

الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري:
عينة من كل أقاليم مصر
(دراسة وصفية)

إعداد

د. سوتشوتينغ

قسم اللغة العربية بكلية اللغات الأجنبية
جامعة نانكاي ، الصين

Email: shimmasu1993@163.com

DOI: 10.21608/aakj.2023.177401.1366

تاريخ الاستلام : ٢٣/١/٢٠٢٣م

تاريخ القبول : ٨/٢/٢٠٢٣م

ملخص:

تناولت هذه الدراسة الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي، كما استخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات المتعلقة بالدراسة، تكونت عينة الدراسة من ٥١٠ فردًا من أنحاء مصر. وتسعى هذه الدراسة إلى الاهتمام بالصورة الذهنية للصين في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية من خلال الأسئلة الموزعة في الاستبانة، والوصول إلى الكيفية التي يمكن عن طريقها من خلال بناء وتحسين صورة الصين في مصر. أظهرت أهم نتائج الدراسة أن الصورة الذهنية للصين لدى عينة الدراسة إيجابية في المجالات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ولكن تقييمهم للمنتجات الصينية المعروضة في مصر سلبي.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية للدولة، الصين، مصر، العلاقات الصينية - المصرية

Abstract:

This study dealt with the mental image of China from Egyptian public, the researcher used the descriptive and historical approach, and the questionnaire was used to collect information related to the study, the study sample consisted of 510 individuals from across Egypt. This study seeks to pay attention to the mental image of China in the political, economic, social and cultural aspects through the questions distributed in the survey, and to reach how through which it can build and improve the image of China in Egypt. The results of the study showed that the mental image of China at the study sample is positive in the cultural, political, economic and social fields, but their evaluation of the Chinese products offered in Egypt is negative.

Keywords: The mental image of the state, China, Egypt, Chinese-Egyptian relations

المقدمة:

ظهرت الصين كقوة اقتصادية كبرى في العالم في بداية القرن الواحد والعشرين، وتكون الصين الآن أكبر بلاد العالم سكانا، وأكبر مساهم في النمو العالمي، وأكبر دولة مصدرة في العالم. تلت هذه الإنجازات العظيمة أنظار العالم. إن الصين تتمسك بمفهوم المصير المشترك للبشرية، فطرح الرئيس الصيني شي جين بينغ مبادرة " الحزام والطريق" في عام ٢٠١٦، مما ربط دول العالم بشكل وثيق. كانت المنطقة العربية من أبرز الأقاليم التي تحظى باهتمام الصين، بما فيها مصر، وتشهد العلاقة الصينية المصرية مزيدا من التقدم والتطور في كافة المجالات. إن الصين تمثل الشريك التجاري الأول لمصر، وتلعب دورا مهما في تنفيذ مشروعاتها القومية الجديدة، مثل العاصمة الإدارية والقطار الكهربائي السريع والمنطقة الاقتصادية لقناة السويس، ومشروعات البنية الأساسية الحيوية مثل محطات الصرف وشبكات الاتصالات وغيرها.

بسبب البعد الجغرافي، لم يزوروا الصين معظم المصريين، فهم يعتمدون على وسائل الإعلام لمعرفة الصين. مع انفجار ثورة الاتصالات والمعلومات وتحكم الدول الغربية على نشر الأخبار لوسائل الإعلام الدولية التي تجد فرص في تشويه صورة الصين أمام العالم، وذلك بالتركيز على تشويه القضايا الحساسة داخل الصين، فأنثر في أن يتعرّف المصريون على الصين بشكل صحيح وحقيقي، الأمر الذي يؤثر على بناء الصورة الذهنية الصينية لدى المصريين وسمعتها.

وانطلاقاً من معرفة صورة الصين لدى المصريين في ظل تيار التكنولوجيا النغماتية إيجابيا وسلبيا، جاءت فكرة هذه الدراسة، والذي تم فيه التعرف على الصورة الذهنية للصين لدى عينة من المصريين.

ولتحقيق الهدف من الدراسة تم إجرائها من خلال ثلاث خطوات أساسية، تمثلت الخطوة الأولى في تحديد الإطار النظري للدراسة، أما الخطوة الثانية فتمثلت في تحديد الإطار المنهجي للدراسة، أما الخطوة الأخيرة فعرضت لنتائج هذه الدراسة.

١- مشكلة الدراسة:

تركز الدراسات والأبحاث الحديثة على الإشارة للصورة الذهنية باعتبارها التمثيل العقلي للدولة وشعبها، وينطوي ذلك على كل من المعتقدات المعرفية عن مراحل النمو الاقتصادي والتكنولوجي للدولة، وكذلك التقييم الشعوري أو الوجداني لنظم الدولة الاجتماعية والسياسية. مع تزايد التبادلات الثنائية بين الصين ومصر في ظل مبادرة الحزام والطريق، يحتاج بعضهما البعض إلى معرفة البلد المقابل أكثر. لذا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري وتسعى هذه الدراسة إلى مساعدة الصين للتعرف على الصورة الذهنية المتكونة عنها، بهدف رسم السياسات المناسبة لبناء صورة إيجابية شاملة عن الصين في مصر. بذلك تمثلت مشكلة هذه الدراسة وتبورت في الإجابة عن السؤال المحوري الآتي: ما مظاهر الصورة الذهنية للصين يدركها الجمهور المصري؟

٢- أهمية الدراسة:

تعتبر معرفة صورة الدولة من أهم الأساسيات التي تلعب دورا مهما في وضع سياستها الخارجية الفعالة لبناء صورة الدولة للخارج. تتبع أهمية هذه الدراسة في إبراز الصورة الذهنية المدركة للصين في المجتمع المصري، والتي يمكن تحديدها من الناحيتين العلمية النظرية والتطبيقية في الجوانب الآتية:

١- المساهمة في سد النقص الواضح في المعلومات حول الصورة الذهنية للصين، لتكون فاتحة لدراسات أخرى مماثلة حول الموضوع نفسه على المؤسسات الحكومية التي تهتم المجتمع المصري.

٢- أما الأهمية التطبيقية المترتبة على نتائج هذه الدراسة فأمر مهم يمكن أن يستفيد منه صانعو القرار والقائمون على أمر العلاقات الثنائية الصينية المصرية سواء رؤساء الدول أو مديرو الشركات، من أجل وضع السياسة المناسبة للعمليات

الثنائية، واتخاذ الإجراءات اللازمة لتقويم صورتها الدولية بشكل يسهم في بناء صورة الدولة أمام العالم العربي.

٣- يمكن لهذه الدراسة وبناء على نتائجها أن تقدم اقتراحات وتوصيات مهمة يعتمد عليها صانع القرار من وزارة الخارجية ووزارة الثقافة ووزارة الإعلام لبناء صورة الدولة الخارجية في الصين لتحسين الصورة الذهنية للمصريين.

٣- أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية المدركة للصين لدى الجمهور المصري، وهي بالتحديد تسعى لتحقيق الأهداف الآتية:

أ/ التعرف إلى أهم مظاهر الصورة الذهنية للصين من حيث الاقتصاد والسياسة والثقافة والإدارة العالمية وغيرها كما يدركها الجمهور المصري.

ب/ التحقق من دلالة الفروق الإحصائية في مستوى مظاهر الصورة الذهنية للصين كما يدركها الجمهور المصري تبعاً إلى متغيرات: الجنس، والمؤهل العلمي، والعمر، والوظيفية.

ج/ الوصول إلى الكيفية التي عن طريقها تستطيع الصين تحسين صورتها الخارجية.

٤- نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة: تقع هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية.

منهج الدراسة: ستستخدم الباحثة المنهجي المسحي والتاريخي، يعرف المنهج المسحي بأنه " معرفة وتحليل وتقويم الصورة الذهنية للصين لدى مجموعة معينة من

الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري:
عينة من كل أقاليم مصر (دراسة وصفية)

المصريين وذلك بهدف الحصول على معلومات وأوصاف عن الظاهرة وفي إطاره استخدم مسح الرأي العام الذي يستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعة معينة من الجماهير المصرية تبعا للهدف من إجراء المسح. كما يستخدم المنهج التاريخي للبحث في العلاقات الصينية المصرية.

٥- حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: أقاليم مصر السبعة.
- الحدود البشرية: البالغون المصريون والبالغات المصريات.
- الحدود الزمنية: من العام الجامعي ٢٠٢١ إلى العام الجامعي ٢٠٢٢.

