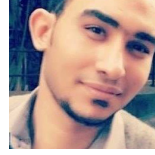


العنوان:	الإعلام: قوة الصين الناعمة في أفريقيا
المصدر:	آفاق سياسية
الناشر:	المركز العربي للبحوث والدراسات
المؤلف الرئيسي:	عثمان، محمد
المجلد/العدد:	ع41
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2019
الشهر:	مارس
الصفحات:	24 - 25
رقم MD:	971474
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EcoLink
مواضيع:	العلوم السياسية، الإعلام، القوة الناعمة، وسائل الإعلام الصينية، السياسة الخارجية الصينية، الإعلام والاقتصاد، أفريقيا
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/971474

الإعلام... قوة الصين الناعمة في أفريقيا

محمد عثمان



باحث في العلوم السياسية

وأطلق تلفزيون الصين «CCTV أول مركز إنتاج إخباري تحت اسم مركز تلفزيون الصين الأفريقي» CCTVAFRICA في نيروبي وذلك في يناير ٢٠١٢ وكانت هذه الخطوة قد جعلت من التلفزيون الصيني مركز دولي لإنشاء مراكز إخبارية أخرى في أفريقيا بل وبات المسئول الأول عن جمع الأخبار والتقارير عن أفريقيا وتوزيعها على المنصت الإعلامية الاخرى في الصين كما خصص تلفزيون الصين عدد من البرامج.^(١)

ومن هذا المنطلق، عمل التلفزيون الصيني على تخصيص عدد من البرامج التي تتحدث عن أفريقيا مثل (AfricLive) وهذا كجزء من المحددات الإعلامية لتوجه الصين نحو أفريقيا والذي تمثل في عدة أسباب من أهمها (مواجهة حالة «التضليل» الإعلامي الذي تقوم به الدول الغربية تجاه الصين حيث تقوم هذه الدول بالحديث عن أن الصين لا تقدم مشروعات استثمارية في أفريقيا إلا في الدول التي يوجد بها قدر من الاستقرار الاقتصادي ولا تعاني من مشاكل اقتصادية كبيرة كباقي بلدان القارة - كما تريد الصين أن تتركب موجة التقدم التكنولوجي والرقمي لوسائل الإعلام عبر التواجد في كل مكان بالعالم)^(٢).

واعتمدت الصين على صحافيين محليين يسعون إلى تصدير صورة إيجابية عن بلادهم، وذلك بالتوازي مع توسيع الصين لعلاقاتها السياسية والاقتصادية في القارة السمراء حيث تعمل علي مواجهة النظرة الإعلامية الغربية هناك والتي دائما ما تقدم صورة سلبية عن القارة مما يزعج المواطن الإفريقي، بنظرة أخرى مغايرة من خلال التركيز علي الإيجابيات داخل الدول الأفريقية وبخاصة في جنوب الصحراء.^(٣)

وهذا يشير إلى ان الصين سعت نحو ترقية قوتها الناعمة هناك، عبر وسائل الإعلام التي تديرها الدولة والقطاع الخاص أيضا، فخصصت صفحات في صحفها الإلكترونية والصحف المطبوعة للحديث عن أفريقيا إضافة إلى أن المواقع الإلكترونية الإخبارية التابعة لها خصصت فيها جزء مختص عن أفريقيا، وادي هذا الحضور الإعلامي إلى نظرة افريقية تجاه الصين تتمثل في اعتبار أن وجودها في أفريقيا بات أمرا لا مفر منه.

تدرك الصين أن «الإعلام» هو جزء من أساسي من قواها الناعمة وأن للإعلام دور كبير في تحقيق سياستها الخارجية فقد تزايد الانتشار الإعلامي الصيني حول العالم كجزء من سياستها الخارجية في فترة ما بعد الحرب الباردة، لذلك استخدمت الإعلام في خلق صورة لدي ذهنية المواطن الإفريقي تجعله ينظر إلى الصين على أساس أنها دولة صديقة، مستعدة لمساعدة ودعم الأفارقة، وهو في حقيقة الأمر هدف طويل الأجل تعمل الصين على تحقيقه عبر وسائل الإعلام من خلال ترسيخ نفسها كقوة فاعلة في أفريقيا.

واتجهت وسائل الإعلام الصينية نحو إنتاج الكثير من المواد الإعلامية والصحفية كوسيلة من وسائل مواجهة التنافس الإعلامي الغربي حول أفريقيا، حيث أن توسع الصين في وسائل إعلامها مؤشرا قويا على أن النهج الذي تتخذه تجاه القارة لم يعد يعتمد فقط على الأدوات التقليدية للسياسة الخارجية، حيث باتت تتوسع في استخدام القوة الناعمة كوسيلة من وسائل تحقيق مصالحها الخارجية في القارة الأفريقية.

خلفيات متعددة

تقدم الصين نفسها انها دولة من دول العالم الثالث، وهو ما فتح المجال لأعلامها في إقامة محطات إذاعية وقنوات وصحف ومراسلين تابعين إلى وكالاتها الإخبارية في كل مكان بل وتشارك في تدريب صحفيين أفارقة وإقامة برامج تدريبية في وسائلها الإعلامية، كما توظف وسائل الإعلام الصينية الأفارقة للعمل معهم كمراسلين عن بلدانهم أو كمحررين وصحفيين مما يعني تعزيز التعاون بين وسائل الإعلام الإفريقية والصينية بالإضافة إلي زيادة الثقل الثقافي بين الدول الإفريقية والصين.

