

## Κινδυνεύουν οι εκλογές από τα social media ;

Κώστας Π. Κατάρας

Μια σειρά τεχνολογιών, μεθοδολογιών και εργαλείων, με κύριο όπλο τα Social Media, βλέπουν πλέον το φως της δημοσιότητας και στην Ελλάδα, σε μια επίδειξη ισχύος και ανταγωνισμού αυταρχικών πρακτικών διεθνώς, υλοποιώντας μια σειρά «μαύρων επιχειρήσεων» (Black Ops) με στόχο την χειραγώγηση των εκλογών και την υφαρπαγή της ψήφου των πολιτών, περιορίζοντας έτσι την ελεύθερη πολιτική βούληση και τραυματίζοντας καίρια τη δημοκρατία.

Ένας αριθμός πολιτικοστρατιωτικών οντοτήτων με ειδίκευση στην παραπληροφόρηση, προπαγάνδα και τελικά Black Ops κάνουν την εμφάνισή τους στην Ελλάδα πρόσφατα με στόχο να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη προς όφελος διαφόρων πολιτικοοικονομικών συμφερόντων: από το ονομαζόμενο “Team Jorge”, με ρίζες από τη Μοσάντ / Ισραήλ ( το εργαλείο τους AIMS έχει βελτιώσει, ισχυρίζονται, τη διαδικασία δημιουργίας ψεύτικων λογαριασμών στα social media (bots) ώστε να φαίνονται αληθινά), έως την “Ομάδα Majoritas” με ρίζες από Ρουμανία /ΗΠΑ, που χρησιμοποιεί ενδεχόμενα πιο επιστημονικά προερχόμενες πρακτικές χειραγώγησης μέσω microtargeting.

Όμως τίποτε από αυτά δεν μπορεί να συγκριθεί με το εργαλείο χειραγώγησης ψηφοφόρων που απρόσμενα έβγαλε Πρόεδρο τον Τραμπ και το Ηνωμένο Βασίλειο από την ΕΕ, και στο οποίο φαίνεται ότι το μυαλό και η καρδιά μας δεν μπορεί να αντισταθεί... όλα τα άλλα είναι απλά «αντίγραφα».

Ενδεχόμενα ονομάζεται Ripon και πρόκειται για ένα εργαλείο που χρησιμοποιεί συνδυαστικά νευροεπιστήμες, ψυχολογία, ψυχανάλυση, «μεγάλα δεδομένα», σόφτγουερ, αλγορίθμους, Τεχνητή Νοημοσύνη, επικοινωνία, κ.λπ., και που βρίσκεται στη λίστα των στρατιωτικών προϊόντων του Ηνωμένου Βασιλείου, καθώς απαγορεύεται η εξαγωγή του από τη χώρα !!!

Είναι ένα εργαλείο που μπορεί επιστημονικά να διαμορφώνει ή να αλλάζει τη συμπεριφορά του ατόμου, δηλαδή να το χειραγωγεί και να ελέγχει την πολιτική του συμπεριφορά, και όχι μόνον.

Έχει σημαντικές περγαμηνές, αφού η χρήση του, ολική ή μερική, κατάφερε απρόσμενα να «βγάλει» πρόεδρο στις ΗΠΑ τον Τραμπ, και, επίσης, να βγάλει το Ηνωμένο Βασίλειο από την ΕΕ, αφού ίσως χρησιμοποιήθηκε σιωπηλά και από τις ομάδες του Brexit.

