دفاتر السياسة والقانون المجلد: 14 / العدد: 03 (2022) ص ص: 259- 271

الإعلام الأمريكي المعولم وحروب السيطرةوالتموقع:

من سينما الأمن القومي إلى الميتافيرس

The globalized American media and the wars of control and positioning:

From National Security Cinema to Metaverse

نبيل ديب

جامعة صالح بوبنيدر-قسنطينة 3، الجزائر، nabil.dib@univ-constantine3.dz

تاريخ الإرسال:03/27/ 2022* تاريخ القبول:04/19/ 2022* تاريخ النشر: 2022/06/14

ملخص:

تهيمن الولايات المتحدة على صناعة الرأي العام العالمي وتوجيهه عن طريق هوليوود، وكالات الأنباء، الفضائيات والانتشار الواسع لصحافتها المكتوبة، بينما يسيطر اللوبي الموالي للكيان الصهيوني على الإعلام الأمريكي عبر الاستثمار الواسع للرأسمال الخاص والاستغلال الأمثل لما يتيحه النمط السياسي المنفتح.

تعتبر السياسات الثقافية والإعلامية في المنظور الأمريكي فرعا من الإستراتيجية الكبرى، وعلى هذا الأساس يساهم الدعم اللامحدود الناتج عن تحالف القطاع الخاص ومؤسسات الدولة عموما ووزارة الدفاع خصوصا، بعد الارتباط الرسمي الذي أصبح دائما منذ سنة 1942، في رفع درجة الفعالية والتأثير إلى مستوى غير مسبوق وفوق قدرة أي دولة منافسة.

الكلمات المفتاحية: سينما الأمن القومي – الإستراتيجية الكبرى – اللوبي الصهيوني – مواقع التواصل الاجتماعي - التحولات السياسية.

Abstract:

The United States dominates the global public opinion industry and directs it through Hollywood, news agencies, satellite TV and the wide spread of its written press, while the pro-Zionist lobby dominates the American media through the broad investment of private capital and the optimal exploitation of what an open political pattern allows.

Cultural and media policies in the American perspective are a subset of the grand strategy. On this basis, the unlimited support generated by the private sector alliance, state institutions in general, and the Ministry of Defense in particular, after the official engagement that has become permanent since 1942, contributes to raising the level of effectiveness and impact to an unprecedented level and beyond the capacity of any competing state.

keywords: National security cinema-grand strategy-zionist lobby-social media-political transitions.

مقدمة:

بينما يسعى صانعوا القرار في الولايات المتحدة إلى أمركة العالم وزيادة النفوذ، التأثير والتحكم عبر وسائل قوية للإعلام والتوجيه، تتحرك اللوبيهات المتعددة، وعلى رأسها اللوبي الصهيوني، وتحشد إمكاناتها وأموالها الضخمة من أجل السيطرة على هذه الوسائل التي تنتشر داخل أمريكا وخارجها ويصل صداها إلى جميع أرجاء المعمورة، محتكرة للصورة وموجهة لمروحة واسعة ومتنوعة من الرأي العام العالمي.

يتناول المقال البعد الممأسس للصناعة السينماتوغرافية وللإنترنت، مرورا بوسائل الإعلام المرئية، المسموعة والمقروءة، التموقع الرسمي داخل المنظومة القرارية والسعي الدؤوب والنشيط للوبي الصهيوني، خصوصا في شقه اليهودي، إلى السيطرة على وسائل التأثير، مما يشكل رأيا واحدا مهما علا صخب النقاشات السياسية والحزبية. يصب هذا الرأي في ما يسمى: أهدافا استراتيجية ويخدم مصالح فئة بعينها: الطبقة الرأسمالية المتصهينة.

تتعدد وسائل التأثير الأمريكية وتتنوع أساليبها من هوليوود وصناعة السينما إلى مواقع التواصل الاجتماعي، مرورا بالقنوات الفضائية وتكنولوجيا الساتل، الإذاعات وموجات البث والإعلام المكتوب...

المنهجية المتبعة:

انطلاقا من طبيعة الموضوع في تعقدها وتشعبها؛ حيث نجد الإطار القانوني في الارتباط الرسمي بالمؤسسات السلطوية، الإطار الاقتصادي في استثمار اللوبيهات في مجال الإعلام و الاتصال، الصناعة السينماتوغرافية، الإطار السايكو-سوسيولوجي في ما يتعلق بالتأثير، صناعة رأي عام محلي و عالمي وتوجيهه، فضلا عن الجوانب السياسية و الإستراتيجية، فرض التعدد المنهجي نفسه على البحث، لكن مع التركيز على المنهج الوظيفي The Functional Approach حيث تشكل الإستراتيجية الثقافية – الإعلامية فرعا لاستراتيجية أشمل و منه جاء الارتباط الرسمي للاستوديوهات بالنسق السياسي في سياق البنية و الدور أو الوظيفة المحددة من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية...

يجيب المقال في محاوره الثلاثة على الإشكاليات التالية:

- الإشكالية المركزية:

كيف يفسر الارتباط الرسمي والإيديولوجي فعالية المؤسسات الأمريكية لصناعة الرأي وما هي الجهة الأكثر تحكما في هذه المؤسسات وبالتالي الأكثر استفادة منها؟

- الإشكاليات الفرعية:

1- باعتبار هوليوود مركبا صناعيا كبيرا، ما هو موقع السينما في الإستراتيجية الأمريكية الكبرى و ما هو دورها في تحقيق أهداف السياسة العليا للدولة الأمريكية؟

2- كيف انتقلت الجماعات الصهيونية من السيطرة على وسائل الإعلام الأمريكية إلى توظيفها بما يخدم أجندتها و يدعم سياسة الكيان الصهيوني في المنطقة العربية – الإسلامية؟

3- ما مدى تأثير الإعلام الأمريكي عموما و مواقع التواصل خصوصا في التحولات السياسية التي جرت بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 في حدود روسيا و المنطقة العربية؟

باعتبارها إجابات مؤقتة أو حلولا محتملة، يسعى المقال إلى التحقق من الفرضيات التالية:

- الفرضية المركزية:

يوفر ارتباط صناعة الرأي و توجيهه، عبر وسائل الإعلام و الاتصال، الصناعة السينماتوغرافية و مواقع التواصل، بالمؤسسات الرسمية الأمريكية إمكانات بشرية، مالية و لوجيستية ضخمة مما يرفع درجة فعاليتها محليا و دوليا، و يزيد بالتالي من نفوذ اللوبيهات المتحكمة فيها و المدركة لأهميتها و على رأسها اللوبي الصهيوني، خصوصا في شقه اليهودي.

