

الصورة الإعلامية لدولة الصين كما تعكسها قناة CGTN عبر منصتها على فيسبوك:  
دراسة تحليلية

إعداد

هاجر ثروت محمد الحيني

باحثة دكتوراه بقسم الإعلام

كلية الآداب، جامعة المنيا

[hagar.tharwat2016@yahoo.com](mailto:hagar.tharwat2016@yahoo.com)

مستخلص :

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بما يتوفر لها من تقنيات تفاعلية كبيرة، جزء رئيس من حياة معظم الأفراد اليومية، حتى أنهم باتوا يقضون عليها أوقات تفوق ما يقضونه مع أسرهم أو أقرانهم، وكان طبيعياً أن تلتفت وسائل الإعلام والفضائيات الأجنبية الموجهة منها على وجه الخصوص إلى ذلك، لتضمن الوصول إلى قطاع كبير جداً من الجمهور قد يكون أغلبه هجر الإعلام التقليدي بوسائله الثلاثة، لذلك كان من المهم بمكان أن نرصد توظيف قناة CGTN لمنصتها الرقمية على فيس بوك في رسم الصورة الإعلامية للصين، للوقوف على طبيعة المضامين التي تصل إلى الجمهور وتقنيد عناصرها.

واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي للمنشورات المتعلقة بدولة الصين، وجاءت الغلبة لإيجابية الصورة الإعلامية لدولة الصين، وباختبار فروض الدراسة التي صيغت في إطار نظريات التحول الرقمي، وثرء الوسيلة، اتضح اهتمام القناة بالترويج للمحتوى التقليدي، والإبراز التكراري لبعض الأخبار التي تخدم أهداف الدولة وفق سياستها، والاستفادة من ثراء وسائل التواصل الاجتماعي، مع عدم التوظيف الكاف لعناصر تفاعلية المنصات الرقمية.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام الرقمي - مواقع التواصل الاجتماعي - الفضائيات الموجهة - الصين - الإيغور - الحزام والطريق.

## تمهيد :

استطاعت المنصات الاجتماعية مدعومة بوسائل الإعلام أن تحقق خلال مدة قليلة ما لم تستطع أن تحققه الوسائل التقليدية على مدى عقود طويلة، إذ وفرت لجمهورها ما لم تستطع أن توفره الوسائل التقليدية مجتمعة، وكان هذا نتيجة لما تميزت به المنصات الرقمية الاجتماعية ما أدى إلى تنامي أعداد مستخدميها بشكل مطرد في أنحاء العالم كافة.

في إطار ذلك قامت الصين عام 2016 بتوجيه قناة CGTN الصينية باللغة العربية، وألحقتها بإنشاء صفحة خاصة بها على المنصة الاجتماعية الرقمية فيس بوك، وتحظى الصين برواج اقتصادي واسع في العالم العربي، وفق ما هو معروف عن القوة الاقتصادية الهائلة التي تتمتع بها حيث وصلت إلى حد الهيمنة الكاملة على الأسواق في بعض الدول، وقد تنامت الاستثمارات الصينية مؤخرًا بشكل كبير، ووفق ما ذكرته قناة "العربية" في 2022 فإن الصين تسيطر على نحو 19% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، كما تستورد الصين نحو 50% من احتياجاتها من الطاقة من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وخاصة منطقة الخليج، وتعتبر المملكة العربية السعودية المورد الرئيس لها.

وفي تعزيز لهيمنتها الدولية، أطلقت الصين مبادرة "الحزام والطريق" عام 2013 والتي تهدف إلى بناء مشاريع بنى تحتية بحرية وبرية، تصل الصين بشكل أفضل بآسيا وأوروبا وإفريقيا، وتم الإعلان عنها رسميًا عام 2015، وهي مشروع مشترك خاص بإنجاز طريق الحرير والحزام الاقتصادي بالإضافة لطريق الحرير البحري للقرن الـ21، ورغم طبيعة المشروع الاقتصادي، فقد ذهب الكثيرون إلى أن المشروع يحمل أو يتضمن نوايا صينية غير مُعلنة، خاصة مع اتباع الصين لسياسة العقوبات الاقتصادية كما فعلت مع ليتوانيا وغيرها من الدول.

ويعيش في الصين وفق تقارير غير رسمية نحو 30 مليون مسلم، منهم 23 مليون من أقلية الإيغور المسلمة، وكانت الصين قد بدأت منع المسلمين الإيغور من الصيام خلال شهر رمضان عام 2017، حيث قامت السلطات باحتجازهم بشكل تعسفي في معسكرات "إعادة التأهيل"، وتستخدم الشرطة الصينية الجواسيس للتأكد من أن الإيغور لا يصومون خلال شهر رمضان المبارك.

### مشكلة الدراسة :

اتجهت الكثير من وسائل الإعلام ومنها الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية إلى الاهتمام بالمضمون الرقمي، خاصة مع تنامي ظاهرة الرقمية وشيوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الفئات المختلفة، فاتجهت القنوات إلى إنشاء صفحات خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها فيس بوك، واهتمت من خلالها بالترويج للصورة الإعلامية للدولة، وقد ساهمت التفاعلية بمستوياتها المختلفة والتي تتسم بها المنصات الاجتماعية في انتشارها الواسع، وهو ما ساعد الوسائل التقليدية على الوصول بسهولة وفعالية إلى شرائح واسعة من جمهورها المستهدف، كما وظفت تلك المنصات في الترويج للمحتوى التقليدية، وبالتالي وظفت تلك المنصات في الترويج لأهداف محددة تصل بها إلى الجمهور.

وفي الآونة الأخيرة برزت الصين على الساحة السياسية الدولية كقوة رئيسة تنافس القوى الكبرى وعلى رأسها الولايات المتحدة، وبدأت الصين تُركز بشكل أكبر على الوصول للجمهور العربي من خلال وسائلها الإعلامية لصنع قاعدة شعبية لها في العالم العربي، ومع الحداثة النسبية للرسائل الإعلامية المُوجهة من الصين والتي قد تبدو مُبهمة للبعض، فإن الجمهور العربي يصبح عُرضة لمضامين مستترة الأهداف تستوجب الدراسة.

ويتضح من خلال مسح الدراسات السابقة التي تناولت الفضائيات الأجنبية الموجهة مدى اهتمامها بتقديم الصور الإعلامية بجوانبها المختلفة، إلا أن هذه الدراسات ركزت على بعض القنوات بعينها دون أخرى، واقتصر أغلبها على دراسة المضامين المُقدمة عبر الوسائل التقليدية، وبالتالي نجد فجوة بحثية في الدراسات التي تناولت القنوات الصينية

وتطرقت لطبيعة الصورة الإعلامية التي تنقلها تلك القنوات وتصل بها إلى الجمهور العربي.

وفق ما سبق يمكن أن تتبلور مشكلة البحث في التعرف على طبيعة الصورة الإعلامية لدولة الصين الشعبية من خلال منشورات قناة CGTN عبر منصتها على فيس بوك.

