الانتباه، وليس لي أن أقول لكم سوى أننا نشتغل في الوقت الراهن لمصلحة أحد المرشحين اللذين يتافسان على منصب الرئاسة». وبذلك يغادر الخشبة.

لم يكن واضحًا بعد، في هذه اللحظة، درجة تأثير الكتائب الإلكترونية التي جنّدها ترامب في الساكنة الأمريكية؛ فهي نادراً ما تهاجم من قبل الاتجاه السائد في شاشات التلفزيون، وذلك بالنظر إلى إثارة إظهار شخصيتها (personalisiert) من خلال استثمار وسائل التواصل الاجتماعي، أو عبر التلفزيون الرقمي. وفي ظلّ ترجيح كفة فريق كلينتون، بحكم الاستناد إلى التوقعات الديموغرافية التي تشكّل ملاداً آمناً، سيشهد مقرّ الحملة الإلكترونية، الذي يشرف على حملة ترامب في سان أنطونيو (Antonio)، إنشاء «مقربان» (zweites Hauptquartier) (Sasha Issenberg)، وذلك حسب إفادة الصحفي ساشا إسبرغ (Bloomberg) في بلومبرغ (Bloomberg) إثر زيارة مفاجئة قادته إلى المقر. لقد تحصل فريق كامبريدج للتحليلات، الذي لا يتعدّى أعضاؤه عشرات الأشخاص، من ترامب، في تموز / يوليو، على ما يناهز (100000 دولار)، وفي شهر آب / أغسطس على ما يناهز (250000 دولار)، وعلى خمسة ملايين في شهر أيلول / سبتمبر. ولقد تلقى على العموم، حسب إفادة نيكس، ما يناهز (15) مليون دولار.

إن التدابير التي اتخذتها هذه الشركة كانت -والحق يُقال- من الجذرية بمكان: بدءاً من حزيران / يونيو (2016)، سيتم تزويد المشرفين على حملة ترامب ببرنامج تطبيقي جديد يمكنهم من معرفة طبيعة الآراء السياسية السائدة، وما نوع الشخصية التي تميز كلّ قاطني المنزل. عندما يتولّي رجال ترامب الضغط على رنين جرس الباب، حينئذٍ يشرع في إقرار التطبيق إزاء ذاك الطرف، وتصنيفه بمجرد أن يتم استقبال رسالته. ويكون المشرفون على الانتخابات على استعداد للوجهة التي ستتخذها المقابلة تبعاً لنوع الشخصية التي تميز كلّ مقيم. كما يحرص المشرفون كذلك على إدخال كلّ ردود الأفعال في التطبيق الإلكتروني. وهذا تتدفق كل البيانات الجديدة مرّة أخرى إلى غرفة التحكّم التابعة لشركة كامبريدج للتحليلات.

لقد عملت الشركة على تجزيء سكان الولايات المتحدة تبعاً لأصناف الشخصية، بمعدل يناهز (32) صنفاً، وذلك من خلال التركيز على (17) ولاية فقط. ومثل ما سبق أن بيته كوزينسكي من كون الرجال، الذين يُقلّلون على تصفّح مستحضر التجميل «ماك» (MAC)، من المحتمل أن يكونوا مثلي الجنس، كذلك خلصت شركة كامبريدج للتحليلات إلى أنّ الأشخاص، الذي يفضلون اقتناء السيارات الأمريكية الصنع، يمثلون أبرز إشارة محتملة إلى أنّ الناخب سيصوّت لترامب. من بين الأمور الأخرى، التي باتت تكشف نتائجها حالياً عن ترجيح الكفة لمصلحة ترامب، نجد ما تشي به الرسائل من إيماءة واضحة بخصوص من هو الأفضل. لقد قرّر

أن يكون تركيزه، خلال الأسابيع الأخيرة، منصبًا على ميشيغان وويسكونسن (Michigan und Wisconsin)، وذلك من خلال الارتكاز على تحليل البيانات، ولا يتبقى الآن أمام المرشح سوى أن يضع النموذج موضع التنفيذ.

