



دراسات خاصة

سلسلة دراسات غير دورية تصدر عن المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة

العمالقة الرقميون: أدوار المنصات الإلكترونية في سياسات الصين التكنولوجية والتجارية



إعداد: د. مروة صبي منتصر



دراسات خاصة

المدير التنفيذي

حسام إبراهيم

مستشار أكاديمي

د. إبراهيم غالي

رئيس التحرير التنفيذي

مصطفى ربيع

نائب رئيس التحرير

إبراهيم الغيطاني

الهيئة العلمية

علي صلاح

أحمد عليبه

أحمد عاطف

د. إيهاب خليفة

هالة الحفناوي

يارا منصور

عبد اللطيف حجازي

آية يحيى

محمد العربي

محمد محمود السيد

شريف هريدي

محمود قاسم

أحمد الهاشمي

نورهان شريف

الإخراج الفني:

عبدالله خميس

عادل خطاش

التدقيق اللغوي

محمذن الغوث

العلاقات العامة

رحاب مكرم

info@futureuae.com

النشر والتسويق

أمجد محمد جروين

marketing@futureuae.com

عن "دراسات خاصة"

سلسلة دراسات غير دورية تصدر عن "المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة"، وتركز الدراسات على الظواهر الصاعدة، والمؤشرات المركبة والأفكار غير التقليدية، والاتجاهات القادمة التي ترتبط بالعالم قيد التشكل منذ بداية عام 2020.

وتتناول "السلسلة" أبرز القضايا الصاعدة في المجالات الأمنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، والظواهر كافة التي يمكن أن تساهم في تشكيل مستقبل التفاعلات الدولية والإقليمية.

*الآراء الواردة في الإصدار تعبر عن كتابها، ولا تعبر بالضرورة عن "دراسات خاصة" أو آراء مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.

*حقوق النشر محفوظة ولا يجوز الاقتباس من مواد الإصدار من دون الإشارة إلى المصدر، كما لا يجوز إعادة نشر الدراسات دون اتفاق مسبق مع المركز.

العمالة الرقمية:

أدوار المنصات الإلكترونية في سياسات الصين التكنولوجية والتجارية

د. مروة صبحي منتصر

مدرس العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة

مقدمة الدراسة:

تحولت المنصات الرقمية إلى شكل جديد من أشكال التنافس بين الدول الكبرى، خاصةً بين الولايات المتحدة والصين؛ فخلال العقد الأخير، اتجهت الدولتان كل على طريقها الخاصة إلى استخدام هذه المنصات والشركات الكبرى التي تديرها، لتحقيق أهداف اقتصادية وتجارية، بل وجيوسياسية وثقافية أيضاً، في ظاهرة أطلق عليها بعض الأكاديميين "المنصات الرقمية الموجهة"، وأطلق عليها آخرون "رأسمالية المنصات الإلكترونية"

وتتقاطع "رأسمالية المنصات" حالياً في الصين والولايات المتحدة مع الاتجاهات الخاصة بالتنافس بينهما تجارياً وتكنولوجياً، وهو ما زاد من أولوية اهتمام الدولتين بالمنصات، إما بالتدخل المباشر لتوجيه وتنظيم عمل هذه المنصات مثلما الحال في الصين وإما بالتعاون بين القطاعين العام والخاص للاستفادة من خدمات وتقنيات هذه المنصات كما في حالة الولايات المتحدة؛ بل إن هذا التنافس أصبح لا يدور فقط حول الاستثمارات والعوائد المالية من هذه المنصات بمختلف أنواعها، بل أصبح يدور كذلك على توظيفها ثقافياً كجزء حديث من أدوات القوة الناعمة للدول

في هذا الإطار، تتناول هذه الدراسة المنصات الرقمية الصينية، نظراً لأن هذه المنصات أصبحت مجالاً جديداً أو ناشئاً للمنافسة بين الدول والمؤسسات، فالصين قد طورت هذه المنصات، محلياً في البداية، ثم أخذت تُوسّع أدوارها العالمية تدريجياً، وزادت أهميتها منذ طرح مبادرة "طريق الحرير الرقمي" في عام 2015، بعد عامين من إطلاق "مبادرة الحزام والطريق" في عام 2013؛ لتصبح المنصات الرقمية أحد مجالات التنافس الأخرى بين الصين والولايات المتحدة إلى جانب العملات الرقمية والافتراضية وتطوير أجيال الإنترنت والذكاء الاصطناعي وحوكمة المجال الافتراضي ووضع معايير عالمية للإنترنت، وقبل ذلك التنافس التجاري المحتمل بين الدولتين، ولاسيما في مجالات تطوير التكنولوجيات الفائقة

وتنقسم الدراسة إلى أربعة أقسام يناقش أولها المنصات الرقمية كأداة لتحقيق القوة الهيكلية للدولة وتضاعف دورها في الاقتصاد العالمي، ثم يناقش القسم الثاني العلاقة بين الدولة الصينية وشركات المنصات الرقمية مع مقارنة حالة الصين بالولايات المتحدة فيما يتعلق بتوظيف المنصات الإلكترونية، ويتناول القسم الثالث دور المنصات الرقمية في توسّع النفوذ العالمي للصين، وأخيراً يقدم القسم الرابع نماذج لبعض المنصات الرقمية الصينية أو ما يعرف بـ"العمالة الرقمية" ودورهم في تعزيز سياسات الصين التجارية والتكنولوجية في الداخل والخارج

أولاً: الأهمية الاقتصادية والجيوستراتيجية للمنصات الرقمية

أصبحت المنصات الرقمية ذات أهمية متزايدة في العديد من دول العالم، بل إنها باتت مجالاً للتنافس بين الولايات المتحدة والصين، باعتبارها تشكل حالياً أحد مدخلات الدولة في سياق التحولات الاقتصادية الكلية طويلة المدى في الاقتصاد العالمي وفق تحليلات "الرأسمالية الجديدة للدول"⁽¹⁾، بما تقتضيه من التنافس في المجالات التي تتقاطع فيها التكنولوجيا مع الإنتاجية، مثل: تكنولوجيا الجيل الخامس، والبيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء، والذكاء الاصطناعي والروبوتات، مع ضمان المشاركة الإيجابية للشركات في سلاسل الإمدادات العالمية.

1 - المنصات الرقمية والقوة الهيكلية للدولة: في إطار الأشكال الحديثة من التنافس التجاري العالمي، لم تُعد المنصات الرقمية بعيدة عن تدخل الدولة؛ فقد باتت هذه المنصات قابلة لإشراف الدولة لدرجة أنها أضحت ضمن الوكلاء الجيوسياسيين للدول، وهو ما يُطلق عليه البعض "الاندماج المتزايد بين الدول والمنصات" أو "رأسمالية منصات الدولة"⁽²⁾.

وربما يجد هذا تفسيره في مفهوم "القوة الهيكلية - Structural Power" للدولة، والتي حددت عالمة السياسة، سوزان سترانج، أربعة مصادر لها تتمثل في: "السيطرة على الأمن، والسيطرة على الإنتاج، والسيطرة على الائتمان، والسيطرة على المعرفة والمعتقدات والأفكار"⁽³⁾. ووفقاً لهذا، فقد أظهرت منصات وسائل التواصل الاجتماعي قوة كبيرة في السيطرة على المعرفة والمعتقدات والأفكار؛ كما تمارس أنظمة الدفع الرقمية، التي تم تمكينها بواسطة المنصات، سيطرة كبيرة على الائتمان؛ وتمارس منصات التجارة الإلكترونية السيطرة على إنتاج وتوزيع السلع والخدمات، بل وترتبط الأنظمة الأمنية بالمنصات، كما هو الحال في شينجيانغ الصينية، وفي منشآت "المدن الآمنة والمدن الذكية" التي تدعمها الصين في جميع أنحاء العالم⁽⁴⁾، وبالتالي تتمتع المنصات بدرجة كبيرة من السيطرة على الأمن أيضاً⁽⁵⁾.

وبينما تصف بعض التحليلات المنصات الرقمية بأنها "أدوات تنظيمية خاصة تُمارس السلطة في الواقع بشكل مستقل عن الدول"، وهو ما ينطبق بشكل أكبر على الولايات المتحدة؛ فإن تحليلات أخرى ترى أن التركيز على النزاعات المحلية بين الدولة والشركات حول القدرة التنظيمية يحجب المواءمة الكبيرة والمتنامية للمصالح بين الدولة الوطنية وشركات المنصات الرقمية؛ فقد أدى تزايد الأهمية الاقتصادية والتركيز الجغرافي وإمكانات الحوكمة للمنصات الرقمية إلى زيادة جاذبيتها للدولة وقابليتها للإشراف عليها، بل واستخدامها من قِبَل الدولة، وهو ما يحدث الآن في الولايات المتحدة والصين، اللتان تسعيان بالفعل إلى استخدام وتعبئة المنصات الرقمية لتحقيق أهداف اقتصادية وجيوسياسية⁽⁶⁾.

ويعود ذلك إلى انتشار المنصات وتصاعد أهميتها في مجموعة متنامية من القطاعات، خاصة الاتصالات والمصارف والتمويل والتصنيع وأنظمة الملاحة والخدمات اللوجستية.. إلخ، بما أضفى عليها خصائص أنظمة "البنية التحتية الحيوية"⁽⁷⁾؛ فهي أضحت "قطاعاً رقمياً" يمثل إحدى البنى التحتية الحيوية الداعمة لقطاعات واسعة من النشاط الاقتصادي العالمي. ويصفها البعض بأنها "تفويض إلكتروني" لوظائف الدولة في مجالات مثل: خدمات الرعاية الاجتماعية والرعاية الصحية، واكتشاف الجرائم والتنبؤ بها، والأمن القومي، والاستخبارات والدفاع، إذ تنشئ المنصات تدفقات من البيانات يُمكن للدول الوصول إليها واستخدامها بشكل قانوني، كما يحدث في شراء البلديات بيانات حركة المرور من خرائط Google، أو بشكل شبه قانوني مثل، برنامج المراقبة الجماعية (PRISM) التابع لوكالة الأمن القومي

الأمريكي⁽⁸⁾، كما تشارك شركات المنصات الأمريكية والصينية الدولة في أنشطة مربحة مثل الخدمات الرقابية والشرطية⁽⁹⁾.