- الفرضيات الفرعية:

1- تشكل هوليوود أهم و أخطر أداة في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية كونها فرعا من الإستراتيجية الأمريكية الكبرى و تحقيق الأهداف ذات الطابع الإستراتيجي.

2- دفع إدراك الجماعات الصهيونية الضاغطة لأهمية الإعلام إلى السعي للسيطرة على الإستيديوهات و وسائل الإعلام المختلفة، من أجل الضغط على صانعي القرار الأمريكي و صناعة الرأي العام العالمي بما يتماشى والمصالح الصهيونية.

3- على مدى عشرين سنة تلت أحداث 11 سبتمبر 2001، تم استخدام مخرجات الثورة التكنولوجية في مجال النت و وسائل التواصل، في إحداث سلسلة من التحولات السياسية لاحتواء روسيا من جهة و لإغراق المنطقة العربية عبر استراتيجية: رامسفيلد - سيبراوسكي و المسماة: الفوضى الخلاقة، تحت غطاء الدمقرطة.

تضمنت الإجابة على الإشكاليات المطروحة، ثلاثة محاور متدرجة من تحليل سينما الأمن القومي والأهداف الإستراتيجية إلى الشبكة العنكبوتية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية، مرورا بالسيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام الأمريكية...

1. سينما الأمن القومي الأمريكي والأهداف الإستراتيجية:

تشكل السينما امتدادا قويا للنقاش الإستراتيجي الأمريكي، وتمثل قطبا صناعيا أساسيا في تحديد وترسيخ الهوية الوطنية وفي شرعنة الخيارات السلطوية الكبرى والقرارات السياسية والإستراتيجية، كما تعبر المنظومة السينماتوغرافية عن حوار دائم مع النسق الإستراتيجي، وعن تنسيق مستمر، بين كل من السلطة السينماتوغرافية والسلطتين: السياسية والعسكرية-الأمنية، بشكل أصبح، منذ الحرب العالمية الثانية، مهيكلا وممأسسا.

تنبؤنا تسمية "هوليوود" عن المهمة المتناسبة مع الخرافات المؤسسة: "القدرية الظاهرة " Manifest Destiny، "الحدود" « The borders » و"المدينة المطلة على الهضبة"

« The city on the hill »... هذه الأساطير التي تمثل المكونات الأساسية للهوية الأمريكية (Jean Michel Valantin,2010, P. 12.)؛ حيث تمثل السينما حاملا للقيم الأمريكية وجامعا لمصالح ضخمة، فرضت تسمية ذاتية للاستوديوهات، ذات الفعالية القصوى والانتشار العالمي، حيث أطلقت على نفسها اسم: الصناعة The Industry بالنظر إلى ما يتم رصده من وسائل ضخمة: مالية، تكنولوجية وبشرية لإنجاز أفلام عالمية

مثل « Independance Day » (1996) « Armageddon » (1998) وغيرها من الأفلام التي استولت بشكل حصري على مواضيع متعلقة صميميا بالأمن القومي.

"إن هوليوود هي الكيان الوحيد، الصناعي والثقافي معا، في العالم القادر على تعبئة الموارد لهذه المنتجات الضخمة والتي يطلق عليها بعض المختصين "أفلام الأمن القومي" وتتراوح ميزانياتها بين 20 و160 مليون دولار أمريكي، كما إنها تجذب عشرات الملايين من المشاهدين الذين تتضاعف أعدادهم بإعادة البث التلفزيوني، والتسجيلات على الكاسيت « Quassettes » ثم الديفيدي« DVD »" (Ibid, P. 6.) والآن على اليوتيوب « Yotube »، ناتفليكس« Netflix » ومواقع التواصل الاجتماعي، وتصب كلها في عنصر واحد يجمع سينما الأمن القومي بالبيت الأبيض، الكونغرس، البنتاغون ووكالات الأمن والاستخبارات؛ وهو: "التهديد" « Threat/Menace ». علما بأن التهديد يصنع الإجماع الوطني.

1.1.البنتاغون والارتباط الرسمي:

تتكون المؤسسة العسكرية الأمريكية، من ثلاثة جيوش كبرى: القوات البرية « The Army »، القوات البحرية « The Navy »، والقوات الجوية « The Air Forces »، بالإضافة إللى قوات المارينز (مشاة البحرية) ذات الصيت والمكانة، وهي بعلاقتها العضوية والحيوية بالسينما، تسمح بربط قوات الدفاع بالأساطير الكبرى، وبمسار الشرعنة السياسية، وبالأحداث الراهنة عن طريق الإخراج البطولي لأفرادها ولممارساتها. (Ibid, P. 18).

يعود هذا الارتباط إلى سنة 1942، عندما استدعى الرئيس "فرانكلين روزفلت" إلى البيت الأبيض كبار المخرجين، منهم "جون فورد" « John Ford » و"فرانك كابرا" « Frank Capra »، ليقدم لهم طلب إنجاز عشرات الأفلام من منظور التعبئة السيكولوجية للبلاد، فأنشأت وزارة الحرب "مكتب اتصال" « a liaison office/un bureau de liaison » بهوليوود.

مع اندلاع الحرب الباردة، أصبح مكتب الاتصال دائما.. حدث ذلك سنة 1947، بالتزامن مع إنشاء « National Security State » المتضمن تأسيس عدد من المؤسسات المختصة في الأمن في إطار مكافحة التهديد السوفياتي. (Jean Michel Valantin, P. 18.).

بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، تم تعيين الكولونيل فيليب ستراب philipStrub مسؤولا عن المكتب خلفا لدونالد باروخ donaldBarruch. (Frédérique Ballion , 2020)

آليات التعاون بين الجهاز الأمني والاستوديوهات الكبرى متعددة، متنوعة ولم تتوقف عن النمو على مدى عشريات كاملة، كما إنها تشمل جميع مراحل الإنتاج: اللوجيستيك أساسا، ثم المخرجين، كتاب السيناريو، والممثلين المختصين في هذا المجال شديد الخصوصية. يمكن للجيش أن يوفر المواد والتجهيزات، المستشارين، الأزياء الرسمية، التدريبات، أرضيات أو منصات القتال (أفواج من الدبابات، أسراب من الطائرات، أو حاملات الطائرات).