### أهمية الدراسة

### الأهمية العلمية

- الوقوف على طبيعة الصورة الإعلامية للصين والتي تنقلها CGTN عبر منصتها الرقمية على فيس بوك.
- تنفيذ الأدوات التي تستخدمها CGTN عبر منصتها الرقمية في رسم صورة محددة الملامح لدولة الصين.
- تحليل طبيعة الخطاب الذي تتوجه به المنصة الرقمية لـ CGTN إلى الجمهور العربي وذلك في منشوراتها ذات الصلة بالصين.
- إلقاء الضوء على توظيف القناة لمنصتها الرقمية ومدى استعانتها بالأدوات التفاعلية المتاحة، خاصة مع تزايد الحديث عن التفاعلية وجدوى توظيفها بالتزامن مع تنوع وسائل التواصل الاجتماعي وشيوع استخدامها في العالم العربي خاصة بين الشباب وهو ما أشار إليه كل من محمد عبده بدوي ونهاد فتحي سليمان في دراساتهم حول مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>.
- تحديد مدى اهتمام القناة بالترويج للمحتوى التقليدي لها بالاستعانة بمنصتها الرقمية على فيس بوك.

### الأهمية العملية

- توفير رؤية واضحة للعاملين في المجال الإعلامي حول الأدوات المستخدمة في توظيف المنصات الرقمية للترويج للصور الإعلامية ما قد يساعدهم على تطوير أدائهم في هذا السياق.

- إرشاد المهتمين حول المضامين الرقمية التي تقدمها القناة في إطار الترويج للصورة الإعلامية للصين ومدى تضمنها لبعض المغالطات وخطورتها على زعزعة الانتماء الوطني للجمهور العربي.
- توعية الجمهور العربي بضرورة مراجعة الأفكار المُقدمة من خلال المضامين الرقمية التي تقدمها القناة قبل تبنيها.

### أهداف الدراسة

- تهدف الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على الصورة التي تظهر بها دولة الصين عبر القناة الرسمية لها وهي CGTN الناطقة باللغة العربية، وينبثق منه عدة **أهداف** فرعية تتمثل في:-
- تحليل خطاب المحتوى الرقمي وما يشتمل عليه من حيث الرسائل المتضمنة وأساليب الإقناع.
- مصادر الأخبار التي تعتمد عليها منصة القناة على فيس بوك في تقديم المحتوى بشكل أكبر.
- قياس مدى التزام القناة في مضمونها الرقمي بالموضوعية في نشر الأخبار المتعلقة بالصين.
- معرفة درجة تبني منصة القناة للخطاب السياسي للصين، وتوجهاتها تجاه الدول الحليفة أو المعادية.
- قياس اهتمام CGTN بالترويج الثقافي والتاريخي للصين والاهتمام بنشر مضامين ذات صلة على فيس بوك.
- اختبار العلاقة بين المحتوى المُذاع على الوسيلة التقليدية للقناة ومدى الاهتمام بإعادة نشره عبر فيس بوك في إطار الترويج للقناة.

### الدراسات السابقة

#### المحور الأول: دراسات تناولت الإعلام الرقمي

دراسة عصمت حداد (2023) تغطية الموقع الإلكتروني لصحيفة نيويورك تايمز الأمريكية لمونديال قطر<sup>2</sup>

هدفت الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي غطى بها الموقع الإلكتروني لصحيفة نيويورك تايمز الأمريكية موندنيال قطر 2022، بالاعتماد على نظرية الأطر الإخبارية، واستخدمت أسلوب تحليل المضمون.

#### **ومن نتائج الدراسة:-**

- تركيز الصحيفة على السلبيات دون الإيجابيات في تناول للأخبار المتعلقة بتنظيم قطر بطولة كأس العالم 2022، والتجارب التي حظى بها المشجعون أثناء فترة إقامتهم هناك.
- سيادة الخطاب الاستشراقي والاستعلاء الثقافي في تغطية الصحيفة لموندنيال قطر 2022.

#### **دراسة مروة عبد العليم (2023) اتجاهات النخبة نحو إدارة المواقع الإلكترونية للصراع**

##### **الروسي الأوكراني<sup>3</sup>**

سعت الدراسة إلى الكشف عن أهمية دور وسائل الإتصال في إدارة الصراعات الدولية، وذلك عبر اتجاهات

النخبة الإعلامية نحو دور المواقع الإلكترونية الإخبارية في إدارة الصراع الروسي الأوكراني، واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح الاجتماعي بالعينة، وعلى الاستبيان الإلكتروني وذلك على عينة من النخبة الإعلامية.

#### **ومن نتائج الدراسة:-**

- تراجع الأداء المهني للمواقع الإلكترونية للصحف ويرجع ذلك إلى التوجهات السياسية لكل موقع.

- وجود تحيز كبير في عمل وسائل الإعلام بشكل عام والإلكتروني منها بشكل خاص سواء على نطاق القائم بالاتصال، أو طبيعة ومضمون التغطية وعرضها لمختلف القضايا والصراعات.

#### **دراسة Beris, Ilgar (2020) أهمية الأخبار في صحافة الإعلام الجديد وفهم القيم**

##### **الخبرية على إنستجرام<sup>4</sup>**

هدفت الدراسة إلى التعرف على مجموعة التغيرات في التغطية الإخبارية لتطبيقات التواصل الاجتماعي بالتركيز على تطبيق إنستجرام وذلك من خلال تحليل مضمون ثلاث

حسابات إخبارية تركية على إنستجرام وهم: Hürriyet, Sabah, Sözcü ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي إلى جانب دراسة الحالة لكشف توجهات التغطية الإخبارية عبر إنستجرام، وذلك خلال الفترة الزمنية من 15 ديسمبر 2021 إلى 15 يناير 2022 بالإضافة إلى استطلاع رأى 23 خبير في مجال الصحافة الرقمية، واستخدمت الدراسة في جميع البيانات كل من استمارة تحليل محتوى الحسابات الإخبارية، واستمارة استطلاع الرأي الإلكتروني.

#### ومن نتائج الدراسة:-

- التركيز في تغطية الموضوعات على الأخبار السياسية بنسبة 31.2%، يليها القصص الشخصية 28% ثم أخبار المشاهير والجرائم.
- أظهرت الدراسة أن الإشارة إلى السلطة هي القيمة الأكثر ظهوراً وفعالية بنسبة 29,26%، وعلى وجه الخصوص، كانت تصريحات القادة السياسيين والصراعات السياسية بمثابة أخبار تفاعلت معها الجماهير في الغالب.

#### المحور الثاني: دراسات تناولت الصورة الإعلامية في الفضاءات الأجنبية

دراسة ياسمين على المهدي (2018) دور المواد التسجيلية في الفضاءات الأجنبية الناطقة بالعربية<sup>5</sup>

- هدفت الدراسة إلى تحليل المضمون التسجيلي المقدم في القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية لمعرفة نوعية القضايا المقدمة وتفسير نوع الصورة التي تشكلها تلك القنوات وكذلك طبيعة اهتمام الجمهور بها.

