



جامعة حلاوان

كلية الآداب

قسم الإعلام وعلوم الاتصال

شعبة الإذاعة والتلفزيون

الأحداث والقضايا الصينية في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في علوم الإعلام

إعداد

عائشة حمدي حسين

إشراف

أ. د سامي الشريف

أستاذ الإعلام بكلية الإعلام بجامعة القاهرة

عميد كلية الإعلام بالجامعة الحديثة

إشراف مشارك

د. أنجي رجب

مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلاوان

٢٠٢٤م / ١٤٤٦هـ

مستخلص الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحليل أكثر القضايا الصينية تناوياً في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية للوقوف حول طبيعة المضمون المقدم من خلال عينة من النشرات المذاعة في القنوات محل الدراسة وهي (قناة الحرة، قناة BBC عربي، قناة روسيا اليوم) بهدف دراسة المتغيرات الوسيطة المؤثرة على فاعلية هذه القنوات، ورصد ملامح الصورة الإعلامية المتكونة عن الصين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على أداة تحليل المضمون في تحليل عينة من النشرات الرئيسية على القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة.

ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- تولى النشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة اهتماماً ملحوظاً بالشئون والقضايا الصينية وتأتي في المقدمة قناة روسيا اليوم وتليها قناة الحرة وتليها قناة BBC عربي.
- تصدر الحرب الروسية الأوكرانية قائمة موضوعات الشئون الصينية بالنشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية، وهذا بسبب اشتراك الدول المالكة للقنوات الثلاثة محل الدراسة في الحرب الروسية.
- جاءت قناة الحرة أكثر القنوات التي تتبنى الاتجاه السلبي تجاه الصين، ثم جاءت قناة BBC عربي في المرتبة الثانية في تبني الاتجاه السلبي تجاه الصين، بينما تبنت قناة روسيا اليوم الاتجاه الإيجابي تجاه الصين.

Abstract

The study aims to analyze the most frequently discussed Chinese issues in Arabic-language news channels to determine the nature of the content presented through a sample of bulletins broadcast on the channels under study (Alhurra, BBC Arabic, Russia Today) with the aim of studying the intermediate variables affecting the effectiveness of these channels, and monitoring the features of the media image formed about China. This study is one of the descriptive studies that relied on the content analysis tool in analyzing a sample of the main bulletins on the Arabic-language news channels under study.

Among the most prominent results of the study:

- News bulletins on the Arabic–language news channels in the study sample pay significant attention to Chinese affairs and issues, with Russia Today coming first, followed by Alhurra, and then BBC Arabic.
- The Russian–Ukrainian war topped the list of topics on Chinese affairs in news bulletins on the Arabic–language news channels, due to the involvement of the countries that own the three channels under study in the Russian war.

مقدمة الدراسة

مع تزايد أهمية الإعلام ودوره في صنع السياسة الدولية والتأثير عليها، يجمع الكثيرون على أن أغلب الصراعات الدائرة في عالمنا المعاصر هي صراعات ثقافية وحضارية، ليس بحكم التأثير الواسع لوسائل الاتصال أو انتشار القنوات الفضائية فحسب ولكن لأن الإعلام أصبح سلاحاً اجتماعياً سياسياً له وظيفة مكملة للسياسة بل ويعد انعكاساً لها بأسلوب معلن، كما أنه يعد من أخطر الأسلحة والتي تستخدم في مجال الحرب النفسية إذ يعمل على تغيير المفاهيم والمواقف ورسم الصور سلبيًا أو إيجابيًا، ويعد الإعلام الدولي وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية من خلال المؤسسات الإعلامية الموكلة إليها ممارسة الإعلام الدولي من خلال قنواتها في البلدان الأخرى.

مشكلة الدراسة

تكاد تجمع الدراسات الإعلامية على كون وسائل الإعلام إحدى الوسائل الفعالة التي يتم من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار تشكيل الصور الذهنية لدى الجمهور في شتى المجالات، فالطريقة التي تعرض بها المرأة في التلفزيون والأدوار التي تقوم بها تكون صورة نمطية لها لدى الجمهور، والطريقة التي يعرض بها الأفارقة تحدد اتجاهات الجمهور نحوهم، كما أن النتيجة التي تعرض بها الجماعات الخارجية تحدد انطباعات الجماعة الداخلية نحو سلوكياتها واتجاهاتها.

حيث تبرز وسائل الإعلام كعامل هام في تشكيل الصور عن الأفراد والشعوب من خلال ما تبثه من أحداث إخبارية ومضامين مختلفة، وتعد القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية أهم الطرق المستخدمة في تشكيل الصور الإعلامية عن الدول المالكة لها وغير المالكة لها.

فباتت القنوات الأجنبية الموجهة إلى العرب محور الاهتمام لعدد كبير من الدول التي ترصد لها ميزانيات هائلة وتستخدم إمكانياتها البشرية والتقنية لجذب عيون وأذان المشاهدين العرب، وهكذا تؤدي هذه القنوات دوراً في تشكيل صورة الدول ضمن الدور الذي تؤديه هذه القنوات في تشكيل النسق الثقافي السائد في المجتمعات العربية، والتأثير على معارف أفراد المجتمع وقيمهم والأفكار والصور التي يحملونها عن الأحداث والقضايا والأفكار المختلفة.

وفي ضوء التنافس الملحوظ بين القوى الاستراتيجية العالمية في ظل حفاظ الولايات المتحدة على زعامتها في القرن الواحد والعشرين ومحاولة الصين التحول إلى دولة عظمى، وهنا تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على النشرات والقضايا الصينية في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

الدراسات السابقة

تصنف الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة إلى محورين رئيسيين وهما:

تناول قضايا الدول في القنوات الإخبارية

أظهرت الدراسات السابقة أن لملكية القنوات الإخبارية تأثير في صياغة الصورة الإعلامية للدول حيث أظهرت دراسة (ياسمين علي الدين محمد المهدي ٢٠١٨)^(١) أن الهدف الأساسي في المواد التسجيلية التي تعرض على قناة (CGTN Arabic/France 24 Arabic/DW Arabic) هو تقديم صورة إعلامية إيجابية عن الدول الأجنبية التابعة لها تلك القنوات بهدف التأكيد على الصورة الذهنية والقومية الموجودة لدى الجمهور العربي من قبل، وأكدت الدراسة أن تكوين الصورة الإعلامية الإيجابية أصبح مجالاً للمنافسة بين الدول الأجنبية من خلال قنواتها وأذرعها التي تبثها للشرق الأوسط، بينما أثبتت دراسة (ريم سامي الشريف ٢٠١٣)^(٢) أن التغطية الإخبارية للقضايا الإيرانية اتسمت باختلاف واضح بين كل من (قناة الحرة الأمريكية/ قناة روسيا اليوم/ قناة العالم الإيرانية) سواء من حيث اتجاه الأخبار، أو طبيعة السمات التي عرضت عن إيران، فقد قدمت قناة الحرة الأمريكية أكبر عدد من الأخبار السلبية في حين ركزت قناة روسيا اليوم على تقديم عدد أكبر من الأخبار الإيجابية عن إيران، وكان اتجاه أخبار إيران في قناة العالم هو الأكثر إيجابية على الإطلاق.

تظهر دراسة (2014 Faizullah Jan)^(٣) الصورة الإعلامية السلبية للولايات المتحدة الأمريكية في وسائل الإعلام الباكستانية من خلال إلقاء اللوم عليها في انتهاكها المتكرر لسيادة باكستان وإثارة العنف في المنطقة بعد حادثة صلالة عام ٢٠١١ وهو هجوم قوات حلف الناتو بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية على نقطتي تفتيش عسكري تابعان للجيش الباكستاني،

(١) ياسمين علي الدين محمد المهدي، "دور المواد التسجيلية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية في تكوين الصورة الإعلامية للدول الأجنبية لدى الشباب المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.

