

الاتصال الدولي الجديد : الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى ومحاولات الهيمنة

New international communication : major media empires and attempts at hegemony

حنان بن قسمي

طالبة دكتوراه

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

Hananekasmi26@gmail.com

تاريخ النشر : 2020/01/14

تاريخ القبول: 2019/05/29

تاريخ الاستلام: 2019/04/30

الملخص:

يشكل الاتصال الدولي اليوم بكل تقنياته قوة صناعية وتجارية هامة تلقي بظلالها على عالم السياسة والثقافة والاقتصاد نظرا لقدرته الكبيرة على تعبئة الشعوب وتكوين رأي عام اتجاه القضايا الدولية والمحلية ، وقد أضحت الاتصال و الإعلام الدوليين من أكثر الميادين دراسة من قبل الباحثين لما له من أدوار هامة في تنفيذ السياسات الخارجية للدول ، وقد جاء الاهتمام بالاتصال الدولي كمنظومة إعلامية بسبب ما أتاحه من " تدفق معلوماتي مكثف " ، عبر قنوات إعلامية واتصالية لا تعترف بالحدود ، وإضافة إلى الانتشار الواسع للرسائل الإعلامية في إطار استراتيجية تتوافق و الأهداف المسطرة من قبل الدول وأصحاب رؤوس الأموال وملاك المؤسسات الإعلامية

ويأتي هذا المقال للبحث في منظومة الاتصال والإعلام الدوليين الجديدين، من خلال إعادة النظر والتمحيص في الفكرة القديمة والحديثة، وهي التمرکزات و الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى التي تهيمن على الأسواق الاقتصادية ومنه السياسة والثقافية والاجتماعية ومحاولات بسط الهيمنة والسيطرة الدوليين

الكلمات المفتاحية: اتصال وإعلام دولي جديد/الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى / الهيمنة الإعلامية/ الاستعمار الإلكتروني.

Abstract :

Today ,international communication is an important industrial and commercial force that has been able to cast doubt on the world of politics ,economy and cultures because of its great ability to mobilize people and form a general opinion international and local issues .has pleyed an important role in the implementation of the foreign policies of countries ; . Attention has been given to international communication as an information system because of the "intensive flow of information through media and communication channels that do not recognize borders and the wide spread of media messages ruler objectives by States and owners of capital and the ownres of medias institutaion.

This article investigates the new international communication and information system by revisiting the old and modern idea, namely the major media concentrations and empires that dominate the economic, political cultural and social markets and their attempts to extend international hegemony and control.

Keywords : New international communication and media / major media empires / media dominance / e-colonialism.

مقدمة:

إن تطور الاتصال الدولي بكل أبعاده الجيوسياسية جاء في خضم الصراعات الدولية اللامتناهية عبر الزمن بين القوى الكبرى ، وقد كانت لوسائل الإعلام فيها جزءا مهما من تنفيذ الأهداف السياسية الإيديولوجية والعسكرية في شكل أدوات دعاية كبرى أثبتت جدارتها خاصة ما بين الحرب العالمية الأولى والثانية ، حيث لعبت كل من الصحافة الدولية ، الإذاعات الدولية وكالات الأنباء ، والتلفزيونات الدولية دورا كبيرا في اختراق الدول من خلال الوصول إلى شعوبها وتغيير أفكارها ، وانطلاقا من فكرة من يمتلك المعلومة يمتلك القوة ، فقد شهد العالم تنافسا كبيرا من أجل امتلاك التكنولوجيا الرقمية خاصة من قبل الدول القوية اقتصاديا ، في وقت يقوم الطرف الأخر- الأضعف- بالتصدي للخطر القادم من الانتشار الحر وغير العادل للمعلومات ، الأمر الذي وضع سيادة الدول على المحك كون أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لا تعترف بالحدود ناهيك عن اعترافها بمنطق القوة أو الضعف.