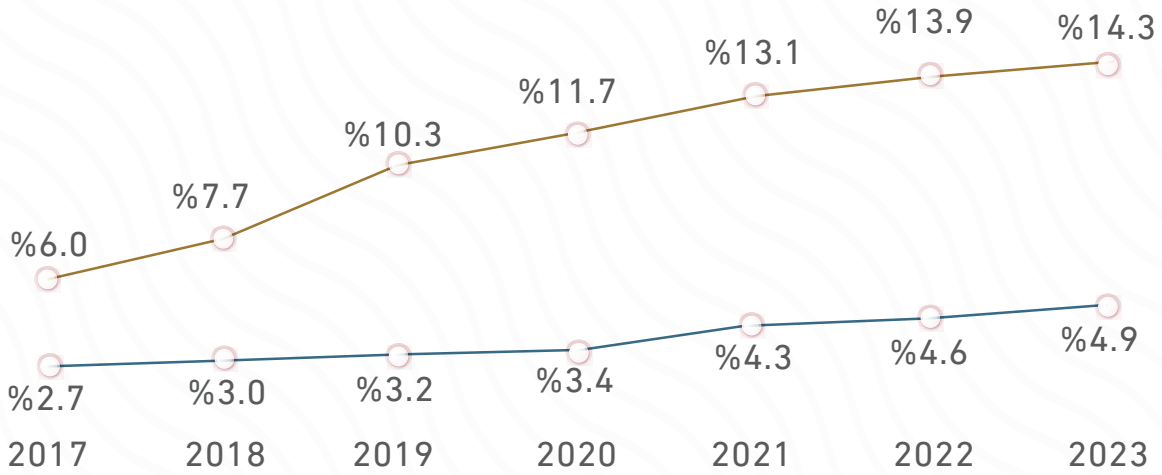
وعند تقديم تعريف للمنصات الرقمية، فهي عبارة عن "مؤسسات تجمع بين البنية التحتية الرقمية والمادية للتوسط وتسهيل التبادلات التجارية والاجتماعية والمعلوماتية". وتُعرّف أيضاً بأنها "مجمع البنية التحتية للخوادم وقواعد البيانات الضخمة ومصادر الطاقة والكابلات الضوئية ووسائط النقل اللاسلكي والتطبيقات الموزعة"⁽¹⁰⁾. وتُدْمج المنصات وفقاً لبراتون، "الحزم التقنية الأوسع نطاقاً بالبنى الحاسوبية الطباقية والوحدات المتكاملة جزئياً، والتي تتخطى الحدود الوطنية للدول"⁽¹¹⁾.

ويشارك مستخدمو المنصات، سواء الأفراد أم الشركات أم الدول، في مجموعة من الأنشطة، من أبرزها التبادلات السوقية والاجتماعية، والإنتاج الإعلامي والاتصالات التي يتم من خلالها استخراج كتلة من البيانات الضخمة وترميزها وتحليلها وتسويقها. وتتمتع المنصات عادةً بوصول حصري إلى تدفقات البيانات، والتي تكون قابلة للبرمجة بناءً على تفضيل مجموعة من المستخدمين لمنصات على أخرى، أي أنها تعمل بالتالي كوسيط غير محايد. ومن هنا، فإن المنصات بحكم تصميمها ليست أسواقاً حرة، ولكنها بمثابة "أدوات"، تغذيها مبالغ ضخمة من رأس المال الاستثماري المضارب بهدف جني ثمار الوصول الحصري إلى تدفقات البيانات وإمكانية الهيمنة على السوق⁽¹²⁾.

2 - المنصات الرقمية كجزء من الاقتصاد العالمي: ازدهرت المنصات في سياق النمو الاقتصادي العالمي البطيء بسبب انخفاض تكاليف بدء التشغيل وقابلية التوسع ومحدودية الأصول والخصوم خارج نطاق الملكية الفكرية واعتمادها على مجموعة صغيرة من العاملين بدوام كامل. وتشير بعض التقديرات إلى أن اقتصاد "المنصات" كجزء من الاقتصاد العالمي، يمكنه أن يشكل ثلث الأنشطة الاقتصادية العالمية (حوالي 60 تريليون دولار أمريكي) بحلول عام 2025⁽¹³⁾. وتتركز أكبر المنصات الرقمية بشكل كبير في الولايات المتحدة والصين، إذ تُوجد حالياً 7 منصات رقمية أمريكية وصينية متنافسة، وهي (Apple, Amazon, Microsoft, Alphabet, Meta, Alibaba, Tencent). وقد أسهمت المنصات الأمريكية برأسمال قدره 8.3 تريليون دولار في نهاية عام 2020⁽¹⁴⁾.

أما شركات المنصات الصينية، والتي لا تزال تعتمد بشكل أكبر على الاقتصاد المحلي على عكس نظيراتها في "وادي السيليكون"، فإنها تنمو بشكل متسارع، إذ تكشف البيانات أن الشركات الصينية خطت خطوات كبيرة في القدرة التنافسية، فمثلاً حققت شركة (Tencent)، وهي منصة اتصالات ومالكة لشركة (WeChat)، إلى جانب مجموعة كبيرة من ألعاب الفيديو، أرباحاً بلغت 23.3 مليار دولار في عام 2021، مقارنةً بأرباح (Facebook) (المعروفة الآن باسم Meta) التي بلغت 29.1 مليار دولار في العام نفسه. وفي مجال التجارة الإلكترونية، حققت مجموعة (Alibaba) أرباحاً بلغت 23.3 مليار دولار أمريكي، وهو ما يزيد عن شركة (Amazon) التي حققت 21.3 مليار دولار. ويوضح الشكل رقم (1) نسبة مبيعات التجارة الإلكترونية الاجتماعية (Social Commerce) للمنصات الأمريكية والصينية، إذ يتصاعد حجم التجارة الصينية باستمرار مقارنةً بالتجارة الأمريكية في الفترة بين عامي 2017 و2023.

شكل (1): مبيعات التجارة الرقمية "الاجتماعية" الصينية والأمريكية كنسبة من إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية



الصين ■ الولايات المتحدة ■

ملحوظة

التجارة الاجتماعية "Social commerce" تشمل المنتجات أو الخدمات المطلوبة عن طريق الشراء مباشرة على منصة اجتماعية، أو من خلال النقر على الروابط الموجودة على الشبكة الاجتماعية التي تؤدي إلى صفحة منتج بائع التجزئة مع خيار الشراء الفوري.

Source: Andrew Lipsman, (Feb 5, 2021). US social commerce is following in China's footsteps, Insider Intelligence. <http://tinyurl.com/4mcw7ref>

مما سبق، يُمكن القول إن شركات المنصات الرقمية أضحت من المجالات الجديدة للمنافسة الاقتصادية والجيوسياسية، فعلى الرغم من أنها ظهرت كمؤسسات للقطاع الخاص في الولايات المتحدة والصين، فإنها ترابطت بمرور الوقت مع الدول من خلال الحوافز التعاقدية المربحة والتدخلات التنظيمية والعقابية. وباعتبارها "بنى تحتية رقمية قابلة للبرمجة"⁽¹⁵⁾، فإن استخدامها كأدوات يمنح الحكومات القدرة على الاستفادة من الأشكال غير المباشرة والهيكلية للسلطة عبر ممارسة السيطرة على الأسواق وأنظمة البنية التحتية الحيوية.

ثانياً: العلاقة بين الدولة الصينية وشركات المنصات الرقمية

نمت شركات التكنولوجيا الرقمية الصينية مثل: (Tencent), (Alibaba), (Baidu) أو ما يُطلق عليها اختصاراً (BATs)، لتصبح شركات منصات ذات أهمية عالمية من خلال الاستفادة من إمكانيات التطور السريع؛ وخصوصيات بيئة الأعمال المحلية التي تهيمن عليها الدولة في الصين. وعلى الرغم من ارتباطها

ارتباطاً وثيقاً باقتصادها السياسي المحلي، فإن هذه التكتلات تُمثل أيضاً شركات عالمية، مع وصول جغرافي واسع إلى قواعد المستخدمين العالمية، ومصادر تكوين رأس المال والابتكار وشبكات البحث والتطوير⁽¹⁶⁾.

1 - آليات تشابك العمالقة الرقميين مع الدولة الصينية: قام الحزب الشيوعي الصيني بدور جوهري في تأسيس هذه القوة المحلية وساعد على التوسع الخارجي لهذه المنصات المحلية وغيرها، من خلال السياسات الصناعية، والإعانات، وسياسات التجميع، وإدخال مجموعة جذرية من التدخلات التنظيمية مؤخراً.

وهناك ثلاث آليات أساسية تشابكت من خلالها الدولة الصينية مع العمالقة الرقميين، أولها اعتماد سياسة أمنية قوية ومتطورة تقوم على حماية الصناعة الناشئة فيما يُطلق عليه “جدار الحماية العظيم”، بما يشمل ذلك من متطلبات الترخيص الشاقة لعمل الشركات الخارجية أو الأجنبية في قطاع الخدمات، ما جعل من شبه المستحيل على شركات المنصات الأجنبية الحصول على موطن قدم في الأسواق الصينية⁽¹⁷⁾.

وثاني هذه الآليات أن الصين طبقت السياسة الصناعية التقليدية التي تتضمن تعاقدات حكومية واسعة النطاق مع شركات المنصات الصينية، من خلال الإعانات المُخصَّصة للبحث والابتكار للمنصات الرقمية داخل هيكل الدولة، إذ أسست السياسات الصناعية مثل: “Internet Plus” والخطط الخمسية المتتالية (ولاسيما منذ الخطة الخمسية الثانية عشرة 2016-2011) واستراتيجية التنمية الوطنية المدعومة بالابتكار لعام 2016، كوسائل لتطوير قطاع الإنترنت الخاص باعتباره أولوية وطنية. ومن ضمن هذه السياسات أعانت الدولة أصحاب الأعمال على اكتساب التكنولوجيا وتوفير البنية التحتية، ومولت معاهد العلوم والتكنولوجيا والجامعات⁽¹⁸⁾. وفي عامي 2017 و2018، تم تكليف شركات (Baid, Alibaba, Tencent) بأدوار مميزة في “خطة تطوير الذكاء الاصطناعي للجيل الجديد للدولة”، فيما يصفه باحثون بأنه “صفقة توافق بموجبها الشركات الخاصة على التركيز على الأهداف الاستراتيجية للحكومة، في مقابل تلقيها عطاءات وعقود تفضيلية وتسهيل وصولها إلى التمويل وضمان حماية حصتها في السوق”⁽¹⁹⁾.

أما ثالث هذه الآليات، فهي أن الصين جعلت المشتريات العسكرية وتمويل البحث والتطوير جزءاً مهماً من النظام البيئي للمنصات الصينية منذ اعتماد سياسة “الاندماج العسكري المدني” كسياسة رسمية في عام 2015. وتقدّر بعض الكتابات أن ما قيمته 68.5 مليار دولار من صناديق الاستثمار تم إنشاؤها بشكل مُشترك لهذا الغرض⁽²⁰⁾، مثل: “المُختبر المُشترك لتقنيات القيادة والتحكم الذكية”، الذي تم إنشاؤه بالشراكة بين شركة (Baidu) ومجموعة تكنولوجيا الإلكترونيات الصينية (CETC) الدفاعية المملوكة للدولة، بهدف تعزيز قدرات حرب المعلومات للجيش الصيني. ويشير ذلك المثال أن التعاون بين المنصات الرقمية ومؤسسات الدولة، في ظل “الاندماج العسكري المدني”، يُستخدَم في مجالات متعددة، تمتد من التخطيط الحضري إلى تخطيط النقل والاتصالات إلى تدابير الأمن الشخصي وغيرها⁽²¹⁾.

2 - مقارنة بين توظيف الصين والولايات المتحدة للمنصات الرقمية: هل الدولة الصينية وحدها هي من قامت بالاعتماد على تكتلات المنصات الرقمية كإحدى وسائل تعزيز القوة الهيكلية للدولة؟ في

حقيقة الأمر قامت الإدارات الأمريكية بأمر مشابه إلى حد ما بهدف تحقيق الاستفادة القصوى من تطور وتوسع هذه المنصات، إذ تسعى الولايات المتحدة داخلياً إلى تعزيز استخدام المنصات الرقمية كأداة من خلال دمجها في المؤسسات الحكومية، ولاسيما قطاع الدفاع، وخارجياً إلى جذب الدول على الدخول في علاقة حصرية مع شركات المنصات الأمريكية (والمتحالفة مع الولايات المتحدة) على حساب علاقاتها الحالية مع المنصات الصينية.