#### ومن نتائج الدراسة:-

- تصدر قناة CGTN الصينية قائمة أكثر القنوات محل التحليل في التركيز على عرض قضاياها.
  - الاهتمام بالترويج للسمات الاجتماعية لمجتمعاتهم من خلال المواد التسجيلية المقدمة.
  - تسعى القنوات الفضائية الأجنبية إلى تكوين صورة إعلامية إيجابية عن مجتماعتها.
- دراسة Eva & Marie (2017) البث الأوروبي الدولي والإرهاب في أفريقيا<sup>6</sup>

استهدفت الدراسة فحص العلاقة بين المؤسسات الإذاعية الأوروبية وما يُطلق عليه الإرهاب الإسلامي في أفريقيا، وذلك من خلال دراسة حالة على صورة جماعة بوكو حرام - جماعة جهادية نيجيرية- ، وذلك بالتطبيق على قناتي **France 24** الفرنسية و **Deutsche Welle** الألمانية.

### ومن نتائج الدراسة:-

- تقديم القناتين لجماعة بوكو حرام بما يتوافق مع السياسة الخارجية للدول تجاه أفريقيا وهو ما يُعزز العلاقات غير المتكافئة بين الدول الأفريقية والقوي الغربية.

التعليق على الدراسات السابقة

1. تنوعت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة، حيث تناول بعضها الفضائيات الأجنبية، والموجهة منها الناطقة باللغة العربية، إضافة إلى تحليل مضامين المواقع الإلكترونية التابعة لبعض الصحف، حيث ناقشت أطر وطبيعة معالجة تلك الوسائل للمضامين المتعلقة بالآخر.
2. كما ناقشت بعض الدراسات جزء من صورة الذات من خلال المواد التسجيلية في الفضائيات الناطقة باللغة العربية، واعتمدت أغلب الدراسات على تحليل المضمون بالاستناد إلى شقيه الكمي والكيفي إضافة إلى تحليل الخطاب ورصد القوى الفاعلة ومسارات البرهنة، فيما استعان بعضها بتطبيق الاستبيان على القائم بالاتصال لفهم أبعاد أكثر حول طبيعة توظيف القنوات والصحف للرقمية والاستفادة منها.
3. وقد خلصت الدراسات السابقة في أغلبها إلى سيادة الاتجاه السلبي في عرض صورة الآخر خاصة في الفضائيات الأجنبية سواء الدولية أو الناطقة بالعربية، في حين ساد الاتجاه الإيجابي على تقديم تلك القنوات لأنفسهم، كما كشفت عن وجود تحيز كبير في عمل وسائل الإعلام بشكل عام والإلكتروني منها بشكل خاص سواء على نطاق القائم بالاتصال، أو طبيعة ومضمون التغطية وعرضها لمختلف القضايا والصراعات.



## الاستفادة من الدراسات السابقة

ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة في معرفة ما توصلت إليه تلك الدراسات وطبيعة التعامل المنهجي مع الموضوعات والقضايا المطروحة، وكذلك تحديد ما تهدف إليه تلك الدراسة للوصول إلى نتائج جديدة من خلال طرح جوانب مختلفة، بالإضافة إلى تحديد الفجوة المعرفية في الدراسات ذات الصلة. وتم تحقيق الاستفادة من خلال:-

1. تحديد مجتمع وعينة الدراسة حيث وقع اختيار الكثير من الدراسات على تحليل الصورة الإعلامية الواردة في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية، دون مطالعة المحتوى الرقمي لتلك القنوات بصفة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك اهتمت العديد منها بالفضائيات البريطانية والفرنسية على وجه التحديد دون غيرهم.

2. اختيار الإطار النظري الملائم للدراسة وبالتالي صياغة فروضها من خلاله.

### الإطار النظري للدراسة :

#### نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام "التحول الرقمي"

وفقاً النظرية التي طورها روجر فيدلر Roger Fidler في كتابه: <sup>7</sup>Mediamorphosis Understanding the New Media فإن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، فضلاً عن إنشاء وسائل جديدة، وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام الموجودة اليوم هي نتيجة لاندماجات صغيرة لا تُعد ولا تُحصى كانت تحدث بين وسائل الإعلام بشكل متكرر طوال الوقت، ويمكن النظر إلى التقارب بين وسائل الإعلام باعتباره عملية تقوم من خلالها وسيلة باستعارة الجديد من الوسيلة الأخرى وتطويعه.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها، ويستمد فيدلر مبدأ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم هي: التطور المشترك coevolution والتقارب convergence والتعقيد complexity.

ووفقاً لهذا الفهم كان من الطبيعي أن تُطور محطات التلفزيون مواقع لها على شبكة الويب، وفي هذا يقول فيدلر: "عندما تتعرض وسائل الإعلام لضغوط خارجية وتظهر ابتكارات جديدة، تتجه كل وسيلة وبطريقة عفوية إلى إعادة تنظيم نفسها لتكون مواكبة لهذه المبتكرات. ومثلما تتطور الأنواع من أجل البقاء في بيئة متغيرة، كذلك تفعل وسائل الاتصال والإعلام القائمة". وهذه العملية هي جوهر التشكل الطبيعي لوسائل الإعلام<sup>8</sup>.

### توظيف نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام في الدراسة

- اختبار الفرض الرئيس والقائم على أن وسائل الإعلام تعتمد على استخدام التطورات التكنولوجية الجديدة في تطوير المحتوى التقليدي لها.

- توظيف القناة لمنصتها الرقمية على فيس بوك في إعادة نشر المحتوى التقليدي والترويج له على نطاق واسع وبالتالي ضمان الحفاظ على جمهورها وتوسيع نطاقه وجذب تفاعلات جديدة.

### فروض الدراسة

الفرض الأول: وجود علاقة ارتباطية دالة بين منشأ الحدث، وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية المستخدمة ومدى التحيز في عرض المحتوى.

الفرض الثاني: هناك علاقة ظاهرة بين استخدام المنصة الرقمية لوسائل الجذب، وإعادة تميرير المحتوى التقليدي.

### منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات :

ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية والتي تعني بدراسة وتوصيف ظاهرة محددة ومن ثم التعبير عنها بالأسلوب الكمي أو الكيفي، وسيتم إجراء البحث خلال عينة زمنية 6 أشهر وهي مدة مقبولة بحثيًا تسمح بالوصول لنتائج منطقية شبه دقيقة.

### منهج الدراسة

تستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي Survey Method وذلك بهدف الحصول على البيانات والمعلومات وكذلك وصف وتحليل مضامين المواد الإعلامية المتاحة على منصة قناة CGTN الصينية بفيس بوك، وذلك خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء الدراسة، كما يسمح المنهج باختبار العلاقة بين المتغيرات واختبار فروض الدراسة واستخلاص النتائج التفسيرية للوصول إلى دلالات قد تساعد في فهم واضح وعميق لمدى توظيف CGTN لمنصتها الرقمية على فيس بوك في رسم الصورة الإعلامية للصين.

### أدوات جمع البيانات

**1. تحليل المضمون Content Analysis:** تم الاعتماد على تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي في وصف مضمون عينة مختارة من المنشورات المتعلقة بالصين المتاحة على منصة قناة CGTN على فيس بوك.