٦- مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع هذه الدراسة من الجمهور المصري الذين يسكنون في كل أقاليم مصر، وتمثل عينة الدراسة البالغين المصريين والبالغات المصريات، فيما تكونت العينة من ٥١٠ فردًا تم جمعهم عن طريق الاستبيان من هذا الجمهور، وهم موزعون تبعا لمتغيرات الدراسة كما هو مبين في الجدول (١) كالتالي:

المتغيرات	المستوى	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	٣٠٠	٥٨.٨
	إناث	٢١٠	٤١.٢
المؤهل العلمي	دبلوم	٦٠	١١.٨
	بكالوريوس	٢١٠	٤١.٢
	ماجستير	١٥٠	٢٩.٤
	دكتوراه	٧٠	١٧.٦

المتغيرات	المستوى	العدد	النسبة المئوية
العمر	٢٥-١٨	٣٢	٦.٤
	٣٥-٢٦	٩١	١٧.٨
	٤٥-٣٦	٢٦٨	٥٢.٥
	٥٥-٤٦	١١٩	٢٣.٣
الوظيفية	طالب جامعي	٨٩	١٧.٥
	أستاذ	١٨٠	٣٥.٣
	موظف الشركة	٩٣	١٨.٢
	موظف الحكومة	٨٧	١٧.١
وضع زيارة الصين	موظف حر	٦١	١٢
	زيارة الصين	٢٠٨	٤٠.٨
	عدم زيارة الصين	٣٠٢	٥٩.٢

جدول (١): توزع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغيراتها المستقلة

يبين الجدول رقم (١) المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة حيث كان مجموع الذكور (٣٠٠) وهي النسبة الأعلى إذ بلغت (٥٨.٨%) أما الإناث كانت النتيجة (٢١٠) بنسبة (٤١.٢%) أما المستوى التعليمي وكان العدد الحاصلين على شهادة الدبلوم (٦٠) بنسبة (١١.٨%) أما الدراسات العليا فقد بلغ العدد (٢٢٠) وبنسبة (٤٧%)، وقد بلغت الفئة العمرية (٣٦-٤٥ سنة) الأعلى بنسبة وصلت إلى (٥٢.٥%)، في حين كانت فئة الوظيفة (الأستاذ) قد بلغت (٣٥.٣%) من مجموع العينة، وبلغ عدد العينة الذي لم يزر الصين الأعلى بنسبة (٥٩.٢%).

تم اختيار العينة من البالغين المصريين والبالغات المصريات من مجتمع الدراسة، وذلك لأسباب موضوعية وعملية من أهمها:

- الرغبة في التعرف على الصورة الذهنية لدى البالغين والبالغات لمصر عن الصين، خاصة في ظل العلاقات الصينية المصرية المتطورة والمتعمقة.
- إن للبالغين والبالغات قدرة على الحكم على الأمور، ولهم اطلاع على الموضوعات المختلفة، فلهم تفكير في العلاقات الصينية المصرية.
- وجود تجربة شخصية لنسبة كبيرة من البالغين والبالغات في التعامل مع الصينيين أو السفر إلى الصين، فعندهم معلومات خلفية، مما يثرى نتائج الدراسة ويعطي فرصة للتعرف على آرائهم.

٧- متغيرات الدراسة:

- المتغيرات المستقلة: مختلفة المجالات سياسيا واقتصاديا وثقافيا واجتماعيا للصين.
- المتغيرات التابعة: الصورة الذهنية التي تقاس من خلال الأنواع التالية:
(البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي).

٨- أدوات الدراسة:

- اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على مصدرين هما:
 - أولاً المصادر الثانوية: وهي البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المكتبية والمراجع الأدبية للدراسات السابقة منها والدوريات والتقارير الصادرة عن الهيئات ومراكز الأبحاث والرسائل الجامعية والدوائر الحكومية، وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة.
 - ثانياً المصادر الأولية: هي بيانات تم الحصول عليها من خلال تصميم وتطوير استبانة خطية موضوع الدراسة الحالية بحيث غطت الجوانب التي تناولها الإطار النظري والفرضيات التي استندت عليها الدراسة.

٩- مراحل تطوير الاستبانة:

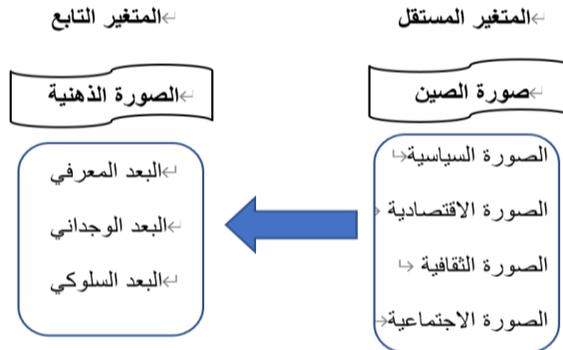
بعد مراجعة النظريات التي تتعلق بمفهوم الصورة الذهنية للدولة تمكنت الباحثة من تطوير بنود الاستبانة وعباراتها بحيث تخدم أغراض الدراسة، وأصبحت الاستبانة جاهزة بصفحتها النهائية (الملحق (١))، وتكونت من الأجزاء التالية:

- **الجزء الأول:** وتناول العوامل الديموغرافية في جمع البيانات التعريفية الخاصة بعينة الدراسة وقد تضمنت (الجنس، والعمر، ومكان الإقامة، والمستوى التعليمي، والمهنة، ووضع زيارة الصين) وقد اشتمل هذا الجزء على ٦ عبارات.
- **الجزء الثاني:** حيث تناول أبعاد الصورة الذهنية وهي المعرفي والوجداني والسلوكي، ولقد شمل هذا الجزء ٢٠ عبارة التي تناولت أبعاد الصورة الذهنية وهي البعد المعرفي (١-٨)، والبعد الوجداني (٩-١٥) والبعد السلوكي (١٦-٢٠).

١٠- صدق أداة الدراسة:

تم عرض الاستبانة على أربع من المحكمين في الجامعات المصرية والسودانية المتخصصين في السياسات الدولية واللغة العربية، بغرض تدقيقها والتأكد من مناسبة الفقرات وصحتها وصياغتها، حيث أبدوا ملاحظات وتعديلات، قامت الباحثة بإجرائها ما ساهم في إخراج الاستبانة بصورة نهائية (الملحق رقم (٢)).

١١- أنموذج الدراسة:



شكل رقم (١) (١)

١٢ - مصطلحات الدراسة:

أ/ الصين:

تقع جمهورية الصين الشعبية في الجزء الجنوبي الشرقي للقارة الآسيوية، وتشارك الصين في حدودها مع ١٤ دولة. تبلغ مساحة الصين حوالي ٩,٦ ملايين كيلومترا مربعا، ويصل عدد السكان في داخل الصين إلى ما يقارب ١,٣٩٥ مليار نسمة.^(٢) تم تقسيم الصين كلها إلى ٢٣ منطقة إدارية على مستوى المقاطعة، منها ٢٣ مقاطعة مقسمة إلى ٢٢ مقاطعة، تعتبر حكومة الصين الشعبية تايبوان المقاطعة رقم ٢٣. تعد الحضارة الصينية واحدة من أقدم الحضارات في العالم، حيث نشأت الحضارة الصينية في العديد من المراكز الإقليمية عبر قرى النهر الأصفر ونهر يانغتزي في العصر الحجري الحديث.

ب/ مصر:

إن جمهورية مصر العربية هي دولة عربية تقع الركن الشمالي الشرقي من قارة أفريقيا، تبلغ مساحتها حوالي ١,٠٠٢,٠٠٠ كيلومتر مربع، وقُدِّر عدد سكانها بـ ١٠٣ ملايين نسمة، ليكون ترتيبها الثالثة عشر بين دول العالم بعدد السكان والأكثر سكاناً عربياً، وتُقسم مصر إدارياً إلى ٢٧ محافظة وسبعة أقاليم، وتتقسم كل محافظة إلى تقسيمات إدارية أصغر وهي المراكز أو الأقسام.

ج/ الصورة الذهنية:

استحضار ذهني لإدراك شيء أو حدث قابل للبقاء عبر الزمان والمكان ليعاد إحيائه نتيجة وقوع إثارة ما^(٣). ويقصد به في هذه الدراسة صورة معينة في أذهان المصريين حول الصين اقتصاديا وسياسيا وثقافيا واجتماعيا موجها للبالغين المصريين وبالغات المصريات مشكلة اتجاهات إما سلبيا أو إيجابيا.

ظهرت كلمة الصورة الذهنية (Image) كمصطلح متعارف عليه في أوائل القرن العشرين وأطلقه (والترليمان) ويصلح أساساً لتفسير الكثير من عمليات التأثير التي تعمل بها وسائل الإعلام وتستهدف بشكل رئيسي ذهن الإنسان. عرض قاموس ويبستر في طبعته الثانية تعريفاً لكلمة الصورة الذهنية بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة وهي أيضاً استرجاع لما اختزنه الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو الشم أو التذوق.^(٤)

هـ/ العلاقات الصينية - المصرية:

إن مصر هي الدولة العربية والأفريقية الأولى التي أقامت علاقات دبلوماسية مع الصين وذلك عام ١٩٥٦م. لقد شهدت العلاقات بين مصر والصين منذ بداية عام ٢٠٠٠م طفرة كبيرة تؤذن بوجود دفعة قوية في العلاقات بين البلدين حيث تعددت أوجه العلاقات وشهدت صعوداً ونمواً بهدف دفع الحاجات المتبادلة بين البلدين المصرى والصينى حيث تعكف القيادة السياسية فى مصر والصين أن تكون المبادلات التجارية والتعاون الاقتصادى بين البلدين فى مستوى يتناسب وتوسيع حجم العلاقات التى تربط بينهما^(٥). كما قام الرئيس الصينى ونظيرها المصرى بالزيارات المتبادلة الكثيرة من أجل تعزيز الصداقة وتعميق التعاون بينهما. كما شهدت العلاقات الصينية المصرية مزيداً من التطور فى السنوات الأخيرة.

١٢/ الدراسات السابقة:

تؤدى الدراسات السابقة دوراً أساسياً فى فلسفة بناء الدراسات والبحوث الجديدة. ويمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسات وتوصياتها ومقترحاتها فى وضع الأطر للدراسات الجديدة؛ لذلك خصصت الباحثة هذا المحور لهذه الدراسات، ذات الصلة بموضوع الدراسة، وذلك لإبراز السمات الخاصة بها، وكيفية الاستفادة منها.