وتُعد الولايات المتحدة موطناً لمعظم كبرى منصات التكنولوجيا الرقمية الأكثر تقدماً في العالم. وقد اعتبرت الولايات المتحدة منصات الرقمية حتى وقت قريب بمثابة "سياسة صناعية في الداخل، وتجارة حرة في الخارج"، إذ يتمتع قطاع التكنولوجيا المتقدمة في الولايات المتحدة و"وادي السيليكون" بتاريخ طويل من التعاون المهم بين قطاع الأعمال الخاص والدولة، بما يشمل ذلك من التعاقد الحكومي الواسع وتكوين شراكات بين القطاعين العام والخاص، من خلال توجيه تمويل كبير للبحوث الأساسية للاقتصاد الرقمي الأمريكي من خلال العديد من المؤسسات الفدرالية.

ومثل الصين، قامت مؤسسات الأمن القومي الأمريكي بالتعاون مع القطاع الخاص في اقتصاد المنصات الرقمية، فقد وقعت وكالة المخابرات المركزية الأمريكية في عام 2013 عقداً لمدة 10 سنوات، بقيمة 600 مليون دولار، مع شركة (Amazon Web Services)، يختص بنظام الحوسبة السحابية للمؤسسات التجارية، وتعاقدت في عام 2020 بقيمة عشرات المليارات من الدولارات مع شركات أخرى مثل: (AWS) (IBM)، (Microsoft Azure)، و"جوجل" و"أوراكل"⁽²²⁾. هذا علاوة على تلقي شركات ترعاها الدولة مثل: (In-Q-Tel) رأسمال يزيد عن 100 مليون دولار سنوياً من عائدات الضرائب⁽²³⁾، وهو الأمر الذي يوضح تشابك الروابط بين "وادي السيليكون" و"وول ستريت" مع المجمع العسكري الصناعي الأمني الأمريكي⁽²⁴⁾.

وتعمل الحكومة الأمريكية حالياً على زيادة سيطرتها على شركات المنصات الرقمية من خلال الأدوات التنظيمية والحوافز المالية، خاصة وأنه تم تأطير هذه المنصات كقضية تتعلق بالأمن القومي استجابةً للتنافس مع الصين؛ فعلى سبيل المثال، وصفت الاستراتيجية الإلكترونية الوطنية لإدارة دونالد ترامب، في عام 2018، الصين بأنها "منافس استراتيجي"، وذكرت أن "الأمن الاقتصادي الأمريكي يعتمد على قطاع التكنولوجيا، وأن حيوية السوق الأمريكية والابتكار الأمريكي في قطاع التكنولوجيا مسألة تتعلق بالأمن القومي"⁽²⁵⁾، وبالتالي تتصور الاستراتيجية علاقة تكافلية بين الدولة، أي المنظمات المرتبطة بالدفاع، وبين شركات التكنولوجيا، وأنه من الضروري، وفقاً لوحدة الابتكار في وزارة الدفاع، تعزيز الارتباط وتعميق التعاون بين عمالقة المنصات الأمريكية ومقاولي الدفاع للإنفاق على البحث والتطوير⁽²⁶⁾. ولذا تنص الاستراتيجية على أن حكومة الولايات المتحدة ستستخدم قوتها الشرائية لتشكيل الابتكار والتأثير في سلوك الشركات لدعم أهداف الدفاع⁽²⁷⁾.

وقد أصبح من أهداف الاستراتيجية العسكرية الأمريكية الاستفادة من ابتكارات القطاع الخاص للأغراض الدفاعية، واعتبارها جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية الدفاع الوطني لعام 2018، وهو ما يفسر زيادة العقود العسكرية مع شركات "أمازون" و"جوجل" و"مايكروسوفت" و"فيسبوك" و"تويتر"، مثل: عقد وكالة الأمن القومي (NSA) بقيمة 10 مليارات دولار لخدمات الحوسبة السحابية الممنوحة

لشركة "أمازون" في عام 2021، وتعاون شركة (Google) الوثيق مع وكالة المخابرات المركزية والبحرية الأمريكية والقوات الجوية⁽²⁸⁾.

وقد تبنت إدارة جو بايدن، نفس هذه التوجهات فيما يتعلق بالتعاون بين مؤسسات الدولة والشركات الخاصة، مع تعزيز الاهتمام بـ"دبلوماسية التكنولوجيا في آسيا"، في سياق استعادة زخم التحالفات التقليدية والجديدة في منطقة المحيطين الهندي والهادئ، فقد أكدت وثيقة "استراتيجية الولايات المتحدة في المنطقة"، والصادرة في فبراير 2022، هذا التوجه، ولكن بتفاصيل قليلة حول كيفية القيام بذلك، إذ جاء في الوثيقة ما يلي: (تعزيز البنية التحتية الرقمية الآمنة، ولاسيما تنوع موردي الاتصالات السحابية والاتصالات السلكية واللاسلكية، بما في ذلك الشبكات المبتكرة مثل: Open RAN من خلال تشجيع النشر التجاري على نطاق واسع، وتعميق المرونة المشتركة في شبكات الحكومة والبنية التحتية الحيوية، مع بناء مبادرات إقليمية جديدة لتحسين الأمن السيبراني الجماعي والاستجابة السريعة للحوادث السيبرانية)⁽²⁹⁾.

ثالثاً: المنصات الرقمية وتوسع النفوذ الصيني العالمي

تنافست المنصات الغربية داخل الصين لوضع سنوات مع المنصات الصينية، ولكن اضطرت هذه المنصات الغربية إلى الخروج من السوق الصيني منذ عام 2010 بعدما فرضت الصين مجموعة من القيود التنظيمية الشديدة، وتمكنت شركات المنصات الصينية مثل: (Tencent, Alibaba) من أن تجمع مليارات الدولارات لتمويل ابتكارات الجيل التالي وتعزيز قدرتها على التوسع محلياً وخارجياً⁽³⁰⁾.

1 - مؤشرات توسع نفوذ المنصات الصينية الرقمية: تمتلك الصين الآن العديد من منصات الوسائط الاجتماعية والتجارة الإلكترونية والبحث الرائدة في العالم، والتي تقدم أنظمة رقمية مهمة لتوفير المنتجات والخدمات والاتصالات والوصول المالي لمئات الملايين من المواطنين الصينيين والمستخدمين في الخارج؛ بل وكانت المنصات الصينية في طليعة الابتكار الرقمي، إذ أدخلت تطبيقات الفيديو القصيرة مثل: (TikTok)، وأنظمة الدفع والأئتمان الرقمية، ورموز (QR)، والبيع الذي يحركه المؤثرون.. إلخ.

وبوجه عام، تقوم المنصات الرقمية الصينية وشركات التكنولوجيا داخلياً بأداء أدوار فعالة كشركاء مع الحزب الشيوعي الحاكم، إذ تشارك مجموعة كبيرة من الشركات مثلاً في تطوير برامج التعرف على الوجه، وتقوم شركات مثل: (Baidu), (Tencent), (Alibaba)، والتي يتفاعل المواطنون من خلالها مع التكنولوجيا، بحظر المحتوى غير المرغوب فيه، والترويج للسياسات الحكومية، وحث المواطنين على اتباع بعض السلوكيات "المحددة"، وإعداد التقارير عن المستخدمين⁽³¹⁾. ولقد تم دمج هذه الممارسات في عملياتها التجارية والاجتماعية والثقافية، ليكون تأثيرها الداخلي أكثر كثيراً من المنصات الغربية، نظراً لكونها أكثر تناغماً وارتباطاً مع السلطات الصينية في ظل إطلاق الحزب الشيوعي الصيني مصطلح "المنصة السيادية" "Platform Sovereign" لإملاء ما تفعله هذه المنصات الرقمية⁽³²⁾.

أما خارجياً، فقد توسعت بعض المنصات الصينية وأظهرت قدرات كبيرة، فعلى سبيل المثال، لدى (WeChat) التابع لمنصة (Tencent) حوالي 200 مليون مستخدم خارج الصين، وذلك على الرغم من أن نظام تشغيل التطبيق منعزل للغاية ويتوافق مع مصالح الصين، إلى درجة أن هذا التطبيق قَرَضَ في

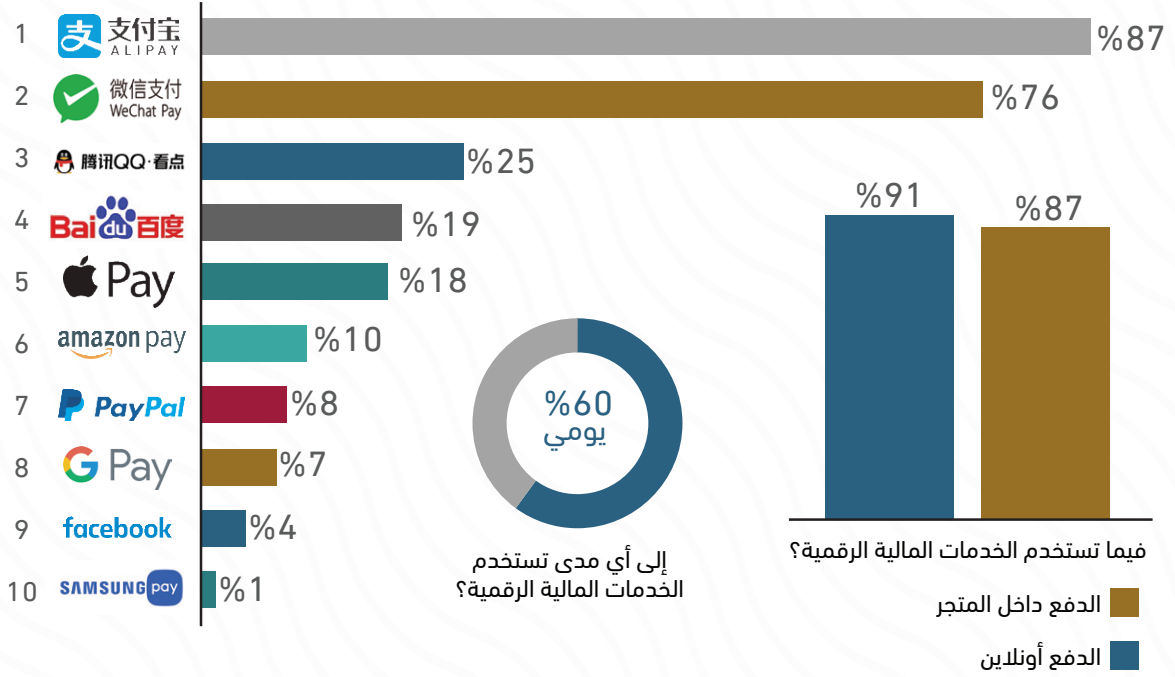
عام 2022 رقابة على الرسائل الواردة من رئيس الوزراء الأسترالي، سكوت موريسون، الذي كان يدحض ما يعتبره معلومات خاطئة نشرتها الحكومة الصينية على التطبيق، لكن لم يتلقَ مستخدمو (WeChat) في أستراليا رسائله أبداً، لأن (WeChat) ببساطة عطل وصول موريسون، وباع الحساب لشركة صينية⁽³³⁾. واتخذ (WeChat) إجراءات مماثلة في كندا، إذ فرضت رقابة على منشور برلماني كندي على (WeChat) عندما أعربت برلمانية كندية عن دعمها للمتظاهرين في هونغ كونغ⁽³⁴⁾.