ويأتي هذا المقال للبحث في منظومة الاتصال والإعلام الدوليين الجديدين، بهدف التعرف على أشكال السيطرة الدولية الجديدة من خلال توضيح خريطة التمركزات والإمبراطوريات الإعلامية الكبرى التي تهيمن على الأسواق الاقتصادية ومنه السياسية والثقافية والاجتماعية ومحاولاتها بسط الهيمنة والسيطرة الدولية. وقد ارتأينا أن نتطرق لموضوعنا هذا اعتمادا على النقاط الجوهرية التالية:

أولا/ الاتصال الدولي...المفهوم في سياقات متشعبة
ثانيا/ الاتصال الدولي والمجموعات الإعلامية الكبرى المهيمنة

أولا: الاتصال الدولي...المفهوم في سياقات متشعبة

1.1 الاتصال الدولي الجديد والنظريات المفسرة له :

يعرف الاتصال الدولي على أنه : " تزويد الجمهور الدولي بالحقائق و الأخبار الصحيحة عن القضايا الدولية بطريقة موضوعية وبدون تحريف وبالتالي تبني الجماهير في الدول المقابلة لمواقف تلك الدولة مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة و الإدراك لدى الجمهور ومما يسهم في تكوين رأي صائب حول المشكلات العالمية المطروحة كما يعرف على أنه " تزويد الجمهور الدولي بالحقائق و الأخبار الصحيحة عن القضايا الدولية بطريقة موضوعية وبدون تحريف وبالتالي تبني الجماهير في الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة و الإدراك لدى الجمهور ومما يسهم في تكوين رأي صائب حول المشكلات العالمية المطروحة ، وهو أيضا نوع من أنواع الاتصال الذي يقصد به التأثير على الكيان السياسي للدول ، سواء داخل الدول أو من خارجها ، وهو ما يسمى أحيانا الاتصال السياسي الدولي" (فاطمة زهراء تنيو ، 2018)¹ كما يعرف الإعلام الدولي على أنه " ذلك الإعلام الذي يخترق الحدود الدولية ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقة جغرافية مستهدفة لتحقيق أحد الأمرين أولها تعريف الشعوب بالواقع الثقافي والحضاري والفكري للشعوب و الثاني تقديم خدمة إخبارية وثقافية " (يس خضير البياتي ، 1993)².

- الاتصال الدولي ومبدأ التدفق الحر للمعلومات:

يشير الباحث وسام فاضل راضي في كتابه الإعلام الإذاعي و التلفزيوني الدولي - المفاهيم ، الوسائل والمقاصد أن التشريعات الإعلامية التي جاءت بها المواثيق والقرارات الدولية في منتصف الأربعينات من القرن الماضي ساهمت في بداية ظهور مفهوم للتدفق الحر للمعلومات free flux of information ، فبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية انطلقت حركة رأسمالية نحو المرحلة الاقتصادية الجديدة التي تجسدت في رفع مستوى الاستغلال والاستثمار و التنافس الرأسمالي كل ذلك في مواجهة المعسكر الاشتراكي ، هذا الصراع بين المعسكرين جرى فيه إدخال الإعلام كعنصر أساسي في إستراتيجية الصراع على الساحة الدولية " حين خاطبت فيها الولايات المتحدة الأمريكية العالم آنذاك قائلة " لا ينبغي أن تحول أي حواجز دون تداول المعلومات بين الأمم ، كدليل رغبتهما في الهيمنة على العالم ³ .

أما نظرية النظام العالمي WORLD SYSTEM THEORY وقد حاول مؤسس النظرية ايمانويل وولرستين WALLERSTEIN EMMANUEL فهم العلاقة بين السياسات الدولية والأحداث الاجتماعية حيث تقوم هذه النظرية على فكرة تقسيم الدول إلى ثلاث فئات : المركزية ، شبه هامشية ، الهامشية ، وتفسر " نظرية النظام العالمي التوسعات التي تحققت في الإعلام الدولي حيث لعبت وسائل الاتصال الجماهيرية ومن ضمنها التلفزيون والسينما وغيرها دور الوسيط والمثقف للدول الهامشية وشبه الهامشية ، وتم تضمين الايدولوجيا الرأسمالية الهيمينة في خطط التسويق للصناعات الثقافية ، ومن الدول المركزية وتحديدا الولايات المتحدة وأوروبا ظهرت شركات الإعلام المتعددة الجنسيات التي كانت تبحث عن نطاق تأثيرها من خلال تسويق منتجاتها إلى مختلف دول العالم ، مؤكدا بذلك فكرة تبعية دول الهامشية للدول المركزية من حيث اكتساب المعلومات . " (حسن نصر، عبد الله الكندي، 2012) ⁴ .