(٢) ريم سامي الشريف، "معالجة القضايا الإيرانية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، وعلاقتها بصورة إيران لدى الجمهور العربي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.

(٣) Faizullah Jan, "Conceptualizing Image of the United States in Pakistani Print Media: A Case Study of Daily the Nation", *Global Media Journal*, Vol. 7, Issue.2, 2014.

أيضاً تتكون الصورة الإعلامية للدول من خلال علاقاتها السياسية الخارجية مع الدول المالكة لوسائل الإعلام، فانفتحت دراسات كل من (2017 Guomin Yu)^(٤)، و(2014 Naduvath. Jaibal)^(٥)، و(2011 Guojun Zeng)^(٦) على سلبية الصورة الإعلامية لبكين أثناء استضافة الصين لدورة الألعاب الأولمبية لعام ٢٠٠٨ عبر ١٨ وسيلة إعلامية أجنبية خاصة في إعلام المملكة المتحدة حيث صورت إحدى الدراسات أن ٢٦% من النظام السياسي في الصين على أنه استبدادي ووجود مساحة صغيرة للمشاركة الشعبية والتعبير عن الرأي تمثل ٣%، وأن ٣٠% من التقارير أظهرت غموض النظام السياسي، بينما أتسمت التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الماليزية والسنغافورية في دراسة (Guomin Yu 2017) بالإيجابية في عرضها للصورة الإعلامية لبكين وذلك بسبب الدور السياسي والعسكري الصيني تجاه دول جنوب شرق آسيا واستناداً للبعد الإيديولوجي في السياسة الخارجية الصينية الحديثة.

وأوضحت دراسة (Guojun Zeng 2011) عدم تحسين العروض الإعلامية لأولمبياد بكين عام 2008 للصورة الوطنية المتلفزة للصين مباشرة، ولكنها حفزت الاهتمام بالصين وشعبها بين وسائل الإعلام الدولية بما يكفي لتقديم صورة متلفزة محددة للصين إلى شعوب العالم بشكل أفضل من قبل، وعلي العكس فقد أظهرت دراسة (Zhang & Lu Chen 2022)^(٧) المسار المتغير لصورة مدينة Yiwu الصينية في الـ 12 عاماً الماضية التي تعرف بمدينة "شجرة عيد الميلاد" والتي يتم تصدير منتجات عيد الميلاد إلى جميع أنحاء العالم، فقد ظهرت الصورة الإيجابية لمدينة Yiwu في القنوات الإخبارية بالولايات المتحدة والهند وسنغافورة ثم تليها بريطانيا وهونغ كونغ وكندا وماليزيا، وليس من الصعب التوصل إلى

(4) Guomin Yu., "The Change of Beijing Image in the Foreign Media: on analysis of Coverage by Mainstream English Media", **Global Media and China**, Vol. 2, Issue. 3, 2017, P.P 333–351.

Available at : <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2059436417725214>

(5) Naduvath. Jaibal, "Examining Representation of the Non-Local: China in the UK Media in the Run up to the Beijing Olympics", **China Report**, vol. 50, Issue. 2, 2014, P.P 109–129., First Published May 5, 2014. Available at :

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0009445514524101>

(6) Guojun Zeng, "The Impact of International TV Media Coverage of the Beijing Olympics 2008 on China's Media Image Formation: A Media Content Analysis Perspective", **International Journal of Sports Marketing & Sponsorship**, Vol. 12, Issue. 4, 2011, P.P 39–56.

Available at : <DOI:10.1108/IJSMS-12-04-2011-B004>

(7) Lu, G., Chen, J., & Zhang, L. (2022). The image construction of the City Yiwu in overseas media: Corpus-driven research based on 2010–2015 and 2016–2021. **Linguistics and Culture Review**, 6(1), 162–176. Available at:

<https://doi.org/10.21744/lingcure.v6n1.2157>

نتيجة بسيطة مفادها أن مدينة Yiwu اكتسبت المزيد من الاهتمام الدولي من خلال المعارض التجارية المختلفة خلال 2016-2021 مقارنة من 2010-2015.

وفي دراسة (2021 Tkachenko & Sydorenko)⁽⁸⁾ كان الإعلام البريطاني والفرنسي أكثر إيجابية في بناء الصورة الإعلامية لأوكرانيا مقارنة بالإعلام الألماني الذي كان أكثر انتقاداً للسياسة الداخلية لأوكرانيا وإطارها التشريعي وقضايا حقوق الإنسان بينما عرض الموضوعات الثقافية والسياحية والتاريخية والدينية في شكل إيجابي.

وكذلك اتفقت دراسات كل من (2013 Ksiazek & Thomas)⁽⁹⁾، و (2016 Polonska)⁽¹⁰⁾ في وصف وسائل الإعلام الأمريكية العرب والمسلمين بالإرهابيين والمجرمين، كذلك تظهر نتائج دراسة (سارة فوزي ٢٠٢١)⁽¹¹⁾ استمرار وصف العرب بالإرهابيين وربطهم بالدموية والوحشية في الأفلام التسجيلية الإسرائيلية وفي المقابل تصوير الجندي الإسرائيلي بشخص تعرض لضغوط نفسية حادة جراء الاعتداءات الفلسطينية أو جراء ضغوط قادته العسكريين.

وعلى العكس أثبتت دراسة (بكر مصطفى محمد عثمان ٢٠١٥)⁽¹²⁾ إيجابية الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية في كل من وسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية مثل (صحيفة The New York Times / قناة BBC Arabic / موقع The New York Times) بنسبة ٥٦%.

(8) Tkachenko, O. H., Sydorenko, O. P., Melnikova, I. O., Myronets, N. R., & Smus, A. H. The media image of Ukraine: An European view. **Linguistics and Culture Review**, VOL. 5, 2021, P.P 203-217.
Available at: <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1574>

(9) Ksiazek & Thomas. "United States International Broadcasting: Rationalizing the Mission Before and After 11-9", **paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, TBA, San Francisco, 2013.

(10) Polonska Kimmunguyi & Gillespie, M., "Terrorism Discourse on French International Broadcasting: France 24 and the Case of Charlie Hebdo Attacks in Paris", **European Journal of Communication**, Vol. 31, 2016.

(11) سارة فوزي أحمد مصطفى، "الأفلام التسجيلية الإسرائيلية ودورها في تشكيل صورة المجتمع الإسرائيلي لدى العرب"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.

(12) بكر بن مصطفى بن محمد عثمان، "صورة المملكة العربية السعودية في وسائل الإعلام الدولية بعد أحداث الربيع العربي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.

وتتأثر الصورة الإعلامية للدول العربية باتجاه المعالجة الإخبارية التي تتبناها القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية حيث أثبت دراسة (هدير أحمد راضي ٢٠١٩)^(١٣) أن معالجة قناة BBC Arabic للقضايا المصرية جاءت في اتجاه متوازن، بينما ظهرت صورة المجتمع المصري في قناة BBC Arabic غير واضحة في الترتيب الأول في دراسة (مروة وائل ٢٠١٨)^(١٤) وإيجابي في الترتيب الثاني، على العكس وضحت دراسة (ريم سامي الشريف ٢٠١٨)^(١٥) أن قناة BBC هي أكثر القنوات التي تقدم أخبار إيجابية عن مصر في عينة القنوات الخاضعة للتحليل.