وفي عام ٢٠٠٦ بدأ راديو الصين الدولي بالبث المحلي من نيروبي بكينيا، كما أن وكالة أنباء «شينخوا» لديها أكثر من ٢٠ مكتب في جميع أنحاء القارة، وبداية من العام ٢٠١١ بدأت محطة التلفزيون الصيني «CNCWORLD» التابعة لـ «شينخوا» البث الإذاعي للقمر الصناعي الإفريقي^(٤)، كما دخلت «شينخوا» في شراكة مع إحدى شركات المحمول الكينية لتوفير خدمة نقل الأخبار إلى الهواتف المحمولة.

ZHANG Yanqiu, "Understand China's Media in Africa:- [1] from the perspective of Constructive Journalism", in Chr. Michelsen Institute (CMI), (Beijing: Center for Global Media & Communication Studies, the Kede College, Capital Normal University, September 2014) p.7

.2-ibid, p.6

Emeka Umejei, Chinese Media in Africa: Between 3 Promise and Reality, African Journalism Studies, at <https://bit.ly/2BxXRFe>

٤ - حسن العاصي، الصورة النمطية لأفريقيا والأفارقة في الإعلام الغربي، العمق المغربي، ٢٩/٨/٢٠١٧، الرابط:

<https://bit.ly/2RX3kLf>

٥- محمد شومان، القوة الصينية الناعمة: الفرص والمحاذير، الحياة اللندنية، الرابط:

<https://bit.ly/2E79Pr8>

٦ - الإعلام الصيني ينافس وسائل الإعلام الغربية على التمدد في أفريقيا، العرب، ١٠/٥/٢٠١٧، الرابط:

<https://bit.ly/2N8aGuM>

China's media in Africa: Expansion, perception, and re- 7 ception, at

[.https://bit.ly/2SMsYXD](https://bit.ly/2SMsYXD)

قامت الصين عبر وسائل إعلامها بنقل خبراتها الثقافية والإعلامية إلى أفريقيا، من أجل تحقيق حضور إعلامي وثقافي بداخل القارة، وقامت بإنشاء المعاهد لتعليم اللغة ونشر الثقافة الصينية، إلى جانب تدعيم البث الرقمي بالتلفزيون الصيني في بعض الدول الأفريقية، وبناء شبكات قوية لاستقبال القمر الصناعي الصيني داخل هذه البلدان بالاعتماد على الطاقة الشمسية^(٥).

وفي هذا السياق، اهتمت التقارير الميدانية التي أنتجتها وسائل الإعلام الصينية عن أفريقيا بالتركيز على الفرص الاقتصادية الواعدة للمستثمرين والاقتصاد الصيني ككل إلى جانب التسريع من وتيرة التنمية في أفريقيا كنوع من تدعيم الحضور الصيني^(٦). ففي الحوار الإعلامي الذي عقد في مدينة جوهانسبرج بجنوب أفريقيا في ١٤ أغسطس ٢٠١٧ ناقش أكثر من ٢٠ ممثلاً إعلامياً لأكثر من ٢٠ دولة أفريقية الجهود الإعلامية التي تقوم بها الصين في تحسين صورة أفريقيا في الخارج واتفق ممثلو هذه الدول على أن تقارير وسائل الإعلام الصينية قد ساعدت في تحسين الصورة النمطية عن أفريقيا في الخارج وزيادة التعاون والمشاريع الاقتصادية الصينية في أفريقيا.

وبذلك بات ينظر إلى وسائل الإعلام الصينية على أنها قادرة على أداء وظيفة اقتصادية في القارة تتناسب مع الشراكات المتعددة الأطراف للصين هناك. من خلال تعزيز صورة الدولة في الخارج، فقد أجرت إحدى الوكالات الإعلامية تحليل لمحتوي المواد الإعلامية التي يتم تداولها عن الصين في جنوب أفريقيا وما مدي أهمية الأخبار المتعلقة بالصين أكدت النتائج أن الصحفيين هناك يدرجون أخبار الصين على جدول أعمالهم بشكل يومي وكان يتم الاعتماد على المصادر الصينية في نقل الأخبار والأحداث هناك^(٧).

ولهذا يمكن القول، أن سعي الصين نحو الاعتماد على الإعلام قد تزايد في الآونة الأخيرة في مسعى من الدولة نحو توظيف ذلك في سياستها الخارجية، كما تلعب وسائل الإعلام الصينية دور هام في تقديم معلومات ونقل الصورة كاملة إلى المستثمر الصيني الذي يبحث عن الاستثمارات في القارة الأفريقية عبر سلسلة التقارير وغيرها التي تقدمها هذه الوسائل الإعلامية، فيوجد في أفريقيا ما يقارب من ألف شركة صينية في أفريقيا، منها ٣٠٠ شركة كبرى، وتريد الصين أن تزيد من عدد هذه الشركات عبر تشجيع المستثمرين على الذهاب إلى هناك خاصة أنها تبحث عن لعب دور ريادي في أفريقيا.