1. 2: وسائل الاتصال الحديثة ونظرية الاستعمار الالكتروني:

إن هذه النظرية جاءت لتفسر الواقع الذي فرضته وسائل الاتصال الحديثة، وكيف انتقلت فيها أشكال السيطرة من احتلال الأرض وهو المكان الذي يشغله الإنسان إلى احتلال الإنسان في حد ذاته عن طريق اختراق عقله، غير أن تغير أشكال الاستعمار لتصل إلى مرحلة سلب العقل مرت بعدة مراحل:

- **الاستعمار العسكري:** حيث تميزت الإمبراطوريات على مر تاريخ بالسيطرة العسكرية واتضح ذلك في فترة الإغريق والرومان، وهي المرحلة التي كانت يتم فيها محاربة الإنسان لأخيه الإنسان عن طريق سلب ممتلكاته وطرده من المكان الذي يعيش فيه وتهجيده ليستولي على ثروات أرضه، وسميت هذه المرحلة بمرحلة الاستعمار العسكري كون الجنود أو العسكر هم أساس تحقيق هذا الاستعمار معتمدا على أسلحة يدوية ونارية.
- **الاستعمار المسيحي:** الذي كان في شكل حملات صليبية والذي يهدف إلى السيطرة على الأراضي من أوروبا الشرق الأوسط وانطلق من 1905 واستمرت 200 عام أدت إلى تأسيس مستعمرات جديدة في الشرق الأوسط، وقد صودرت الأراضي من المسلمين عندما أصبحت الحضارة الغربية هي المسيطرة، وهو ما يسمى بعهد الاستعمار المسيحي.
- **الاستعمار التجاري:** وقد جاء في إطار الاستعمار الميكانيكي الذي شهد ظهور الآلات الميكانيكية بدء بظهور آلة الطباعة على يد الألماني يوحانا جوتنبرغ في منتصف القرن الخامس عشر إلى ظهور الاختراعات السلوكية واللاسلكية، وبداية الممارسة الفعلية للتجارة عالميا وتوسع حركة النقل والتوزيع، وسعت فيه الدول المصنعة إلى توسيع درجة تأثيرها من خلال المؤسسات العابرة للحدود أو المتعددة الجنسيات لكن ظل البحث عن الامتيازات الاقتصادية.
- **الاستعمار الإلكتروني:** ويرتبط هذا الاستعمار بثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الحديثة وبداية التقدم التقني في مجال الإعلام، وما أحدثته من تنافس دولي حول امتلاك هذه الوسائل من قبل القوى الاقتصادية الكبرى الأمر الذي خلق هوة بين الدول في الاستحواذ على هذه الوسائل وعدم توازن دولي في تدفق المعلومات⁵ وهو ما تسعى "نظرية الاستعمار الإلكتروني" تفسيره حيث تركز على شكل النظام الإعلامي الدولي وتطور وسائل الإعلام في سياق التطورات التحولات الدولية⁶، كما أن الحديث عن الاستعمار الإلكتروني بدل الاستعمار العسكري، طرح معه إشكالية "نظم التسليح المستقبلية والحروب الإعلامية" فقد أشارت الباحثة مروة كريدية في مقالها "البعد الإعلامي للعلاقات الدولية :

الاستعمار الرقمي " : " أن الحرب الالكترونية مستقبلا ستكون من خلال البرمجيات المقرصنة والتي ستكون بمثابة قنابل معلوماتية ، كما ستشكل مهددا حقيقيا للاستقلال السياسي للدول و أن العالم السبرنيطيقي ليس إلا الشكل الأكثر توسعا لتجسيد الهيمنة السبرنيطيكية ، وأن الضحايا الجدد سيكونون من الذين يستطيعوا التأقلم مع هذا النظام المتشكل وغير المستقر ، كما أن هذه الرهانات والتحديات ضخمة ليس فقط من وجهة النظر الصناعية و الجيوسياسية و الإستراتيجية فحسب ولكن أيضا في تبعاتها الثقافية والحضارية " ⁷.

ثانيا / العنوان الرئيسي الثاني: الاتصال الدولي والمجموعات الإعلامية الكبرى:

أ- المجموعات الإعلامية الأمريكية الكبرى:

❖ شركة تايم ورنر **TIME WARNER** : تعتبر من الشركات الإعلامية الأولى في العالم تأسست عام 1989 ⁸ ، تمتلك تيم ورنر أنظمة الكابل المتطورة وشبكة الواب في الولايات المتحدة ، الأمر الذي جعلها أكبر مستعمرة الكترونية في أمريكا ، وتشمل ممتلكات شركة تايم ورنو الرئيسية شبكة CNN ، وشركة تايم بروزز TIME BROS ، وشبكة اتش بي اوه HBO ، وشركة تايم ورنو للكابل TIME WERNER CABLE ، وشركة تايم ورنر للكتب **WARNER MUSIC** ومجموعة ورنر للموسيقى **WARNER BOOKS** ، وشركة تايم **TIME INC** للنشر ، و مجلات مصورة ، وتمتلك مجموعة وارنر للفيديو نحو ستة آلاف فيلم ⁹ ، إضافة إلى مشروعات المجموعات التلفزيونية والإذاعية ، خاصة مع شبكة CNN العالمية المتخصصة في صناعة الأخبار، حيث تستفيد المجموعة أيضا من شبكات التلفزيون الوطنية في الولايات المتحدة مثل FOX – NBC- CBS-ABC ¹⁰.

