

الأقوياء الجدد ودكتاتورية التحكم في المعلومات (2) التحول من الدول إلى المنصات

الأمريكية 2016 مثلاً).

ولكن هناك أرباح غير مباشرة تحصل عليها أطراف لا علاقة لها بالمنصات الرقمية، أهمها هو النفوذ الجيوسياسي؛ فعندما تعتمد ثورات العالم على منصات أمريكية (فيسبوك، تويتر، يوتيوب)، فإن الولايات المتحدة تكتسب قدرة غير مسبوقة على مراقبة وفهم وتحليل هذه الحركات، كما في إمكانها أن تقطع خدمة منصة بأكملها عن بلد معين إذا رأت أن مصالحها تقتضي ذلك.

وعندما تتفاعل مجتمعات بأكملها على منصة ما أثناء ثورة أو أزمة فإنها تنتج كمية هائلة من البيانات عن السلوك البشري، وهذه البيانات لا تقدر بثمن لتدريب خوارزميات الذكاء الاصطناعي على التنبؤ باندلاع الاحتجاجات، وقياس «درجة حرارة» الشارع بدقة، وتحديد «القادة الطبيعيين» الذين يظهرون في الأزمات، وتطوير نماذج «الاستهداف الدقيق» لحالات مشابهة مستقبلاً.

نستنتج من ذلك

إن مخاطر تدني الشفافية، والتمويل غير المعلن، وحرب المعلومات والتضليل الإعلامي، واستهداف الخصوصية، التأثير المباشر على ما يُدعى الديمقراطية؛ ولكن التأثير المباشر هو في كسب النفوذ وتحديد القوة بين أطراف الصراع.

وإن ما نعيشه هو تحول جذري في طبيعة السلطة السياسية، كما جاء في كتاب «مفهوم الرأسمالية المراقبة»، لعالم الاجتماع النفسي شوشانا زوبوف (Shoshana Zuboff)، التي تعتبر من أبرز المفكرين النقاد في العصر الرقمي، إذ تقول إن «الخطر الحقيقي ليس في أن الشركات تعرف كل شيء عنا، بل في أنها تستخدم هذه المعرفة لتعديل سلوكنا لصالح أهدافها التجارية أو السياسية. إنها لا تتبع فقط المستقبل، بل تصنعه وفق مصالحها». وإنه رغم خطر العملية بأكملها على المجتمعات المستهدفة فإن المعلنين السياسيين هم التجسيد الأكثر خطورة لهذه النظرية، حيث يصبح المواطن مادة خام تُشكّل وتُوجّه، بدلاً من أن يكون صاحب سيادة يقرر مصيره.

ماذا تفهم من كل ذلك:

من يتحكم ولماذا؟

الأقوياء الجدد «الشركات» تتحكم بالبيانات؛ لأن الرأسمالية الرقمية صممت النظام هكذا، لتجعله عديم الخصوصية هو الخيار الافتراضي؛ صممت القوانين لتجعل الموافقة على الاستغلال أسهل من رفضها؛ صممت التقنية لتركز كل القوة في السحابة؛ وصدمة ثقافتنا لتجعل الشك في هذه الآلة الجبارة يبدو كأنه جنون.

وأخيراً، إن مقاومة هذه المراقبة الرقمية ليست مستحيلة، لكنها تتطلب وعياً بأن البيانات ليست مجرد أمر عابر، بل هي انعكاس رقمي لنواتنا، والسيطرة عليها هي السيطرة على حريتنا.