### ماذا تفعل شركة كامبريدج للتحليلات في أوروبا؟

ما حجم التأثير الذي تمارسه طرائق القياس النفسي في مجرى الانتخابات؟ لن تجد أي إثبات مقنع لدى شركة كامبريدج للتحليلات بخصوص الاستفسار الذي يرتبط بمدى فعالية الحملة. كما أنه من الممكن تماماً إلا يتم الجواب عن هذا السؤال، ومع ذلك قد تتوافر إثباتات؛ كما هو الحال عندما أقرَّ تيد كروز (Ted Cruz) بأنَّ خروجه خالي الوفاض من الدور الأول أمام منافسه الشرس ترامب إنما كان بفضل الدور الذي أدته شركة كامبريدج للتحليلات. إلى حدود الآن، بدأ عدد الناخبين في المناطق الريفية يزداد بشكل ملحوظ، وفي المقابل بتنا نلمس تراجعاً ملحوظاً في أصوات الناخبين الأمريكيين ذوي البشرة السوداء. أمّا مرد الحال، الذي يؤكد أنَّ ترامب لم ينفق سوى النزر القليل من المال، فهذا أمر يمكن أن يُعزى إلى فعالية الإعلانات التي تستهدف شخصية الإنسان استهدافاً ناجعاً. كما أنه استثمر ثلاثة أرباع ميزانيته التسويقية في المجال الرقمي. فكما أشار أحد مساعدي ترامب، في تغريدة له على «تويتر»، تحول الـ «فيس بوك» في نهاية المطاف إلى أنسجة سلاح، وإلى خير معين على الاختيار. يكفي الإشارة، على سبيل المثال، إلى القوة التي يتمتع بها حزب «البديل من أجل ألمانيا» (AFD)<sup>3</sup>، الذي استطاع أن يستقطب العديد من الأصدقاء على الـ «فيس بوك»، وهو الأمر الذي لم يقدر على فعله الحزبان المسيطران على الساحة السياسية الألمانية؛ ويتعلق الأمر بحزب الاتحاد الديمقراطي المسيحي الألماني (CDU)، والحزب الديمقراطي الاجتماعي الألماني (SPD).

ليس كل من تولوا مهمة الإحصاء والحساب (die Statistiker)، بأي حال من الأحوال، كما يزعم الكثيرون؛ باعوا بالخسران المبين في هذه الانتخابات، لكونهم لم يُوقفوا في استطلاعات الآراء التي اعتمدوها؛ بيد أنَّ الواقع يشي بأنَّ العكس هو الصحيح؛ أي أنَّ المشرفين على الإحصاء ظفروا بهذه الانتخابات، وبالتحديد أولئك الذين يمتلكون طرائق جديدة. وإنَّه لمن سخريات القدر أن يكون ترامب، الذي طلما أبدى امتعاضه من العلم، سيعزا إليه الفضل في الظرف الانتخابي الذي حققه.

3- Die Alternative für Deutschland.

أما شركة كامبريدج للتحليلات فكانت أكبر الفائزين؛ إذ سيتم تعين عضو مجلسها الإداري ستيف بانون (Steve Bannon)، الذي يعمل رئيساً لتحرير الصحيفة الإلكترونية (Breitbart News) ذات التوجهات اليمينية المتطرفة، من بين كبار المحللين الاستراتيجيين الذين يعملون تحت إمرة دونالد ترامب. كما أبدت ماريون ماريشال لوبيان (Marion Maréchal-Le Pen) المناضلة القادمة بكل قوة في حزب الجبهة الوطنية، وقريبة أحد المرشحين السابقين للانتخابات الرئاسية<sup>4</sup>، من خلال تغريدة على «تويتر»، مستجيبة لدعوة وجهت إليها، استعدادها الكامل للتعاون، وموافقتها على إجراء تسجيل لقاء ضمن شريط «فيديو» داخلي لمصلحة الشركة في «إيطاليا». لقد أكد الكسندر نيكس أنه تمكّن من حصد ثقة العديد من الزبائن من جميع أنحاء العالم، كما تلقى طلبات من سويسرا وألمانيا.