❖ فياكوم **VIACOM**: تعد من أكبر شركات إنتاج علامات متعددة الوسائط الترفيهية، وتضم كل من , BET , COMIDY CENTRALE , MTV ,NIKELODEON ,

PARAMOUNT CHANNEL , VHL , VIVA, GAME ONE ,MTV MUSICA وغيرها من القنوات ، وتمتلك الشركة 200 برنامج محلي ، وقنوات ناشطة محلية ، في سنة 2009 قامت الشركة بتوسيع وتطوير محتوى الشركة الخاص بها لصالح 100 قناة الأصلية المنشأ ، والأوروبية منها ¹¹ .

❖ والت ديزني **WALT DISNEY** : نشأت في 1923 وهي ثالث أكبر إمبراطورية إعلامية في العالم واهتمت الشركة أعمالها حول إنتاج الرسوم المتحركة ، الأفلام ، حدائق للتسلية ، سلسلات تلفزيونية وقناة كابلية **DISNEY CHANNEL** ، كما تمتلك الشركة أذرع في التكنولوجيات الحديثة المرتبطة بالانترنت (**WD INTERNET GROUP**) ، ألعاب الفيديو (**DISNEY interarctive**) ، وإنتاج وبث البرامج الإذاعية والتلفزيونية عن طريق **IBC – ESPN** (شبكات قنوات خاصة بالرياضة) ، أصبحت تحتل المرتبة الثانية من حيث قنوات الشباب عبر الساتيليت و **adsl** في سنة 2012، كما شكلت الشركة مجموعة تلفزيونية مكونة من 225 محطة **abc tv network** ومحطات **abc** للراديو ، ديزني راديو ،

espn (راديو) (**PHILIPPE BOULANGER , 2014**) ¹² .

ب-المجموعات الإعلامية الكبرى غير الأمريكية:

➤ **برلتزمان الألمانية bertelsmann** : هي رابع مجموعة دولية إعلامية في العالم بعد كل من أمريكا أون لاين وارنر و فياكوم و ديزني و الأولى أوروبا أسسها الألماني كارل برلتزمان عام 1835 ، ويشمل نشاط قنواتها التلفزيونية ألمانيا وبريطانيا وفرنسا ، إضافة إلى امتلاكها ل 100 مجلة في أوروبا وأمريكا وشركات نشر للكتب ، كما تملك مجموعة برلتزمان للموسيقى **BMG** فروعاً في خمس قارات وتسيطر على 14% من السوق العالمية للموسيقى ، وتمتلك أيضا 50% من شبكة **CIT.UFA** التلفزيونية التي تعد من أكبر الشبكة إذاعية و تلفزيونية في أوروبا والتي تمتلك 24,9% من محطة فوكس ولها العديد من المحطات التلفزيونية في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا والسويد وجمهورية التشيك ¹³ .

➤ نيوز كوربوريشن الاسترالية **NEWS CORPORATION** : وهي مجموعة روبرت مردوخ الاسترالي المولد و الأمريكي الجنسية المقيم في أوروبا ، أسسها عام 1994 ، وتهتم بالإنتاج السينمائي والتلفزيوني ، تمتلك 40 % من هيئة SKY BROADCASTING في بريطانيا و 63 % من STAR TV في هونك كونج ، و FOX BROADCASTING التي تضمن لها تواجد في الشبكات التفاعلية ، إضافة إلى FOX NEWS CHANNEL التي تعتبر جزء من المجموعة ، مع أكثر 17 مليون مشاهد ، وفي 1996 أنشأت PHOENIX عبر الساتليت في الصين مستغلة من طرف START TV و LETIAN CORP.¹⁴ .