sr@sameerarajab.net



بقلم:
سميرة بن رجب

«الاستهداف السلوكي Behavioural Targeting» (شوشانا زوبوف: «عصر الرأسمالية المراقبة» (2019) والاستهداف السلوكي» أسلوب تسويقي يعتمد على تتبع وتحليل سلوك المستخدمين عبر الإنترنت (مثل المواقع التي يزورها، عمليات البحث، التفاعلات، المشتريات السابقة) لجمع بيانات عن اهتماماتهم وتفضيلاتهم. وتُستخدم هذه البيانات لإنشاء ملفات تعريف مفصلة عن المستخدمين، ثم يتم توجيه إعلانات مخصصة لهم بناءً على سلوكهم المتوقع، بهدف زيادة فعالية الإعلانات واحتمالية استجابة المستخدمين لها. يتم ذلك عادة عبر خوارزميات ومنصات رقمية مثل فيسبوك وجوجل، حيث تُباع هذه الخدمة للمعلنين الذين يدفعون مقابل الوصول الدقيق إلى جمهور محدد. هذا الاستهداف الاقتصادي هو ما يخضع المعلنين التقليديين، ماذا عن توجهات «المعلنين غير التقليديين».

المعلنون «غير التقليديين».. البعد

السياسي في وظيفة الأقوياء الجدد «المعلنون غير التقليديين» هم كيانات سياسية قانونية غير تجارية، من عدة فئات: أولاً: الجهات السياسية والحملات الانتخابية، التي تتفق الأحزاب السياسية والمرشحون فيها أحياناً على إعلانات فيسبوك وجوجل لاستهداف الناخبين (حملة أوباما 2012، وحملة ترامب 2016، واستفتاء البريكست 2016، مثلاً). ثانياً: اللوبيات وجماعات الضغط، ومنظمات سياسية، وهي منظمات غير حكومية تريد التأثير على الرأي العام في قضية معينة (قوانين البيئة أو الإجهاد مثلاً). ثالثاً: الحكومات الأجنبية حيث هناك حالات موقفة لمحاولات تدخل في انتخابات دول أخرى من خلال شراء إعلانات مستهدفة لنشر رسائل سياسية معينة (اتهامات روسيا بالتدخل في الانتخابات

اقتصاد المعلومات، ولكن هل هي الحقيقة؟ للجواب عن هذا السؤال يجب معرفة الآتي: من هو المُعلن؟ الذي يكسب «الأقوياء الجدد» منه تريليونات الدولارات؟ أليس الأمر معقداً وبحاجة إلى إجابات مقنعة؟ وهنا أضع أمام القارئ أهم ما حصلت عليه من معلومات في هذا الشأن، التي هي أيضاً بحاجة إلى المزيد من التفسير والبحث، وإلى فريق بحثي تخصصي متكامل لسبر أغوار ما يُدعى بالإعلان في هذا العالم الرقمي الافتراضي الذي ليس من السهل سبر أغواره.

من هو المعلن في العالم الرقمي؟

هذا السؤال يقودنا إلى التجريد النظري إلى التطبيق الواقعي الملموس لاقتصاد المعلومات، وقد فر في العالم الرقمي إجابات مستفيضة، ولكنها معقدة، أهمها أن المعلنين هم مؤسسات حقيقية وليست افتراضية؛ مؤسسات موجودة في العالم المادي ولها مكاتب وعناوين وموظفون، وهي منتشرة في جميع أنحاء العالم، ولكنها أكثر تركيزاً في الدول الغربية والصين. إن فهم «من هم المعلنون»، وكيف تجري عمليات الإعلان، يُعد المفتاح لفهم كيفية إعادة إنتاج القوة الاقتصادية والثقافية في العالم الرقمي، لأن المعلنين ليسوا مؤسسات اقتصادية وتجارية فقط، بل هم أيضاً مؤسسات سياسية بجميع أنواعها، من الدول إلى الأحزاب والمجتمع المدني، وحتى أطراف مموله غير معلنة.

