

مركز حمورابي



H a m m u r a b i

دور الذكاء الاصطناعي في التأسيس
لظاهرة اقتصاد النوايا

دور الذكاء الاصطناعي في التأسيس لظاهرة اقتصاد النوايا

بقلم: أ.د سعد عبيد السعيدي

مدير مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية

مدير مركز حمورابي للبحوث والدراسات الإستراتيجية

6 كانون الثاني 2025

حقوق النشر محفوظة لمركز حمورابي

للبحوث والدراسات الإستراتيجية

لا يجوز نشر أي من هذه الابحاث والدراسات والمقالات الا بموافقة المركز، ويجوز الاقتباس بشرط ذكر المصدر كاملا، وليس من الضروري ان تمثل المقالات والابحاث والدراسات والترجمات المنشورة وجهة نظر المركز وانما تمثل وجهة نظر الباحث

لا شك ان الذكاء الاصطناعي بات جزءا اساسيا من العمليات الاقتصادية حول العالم ، سواء في مراحل الانتاج او التسويق او الترويج ، ومن اجل ان يحقق الذكاء الاصطناعي غايته والغرض منه دأبت قوى الراسمالية المتمثلة بشركات التكنولوجيا العملاقة ومشاريع الانتاج المتنوعة والتطبيقات الذكية المشهورة ووسائل الاعلام وتوجيه الراي العام الكبرى وشركات الاتصالات الى تحقيق ما يعرف بشد الانتباه التسويقي، عبر استهداف المستهلكين وادواقهم ، واقناعهم عبر مادة اعلامية متقدمة بالميل نحو خيارات معينة ، فالذكاء الاصطناعي عبر شد الانتباه يُعزز كفاءة المسوقين بشكل كبير من خلال تقليل التكاليف. - فبدلاً من إنفاق الميزانيات التسويقية على نطاق واسع، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في استهداف الجمهور المستهدف بدقة، مما يضمن وصول الرسائل التسويقية إلى الأشخاص المناسبين في الوقت المناسب، وبالتالي تحقيق عائد استثمار أعلى.

غير ان شد الانتباه الذي ساهمت به مجموعة كبيرة من قوى الانتاج الرأسمالي بات لا يمثل الا مقدمة من ظاهرة اكبر واكثر عمقا واكثر خطورة وهي ظاهرة اقتصاد النوايا وهو احد احداث الظواهر الاقتصادية في العالم والتي من المتوقع ان تحدث تحولات كبيرة على مستوى الاقتصاد، وعلى مستوى العلاقات الاجتماعية بل وحتى على مستوى السياسة وبالاخص الخيارات السياسية والانتخابية للناس، فحتى وقت قريب، كان الاهتمام هو العملة الأكثر قيمة على الإنترنت، حيث تسابقت المنصات الرقمية لجذب أنظارنا وإبقائنا متصلين. لكننا الآن أمام تحول جديد هو ان النوايا أصبحت العملة القادمة الرابحة.

وقد تم لفت انظار العالم بشكل علمي منهجي ومعلن لهذه الظاهرة عبر ما اطلقته مجموعة باحثين من جامعة كامبريدج البريطانية من اشارات واضحة حول اقتراب العالم من عصرٍ جديدٍ يُعرف بـ«اقتصاد النوايا»، إذ يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي التنبؤ ببنيات الأفراد وبيعها للشركات قبل أن يدركوا قراراتهم بأنفسهم ، وقد اطلق بعض المتابعين على هذه الالية بما يعرف ببيع القرارات ، اي بيع القرارات المستقبلية للناس للمستفيدين منها وهم (المسوقين بانواعهم سواء كانوا شركات مختلفة او استخبارات او مراكز قرار سياسي ... الخ) بعد رصد تفضيلاتهم المستقبلية دون وعي او ادراك من الناس انهم الان يخضعون لتعقب دقيق لكل ما يقومون به من سلوكيات، ومن ثم تحليلها والخروج بما يعرف بقراراتهم المستقبلية التي لا يعرفون هم عنها شيء في الوقت الحاضر اصلا. لكنهم سيفعلونها في المستقبل وفقا لتوقعات الذكاء الاصطناعي .