### 2. تحليل الخطاب Discourse analysis

يساعد تحليل الخطاب في وصف الظواهر وتحليلها بشكل أكثر تفسيراً، وتم تطبيقه عبر الآتي:-

- مسارات البرهنة: يتم الاستفادة منها في تحليل أيولوجية الخطاب المقدم من خلال منشورات القناة على فيس بوك، لرصد ما استخدم من أساليب منطقية وبراهين تساعد في إثبات وتبني فكر معين أو رفضه.
- تحليل القوى الفاعلة: الواردة في عرض المنشورات المتعلقة بالصين مع معرفة سمات تلك القوى من حيث الإيجابية والسلبية، وكذلك رصد نوعية وطبيعة العلاقات داخل المنشورات عينة الدراسة.

### مجتمع وعينة الدراسة

### مجتمع الدراسة

يتمثل المجتمع الشامل للدراسة في المنصة الرقمية لقناة CGTN على فيس بوك.

### قناة CGTN الصينية

شبكة التلفزيون العالمية الصينية أو CGTN، هي المنظمة الإعلامية الدولية الجديدة في الصين، تم إطلاقها من قبل محطة التلفزيون المركزية الصينية (CCTV) في 31

ديسمبر 2016، ويتكون من ست قنوات تلفزيونية تعمل على مدار 24 ساعة ومزود لمحتوى الفيديو وقسم للوسائط الرقمية.

وكما ورد على صفحة CGTN على الإنترنت: "من خلال إطلاق الشبكة نريد إعادة تقديم منتجنا للعالم للتعامل مع الاتجاه العالمي في تقارب وسائل الإعلام، ويُعد CGTN استثمارًا في مستقبل وسائل الإعلام"<sup>9</sup>.

### Facebook

أولي شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى تم تأسيسه عام 2004 بواسطة مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg وآخرين، وما يجعل المواقع مثل Facebook متميزة أنها منصات متكاملة تجمع بين العديد من الوسائط وتقنيات المعلومات والاتصالات، مثل صفحة الويب، أو البريد الإلكتروني، أو الصورة الرقمية، أو الفيديو الرقمي، أو مجموعات النقاش، أو سجل الزوار أو محرك البحث.

### عينة الدراسة التحليلية

تم اختيار عدد 9 منشورات يوميًا خلال الفترة الزمنية المحددة بإجمالي 271 منشور، والتي حظيت بتفاعل أكبر من الجمهور بين إجمالي المنشورات المتعلقة بالصين.

### العينة الزمنية

تم اختيار الفترة من 1 إلى 31 مايو 2023.

### المعالجة الإحصائية للبيانات

تعتمد الدراسة على الإحصاء الوصفي في عرض النتائج حيث تشتمل على التكرارات والأوزان المرجحة والأوزان النسبية ويتم إدخال البيانات بالاستعانة ببرنامج SPSS.

### الأوزان المرجحة والأوزان النسبية

تحليل البيانات الأساسية للدراسة والواردة باستمارة تحليل مضمون المنشورات الواردة على فيس بوك.

- الوزن المرجح = مجموع حاصل ضرب التكرارات × المقياس
  - الوزن النسبي =  $\frac{\text{مجموع حاصل ضرب التكرارات} \times \text{المقياس}}{100}$
- إجمالي الوزن المرجح

## معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlations

إحصائيات الاختبار التي تقيس العلاقة الإحصائية، أو الارتباط، بين متغيرين أو أكثر، ويُعرف بأنه أفضل طريقة لقياس الارتباط بين المتغيرات ذات الأهمية لأنه يستند إلى طريقة التباين ويعطي معلومات حول حجم الارتباط، وكذلك عن اتجاه العلاقة، وتم استخدامه في اختبار صحة فرضيات الدراسة، وتتراوح معاملات بيرسون من +1 إلى -1، حيث يمثل +1 ارتباطاً إيجابياً، ويمثل -1 ارتباطاً سلبياً، ويمثل 0 عدم وجود علاقة. وتم وصف قوة الارتباط على النحو التالي<sup>10</sup>:

- أقل من 20. "ضعيفة جداً".

- 20 - 39. "ضعيفة".

- 40 - 59. "معتدلة".

- 60 - 79. "قوية".

مستوى الدلالة المقبول في الدراسة

تم تحديد مستوى معنوية 1% وعلى أساسه يتم قبول أو رفض الفرضية/العلاقة.

نتائج الدراسة

1. هوية القناة

### هوية القناة

المنشور	معلومات التواصل	الرابط الإلكتروني	الرمز	الشعار	المنصة الرقمية	المنشور
المنشور	✉ arabic@cgtn.com 📷 cgtnarabic https://twitter.com/ cgtnarabic https://www.youtu be.com/CGTNAr abic	https://www.facebook.c om/ cgtnarabic		لا يوجد	Facebook (15) مليون متابع	CC

شكل رقم (1) يوضح هوية القناة على فيس بوك

....

## 2. الإبراز الكمي لاسم الدولة الباثة

تُعد العناية بالدلالة من أقدم اهتمامات الإنسان الفكرية عبر الزمن، وفي مختلف الحضارات والمدنيات، فلقد شغلت على مرّ العصور المفكرين الصينيين وفلاسفة اليونان وغيرهم، وكان للعرب والمسلمين من لغويين وبلاغيين وغيرهم نصيب أوفر في معالجة كثير من المسائل المتعلقة بدلالة الكلمات، فكتبوا عن مجاز القرآن وغريب ألفاظه، والعلاقة بين اللفظ والمعنى، وتطور معاني الألفاظ والترادف والأضداد<sup>11</sup>.

ويعتبر رصد مدى زيادة استخدام اسم الدولة الباثة من عدمه أمراً هاماً، لما يحمل من دلالة حيث يساعد تكرار الشيء في عملية الاهتمام والارتباط به سواء إيجاباً أو سلباً بحسب السياق الذي تُذكر فيه الكلمة، وتهتم القناة بإبراز اسم الصين من خلال منشوراتها على فيس بوك حيث ظهر بمعدل 1301 مرة.

## 3. تبعية المحتوى

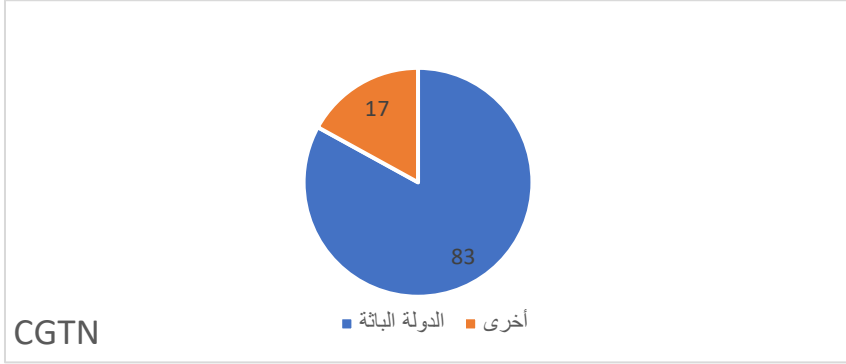
تهتم الدراسة بشكل أساسي بتحليل المنشورات الخاصة بالصين التي تنشرها CGTN عبر منصتها الرقمية بفيس بوك، إلا أنه كان من الهام أن نرصد في بادئ الأمر نسبة اهتمام القناة بعرض أخبار عن الدولة من إجمالي ما تعرضه من منشورات.