١/١٣ الدراسات ذات الصلة بالصورة الذهنية:

هدفت دراسة نعمان عباس ندا الحياني وحذيفة زيدان خلف^(٦) (٢٠١٣)، التي بعنوان "الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة"، للتعرف إلى الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة. وتأتي هذه الدراسة من خلال التعرف على ماهية الصورة الذهنية التي يكونها طلبة الثانوية العامة نحو الجامعة المستنصرية والتعرف على سبل تعزيز وتحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة تجاه الجامعة. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي في دراسة الجانب النظري والجانب العملي. ومن أهم النتائج أن وجود نسبة ١١.٢% من عينة الدراسة لم تسمع بالجامعة المستنصرية وهذا يعتبر قصور وظل في عمل العلاقات العامة في الجامعة من أجل التعريف بالجامعة وتكوين صورة إيجابية عنها؛ ووجود فجوة كبيرة بين طلبة الثانوية العامة والجامعة المستنصرية فيما يخص الزيارات المتبادلة بينها ومدى الاهتمام بالطلبة وتعريفهم بالجامعة كونها الجمهور الداخلي المستقبلي للجامعة.

جاءت دراسة خالد شاكر جاويش^(٧) (٢٠٠٧)، التي اتخذت عنوان: "الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية وعلاقتها بتقييم المستهلك لمنتجاتها" - لمعرفة علاقة الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية بتقييم المستهلك لمنتجاتها. استخدم الباحث المنهج المسحي. أشار نتائج الدراسة إلى أن وجود "عداء" لدى المبحوثين نحو الولايات المتحدة الأمريكية بسبب موافقها السياسية والعسكرية تجاه القضايا العربية والإسلامية إلا أن تأثير هذا العداء على النوايا الشرائية لم يكن بنفس القوة حيث لم يتم التوصل إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغيرين؛ وعلى الرغم من الانخفاض النسبي في نسبة من تتوافر لديهم نية قوية لشراء المنتجات الأمريكية في مقابل من لا تتوافر لديهم هذه النية.

كما جاءت دراسة زياد بركات^(٨) (٢٠٢٠)، التي بعنوان: "الصورة الذهنية المدركة للمعلم لدى الجمهور الفلسطيني في محافظة طولكرم"، للتعرف على مستوى

الصورة الذهنية للمعلم من وجهة نظر الجمهور الفلسطيني، واستخدم الباحث المنهج المسحي، تكونت عينة الدراسة من ٨٦٠ فرداً تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة من محافظة طولكرم من مختلف فئات المجتمع. توصلت الدراسة إلى أن أفراد الدراسة أدركوا الصورة الذهنية للمعلم بمستوى متوسط على المجالات الثلاثة والمجموع الكلي، وبينت النتائج أيضاً عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراكات أفراد الدراسة للصورة الذهنية للمعلم تبعا إلى المتغيرات: الجنس، والمؤهل العلمي، ومستوى الدخل، والعمر، والوضعية الوظيفية.

أجرى منى أحمد مصطفى عمران^(٩) (٢٠١٨) الدراسة بعنوان: "الصورة الذهنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتها بتعرضهم للقناة الفضائية المصرية"، للتعرف على العلاقة بين تعرض المراهقين المصريين المغتربين للقناة الفضائية المصرية وتكوين صور ذهنية عن مصر، ومعرفة مدى نجاح القناة الفضائية المصرية في بناء علاقة وطيدة بينهم في الغربة وبين مجتمعهم المصري. وتعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة. تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من المراهقين المصريين المغتربين، قوامها (١٠٠) مفردة (٤٤ ذكور) (٥٦ إناث) الذين تتراوح أعمارهم من سن (١٣-١٨). توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أكدت الدراسة على وجود فروق دالة إحصائية بين جميع المراهقين المغتربين عينة الدراسة (ذكور، إناث) حول وسائل الإعلام التي يفضلون متابعتها. كما أثبتت الدراسة أن القناة الفضائية المصرية أكثر القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثون متابعتها بنسبة ٧١%.

كما جاءت دراسة ممدوح عبد اللطيف^(١٠) (٢٠٠٩)، التي بعنوان: "الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات"، بالهدف إلى التعرف على ملامح الصورة الإعلامية للحكومة المصرية التي تقدمها البرامج الحوارية في القنوات

الفضائية والوقوف على ملامح الصورة الذهنية التي تكونت لدى الشباب الجامعي عن الحكومة المصرية من خلال التعرض للبرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقية التحليلي والميداني. كما اعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات حيث استخدمت أداة تحليل المضمون وتم تطبيقها على عينة من حلقات برنامج العاشرة مساءً و ٩٠ دقيقة لمدة شهرين متتاليين، كما استخدم الباحث أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠ مبحوث) (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث) قسمت بأسلوب التوزيع المتساوي على الجامعات المصرية (القاهرة، الزقازيق، الأزهر، ٦ أكتوبر) من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (١٨ - ٢١ سنة).

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: جاءت الصورة الذهنية للحكومة المصرية صورة سلبية لدى المبحوثين حيث إنهم يرون أن الحكومة تهدر أموالاً طائلة في مشروعات غير مجدية في الترتيب الأول بمتوسط ١.٤٧. وأن استقرار الحكومة في مصر يرجع إلى شخصية الرئيس مبارك وتفعيله للاستقرار في الترتيب الثاني بمتوسط ١.٤.

جرت دراسة الحاج الفضل الداغر^(١١) (٢٠١٤)، التي بعنوان: " دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي (دراسة تطبيقية على عينة من البعثات الدبلوماسية المقيمة في السودان ووزارة الخارجية السودانية)". هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الأسباب التي تؤثر على الصورة الذهنية للسودان سلبيًا وإيجابًا والوقوف على الصورة الذهنية للسودان في المجتمع الخارجي الإقليمي والعالمي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي، كما استخدم أداة الاستبيان لجمع المعلومات. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها أن الفضائية السودانية من أكثر الوسائل الإعلامية السودانية التي تقدم برامج تساعد في تحسين صورة السودان الذهنية.

٢/١٣ الدراسات ذات الصلة بالصورة الذهنية للصين لدى الدول الأجنبية:

تناول البروفيسور لي رونج جيان^(١٢) (٢٠١٠) في كتابه بعنوان: "صورة الصين في عيون العرب" مجموعة من الحقائق العلمية والأكاديمية لصورة الصين لدى العرب. استخدم الباحث المنهج الوصفي التاريخي من خلال تحليل البيانات والمعلومات الإخبارية لإظهار صورة الصين لدى العرب في مختلف العصور، العصر القديم والعصر الحديث والعصر المعاصر. توصلت الدراسة إلى أهم النتائج أن الصورة الصين في عيون العرب سلبية.

جاءت دراسة^(١٣) T.Christopher Jespersen (2010) ، التي بعنوان:

"صورة الصين عند الأمريكيين"، بهدف إلى كشف صورة الصين في عيون الأمريكيين في فترة ١٩٣١-١٩٤٩م. استخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي، كما استخدم المقابلة لجمع المعلومات. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن صورة الصين لدى الأمريكيين في فترة ١٩٣١-١٩٤٩م وهم تؤدي إليه حماسة المبشر وتضليل وسائل الإعلام بغض النظر عن الوضع الحقيقي الصيني، واعتماد سياسات أمريكا إلى حد كبير على هذا الوهم.

كما جاء دراسة محمد نومان جليل^(١٤) (٢٠٠٦)، التي بعنوان: "الصين بعيون مصرية"، بهدف إلى كشف الصورة الحقيقية للصين في مختلف المجالات. استخدم الباحث المنهج الوصفي التاريخي بوصف صورة الصين مما رؤوها السفراء والمصريون المقيمون في الصين من نواح الاقتصاد والزراعة والصناعة والتكنولوجيا. توصلت هذه الدراسة إلى عدة النتائج من أهمها أن مصر والصين تواجههما نفس الأزمات والتحديات باعتبارهما الدولتين العريقتي الحضارة، وبإمكان استفادة مصر من التجربة الصينية.

٣/١٣ التعقيب على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

من خلال الاطلاع على ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج وما خرجت به من التوصيات، أفادت الدراسات السابقة الباحثة في صياغة المشكلة البحثية وفهم متغيرات الدراسة وبلورة الإطار النظري للدراسة بالإضافة إلى تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم وأداة جمع البيانات المناسبة. ولوحظ الآتي:

- قلة الدراسات العربية التي تطرقت إلى الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور العربي.
- اهتمام الدراسات الصينية بتحليل صورة الصين من خلال تحليل البيانات والخطب الإعلامية.
- ندرة الدراسات الأجنبية والعربية والصينية التي تحلل صورة الصين باستخدام المنهج المسحي. وتستخدم هذه الدراسة أداة الاستبانة مع التركيز على معرفة الصورة الذهنية للصين لدى المصريين بتحديد.