المعلنون في عالم المال والأعمال هم كيانات تجارية متنوعة تتراوح بين شركات صغيرة في أي من بلداننا، وشركات عالمية عملاقة عبرة للحدود؛ وتنوع هذه الشركات من العلامات التجارية العالمية الكبرى (كوكا كولا، سامسونج، لوريال مثلاً) وهي العمود الفقري لاقتصاد الإعلانات الرقمي، إلى الشركات الرقمية الناشئة والخدمات والتي ولدت في العصر الرقمي (أوبر، طلبات، البنوك الرقمية مثلاً)، وهي شركات تعتمد كلياً على الإعلانات لجذب المستخدمين، إضافة إلى الشركات المحلية المتوسطة والصغيرة (صيدلية، مستشفى، صالة رياضية مثلاً) وهي الأكثر عدداً وموجودة في جميع أنحاء العالم.

هذه الفئات يتراوح وجودها ما بين العالم الواقعي ككيانات قانونية مسجلة، والعالم الافتراضي (الرقمي) في حملاتها الاعلانية، وهي كيانات واقعية تستخدم أدوات افتراضية للوصول إليك كمستخدم، وجودهم الجغرافي مركز في مواقع محددة، ولكن سوقهم عالمي... فلا يمكن حصر المعلنين في مناطقهم فقط، حيث أي شركة في أي بلد لديها ميزانية إعلانية يمكنها أن تكون معلناً، وأن تكون منتشرة عالمياً. المعلنون لا يشترطون بيانك الخام (اسمك وعنوانك) بشكل مباشر، بل يشترطون الوصول إلى سلوكك؛ أي أنهم يدفعون المال لفيسبوك أو جوجل لكي تظهر إعلاناتهم أمام عيون أناس مددين بدقة عالية، حيث يتم استخدام الخوارزميات في تحليل بياناتنا الموجودة في جميع التطبيقات لتحديد الفئة المستهدفة، وعرض الإعلان عليها فقط، وهذا هو جوهر ما يُدعى

تعد دكتاتورية المعلومات التي يمارسها الأقوياء الجدد أحد مصادر القوة والثراء المنقطع النظير، ولكن لا يمكن تفسير أو اختزال أسباب تحكم الشركات بالمعلومات والبيانات في «الجشع المادي» أو «التجسس»، لأن ملكة المعلومات تعد نموذجاً اقتصادياً كاملاً، وهندسة قانونية وتقنية، ونتيجة حتمية للطريقة التي صُمِّم بها الفضاء الرقمي... والسؤال الملح هنا هو: من الذي صمّم، وصنع، وهنّس، النموذج الاقتصادي والقانوني والتقني لهذا الفضاء الرقمي؟ ولصحة من؟

إذن لتفسير هذا التحكم يجب تفكيك طبقاته الأربعة: الاقتصادية، القانونية، التقنية، والنفسية، وهذا ما بحث عنه في مصادر عديدة، وأهمها: 1- «عصر الرأسمالية المراقبة» لعالم الاجتماع النفسي شوشانا زوبوف (The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Future at the New Frontier of Power) 2019. «تقرير روبرت مولر (2019) حول التدخل الروسي في الانتخابات الأمريكية»؛ 3- تحقيق «كاميريدج اناليتيكا» (2018) في تقارير صحيفة «الويزرفر» و«نيويورك تايمز»؛ 4- «الأوراق المصرية»: «تقرير صادر عن منظمة الجمهورية The Republic بالتعاون مع مركز الأخلاقيات الرقمية (2020).

وسأتناول هنا بعضاً مما توافر لي حول النموذج الاقتصادي فقط، لتجنب الإطالة، التي قد تحول هذا المقال إلى بحث أكاديمي ليس هنا مجاله.

اقتصاد مملكة المعلومات

للبحث حول الطبقة الاقتصادية في دكتاتورية المعلومات نبدأ بالسؤال الآتي: لماذا اقتصاد المعلومات يُعطى، أو يوفر، البيانات للمستخدم مجاناً (جوجل مثلاً)؟ بينما في الاقتصاد التقليدي لكل سلعة ثمن؟! الجواب الأقرب لفهم هذه الحقيقة هو: لأن في اقتصاد المعلومات السلعة والمُنتج هو المستخدم (أنت) السعيد بمجانبة المعلومات، بينما هو يدفع الثمن من انتباهه وبياناته السلوكية، لأن المعلومات سلعة، وليس هناك سلعة بدون ثمن.