في بداية سنوات الثمانين من القرن العشرين، جاءت الحملة الريغانية الإيديولوجية، السياسية، التكنولوجية، المالية والإعلامية ضد "إمبراطورية الشر" (يقصد بها الاتحاد السوفيتي) لتعزز هذا الاتجاه. (Ibid. PP. 18-19)

من بين أهم المخرجين الذين فرضوا أنفسهم، في تلك الحقبة بين 1983 و1994، نجد: "جايمس كامرون" « james Cameron »، "جون ميليوس" « John Milius »، "جون ماك تيرنان" « John McTiernan»، "ريتشارد دونر" « Richard Donner »، "طوني سكوت" « Tony Scott »، "إيدوارد زويك" « Edward Zwick »، "أوليفر ستون" « Oliver Stone »، "فيليب نويس" « Philip Noyce»، هؤلاء أخرجوا أقوى أفلام هذه الفئة، مثل « Rambo II » (1985) و« Rambo III » (1988)، « Alien » (1986)، « Top Gun » (1986)، « Predator » (1987)، « Glory » (1990)... جسدت هذه الأفلام وغيرها من طرف ممثلين مختصين وذوي شهرة عالمية، نذكر من بينهم: "سيلفرسترستالون" « Sylvester Stallone »، "أرنولد شفارتسنيغر" « Arnold Schwarzenegger»، "تشاك نوريس" « Chuck Norris »، "ستيفن سيغل" « Steven Seagal»، "بروس ويليس" « Bruce Willis »، "ميل غيبسون" « Mel Gibson »، "سيغورني ويفر" « Sigourney Weaver »، "دانزال واشنطن" « Denzel Washington »، "مورغن فريمان" « Morgan Freeman »، "بان هافلك" « Ben Haffleck » وغيرهم. (Ibid.)

يشكل التهديد مروحة واسعة من المصادر، سواء تمثلت في دول أجنبية قوية، أو عسكريين أمريكيين سابقين مجانين أو طالبي مال، أو روبوتات خارج نطاق التحكم، أو قوة طبيعية لا يستطيع توقيفها إلا الأبطال الأمريكيون، أو إيديولوجية معادية...

2.1. صناعة العدو الإستراتيجي حسب الحاجة:

بعد هجوم "بيل هاربر"، تمثل التهديد في اليابانيين ثم، خلال الحرب العالمية الثانية، في النازية والفاشية، وتجسد بعد نهاية الحرب، في الشيوعية والعدو السوفياتي القوي، فالفيتنامي المتخلف والمتوحش، ثم صدام حسين والعراق (بعد غزوه للكويت في 1990 ثم في 2003) تمهيدا للإطاحة به وغزو العراق. بعد هجمات الحادي عشر من أيلول / سبتمبر 2001، تم التركيز على الإرهاب الإسلامي، وهكذا تتماشى الخيارات مع بناء الإستراتيجيات، صناعة الأعداء وتحديد مصادر التهديد...

بالإضافة إلى وسائل الإعلام التي تتعمد التعميم وربط الإسلام بالأعمال الإجرامية حتى يستنتج الجمهور المتابع بأن المسلمين والإسلام يقرون هذه الأفعال ويبررونها، (Asma Gull hasan, 2005, P. 73.) تنتج هوليوود عشرات، بل مئات الأفلام التي تسعى إلى تشويه الإسلام والمسلمين، فقد "أعلن النقاد الأمريكيون أن هوليوود أنتجت ما يزيد عن مائة وخمسين (150) فيلما يسخر من الإسلام والعرب والمسلمين منذ 1986 حتى الآن. (رضوان بلخيري، 2012، ص. 98.)

من بين أبرز الأفلام التي تناولت "العدو المسلم" بعد العدو الشيوعي والاتحاد السوفياتي في مواجهة العالم الحر وزعيمته وقائدته وأنموذجه "الولايات المتحدة الأمريكية"، نذكر:

« Executivedecision »، بطولة "ستيفن سيغل" « Steven Seagal »، « True Lies »، بطولة "أرنولد شفارتسنيغر" « Arnold Schwrzenegger »، « The Siege »، بطولة كل من "دانزال واشنطن" « Denzel Washington » و"بروس ويليس" « Bruce Willis »، « Air force one »، « Voyage of Terror »، « terrorist on Trial »، بالإضافة إلى فيلم "يوم الاستقلال" « Independance Day » الذي تمت الإشارة إليه سابقا... (رضوان بلخيري، 2012، ص. 98-99)

يطرح فيلم "الحصار" « The Siege » الذي تم بثه بين سنتي 1998 و1999 عدة مرات، خاصة من طرف القناة الفرنسية +Canal، إشكاليات كبرى تتعلق بتدريب الإسلاميين من طرف المخابرات المركزية الأمريكية بهدف محاربة الاتحاد السوفياتي، ثم بعد حصولهم على الإقامة في الولايات المتحدة، أصبحوا يطبقون، ضد أهداف أمريكية وعلى الأرض الأمريكية، ما تم تدريبهم على القيام به في أفغانستان وبيشاور بباكستان وغيرها من دول العالم. كما يتنبأ بحملة اعتقال واسعة ضد كل من يحمل اسما عربيا أو ملامح شرق أوسطية، بما فيهم ابن نائب مدير مكتب التحقيقات الفدرالي FBI، ثم بوضعهم في سجون على شاكلة سجن غوانتانامو...الخ.

2. وسائل الإعلام الأمريكية والسيطرة الصهيونية:

يسعى اللوبي الصهيوني الموالي لما أطلق عليه بكثير من الدهاء دولة "إسرائيل" وبالتنسيق مع جهاز المخابرات الخارجية للكيان الصهيوني، إلى السيطرة الممنهجة على وسائل الإعلام المختلفة، لتحقيق أهداف الضغط على صانع القرار وتوجيه الرأي العام داخل الولايات المتحدة، ونشر وجهة نظر الصهيونية العالمية حول مختلف القضايا وتحقيق أهداف ذات طابع سياسي واستراتيجي خارجها...