ويُلاحظ أن شركة (Tencent)، وهي أكبر شركة ألعاب في العالم، تراقب الأحداث المباشرة بين المستخدمين، فعلى سبيل المثال، استبعدت في عام 2018 كلمات مثل: تايوان والإيغور والتبت وموضوعات حساسة أخرى⁽³⁵⁾، بل وفرضت شركة (Hearthstone Activision Blizzard) (الملوكة جزئياً في ذلك الوقت لشركة Tencent) عقوبات علنية على لاعبين من خارج الصين أثاروا قضايا سياسية مثل: احتجاجات هونغ كونغ، وهو ما حدث مع اللاعب Ng Wai Chung، وحذرت شركة (Riot Games) المملوكة لشركة (Tencent) المذيعين واللاعبين داعية إياهم للابتعاد عن أي "موضوعات حساسة" خلال بطولة العالم (League of Legends) لعام 2019، وشمل ذلك موضوع احتجاجات هونغ كونغ. وفي هذا السياق أيضاً لدى (TikTok) إرشادات تحظر الموضوعات التي تعتبرها الصين حساسة، كما منعت شركة التجارة الإلكترونية (Alibaba) نشر روايات عن الغزو الروسي لأوكرانيا تختلف عن الرواية الروسية والصينية⁽³⁶⁾.

وعلى مستوى التنافس الدولي للمنصات الصينية، خاصة مع المنصات الأمريكية، فقد توسعت المنصات الصينية خارج الصين منذ أوائل عام 2010. وينطبق هذا بشكل خاص على الأسواق الناشئة، إذ تتمتع بمزايا نسبية تنبع من تصميماتها، وتكامل المدفوعات الإلكترونية، والتكامل مع البنية التحتية لتكنولوجيا الإنترنت التي تبنيها الصين من خلال طريق الحرير الرقمي، والذي يعتبر المكون الرقمي والتكنولوجي من مبادرة الحزام والطريق التي أطلقها الرئيس، شي جين بينغ، في عام 2013. وتسعى الصين من خلال طريق الحرير الرقمي إلى توسيع أسواق شركات التكنولوجيا الصينية مع بناء التواصل التجاري والاجتماعي والشعبي بين البلدان المتلقية والصين، إذ يوفر الطريق للدول تمويلاً سهلاً ودعمًا حكومياً وتشجيعاً لشركات التكنولوجيا الصينية التي تتوسع في الخارج، ولاسيما في الاقتصادات الناشئة⁽³⁷⁾.

وتتمتع المنصات الصينية المتخصصة في مجال خدمات الدفع الرقمية بانتشار واسع للغاية في الصين، مثل: (Alipay, WeChat Pay, QQ Wallet, Baidu Wallet)، كما يوضح الشكل رقم (2).

شكل (2): نسبة الصينيين الذين يستخدمون المنصات الإلكترونية في مجال خدمات الدفع الرقمية



Source: Statista

ملحوظة: مسح عبر الإنترنت لـ 2003 صيني في الفئة العمرية 18-69 سنة.

2 - وسائل الصين لتعزيز قوة المنصات الرقمية حول العالم: كان توسع المنصات الصينية مدفوعاً أيضاً بالمصالح التجارية القوية والمنافسة واحتياطات رأس المال الوفيرة، إلى جانب الدعم والتشجيع بعيد المدى من الحكومة الصينية. وقد استخدمت هذه الشركات أربع وسائل رئيسية للتوسع عالمياً، وهي⁽³⁸⁾:

- امتدادات الخدمة: يتضمن ذلك توسيع عروض الخدمات داخل دولة ما (إضافة التجارة الإلكترونية إلى منصة وسائط اجتماعية على سبيل المثال) أو توسيع الخدمات إلى الدول التي لم يتم تقديمها من قبل.
- توسيع البنية التحتية للتكنولوجيا: يشمل هذا بناء مراكز البيانات وشبكات توصيل المحتوى والخدمات السحابية في دولة ما. ومن خلال القيام بذلك، لا تعمل المنصات على تمكين أو توسيع عروض الخدمات الخاصة بها فحسب، بل تربط أيضاً عملياتها بشكل أو ثقل بمجموعة التكنولوجيا التي غالباً ما يتم بناؤها وصيانتها من قبل شركات صينية أخرى.
- الانخراط في رأس المال الاستثماري: انتشرت استثمارات رأس المال ليس فقط في الصين، ولكن في

العديد من الدول حول العالم، إذ يتم جزء من هذا الانتشار من خلال رأس المال الاستثماري للشركات ذات العلامات التجارية المعروفة. ولكن الكثير من هذا الاستثمار يتم من خلال شركات رأس المال الاستثماري التي لا ترتبط بشكل واضح بالمنصات، وهكذا يتيح الاستثمار من خلال شركات رأس المال المغامر الأخرى للمنصات الرقمية إمكانية نشر مخاطر الأسهم مع الحصول على رؤى حول التقنيات المبتكرة التي يمكنهم الحصول عليها بعد ذلك بشكل مباشر. وتسمح هذه الاستثمارات أيضاً للمنصات بالوصول إلى التقنيات والشركات دون تحديد العلامة التجارية بشكل مباشر. وبالتالي، أينما كان هناك نشاط كبير لرأس المال الاستثماري، فمن المحتمل أن تكون شركات المنصات موجودة في شكل علامة تجارية و/أو من دون علامة تجارية.

- **الاستحواذ على الأسهم:** كانت المنصات الصينية، مستثمرين ومشتريين، غزيرة الاستثمار في جميع أنحاء العالم. فبدأً من نوفمبر 2022، على سبيل المثال، قامت (Tencent) بأكثر من 1100 عملية استحواذ أو استثمار على مستوى العالم، وقامت ((Alibaba) بأكثر من 260، بينما قامت (Bytedance) بأكثر من 50 عملية استحواذ.

إذن استطاعت المنصات الرقمية الصينية أن تقوم بضخ استثمارات ضخمة في سبيل توسعها، في الداخل والخارج، في إطار تحقيق المصالح التجارية للصين، حتى إن مراقبي صناعة المنصات يعتبرون الابتكار الرقمي الصيني متقدماً بشكل ملحوظ على الابتكار الرقمي في الولايات المتحدة⁽³⁹⁾، ويقارن الجدولان (1) و(2) بين حجم الانتشار والاستثمارات الخاصة بالمنصات الصينية مع نظيراتها الأمريكية.

جدول (1): حجم استثمارات المنصات الصينية

المنصة	أبرز الخدمات	الانتشار العالمي	حجم المستهلكين	حجم الاستثمارات
مجموعة علي بابا (Alibaba)	التجارة الإلكترونية، الخدمات السحابية، الخدمات المالية، الموسيقى، الألعاب، البث المباشر.	190 دولة	التجارة الإلكترونية (903 ملايين شخص في الصين وخارجها)	310 مليارات دولار
(Tencent)	أكبر شركة ألعاب في العالم، التجارة الإلكترونية (We-Chat)، الخدمات السحابية، "خدمات (Tencent Pay) المدفوعات"، الموسيقى، البث.	100 دولة	WeChat (1.31) مليار شخص حول العالم	458 مليار دولار

300 مليار دولار	(TikTok) (مليار شخص حول العالم)	150 دولة	(TikTok)، التجارة الإلكترونية، الألعاب، البث.	(Bytedance)
-----------------	---------------------------------	----------	---	-------------

جدول (2): حجم استثمارات المنصات الأمريكية

حجم الاستثمارات	حجم المستهلكين	الانتشار العالمي	أبرز الخدمات	المنصة
980 مليار دولار	300 مليون شخص حول العالم	التجارة الإلكترونية في 13 دولة وتسليمها إلى أكثر من 100 دولة.	التجارة الإلكترونية، الخدمات السحابية، البث، الموسيقى، الأجهزة.	خدمات Amazon (Web)
354 مليار دولار	مستخدمو "الفيستوك" وخدمهم 2.96 مليار شخص حول العالم	150 دولة	وسائل التواصل الاجتماعي، التجارة الإلكترونية، الإعلان، (WhatsApp)، (Metaverse)	Meta (Face-book)
1.18 تريليون دولار	محرك البحث وحده (2 مليار نسمة حول العالم)	150 دولة	البحث، (Youtube)، البريد الإلكتروني، الدردشة، الإعلان، الصور، الخرائط، التخزين السحابي، الهواتف	(Google)

وعلى الرغم من هذا النشاط والانتشار الكبير للمنصات الصينية، فإنها تواجه تحديات على وجه خاص في المجتمعات الغربية، فهي لم تشكل أغلبية كبيرة من المستخدمين في دول كبرى ومتقدمة، إذ لا تزال تهيمن المنصات الغربية، وبعض المنصات المحلية أو الإقليمية، على البحث ووسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الإلكترونية في هذه المجتمعات، ولم تحقق شركات المنصات الصينية نجاحاً مثل نظيراتها الغربية من حيث المقاييس المشتركة لقيادة المنصة مثل: قيمة الأسهم وحصة السوق وصافي الإيرادات، وربما هذا ما دفع إلى إطلاق الصين حملة "التصحيح" التي اكتملت رسمياً في يناير 2023، والتي أجبرت من خلالها الحكومة العديد من هذه الشركات على إعادة هيكلة استثماراتها وإعادة توجيهها.

ومع ذلك، وفي مواجهة هذه التحديات، تحتفظ المنصات الصينية بالعديد من المزايا - على الأقل في الاقتصادات الناشئة- التي قد تعزز قدرتها على تجاوز المنصات الغربية. وتشمل هذه المزايا كلاً

من الاستثمارات المستمرة في تبني الابتكارات الرائدة في السوق، والتي تتزايد باضطراد، وتكامل هذه الاستثمارات مع مجموعات التكنولوجيا الصينية في العديد من الدول، وبذل الصين جهوداً لإعادة وضع معايير حوكمة الإنترنت والتكنولوجيا على مستوى العالم. ويشير بعض الباحثين إلى ما يُعرف بـ"تأثير بكين" في الاقتصادات الناشئة، إذ ستجذب رؤية الصين لـ"السيادة الرقمية"، وبناء وصيانة بنية الإنترنت هذه الدول، إلى جانب جهود إعادة تشكيل معايير التكنولوجيا العالمية، وبالتالي تسعى هذه الدول إلى تبني نموذج الصين من الإنترنت.

ومن أبرز الدلائل على أن المنصات الرقمية الصينية سوف تنافس نظيراتها الغربية، حتى داخل الدول الغربية المتقدمة ذاتها، أن هذه المنصات الصينية تغزو العالم الآن، فمثلاً شهد تطبيق (TikTok) أكثر من 3 مليارات عملية تنزيل، ليصبح على قدم المساواة مع عدد تنزيلات (Facebook) أو يتجاوزها. وتمنح ريادة (Tencent) العالمية في مجال الألعاب الإلكترونية ميزة للصين في تطوير وإنشاء الجيل التالي من الإنترنت (Metaverse)، بدعم من الوكالات الحكومية المحلية والوطنية في الصين. وتبلغ قيمة السلع والبضائع المباعة على مستوى العالم من خلال شركة (Alibaba) أكثر من ضعف قيمة مبيعات شركة (Amazon) الأمريكية. هذه المؤشرات وغيرها تشير إلى التراجع المحتمل لقيادة الولايات المتحدة في عناصر البنية التحتية الأساسية للمجتمعات الرقمية الحالية في مقابل صعود الصين، على الأقل في الاقتصادات الناشئة⁽⁴⁰⁾.