➤ فيفند يونيفرسال **VIVENDI UNIVERSAL** : تعد من أكبر المجموعات الإعلامية في فرنسا و أوروبا من حيث الإنتاج الإذاعي و التلفزي ، حيث كانت بدايتها في القرن العشرين في المقاولات والخدمات العامة ، وفي سنة 1997 اشترت أسهم من مؤسسة هافاس الفرنسية لتقتحم السوق الإعلامية بقوة ، في سنة 2000 أصبحت شركة VIVENDI UNIVERSAL تمتلك أسهم في كل من CANAL+ و SEAGRAM ، كما لها شركات مع شركة SONY اليابانية للإنتاج الموسيقي ، و تمتلك رابع أكبر حضيرة استوديوهات في العالم OSKA ، وفي سنة 2002 دخلت الشركة في اتفاق مع شركة NEWS CORPOTATION¹⁵ .

ج- وسائل الإعلام الأكثر هيمنة في الوطن العربي:

■ شبكة الجزيرة للإعلام القطرية : وكانت انطلاقتها سنة 1994 على يد مجموعة من الصحفيين العرب اشتغلوا بهيئة الإذاعة البريطانية BBC لفترة طويلة ، وتحمل الشبكة اسم " الجزيرة " اقتباسا من منطقة "الجزيرة العربية" ممثلة في دول الخليج ، فُدر حجم التمويل المالي للقناة الجزيرة وقتها بمليون و 40 ألف دولار، و تمتلك شبكة الجزيرة اليوم 8 قنوات تلفزيونية وهي : قناة الجزيرة ، الجزيرة الوثائقية ، الجزيرة الانجليزية ، الجزيرة مباشر ، الجزيرة بلقان ، الجزيرة تركيا ، الجزيرة أمريكا ، الجزيرة للأطفال ، شبكة الجزيرة الرياضية بالإضافة إلى موقع الجزيرة نت ، وقناة إخبارية على نت الجزيرة+ بالإضافة إلى مراكز بحوث ودراسات ومعاهد تدريب ومنتديات وموسوعات¹⁶ .

■ مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC MIDDLE EAST BROADCASTING CENTER السعودية : وتأسست مجموعة MBC في العام 1991 في لندن ، مقرها الرئيسي الحالي في مدينة دبي للإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، وتعد من كبريات المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي ، تضم مجموعة MBC اليوم 18 قناة تلفزيونية هي : MBC1 ، و MBC MAX و MBC2 للأفلام العالمية ، MBC3 قناة مخصصة للأطفال وتضم مزيجاً من البرامج العالمية والانتاجات المحلية ، و MBC4 للمرأة العربية العصرية، و MBC ACTION ، و MBC VARIETY ، و MBC ، و MBC+ DRAMA ، والعربية والحدث الإخباريتين و MBC مصر ، و MBC BOLLYWOOD أفلام ، وشبكة قنوات رياضية كروية هي MBC PRO ، و SPORTS بالإضافة إلى محطتين إذاعيتين هما MBC FM : للموسيقى الخليجية، و بانوراما FM كما تنبثق عن المجموعة عدة مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت تتضمن : www.mbc.net ، و www.alarabiya.net ، و www.shahid.net وهو أول موقع " فيديو حسب الطلب" مجاني في العالم العربي، و www.actionha.net و www.mbcprosports.net وغيرها .

■ الشبكات العالمية للمعلومات والتنافس الدولي على امتلاكها:

ظهرت في السنوات الأخيرة شبكات معلوماتية عملاقة على الويب أو ما يعرف بـ GAFAM (MICROSOFT –AMAZON - FACEBOOCK –APPLE –GOOGLE) ، و استطاعت هذه الشركات من خلال نشاطها في نقل ونشر المعلومات من أن تعيد حسابات الدول التي لا تمتلكها¹⁷ ، لما أصبحت تشكله من قوة اقتصادية وصناعية وما تحمله من أبعاد جيوسياسية واستراتيجية ، فهي اليوم تحتزن قاعدة بيانات ضخمة عبر العالم لم تستطع حتى السلطات والحكومات السيطرة عليها :

■ **GOOGLE**: لا يمكن الحديث عن أكبر الشركات المتحكمة في توزيع المعلومات عبر الفضاء الرقمي الجديد المتمثل في الانترنت دون الحديث عن إمبراطورية GOOGLE الأمريكية والتي تقدم أكبر خدمة للبحث ، تأسست على سنة 1996 على يد طلاب من جامعة كاليفورنيا ، حيث كانت تحمل اسم BUCKRUB ، تمكنت الشركة خلال فترة وجيزة من خلق أكثر من 75 مليون رابط URL ، وأكثر من 200 ألف GIGABAYTE من المحتويات وأخذ المشروع صيتا واسعا داخل الجامعات ، ثم قررت في 1997 تحويل اسم الشركة إلى