1.2.القنوات الكبرى والجرائد الأكثر انتشارا:

تتضح الصورة بشكل أدق، عندما نضيف وسائل الإعلام الكبرى، حيث يسيطر الصهاينة على أهمها، فبالإضافة إلى الإمكانات الضخمة التي يملكها الصهاينة الإنجيليون، يسيطر اليهود على أهم وسائل الإعلام الأمريكية، المطبوعة والمرئية والمسموعة وخاصة أشهر وأكبر الوسائل. هذه هي الشبكات المعروفة وهي شبكة "أن بي سي (NBC)" وشبكة "سي أن أن (CNN)" وشبكة "أي بي سي (ABC)" وشبكة "سي بي أس (CBS)". فشركة "أن بي سي" تشتمل على أكثر من 200 محطة تلفزيونية ولها أخوات شبكية تلفزيونية أخرى مثل شبكة "سي أن بي سي (CNBC)" لرجال الأعمال وشبكة "أم أس أن بي سي(MSNBC)" الأخبارية وعبر الإنترنت، وتصل شبكة "أن بي سي" وأخواتها إلى أكثر من 99% من منازل الأمريكيين، وإن رئيس وكالة أنبائها هو "نيل شابيرو (Neal Shapiro)" اليهودي ورئيس برامجها الترفيهية "جيفري زوكر(Jeffrey Zucker)" اليهودي أيضا.

أما شبكة "سي بي أس (CBS)" التي تشتمل على أكثر من 200 محطة تلفزيونية أيضا، وهي مملوكة لشركة "فياكوم(Viacom)" العملاقة، والجدير بالذكر أن شركة "فايكوم" تملك استوديوهات "باراماونتبكتشورز (Paramount Pictures)" وتملك القنوات التلفزيونية السلكية التالية: "قناتي أم تي في(MTV)" و"في أتش وان (VH1)" الموسيقيتين وقناة "نكولوديان (Nickolodeon)" للأطفال وشبكة "بي إي تي (BET)" المخصصة للأفارقة الأمريكيين وقنوات "شوتايم (Showtime)" للأفلام وشبكة "إنفنتي (Infinity)" الإذاعية التي تشتمل على 170 محطة إذاعية وشبكة "يو بي أن (UPN)" التلفزيونية التي تصل إلى أكثر من 97% من منازل الأمريكيين، إضافة إلى شبكة "سي بي أس" ويرأس هذه الشركة الإعلامية الضخمة "سامنرردستون (SumnerRdstone)" اليهودي الذي غير إسمه من "موري روتشتاين" (Murray Rothstein) نائبه

"ملفنكارمازن" اليهودي والمسؤول على شبكة "سي بي أس" ويذكر أن "سامنرردستون" هو نشيط في عدة منظمات يهودية صهيونية.

أما شبكة "أي بي سي (ABC)" فهي مملوكة لشركة "ولت دزني (Walt Disney)" العملاقة، وتشتمل شبكة "أي بي سي" على أكثر من 220 محطة تلفزيونية و4500 محطة إذاعية. والجدير بالذكر أن شركة "ولت دزني" تملك العديد من الأستديوهات الضخمة لإنتاج الأفلام، كما تملك بعض القنوات السلكية مثل "إي أس بي أن (ESPN)" الرياضية وقناة "لايفتايم (Lifetime)" الوثائقية وقناة "أي أند إي (A &E)" التاريخية كما تملك سبع جرائد في الولايات المتحدة. ويرأس هذه الشركة الإعلامية الضخمة "مايكل إيزنر" اليهودي، ويرأس وكالة أنباء شبكة "أي بي سي (ABC)""ديفيد وستن" اليهودي أيضا.

وشبكة "CNN" الأخبارية المشهورة فهي مملوكة لشركة "أي أو ال تايم وارنر (AOL Time Warner)" العملاقة، والجدير بالذكر بأن شركة "أي أو ال تايم وارنر" تملك شركة "أمريكا أون لاين (America Online)" لخدمات الأنترنت وتملك مجلة "تايم Time" الأسبوعية وتملك مجلة "لايف (Life)" الشهرية وتملك عدة أستوديوهات ضخمة لإنتاج الأفلام أمثال استوديوهات "وارنربراذرز (Warner Brothers)" واستديوهات "نيو لاين سينما (New Line Cinema)". كما تملك شركة "أي أو ال تايم وارنر" الضخمة شركة "ترنربروادكاستينغ (Turner Braodcasting)" وشبكة "تي بي أس (TBS)" وشبكة "وارنر" تملك قنوات "ايتش بي أو (HBO)" السلكية بالإضافة إلى شبكة "سي أن أن". ورئيس شركة "ترنر" وبما فيها شبكة "تي بي أس" وشبكة "سي أن أن" هو "جيمي كلنر (Jamie Kellner)" اليهودي. ورئيس شركة "وارنربراذرز" بما فيها شبكة وارنرواستوديوهاتوارنر هو "باري مائير (Barry Meyer)" اليهودي، وكان رئيس هذه الشركة الإعلامية الضخمة "أي أو ال تايم وارنر" هو "جيرالد ليفن (Gerald Levin)" اليهودي، ولكنه استقال مؤخرا، ويتوقع أن يحل محله نائب رئيس الشركة "كنث نوفاك (Kenneth Novack)" اليهودي أيضا، ونوفاك هو عضو نشيط في عدة منظمات يهودية صهيونية، وهناك شركات وشبكات أخرى، أصغر من هذه الأربعة المذكورة، مثل شبكة "فوكس نيوز(Fox News)" وهي مملوكة لشركة "نيوز كوربرايشن" (أي شبكة الأخبار) الضخمة التي يملكها الملياردير "روبيرت مردوخRupert Murdoch" اليهودي، وتملك "شركة الأخبار" هذه، شبكة فوكس التلفزيونية والإذاعية وتملك استوديوهات "توانتيثسنتيري فوكس (20th century fox)" أي "فوكس القرن العشرين" لإنتاج الأفلام وشبكة "سكاي تي في (Sky tv)" الفضائية البريطانية وصحيفة "نيويورك بوست" الأمريكية وصحيفة "ذي سون (The sun)" البريطانية وصحيفة "ذي تايمز أف لندن (The Times of London)" البريطانية وعدة صحف ومحطات تلفزيونية وإذاعية أخرى، وهناك شبكة "بي بي أس (PBS)" التلفزيونية ورئيستها "جاكلين وايس" (Jacqueline weiss) اليهودية، وهناك شبكة "أن بي آر (NPR)" الإذاعية ورئيسها "كفن كلوس (Kevin Klose)" اليهودي. وهناك صحيفة "ذي نيويورك تايمز" المشهورة والتي يرأسها "آرثر أوخسسولزبرغر" الإبن (Arthur OthsSulzberger Jr) اليهودي، وإضافة إلى صحيفة ذي نيويورك تايمز تملك عائلة سولزبرغر صحيفة "ذي بوستن غلوب (The Boston Globe)" بالإضافة إلى 12 صحيفة أخرى، وهناك صحيفة "ذي واشنطن بوست" المشهورة أيضا التي ترأسها عائلة "مائير غراهام (Meyer Graham)" اليهودية، وإضافة إلى صحيفة "ذي واشنطن بوست" تملك عائلة مائير غراهام مجلة "نيوز ويك (Newsweek)" الأسبوعية وصحيفة "أنترناشيونال هيرالد تريبيون (International Herald Tribune)" وعدة صحف وعددا من القنوات التلفزيونية، فهذه الشبكات والقنوات التلفزيونية المذكورة تصل إلى أكثر رمن 99% من منازل المواطنين الأمريكيين، وتصل الشبكات والمحطات الإذاعية المذكورة إلى معظم المدن الأمريكية الكبرى، كما تحتكر الجرائد والصحف والمجلات المذكورة الأسواق في معظم المدن الأمريكية الكبرى، والجهات الإعلامية