وكما نرى في الشكل رقم (2) تهتم CGTN في منصتها على فيس بوك بشكل رئيس

بالموضوعات المتعلقة

بالصين، حيث تكاد تخلو من أية منشورات تتعلق بقضايا وموضوعات الدول الأخرى، ولذلك كان الوزن النسبي

للمنشورات ذات الصلة بالصين على منصة القناة بـ فيس بوك 83.0%.



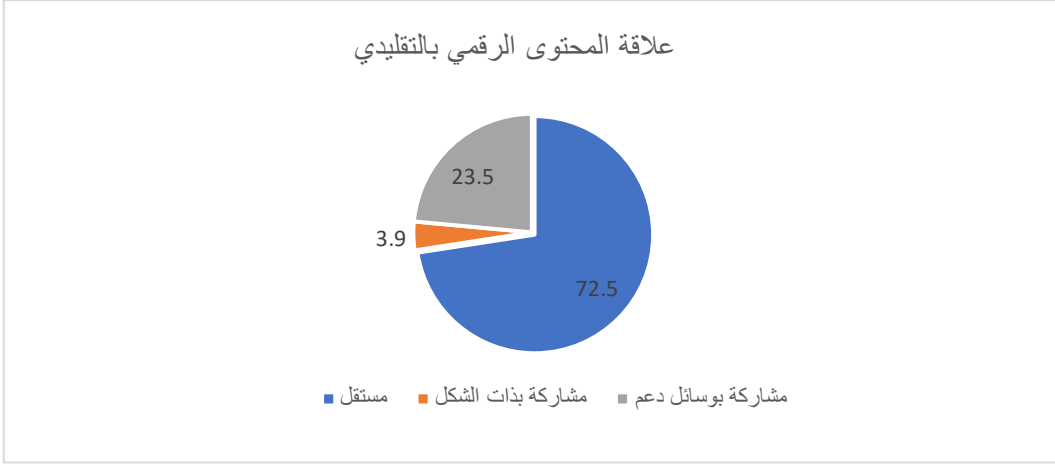
شكل رقم (2) يوضح نسبة منشورات الدولة البائدة لمنصة القناة على فيس بوك

....

#### 4. علاقة المحتوى الرقمي بالمحتوى التقليدي\*

فرضت الرقمية نفسها بقوة على الساحة الإعلامية مما ساهم في انخفاض معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية، وأصبح لزاماً على الفضائيات ضرورة مواكبة ذلك لضمان الوصول إلى الفئة الأكبر من الجمهور بما يخدم أهدافها المحددة، فقامت بإنشاء منصات رقمية لها على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، واستعانت بها أحياناً في إعادة نشر للمحتوى التقليدي سواء بذات الشكل أو دعمه بوسائل إضافية، مع الحرص على نشر موضوعات مستقلة ومختلفة عن تلك التي تم بثها في القناة، وذلك حتى يكون للمحتوى الرقمي سمته الخاص.

وكما يوضح الشكل رقم (3) اهتمت CGTN بشكل كبير بنشر محتوى مستقل عن المحتوى التقليدي وذلك في منشوراتها عن الصين فجاءت بوزن نسبي 72.5%، ولم تغفل القناة عن الاستعانة بمنصاتها الرقمية في إعادة نشر المحتوى التقليدي لها حيث جاء الوزن النسبي لإعادة تمرير المحتوى 27.4%، وجاء إثراء تلك الموضوعات بوسائل دعم إضافية بوزن نسبي 23.5% وذلك من إجمالي ما تم نشره على فيس بوك.



شكل رقم (3) يوضح علاقة المحتوى الرقمي بالتقليدي

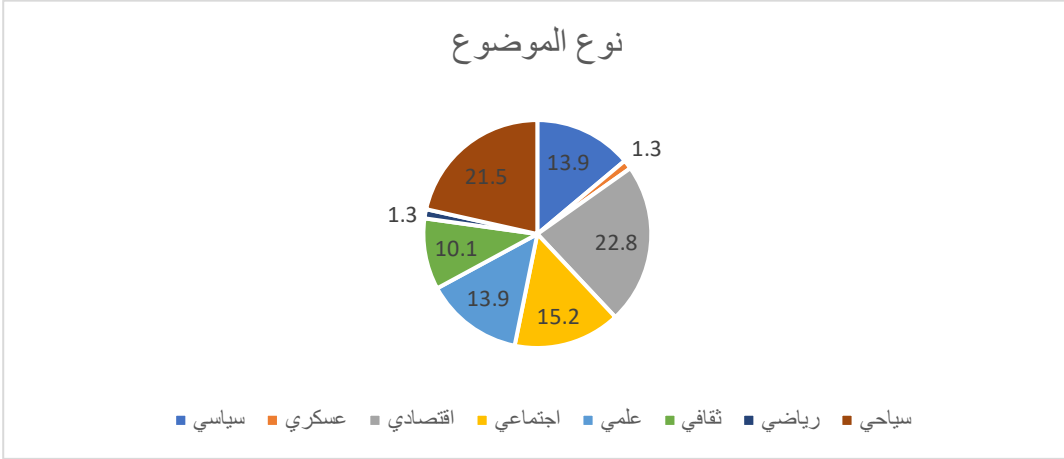
## 5. نوع الموضوع

تتعدد أنواع الموضوعات التي تهتم الفضائيات الموجهة بنشرها عن الدول البائدة وتختلف تبعاً لسياسة كل قناة فيما تفضل أن تعرضه في إطار الترويج للصورة الإعلامية لتلك الدول، وتأتي الأخبار السياسية غالباً في مقدمة اهتمام تلك القنوات وهو ما تفرضه طبيعة الأحداث على الساحة العالمية.

وكما يظهر لنا في الشكل رقم (4) جاءت المنشورات الاقتصادية المتعلقة بالصين بمنصة CGTN في فيس بوك على رأس الموضوعات، حيث تولي لها القناة اهتماماً خاصاً وهو ما يعكس التوجهات الاقتصادية للدولة وسعيها للوصول إلى كافة الأسواق العربية بمختلف المنتجات خاصة التكنولوجية منها وهو ما يُطلق عليه البعض الغزو الاقتصادي الصيني، فكان الوزن النسبي للموضوعات الاقتصادية 22.8%، بينما في الترتيب الثاني جاءت الموضوعات الترفيهية والسياحية بوزن نسبي 21.5% حيث تهتم القناة عبر فيس بوك بشكل رئيس بالترويج السياحي للمعالم الصينية، بينما لم تحظْ



الموضوعات الرياضية والعسكرية سوى باهتمامٍ محدود وجاءوا في الترتيب الأخير بوزن نسبي 1.3% لكلٍ منهما.