ثانياً: نظريات الدراسة

١/ تطوّر العلاقات الصينية - المصرية

ترتبط الصين والدول العربية بعلاقات قديمة أخذت بالتطور مع اليقظة والنهضة القوميتين في العصر الحديث، ويوجد تشابه كبير بين الثقافة الصينية والعربية من حيث تمتع كل منهما بحضارة قديمة.^(١٥) ترجع الصداقة بين الصين والبلاد العربية إلى عهود بعيدة، يدل على ذلك طريق الحرير وطريق البخور اللذان كانا يربطان بين المدن الصينية الداخلية والساحلية وبين موانئ الجزيرة العربية منذ القدم. وجاء في الجزء الرابع من كتاب تانغ القديم أن المبعوث الصيني قان ين سافر إلى بلاد العرب في عام ٩٨م وأن وفداً من بلاد العرب قدم إلى العاصمة الصينية تشانغان في عام ١٢٠م، وأن

دولة داشي أوفدت لأول مرة مبعوثا لتقديم الهدايا لجلالة امبراطور الصين، وذلك في اليوم الز ٢٥ من أغسطس من السنة الثانية لجلوس يونغ هوى قاو زونغ، ٦٥٠م - ٦٨٤م على العرش. ويصادف هذا اليوم ال ٢٥ من أغسطس سنة ٦٥١ الموافق اليوم الثاني من شهر محرم سنة ٣١ هجرية، وكان ذلك في عصر الخليفة عثمان بن عفان رضي الله عنه.^(١٦) هذا أول تسجيل صيني رسمي للاتصالات الصينية العربية الإسلامية على مستوى المبعوثين، كما هو تاريخ دخول الإسلام إلى الصين في نظر الصينيين المسلمين.

زار الرئيس حسني مبارك الصين تسع مرات، ثلاث منها عندما كان نائبا لرئيس الجمهورية، وست مرات خلال رئاسته للجمهورية، آخرها كان في تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٦ لحضور قمة بكين لمنتدى التعاون الصيني - الإفريقي. بينما قام الرئيس الصيني هو جينتاو بزيارة القاهرة في كانون الثاني/يناير ٢٠٠٤، في أول جولة خارجية له بعد توليه منصبه، حيث تم توقيع أربع اتفاقيات للتعاون، وتشكيل لجنة وزارية لمتابعة نتائج زيارة تم في إطارها ترتيب عدة زيارات رفيعة المستوى إلى مصر. بعد انتخاب رئيس للجمهورية في حزيران/يونيو ٢٠١٢م^(١٧)، قام الرئيس محمد مرسي بزيارة للصين في ٢٨ آب/أغسطس ٢٠١٢ في أول زيارة له خارج المنطقة العربية، واستمرت ثلاثة أيام سعى خلالها لتعزيز التعاون بين مصر والصين في المرحلة المقبلة إلى جانب تطوير وجذب الاستثمارات، والمشاريع الكبرى الصناعية والتكنولوجية الصينية إلى مصر، ورافقه خلال زيارته عدد من الوزراء وثمانون رجل أعمال مصرياً. وأكد الرئيسان مرسي وهوجينتان ضرورة تعزيز وتعميق علاقات التعاون المشترك بين البلدين، وتم توقيع ٨ اتفاقيات ثنائية تشمل مجالات التعاون المشترك في الاقتصاد والتجارة والزراعة والسياحة والاتصالات والبيئة، ودفع الاستثمارات بين البلدين.

وهدفت زيارة مرسي للصين إلى الاستفادة من التجربة الاقتصادية للصين، وإعادة التوازن لعلاقات القاهرة الخارجية^(١٨)، وعكست اهتمام مصر بتطوير العلاقات مع الصين، والاستفادة من خبرتها في مجالات عدة ولاسيما مكافحة الفقر، وتطوير العشوائيات، والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وعملت على تضيق الفجوة الكبيرة في الميزان التجاري. وأكد السفير محمد عبد الوهاب الساكت عضو المجلس المصري للشؤون الخارجية أن زيارة مرسي للصين تعيد التوازن في العلاقات الخارجية لمصر، وتؤكد سياستها القديمة في الاتجاه في علاقاتها نحو الشرق. كما تؤكد الزيارة أنها تريد الاستفادة من التجربة الصينية في البناء والتنمية ومكافحة الفساد^(١٩).

اتسمت العلاقات العربية- الصينية في فترة ما بعد قيام الثورة الصينية في أكتوبر ١٩٣٩م بالتقرب والانتظار، حتى مع إعلان إسرائيل في ٩ يناير ١٩٥٠م اعترافها بالصين فلم تبادر أية دولة عربية بالاعتراف بالصين وإقامة علاقات دبلوماسية مع الصين في ٣٠ مايو ١٩٥٦م، وأصبحت مصر بذلك أول دولة عربية وأفريقية تقيم علاقات مع الصين، تليها اعترافات الدول العربية الأخرى، وبهذا تكون الدول العربية كلها لها علاقات دبلوماسية مع الصين حيث أن تنصب آراء وأفكار المراكز الأكاديمية وأجهزة البحث ومراكز صنع القرار في الصين على مفهوم تقارب أو يكاد يكون واحدًا تجاه بلورة فكر وإدارة السياسة الخارجية الصينية، هذا مفهوم يدور حول بند أساسي (بصرف النظر عن المبادئ الخمس التي تحكم السياسة الخارجية الصينية) قائم على ضرورة أن تكون الصين دولة سليمة متقاربة مع التيار الرئيسي للمجتمع الدولي في الانظمة والقواعد إلا أن عليها في نفس الوقت الاحتفاظ بخصائصها الذاتية والتميز بألية التقيد الذاتي وضبط النفس للوصول إلى الوضعية التي تنشدها^(٢٠). وقد سيطر المفهوم في تقدير الباحث على أسلوب إدارة الصين لعلاقاتها الخارجية بالأشكال

مختلفة منذ قيام الصين الجديدة ف جاء لمواقف الصين من القضايا الإقليمية علاقاتها الدولية معبرة عن خروج الصين من مرحلة المواجهة مع الدول المتقدمة إلى مرحلة الشراكة والتعاون مروراً بمرحلة المهادنة وخرجت مواقفها وعلاقاتها مع الدول النامية بوثقة التضامن والرصيد التاريخي إلى مرحلة المصالح وتبادل المنفعة، وقد أدرك الأكاديميون والخبراء العرب هذا الفهم منذ البداية وعلى وجه التحديد الخبراء المصريون قد أشاروا في كتابتهم إلى ضرورة مراعاة هذا البعد الجديد في علاقات الدول العربية مع الصين وإلى أهمية وضع استراتيجية موضوعية جديدة للتعامل مع الصين، كما أدرك الخبراء الصينيون أيضاً هذا الفهم ولكن من زاويتهم فوضعوا من جانبهم تصورات لمستوى ما يجب أن تكون عليه العلاقات العربية-الصينية وهذا الإدراك المشترك من الجانبين اتفق على وجود نقاط التقاء بينهما تمثلت في أن العلاقة الطردية بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية تقابلها علاقات عكسية بين الصين مع الدول العالم النامي والعكس صحيح فكلما تقاربت المصالح الصينية الأمريكية تتأثر علاقات الصين مع الدول النامية سلبياً وكلما ازدادات الضغوط الأمريكية على الصين ازدادات معها علاقات الصين مع أصدقائها في آسيا وإفريقيا قوة ومتانة.

٢/ تعريف الصورة الذهنية

أ- مفهوم الصورة الذهنية

يعبر مفهوم الصورة الذهنية عن التصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاجاً طبيعياً لمجموع خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة، ولا شك أن سهولة التغيير أو صعوبة يعتمد على مدى رسوخ الصورة الذهنية لدى الجمهور. ويمكن القول إن الصورة الذهنية هي الخريطة التي يستطيع الإنسان من خلالها أن يفهم ويدرك

ويفسر الأشياء، وهي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين، سواء كانت صحيحة أو خاطئة، وما يترتب عن ذلك من أفعال سلبية أو إيجابية. وهناك عدة تعريفات لمفهوم الصورة الذهنية داخل الدائرة المعرفية للباحثين الغربيين، أغلبها مستمد من طبيعة الدراسات الوصفية المتناثرة في الحقول الأدبية، وهنا نستعرض بعضها:

يعرف روبينسون وبارلو أن الصورة الذهنية هي الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنظمة أو التنظيم، وقد تتكون الصور من التجربة المباشرة أو غير مباشرة^(٢١).

كما يعرف هارولد ماركس أنها إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلفها المنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات، وما تفرضه العلاقات مع الجماهير والمجتمع، والاستثمار في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري، وتندمج تلك الانطباعات الفردية لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة^(٢٢).

يرى فيراند وبيجز أن الصورة الذهنية قادرة على إيجاد قيمة، وأن لها تأثيرًا على سلوك المستهلك أو العميل، حيث تتضمن إدراكًا معينًا لديهم، وقد لا يعكس هذا الإدراك الحقيقة الموضوعية^(٢٣).

ويشير د. علي عجوة إلى أن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء منظمة ما، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة، وترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم^(٢٤).

إن الصورة الذهنية محصلة عدة تجارب حسية، تترسب في وجدان الجماهير تجاه أي كيان له اتصال بهذه الجماهير سواء كان فردًا أو منظمة وخلال فترة زمنية

طويلة، وهي تعبير عن الواقع سواءً كان صحيحاً أو غير صحيح، وتظهر كلما استدعاها مثير ما يرتبط بهذه التجارب^(٢٥).

في دراسة عن الدول ككيانات اقتصادية مثل الشركات في الأسواق الدولية، ربط "جراي" تسلسلاً هرمياً من الصور الذهنية (المرغوبة والمنشورة والمسجلة) بالصور الذهنية للماركات والشركات والدول. تم تطوير هذا التسلسل إلى "منشور للهوية" للدولة يتكون من عدة أوجه هي الجغرافيا والأداء الاقتصادي والتاريخ والثقافة والرموز البصرية^(٢٦).

والمعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل^(٢٧) أو هي الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المخزنة عنها وفهمه لها، كما أنها مجموعة الاستحضارات الذهنية المتعلقة بشركة أو علامة أو خدمة أو فكرة.