إن المُنتج المجاني هو المستخدم نفسه، أي سلوكه وبياناته، وكلما زاد تفاعله (نقاشات، فرج) في منصات التواصل الاجتماعي زادت البيانات، وزادت دقة الإعلانات، وإن الأحداث الكبرى تُؤلّد تفاعلاً هائلاً وأيضاً أرباحاً ضخمة؛ على سبيل المثال: الثورات والاحتجاجات تنتج كميات هائلة من التفاعل (مشاهدات، مشاركات، جدل)، وهذا «الزخم العاطفي» هو الذهب الخام لشركات الإعلان (شوشانا زوبوف: «عصر الرأسمالية المراقبة» (2019).

أما مفهوم السلعة والمُنتج فتم تفسيره كالآتي: أنت لا تدفع المال، ولكنك تدفع ملك رقمي للشركة، وهي بدورها تجمع هذه الملفات، وتضعه في حزم وتصنيفات تحليلية، وتبيعها للمعلن الذي يريد الوصول إليك بدقة، أي كلما زاد عدد المستخدمين زادت البيانات، وأصبحت الخوارزمية أكثر تطوراً، وأقوى في المنافسة. هذا ما يُقال لنا عن أهمية معلوماتنا في عملية

دراسة بحثية تدعو إلى إطار قانوني متكامل لمشروعات مكننة وأرقمة الأرشفة الإلكترونية

وفي الجانب المالي، شددت الدراسة على أهمية إعداد موازنات دقيقة تشمل تكاليف الأجهزة والبرمجيات والصيانة والتدريب والتأهيل المستمر للكوادر البشرية، معتبرة أن العنصر البشري يمثل الركيزة الأساسية لنجاح مشروعات الأرشفة الرقمية.

وأشار الباحث إلى أن التطور المتسارع في تقنيات المعلومات يستوجب وضع هياكل وظيفية مستقرة للمتخصصين في علوم الحاسوب والمعلومات، بما يضمن استمرارية الخدمات داخل مؤسسات الأرشفة ويمنع تحولها إلى مجرد مراكز تدريب مؤقتة.

كما دعت الدراسة إلى إدراج مشروعات المكننة والأرقمة ضمن خطط الميزانيات التشغيلية طويلة المدى، مع إجراء مقارنات مالية دورية لقياس جدوى الاستثمار في التقنيات الحديثة وتأثيرها على كفاءة الأداء المؤسسي.

مقارنات تشريعية دولية وعربية وقدمت الدراسة مقارنة موسعة للتشريعات الدولية المنظمة للأرشفة الإلكترونية، موضحة أن العديد من الدول المتقدمة أقرت منذ عقود الحجة القانونية للوثائق الرقمية والمصغرات الفيلمية، مثل الولايات المتحدة وكندا والمملكة المتحدة وفرنسا وسويسرا والبنمارك وألمانيا وإيطاليا والهند وماليزيا، حيث اعتمدت قوانين خاصة بالتوقيع الرقمي وإدارة الوثائق الإلكترونية وتحديث الوسائط التقنية بشكل دوري.

وأشارت الدراسة إلى أن بعض التشريعات الأوروبية تمنح الوثائق الرقمية حججاً قانونية كاملة بشرط ضمان عدم إمكانية التلاعب بها، بينما تنص بعض الأنظمة القانونية الأخرى بدرجة أعلى من التحفظ وتفضيل الأصول الورقية في إجراءات الإجابات القضائية.