واقتماد النوايا هو القدرة على استغلال نوايا الأفراد المستقبلية وتوجيهها لتحقيق أهداف تجارية أو سياسية. بفضل أدوات الذكاء الاصطناعي الحديثة يمكن للشركات والحكومات تحليل سلوكياتنا الرقمية للتأثير على قراراتنا في التسوق، التصويت، بل وحتى استهلاك الأخبار والفنون.

ووفقا لما توصلت له الدراسة البريطانية من نتائج فاننا يمكن ان نرجح وبشكل كبير ان العالم قد سيشهد في المستقبل القريب ظهور أدوات ذكاء اصطناعي قادرة على التنبؤ بالقرارات البشرية المستقبلية في مراحل مبكرة اي في مراحل النية للإقدام على

شي معين، والتأثير عليها بشكل فعال، ومن ثمّ بيع هذه «النوايا» في الوقت الفعلي للشركات التي يُمكنها تلبية تلك الاحتياجات. وهذا النوع من الاقتصاد قد يُحدث تغييراً جذرياً في أساليب التسويق والتجارة ويُحدث نقلة نوعية في الطريقة التي تُدار بها الحياة الرقمية والاقتصاد العالمي، لكنه يحمل في طياته عواقب اجتماعية سلبية على الشفافية، والخصوصية، والاستقلالية الفردية

ومن المدهش ان تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، مثل نماذج اللغة الكبيرة (LLMs)، والمساعدين الافتراضيين، تتيح إمكانيات هائلة لتتبع الأنماط النفسية والسلوكية للأفراد. ومن خلال تحليل الحوارات والبيانات المستخلصة، يمكن لهذه التقنيات التنبؤ باحتياجات المستخدمين، بل والتأثير على خياراتهم لصالح جهات تجارية أو سياسية قبل أن يدرك المستخدم نفسه نواياه وقراراته القادمة.

ويُشير بعض الباحثين إلى أن التطورات الحالية تُشير إلى تحوّل تدريجي من بيع «الانتباه» إلى بيع «النوايا». وتعتمد هذه التقنيات على تحليل السلوكيات المختلفة للأفراد في الحاضر والخروج بترجيحات مستقبلية عما يمكن ان يقرره الناس، مثل طريقة الحديث، والتفضيلات الشخصية، وحتى التوجّهات السياسية، ومن ثمّ تُستغلّ هذه التحليلات لتوجيه المحادثات والمقترحات بشكل يخدم أهدافاً محددة، مثل حجز تذاكر الطيران المفضل، او الملابس التي يفضلها المراهقون، أو التأثير على دعم مرشح سياسي.

أن كبرى شركات التكنولوجيا بدأت بالفعل في تبني هذه الاتجاهات. على سبيل المثال، أعلنت شركة «أوبن إيه آي» (OpenAI)، المطورة لروبوت الدردشة الشهير «تشات جي بي تي» عن حاجتها لبيانات تعكس النوايا البشرية، في حين أطلقت شركة «أبل» أطر عمل جديدة تُتيح لتطبيقاتها توقع تصرفات المستخدمين المستقبلية عبر مساعدتها الشخصي «سيرى». كما أعلنت شركة «إنفيديا» عن استخدام نماذج اللغة لفهم النوايا البشرية. وأصدرت شركة «ميتا» أبحاثاً تحت عنوان (Intentionomy) وهي بيانات مخصّصة لفهم النوايا البشرية.

وتشير الدراسات المهمة بالموضوع إلى أن النماذج اللغوية الكبيرة، المعتمدة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل تشات جي بي تي، قد تُستخدم لتوجيه وتوقع سلوك المستخدمين استناداً إلى البيانات السلوكية والنفسية. يمكن لهذه النماذج، بتكلفة منخفضة، أن تستخدم خصائص مثل وتيرة الكتابة، التوجّهات السياسية، مفردات المستخدم، العمر، جنس المستخدم، وتفضيلاته، لزيادة احتمال تحقيق أهداف معينة، وبذلك سيحصل المعلنون على القدرة على توجيه المحادثات لصالحهم باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