ب- أنواع الصورة الذهنية

يعدد جفكينز أنواع الصورة الذهنية فيما يلي:

- ١/ الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
- ٢/ الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- ٣/ الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
- ٤/ الصورة المثلي: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير.

٥/ الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الإيجابية السلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد^(٢٨).

ج- أبعاد الصورة الذهنية

هناك إجماع بين معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية تشمل ثلاثة أبعاد أو مكونات أساسية تتمثل فيما يلي^(٢٩):

- البعد المعرفي Cognitive component

يقصد به " المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما"، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة. وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها من الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنهم، ووفقاً للبعد المعرفي فإن الصور الذهنية المغلوطة المتكونة لدى الأفراد ناتجة أساساً عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصلوا عليها.

- البعد الوجداني Affective component

ويقصد به " الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد عنهم". ويتحد الجانب الوجداني مع المعرفي، فمع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف، وتترسب التصورات الوجدانية في الأذهان، والتي ستشكل آراء واتجاهات الأفراد فيما

بعد، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية، وتتوثر فيه مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة، وخصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة، فاختلفت هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات السلبية، والتجانس فيها يسهم في بناء الاتجاهات الإيجابية.

– البعد السلوكي Behavioral component

يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقيا أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.

د- مصادر تكوين الصورة الذهنية

تتكون الصورة الذهنية من خلال مصدرين أساسيين:

أ/ الخبرة المباشرة:

حيث يرى البعض أن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين يعد مصدرا مباشرا ومؤثرا لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة، ومن ثم تشكيل الصورة الذهنية عنه، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه، وتقع مهمة التأثير في انطباعات الجماهير على عاتق العاملين في أجهزة العلاقات العامة في الوزارات والهيئات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية، من خلال التعامل المباشر معهم.

ب/ الخبرة غير المباشرة:

وهي مجموعة ما يتعرض له الفرد من رسائل عبر أصدقائه أو وسائل الإعلام،

ومادتها الأساسية هي الأحداث والأشخاص والدول التي لم يرها أو يسمع منها مباشرة. وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة والمرئية دوراً أساسياً في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي عن الصورة الذهنية^(٣٠).

وبناءً على ما أسلفنا ذكره، يمكننا القول إن نجاح كسب الجماهير (داخلياً وخارجياً)، والذي يشكل الرأسمال الحقيقي للتأقلم مع المحيط وضمان البقاء في الوسط التنافسي، مرهون بتشكيل صورة ذهنية ناجحة للدولة، وهذا لا يأتي من فراغ، وإنما يتأسس على الالتزام بقول الحقيقة وفتح قنوات الاتصال والتفاعل، وينتج عن عمل متكامل ومنسق من اختصاص إدارة العلاقات العامة، والتي يمكن اعتبارها وفق معايير مستقاة من واقع الدولة نفسها^(٣١). فبناء الصورة الذهنية للدولة عملية ثقافية مرتكبة، تتطلب رؤية واضحة، وذهناً يستوعب المستجدات، وإدراكاً سليماً للقيم الثابتة والقيم المتغيرة في المجتمع.

هـ - وسائل تحسين الصورة الذهنية

لوسائل الاتصال الجماهيري دور كبير في الطريقة التي نبنى بها تصورنا للعالم أو نكون بها آراء وأفكار جديدة، وإذا كانت وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورها بصفة أساسية على المستوى القومي في تكوين الآراء وتشكيل الاتجاهات بالنسبة للقضايا العامة للمنظمات الكبرى لما تبثه من مواد إعلامية وتأثيره، فإن وسائل الاتصال الخاصة بالمنشآت والمؤسسات المختلفة تمارس نفس الدور على المستوى جماهيريها الخاصة، وقد تلجأ هذه المؤسسات إلى الجماهيرية في بعض الأحيان لمخاطبة الجمهور العام أو قطاع كبير منه لعجز وسائلها الخاصة عن الوصول إلى جمهور كبير واسع الانتشار^(٣٢).

٣/ نتائج الدراسة الميدانية- تحليل صحيفة الاستبانة

أولاً، السمات العامة:

أ- النوع

النسبة المئوية	التكرار	النوع
٥٨.٨	٣٠٠	ذكر
٤١.٢	٢١٠	أنثى
١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢): النوع

يبين جدول (٢) أن ٥٨.٨% من عينة الدراسة من "الذكور"، و ٤١.٢% من عينة الدراسة من "الإناث" مما يدل على أن العدد المتساوي تقريبا من الذكور والإناث يشارك في ملء الاستبانة.

ب- الفئة العمرية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
٦.٤	٣٢	٢٥-١٨
١٧.٨	٩١	٣٥-٢٦
٥٢.٥	٢٦٨	٤٥-٣٦
٢٣.٣	١١٩	٥٥-٤٦
١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٣): الفئة العمرية

الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري:
عينة من كل أقاليم مصر (دراسة وصفية)

يبين جدول رقم (٣) أن ٦.٤% من عينة الدراسة عمرهم يتراوح " من ١٨ إلى ٢٥ سنة"، و ١٧.٨% من عينة الدراسة عمرهم يتراوح "من ٢٦ إلى ٣٥ سنة"، و ٥٢.٥% من عينة الدراسة عمرهم يتراوح "من ٣٦ إلى ٤٥ سنة"، و ٢٣.٣% من عينة الدراسة عمرهم يتراوح "من ٤٦-٥٥ سنة". وهذا يدل على أن كل عينة الدراسة عمرهم فوق ١٨ سنة مما لديهم معرفة جيدة لملء الاستبانة، وبلغت فئة العمر (٣٦-٤٥) النسبة العليا، ولهذه الفئة من الجمهور خبرة الحياة وقدرة التحكم في الموضوعات، الأمر الذي يساعد في تحقيق أهداف هذه الدراسة.

ج- الأقاليم:

الأقاليم	التكرار	النسبة المئوية
إقليم القاهرة الكبرى	١٢٧	٢٤.٩
إقليم الإسكندرية	٨٩	١٧.٥
إقليم الدلتا	٨١	١٥.٩
إقليم القناة	٧٢	١٤.١
إقليم شمال الصعيد	٦٦	١٢.٩
إقليم وسط الصعيد	٤٢	٨.٢
إقليم جنوب الصعيد	٣٣	٦.٥
المجموع	٥١٠	١٠٠

جدول رقم (٤): الأقاليم

يتوضح الجدول (٤) أن عينة الدراسة تغطي كل الأقاليم في مصر، ومعظمهم جاؤوا من إقليم القاهرة الكبرى بنسبة ٢٤.٩%، ويليه ١٧.٥% منهم جاؤوا من إقليم الإسكندرية، ثم إقليم الدلتا بنسبة ١٥.٩%، وإقليم القناة بنسبة ١٤.١%، وإقليم شمال الصعيد بنسبة ١٢.٩%، وإقليم وسط الصعيد بنسبة ٨.٢%، وإقليم جنوب الصعيد بنسبة ٦.٥%، مما يدل على أن العينة تغطي كل أقاليم مصر، ولها صفة تمثيلية.

د - المهنة:

النسبة المئوية	التكرار	نوع المهنة
١٧.٥	٨٩	طالب جامعي
٣٥.٣	١٨٠	أستاذ
١٨.٢	٩٣	موظف الشركة
١٧.١	٨٧	موظف الحكومة
١٢	٦١	موظف حر
١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٥) المهنة

يبين جدول رقم (٥) أن ١٧.٥% من عينة الدراسة طلاب جامعيون، و٣٥.٣% من عينة الدراسة هم أساتذة، و١٨.٢% من عينة الدراسة موظفون في الشركات، و١٧.١% من عينة الدراسة موظفون في الحكومة، أما ١٢% من عينة الدراسة فهم موظفون حرون. وهذا يدل على عينة الدراسة تلتزم بالصفة التمثيلية بتغطية المهن المختلفة.

هـ - المؤهل الأكاديمي:

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل الأكاديمي
١١.٨	٦٠	دبلوم
٤١.٢	٢١٠	بكالوريوس
٢٩.٤	١٥٠	ماجستير
١٧.٦	٩٠	دكتوراه
١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٦) المؤهل الأكاديمي

يبين جدول رقم (٦) أن ١١.٨% من عينة الدراسة حصلوا على درجة الدبلوم، و٤١.٢% من عينة الدراسة حصلوا على درجة البكالوريوس، و٢٩.٤% من عينة الدراسة حصلوا على درجة الماجستير، و١٧.٦% من عينة الدراسة حصلوا على درجة الدكتوراه. وهذا يدل على كل عينة الدراسة مثقفون، ولديهم معرفة وقدرة التحكيم في جواب أسئلة الاستبانة.

و- يوضح زيارة الصين أو عدم زيارتها

النسبة المئوية	التكرار	يوضح زيارة الصين
٤٠.٨	٢٠٨	نعم
٥٩.٢	٣٠٢	لا
١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٧) يوضح زيارة الصين أو عدم زيارتها

يبين جدول رقم (٧) أن ٤٠.٨% من عينة الدراسة قد زاروا الصين و ٥٩.٢% من عينة الدراسة لم يزوروا الصين بعد، الأمر الذي يدل على شمولية العينة بتغطية المصريين الذين قد زاروا الصين من قبل، والذين لم يزوروا الصين.