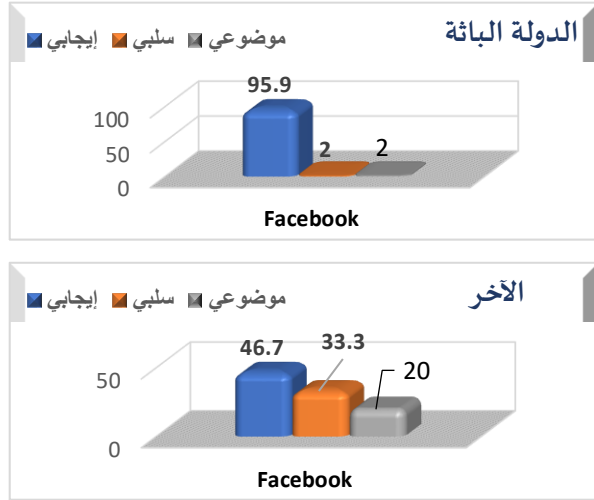
شكل رقم (4) يوضح نوع الموضوع

## 6. اتجاه معالجة المحتوى

رغم اقتصار الدراسة على معرفة صورة الصين كما تروج لها القناة عبر منصتها الرقمية، إلا أن دراسة اتجاه معالجتها لموضوعات الآخر التي وردت داخل موضوعات الدولة الباثة كان ضروريًا لمقابلته مع اتجاه معالجة المحتوى المتعلق بالدولة حيث يساهم ذلك في إبراز التوجه العام للقناة ومعرفة مدى التحيز في عرض المحتوى.

ونشاهد في الشكل رقم (5) ارتفاع ظهور الاتجاه الإيجابي في المنصة الرقمية لقناة CGTN على فيس بوك في عرضها للموضوعات ذات الصلة بالصين حيث كان الوزن النسبي له 95.9%، إلا أن نسبة ظهور الدول الأخرى بشكل إيجابي كانت مقبولة حيث بلغ الوزن النسبي للاتجاه الإيجابي بفيس بوك 46.7%، و33.3% للموازن، بينما كان السلبي بنسبة 20% وظهر أغلبه في المنشورات المتعلقة بأمريكا وحلفاءها، أي أننا يمكننا القول أن هناك تحيز لموضوعات الدولة الصينية، إلا أنه بالمقارنة بالتوجه العام للقناة يمكن اعتباره غير متناقض إلى حد كبير، وذلك فيما يخص الدول العربية والصديقة، إلا

أن التحيز كان سلبياً بصورة واضحة مع الدول غير الصديقة وعلى رأسها أمريكا وبريطانيا.

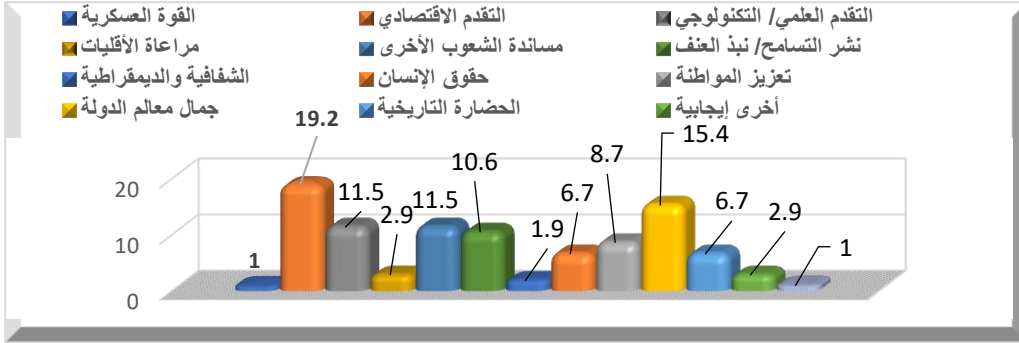


شكل رقم (5) يوضح اتجاه المعالجة

....

## 7. السمات في المحتوى المتعلق بالصين

كما يوضح لنا الشكل رقم (6) فإن الاهتمام الأكبر من قبل منصة القناة على فيس بوك كان بإبراز سمة التقدم الاقتصادي حيث حلت في الترتيب الأول بوزن نسبي 19.2%، تليها سمة جمال معالم الدولة وجاء الوزن النسبي لها 15.4%، ولم تظهر السمات السلبية في المحتوى الرقمي المتعلق بالصين سوى بوزن نسبي 1%، وكانت السمات السلبية متعلقة بطريقة صياغة عدد قليل جداً من المنشورات المتعلقة بالعلاقة بين الصين وأمريكا أدت إلى ظهور القليل جداً من السمات السلبية.



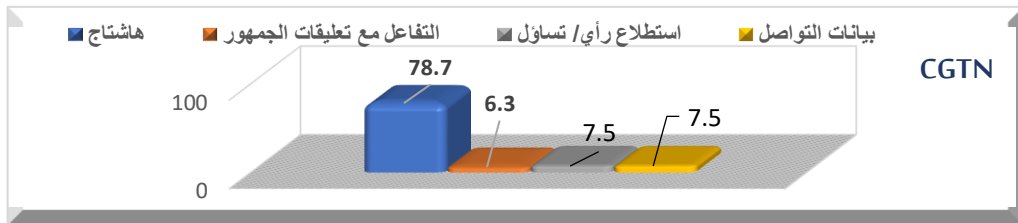
شكل رقم (6) السمات الظاهرة في المحتوى المتعلق بالصين

....

### 8. أدوات التفاعل المُتاحة على المحتوى

تتيح المنصات الرقمية العديد من الأدوات التفاعلية التي يمكن الاستفادة منها في سرعة الوصول إلى الجمهور وتوسعة رقعته، وبالتالي نجاح الترويج للمحتوى المستهدف، وعلى الرغم من ذلك فإن استخدام تلك الأدوات وتوظيفها لا يكون على المستوى المطلوب في كثير من الأحيان.

يوضح لنا الشكل رقم (7) أن الهاشتاج كان الأكثر استخدامًا بين أدوات التفاعل، حيث وصل الوزن النسبي لاستخدامه في منشورات CGTN بـ 78.8%، يليه استطلاع الرأي وعرض بيانات التواصل في الترتيب الثاني بوزن نسبي 7.5%، وفي الترتيب الأخير جاء التفاعل مع تعليقات الجمهور بوزن نسبي 6.3%.