GOOGLE ، في سنة 2000 أصبحت شركة جوجل محرك بحث ومرجع معلومات لأكثر من صفحة حيث وفر أكثر من مليار URL وأتاح البحث ب 10 لغات وأصبح للشركة نظام إعلانات ADWORDS ، وعقد أيضا اتفاقية شراكة مع منافسه YAHOO ، ليصبح ممول بحث له فيما بعد ، في نهاية سنة 2000 أطلقت موقع GOOGLE TOOBLER ، في سنة 2001 أطلقت GOOGLE IMAGE الذي يوفر أكثر من 250 مليون صورة ، وفي سنة 2012 أطلقت GOOGLE SERACH APPLIANCE وخدمة GOOGLE LABS و FROOGLE و في سنة 2004 : أطلقت خدمة GAMAIL و ; GOOGLE DESKTOP SEARCH في نهاية سنة 2005 أطلقت الشركة كل من GOOGLE EARTH و GOOGLE TALK و IGOOGLE و GOOGLE MAPS و GOOGLE VENDE و GOOGLE READER و GOOGLE ANALYTIC ، أما في سنة 2006 جوجل اشترى موقع تحميل الفيديوهات و YAHOO ليصبح من أهم المواقع على الساحة ، وفي نهاية سنة 2008 أطلق GOOGLE ORG للمنظمات غير الحكومية المهتمة بحماية البيئة ، أما في سنة 2009 تعاقد مع موقع BING الذي أطلقته شركة ميكروسوفت تحت مسمى MSN¹⁸ .

■ FACEBOOCK :

يعد اليوم من أكبر مواقع التشبيك اليوم تم إنشائه سنة 2004 من قبل الأمريكي مارك زوكربيرغ MARK ZUCKERBERG عندما كان طالبا في جامعة هارفارد لخدمة الطلبة ، ويوفر الموقع خدمة التواصل عبر العالم منها نقل الملفات ، والصور والفيديوهات ، وكذا إمكانية تكوين مجموعات للتعبير عن الآراء و الأفكار ، ففي سنة 2008 فاق عدد مستخدمي هذا الموقع 100 مليون مستخدم ، وبعد ثلاث أشهر وصل إلى 300 مليون مستخدم ثم تعدى المليار مستخدم في سنة 2012 ، و في سنة 2012 قامت الشركة بدفع 715 مليون دولار ليتمكن الموقع من الاستحواذ على تطبيق INSTAGRAM الذي يعد الأول في نشر الصور ، وحاول دفع 3 ملايين دولار لشراء موقع سناب شات¹⁹ .

■ APPEL :

وهي شركة متعددة الجنسيات تهتم بصناعة الحواسيب بما في ذلك أدوات أنظمة البرمجيات، تأسست الشركة سنة 1976 على يد طالبين جامعيين وهما STEVE JOBS و

STEVE WOZNIAC كانا يقوم بإنتاج الحواسيب داخل مأرب السيارات في بيتهما، في سنة 1980 سوق APPEL أول حواسيب لهما ذات واجهة برسوم بيانية موجهة للجماهير العريضة تستخدم بفأرة تحت اسم LISA و MACINOTOCH ، واستطاعت أن تتحول تدريجيا من مجرد مستودع إلى شركة ذات مقر خاص ومنتجة .

في سنة 1980 فتحت شركة ابل على فتح مجانية نظم التشغيل جعل شركة مايكروسفت تقوم السيطرة على السوق لتقوم بعدها الشركة بإطلاق أجهزة حواسيب جديدة مثل جهاز IMAC في عام 1998، ومشغل الموسيقى الرقمية IPOD سنة 2001 و البرنامج الموسيقي ITUNES سنة 2003 و IBOOK سنة 2006²⁰ .

■ AMAZON:

يعود تاريخ تأسيس الشركة عندما قرر صاحبها JEFF BEZOS سنة 1994 إطلاق موقع الكتروني تجاري خاص ببيع الكتب عبر الانترنت وهو موقع INERNET AMAZON.COM وقد أطلق عليها اسم أمازون اقتباسا لما يتميز به أكبر نهر في العالم "الأمازون" من تدفق ضخم للمياه ، في سنة 2013 سجلت الشركة صافي أرباح قدر 275 مليار دولار ، تعد الشركة اليوم من القادة في مجال التجارة الالكترونية E-COMMERCE ، في البداية الشركة كانت تهتم ببيع الكتب فقط عبر الانترنت ولكن بعد ذلك وسعت اهتماماتها لتشمل مختلف المنتجات الثقافية من CD و DVD ليشمل الأمر فيما بعد الملابس و قطع غيار السيارات و الأجهزة الالكترونية ، تستحوذ على 62 % من المعجبين بمواقع الالكترونية التجارية في العالم اليوم²¹ .