ثانياً: تحليل نتائج أسئلة الاستبانة

١- الوسائل التي تم التعرف بها على الصين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة التي تم التعرف بها على الصين
الأولى	٤٧.١	٢٤٠	الإنترنت
الثانية	٢٩.٨	١٥٢	التلفزيون
الثالثة	١١.٨	٦٠	الأصدقاء والأقارب
الرابعة	٥.٩	٣٠	المجلات والصحف
الخامسة	٥.٥	٢٨	الكتب
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٨) الوسائل التي تم التعرف بها على الصين

نستنتج من الجدول رقم (٨) أن معظم عينة الدراسة يتعرفون على الصين عن طريق وسائل الإعلام ألا وهما الإنترنت والتلفزيون، حيث ٤٧.١% من عينة الدراسة تم تعرفتهم على الصين من خلال الإنترنت وهي أعلى نسبة. بينما ٢٩.٨% من عينة الدراسة يتعرفون على الصين من التلفزيون. ويليه ١١.٨% من عينة الدراسة تم تعرفتهم على الصين من خلال الأصدقاء والأقارب، ثم ٥.٩% من عينة الدراسة يتعرفون على الصين من خلال المجلات والصحف، وأقل عدداً من عينة الدراسة تم تعرفتهم على الصين عن طريق الكتب مما يمثل نسبة أدنى وهي ٥.٥%.

٢- القنوات التي تم الحصول بها على الأخبار حول الصين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	القنوات التي تم الحصول بها على الأخبار حول الصين
الأولى	٣٤.٩	١٧٨	قناة الجزيرة العربية
الثانية	٢٣.٥	١٢٠	القنوات الإخبارية المصرية
الثالثة	١٨	٩٢	القناة المركزية الصينية CGTN
الثالثة مشترك	١٨	٩٢	القنوات الغربية الأخرى
الرابعة	٥.٥	٢٨	قناة بي بي سي
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٩): القنوات التي تم الحصول بها على الأخبار حول الصين

يتبين من الجدول (٩) أن ٣٤.٩% من عينة الدراسة حصلوا على الأخبار عن الصين من قناة الجزيرة العربية، وأن ٢٣.٥% من عينة الدراسة حصلوا على الأخبار حول الصين من القنوات الإخبارية المصرية، مما يدل على أن القناة العربية من أهم وسائل الإعلام في نشر الأخبار الصينية. في حين حصل ما نسبته ١٨% على الأخبار عن الصين من القناة المركزية الصينية والقنوات الغربية الأخرى، وأن ٥.٥% من عينة الدراسة حصلوا على الأخبار حول الصين من قناة بي بي سي. نستنتج من هذا السؤال أنه يحتاج إلى تعميم القناة المركزية الصينية CGTN في مصر لجذب الجمهور المصري الأكثر لمعرفة الصين عبر القناة الصينية.

٣- يوضح إذا كنت تتعامل مع الأشخاص الصينيين في محيطك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	يوضح إذا كنت تتعامل مع الأشخاص الصينيين في محيطك
الأولى	٧٠	٣٥٧	نعم
الثانية	٣٠	١٥٣	لا
.	.	.	لا أتذكر
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٠): يوضح إذا كنت تتعامل مع الأشخاص الصينيين في محيطك

يتبين من الجدول (١٠) أن ٧٠% من عينة الدراسة تعاملوا مع الأشخاص الصينيين و ٣٠% منهم ما تعاملوا مع الأشخاص الصينيين في محيطهم، مما يدل على أن معظم عينة الدراسة قد عرفوا الأشخاص الصينيين، ولهم انطباع حول الصينيين، وهذا سيزيد دقة الاستبانة.

٤- أهم العناصر التي تراها تمثل الثقافة الصينية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أهم العناصر التي تراها تمثل الثقافة الصينية
الأولى	٢٣.٩	١٢٢	سور الصين العظيم
الثانية	١٧.٥	٨٩	الأكلات الصينية
الثانية مشترك	١٧.٥	٨٩	الأعياد الصينية
الثالثة	١١.٨	٦٠	الكونغ فو
الرابعة	١١.٤	٥٨	الأعمال السينمائية
الخامسة	١١.٢	٥٧	الأعشاب الطبية الصينية
السادسة	٦.٩	٣٥	الأعمال الأدبية الصينية
-	.	.	الرقص والموسيقى الصيني
-	.	.	البندا (panda)
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١١): أهم العناصر التي تراها تمثل الثقافة الصينية

**الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري:
عينة من كل أقاليم مصر (دراسة وصفية)**

يتبين من الجدول (١١) أن ٢٣.٩% من عينة الدراسة يرون سور الصين العظيم أهم العناصر التي تمثل الثقافة الصينية، هذه أعلى نسبة، مما يدل على أن سور الصين العظيم كإحدى عجائب الدنيا السبعة ترك انطبعا عميقا في أذهان عينة الدراسة، بينما يرى نفس النسبة (١٧.٥%) منهم الأكلات الصينية والأعياد الصينية أهم العناصر التي تمثل الثقافة الصينية، وأن ١١.٨% من عينة الدراسة يرون الكونغ فو تمثل الثقافة الصينية، و ١١.٤% منهم يرون الأعمال السينمائية تمثل الثقافة الصينية، في حين يرى ١١.٢% من عينة الدراسة الأعشاب الطبية الصينية تمثل الثقافة الصينية و ٦.٩% منهم يرون الأعمال الأدبية الصينية تمثل الثقافة الصينية.

٥- أهم الأسباب التي يمكن أن تجذبك إلى زيارة الصين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أهم الأسباب التي يمكن أن تجذبك إلى زيارة الصين
الأولى	٥٩.٤	٣٠٣	العمل
الثانية	١٧.١	٨٧	المناظر الطبيعية
الثالثة	١١.٨	٦٠	الدراسة
الثالثة مشترك	١١.٨	٦٠	الأثار التاريخية المشهورة
-	٠	٠	زيارة الأصدقاء والأقارب
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٢): أهم الأسباب التي يمكن أن تجذبك إلى زيارة الصين

نستنتج من الجدول (١٢) أن ٥٩.٤% من عينة الدراسة يزورون الصين بسبب العمل، و ١٧.١% منهم بسبب المناظر الطبيعية، بينما يزور الصين ١١.٨% من عينة الدراسة بسبب الدراسة، و ١١.٨% منهم يزور الصين بسبب الأثار التاريخية المشهورة. هذا يدل على أن معظم العنية يريد أن يعملوا في الصين أو يتمتعوا بمناظرها الطبيعية.

٦- مدى معرفة مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية اللتين طرحهما الرئيس الصيني شي جين بينغ

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مدى معرفة مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية اللتين طرحهما الرئيس الصيني شي جين بينغ
الأولى	٥٢	٢٦٥	لا
الثانية	٤٥.٩	٢٣٤	نعم
الثالثة	٢.١	١١	إلى حد ما
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٣): مدى معرفة مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية اللتين طرحهما الرئيس الصيني شي جين بينغ

نستنتج من الجدول (١٣) أن نسبة (٥٢%) من عينة الدراسة لا يعرفون مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" ، بينما يعرف ٤٥.٩% منهم مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" ، في حين نجد ٢.١% منهم يعرفون مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" إلى حد ما، مما يدل على أن معظم عينة الدراسة لا يعرفون السياسات الصينية المتجددة ولا يتابعونها. هناك حاجة إلى نشر الأخبار التي تتعلق بالسياسات الصينية في مصر لتعريفها للجمهور المصري.

الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري:
عينة من كل أقاليم مصر (دراسة وصفية)

٧- المجال الذي يرغب عينة الدراسة في أن تشارك الصين فيه من ناحية الإدارة العالمية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المجال الذي يرغب عينة الدراسة في أن تشارك الصين فيه من ناحية الإدارة العالمية
الأولى	٤٦.٦	٢٣٨	التكنولوجيا
الثانية	٢٩.٦	١٥١	الاقتصاد
الثالثة	١٢	٦١	الثقافة
الرابعة	٥.٩	٣٠	السياسة
الرابعة مشترك	٥.٩	٣٠	الطب
الخامسة	٠	٠	الأمن
الخامسة	٠	٠	الأيكلوجيا
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٤): المجال الذي يرغب عينة الدراسة في أن تشارك الصين فيه من ناحية الإدارة العالمية.

يتبين الجدول (١٤) أن ٤٦.٦% من عينة الدراسة يرغبون في أن تشارك الصين في التكنولوجيا من ناحية الإدارة العالمية، وهي تعتبر نسبة عالية مما يدل على رغبة معظم عينة الدراسة في مشاركة الصين في مجال التكنولوجيا في الإدارة العالمية. في حين أن ٢٩.٦% منهم يرغبون في أن تشارك الصين في مجال الاقتصاد من ناحية الإدارة العالمية، و ١٢% من عينة الدراسة يرغبون في أن تشارك الصين في مجال الثقافة من ناحية الإدارة العالمية، ونفس النسبة (٥.٩%) منهم يرغبون في مشاركة الصين في مجالي السياسة والطب من ناحية الإدارة العالمية، مما يدل على أن معظم العينة يتركون الآمال في تكنولوجيا الصين واقتصادها.