بينما أثبت (مريم بهجت جمال ٢٠١٦)^(١٦) من خلال دراستها لقناة CNN الأمريكية وقناة TV5 الفرنسية سلبية الصورة الإعلامية المتكونة عن مصر الأمر الذي أثر على الصورة الذهنية المتكونة لدى عينة الدراسة والتي جعلت نسبة كبيرة من تلك العينة لا تتوقع زيارة مصر قريباً، وعلى العكس كانت لدراسة (Al-Sowaidi 2015 Belqes)^(١٧) رؤية مختلفة فيما يتعلق بالصورة التي قدمتها الصحف الأمريكية وتناولها للثورة المصرية حيث قامت بدراسة وتحليل الأخبار والصور المنشورة كالشعارات وأعمال الجرافيتي والهتافات عن طريق استخدام تحليل الخطاب حيث اثنت تلك الصحف على درجة الوعي السياسي الذي قدمه المتظاهرون في ثورة ٢٥ يناير ومطالبهم السياسية المشروعة ورجبتهم في تغيير المناخ السياسي نحو الأفضل، وكذلك أثبتت دراسة (دعاء أحمد البنا ٢٠٢٢)^(١٨) تنوع أطروحات صورة مصر في الخطاب الدولي لرئيس الجمهورية "عبدالفتاح السيسي" في إطار إعادة إصلاح صورة مصر وإبراز عودتها كإحدى القوى الفاعلة والمؤثرة في النظام الدولي والإقليمي والأفريقي والعربي والإسلامي بعد ما مرت به من أحداث وأزمات من ثورة يناير ٢٠١١ حتى ثورة يونيو ٢٠١٣.

(١٣) هدير أحمد راضي، "صورة مصر بعد ٣٠ يونيو كما تعكسها القنوات الموجهة باللغة العربية والقنوات التابعة لتنظيم الإخوان"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠١٩.

(١٤) مروة وائل عمر غالي، "صورة المجتمع المصري كما تعكسها المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية العربية والموجهة باللغة العربية وعلاقتها بإدراك الشباب لها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.

(١٥) ريم سامي الشريف، "صورة مصر كما تعكسها القنوات الإخبارية الأجنبية وعلاقتها بصورتها لدى المراسلين الأجانب في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.

(١٦) مريم بهجت جمال، "صورة المصريين كما تعكسها القنوات الأجنبية بعد ثورة ٢٥ يناير (دراسة تحليلية وميدانية)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦.

(١٧) Belqes Al-Sowaidi "Doing Politics in the Recent Arab Uprising: Towards A Political Discourse Analysis of the Arab Spring Slogans", **Journal of African and Asian Studies**, Vol.1, No.25, 2015.

(١٨) دعاء أحمد البنا، "دور الخطاب الدولي للرئيس السيسي في تحديد أبعاد الصورة الإعلامية لمصر وإصلاحها"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مجلد ٢٠٢٠، العدد ٧٢، يوليو ٢٠٢٠، ١٧٧-٢٤٨.

أما نسبة الأخبار التي تم عرضها بطريقة تتوافق مع سياسة الدولة الباثة للقناة أثبتت دراسة (سهر أحمد السيد ٢٠٢١)^(١٩) ارتفاع نسبة الأخبار التي تتوافق مع سياسة الدولة الباثة لقنوات DW، TRT، RT Arabic وقناة الحرة، باستثناء تونس التي ارتفعت فيها نسبة الأخبار التي كانت سياسة الدولة الباثة غير واضحة فيها وهذا يتفق مع دراسة (بسنت مراد ٢٠١٤)^(٢٠) التي أكدت تأثير سياسة الدولة الباثة للقناة على تشكيل أخبار القضايا العربية في كل من قناة DW، BBC، وروسيا اليوم.

وأظهرت دراسة (إسماعيل عبد الحافظ ٢٠١٧)^(٢١) ارتفاع نسبة الاتجاه السلبي حد النصف في معالجة كل من قناة الحرة، BBC Arabic، France 24 للقضايا اليمينية بنسبة ٥٥.٣%، ويتفق ذلك مع دراسة (سهر أحمد السيد ٢٠٢١) أن النسبة الكبرى كانت للأخبار السلبية في اتجاه الأخبار الخاصة بالدول الخمس (سوريا، العراق، ليبيا، مصر، لبنان) في القنوات عينة الدراسة، بينما احتل الاتجاهين السلبي والإيجابي معاً الترتيب الأول في اتجاه المعالجة الإخبارية لصورة الأنظمة العربية في دراسة (شفق أحمد ٢٠١٣)^(٢٢) بقناتي الحرة الأمريكية والجزيرة العربية بنسبة ٥٣.١%، وفي الترتيب الثاني الاتجاه السلبي بنسبة ٣٤.٤%.

وفيما يخص الصورة الإعلامية للعلاقات أظهرت دراسة (دعاء أحمد البنا ٢٠٢٣)^(٢٣) إيجابية الصورة الإعلامية للعلاقات المصرية الإفريقية التي تعكسها الخطابات السياسية لرئيس الجمهورية "عبد الفتاح السيسي" حيث تناولت الخطابات عدد من القضايا الإيجابية صدرتها قضية التنمية المستدامة بنسبة ٣٥.٧% والتعاون المشترك بين مصر والدول الإفريقية بنسبة ٢٢.٣% والسلم والأمن بنسبة ١٦.٩% مما يبرز الصورة الإيجابية للعلاقات المصرية الإفريقية وبدل على عودة الدور المصري الفعال والمؤثر في القارة الإفريقية.

(١٩) سهر أحمد السيد، "الصورة الإعلامية للدول العربية في القنوات الموجهة بالعربية ومواقعها الإلكترونية (دراسة تحليلية وميدانية)"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.

(٢٠) بسنت مراد فهمي، "تناول القضايا العربية في الخطاب التليفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفة به"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤.

(٢١) إسماعيل عبد الحافظ، "إعلام الفضائيات الغربية الناطقة باللغة العربية وتأثيرها على التحليل المعرفي للصحفيين اليمنيين (الحرة، BBC، F24) نموذجاً"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠١٧.

(٢٢) شفق أحمد، "صورة الأنظمة العربية في المعالجة الإخبارية للقنوات الفضائية بالتطبيق على قناتي الجزيرة والحرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الإسلامية، جامعة الأزهر، ٢٠١٣.

(٢٣) دعاء أحمد البنا، "صورة العلاقات المصرية الإفريقية كما تعكسها الخطابات السياسية الرسمية للدولة المصرية في القنوات التليفزيونية والمواقع والشبكات الإلكترونية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٢٢ العدد ١، يناير ٢٠٢٣، ٤٥٥-٥٢١.

لم تقتصر الدول على تحسين صورتها السياسية فقط ولكنها تسعى لتحسين مستوياتها الاقتصادية عن طريق استعادة الثقة في أمن الدول العربية وأنها وجهة آمنة للسياحة وذلك نتيجة لتدهور الحالة الأمنية بعد ثورات الربيع العربي، وهذا ما أدركه (Eli Avraham ٢٠١٣) (٢٤) بأن الدول العربية تحاول تكوين صورة إيجابية عنها لدى الدول الأجنبية لضمان رجوع السائحين من خلال الحملات التسويقية والتي تقوم على توظيف إستراتيجية مبنية على ثالث خطوات وهي المصدر والرسالة والجمهور لتحقيق صورة إيجابية عن الدول العربية.

وكذلك أوضحت دراسة (هبة صادق ٢٠٢٣) (٢٥) استخدام الصين للقوة الناعمة في بناء صورتها أمام العالم فهناك العديد من الأنشطة الاتصالية التي تستعين بها الصين في برامج قوتها الناعمة للتواصل مع الجمهور المصري والتي منها القناة الصينية الموجهة باللغة العربية وما يترتب عليه من التواصل الجيد مع شعوب المنطقة العربية وخاصة مصر وكذلك استخدام المجالات الصينية وصفحات التواصل الاجتماعي الموجهة باللغة العربية مثل مجلة "الصين اليوم" وصفحة السفارة الصينية على مواقع التواصل الاجتماعي مما يساعدها على زيادة قدرتها التنافسية وتميز علامتها التجارية والوطنية.