رابعاً: دور المنصات الرقمية في سياسات الصين التجارية والتكنولوجية:

كما سبق أعلاه، تُعد دول الأسواق الناشئة ذات أهمية حيوية للاقتصاديين الأمريكي والصيني، بل مهمة كذلك في إطار التنافس بين المنصات الرقمية في الدولتين، إذ تمثل هذه الأسواق ما يقرب من 80% من سكان العالم. وينمو نفوذ الصين الاقتصادي في هذه الدول على مدى العقدين الماضيين، ففي عام 2001، كانت حوالي 80% من دول العالم تقوم بمبادلات تجارية مع الولايات المتحدة أكبر من الصين، ولكن بحلول عام 2018 تغير الوضع إلى حد كبير، إذ أصبح لدى 70% من الدول حجم تجارة أكبر مع الصين من الولايات المتحدة.

ومع أنه قد تم الترحيب بهذا النشاط التجاري الصيني الموسع في الغرب، والعالم بأسره، كمساهمة في النمو الاقتصادي والازدهار وكمقياس لتكامل الصين المتزايد مع النظام العالمي الذي تقوده الولايات المتحدة؛ لكن هذا لم يمنع من تصاعد حدة التنافس التجاري الصيني الأمريكي في العقد الأخير، بل وأصاب القلق بعض الدول لاعتمادها المفرط على الصين، وبدأت تثار التساؤلات بشأن سلاسل التوريد العالمية، في ظل جهود الصين لتعزيز قدراتها العسكرية من خلال التقنيات المتقدمة، فضلاً عن نياتها أن تحل محل الولايات المتحدة كقوة عالمية رائدة⁽⁴¹⁾.

في سياق هذا التنافس ظهرت مبادرة الحزام والطريق، ومن ضمنها طريق الحرير الرقمي، لتعكس رغبة الصين في تعزيز قدراتها التكنولوجية والرقمية لأهداف تجارية واستثمارية، إذ تضيفي المبادرتان شرعية للتوسع العالمي لعمالقة الإنترنت المحليين الصينيين بدعم سياسي قوي من الحكومة؛ فمبادرة الحزام والطريق هي سياسة وطنية تهدف إلى تعزيز دور الصين الاقتصادي في التنمية الإقليمية والدولية. وبينما يُنظر إلى المبادرة بالنسبة للصينيين على أنها فرصة عظيمة للأمة ومخطط كبير لإعادة

اختراع مُجد الصين واستراتيجية وطنية لتحفيز الاقتصاد الصيني وتدويل الشركات الصينية، فإن استقبال الدول الغربية ومنافسي الصين الإقليميين للمبادرة لم يكن إيجابياً⁽⁴²⁾، إذ يرى العديد من هذه الدول أن المبادرة ذاتها ليست سوى وسيلة لخلق عالم أكثر تمحوراً حول الصين ومسعى صينياً للتأثير في وضع المعايير العالمية التجارية، فيما يُعد طريق الحرير الرقمي أداة صينية لتوسع شركات التكنولوجيا الصينية بهدف تعزيز الصين نفوذها الرقمي العالمي.

1 - طريق الحرير الرقمي: تم تقديم طريق الحرير الرقمي (DSR) في عام 2015 من خلال الكتاب الأبيض الرسمي للحكومة الصينية، باعتباره أحد مكونات مبادرة الحزام والطريق. ولا يشتمل الطريق على تطوير قطاع الخدمات الرقمية مثل: التجارة الإلكترونية عبر الحدود والمدن الذكية والطلب عن بُعد وتمويل الإنترنت فحسب، ولكن يهدف كذلك إلى تسريع التقدم التكنولوجي بما في ذلك الحوسبة والبيانات الضخمة وإنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي.

وترغب بكين من الشركات الصينية أن تشارك في بناء العديد من الشبكات المالية والمعلوماتية وشبكات الاتصالات على مستوى العالم، بهدف زيادة قدرة الصين الإجمالية على المشاركة في وضع معايير التكنولوجيا الدولية وهيئات قواعد حوكمة الإنترنت. وقد تزامن ذلك مع توسيع الأعمال التجارية العالمية العادية من خلال التجارة الإلكترونية الصينية والبنية التحتية الذكية وشركات وسائل التواصل الاجتماعي مع المشروعات الخارجية التي تدعمها بكين بقوة⁽⁴³⁾، ووفقاً لهذه الأهداف، وضعت الصين مجموعة من السياسات والوثائق المعلنة بشأن تطوير مبادرة طريق الحرير الرقمي، كما يوضحها بإيجاز الجدول رقم (3).

جدول (3): الوثائق والسياسات الصينية المعلنة بشأن تطوير مبادرة الحرير الرقمي

العنوان	السنة	المصدر	النصوص ذات الصلة
تم تحديد الرؤية والإجراءات المقترحة بشأن البناء المشترك للحزام الاقتصادي لطريق الحرير وطريق الحرير البحري للقرن الحادي والعشرين	2015	اللجنة الوطنية للتنمية والإصلاح، ووزارة الخارجية، ووزارة التجارة.	يقترح طريق الحرير الرقمي الاعتماد على برامج البنية التحتية الصلبة المرتبطة بمبادرة الحزام والطريق مثل: الكابلات الأرضية والبحرية وروابط الأقمار الاصطناعية.
الخطة الخمسية لاستراتيجية تطوير المعلوماتية الوطنية	2016	مجلس الدولة الصيني.	الطموح لدمج الأجهزة والبرامج لتحسين القدرة التنافسية وإمكانية الاتصال والتطور السيبراني دولياً.
استراتيجية القوة العظمى السيبرانية	2017	خطاب الرئيس شي أمام مجلس الدولة.	تعزيز الكفاءة التكنولوجية المحلية بهدف زيادة فاعلية التأثير العالمي لعمالقة التكنولوجيا الصينيين.

المنصات الرقمية هي عناصر أساسية للرقمنة واستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويجب تنظيمها للتحكم في "التوسع غير المنظم" لهذه المنصات.	خطاب الرئيس شي أمام اللجنة المركزية للشؤون المالية والاقتصادية.	2021	المنصات الرقمية
مواصلة نشر البنية التحتية للاتصالات التي تدعمها الدولة في الخارج، وتعزيز رقمنة شركاء التنمية.	الكتاب الأبيض لمجلس الدولة.	2021	التعاون الإنمائي الدولي للصين في العصر الجديد
بذل الجهود لتطوير المعايير المعتمدة عالمياً لـ (Blockchain)، وإترنت الأشياء (IoT)، والحوسبة السحابية، والبيانات الضخمة، و(5G)، والذكاء الاصطناعي، والمدن الذكية، وأنظمة المعلومات الجغرافية.	إدارة المعايير في الصين، وخطة مجلس الدولة.	2021	معايير الصين 2035
الدفع نحو تنمية الحصة الرقمية لاقتصاد الصين، وتنفيذ الإنترنت الصناعي، واتخاذ إجراءات السبق في وضع معايير (G6) الدولية.	مجلس الدولة؛ إذ تم تطوير المخطط بما يتماشى مع الخطة الخمسية الرابعة عشرة (2021-2025)	2022	مخطط الاقتصاد الرقمي

وبالنظر في الجدول (3)، فإن الصين قد اعتبرت المنصات الرقمية من العناصر الأساسية للرقمنة ولاستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الصينية، وأنه يجب تنظيمها للتحكم في "التوسع غير المنظم" لهذه المنصات. ويتماشى ذلك مع تركيز خطابات الرئيس الصيني المتعلقة بالاعتماد على الذات في التكنولوجيا والبحث والتطوير في القطاعات الرئيسية في إطار مشروعات طريق الحرير الرقمي، إذ يجري تصنيف العديد من الشركات والأنشطة التكنولوجية الصينية، وكذلك الشركات التي تتخذ من الصين مقراً لها باعتبارها منصات تخدم طريق الحرير الرقمي، رغم التحفظات الخارجية، خاصة من الغرب، على هذه الشركات التي تؤثر فيها أو حتى تديرها السلطات الصينية لزيادة نفوذها العالمي، مثل: شركات التجارة الإلكترونية، والخدمات السحابية، وعمالقة المدفوعات مثل: (Alibaba, Ant Financial, Tencent, JD.com) الناشطة في جنوب شرق آسيا وأوروبا، وشركات سائل التواصل الاجتماعي مثل: (ByteDance / TikTok) الناشطة في آسيا، و(XIAOMI) إحدى صناعات (DJI) و(XAG) في الولايات المتحدة وآسيا وجنوب شرق آسيا وأمريكا اللاتينية⁽⁴⁴⁾.

2 - (BATs) نماذج لعمالة التكنولوجيا الرقمية الصينية: بدأت العديد من الشركات الرقمية الصينية في التوسع تدريجياً منذ عام 2015، وبات منها عمالقة رقميون على مستوى العالم، مدفوعين

في ذلك بدعم وتنظيم من الحكومة الصينية. وفي هذا السياق، يمكن التركيز على ثلاث شركات للمنصات الرقمية تُصنّف ضمن عمالقة التكنولوجيا الرقمية الصينية، وهي: (Baidu, Alibaba, Tencent)، والمعروفة اختصاراً بـ (BATs) وعلى دورها في مبادرة الحرير الرقمي؛ إذ تسيطر هذه الشركات الثلاث على منافسيها في الصين عبر منصات تشمل التجارة الإلكترونية والترفيه الرقمي والتمويل الإلكتروني والذكاء الاصطناعي.

• شركة (Baidu):

تقوم الشركة بدور رئيسي في مبادرة الحزام والطريق، إذ تم تصميم خدماتها لتشمل ترجمة الذكاء الاصطناعي والخرائط الذكية والحوسبة السحابية، وبرنامج حماية التراث الثقافي المصمم خصيصاً لمبادرة الحزام والطريق؛ إذ تهدف ترجمة الذكاء الاصطناعي إلى إزالة الحواجز اللغوية في تنفيذ المبادرة، فمن خلالها تصبح ترجمة (Baidu) أكثر سلاسة من تطبيقات الترجمة الحالية.

وقد اجتذب تطبيق (Baidu Map) أعداداً كبيرة من المستخدمين على المستوى الدولي، بما يتجاوز نطاق مبادرة الحزام والطريق⁽⁴⁵⁾، إذ يغطي حالياً 209 دول. ولا تزال الشركة تسعى إلى تطوير خرائط ذكية تستند إلى الذكاء الاصطناعي. ومن خلال دمج الواقع الافتراضي و(Union pay) والموردين، توفر الشركة دليلاً سياحياً شاملاً للمستخدمين، كما تطبق الابتكار على خدماتها الأصلية وتقوم (Baidu Cloud) بتوسيع الخدمات المقدمة دولياً تحت مبادرة الحزام والطريق⁽⁴⁶⁾.

ولا يقتصر دور الشركة على هذه الخدمات الرقمية والتكنولوجية كجزء من القطاع الاقتصادي، بل تشارك بفاعلية في المجال الثقافي من خلال برنامج حماية التراث الثقافي، الذي يهدف إلى تنشيط الثقافة الصينية التقليدية كجزء لا يتجزأ من مبادرة الحزام والطريق والسياسة الوطنية الصينية لعام 2017، إذ أطلقت شركة (Baidu) في يناير 2018 برنامج حماية التراث الثقافي بالتعاون مع الدولة، واعتمدت تقنية الذكاء الاصطناعي لإعادة اختراع مشروع "الإنترنت+" و"المعرفة+"، لتساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي على إنشاء نُسخ رقمية للتراث الثقافي وتحويل المعرفة بالمتاحف الصينية إلى تفاعلات رقمية حية، بما يجعل التاريخ الصيني نابضاً بالحياة ويتماشى مع التطورات الرقمية الراهنة⁽⁴⁷⁾.