٨- أهم الأسباب التي تجعل الصين تتطور بشكل سريع

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أهم الأسباب التي تجعل الصين تتطور بشكل سريع
الأولى	٦٤.٥	٣٢٩	الجهود المشتركة من الحزب الشيوعي الصيني وشعبه
الثانية	٢٣.٣	١١٩	التمسك بطريق الاشتراكية ذات الخصائص الصينية
الثالثة	١١.٨	٦٠	تطبيق سياسة الإصلاح والانفتاح
الرابعة	٠.٤	٢	الاستراتيجيات القومية الصحيحة داخلياً وخارجياً
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٥): أهم لأسباب التي تجعل الصين تتطور بشكل سريع

نستنتج من الجدول (١٥) أن ٦٤.٥% من عينة الدراسة يرون أن الصين تتطور بشكل سريع بفضل الجهود المشتركة من الحزب الشيوعي الصيني وشعبه، في حين يرى ٢٣.٣% منهم أن الصين تتطور بشكل سريع بفضل التمسك بطريق الاشتراكية ذات الخصائص الصينية، بينما يرى ١١.٨% من عينة الدراسة أن الصين تتطور بشكل سريع بفضل تطبيق سياسة الإصلاح والانفتاح، و ٠.٤% منهم يرون أن الصين تتطور بشكل سريع بفضل الاستراتيجيات القومية الصحيحة داخليا وخارجيا. هذا يدل على أن معظم عينة الدراسة يعترفون بالجهود المبذولة من قبل الحزب الشيوعي الصيني وشعبه.

٩- يوضح كيف تكون الصين في عينك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	يوضح كيف تكون الصين في عينك
الأولى	٤٦.٥	٢٣٧	دولة طويلة التاريخ وجذابة
الثانية	٢٩.٤	١٥٠	دولة مشاركة في الإدارة العالمية بشكل إيجابي
الثالثة	٢٤.١	١٢٣	دولة متحضرة مستقرة ومتأظمة
-	٠	٠	دولة حيوية ومنتجة
-	٠	٠	دولة مساهمة في التنمية العالمية
-	٠	٠	دولة مدافعة على السلام العالمي
-	٠	٠	دولة مدافعة عن النظام الدولي
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٦) : يوضح كيف تكون الصين في عينك

نستنتج من الجدول رقم (١٦) أن ٤٦.٥% من عينة الدراسة يرون أن الصين دولة طويلة التاريخ وجذابة، وهي نسبة تعتبر عالية وهذا يدل على اعتراف عينة الدراسة بتاريخ الصين وحضرتها، بينما يرى ٢٩.٤% منهم أن الصين دولة مشاركة في الإدارة العالمية بشكل إيجابي، في حين نجد ٢٤.١% منهم يرون أن الصين دولة متحضرة مستقرة ومتأظمة. ومن هذا السؤال، نعرف أن عينة الدراسة تقيم الصين بشكل إيجابي.

١٠- يوضح كيف يكون الصيني في عينك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	يوضح كيف يكون الصيني في عينك
الأولى	٩٣.٧	٤٧٨	مجتهد ومحب للعمل
الثانية	٦.٣	٣٢	متحفظ وتقليدي
-	٠	٠	منخفض من حيث فاعلية العمل وغير مهتم بالقواعد والأنظمة
-	٠	٠	صادق ومتواضع
-	٠	٠	كاذب ومغرور
-	٠	٠	متحمس ولطيف
-	٠	٠	بارد
-	٠	٠	أناني
-	٠	٠	يحب الروح الجماعية
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٧): يوضح كيف يكون الصيني في عينك

نستنتج من الجدول (١٧) أن ٩٣.٧% من عينة الدراسة يرون أن الصيني مجتهد ومحب للعمل وهي نسبة عالية جداً، بينما ٣٢% منهم يرون أن الصيني متحفظ وتقليدي. يدل هذا أن صورة الصيني في عيون المصريين إيجابية وأن معظم العينة يقيمون الصينيين من حيث أداء العمل والدراسة.

١١- الرأي في المنتجات الصينية التي تباع في بلدكم

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	رأيك في المنتجات الصينية التي تباع في بلدكم
الأولى	٥٨.٤	٢٩٨	منخفضة الجودة
الثانية	٢٣.٩	١٢٢	لا تتمتع بخدمة ما بعد الشراء
الثالثة	١٢.٤	٦٣	مجهولة العلامة التجارية
الرابعة	٥.٣	٢٧	عالية السعر
-	٠	٠	عالية الجودة
-	٠	٠	تتمتع بخدمة ما بعد الشراء
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٨): الرأي في المنتجات الصينية التي تباع في بلدكم

يتبين الجدول (١٨) أن ٥٨.٤% من عينة الدراسة يرون أن المنتجات الصينية المعروضة في مصر منخفضة الجودة، و ٢٣.٩% منهم يرون عدم خدمة ما بعد الشراء، بينما ١٢.٤% من عينة الدراسة يرون أن المنتجات الصينية التي تباع في مصر مجهولة العلامة التجارية، وقلة من عينة الدراسة يعتقدون أن المنتجات الصينية في مصر عالية السعر وهذه النسبة صغيرة نسبياً وهي ٥.٣%. هذا يدل على أن عينة الدراسة يقيموا المنتجات الصينية المعروضة في مصر سلبياً، الأمر الذي يدفع الصين إلى تعديل هيكلتها لتصدير منتجاتها إلى مصر للحصول على التقييم الجيد من الجمهور المصري.

١٢- الرأي في "مبادرة الحزام والطريق" ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الرأي في "مبادرة الحزام والطريق" ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"
الأولى	٥٨.٥	٢٩٨	تعزز التعاون والاستثمار التجاري بين الصين والدول المشاركة
الثانية	٢٣.٧	١٢١	تعزز علاقة الصداقة بين الصين والدول المشاركة
الثالثة	١٧.٨	٩١	تعزز ربط التواصل للبنية التحتية في المنطقة
-	٠	٠	لا تعود بأية فائدة للدول المشاركة
-	٠	٠	لا أعرف أية معلومات عنهما
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (١٩): الرأي في "مبادرة الحزام والطريق" ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"

يتبين الجدول (١٩) أن ٥٨.٥% من عينة الدراسة يرون أن "مبادرة الحزام والطريق" ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" تعزز التعاون والاستثمار التجاري بين الصين والدول المشاركة، بينما يرى ٢٣.٧% منهم أنها تعزز علاقة الصداقة بين الصين والدول المشاركة، و١٧.٨% من عينة الدراسة يرون أنها تعزز ربط التواصل للبنية التحتية في المنطقة. هذا يدل على أن كل عينة الدراسة يقدرون "مبادرة الحزام والطريق" ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" إيجابياً، وأنهم يعترفون بالسياسات الصينية.

١٣- الرأي في أداء الصين في مكافحة وباء كورونا

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الرأي في أداء الصين في مكافحة وباء كورونا
الأولى	٧٠	٣٥٧	سريعة وفعالة في التحكم في الوباء
الثانية	٢٣.٧	١٢١	مساهمة في مساعدة الدول الأخرى في مكافحة الوباء
الثالثة	٦.٣	٣٢	مساهمة في تطوير اللقاح
الرابعة	٠	٠	عدم الاهتمام بانتشار الوباء
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٠): الرأي في أداء الصين في مكافحة وباء كورونا

يتضح من الجدول (٢٠) أن ما نسبته (٧٠%) من عينة الدراسة يعتقدون أن الصين سريعة وفعالة في التحكم في وباء كورونا، وهي تعتبر نسبة عالية، وأن ٢٣.٧% من عينة الدراسة يرون أن الصين تساهم في مساعدة الدول الأخرى في مكافحة الوباء، بينما يرى ٦.٣% منهم أن الصين تساهم في تطوير اللقاح. هذا يدل على تقدير كل عينة الدراسة لأداء الصين في مكافحة وباء كورونا إيجابي.

١٤- الرأي في الخبرة الصينية للتنمية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الرأي في الخبرة الصينية للتنمية
الأولى	٤٧.٥	٢٤٢	تساعد الدول العربية في معالجة مشاكلها
الثانية	٢٩.٤	١٥٠	مفيدة للتنمية العربية
الثالثة	٢٣.١	١١٨	غير مناسبة للدول العربية
الرابعة	٠	٠	غير مفيدة للدول العربية
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢١): الرأي في الخبرة الصينية للتنمية

يتبين من الجدول (٢١) أن ٤٧.٥% من عينة الدراسة يرون أن الخبرة الصينية للتنمية تساعد الدول العربية في معالجة مشاكلها، بينما يرى ٢٩.٤% منهم أن الخبرة الصينية للتنمية مفيدة للتنمية العربية، و ٢٣.١% من عينة الدراسة يرون أن الخبرة الصينية للتنمية غير مناسبة للدول العربية. هذا يدل على أن معظم عينة الدراسة يرون أن هناك إمكانية الاستفادة من الخبرة الصينية للتنمية ولكنها لا تتناسب الدول العربية مباشرة.

١٥- الرأي في مستقبل العلاقات المصرية الصينية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الرأي في مستقبل العلاقات المصرية الصينية
الأولى	٦٥	٣٣٢	ستتعمق
الثانية	١٧.٥	٨٩	كما هي الآن
الثانية	١٧.٥	٨٩	لا أعرف
الثالثة	٠	٠	ستتراجع
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٢): الرأي في مستقبل العلاقات المصرية الصينية

يتبين من الجدول (٢٢) أن ٦٥% من عينة الدراسة يرون أن العلاقات المصرية الصينية في المستقبل ستتعمق، بينما ١٧.٥% منهم يرون أن العلاقات المصرية الصينية في المستقبل ستكون كما هي الآن، و ١٧.٥% من عينة الدراسة لا يعرفون كيف تتطور العلاقات المصرية الصينية في المستقبل. هذا يدل على أن معظم عينة الدراسة يأملون في تعميق العلاقات المصرية الصينية في المستقبل.