شكل رقم (7) أدوات التفاعل المُتاحة على المحتوى المتعلق بالصين

### 9. القوى الفاعلة داخل المحتوى

نقصد بالقوى الفاعلة الكيانات والجهات الرئيسية المؤثرة في المحتوى الوارد على المنصة

الرقمية لقناة CGTN

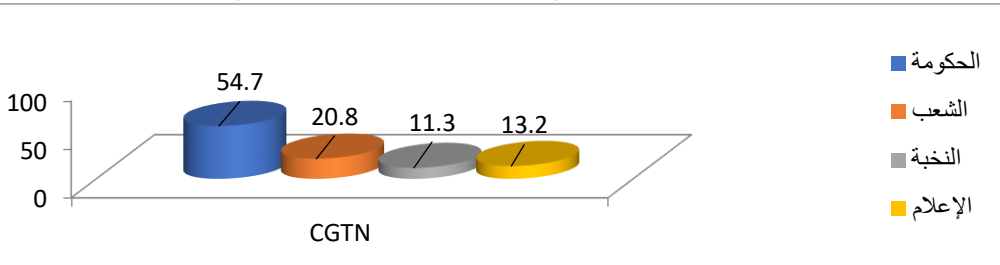
والمتعلق بالصين، ويتم رصدها كوسيلة مساعدة في تحليل الخطاب لمعرفة أكثر القوى ظهورًا، وكذلك تحديد

طبيعة ظهورها ومدى انعكاس تواجدها على اتجاه المعالجة إيجابًا أو سلبيًا.

وتأتي الحكومة الصينية (الرئيس والحكومة) على رأس قائمة القوى الفاعلة الواردة بالمنشورات الرقمية ذات الصلة بالصين وبفارقٍ كبير عن القوى الأخرى، ولاحظت الباحثة انعكاس وجود الحكومات على إيجابية المحتوى المتعلق بالدولة.

ونشير إلى أنه كلما كان ظهور الحكومات كقوة فاعلة في المحتوى وبشكل إيجابي كان ذلك مُعبرًا بشكلٍ كبير عن تحيز الوسيلة الإعلامية لسياسة الدولة البائنة والترويج لها وفق منظور حكومي، وعلى النقيض نجد أنه كلما ارتفع ظهور قوة النخبة (السياسية تحديدًا) وبصورة إيجابية فإن ذلك يشير بنسبة كبيرة إلى تحرر الوسيلة الإعلامية واستقرار المناخ السياسي في الدولة إلى حدٍ كبير وبالتالي الترويج للصورة الإعلامية للدولة وفق رؤى متنوعة وغير رسمية فقط.

ويوضح الشكل رقم (8) ظهور قوة الحكومة بوزن نسبي كبير بلغ 54.7%، بينما ظهرت قوة الشعب الصيني في الترتيب الثاني بوزن نسبي 20.8%، أما قوة الإعلام كانت في الترتيب الثالث بين القوى الفاعلة في المنشورات المتعلقة بالصين بوزن نسبي 13.2%، بينما حلت قوة النخبة الصينية في الترتيب الأخير بوزن نسبي 11.3%.



شكل رقم (8) القوى الفاعلة داخل المحتوى المتعلق بالصين

....

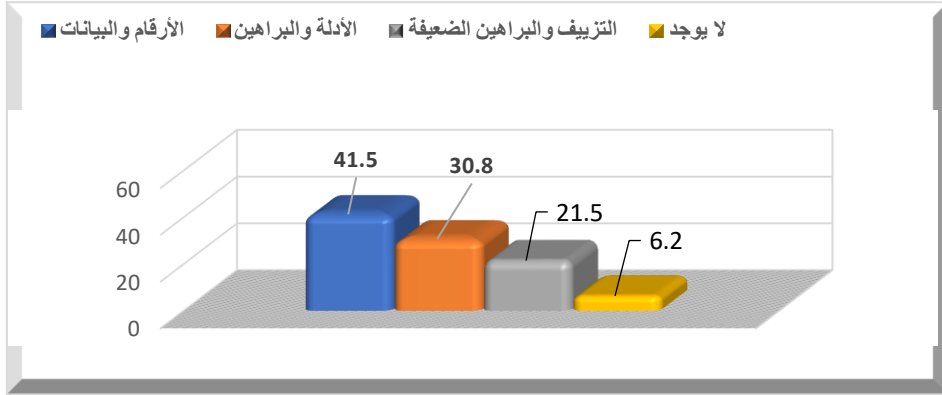
وظهرت الحكومة الصينية بشكل إيجابي في غالبية المنشورات المتعلقة بالصين حيث جاء الاتجاه الإيجابي بوزن نسبي كبير جدًا بلغ 93.1%، بينما جاء الوزن النسبي للاتجاه السلبي 2.3%، أما الاتجاه المتوازن فقد ورد بوزن نسبي 2.3%.  
أما قوة الشعب فقد ظهرت بشكل إيجابي بوزن نسبي 90.9%، بينما لم يظهر الاتجاه السلبي، وجاء الاتجاه المتوازن بوزن نسبي 9.1%.  
بينما حظيت قوة النخبة بالإيجابية (مع الندرة الشديدة في ظهور النخبة السياسية) الكاملة في اتجاه ظهورها كقوة فاعلة في جميع المنشورات ذات الصلة بالصين، بوزن نسبي 100%.

وجاء الوزن النسبي للاتجاه الإيجابي في ظهور قوة الإعلام الفاعلة بوزن نسبي 85.7%، في حين كان الوزن النسبي للاتجاه المتوازن 14.3%، ولم يظهر الإعلام بشكل سلبي في أي من المنشورات.

#### 10. مسارات البرهنة داخل المحتوى

مسارات البرهنة هي الأدلة أو البراهين المستخدمة في المحتوى الرقمي المنشور في إطار الترويج للصورة الإعلامية للدول الباثة، وتكون أحيانًا صحيحة تستند إلى بيانات دقيقة وأدلة سليمة، وفي أحيان أخرى تعتمد على براهين ضعيفة أو حقائق زائفة، ولا يشترط أن تتضمن جميع المنشورات أو التغريدات مسارات للبرهنة.

ويوضح الشكل رقم (9) CGTN كثيرًا حيث جاءت الأرقام والبيانات في الترتيب الأول على المنصتين، بوزن نسبي 41.5% على فيس بوك مقابل 36.7% على تويتر، بينما حلت الأدلة والبراهين في الترتيب الثاني وبلغ الوزن النسبي لها 30.8% على فيس بوك، و28.3% على تويتر، في حين حلت البراهين الضعيفة والتزييف في الترتيب الثالث بوزن نسبي 21.5% على فيس بوك، و25% بتويتر، ولم تستخدم القناة في منشوراتها عن الدول الباثة مسارات للبرهنة بوزن نسبي 6.2% على فيس بوك، و10% على تويتر.



شكل رقم (9) مسارات البرهنة داخل المحتوى المتعلق بالسين

....

### نتائج اختبارات فروض الدراسة

**الفرض الأول:** وجود علاقة ارتباطية دالة بين منشأ الحدث، وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية المستخدمة ومدى التحيز في عرض المحتوى.

CGTN			
منشأ الحدث			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوي الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
طردية قوية	0.000	0.752	الأساليب الإقناعية
طردية متوسطة قوية	0.000	0.405	التكنولوجيا المستخدمة
طردية قوية	0.000	0.658	مدي التحيز في عرض المحتوى

جدول رقم (1) يوضح العلاقة الارتباطية بين منشأ الحدث، وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية المستخدمة ومدى التحيز في عرض المحتوى

**النتيجة:** ثبوت صحة الفرض الأول وقبوله، حيث توجد علاقة طردية دالة بين منشأ الحدث، وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية المستخدمة ومدى التحيز في عرض المحتوى.