تظهر دراسة (Safiya Ibrahim 2019) (٢٦) أن للقنوات الإخبارية أيضاً صورة إعلامية تتحدد بناء على استخدام علامتها التجارية وشعارها، وقامت الباحثة بتحليل عدد من القنوات الإخبارية العربية (قناة العربية، قناة الإخبارية، قناة الجزيرة، قناة النيل للإخبار) وأثبتت أيضاً أن "لا يبدو أن القنوات الإخبارية المحلية المدعومة من الحكومة لديها القدرة أو الاحترافية لاستخدام تغطيتها الإخبارية لتمييز نفسها عن الآخرين"

أهمية الدراسة

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

- ١) تطور العلاقات بين مصر والصين في الفترة الأخيرة والذي يظهر ضرورة قياس صورة الصين كدولة عظمى.
- ٢) دراسة العلاقة بين الصورة الإعلامية المقدمة عن الصين ومردودها على النخبة المصرية مما يفيد صانع القرار السياسي في التعامل مع الصين في الفترة القادمة.

(24) Eli Avraham. "Crisis Communication, Image Restoration, and Battling Stereotypes of Terror and Wars", Media Strategies for Attracting Tourism to Middle Eastern Countries, American Behaviour Scientist, Vol.(57), No.9, 2013, PP 1350-1367.

(25) هبة صادق، "اتصالات القوة الناعمة الصينية في مصر ودورها في تعزيز قدرتها التنافسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢٣.

(26) Safiya Ibrahim alabdalkarim, "News as brand: Branding Television News Channels in the Arab World", degree of doctor Philosophy in Media, University of Salford, 2019.

أهداف الدراسة

تستهدف الدراسة التعرف على هدف رئيسي وهو رصد ملامح التوجهات التي تظهر في معالجة القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية للاقتصاد الصيني وذلك من خلال:

1. تحديد الموضوعات المطروحة التي تخص الصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية.
2. التعرف على حجم الاهتمام الذي توليه القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية لتغطية الشأن الصيني.
3. استكشاف مدى تأثير السياسات الخارجية للدول المالكة للقنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية في تكوينها لصورة الصين.

تساؤلات الدراسة

في ضوء موضوع الدراسة وأهميتها وأهدافها، فإنه يمكن طرح مجموعة من التساؤلات وهي:

1. ما مدى اهتمام القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية بالشأن الصيني؟
2. ما أهم القضايا التي تتناولها القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية فيما يتعلق بالصين خلال فترة الدراسة؟
3. ما الاتجاهات الإيجابية والسلبية التي تعكسها هذه القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية عن الصين؟

الإطار النظري

تعتمد الدراسة على بعض الأطر النظرية بالنسبة للدراسة التحليلية أو الميدانية وذلك على النحو التالي:

نظرية الصورة الإعلامية Media Image Theory:

يستخدم مصطلح الصورة الإعلامية في وصف جميع الطرق التي تنقل بها وسائل الإعلام صورة العالم وتحوله إلى رموز؛ لكي نكون قادرين على المشاركة بروايتنا عن العالم مع الآخرين، عندما نستخدم اللغة فنحن ننخرط في عملية (عرض الصورة)؛ لذا من الضروري لمستخدمي اللغة أن يكون لديهم فهم مشترك لكيفية عمل الشفرة التي تجمع أعضاء الثقافة الواحدة معاً، وهذا يعني أن أنظمة الصور الإعلامية مرتبطة برموز ثقافية محددة. (٢٧)

(27) Bennett. Peter. al., **A2 Media Studies: The Essentials Introduction**, London: Routledge publisher, 2006, P.75.

حيث ظهر مفهوم الصورة الإعلامية كأحد المفاهيم الحديثة التي تشير إلى الصورة التي تبثها وسائل الإعلام خلال مضامينها المختلفة والتي تعبر عن زاوية تناول تلك الوسائل للموضوعات المتنوعة التي تزخر بها الحياة بحيث تضيء كل وسيلة على تلك الصورة خصائصها المميزة لها مما يجعل تلك الوسائل تؤثر تأثيراً متبايناً في الجماهير المختلفة.

يذهب الباحثون إلى أن ما نشاهده في وسائل الإعلام ليس نفس ما نشاهده في الحياة الحقيقية، حيث تقوم وسائل الإعلام بإعادة تشكيل الواقع المقدم لنا، لنرى جانباً معيناً منه، وليس الواقع بأكمله، والطريقة التي يتم بها تقديم فئات معينة من الناس أو الأماكن أو الأحداث في وسائل الإعلام تحمل تأثيرات اجتماعية كبيرة على متلقيها، حيث يميل منتجو الصور الإعلامية إما إلى تدعيم صور قائمة بالفعل أو تغيير البعض منها في الاتجاه الذي يرغبونه.^(٢٨)

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية " Descriptive Studies " التي تستهدف دراسة ظاهرة محددة، وهي تقع ضمن البحوث الكمية التي تعتمد على الأساليب والمعاملات الإحصائية بما يسمح بقياس العلاقة بين المتغيرات بشكل علمي وموضوعي.^(٢٩)

منهج الدراسة التحليلية: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي بما يحقق اختبار تساؤلات الدراسة ومسح عينة من النشرات الرئيسية بالقنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

مجتمع الدراسة التحليلية: يشمل جميع النشرات الرئيسية التي تقدمها القنوات الثلاث محل الدراسة وهي (قناة الحرة، قناة BBC عربي، قناة روسيا اليوم) خلال ثلاثة أشهر بداية من "٢٠٢٤/٤/١" وحتى "٢٠٢٤/٦/٣٠".

عينة الدراسة التحليلية:

تم إجراء الدراسة التحليلية على عينة من النشرات الرئيسية في القنوات محل الدراسة والتي تحرص على تقديم الشئون الصينية بانتظام لمدة ٣ شهور بداية من ٢٠٢٤/٤/١ حتى ٢٠٢٤/٦/٣٠، وذلك على النحو التالي:

⁽²⁸⁾ Ibid.

^(٢٩) خالد صلاح الدين، "اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع"، دراسة مقدمة إلى مؤتمر "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الثالث، مايو ٢٠٠٤، ص ٩٥١.

١- قناة الحرة : تم تحليل نشرة "من العاصمة" باعتبارها النشرة الرئيسية في القناة والتي تبث الساعة الحادية عشر مساءً بتوقيت مصر وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

٢- قناة BBC عربي: تم تحليل نشرة "الثامنة مساءً" باعتبارها النشرة الرئيسية في القناة والتي تبث الساعة العاشرة مساءً بتوقيت مصر وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

٣- قناة روسيا اليوم: تم تحليل نشرة "نشرة RT" باعتبارها النشرة الرئيسية في القناة والتي تبث الساعة التاسعة مساءً بتوقيت مصر وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

جدول رقم (١) توصيف عينة النشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية

القناة	ك	%
روسيا اليوم	253	40.22
الحرة	211	33.55
BBC عربي	165	٢٦.٢٣
الإجمالي	629	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١) خصائص عينة النشرات الإخبارية من حيث عدد الاخبار التي وردت عن الشؤون الصينية في الثلاث قنوات محل الدراسة (قناة روسيا اليوم، قناة الحرة، قناة BBC عربي) خلال المدة التي حللتها الباحثة وهي ٣ شهور بداية من ٢٠٢٤/٤/١ حتي ٢٠٢٤/٦/٣٠، حيث جاء إجمالي عينة النشرات الإخبارية ٦٢٩ خبر عن الشؤون الصينية، وظهرت قناة روسيا اليوم في المرتبة الأولى بـ ٢٥٣ خبر وبنسبة (٤٠.٢٢%)، وجاءت قناة الحرة في المرتبة الثانية بـ ٢١١ خبر وبنسبة (٣٣.٥٥%)، بينما جاءت قناة BBC عربي في المرتبة الثالثة والأخيرة بـ ١٦٥ خبر بنسبة (٢٦.٢٣%).