هذا كلّ ما أمكن لكورزينسكي أن يعاينه من داخل مكتبه في ستانفورد. مباشرةً بعد انتهاء الانتخابات في الولايات المتحدة، ستتصدر جامعة ستانفورد القائمة. إزاء التطور الرهيب الذي ما فتئ يفرز أسلحة فتاكة، لا يسع لكورزينسكي أن يقول: إن الأمر الوحيد المتاح للباحث هو الالتزام بالتحليل العلمي. سيقوم بمعية زميلته في البحث ساندرا ماتز (Sandra Matz) بإجراء سلسلة من الاختبارات ستعرف طريقها نحو النشر في أقرب وقت. تبعث النتائج الأولى التي تعرضها «المجلة» على فلق بالغ؛ بفضل تقنية الاستهداف السايكولوجي على نحو ما هو مطبق من قبل شركة كامبريدج للتحليلات، ارتفع معدل النقر على الإعلانات التي تظهر على الـ «فيسبوك» بنسبة تزيد على (60) في المئة. كما أن مؤشر معدل التحويل (Conversion-Rate)، الذي يتولّ قياس عدد الأشخاص، بعد أن يكونوا قد شاهدوا الإعلان الشخصي الذي قدّ وفق المقاس، تركيزاً على تحديد التصرف الذي ينبع عنهم؛ سواء تجسّد ذلك من خلال الإقبال على الشراء أم الاختيار، سيشهد ارتفاعاً مهولاً قدّرت نسبة بنحو (1400%).<sup>5</sup>

لقد شهد العالم تحولات مفصلية؛ إذ سينسحب البريطانيون من الاتحاد الأوروبي، وسيتولى دونالد ترامب زمام الحكم في أمريكا؛ فقد بدأ كل شيء مع رجل لم يكن يريد بالفعل سوى أن يحذر من خطر داهم؛ إذ ما زالت الرسائل الإلكترونية، التي تشير بإصبع الاتهام، تتوارد عليه، فما كان على كورزينسكي سوى أن يفتح ببرة

<sup>4</sup>- تجدر الإشارة إلى أن الأمر لا يتعلق بمارين لوبيان (Marine le Pen) ابنة مؤسس حزب الجبهة الوطنية جان ماري لوبيان، بقدر ما يتعلق الأمر بحفيدها الأخير، وابنة أخي مارين لوبيان.

<sup>5</sup>- ترتكز الدراسة أعلاه على سلسلة من المقارنات؛ يتم الإعلان عن المنتوج القابل للاستهلاك على الواقع الإلكتروني، ومن ثمّة يتم الشروع في عملية المقارنة من خلال أخذ رد الفعل الحاصل إزاء خطابين مختلفين في الاعتناء: أي، بالضبط، بين الإعلان الذي ينطوي على خصائص ملائمة لاحتياجات المستهلك، والإعلان الذي تكون خصائصه متضاربة مع متطلبات المستهلك. وقد عرف المؤشر الذي يقيس معدل التحويل (Conversionrate) ارتفاعاً ملحوظاً بالنسبة إلى الإعلانات التي تكون متناسبة مع رغبات المستهلك بنسبة تناهز (1400%)، بالمقارنة مع الإعلانات التي تتخطى على خصائص متضاربة.

منخفضة وحركة رأسية بـ«النفي» (Nein): «ليس لي أي ذنب في هذا. لست أنا الذي قمتُ بصنع القبلة، بقدر ما كشفتُ عن وجودها».

MominounWithoutBorders



Mominoun



@ Mominoun\_sm



مominoun بلا حدود

Mominoun Without Borders

المدارس والآباء

الرباط - أكدال، المملكة المغربية

ص ب : 10569

الهاتف : +212 537 77 99 54

الفاكس : +212 537 77 88 27

[info@mominoun.com](mailto:info@mominoun.com)

[www.mominoun.com](http://www.mominoun.com)