**التحليل:** يوضح الجدول رقم (1) معاملات الارتباط بيرسون بين منشأ الحدث في المنشور وكل من الأساليب الإقناعية والتكنولوجية ومدى التحيز في عرض المحتوى، وتراوحت جميع العلاقات بين طردية متوسطة القوة إلى طردية قوية، وقد جاء أعلى معامل ارتباط لـ للأساليب الإقناعية المستخدمة، **TRT** بقيمة 0.752، يليه التحيز في عرض المحتوى بقيمة 0.658، بينما كان أقل معامل ارتباط لـ التكنولوجيا بقيمة 0.405، وجاءت جميع المعاملات دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية  $\geq 0.01$ .

**الفرض الثاني:** هناك علاقة ظاهرة بين استخدام المنصات الرقمية لوسائل الجذب، وإعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة.

CGTN			
استخدام المنصات الرقمية لوسائل الجذب			المتغيرات
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
طردية قوية	0.000	0.655	إعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة
جدول رقم (2) يوضح العلاقة الارتباطية بين استخدام المنصات الرقمية لوسائل الجذب، وإعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة			

**النتيجة:** ثبوت صحة الفرض الثاني وقبوله، بوجود علاقة طردية بين استخدام المنصة الرقمية للقناة لوسائل الجذب، وإعادة تمرير المحتوى التقليدي للقناة.

**التحليل:** يوضح الجدول رقم (2) معامل الارتباط بيرسون بين إعادة تمرير المحتوى التقليدي واستخدام وسائل الجذب، وجاءت العلاقة طردية قوية، وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.655، وهي دالة إحصائيًا عند  $\geq 0.01$ .

## الخاتمة

اهتمت الدراسة بتحليل المضامين الرقمية التي قدمتها قناة CGTN الصينية عبر منصتها الرقمية على فيس بوك والمتعلقة بدولة الصين، والتي خلصت في نتائجها العامة إلى التالي:-

- التجاهل التام لأقلية الإيغور المسلمة بالصين.
- الحرص على التودد للعرب مع الترويج لفكرة أن أمريكا هي عدو العرب الأول.
- الاهتمام المتزايد بالتركيز على العلاقات الصينية الآسيوية وبصفة خاصة السعودية.
- التلويح باستخدام القوة الاقتصادية/ الإلكترونية للصين كورقة ضغط.
- التأطير السلبي التام للقضايا ذات الصلة بالدول غير الصديقة وبصورة خاصة الولايات المتحدة الأمريكية.
- التأطير الإيجابي والترويج للدول الصديقة للصين وبصفة خاصة روسيا وإيران وسوريا.
- استخدام عبارات مُرسلة ومصطلحات تنافي القيم الإعلامية في بعض الموضوعات المتعلقة بأمريكا.
- ضعف مستوى اللغة العربية في منشورات CGTN.
- الاهتمام بتنفيذ ما جاء في قمة السبع والرد عليه، مع التأكيد على السيادة الصينية على تايوان.
- الاهتمام بالترويج لصورة الدولة كمساندة للشعوب والدول الأخرى مع التركيز على مبادرة الحزام والطريق.

## التوصيات

- التعطيم التام من قبل القناة على أقلية الإيغور المسلمة بالصين وسط تعرضهم لتضييقات متعددة من جانب الحكومة الصينية، ما يتطلب قيام الإعلام بدوره في تسليط الضوء على تلك الفئة المُهمشة.
- ركافة اللغة العربية في بعض منشورات القناة يجعل الجمهور خاصة الفئات العُمرية تحت 18 عام عُرضة



لمضامين غير منضبطة لغويًا في مقابل الحرص على الترويج للغة الصينية، وهو ما ستلزم مزيد من الاهتمام باللغة العربية وفق قواعده السليمة.

- تساند الصين دولاً مُعينة على حساب أخرى وتقدم ذلك للجمهور بالاستناد إلى معلومات مضللة أحياناً، ما يساهم في تضليل فكر الجمهور العربي ما لم يتسلح بالقدر الكاف من المعرفة والحذر.

## المصادر والمراجع :

1. - محمد عبده بدوي: دور الإنترنت والفضائيات الإخبارية العربية في دعم المشاركة السياسية في الوطن العربي، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
2. - نهاد فتحي سليمان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
3. صمت حداد: تغطية الموقع الإلكتروني لصحيفة نيويورك تايمز الأمريكية لمونديال قطر 2022، العدد 2 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2023).
4. مروة عبد العليم: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو إدارة المواقع الإلكترونية الإخبارية للصراع الروسي الأوكراني، العدد 82، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2023).
5. Beris Artan, Ilgar Seyidov: Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram, (Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, issue 36, 2020), p.186:203.
6. ياسمين على المهدي: دور المواد التسجيلية في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية في تكوين الصورة الإعلامية للدول الأجنبية لدى الشباب المصري، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
7. Eva Kimunguyi, Marie Gillespie: European international broadcasting and Islamist terrorism in Africa: "The case of Boko Haram on France 24 and Deutsche Welle", (International Communication Gazette, Vol.79, Issue 3, 2017).
8. Roger Fidler: Mediamorphosis "Understanding the New Media", (California, Pine Forge Press, 1997).

9. حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والانتظير في وسائل الإعلام الجديدة "دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، (الرياض: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2015).

10. [https://www.cgtn.com/home/info/about\\_us.do](https://www.cgtn.com/home/info/about_us.do).

11. Ann Lehman and others: *Jump for Basic Univariate and Multivariate Statistics: A Step-by-step Guide*, 1st ed, (USA: SAS Press, 2005), p.123.

12. أحمد عزوز: جذور نظرية الحقول الدلالية في التراث اللغوي العربي، العدد 85 (سوريا: اتحاد الكتاب العرب، مجلة التراث اللغوي العربي، المجلد 21، 2002).

\* المحتوى التقليدي: يُقصد به الأخبار والموضوعات التي تم بثها عبر التلفزيون أو الراديو.

## **Abstract**

Social networking sites, including their large interactive technologies, have become a major part of the lives of most people today, to the point where they spend more time on them than they spend with their children or peers. It was natural for them to draw the attention of foreign media and satellite channels, directed in particular to that, to ensure Reaching a very large segment of the public may often result in the abandonment of traditional media through its three means, so it was important for us to monitor CGTN's use of its digital platform on Facebook in drawing a picture of China, to determine the nature of the content that reaches the public and to refute its elements.

In collecting data, the study relied on quantitative and qualitative content analysis of publications related to the State of China. The positive media image of the State of China prevailed. By testing the hypotheses of the study that were formulated within the framework of theories Media morphosis Theory and the richness of the media, the channel's interest in promoting traditional content and repeatedly highlighting some of the news that It serves the state's goals in accordance with its policy, and takes advantage of the richness of social media, while not adequately employing the interactive elements of digital platforms.

**Keywords:** Digital media – social media – Western satellite – China– Uyghurs- Belt and Road.