ويرجع ظهور قناة BBC عربي في المرتبة الأخيرة في تناول أخبار الصين إلى اهتمام القناة في هذه الفترة بمتابعة أخبار الحرب الإسرائيلية الفلسطينية بعد هجوم حركة حماس على الأراضي الإسرائيلية في ٧ أكتوبر ٢٠٢٣، وبسؤال الباحثة لأحد مذيعي النشرة^(٣٠) أكد توجه القناة في هذه الفترة نحو معالجة أخبار الحرب الإسرائيلية الفلسطينية وهجوم إسرائيل على جنوب لبنان وإسرائيل وإيران والدول العربية أولاً، وقال إن الهدف الأول لقناة BBC عربي هي تناول شؤون الشرق الأوسط وما يهم الشرق الأوسط، خاصة أن الشرق الأوسط حالياً يعيش فترة مليئة بالأحداث مما ترتب عليه انشغال القناة عن أخبار العالم.

^{٣٠} المذيع أكرم شعبان، قامت الباحثة بالحديث معه عبر إحدى مواقع التواصل الاجتماعي في ٢٠٢٤/١١/٣.

أدوات جمع البيانات

نظراً لطبيعة مجتمع البحث وعينة الدراسة حددت الباحثة أدوات جمع البيانات في الدراسة التحليلية كالآتي:

أداة الدراسة التحليلية: ستقوم الباحثة باستخدام **استمارة تحليل المضمون** لقياس الصورة الإعلامية المقدمة في النشرات الرئيسية والبرامج الإخبارية بالقنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية موضع الدراسة.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق: ويعني أن تكون أداة القياس صالحة لما يراد قياسه، فتم إجراء اختبار الصدق من خلال عرض استمارة **تحليل المضمون**^(٣١) على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والسياسة وذلك لاختبار صلاحية المقياس وقدرته على قياس المتغيرات التي يقوم بقياسها، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات التي وصي بها المحكمين.

اختبار الثبات:

يسعى اختبار الثبات إلى التأكيد على مدى وجود درجة عالية من الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل، ولإجراء الثبات تقوم الباحثة بإجراء إعادة تحليل عينة من النشرات والبرامج بنسبة ١٠% من مجموع النشرات والبرامج وذلك خلال أسلوبين:

١. التباين عبر الزمن: تم إعادة التحليل من قبل الباحثة نفسها بعد مرور شهر من إجراء التحليل الأول.

- (٣١) تحكيم استمارة تحليل المضمون :

١. أ.د. وليد فتح الله، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢. أ.د. صابر سليمان عسران، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٣. أ.د. عادل فهمي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٤. أ.د. وليد الهادي، أستاذ الصحافة بكلية الآداب، جامعة حلوان.
٥. رباب عبدالرحمن، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الآداب، جامعة حلوان.
٦. أ.د. أشرف جلال حسن، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٧. أ.د. دينا أبو زيد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة عين شمس.
٨. أ.د. ميرال مصطفى، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.م. د ريم الشريف، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
١٠. أ.د. نورهان الشيخ، أستاذ العلوم السياسية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

٢. الثبات مع باحثين آخرين: استعانت الباحثة بباحثة أخرى لإجراء إعادة تحليل عينة من النشرات بنسبة ١٠% من مجموع النشرات الرئيسية.^(٣٢)

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (SPSS) (Statistical Package for Social Science).

نتائج الدراسة:

جدول رقم (٢) اتجاه الصورة الإعلامية المقدمة عن الصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

المجموع		القناة						اتجاه الصورة الإعلامية المقدمة عن الصين
		روسيا اليوم		BBC عربي		الحررة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
43.4%	273	1.2%	3	66.1%	109	76.3%	161	صورة سلبية
40.9%	257	97.2%	246	4.8%	8	1.4%	3	صورة إيجابية
15.7%	99	1.6%	4	29.1%	48	22.3%	47	صورة محايدة
100.0%	629	100.0%	253	100.0%	165	100.0%	211	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٢) الاتجاه الذي قدمته القنوات محل الدراسة عن الصورة الإعلامية للصين، حيث جاء الصورة السلبية في المرتبة الأولى بنسبة (٤٣.٤%) بينما جاءت الصورة الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة (٤٠.٩%)، وجاءت الصورة المحايدة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (١٥.٧%)، وظهر بوضوح الاتجاه السلبي للصورة الإعلامية للصين في قناة الحررة الأمريكية فجاءت نسبة الصورة السلبية في المرتبة الأولى بنسبة (٧٦.٣%) والصورة المحايدة في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢.٣%) وهي متمثلة في التعاون بين أمريكا والصين في مجالات محدودة، بينما جاءت الصورة الإيجابية في المرتبة الثالثة بنسبة (١.٤%) وكانت متمثلة في تبادل الصين وأمريكا للباندا الصينية المهدة بالانقراض للعيش في حديقة حيوان أمريكية.

^(٣٢) ندي محمد فؤاد، باحثة ماجستير بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.

وظهر أيضا الاتجاه السلبي للصورة الإعلامية للصين في قناة **BBC** عربي فجاءت نسبة الصورة السلبية في المرتبة الأولى بنسبة (٦٦.١%) والصورة المحايدة في المرتبة الثانية بنسبة (٢٩.١%)، بينما جاءت الصورة الإيجابية في المرتبة الثالثة بنسبة (4.8%)، وعلى العكس ظهر الاتجاه الإيجابي للصورة الإعلامية للصين في قناة روسيا اليوم بوضوح فجاءت نسبة الصورة الإيجابية في المرتبة الأولى بنسبة (٩٧.٢%) وهذا مماثل لدعم روسيا للصين في الصراع التجاري مع أمريكا، وجاءت الصورة المحايدة في المرتبة الثانية بنسبة (١.٦%)، بينما جاءت الصورة السلبية في المرتبة الثالثة بنسبة (١.٢%).

جدول رقم (٣) الأطر الإعلامية المستخدمة في الصورة الإعلامية للصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية
محل الدراسة

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	٢٤	المجموع	القناة			الاطر الإعلامية المستخدمة	
					روسيا اليوم	BBC عربي	الحرية		
-	.884	2	.247	338	138	86	114	ك	الإطار العام
				53.7%	54.5%	52.1%	54.0%	%	
.243	.001	2	39.527	288	82	76	130	ك	إطار الصراع
				45.8%	32.4%	46.1%	61.6%	%	
.174	.001	2	19.725	264	132	64	68	ك	الإطار المحدد بقضية
				42.0%	52.2%	38.8%	32.2%	%	
-	.966	2	.070	187	75	48	64	ك	إطار الاستراتيجية
				29.7%	29.6%	29.1%	30.3%	%	
-	.127	2	4.120	165	56	45	64	ك	إطار المسؤولية

				26.2%	22.1%	27.3%	30.3%	%	
-	.347	2	2.115	155	70	38	47	ك	إطار النتائج الاقتصادية
				24.6%	27.7%	23.0%	22.3%	%	
.195	.001	2	24.893	146	36	58	52	ك	إطار الاهتمامات الإنسانية
				23.2%	14.2%	35.2%	24.6%	%	
-	.246	2	2.808	17	7	7	3	ك	إطار المبادئ الأخلاقية
				2.7%	2.8%	4.2%	1.4%	%	
.097	.050	2	5.983	4	4	0	0	ك	أخرى
				0.6%	1.6%	0.0%	0.0%	%	
				629	253	165	211	ن	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٣) الأطر الإعلامية التي حرصت القنوات محل الدراسة على استخدامها في معالجة الشؤون الصينية وظهر أن أكثر الأطر الإعلامية المستخدمة هو الإطار العام في المرتبة الأولى بنسبة (٥٣.٧%) بينما جاء إطار الصراع في المرتبة الثانية بنسبة (٤٥.٨%) وجاء الإطار المحدد بقضية في المرتبة الثالثة بنسبة (٤٢.٠%)، وجاء إطار الاستراتيجية في المرتبة الرابعة بنسبة (٢٩.٧%)، وجاء إطار المسؤولية في المرتبة الخامسة بنسبة (٢٦.٢%)، وجاء إطار النتائج الاقتصادية في المرتبة السادسة بنسبة (٢٤.٦%)، وجاء إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة السابعة بنسبة (٢٣.٢%)، وجاء إطار المبادئ الأخلاقية في المرتبة الثامنة بنسبة (٢.٧%)، وجاءت أخرى في المرتبة التاسعة والأخيرة بنسبة (٠.٦%).