التي بقيت حرة هي بعض الصحف الصغيرة. ولكن هذه الجهات الإعلامية المستقلة تخشى من التهديدات المالية اليهودية الصهيونية بسحب الإعلانات منها، في حالة عدم خضوعها إلى مطالب الصهاينة لنشر الدعاية الصهيونية، ولقد شهد على تلك السيطرة الرئيس الأمريكي الراحل ريتشارد نيكسون.

فحسب التسجيلات السرية للرئيس التي تم نشرها في بداية 2002 تحدث الرئيس مع صديقه القس "بيلي غراهام" عما أسمياه (القبضة الخانقة) اليهودية على وسائل الإعلام الأمريكية التي يمكن أن تدمر الولايات المتحدة وداعيا لكسرها، وجاءت تلك التعليقات في شرائط كاسيت مدتها 500 ساعة قد سجلها الرئيس نكسون سريا أثناء القسم الأول من سنة 1976، وكشفت عنها مؤخرا هيئة المحفوظات الأمريكية الوطنية. وقد قال غراهام في المحادثة المسجلة "إن القبضة الخانقة" اليهودية على وسائل الإعلام: " يجب أن تكسر، وإلا فإن البلد (أمريكا) سوف ينحدر". ورد نكسون :" هل تعتقد ذلك؟" فأجاب غراهام:" نعم يا سيدي" قال نيكسون :" وأنا كذلك، لا أستطيع أبدا أن أقول ذلك علنا لكنني أعتقد به"، قال غراهام :" إذا انتخبت مرة ثانية، فقد تستطيع عندئذ أن تفعل شيئا" ولكن بسبب فضيحة "واتر غييت" Water Gate التي دبرها الصهاينة أجبر نيكسون على الاستقالة قبل نهاية عهدته الثانية. (هيثم مزاحم، 2003، ص ص 137 - 139)

2.2.الكاريكاتير وحملات الموساد:

بالإضافة إلى "شارلي إيبدو" الفرنسية وبعض الجرائد الأوروبية، كانت حملة الرسوم الكاريكاتورية قد ان طلقت من الدانمارك، الذي يصنف على أنه بلد اسكندينافي صغير يتألف من 5,4 مليون مواطن ومقيم (200000 أو أقل من 3% منهم مسلمون)، بسبب الدور الذي تلعبه الدانمارك منذ زمن طويل كمركز عمليات رئيسي للموساد في أوروبا. (جايمس بتراس، 2007، ص 254)

تم استخدام يهودي أوكراني، يتخذ الاسم المستعار: "فلمينغ روز" في وظيفته بصفة ناشر ثقافي لصحيفة دانماركية يومية مقروءة على نطاق واسع " جيلاندز بوستن"، أين قام بتكليف واضعي رسوم كاريكاتورية دانماركيين التقدم بسلسلة من هذه الرسوم "تصف النبي محمدا صلى الله تعالى عليه وسلم كما يتصورونه هم. ومع ذلك فإن أربعا من الرسوم الإثنتي عشر التي تم اختيارها للنشر أعدها فريق روز، بما فيها تلك التي كانت أكثر إثارة للجدل وتُظهر "قنبلة موضوعة في عمامة".. ومتحديا قوانين الدانمارك المناهضة للتجديف، نشر "روز" هذه الرسوم بتاريخ 30 سبتمبر 2005. (جايمس بتراس، 2007، ص 254)

باستعمال وسائل الإعلام الأمريكية وتوابعها الأوروبية، شنت حملة ضخمة ضد العالم الإسلامي تحت شعار "حق الغرب المقدس في حرية التعبير"، مصورة احتجاجات الشعوب المسلمة بطريقة انتقائية، حيث اتهمت إيران وسوريا بإلهاب المشاعر لتحقيق أهداف سياسية (وقد طالبت الحكومات الغربية بمحاسبتهما) وحثت السلطات الحليفة على منع التظاهر، حيث قام بعضها بالفعل بإطلاق النار على المتظاهرين، كما حدث في باكستان وليبيا، أين تم اعتقال عدد من القادة الدينيين، كما تم قتل وجرح أعداد كبيرة من المتظاهرين الغاضبين.

عمليا، شُنت حملة قوية في كل وسائل الإعلام الموالية للغرب، "مُدينة الاحتجاجات الإسلامية الأولية المعتدلة... وأثارت بسرعة التصعيد الشعبي الذي تلا ذلك بمساعدة عملاء موساد سريين منتشرين بين الشعوب العربية." (جايمس بتراس، 2007، ص 254)

تزامنت حملة الكاريكاتور مع الحملة التي أطلقتها "هوليوود" بعد هجمات الحادي عشر من سبتمبر 2001، وبشكل منسق لزيادة التوتر بين العالم الإسلامي والغرب من جهة، ورفع مستوى التوتر بين الشعوب المسلمة وأنظمة الحكم من جهة ثانية...

3. الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي:

اليوم، يسعى المال الصهيوني إلى السيطرة على الإنترنت وأهم مواقع التواصل الاجتماعي.

تأخذ الإنترنت عدة تعريفات تشمل: التطبيقات، الاستخدامات ووسائط التواصل بل والإعلام، حيث تم نحت المصطلح من عبارة الشبكات المترابطة باللغة الإنجليزية «INTERconnected Networks». (David (fayon, 2013 , P. 1.