• شركة (Tencent):

تقدم الشركة خمس خدمات رئيسية هي: وسائل التواصل الاجتماعي؛ وخدمات المراسلة (QQ و WeChat)؛ وألعاب الإنترنت؛ والمحتوى الرقمي (فيديو Tencent، موسيقى QQ، مجموعة Tencent Yuewen)؛ والإعلان عبر الإنترنت (على فيديو Tencent News WeChat, Tencent). وتحقق ربحاً من خلال الإعلان على منصات الاجتماعية والترفيهية، وتقديم خدمات الاشتراك أو (VIP) وبيع الأدوات الافتراضية في ألعاب الإنترنت. وتحظى منتجات (Tencent) بشعبية كبيرة لدرجة أن (WeChat) هو أكثر التطبيقات التي لا غنى عنها في الهاتف المحمول في العديد من الدول الغربية، ومنها الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁴⁸⁾.

وبصرف النظر عن مساهمتها في الجوانب الثقافية المباشرة لمبادرة الحزام والطريق مثل شركة

(Baidu)، بدأت الشركة في تقديم خدمات الترجمة والخدمات السحابية، وأنتجت (Tencent Video) أيضاً سلسلة وثائقية بعدة لغات حول مبادرة الحزام والطريق لدعم الحكومة الصينية⁽⁴⁹⁾، إذ تلتزم الشركة بمحاولة تأسيس إمبراطورية ثقافية للأمة الصينية، في سياق علاقتها الوثيقة مع الحكومة.

• شركة (Alibaba):

تشتهر الشركة بإنجازاتها العديدة، فعلى الرغم من أنها تأسست في الأصل لتصبح مزوداً للبنية التحتية للإنترنت، فإن خدماتها الأساسية تضم التجارة الإلكترونية، والعمليات المساعدة بما في ذلك الخدمات اللوجستية والمدفوعات عبر الهاتف المحمول وغيرها. وقد أسهمت الشركة في تعزيز البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، ووصفتها وسائل الإعلام الصينية بأنها منصة رائدة على الإنترنت، واحتلت المرتبة الخامسة بين الشركات الصينية الأكثر نفوذاً خارجياً والشركة الأكثر نفوذاً داخل الصين وفقاً لتقرير البيانات الضخمة لعام 2017 الصادر عن مركز المعلومات الوطني التابع لمبادرة الحزام والطريق.

واتصالاً بمبادرة الحزام والطريق، قامت الشركة بتوسيع خدمات التجارة الإلكترونية والخدمات اللوجستية، ونظام الدفع (Alipay)، والترجمة والخدمات السحابية (Ali Cloud) بتسهيلات من مبادرة الحزام والطريق⁽⁵⁰⁾، ووفقاً لمؤشر اتصال التجارة الإلكترونية المُقدّم من مركز أبحاث (Alibaba)، فإن مستخدمي خدمات شركة (Alibaba) على طول دول مبادرة الحزام والطريق يشكلون حوالي 45% من المستخدمين الدوليين. وبالنسبة للتوسع الدولي للشركة، يقول يونغ زيانغ، الرئيس التنفيذي للشركة إنه “من الضروري إنشاء خدمات لوجستية عالمية، وإن الشركة ستكون قادرة على تقديم أكثر الشبكات اللوجستية الصينية، وحتى العالمية، كفاءة في غضون السنوات الخمس المقبلة، خاصة وأن نظام الدفع من طرف ثالث (Alipay) بدأ يزدهر بناءً على هذه الخدمات”. وعلاوة على تحسين تجربة المستخدمين وتوسيع الأعمال التجارية، أطلقت الشركة خدمات للترجمة تهدف إلى إزالة حواجز اللغة، كما تقوم (Ali Cloud) بتوسيع الخدمات السحابية إلى البلدان النامية.

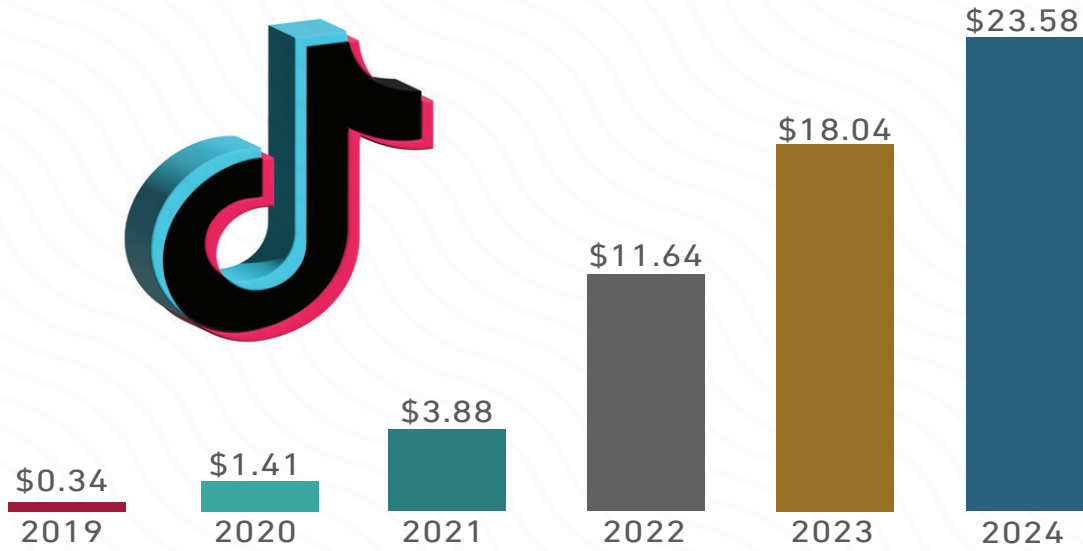
3 - تطبيق (TikTok).. نموذج للقوة الناعمة للمنصات الرقمية: إلى جانب الدور البارز لعمالة

التكنولوجيا الصينيين في مبادرة الحرير الرقمي، يُقدّم عملاق تكنولوجي آخر مثلاً مهماً على توسّع النفوذ الصيني العالمي من خلال المنصات الرقمية، وهو منصة (TikTok)، والتي بلغ نفوذها وتأثيرها عالمياً حداً جعل الولايات المتحدة تشن حرباً غير مسبوقه تجاه هذا العملاق التكنولوجي الصيني. وقد تم تطوير تطبيق (TikTok) في عام 2016 بواسطة شركة (ByteDance) الصينية، والتي لها مكاتب في بعض مدن العالم مثل باريس. ويُعتبر التطبيق شقيقاً لتطبيق (Douyin) الذي تم إنشاؤه للسوق الصينية الداخلية. ويتيح كلا التطبيقين للمستخدمين مشاركة مقاطع الفيديو القصيرة ومشاهدتها.

وعلى الرغم من تخوف كثيرين من التطبيق فيما يتعلق بالأمن الإلكتروني وخصوصية البيانات، فإن شعبيته بين الجمهور الغربي تجعله أحد مصادر القوة الناعمة الصينية؛ إذ يظل التأثير الثقافي للتطبيق مهماً في نقل الثقافة والقيم الشعبية الصينية التي يحرص مبتكرو التطبيق على إظهارها بوضوح، على الرغم من أن موقع (TikTok) على الويب لا يحمل روابط واضحة إلى جمهورية الصين الشعبية، إذ يُقدّم التطبيق نفسه كمؤسسة متخصصة تركز على الترفيه عالمياً، وقد خدم هذا التعتيم على أصل التطبيق

المصالح التجارية لشركة (TikTok) ودورها كمصدر للقوة الناعمة للصين. والأكثر من ذلك أن التطبيق يتمتع بقوة اقتصادية كبيرة، فكما يوضح الشكل (3) ارتفعت عائداته بشكل مستمر من 0.34 مليار دولار في عام 2019 إلى 18.04 مليار دولار في عام 2023، ويتوقع أن تصل هذه العائدات إلى 23.58 بنهاية عام 2024.

شكل (3): صافي الإيرادات العالمية لإعلانات TikTok (بالمليار دولار)



Source: Insider Intelligence, April 1, 2022: available at: <http://tinyurl.com/mr3jcx7>

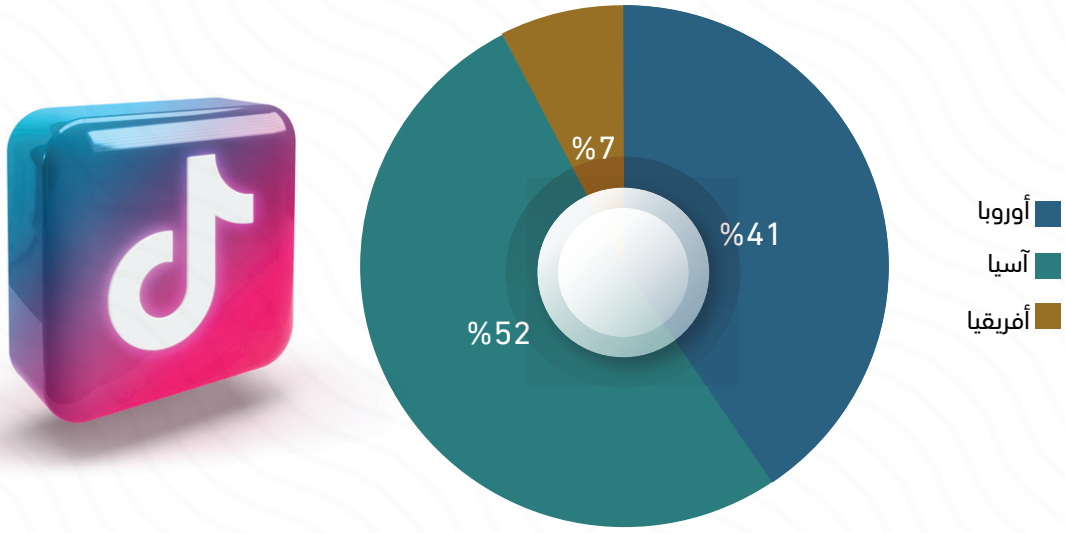
ونظراً لانتشار التطبيق الهائل في الولايات المتحدة، فقد اتهم الرئيس الأمريكي السابق، دونالد ترامب، في يوليو 2020، الشركة المسؤولة عنه، بالقيام بسلسلة من الانتهاكات أخطرها مشاركة بيانات المستخدمين مع الحزب الشيوعي الصيني، إذ كان التطبيق في هذا العام هو أكثر التطبيقات تنزيراً على مستوى العالم، مع وجود 89 مليون مُستخدم جديد فقط في الولايات المتحدة. وحتى هذا التاريخ، كان يستخدم 23% من الأمريكيين (TikTok) أو يشاهدونه، إذ أمضى المُستخدم الأمريكي العادي 14.3 ساعة شهرياً على التطبيق في عام 2020⁽⁵¹⁾.

وتكشف اللغات التي يعتمدها التطبيق أيضاً عن تركيز التطبيق على آسيا كواحدة من أكبر الأسواق وأسرعها توسعاً في العالم، فمن بين 42 لغة متوفرة للتطبيق، هناك 20 لغة من دول آسيوية. ويتم تضمين الأحرف الصينية المبسطة (Hanzi) فقط، كما يُمكن للمستخدمين الهنود الاعتماد على 9 لهجات هندية مختلفة ضمن اللغات المتوافرة بالتطبيق.