جدول رقم (٤) الاستمالات المستخدمة في الصورة الإعلامية للصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	٢٤	المجموع	القناة			الاستمالات المستخدمة	
					روسيا اليوم	عربي BBC	الحررة		
-	.726	2	.641	427	173	108	146	ك	إبراز تصريحات المسؤولين
				67.9%	68.4%	65.5%	69.2%	%	
.226	.001	2	33.985	424	204	99	121	ك	استشهاد بالأمثلة والمعلومات والوقائع
				67.4%	80.6%	60.0%	57.3%	%	
-	.166	2	3.594	220	96	48	76	ك	الاعتماد على الأرقام والاحصائيات
				35.0%	37.9%	29.1%	36.0%	%	
.156	.001	2	15.688	85	47	25	13	ك	عرض وجهات نظر متعددة
				13.5%	18.6%	15.2%	6.2%	%	
-	.106	2	4.480	3	3	0	0	ك	أخرى
				0.5%	1.2%	0.0%	0.0%	%	
.231	.001	2	35.529	283	150	62	71	ك	توظيف الصورة النمطية
				45.0%	59.3%	37.6%	33.6%	%	
.285	.001	2	55.475	139	18	51	70	ك	ترهيب الشعوب
				22.1%	7.1%	30.9%	33.2%	%	
.190	.001	2	23.514	70	12	18	40	ك	توجيه اتهامات بدون أدلة
				11.1%	4.7%	10.9%	19.0%	%	
-	.074	2	5.213	11	8	2	1	ك	تأجيج العواطف الدينية
				1.7%	3.2%	1.2%	0.5%	%	
.098	.048	2	6.079	10	2	1	7	ك	أخرى
				1.6%	0.8%	0.6%	3.3%	%	
				629	253	165	211	ن	المجموع

ينتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٤) أن الاستمالات المنطقية جاءت أكثر من الاستمالات العاطفية في صورة الصين، حيث جاءت ابراز تصريحات المسؤولين في المرتبة الأولى بنسبة (٦٧.٩%) بينما جاء الاستشهاد بالأمثلة والمعلومات في المرتبة الثانية بنسبة (٦٧.٤%) وجاء الاعتماد على الأرقام والاحصائيات في المرتبة الثالثة بنسبة (٣٥.٠%)، وجاء عرض وجهات نظر متعددة في المرتبة الرابعة بنسبة (١٣.٥%)، وجاءت أخرى في المرتبة الخامسة

بنسبة (٠.٥%)، وفي الجانب الآخر جاء توظيف الصورة النمطية في المرتبة الأولى في الاستمالات العاطفية بنسبة (٤٥.٠%)، وجاء ترهيب الشعوب في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢.١%)، وجاء توجيه اتهامات بدون أدلة في المرتبة الثالثة بنسبة (١١.١%)، وجاء تأجيج العواطف الدينية في المرتبة الرابعة بنسبة (١.٧%)، وجاءت أخرى في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (١.٦%).

جدول رقم (٥) الموضوعات المقدمة عن الصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة

المجموع	القناة						الموضوعات المقدمة عن الصين	
	روسيا اليوم		BBC		الحررة			
	%	ك	%	ك	%	ك		
16.5%	104	12.6%	32	15.8%	26	21.8%	46	الحرب الروسية الأوكرانية
14.1%	89	22.5%	57	7.3%	12	9.5%	20	التعاون مع روسيا وإيران
14.1%	89	26.9%	68	3.6%	6	7.1%	15	تقرب الصين من الدول العربية والأفريقية
9.5%	60	7.9%	20	11.5%	19	10.0%	21	العقوبات الأمريكية على الصين وروسيا
7.0%	44	1.6%	4	12.1%	20	9.5%	20	حركة التجارة العالمية
6.7%	42	0.0%	0	11.5%	19	10.9%	23	قمع الصين للحريات
5.9%	37	2.4%	6	10.9%	18	6.2%	13	تطبيقات الموبايل والتكنولوجيا الحديثة
4.9%	31	7.1%	18	1.8%	3	4.7%	10	الانتخابات الرئاسية الأمريكية
4.6%	29	7.1%	18	3.0%	5	2.8%	6	المناورات العسكرية حول تايوان وبحر الصين الجنوبي
3.2%	20	5.9%	15	0.6%	1	1.9%	4	الأوضاع الاقتصادية في الصين
3.2%	20	2.8%	7	1.8%	3	4.7%	10	الانتخابات الرئاسية التايوانية
3.2%	20	0.0%	0	6.1%	10	4.7%	10	النكاء الاصطناعي
2.7%	17	0.0%	0	5.5%	9	3.8%	8	فيروس كورونا
2.7%	17	0.4%	1	6.7%	11	2.4%	5	النظام العالمي الجديد
1.4%	9	2.4%	6	1.8%	3	0.0%	0	الحرب الإسرائيلية الفلسطينية
0.2%	1	0.4%	1	0.0%	0	0.0%	0	موضوعات أخرى
100.0%	629	100.0%	253	100.0%	165	100.0%	211	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٥) أن الحرب الروسية الأوكرانية جاءت من أكثر الموضوعات المقدمة عن الصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة فجاءت الحرب الروسية الأوكرانية في المرتبة الأولى بنسبة (١٦.٥%)، بينما جاء كل من التعاون مع روسيا وإيران وتقرب الصين من الدول العربية والأفريقية في المرتبة

الثانية بنسبة (١٤.١%)، وجاءت العقوبات الأمريكية على الصين وروسيا في المرتبة الثالثة بنسبة (٩.٥%)، وجاء حركة التجارة العالمية في المرتبة الرابعة بنسبة (٧.٠%)، وجاءت قمع الصين للحريات في المرتبة الخامسة بنسبة (٦.٧%)، وجاءت تطبيقات الموبايل والتكنولوجيا الحديثة في المرتبة السادسة بنسبة (٥.٩%)، وجاءت الانتخابات الرئاسية الأمريكية في ٢٠٢٤ في المرتبة السابعة بنسبة (٤.٩%)، وجاء المناورات العسكرية حول تايوان وبحر الصين الجنوبي في المرتبة الثامنة بنسبة (٤.٦%).

كذلك جاء كلا من الأوضاع الاقتصادية في الصين والانتخابات الرئاسية التايوانية ٢٠٢٤ والذكاء الاصطناعي في المرتبة التاسعة بنسبة (٣.٢%)، بينما جاء كلا من فيروس كورونا والنظام العالمي الجديد في المرتبة العاشرة بنسبة (٢.٧%)، وكذلك جاءت الحرب الإسرائيلية الفلسطينية في المرتبة الحادية عشر بنسبة (١.٤%) وهي متمثلة في تصويت الصين في مجلس الامن بحق فلسطين، وجاءت موضوعات أخرى في المرتبة الثانية عشر والأخيرة بنسبة (٠.٢%) والتي جاءت متمثلة في صناعة الصين للسيارات الكهربائية.