DARPA.1.3 البحث الدفاعي المتقدم والإنترنت:

تاريخيا، تعد الانترنت « Internet » امتدادا إلى العالم بأسره لمناهج الربط البيني لعدة شبكات كمبيوتر في الولايات المتحدة،تعود جذورها إلى سنوات الخمسين من القرن العشرين، وتمثلت أولاها في "أربانت" « Arpanet » الناتجة عن المشروع الأمريكي (العسكري) "داربا" « DARPA » وهو مختصر لـ"وكالة المشاريع البحثية الدفاعية المتقدمة"« Defense Advanced Researchprojects Agency » لسنة 1969. (.Ibid) وعليه تفرض الولايات المتحدة شروطها وقواعد الاستعمال الخاصة بها، إذ يستشهد "دافيد فايون" بمقولة لـ"لويك داميلافيل" « Loicdamilaville »، حول رهانات الاستخدام، إذ إن "الرهان الرئيس اليوم في إدارة الإنترنت هو إذا كنا نريد استخدام شبكة الشبكات كأداة استثنائية لتبادل المعرفة، أو كسلاح جيوسياسي تحتفظ به قوة عظمى لا تنوي أبدا مشاركة أي طرف في مراقبته، مع الاحتفاظ بحق إعادة خصومها إلى عصر ما قبل الإنترنت ومجتمع المعلومات. (.Ibid)

لقد تزامنت مهمة DARPA، المتعلقة بتحديد كيف يمكن أن تكون تطبيقات الكمبيوتر ناجحة في الأنشطة العسكرية، مع تقرير RAND للأمن القومي الذي وثق الحد الأقصى الذي يمكن أن تتعرض له البنية التحتية للإعلام القومي الأمريكي في حالة وقوع كارثة. (توماس ل. ماكفيل، 2015، ص. 193.)

بحلول عام 1987، نقلت وزارة الدفاع المسؤولية إلى المؤسسة القومية للعلوم NSF، وبحلول عام 1990، كانت الانترنت تشهد استخداما جوهريا من الأفراد الذين لديهم خبرة وضع برامج كمبيوتر لافتة، ثم أصبح نموها في عقد التسعينات لافتا، لتصبح Google سنة 2004، شركة عامة تعرض أسهمها على الجمهور ويقدم Facebook عروضه الأولى، ويتم تأسيس YouTube التي يمتلكها Google، سنة 2005، ثم تدشين Twitter سنة 2006، وتطلق بعدها بعام، في 2007، أبل وAT and T تليفون iPhone... (توماس ل. ماكفيل، 2015، ص. 193.) لقد أتاحت الانترنت الوصول إلى الوثائق الحكومية دون تغيير أو تنقيح، كما أن اكتشاف فعالية الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ساهم في الإطاحة بأنظمة حكم وإزاحة رؤساء أقوياء، دون استخدام التدخل العسكري المباشر، مع استخدام مصطلحات جذابة وذات وقع حسن على الضمير الجمعي للشعوب المعنية، مثل الثورات الملونة، الربيع العربي...الخ، كما تم استعمالها لتشويه العدو الإستراتيجي بعد 9/11، سواء كان الإسلام والمسلمين (القاعدة، داعش وهي صناعة غربية-أمريكية بامتياز...) أو الصين التي انتقلت فعليا من وضع "المنافس المحتمل" « Peer Competitor » في التقرير الإستراتيجي المنشور عام 2000 بعنوان "رؤية مشتركة 2020" « Joint Vision 2020 » (**www**

Dtc.mil/jointvision/jvpub2.htm) إلى وضع ثاني قوة اقتصادية مزيحة لمكانة اليابان وأكبر دائن للولايات المتحدة.

2.3.مواقع التواصل والتحول السياسي: من الفايسبوك إلى الميتافيرس

في بداية القرن الحادي والعشرين، ارتبطت التحولات السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي، التي ترتبط بدورها بالثورة المعلوماتية أو ثورة الساتل والفضائيات ثم تدفق الإنترنت، فيما أصبح يُعرف بـ "وسائل الإعلام الجديدة التي تتمتع بمميزات عدة: السرعة، التفاعلية، قلة الجهد والتكلفة." (خير الله سبهان عبد الله الجبوري، 2019، ص 10)

فكما سبق وأشرنا، من بين أهم المواقع الاتصالية-التواصلية، نجد: فايسبوك، يوتيوب، تويتر، أنستاغرام...الخ. جاءت التحولات السياسة على شكل موجات متتالية بطريقة أحجار الدومينو، فساقت أوروبا الشرقية إلى منطقة نفوذ الولايات المتحدة، حيث التحقت سريعا بالاتحاد الأوروبي متبنية النمط الرأسمالي والديمقراطية التعددية، ثم تدريجيا بحلف الناتو، رغم تفكك حلف وارسو وغياب المبرر للاستمرار...

بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، استخدمت الولايات المتحدة القوة العسكرية (الصلبة أو الخشنة) في غزو مباشر لكل من أفغانستان والعراق، محددة لمصالحها الإستراتيجية في المنطقة، وعلى رأسها: "ضمان الوصول إلى مصادر الطاقة، الحفاظ على التفوق على جميع القوى الدولية واحتواء جميع قوى الممانعة العربية لضمان سيطرة الأجندة الإستراتيجية الأمريكية في المنطقة ومن بينها ضمان أمن (الكيان الصهيوني)." (مروان بشارة، 2013، ص 45)، لكن دور مواقع التواصل برز وصار أكثر وضوحا في التحولات السياسية التي اتخذت طابعا سلميا، استعملت فيه الولايات المتحدة قوتها الناعمة، بعد أن أدرك استراتيجيوا البيت الأبيض والبنتاغون حدود الخيار العسكري بالإضافة إلى الإنفاق المالي المتزايد، تشويه صورة أمريكا الإمبريالية وتنامي الشعور المعادي لأمريكا في العالم. بدأ ذلك عبر تطبيق نظرية "جين شارب" في تطويق روسيا الفدرالية واحتوائها عبر ما أُطلق عليه "الثورات الملونة"، ثم بعد نجاح الموجة الثانية من التحول، أضفى صبغته على ما تم تسميته بـ "الربيع العربي" في كل من تونس، مصر، سوريا واليمن ثم ليبيا تحت مظلة حلف الناتو...