## **Το πολύκροτο σκάνδαλο**

Η εταιρεία που έχει συνδέσει το όνομά της με αυτό το παραλίγο άγνωστο υπερ-όπλο είναι η αγγλική εταιρεία στρατιωτικοπολιτικής επικοινωνίας Cambridge Analytica ή CA (και μια σειρά συνδεδεμένων μητρικών και θυγατρικών της). Όμως, δυστυχώς, συνέβαλαν ουσιαστικά και μια σειρά από πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, εταιρείες λογισμικού / Τεχνητής Νοημοσύνης, καθώς και κορυφαίες πλατφόρμες στα social media και κυρίως το facebook. Είναι αυτή η ομάδα που αργότερα έγινε γνωστή ως το σκάνδαλο Cambridge Analytica - Facebook, με τις σχετικές έρευνες και ακροάσεις στη Γερουσία (ΗΠΑ) και στο Κοινοβούλιο (Ηνωμένο Βασίλειο). Το σκάνδαλο ξέσπασε το 2018, όταν ο Τύπος αποκάλυψε ότι στα χέρια της CA έφτασαν με παράνομο τρόπο τα δεδομένα 50 εκατ. χρηστών του facebook (το οποίο πλήρωσε πρόστιμο 5 δις δολάρια στις ΗΠΑ). Η εταιρεία στη συνέχεια φέρεται ότι τα χρησιμοποίησε με στόχο τον επηρεασμό πολιτών και ψηφοφόρων, τόσο στις αμερικανικές εκλογές του 2016, όσο και στη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας για το δημοψήφισμα του Brexit στη Μ. Βρετανία, σύμφωνα με αναλυτές.

Το εργαλείο είναι πάρα πολύ σύνθετο, αλλά θα επιχειρήσουμε μια εξαιρετικά σύντομη περιγραφή του.

Για ευκολία, λοιπόν, μπορεί κανείς να πει ότι αποτελείται κατά σειρά, από τρία δομικά στοιχεία: Ψυχογράφημα Ατόμων (Behavioral Psychology), «Μεγάλα Δεδομένα» (Big Data) και «Μικρο-Στοχοποίηση» (Micro-Targeting).

## **Ψυχογράφημα Ατόμων**

Η CA πίστευε ότι η ουσία της επικοινωνίας είναι όταν πραγματικά μπορείς να αλλάξεις τη συμπεριφορά του ατόμου, και γι' αυτό τους άρεσε να αποκαλούνται «διαφημιστική εταιρεία αλλαγής συμπεριφορών» (“behavior change agency”). Έντονες και ομολογημένες «συνδέσεις», αφού ο ιδρυτής της μαμάς εταιρείας της CA (της SCL) ήταν στέλεχος στη γνωστή διαφημιστική Saatchi & Saatchi που έκανε και την επιτυχημένη καμπάνια η οποία έβγαλε πρωθυπουργό το 1979 τη Μ. Θάτσερ στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Το Πανεπιστήμιο του Κέμπριτζ έδωσε, δυστυχώς, εδώ όλη την τεχνογνωσία που είναι απαραίτητη για το «διάβασμα» της προσωπικότητας ενός ατόμου και τη χειραγώγηση της συμπεριφοράς του. Αυτό έγινε μέσα από την ιδιοτελή συμπεριφορά ενός χαμηλής βαθμίδας καθηγητή με το όνομα Aleksandr Kogan (Αλεξάντρ Κόγκαν), αλλά και άλλων καθηγητών και ερευνητών που ίσως είχαν άγνοια για τις μεθοδεύσεις του Κόγκαν, ο οποίος διαπραγματευόταν χρήματα για να διαθέσει την τεχνογνωσία στους επιστήμονες της CA, όπως και εντέλει έπραξε.

Το πρώτο κεντρικό στοιχείο εδώ είναι το σχετικά δοκιμασμένο «μοντέλο των πέντε παραγόντων» για την ανάλυση της προσωπικότητας ενός ατόμου.

Στον χώρο ειδικά των πολιτικών εκστρατειών είναι γνωστό το μοντέλο FFM (Five Factor Model) ή OCEAN, από τα σχετικά αρχικά στην αγγλική. Με αυτό ομαδοποιούν τους χρήστες των social media (SM) όχι μόνο με τα σχετικά παρωχημένα χαρακτηριστικά λόγου χάριν, αριστερός /

δεξιός, προοδευτικός / συντηρητικός, αλλά και ένα πλήθος δεδομένων με βάση την παρουσία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (SM).

Το OCEAN αντιστοιχεί στα αρχικά των αγγλικών λέξεων Openness (ανοικτομυαλοσύνη), Conscientiousness (ευσυνειδησία), Extroversion (εξωστρέφεια), Agreeableness (καλογνωμία), Neuroticism (νευρωτισμός).