■ MICROSOFT :

تأسست الشركة سنة 1994 في المكسيك ، تعمل الشركة على تطوير أنظمة الاستغلال ، وبرامج الحواسيب حول العالم ، في سنة 1981 قامت شركة IBM على إطلاق حاسوبها الشخصي PC مع نظام الاستغلال MS DOS (MICROSOFT DISK OPERATING SYSTEM) ، يمثل نظام MICROFIST 90 % من أنظمة تشغيل الحواسيب في العالم اليوم ، في سنة 1981 أطلق الشركة نظام WINDOWS 0.1 لكنها لم تلقى النجاح المتوقع من المستخدمين ، وفي سنة 1987 أطلقت الشركة WINDOWS

0.2 وتحتوي على تطبيقات نوعا ما متطورة على سابقتها ، وفي 1990 أطلق WINDOWS 0.3 تضم 12 لونا بالإضافة إلى بطاقة تخزين عالية ، وفي 1991 أطلق WINDOWS 3.1 ، سنة 1995 ميكروسفت طرح نظام التشغيل للبيع وجنا من ذلك ما يقارب 200 مليون دولار، وفي سنة 2008 ارتفع رقم أعمال الشركة إلى ما يقارب 16 مليار دولار، ليصل سنة 2012 ما يقارب 54 مليار دولار وبعلاوة تجارية تعد الأولى في العالم²² .

خاتمة:

لقد أصبح جليا على دول الأوروبية أن امتلاك الولايات المتحدة مثل هذه الشركات سيعزز من محاولات الهيمنة التي ترغب في فرضها على العالم والذي سيؤدي حتما إلى تعجيز أوروبا من ناحية امتلاك المعلومات ، فهذا الخطر المرتقب دفع كل من روسيا والصين باتخاذ إجراءات لمجابهة هذا التحدي الأمريكي ، فقامت كل من أوروبا وعلى رأسها فرنسا و ألمانيا من برفع وابل من الدعوى القضائية اتجاه شركة GOOGLE ، لكنها لم تضع إستراتيجية صناعية قوية لمجابهة التوسع الاقتصادي الأمريكي بل أكتفت بمراقبة ما يبث عبر الانترنت ، في المقابل قامت الصين بخلق انترنت صيني جديد خاص بها ، ففي 22 جوان

2017 قامت الصين بتمويل ضخم قدرت ب 100 مليارين صيني (13,6مليون يورو) ، وذلك بهدف جعل الصين فاعل كبير في مجال تكنولوجيا الانترنت ، رغم أن البلاد قوية في هذا المجال وتملك بنية تحتية واسعة في ما يتعلق بالشراء على النت مثل موقع " علي بابا" ALIBABA ، الذي أضحي يحتل المرتبة التاسعة عالميا.

روسيا هي الأخرى بحثت عن حلول وطنية من خلال إنشاء موقع خاص YARDEX عبارة عن قاعدة تحميل الفيديو على الخط تسمى RUTUBE و موقع تواصل VKTONTAKTE ، وموقع للرسائل البرقية المشرفة ، حيث رفعت روسيا حجم استثمارها سنة 2011 إلى 1 مليار أورو ، كل ذلك مواجهة اختلال التوازن في التأثير لصالح الولايات المتحدة الأمريكية التي تلقت دعما ماليا عسكريا كبيرا لتشجيع مثل هذه الاختراعات الأمر الذي يفسر هيمنتها ، في العهدة الثانية للرئيس الأمريكية BILL CLITON ، 1997 – 2001 ، كشف الولايات المتحدة عن رغبتها في أن تكون قائدة للرأي

العام من خلال التجارة الخاصة بالمعلومات ، وهذا ما يعكس القدرة الاحتكارية التي اكتسبتها كل من AMZON - FACEBOOCK -GOOGLE - APPEL واستراتيجيات الاستثمار المهيمن في تخزين البيانات والتحكم في القنوات الجديدة ، ما يعكس وعي الولايات المتحدة أن ممارسة القوة والسلطة ليس محصورة فقط في المجال العسكري و الدبلوماسية ، وإنما أيضا القدرة على خلق نقاط قوة أخرى مستدامة تركز على إنتاج المعرفة²³.