النتائج العامة للدراسة

ظهر التوجه السلبي للصورة الإعلامية للصين واضحاً في الإعلام الغربي والأمريكي، حيث استخدمت القنوات الموجهة باللغة العربية كافة الوسائل لتشويه الصورة الإعلامية لجمهورية الصين الشعبية والمرسلة للشرق الأوسط والشعوب العربية، فاستخدمت الدول الغربية والأمريكية أهم أدواتها وهي الإعلام الموجه كسلاح للدفاع عن نفسها ضد التيار المعادي المتمثل في روسيا والصين وكوريا الشمالية، بينما مثلت قناة روسيا اليوم القصور في التوجه الآخر والمنحاز بشكل قوي للصين، وقد سعت الدراسة إلى تحليل هذا الاختلاف بين القنوات الموجهة من الدول الأخرى وقدرة هذه القنوات في بناء صورة إعلامية عن الصين، وحاولت الدراسة رصد ملامح هذه الصورة الإعلامية بالاستعانة بنظرية الصورة الإعلامية وتطبيق أداة صحيفة تحليل المضمون على كافة الأخبار الصينية المذاعة خلال ٣ شهور بداية من ٢٠٢٤/٤/١ حتى ٢٠٢٤/٦/٣٠، وتوصلت الباحثة إلى:

١. جاءت قناة روسيا اليوم أكثر القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية تناوياً للشئون الصينية في نشراتها بنسبة (٤٠.٢٢%) وهذا يظهر التقارب بين دولة روسيا المالكة لقناة روسيا اليوم وبين الصين، ثم جاءت قناة الحرة في المرتبة الثانية بنسبة (٣٣.٥٥%) وهذا العقوبات الاقتصادية الأمريكية المفروضة على الصين وحذر انتشار

تطبيق **TikTok** في الولايات المتحدة الأمريكية بقرار من الكونجرس الأمريكي، بينما جاءت قناة **BBC** عربي في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (٢٦.٢٣%).

٢. هناك اختلاف واضح بين الثلاث قنوات محل الدراسة فيما يتعلق باتجاه الصورة الإعلامية المقدمة عن الصين حيث فقدت الثلاث قنوات التوازن في معالجة الصورة الإعلامية للصين، فجاءت قناة الحرة أكثر القنوات التي تتبني الاتجاه السلبي تجاه الصين، وكذلك جاءت قناة **BBC** عربي تتبني الاتجاه السلبي للصين، بينما تبنت قناة روسيا اليوم الاتجاه الإيجابي تجاه الصين.

٣. على الرغم من سلبية الصورة الإعلامية المقدمة عن الصين في قناة الحرة الأمريكية إلا أن الصين حليف قوى للولايات المتحدة الأمريكية في تهدئة التوتر في القارة الآسيوية فذكرت النشرة المذاعة على قناة الحرة الأمريكية مساعدة الصين للولايات المتحدة الأمريكية في الضغط على كوريا الشمالية في صراعها النووي مع الولايات المتحدة الأمريكية وتهدئة الموقف.

٤. جاء الإطار العام أكثر الأطر المستخدمة في معالجة الشئون الصينية بنسبة ٥٣.٧% ثم إطار الصراع بنسبة ٤٥.٨% وهذا بسبب الحرب الروسية الأوكرانية واتهام الولايات المتحدة الأمريكية للصين بمساعدة روسيا في تصدير التكنولوجيا المستخدمة في تصنيع الأسلحة واستخدامها ضد أوكرانيا.

٥. جاء الإطار المحدد بقضية في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٢.٠%، وجاء إطار الاستراتيجية في المرتبة الرابعة بنسبة (٢٩.٧%)، وجاء إطار المسؤولية في المرتبة الخامسة بنسبة (٢٦.٢%)، وجاء إطار النتائج الاقتصادية في المرتبة السادسة بنسبة (٢٤.٦%)، وجاء إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة السابعة بنسبة (٢٣.٢%)، وجاء إطار المبادئ الأخلاقية في المرتبة الثامنة بنسبة (٢.٧%)، وجاءت أخرى في المرتبة التاسعة والأخيرة بنسبة (٠.٦%).

٦. تشير بيانات الدراسة إلى ظهور الاستمالات المنطقية بشكل أكبر من الاستمالات العاطفية نظراً لطبيعة العلاقة بين الصين والدول المالكة للقنوات الإخبارية الموجهة محل الدراسة والتي تتسم بالتوتر وما يوصف بالحرب التجارية بين الصين وكل من الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية، حيث ظهرت إبراز تصريحات المسؤولين في المرتبة الأولى بنسبة (٦٧.٩%)، وجاء في المرتبة الثانية الاستشهاد بالأمثلة والمعلومات والوقائع بنسبة (٦٧.٤%)، ثم في المرتبة الثالثة الاعتماد على الأرقام والاحصائيات بنسبة (٣٥.٠%).

٧. وعلى العكس جاء توظيف الصورة النمطية في المرتبة الأولى في الاستمالات العاطفية بنسبة (٤٥.٠%)، وجاء ترهيب الشعوب في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢.١%)، وجاء توجيه اتهامات بدون أدلة في المرتبة الثالثة بنسبة (١١.١%)، وجاء تأجيج العواطف الدينية في المرتبة الرابعة بنسبة (١.٧%)، وجاءت أخرى في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (١.٦%).
٨. جاءت الحرب الروسية الأوكرانية من أكثر الموضوعات المقدمة عن الصين في القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة فجاءت الحرب الروسية الأوكرانية في المرتبة الأولى بنسبة (١٦.٥%) بسبب اتهام الولايات المتحدة الأمريكية للصين بمساعدة روسيا في حربها ضد أوكرانيا من خلال تصدير التكنولوجيا المستخدمة في تصنيع الأسلحة، بينما جاء كل من التعاون مع روسيا وإيران وتقرب الصين من الدول العربية والأفريقية في المرتبة الثانية بنسبة (١٤.١%)، وهما من الموضوعات الإيجابية التي امتازت بها قناة روسيا اليوم بأكثر الموضوعات تناولاً مقارنة بالقنوات الأخرى وذلك بسبب الشراكة الروسية والصينية وزيارة الرئيس الروسي للصين ثم المنتدى الصيني العربي الذي تظهر فيه الصين تعاونها مع الدول العربية وكذلك موقف الصين من الحرب بين حركة حماس وإسرائيل ٢٠٢٤ في جلسة لمجلس الأمن، بينما جاءت العقوبات الأمريكية على الصين وروسيا في المرتبة الثالثة بنسبة (٩.٥%)، وجاء حركة التجارة العالمية في المرتبة الرابعة بنسبة (٧.٠%)، وجاءت قمع الصين للحريات في المرتبة الخامسة بنسبة (٦.٧%).
٩. بينما كانت الموضوعات الصينية الأقل تناولاً في معالجة القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية هي تطبيقات الموبايل والتكنولوجيا الحديثة جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (٥.٩%)، والانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٤ جاءت في المرتبة السابعة بنسبة (٤.٩%) على الرغم من قرب إجراء الانتخابات الرئاسية الأمريكية بعد ٥ شهور من فترة عينة الدراسة إلا أنه كانت هناك موضوعات أكثر أهمية، وجاء المناورات العسكرية حول تايوان وبحر الصين الجنوبي في المرتبة الثامنة بنسبة (٤.٦%)، كذلك جاء كلا من الأوضاع الاقتصادية في الصين والانتخابات الرئاسية التايوانية ٢٠٢٤ والذكاء الاصطناعي في المرتبة التاسعة بنسبة (٣.٢%).
١٠. بينما جاء كلا من فيروس كورونا والنظام العالمي الجديد في المرتبة العاشرة بنسبة (٢.٧%)، وكذلك جاءت الحرب الإسرائيلية الفلسطينية في المرتبة الحادية عشر بنسبة (١.٤%) وهي متمثلة في تصويت الصين في مجلس الأمن بحق فلسطين، وجاءت موضوعات أخرى في المرتبة الثانية عشر والأخيرة بنسبة (٠.٢%) والتي جاءت متمثلة في صناعة الصين للسيارات الكهربائية.
١١. تظهر في كثير من الأبحاث التي حللتها الباحثة في هذه الرسالة تعاون الصين مع روسيا في الحرب الروسية الأوكرانية، وتعاون الصين مع إيران في الانتخابات الرئاسية الإيرانية ٢٠٢٤، وتعاون الصين مع كوريا