ويرى الكثير من المهتمين بمواضيع الذكاء الاصطناعي وفنون التسويق الحديثة ان ما يُقال في المحادثات، وكيف يُقال، والنتائج التي يُمكن استخلاصها في الوقت الفعلي، أكثر أهمية من مجرد سجلات التفاعلات الرقمية التقليدية. حيث أن أدوات الذكاء الاصطناعي تُطوّر لجمع النوايا البشرية والتنبؤ بها واستغلالها وبيعها

وبذلك يمكن القول أن «اقتصاد النوايا» قد يهدّد ليس فقط خصوصيات الناس واسرارهم بل وكذلك الانتخابات الحرة، والصحافة المستقلة، والمنافسة العادلة، ما لم يُنظّم بشكل صارم ، فقد اوصلنا الذكاء الاصطناعي الى درجة نرى فيها ان قراراتنا

قد تم بيعها قبل اتخاذها ، فنحن لم نقرر بعد ماذا سنتستهلك بعد خمس سنوات لكن ادوات الذكاء الاصطناعي تتعرف على قراراتنا المستقبلية عبر رصد سلوكياتنا والاستيلاء على كل بياناتنا ومعلوماتنا المختلفة بل وحتى بصمات صوتنا والوزن والطول والسلسلة الوراثية .. الخ واخضاعها للتحليل والتنبؤ وادارة التوقع للخروج بما يمكن ان نتخذها من قرارات مستقبلية ومن ثم بيعها للمستفيدين دون ان نعي نحن ما سيحدث معنا في المستقبل وقد حذر بعض المختصين من أن عدم تنظيم هذا السوق قد يؤدي إلى استغلال دوافع البشر من قبل الشركات للتلاعب بهم. وقالوا: "يجب أن نبدأ في التفكير في التأثير المحتمل لهذا السوق على تطلعات البشر، مثل الانتخابات الحرة والنزيهة، وحرية الصحافة، والمنافسة العادلة في السوق، قبل أن نصبح ضحايا لعواقبه غير المقصودة وهذا الامر يدفعنا الى طرح قضايا جوهرية ذات محتوى اخلاقي بالدرجة الاساس تتعلق بحرية الانسان وبانسانيته عبر اثاره جملة من الاسئلة منها: هل لا زلنا نملك حريتنا في اتخاذ القرار الخاصة بنا، أم أنها تُباع لمن يدفع أكثر؟ كيف يمكننا حماية نوايانا من الاستغلال في ضوء هذا الاختراع المطلق لخصوصياتنا؟ كيف يمكن حماية أنفسنا من الانكشاف الاجتماعي امام ادوات الذكاء الاصطناعي وان لا نتحول الى مجرد بضاعة لها قيمة محددة مسبقا في سوق اقتصاد النوايا؟

ومن اجل هذا يجب الاشارة والتأكيد وبقوة من قبل المهتمين بقضايا الذكاء الاصطناعي، ومن قبل الحكومات المسؤولة الى الاطر القانونية والسياسية الضرورية التي يمكن بموجبها حماية الحضارة الانسانية من تغول الذكاء الاصطناعي، باعتباره اداة توظيفها قوى الراسمالية التي لا تؤمن الا بكيفية خلق الطلب والتحكم به، كونها تنطلق من فلسفة اقتصادية قوامها الاستمرار والتوسع المطرد بالانتاج.

مركز حمورابي للبحوث و الدراسات الاستراتيجية

أسس مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية في 25-4-2012 بمدينة بابل (الحلة)، كمركز علمي بحثي يمتد الى دراسة الموضوعات السياسية و المجتمعية بصورة علمية و استراتيجية، فضلاً عن التركيز على القضايا والظواهر الحادثة والمحملة في الشأن المحلي والأقليمي والدولي ، ويتعامل مع باحثين من مختلف التخصصات داخل العراق وخارجه، وتحتضن بغداد المقر الرئيسي للمركز.

www.hcrsiraq.net



07810234002



hcrsiraq@yahoo.com



t.me/hammurabicrss



مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية



[hcrsiraq](https://www.hcrsiraq.net)



العراق - بغداد- الكرادة