التهميش:

- ¹ - فاطمة الزهراء تنيو، الاتصال الدولي والهيمنة، دار ألفا للوثائق، الجزائر، 2018 ، ص 19
- ² - ياس خضير البياتي ، الإعلام الدولي والعربي ، بغداد ، 1993 ، ص 27 .
- ³ - عبد الله ثاني قدور، ماهية التدفق الإعلامي الدولي وتطورات خطابه ، مجلة rist ، العدد 19 ، جامعة وهران ، الجزائر، ص 9 .
- ⁴ - حسن نصر، عبد الله الكندي ، الإعلام الدولي - النظريات ، الاتجاهات ، الملكية - دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة ، 2012 ، ص 112 .
- ⁵ - حسن نصر، عبد الله الكندي ، الإعلام الدولي - النظريات ، الاتجاهات ، الملكية ، نفس المرجع ، ص11.
- ⁶ - توماس ل. ما كفيل ، الإعلام العالمي ، ترجمة عبد الحكيم أحمد خزامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ، 2012 ، ص 38 . محمد بن طارق آل الرشيد، معارك الجزيرة السياسية والمهنية - الجيش الذي لا يهزم - ، ساسة بوست ، 2012 / 9/15 .
- ⁷ - مروة كيريدية ، البعد الإعلامي للعلاقات الدولية : الاستعمار الرقمي ، مقال منشور ، 27 / 07 / 2007 .
- ⁸ - فاطمة الزهراء تنيو، الاتصال الدولي والهيمنة ، نفس المرجع ، ص 19 .
- ⁹ - حسن نصر، عبد الله الكندي ، نفس المرجع ، ص 112 .
- ¹⁰ - فاطمة الزهراء تنيو، المرجع السابق ، ص 166 .

¹¹ TIM BERTIOLI , VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS ,INDUSTRY -LEADING , FILE BASED , WORKFLOW SUPPORTED BY ISILON STORAGEINFRASTRUCTURE , EMC , UNITED

- ¹² - PHILIPPE BOULANGER , GEOPOLITIQUE DES MEDIAS – ACTEURS , RIVALITES ET CONFLITS , ARMAND COLIN ,PARIS , 2014 , P 108 .
- ¹³ - مصطفى سحاري، السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي-الجزائر نموذجاً، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2016 ص 86.
- ¹⁴ - ABDSELAM BENZAOUI , LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION , LA TRANSNATIONALISATION DE L’AUDIOVISUEL EN MEDITERANEE , MAISON TAKSIDJ .COM , ALGER , 2011 , P 78 .
- ¹⁵ - VIVENDI UNIVERSAL ,DOCUMENT DE REFERENCE , FRENCE , 2002 ,P 3 .
- ¹⁶ - محمد بن طارق آل الرشيدى ، معارك الجزيرة السياسية و المهنية - الجيش الذي لا يهزم - ، ساسة بوست ، 2012 / 9/15 .
- ¹⁷ - JEAN FRANCOIS FIORINA , GEOPOLITIQUE DES GEANTS DU WEB , GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT , NUM 205 , 17 JUILLET 2017 , France
- ¹⁸ - NICOLAS MATYHS , L’ENTREPRISE GOOGLE ,HAUT EECOLE D’ETUDE DE GESTION DE GENEVE ,2010 .
- MARCO MOSCA, LES 10 ANS DE FACEBOOCK EN CHIFFRES, LE 4-2-2014
- ¹⁹ MARCO MOSCA, LES 10 ANS DE FACEBOOCK EN CHIFFRES, LE 4-2-2014
- https://www.challenges.fr/high-tech/les-10-ans-de-facebook-en-10-chiffres_10639
- ²⁰ - PETRA JANOSKOVA , COMPORMENT DU CONSOMATEURET LA STRATEGIE DE LA SOCIETEE APPEL , UNIVERSITEE DE PALACKAY D4OLOMOUC , ROME , 2010 .
- ²¹ - LA STARTEGIE DE MARKETING D’AMAZON ,ARTICLE PUBLIER : <https://www.marketing-etudiant.fr/marques/amazon-marketing.html#>
- ²² WWW.MICROSOFT.COM / PRESSPASS
- ²³ - JEAN FRANCOIS FIORINA , GEOPOLITIQUE DES GEANTS DU WEB , op ;cit .