وفي بداية ظهور التطبيق، كان من المحتمل ألا يتعرف المستخدمون الغربيون العاديون على الأصل الصيني للتطبيق إذا قرأوا موقع الويب فقط، أو حتى إذا استخدموا التطبيق بشكل يومي. لذلك، من المرجح

أنهم كانوا ينظرون إلى التطبيق على أنه موضوعي أو على الأقل غير متأثر بالجهات الفاعلة الحكومية، مما زاد من فرص أن تكون القوة الناعمة للتطبيق فعالة⁽⁵²⁾.

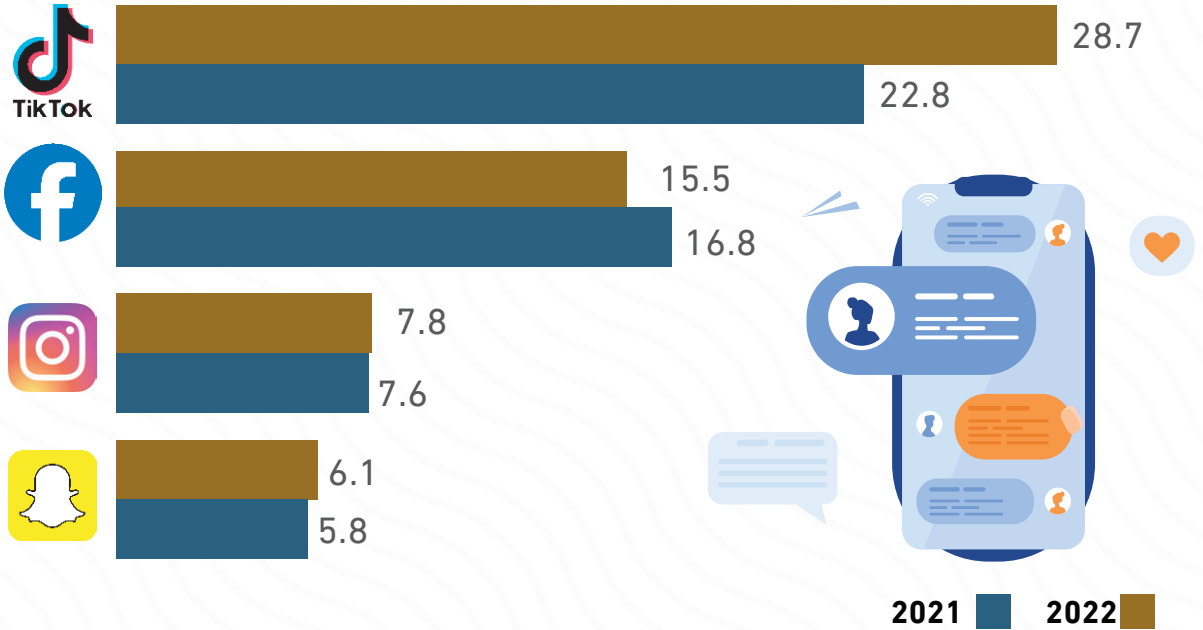
شكل (4): التوزيع النسبي للغات التي يوفرها تطبيق Tiktok حسب القارات



Source: Nazaruk, Z. (2021, November). Politics in the depoliticised: TikTok as a source of China's soft power. *Journal of Political Risk*, 9(11). <http://tinyurl.com/23ffzdfu>

ولقد أصبح التطبيق الصيني (TikTok) التطبيق الأكثر إدماناً في العالم، إن جاز التعبير، مقارنةً بالتطبيقات المشابهة له مثل: "فيسبوك" و"إنستغرام" و"سنابشات"، فكما يوضح الشكل رقم (5)، احتل (TikTok) المركز الأول بين هذه التطبيقات من حيث عدد الساعات التي يقضيها المستخدمون شهرياً بعدد ساعات بلغ 22.8 ساعة في الشهر في عام 2021، ثم بعدد وصل إلى 28.7 ساعة في عام 2022.

شكل (5): عدد الساعات الشهرية للمستخدمين على أبرز تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي



Source: Huang, Z. (2022, June 23). TikTok turns on the money machine. Bloomberg. <http://tinyurl.com/2ketfzvt>

ووفقاً لدراسة حديثة أجرتها شركة (Qustodio)، وهي شركة متخصصة في الرقابة الأبوية، يقضي القاصرون في المتوسط ساعة و47 دقيقة يومياً على (TikTok) وينتقلون من مقطع فيديو مقترح إلى مقطع آخر، إذ يتميز التطبيق بخوارزميات عالية الكفاءة، علاوة على اعتماد التطبيق - وفقاً لبيان أصدرته شركة (TikTok) في عام 2020- على تفاعلات المستخدمين من الإعجابات والمشاركات والتعليقات وما إلى ذلك، والاهتمام بالبيانات الوصفية للفيديوهات مثل: التسميات التوضيحية وعلامات التصنيف والأغاني المستخدمة.. إلخ. ويأخذ التطبيق أيضاً في الاعتبار الإعدادات التي حفظها المستخدم مثل: اللغة أو مكان الاستخدام. وفي الآونة الأخيرة، أعلنت المنصة عن حد زمني للشاشة للقصر بعد ساعة واحدة من الاستخدام وإجراءات أخرى للحد من استخدام الأطفال اليومي⁽⁵³⁾.

وإلى جانب مخاطر "إدمان" التطبيق كما يرى البعض، فثمة تقارير عديدة صدرت عن مراكز لأبحاث وشركات متخصصة في المعلومات الخاطئة، أشارت إلى السهولة التي يمكن بها للمستخدمين نشر معلومات كاذبة أو مضللة حول قضايا حساسة مثل: الانتخابات الأمريكية أو وباء "كوفيد19" على سبيل المثال، في ديسمبر 2022، أظهر تقرير صادر عن "مركز مكافحة الكراهية الرقمية" في الولايات المتحدة كيف أوصت خوارزمية النظام الأساسي لمستخدميها الشباب بالمحتوى الضار، مثل: مقاطع الفيديو المتعلقة بإيذاء النفس كالإضراب عن الطعام⁽⁵⁴⁾. وبالفعل تم توجيهه شكاوى مماثلة إلى منصات أخرى، بما في ذلك (Instagram)، (YouTube)، (Facebook).

ولواجهة حالة الإدمان العالمي التي أحدثها التطبيق، أصدرت العديد من الحكومات حظراً على التطبيق خوفاً من أن تستخدمه الصين للتجسس على مستخدميها. على سبيل المثال، بدءاً من منتصف مارس 2023، لم يُسمح للموظفين والأعضاء المنتخبين في البرلمان الأوروبي والمفوضية الأوروبية باستخدام (TikTok) على أجهزة العمل الخاصة بهم. وفي كندا، حظرت الحكومة بالفعل التطبيق من الأجهزة المحمولة التي توفرها لموظفيها. أما بالنسبة للولايات المتحدة، فقد تم التصديق على قانون في شهر يناير 2023 يحظر تنزيل واستخدام التطبيق على أجهزة موظفي الحكومة الفدرالية، وتم تقديم مشروع قانون أمام الكونغرس في محاولة للحظر التام للتطبيق داخل الولايات المتحدة. كما أثارت منصة الفيديو أيضاً مخاوف في فرنسا، إذ شكل أعضاء مجلس الشيوخ في مارس 2023، لجنة تحقيق بشأن التطبيق⁽⁵⁵⁾.

المراجع

- 1 Alami, I., Dixon, A. D., Gonzalez-Vicente, R., Babic, M., Lee, S. O., Medby, I. A., & de Graaff, N. (2022). Geopolitics and the 'New' State Capitalism. *Geopolitics*, 27(3), 995-1023. <https://doi.org/10.1080/14650045.2021.1924943>
- 2- Vergne, J-P. (2020). Decentralized vs. distributed organization: Blockchain, machine learning, and the future of the digital platform. *Organization Theory*, 1(4). <https://doi.org/10.1177/2631787720977052>
- 3- Strange, S. (1994). *States and Markets*. Bloomsbury Academic.
- 4 - يقوم مشروع المدن الآمنة والمدن الذكية في دول مبادرة الحزام والطريق إلى جانب بعض الدول الغربية. إذ تقوم عشرات البلدان - بما في ذلك العديد من الديمقراطيات الغربية- بتثبيت تكنولوجيا المراقبة كجزء من حزم "المدينة الآمنة" و"المدينة الذكية" التي توفرها الشركات الصينية بما في ذلك (Huawei) و(ZTE Corporation) و(DigitalTechnology) (Hangzhou Hikvision) و(Zhejiang Dahua Technology) و(Alibaba) وغيرها. لمزيد من المعلومات، انظر
- Kynge, J., Hopkins, V., Warrell, H., & Hille, K. (2021, June 9). Exporting Chinese Surveillance: The Security Risks of Smart Cities. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/76fdac7c-7076-47a4-bcb0-7e75af0aadab>
- 5- Strange, S. (1994). *States and Markets*. Bloomsbury Academic.
- 6- Jansen, F. (2021). The state: A key actor in shaping data infrastructure space. In Herlo, B., Irrgang, D., Joost, G., & Unteidig, A. (Eds.), *Practicing Sovereignty: Digital Involvement in Times of Crises* (pp. 133–145). Bielefeld: transcript Verlag.
- 7- Plantin, J-C., & Punathambekar, A. (2019). Digital media infrastructures: Pipes, platforms, and politics. *Media, Culture & Society*, 41(2), 163–174. <https://doi.org/10.1177/0163443718818376>
- 8- Williamson, B., Gulson, K. N., Perrotta, C., & Witzemberger, K. (2022). Amazon and the new global connective architectures of education governance. *Harvard Educational Review*, 92(2), 231–256.
- 9- Bhagat, A., & Phillips, R. (2021). *The Techfare State: The 'New' Face of Neoliberal State Regulation*. *Developing Economics*. <https://developingeconomics.org/2021/06/15/the-techfare-state-the-new-face-of-neoliberal-state-regulation/>
- 10- Bratton, Benjamin H. (2016). *The Stack: On Software and Sovereignty*. Cambridge, MA: MIT Press.
- 11- Narayan, D. (2022). Platform capitalism and cloud infrastructure: Theorizing a hyper-scalable computing regime. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 54(5), 911–929. <https://doi.org/10.1177/0308518X221094028>