الشمالية في السلاح النووي الذي تملكه كوريا الشمالية وتهديدها للولايات المتحدة، كما ظهرت كثير من الاخبار عن نشوب حرب نووية بين روسيا والصين وكوريا الشمالية والولايات المتحدة الأمريكية ومحاولة الاتحاد الأوروبي في فرض كثير من العقوبات علي البلدان التي تمتلك رؤوس نووية مثل روسيا والصين وكوريا الشمالية ومحاولات الاتحاد الاوروبي في التفاوض حول هذا الموضوع خوفا من نشوب حرب نووية محتملة اذا اشتد الصراع بين روسيا وأوكرانيا وتدخلت الدول الأوروبية في هذه الحرب بشكل مباشر.

المراجع

الدراسات العربية:

أولاً: البحوث والدراسات غير المنشورة:

١. إسماعيل عبد الحافظ، "إعلام الفضائيات الغربية الناطقة باللغة العربية وتأثيرها على التحليل المعرفي للصحفيين اليمينيين (الحرّة، BBC عربي، ٢٤ France) نموذجاً"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام، جامعة الجزائر، ٢٠١٧.
٢. بسنت مراد فهمي، "تناول القضايا العربية في الخطاب التليفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤.
٣. بكر بن مصطفى بن محمد عثمان، "صورة المملكة العربية السعودية في وسائل الإعلام الدولية بعد أحداث الربيع العربي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.
٤. ريم سامي الشريف " معالجة القضايا الايرانية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية وعلاقتها بصورة إيران لدي الجمهور العربي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
٥. ريم سامي الشريف " صورة مصر كما تعكسها القنوات الإخبارية الأجنبية وعلاقتها بصورتها لدى المرسلين الأجانب"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.
٦. سارة فوزي أحمد مصطفى، "الأفلام التسجيلية الإسرائيلية ودورها في تشكيل صورة المجتمع الإسرائيلي لدى العرب"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.
٧. سهر أحمد السيد، "الصورة الإعلامية للدول العربية في القنوات الموجهة بالعربية ومواقعها الإلكترونية (دراسة تحليلية وميدانية)"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.
٨. شفق أحمد، "صورة الأنظمة العربية في المعالجة الإخبارية للقنوات الفضائية بالتطبيق على قناتي الجزيرة والحرّة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الإسلامية، جامعة الأزهر، ٢٠١٣.
٩. مروة وائل عمر غالي، "صورة المجتمع المصري كما تعكسها المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية العربية والموجهة باللغة العربية وعلاقتها بإدراك الشباب لها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.

١٠. مريم بهجت جمال، "صورة المصريين كما تعكسها القنوات الأجنبية بعد ثورة ٢٥ يناير (دراسة تحليلية وميدانية)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦.
١١. هبة صادق، "اتصالات القوة الناعمة الصينية في مصر ودورها في تعزيز قدرتها التنافسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢٣.
١٢. هدير أحمد راضي، "صورة مصر بعد ٣٠ يونيو كما تعكسها القنوات الموجهة باللغة العربية والقنوات التابعة لتنظيم الإخوان"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠١٩.
١٣. ياسمين علي الدين محمد المهدي، "دور المواد التسجيلية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية في تكوين الصورة الإعلامية للدول الأجنبية لدى الشباب المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨.

ثانياً: البحوث المنشورة:

١. دعاء أحمد البناء، "دور الخطاب الدولي للرئيس السيسي في تحديد أبعاد الصورة الإعلامية لمصر وإصلاحها"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، مجلد ٢٠٢٠، العدد ٧٢، يوليو ٢٠٢٠، ١٧٧-٢٤٨.
٢. دعاء أحمد البناء، "صورة العلاقات المصرية الإفريقية كما تعكسها الخطابات السياسية الرسمية للدولة المصرية في القنوات التلفزيونية والمواقع والشبكات الإلكترونية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد ٢٢ العدد ١، يناير ٢٠٢٣، ٤٥٥-٥٢١.
٣. خالد صلاح الدين، "اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع"، دراسة مقدمة إلي مؤتمر "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام الجزء الثالث، مايو ٢٠٠٤.

Firstly: Unpublished Research:

1. Safiya Ibrahim Abdelkarim, "News as brand: Branding Television News Channels in the Arab World", **degree of doctor Philosophy in Media**, University of Salford, 2019.

Secondly: Published Research:

1. Belqes Al-Sowaidi "Doing Politics in the Recent Arab Uprising: Towards A Political Discourse Analysis of the Arab Spring Slogans", **Journal of African and Asian Studies**, Vol.1, No.25, 2015.
2. Eli Avraham. "Crisis Communication, Image Restoration, and Battling Stereotypes of Terror and Wars", Media Strategies for Attracting Tourism to

Middle Eastern Countries, *American Behaviour Scientist*, Vol.(57), No.9, 2013, PP 1350-1367.

3. Faizullah Jan, "Conceptualizing Image of the United States in Pakistani Print Media: A Case Study of Daily the Nation", **Global Media Journal**, Vol. 7, Issue.2, 2014.
4. Guojun Zeng, "The Impact of International TV Media Coverage of the Beijing Olympics 2008 on China's Media Image Formation: A Media Content Analysis Perspective", **International Journal of Sports Marketing & Sponsorship**, Vol. 12, Issue. 4, 2011, P.P 39-56. Available at : [DOI:10.1108/IJSMS-12-04-2011-B004](https://doi.org/10.1108/IJSMS-12-04-2011-B004)
5. Guomin Yu., The Change of Beijing Image in the Foreign Media: on analysis of Coverage by Mainstream English Media, **Global Media and China**, Vol. 2, Issue. 3, 2017, P.P 333-351. Available at : <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2059436417725214>
6. Ksiazek & Thomas. "United States International Broadcasting: Rationalizing the Mission Before and After 11-9", **Paper presented to the Annual Meeting of the International Communication Association**, TBA, San Francisco, 2013.
7. Lu, G., Chen, J., & Zhang, L. (2022). "The image construction of the City Yiwu in overseas media: Corpus-driven research based on 2010-2015 and 2016-2021". **Linguistics and Culture Review**, Vol 6, 2022, P.P162-176. Available at : <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6n1.2157>
8. Naduvath. Jaibal, "Examining Representation of the Non-Local: China in the UK Media in the Run up to the Beijing Olympics", **China Report**, vol. 50, Issue. 2, 2014, P.P 109-129., First Published May 5, 2014. Available at : <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0009445514524101>
9. Polonska Kimmunguyi & Gillespie, M., "Terrorism Discourse on French International Broadcasting: France 24 and the Case of Charlie Hebdo Attacks in Paris", **European Journal of Communication**, Vol. 31, 2016.
10. Tkachenko, O. H., Sydorenko, O. P., Melnikova, I. O., Myronets, N. R., & Smus, A. H. "The Media Image of Ukraine: An European View", **Linguistics and Culture Review**, Vol. 5, 2021, P.P 203-217. Available at : <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1574>

Thirdly: Scientific Books:

1. Bennett. Peter. al., "**A2 Media Studies: The Essentials Introduction**", (London: Routledge publisher), 2006.