باعتبارها ذاكرة وطنية لا يمكن تعويضها. أهمية الإطار القانوني وركزت الدراسة على ضرورة تقنين الحجة القانونية للوثائق المؤرشفة إلكترونياً، مؤكدة أن نجاح مشروعات الأرشفة الرقمية يرتبط بمدى الاعتراف القانوني بالوثائق الإلكترونية واعتبارها سنداً رسمياً معتمداً أمام الجهات القضائية والإدارية، وأوضح الباحث أن الأرشفة الإلكترونية لا تلغي الوثائق الورقية، بل تدعم سلامتها وحمايتها من التلف أو الضياع، إذ تعتمد أساساً على نسخ مطابقة للأصول يتم إنتاجها باستخدام تقنيات الحاسوب الحديثة.

وأشار إلى أن غياب التشريعات الواضحة في بعض الدول يشكل تحدياً أمام الاعتماد الكامل على الأرشفة الرقمية، ما يستدعي مراجعة القوانين السائدة وتطويرها بما يحقق التوازن بين التطور التقني والمتطلبات القانونية والاجتماعية ومستوى الوعي المؤسسي. دراسات الجدوى المهنية والتقنية وتناولت الدراسة إعداد دراسات

أكد الباحث المتخصص في مجال الوثائق والأرشفة محجوب بابا أهمية وضع إطار قانوني وتشريعي متكامل يدعم مشروعات مكننة وأرقمة مجموعات الوثائق والأرشفة، مشدداً على أن التحول الرقمي في إدارة الأرشفة لم يعد خياراً تقنياً فحسب، بل ضرورة استراتيجية لحماية الذاكرة المؤسسية والوطنية وتعزيز كفاءة الوصول إلى المعلومات في عصر التحول الرقمي المتسارع.

جاء ذلك في دراسة علمية موسعة بعنوان «الإطار القانوني وإعداد دراسة الجدوى لمشروع مكننة وأرقمة مجموعات الأرشفة الإلكترونية»، تناولت الجوانب المهنية والقانونية والاقتصادية المرتبطة بعمليات تحويل الأرشفة التقليدية إلى نظم رقمية حديثة، مع تحليل تجارب دولية وعربية في هذا المجال.

وأوضح الباحث أن مفهوم مجموعات أوعية الوثائق يشمل السجلات الإدارية النشطة وشبه النشطة، إضافة إلى الأرشفة الخاملة والمخطوطات المحفوظة في مستودعات الأرشفة، والتي يتم استرجاعها وفق أدوات فهرسة وتنظيم متخصصة، وأشار إلى أن عمليات المكننة والأرقمة لا تقتصر على تحويل الوسائط الورقية إلى نسخ إلكترونية، بل تمثل منظومة متكاملة من الإجراءات الفنية والإدارية والقانونية التي تهدف إلى تحسين إدارة المعرفة وضمان استدامة المعلومات.

وبيّن الدراسة أن التحول إلى الأرشفة الإلكترونية يعتمد على تفاعل مجموعة من العمليات المهنية، تبدأ بدراسة مبررات التحول الرقمي وتحديد أهدافه ومتطلباته التقنية، وصولاً إلى تطوير آليات حفظ واسترجاع المعلومات بما يواكب التطور التكنولوجي ويحقق سرعة الوصول إلى البيانات مع الحفاظ على الأصول الوثائقية

البحرين

خيمة الخارون

عش لحظات رمضان لا تنسى

إن أجمل الذكريات تُصنع حول المائدة...
استمتعوا بإفطار دافئ وعريقة مميزة في خارون بلارا البحرين.

إفطارا عبقرة الخارون
٢٣ دينار للشخص، أيام الأسبوع
١٥ دينار للشخص، عطلة نهاية الأسبوع

+٩٧٣ ٣٧٢٢٣٣٦٦

homecentre | shukran | PEPSI | Switch On | IHG

إفطارا عبقرة الخارون
مركز خدمات الضيوف
مستودع الخارون

KARUN BLARA
من IHG
البحرين