فبعد احتكار السلطة السياسية في البلدان العربية لوسائل الإعلام، انتقل الأفراد إلى مواقع التواصل الاجتماعي من أجل المشاركة السياسية، مما دفع بالكاتب "يوشايبنكلرYochaiBenkler" إلى القول: "إن انغلاق وسائل الإعلام التقليدية وعدم سماحها بظهور الرأي المخالف لها من جهة، وظهور وسائل الإعلام الجديدة – مواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى، حول الأفراد من مجرد متلقين سلبيين، إلى نشطاء مشاركين في الفضاء العمومي." (Yochai Benkler, , 2006, P 212.).

جاء نجاح الثورات الملونة، بإشراف المخابرات المركزية الأمريكية على المنظمات الوسيطة المدعمة علنا لحقوق الإنسان ولدمقرطة دول البيئة المحاذية لروسيا الفدرالية، ومنها NED، NDI، FH... وتطبيقا لنظرية "جين شارب" التي شرحها في كتابه: « FromDectatorship to Democracy » وقد شكلت الأساس لكل الثورات الملونة (ترجم الكتاب إلى أكثر من 25 لغة ومنها العربية، وتم توفيره مجانا على الإنترنت). قام بعدها "جين شارب" بتأسيس "مؤسسة ألبرت إينشتاين" « Albert Einshtein Institution » لتعليم وتلقين ما أطلق عليه: "مناهج المقاومة اللاعنفية في النزاعات" وقامت بتمويله منظمات حقوقية أمريكية تشتغل لصالح المخابرات المركزية وشخصيات رأسمالية صهيونية من ذوي الثراء، ومنها: NED، IRI، OSI. (Ahmed Bensaada, 2019, 17 :43.)، ثم تولت منظمة Otpor ومقرها صربيا، بتدريب بعض الشباب النشيط

من مختلف الدول العربية، ومنه فسر بعض الباحثين ثورات الربيع العربي بأنها كانت مبرمجةولاعفوية، بينما يذهب بعض المختصين إلى كونها ثورة طبيعية على الفقر والاستبداد، وإن اعترفوا بمساهمة مواقع التواصل في إشعالها والترويج لها، ومن هؤلاء "تشارلي بيكيت" « Charlie Beckett » مدير مركز « Police » للأبحاث في لندن، الدي ينقل عنه قوله: "إن مواقع التواصل الاجتماعي لا تخلق ثورات، بل يخلقها الفقر والغضب والحكام المستبدون. لكن في هذه الحالات شاهدنا كيف عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تنظيم الناس والترويج للرسالة وكانت وسيلة للهجوم على من هم في السلطة ولإبلاغ العالم الخارجي بأن الناس هنا غاضبون ونشيطون ويسعون إلى التغيير." (https //arabe-librarians.blogspot.com/ 2011_02_13)

من بين المواقع، احتل فيسبوك الريادة، في عدد المستخدمين وفي سرعة الانتشار. ففي فترة بداية ما عرف إعلاميا بثورات الربيع العربي، وطبقا للتقرير الثاني حول الإعلام الاجتماعي في البلدان العربية، ارتفع عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في العالم العربي بشكل كبير، حيث وصل في نهاية عام 2011 إلى 26,7 مليون مستخدم. جاءت مصر في المرتبة الأولى بحوالي 9,39 مليون مستخدم، تليها المملكة العربية السعودية بنحو 4,53 مليون مستخدم ثم المملكة المغربية حيث بلغ عدد المستخدمين فيها حوالي 4 ملايين مستخدم للموقع. (خير الله سبهان عبد الله الجبوري، 2019، ص 106)، بل إن استخدام موقع الفيسبوك في المنطقة العربية زاد انتشاره بشكل أسرع، في بداية الثورات؛ أي في الشهور الثلاثة الأولى من عام 2011 مقارنة بعام 2010. إذ بلغت نسبة الزيادة 29% في الشهور الأولى من عام 2011 مقابل 18 % خلال الفترة ذاتها من عام 2010، وقد شهدت البلدان التي انطلقت فيها الاحتجاجات صعودا سريعا خلال وبعد اندلاع تلك الاحتجاجات. (خير الله سبهان عبد الله الجبوري، 2019، ص 10)

تؤكد التقارير والدراسات بأن الفيسبوك كان أداة فعالة في أداء وظائف متعددة ومتكاملة؛ تراوحت من التنشة السياسية، إلى توجيه الشباب الثائر، عبر التركيز على قضايا الفساد وانتهاكات حقوق الإنسان، التعبئة والشحن العاطفي، التنظيم والتنسيق، كما تمت بواسطة هذا الموقع تغطية جميع مراحل الثورة: من التحضير والتخطيط إلى الزحف على مقر وزارة الداخلية بتونس ثم إلى رئاسة الجمهورية بمصر...

إذن، فبفضل التطور التكنولوجي الهائل، وقيادة الحرب السيبرانية الفعالة وغير المكلفة، انكشفت الحدود السياسية للدول وتم إغراق الشعوب بالمعلومات، فارتفعت نسبة التأثير في قطاعات واسعة من المجتمعات، وفقدت الحكومات السيطرة على المعلومة لصالح الدول المسيطرة على وسائل الثورة المعلوماتية، وعلى رأسها: الولايات المتحدة الأمريكية التي تخزن جميع المعلومات عن شعوب العالم وحكوماته، داخل التراب الأمريكي. لقد انتقلت الثورة المعلوماتية من الفيسبوك إلى الميتافيرس، مما يستدعي المزيد من التفاعلية وبالتالي: سيطرة أكبر في مجال البرمجة والتحكم والتوجيه.

خاتمة:

يبرز المقال أهمية ارتكاز الدولة على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي من جهة والاستثمار الجاد في الإعلام والتسويق السياسي لرسم الصورة المرغوبة ونشر الثقافة القومية أو على الأقل لتخفيف التأثير الخارجي الخطير وتجفيف مصادر التهديد، وعليه فإننا نقدم الإجابة التالية على الإشكالية المركزية:

- تأتي الفعالية القصوى للسينما الأمريكية من الكوادر البشرية المدربة تدريبا عاليا، التمويل الضخم الذي يوفره الاستثمار الجاد والسخي واللوجستيك الذي لا يضاهى والذي توفره المأسسة؛ أي اعتبار هوليود صناعة « Industry » من جهة والارتباط الهيكلي والدائم بمؤسسات صنع القرار وعلى رأسها وزارة الدفاع

الأمريكية والوكالات الأمنية من جهة ثانية، إضافة إلى الارتباط الإيديولوجي الذي يسمح بتغلغل اللوبي الصهيوني و بسيطرته على وسائل الإعلام الأمريكية لتنفيذ الأجندة السياسية و تحقيق الأهداف الإستراتيجية.