Για παράδειγμα, η βαθμολογία ενός ανθρώπου στο χαρακτηριστικό «ανοικτομυαλοσύνη» δείχνει αν το άτομο είναι ανοικτό σε νέες εμπειρίες, φαντασία, ιδέες ή αν κλείνει προς την παράδοση. Η βαθμολογία στην «ευσυνειδησία» δείχνει αν το άτομο προτιμάει την οργάνωση και τον προγραμματισμό, αντί για τις αυθόρμητες ενέργειες, δηλαδή έχει αρχές, βάζει και εμμένει σε στόχους, κ.λπ.

### **Με εργαλείο τα likes**

Το δεύτερο και πιο επαναστατικό εδώ είναι ότι επάνω στα στοιχεία κάθε κατηγορίας ατόμου που αναφέρθηκαν στις προηγούμενες γραμμές, «κούμπωσαν» τα δεδομένα του από τα likes («Μου αρέσει!») που έκανε στο facebook, και έτσι η κατηγοριοποίηση γινόταν με ακόμη μεγαλύτερη ακρίβεια.

Ο καθηγητής Κόγκαν και συνεργάτες του, με τη χρήση διαφόρων φαινομενικά αθώων εφαρμογών / κουίζ / κ.λπ. στο facebook ή και αλλού (λόγου χάριν, “this is your digital life”, “my Personality”, “Mechanical Turk”, κ.λπ.) συγκέντρωσαν στοιχεία για τα likes στο facebook 50 εκατομμυρίων χρηστών (περιλαμβανομένων και των «φίλων» κάθε χρήστη χωρίς την άδειά τους), τα ανέλυσαν, τα δοκίμασαν και κατέληξαν να φτιάξουν ένα μοντέλο που αποκαλύπτει την προσωπικότητα ενός ανθρώπου από τα likes του.

Όπως ανέφεραν χαρακτηριστικά οι ερευνητές, «αν δούμε μόλις 10 likes ενός ανθρώπου, γνωρίζουμε την προσωπικότητά του καλύτερα από τον συνάδελφό του στο γραφείο, με 70 likes η πρόβλεψη είναι καλύτερη και από αυτή ενός κολλητού φίλου ή συγκατοίκου, με 150 likes πιο ακριβής από τη σύζυγό του και με 300 likes πιο ακριβής και από τις εκτιμήσεις του ίδιου του ατόμου (λόγου χάριν, να βρούμε ότι είναι γκέι και ο ίδιος να μην το ξέρει)»!

Με τα likes, λοιπόν, οι επιστήμονες έφτιαξαν με ακρίβεια αλγόριθμους προβλέψεων (predictive algorithms) που επιτρέπουν τη δημιουργία του ψυχογραφήματος εκατοντάδων εκατομμυρίων ανθρώπων. Για παράδειγμα, πόσο πιθανό είναι σε μια κλίμακα από το 0 έως το 100 να ψηφίσουν ή όχι ένα συγκεκριμένο κόμμα / υποψήφιο, για το Brexit ή το Remain, ή αν «κλείνουν» να γίνουν βομβιστές και να πάνε στον ISIS ή αν τελικά προτιμούν να πάνε στο ψιλικατζίδικο της γειτονιάς να πάρουν μια οδοντόκρεμα Kolypos ή στον πεζόδρομο για να αγοράσουν και να κάνουν χρήση εξαρτησιογόνων ουσιών. Και όλα αυτά με έναν βαθμό ασφαλείας (confidence) περίπου 95%!

Ίσως δεν μας περνούσε ποτέ από το μυαλό ότι το «εργαλείο» αυτό, με την αξιοποίηση των αθώων (;) likes θα συγκέντρωνε το τεράστιο ενδιαφέρον της στρατιωτικοπολιτικής ελίτ που διείδε σε αυτό το Ιερό Δισκοπότηρο τις δυνατότητες για τη διείσδυση στο μυαλό του ανθρώπου, με στόχο τον έλεγχο της συμπεριφοράς του.