- 12- Peck, J., & Phillips, R. (2020). The platform conjuncture. **Sociologica**, 14(3), 73–99. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/11613>
- 13- Dietz, M., Khan, H., & Rab, I. (2020). How do companies create value from digital ecosystems?. **McKinsey & Company**. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/how-do-companies-create-value-from-digital-ecosystems>
- 14- **UNCTAD** (2021). Digital Economy Report, 2021: Cross-border data flows and development: For whom the dataflow. <https://unctad.org/webflyer/digital-economy-report-2021>
- 15- Grabher, G., & König, J. (2020). Disruption, embedded. A Polanyian framing of the platform economy. **Sociologica**, 14(1), 24. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/10443>
- 16- Davis, M., & Xiao, J. (2021). De-westernizing platform studies: History and logics of Chinese and US platforms. **International Journal of Communication**, 15(2021), 103–122. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13961>
- 17- De Seta, G. (2021). Gateways, Sieves and Domes: On the Infrastructural Topology of the Chinese Stack. **International Journal of Communication**, 15(2021), 2669–2692. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13972/3465>
- 18- Shen, H. (2019). China's Tech Giants: Baidu, Alibaba, Tencent. **Konrad-Adenauer-Stiftung (Regional Programme Political Dialogue Asia)**. <https://www.kas.de/en/web/politkdialog-asien/single-title/-/content/chinas-tech-giganten-baidu-alibaba-tencent>
- 19- Roberts, H., Cowls, J., Morley, J., et al. (2021). The Chinese approach to artificial intelligence: An analysis of policy, ethics, and regulation. **AI & SOCIETY**, 36(1), 61.
- 20- Kania, E. B., & Laskai, L. (2021). Myths and realities of China's Military-civil Fusion Strategy. **Center for a New American Security**.
- 21- Creemers R.J.E.H. (2020), China's conception of cyber sovereignty: rhetoric and realization. In: Broeders D. & Berg B. van den (Eds.) **Governing Cyberspace: Behavior, Power, and Diplomacy**. Digital Technologies and Global Politics Lanham: Rowman & Littlefield. 107-142.
- 22- Konkell, F. (2020, November). CIA Awards Secret Multibillion-Dollar Cloud Contract. **Nextgov**. <https://www.nextgov.com/it-modernization/2020/11/exclusive-cia-awards-secret-multibillion-dollar-cloud-contract/170227/>
- 23- Weiss, L. (2014). **America Inc.?: Innovation and Enterprise in the National Security State**. New York: Cornell University Press.
- 24- Robinson, W. I. (2020). **The Global Police State**. London: Pluto Press.
- 25- The White House (2018). **National Cyber Strategy of the United States of America**. Washington D.C. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/wp-content/uploads/2018/09/National-Cyber-Strategy.pdf>, p. 14.
- 26- Brown, M. (2021). Preparing the U.S. for a Superpower Marathon with China. **Defense Innovation Unit**. <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/AD1123770.pdf>.
- 27- The White House (2018). **National Cyber Strategy of the United States of America**. Washington D.C. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/wp-content/uploads/2018/09/National-Cyber-Strategy.pdf>, p. 8.
- 28- Simonite, T. (2021). 3 Years After the Maven Uproar, Google Cozies to the Pentagon. **Wired**, November 18, 2021.
- 29- The White House (2022). **Indo-Pacific Strategy of the United States**. <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/02/U.S.-Indo-Pacific-Strategy.pdf>, p. 17.

- 30- Jia, L., & Winseck, D. (2018). The political economy of Chinese internet companies: Financialization, concentration, and capitalization. **International Communication Gazette**, 80, 30 - 59.
- 31- Su, C., & Flew, T. (2021). The rise of Baidu, Alibaba, and Tencent (BAT) and their role in China's Belt and Road Initiative (BRI). **Global Media and Communication**, 17(1), 67–86. <https://doi.org/10.1177/1742766520982324>
- 32- Ibid.
- 33- Needham, K., & Baptista, E. (2022, January 24). Australia PM Morrison loses control of WeChat Chinese account as election looms. **Reuters**. <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/australia-pm-morrison-loses-control-wechat-chinese-account-election-looms-2022-01-24/>
- 34- Wang, Y. (2019, February 20). How China's censorship machine crosses borders — and into Western politics. **Human Rights Watch**. <https://www.hrw.org/news/2019/02/20/how-chinas-censorship-machine-crosses-borders-and-western-politics>
- 35- Dong, J. (2018, November 15). Chinese censorship affects games everywhere — and it's getting bigger. **VentureBeat**. <https://venturebeat.com/games/chinese-censorship-affects-games-everywhere-and-its-getting-bigger/>
- 36- Gray, J. E. (2021). The geopolitics of 'platforms': the TikTok challenge. **Internet Policy Review**, 10(2). <https://doi.org/10.14763/2021.2.1557>.
- 37- Jia, L., & Winseck, D. (2018). The political economy of Chinese internet companies: Financialization, concentration, and capitalization. **International Communication Gazette**, 80(1), 30-59. <https://doi.org/10.1177/1748048517742783>
- 38- Ibid.
- 39- Bu, L., Chung, V., Leung, N., Wang, K. W., Xia, B., & Xia, C. (2021, September 30). The future of digital innovation in China: Megatrends shaping one of the world's fastest evolving digital ecosystems. **McKinsey & Company**. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/the-future-of-digital-innovation-in-china-megatrends-shaping-one-of-the-worlds-fastest-evolving-digital-ecosystems>
- 40- Ibid.
- 41- Brands, H., & Sullivan, J. (2020). China has two paths to global domination. **Foreign Policy**. <https://foreignpolicy.com/2020/05/22/china-superpower-two-paths-global-domination-cold-war/>.
- 42- Rolland, N. (2017). China's "belt and road initiative": Underwhelming or game-changer? **The Washington Quarterly**, 40, 127–142. <https://doi.org/10.1080/0163660X.2017.1302743>
- 43- Greene, R., & Triolo, P. (2020, May 8). Will China control the global internet via its Digital Silk Road? **Carnegie Endowment for International Peace**. <https://carnegieendowment.org/2020/05/08/will-china-control-global-internet-via-its-digital-silk-road-pub-81857>
- 44- Ibid.
- 45- Menon, S. (2017). The unprecedented promises—and threats—of the belt and road initiative. **The Wire**. <https://thewire.in/127579/the-unprecedented-promises-and-threats-of-the-belt-and-road-initiative/>.
- 46- Rolland, N. (2017). China's "belt and road initiative": Underwhelming or game-changer? **The Washington Quarterly**, 40, 127–142. <https://doi.org/10.1080/0163660X.2017.1302743>
- 47- Yuan, L. (2017). Beijing pushes for a direct hand in China's big tech firms. **The Wall Street Journal**. <https://www.wsj.com/articles/beijing-pushes-for-a-direct-hand-in-chinas-big-tech-firms-1507758314>
- 48- Montag, C., Zhao, Z., Sindermann, C., et al. (2018). Internet communication disorder and the structure of

the human brain: Initial insights on WeChat addiction. *Scientific Reports*, 8(1), 2155.

49- Ibid .

50- Li, C. (2016). Alibaba faces growing pressure over counterfeit goods. **The New York Times**. https://www.nytimes.com/2016/12/22/business/alibaba-ustr-taobao-counterfeit.html?_ga=2.145013940.1236725906.1518663250-1573659397.1518663250

51- Levine, A. S. (2020). The TikTok tug-o-war, explained. **Politico**. <https://www.politico.com/newsletters/morning-tech/2020/08/03/the-tiktok-tug-o-war-explained-789598>

52- Nazaruk, Z. (2021). Politics in the depoliticised: TikTok as a source of China's soft power. **Journal of Political Risk**, 9(11). <https://www.jpolorisk.com/politics-in-the-de-politicised-tiktok-as-a-source-of-chinas-soft-power/>

53- Croquet, P., & Adam, L. (2023). Soft power, spying, extensive data collection... What is TikTok accused of? **Le Monde**. https://www.lemonde.fr/en/pixels/article/2023/03/05/soft-power-spying-extensive-data-collection-what-is-tiktok-accused-of_6018247_13.html

54- Center for Countering Digital Hate. (2022). Deadly by design: TikTok pushes harmful content promoting eating disorders and self-harm into young users' feeds. <https://counterhate.com/research/deadly-by-design/>

55- Ibid.

عن المستقبل:

"المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة"، هو مركز تفكير Think Tank مستقل، تأسس في 2014/4/4، في أبوظبي، بدولة الإمارات العربية المتحدة، للمساهمة في تعميق الحوار العام، ومساندة صنع القرار، ودعم البحث العلمي، فيما يتعلق باتجاهات المستقبل، التي أصبحت تمثل مشكلة حقيقية بالمنطقة، في ظل حالة عدم الاستقرار وعدم القدرة على التنبؤ خلال المرحلة الحالية، بهدف المساهمة في تجنب "صدّات المستقبل" قدر الإمكان.

ويهتم المركز بالاتجاهات التي يمكن أن تساهم في تشكيل المستقبل، على المدى القصير، خاصة الأفكار غير التقليدية والظواهر "تحت التشكيل"، مع التطبيق على منطقة الخليج، من خلال رصد وتحليل الاحتمالات الممكنة، للتفاعلات القائمة والتيارات القادمة، وتقدير البدائل المتصورة للتعامل معها، باستخدام مناهج التفكير المتقدمة، عبر أنشطة علمية تجمع بين الأكاديميين والممارسين، والشخصيات العامة، من داخل الإمارات وخارجها.

أنشطة المركز:

مجلة اتجاهات الأحداث: دورية أكاديمية فصلية، تهتم بتحليل اتجاهات المستقبل على المدى القصير، بما يتضمنه من تيارات وتطورات، متعددة الأبعاد، وذات تأثيرات استراتيجية، وذلك في مجالات اهتمام برامج المركز.

تقديرات المستقبل: تقديرات تصدر يومياً لتغطية أبرز التطورات الإقليمية والدولية المؤثرة على منطقة الشرق الأوسط.

بوابة المستقبل: موقع إلكتروني أكاديمي، يقوم بنشر تحليلات يومية، باللغتين العربية والإنجليزية، حول أهم الأحداث والتطورات الجارية في المنطقة والعالم، ويغطي الموقع إنتاج المركز المطبوع وأنشطته المختلفة، من لقاءات عامة وحلقات نقاشية، ويقدم خدمات علمية تتعلق بعروض الكتب والدراسات، وقواعد البيانات والخرائط السياسية.

تقرير المستقبل: نشرة يومية تتضمن أبرز التقديرات والتحليلات التي ينتجها باحثو المركز، أو ما ينشر على موقعه الإلكتروني أو الدورية التي تصدر عن المركز، وغيرها من الأنشطة والإصدارات، وترسل عبر البريد الإلكتروني.

دراسات المستقبل: سلسلة دراسات أكاديمية تصدر كل شهرين، وتركز كل دراسة على قضية واحدة تمثل ظاهرة صاعدة على المستوى الاستراتيجي تتسم بالتعقيد وتعدد الأبعاد، وتهمين على الجدول العام في الشرق الأوسط والعالم.

دراسات خاصة: سلسلة دراسات غير دورية تركز على الظواهر الصاعدة، والمؤشرات المركبة والأفكار غير التقليدية، والاتجاهات القادمة التي ترتبط بالعالم قيد التشكل.

التقرير الاستراتيجي: تقرير يصدر سنوياً عن المركز، ويركز على الاتجاهات الرئيسية طويلة المدى التي تشكلت في الشرق الأوسط من خلال تفاعلات العام السابق، والتي يتوقع أيضاً أن تكون الأكثر تأثيراً في حالة الإقليم خلال العام التالي.

مؤشرات المستقبل: تقرير غير دوري يرصد ويحلل أبرز المؤشرات وقواعد البيانات واستطلاعات الرأي العالمية والإقليمية.

رؤى عالمية: تهدف إلى عرض أبرز ما يُنشر في مراكز الفكر والمجلات والدوريات البحثية الغربية، من أفكار غير تقليدية واتجاهات صاعدة في مختلف المجالات السياسية والأمنية والاقتصادية وغيرها.

ملفات المستقبل: سلسلة ملفات تجميعية تصدر بشكل غير دوري، وتتناول أهم الأحداث والتحويلات الإقليمية والدولية، التي تشغل اهتمام الجمهور وتتصدر نقاشات المجال العام وقت صدورها.

فعاليات المستقبل: ينظم المركز عدة فعاليات مثل (اللقاءات العامة، وحلقات النقاش، والدورات التدريبية).

ISSN: 2616-583X