و منه نصل إلى التحقق من الفرضية الأساسية، على أساس إسهام الارتباط المؤسساتي و الإيديولوجي في رفع مستوى الفعالية إلى الدرجة القصوى، كما تم إدراجها في مقدمة البحث (يوفر ارتباط صناعة الرأي و توجيهه، عبر وسائل الإعلام و الاتصال، الصناعة السينماتوغرافية و مواقع التواصل، بالمؤسسات الرسمية الأمريكية إمكانات بشرية، مالية و لوجيستية ضخمة مما يرفع درجة فعاليتها محليا و دوليا، و يزيد بالتالي من نفوذ اللوبيهات المتحكمة فيها و المدركة لأهميتها و على رأسها اللوبي الصهيوني، خصوصا في شقه اليهودي.)

من خلال ما تمت مناقشته في إطار البحث، نخلص إلى النتائج التالية :

1-أدركت النخبة الحاكمة في الولايات المتحدة بشكل مبكر أهمية الإعلام في تحقيق المكانة ونشر الثقافة واكتساب النفوذ على مستوى عالمي، بالإضافة إلى تحقيق الإجماع الوطني على المستوى الداخلي.

2- من أجل تحقيق أهداف الدولة: الشرعية والإجماع الوطني، التعبئة السيكولوجية وتبرير السياسة الخارجية وكذا نشر الثقافة السياسية ونمط المعيشة الأمريكي في سياق معولم (أمركة العالم)... تندرج الإستراتيجية الإعلامية ضمن الإستراتيجية الكبرى« Grand Strategy » ومنه جاءت تسمية: "سينما الأمن القومي" التي تعالج قضايا أمنية وتصنع العدو الذي يحقق الإجماع والتحفيز ويبرر الإنفاق العسكري الضخم حسب الحاجة: زمانا ومكانا...

3- يتيح النمط السياسي الأمريكي الفرصة أمام الرأسمال الخاص للاستثمار في مجال الإعلام، مما أفسح المجال للوبي الموالي للكيان الصهيوني بوجهيه: المسيحي – الإنجيلي واليهودي، من أجل التحكم في الصحافة والإعلام المكتوب، في السينماوالإستوديوهات ثم في القنوات التلفزية وفي الوقت الراهن أصبح يتحكم في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مما زاد من فعاليته ومستوى تأثيره...

4- دفع البحث العلمي الجاد، المستمر والممول إلى إحداث ثورات علمية هائلة قلبت جميع الموازين، ومنها الثورة المعلوماتية وثورة تكنولوجيات الإعلام، الاتصال والتواصل، مما أتاح لأمريكا أن تمرر أجنداتها رغم إرادة الدول التي أصبحت معرضة لانكشاف أمني وثقافي جعلها لا تتمكن حتى من التحكم في سياساتها العامة، ولا في اتجاهات الرأي العام داخل حدودها الإقليمية، بحيث تعرضت عدة دول تمتد من الحدود الغربية لروسيا الفدرالية إلى المنطقة المسماة أمريكيا: الشرق الأوسط وشمال إفريقيا« MENA» ، أين طُبقت نظريات وأسقطت أنظمة سياسية وحدثت تحولات سياسية لم تكن متوقعة إلى غاية حدوثها.

بناء على ما سبق تناوله، تحليلا واستنتاجا، فإننا نوجز أهم التوصيات في النقاط التالية :

1- وجوب تشجيع البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، لتحقيق الوثبة المؤهلة للتحكم وبالتالي تخفيض التبعية التكنولوجية من جهة ومن درجة الانكشاف من جهة ثانية..

2- الاستثمار في الإعلام الجاد بطريقة علمية ومتنوعة (إعلام مكتوب، مسموع، مرئي) والتخلص من الرداءة وذلك بالاعتماد على الكفاءات الوطنية والتكوين العالي..

3- الاهتمام الحقيق والتكفل الجدي بالصناعة السينماتوغرافية لمواكبة الركب وممارسة النفوذ، والاستفادة من التجربة الأمريكية وحتى تلك التركية والإيرانية مع ضرورة الالتزام بالخصوصية الوطنية، حيث لا نكتفي باستحداث وزارة مختصة والانفتاح على جميع الطاقات الوطنية، في إطار ممأسس وفعال.

4- تحقيق التنمية الشاملة والمستديمة وإزالة أسباب التوتر والاضطراب من فقر وظلم وتهميش، مما قد يدفع بقطاعات واسعة من المجتمع إلى الثورة أو على الأقل إلى التنشئة السلبية والانفصال عن النخب الحاكمة وعدم الثقة بمؤسسات الدولة والثقة بدلا من ذلك في الدعاية الخارجية التحريضية.

قائمة المراجع:

الكتب:

Asma Gull hasan, (2005), **musulmans américains. La nouvelle génération**, traduit de l'américain par Marie-France Pavillet, paris, Nouveaux horizons – ARS.

David fayon, (2013), **geopolitique d'Internet. Qui gouverne le monde ?**, paris, Ed. Economica.

YochaiBenkler, (2006), The Wealth of Networks : How Social Production TrasformsMarkets and Freedom , London, Yale UniversityPress.

Valantin Jean Michel, (2010), Hollywood, Le pentagone et Washington : Les trois acteurs d'une stratégie globale, Paris, Editions Autrement.

توماس ل. ماكفيل، (2015)، الإعلام العالمي، ترجمة عبد الحكم أحمد الخزامي، الجزائر، القاهرة نشر مشترك بين الدار الجزائرية للنشر والتوزيع ودار الفجر للنشر والتوزيع.

بتراس جايمس ، سطوة إسرائيل في الولايات المتحدة (2007)، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون.

خير الله سبهان عبد الله الجبوري، مواقع الاتصال الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية (2019)، الأردن عمان، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

رضوان بلخيري، **صورة المسلم في السينما الأمريكية**، مكتبة عراس، 2012.

المجلات:

1. بشارة مروان، 2013 أهداف الولايات المتحدة واستراتيجياتها في العالم العربي، سياسات عربية، العدد 1، آذار-مارس.

2. هيثم مزاحم، 2003 نحو تفسير لأسس العلاقة الأمريكية- الإسرائيلية، **شؤون الأوسط**، لبنان، بيروت، مركز الدراسات الإستراتيجية.

المواقع الالكترونية

www.Dtc.mil/jointvision/jvpub2.htm

https://arabe-librarians.blogspot.com/2011-02-13-archive.html