## Μεγάλα Δεδομένα

Με τον όρο μεγάλα δεδομένα / ΜΔ (Big Data) εννοούμε εξαιρετικά μεγάλες σειρές δεδομένων που μπορούν να αναλυθούν από ισχυρούς υπολογιστές και να αναδείξουν πληροφορίες, μοτίβα, τάσεις, διασυνδέσεις, κ.ά., σχετιζόμενες κυρίως με τη συμπεριφορά και τις αλληλοεπιδράσεις των ανθρώπων.

Το Ripon συγκέντρωσε και δημιούργησε, χωρίς γνώση και έγκριση των χρηστών, από τα social media, καθώς και άλλες πηγές, κτηνώδεις βάσεις δεδομένων που στις ΗΠΑ μόνο έφταναν στα 250 εκατομμύρια άτομα. Για το κάθε άτομο είχαν στη διάθεσή τους από 2.000 έως 5.000 στοιχεία (data points), λόγου χάριν, από το τι διαβάζουν, τι φάρμακα παίρνουν, πως είναι τα οικονομικά τους, πώς είναι η σεξουαλική τους ζωή, αν θέλουν να αλλάξουν δουλειά, το αγαπημένο τους τραγούδι, κ.λπ.

Ειδικοί επιστήμονες (data scientists) στη διαχείριση ΜΔ δούλευαν αυτόν τον τεράστιο όγκο πληροφοριών με κατάλληλες τεχνικές (βλ. data mining, data analysis / modeling, factor analysis) και είχαν το πλήρες ψυχογράφημα κάθε ανθρώπου σε μια οθόνη, όποτε ήθελαν.

Όταν η φάση αυτή ολοκληρώνεται, προχωράει στην τρίτη φάση.

## Μικρο-Στοχοποίηση

Στη φάση αυτήν αποφασίζονται τα διάφορα κοινά-στόχος με μεγάλη ακρίβεια, τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά τους, δημιουργούνται 30-50 παραλλαγές σχετικών μηνυμάτων / διαφημίσεων που «αγγίζουν» την προσωπικότητά τους, τεστάρονται και βρίσκουν ποιο είναι πιο αποτελεσματικό, και αυτό/ά αποστέλλονται ατομικά στους επιλεγμένους χρήστες κυρίως του facebook ή σε άλλες πλατφόρμες. Και όλα αυτά αυτοματοποιημένα και με αρκετή χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης.

Οι ειδικοί συμφωνούν ότι ο Πρόεδρος Τραμπ κέρδισε το 2016 λόγω του facebook, του μόνου μέσου το οποίο χρησιμοποίησε στην καμπάνια του και στο οποίο ξόδεψε 100 εκατομμύρια δολάρια για διαφήμιση.

Το «εργαλείο» που προσπαθήσαμε να περιγράψουμε, δεν αποτελεί κάποιο απλό σόφτγουερ Η/Υ, αλλά μάλλον κάποιο υπερ-όπλο, που γίνεται πραγματικότητα σε έναν σημαντικό βαθμό από την παράνομη ανάλυση των likes των χρηστών στο facebook. Likes που δεν έχουμε δώσει την έγκρισή μας να κοινοποιηθούν, αφού πρόκειται για προσωπικά δεδομένα και στοιχεία που χρησιμοποιούνται εναντίον μας για να μας χειραγωγούν με τρόπους που δεν κατανοούμε, αλλά και δεν αντιλαμβανόμαστε.

Ίσως δεν απέχει πολύ από την πραγματικότητα να ισχυριστεί κάποιος ότι, όπως η αποκωδικοποίηση του DNA επέτρεψε τη βιολογική κατανόηση του ανθρώπου, το «like» («Μου αρέσει!») στο facebook και άλλα social media, επιτρέπει την αποκρυπτογράφηση της προσωπικότητάς του και τα μύχια της ψυχής του που ούτε ο ίδιος ο άνθρωπος δεν ξέρει ή δεν θα ήθελε ποτέ να ξέρει για τον εαυτό του.

Να, λοιπόν, ένα ακόμα γνώρισμα της μετα-δημοκρατίας: η εμφάνιση και κυριαρχία του αυταρχικού υπερ-κράτους του facebook, μέσα και από την εικονική συμμετοχή μας στη «δημοκρατία του like».