١٦- اللغات المختارة إذا أتاحت لك فرصة تعلم لغة أجنبية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	اختيار لغة لتعلمها إذا أتاحت لك الفرصة
الأولى	٥٥.٥	٢٨٣	اللغة الصينية
الثانية	٤٣.٣	٢٢١	اللغة الألمانية
الثالثة	١.١٨	٦	اللغة اليابانية
الرابعة	٠	٠	اللغة الكورية
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٣): اللغات المختارة إذا أتاحت لك فرصة تعلم لغة أجنبية

يتضح من الجدول (٢٣) أن ٥٥.٥% من عينة الدراسة يختارون تعلم اللغة الصينية، بينما ٤٣.٣% منهم يختارون تعلم اللغة الألمانية، و١.١٨% من عينة الدراسة يختارون تعلم اللغة اليابانية. هذا يدل على أن اللغة الصينية أكثر رغبة في تعلمها لدى عينة الدراسة.

١٧- الدول المختارة من دول شرق آسيا إذا أتاحت لك فرصة العمل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الدول المختارة من دول شرق الآسيا إذا أتاحت لك فرصة العمل
الأولى	٥٦.٧	٢٨٩	الصين
الثانية	٢٤.٥	١٢٥	اليابان
الثالثة	١٨.٨	٩٦	تاييلاند
الرابعة	٠	٠	كوريا
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٤): الدول المختارة من دول شرق آسيا إذا أتاحت لك فرصة العمل

نستنتج من الجدول (٢٤) أن ٥٦.٧% من عينة الدراسة يختارون الصين إذا أتاحت لهم فرصة العمل، وهي تعتبر نسبة عالية، بينما ٢٤.٥% منهم يختارون اليابان إذا أتاحت لهم فرصة العمل، و ١٨.٨% من عينة الدراسة يختارون تايلاند إذا أتاحت لهم فرصة العمل. هذا يدل على أن الصين دولة أكثر رغبة وترحيباً في اختيارها للعمل فيها لدى الجمهور المصري.

١٨- يوضح إذا أردت التعامل مع الصينيين في الحياة أو العمل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	يوضح إذا أردت التعامل مع الصينيين في الحياة أو العمل
الأولى	٥٨	٢٩٦	نعم
الثانية	٢٢.٩	١١٧	لا
الثالثة	١٩.١	٩٧	لا أعرف
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٥): يوضح إذا أردت التعامل مع الصينيين في الحياة أو العمل

يتبين من الجدول (٢٥) ٥٨% من عينة الدراسة يريدون التعامل مع الصينيين في الحياة أو العمل، بينما لا يريدون ٢٢.٩% منهم التعامل مع الصينيين، و ١٩.١% منهم لا يتأكدون من ذلك، وهذا يدل على أن معظم عينة الدراسة يريدون التعامل مع الصينيين بسبب تقديرهم لسمات الصينيين وشخصياتهم إيجابياً.

الصورة الذهنية للصين لدى الجمهور المصري:
عينة من كل أقاليم مصر (دراسة وصفية)

١٩- يوضح إذا أردت معرفة المزيد حول مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	يوضح إذا أردت معرفة المزيد حول مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"
الأولى	٤٦.٧	٢٣٨	نعم
الثانية	٣١.٢	١٥٩	لا
الثالثة	٢٢.١	١١٣	لا أعرف
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٦): يوضح إذا أردت معرفة المزيد حول مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"

نستنتج من الجدول (٢٦) أن ٤٦.٧% من عينة الدراسة يريدون معرفة المزيد حول مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"، بينما لا يريدون ٣١.٢% منهم معرفتهما، و ٢٢.١% منهم لا يتأكدون من ذلك، مما يدل على أن معظم عينة الدراسة يهتمون بالسياسات الصينية ويتابعونها، فهناك حاجة لمعرفة السياسات الصينية المتجددة في مصر.

٢٠- يوضح إذا أردت شراء المنتجات الصينية التي تعرض في مصر

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	يوضح إذا أردت شراء المنتجات الصينية التي تعرض في مصر
الأولى	٧٦.٣	٣٨٩	لا
الثانية	١٩.٨	١٠١	نعم
الثالثة	٣.٩	٢٠	لا أتأكد
---	١٠٠	٥١٠	المجموع

جدول رقم (٢٧): يوضح إذا أردت شراء المنتجات الصينية التي تعرض في مصر

يتوضح من الجدول (٢٧) أن ٧٦.٣% من عينة الدراسة لا يريدون شراء المنتجات الصينية، بينما ١٩.٨% منهم يريدون شراء المنتجات الصينية، و ٣.٩% منهم لا يتأكدون من ذلك، مما يدل على أن معظم عينة الدراسة لا يميلون إلى شراء المنتجات الصينية المعروضة في السوق المصرية بسبب تقديرهم لها سلبيا، وهناك حاجة للصين لمسح رغبة المستهلكين المصريين لكي تصدير المنتجات الصينية التي ترضيهم.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً- الاستنتاجات:

توصلت الباحثة من خلال الجانب العلمي للبحث إلى أهم الاستنتاجات: إن الصورة الذهنية للصين لدى عينة الدراسة إيجابية في المجالات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ما عدا المنتجات الصينية حصلت على التقييم السلبي.

والاستنتاجات المهمة الأخرى كما يلي:

١- تم التعرف معظم عينة الدراسة على الصين عن طريق وسائل الإعلام ألا وهما الإنترنت والتلفزيون، وتمثل نسبتهما ٧٦.٩%، مما يدل على أن وسائل الإعلام من أهم الوسائل لتعريف الصين للجمهور المصري.

٢- إن القنوات الإخبارية العربية هي أكثر استخداماً للحصول على الأخبار حول الصين في مصر، خصوصاً قناة الجزيرة العربية والقنوات المصرية، أما القناة المركزية الصينية CGTN فهي قناة قليلة الاستخدام للحصول على الأخبار حول الصين في مصر.

٣- إن الصين دولة طويلة التاريخ وجذابة في عيون عينة الدراسة، ونسبتها ٤٦.٥%.

٤- رأى ما نسبته (٩٣.٧%) من عينة الدراسة أن الصيني مجتهد ومحب للعمل.

٥- إن سور الصين العظيم أهم العناصر التي يراها عينة الدراسة تمثل الثقافة الصينية، ونسبتها ٢٣.٩%.

٦- إن العمل من أهم الأسباب التي يمكن جذب عينة الدراسة إلى زيارة الصين.

٧- وجود نسبة (٥٨.٤%) من عينة الدراسة يرون أن المنتجات الصينية المعروضة في مصر منخفضة الجودة، و ٢٣.٩% منهم يرون أن المنتجات الصينية المعروضة في مصر لا تتمتع بخدمة بعد الشراء، و ١٢.٤% منهم يرون أنها مجهولة العلامة التجارية.

- ٨- وجود فجوة بين معرفة مفهومي "مبادرة الحزام والطريق" و "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"، ومفهوم "مبادرة الحزام والطريق" أكثر معروفا لدى عينة الدراسة من مفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" ب٤.٩%.
- ٩- إن كل عينة الدراسة يقدرّون "مبادرة الحزام والطريق" ومفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" بشكل إيجابي.
- ١٠- إن المجال الأكثر رغبة لعينة الدراسة في أن تشارك الصين فيه من ناحية الإدارة العالمية هو التكنولوجيا.
- ١١- إن تقدير كل عينة الدراسة لأداء الصين في مكافحة وباء كورونا إيجابي.
- ١٢- إن الجهود المشتركة من الحزب الشيوعي الصيني وشعبه هي أهم الأسباب التي تجعل الصين تتطور بشكل سريع في عيون عينة الدراسة، ونسبته تمثل ٦٤.٥%.
- ١٣- إن معظم عينة الدراسة يرون أن هناك إمكانية الاستفادة من الخبرة الصينية للتنمية ولكنها لا تناسب الدول العربية مباشرة.
- ١٤- إن اللغة الصينية أكثر اللغات ترحيبا من عينة الدراسة إذا أتاحت له فرصة تعلم لغة أجنبية، وإن الصين أكثر دول شرق آسيا ترحيبا من عينة الدراسة إذا أتاحت له فرصة العمل.
- ١٥- هناك أمل كبير من عينة الدراسة لتعميق العلاقات المصرية الصينية في المستقبل، وتمثل النسبة ٦٥%.

ثانياً - التوصيات:

في ضوء الاستنتاجات التي توصلنا إليها نضع مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تشكيل صورة ذهنية أفضل عن الصين:

١- تحسين هيكله المنتجات الصينية المعروضة في سوق مصر ليختار المستهلكون المصريون المنتجات العالية الجودة أو منخفضة الجودة بحرية، والقيام بتسويق العلامات التجارية الصينية المشهورة في سوق مصر، وقيام مكاتب لخدمة ما بعد الشراء في مصر للرد على حاجات المستهلكين المصريين.

٢- القيام بالإعلانات لتوسيع دائرة المشاهدين المصريين لمشاهدة القناة المركزية الصينية CGTN لتلقى مزيداً من الأخبار حول الصين.

٣- تعزيز أعمال الترجمة من اللغة الصينية إلى اللغة العربية لتعريف القصص الصينية للمصريين بشكل موضوعي وشامل، خاصة القضايا ذات الصلة بالدول العربية.

٤- إتاحة فرصة تعلم اللغة الصينية مجاناً للشعب المصري في مركز الثقافة الصينية لدى مصر.

٥- قيام الأنشطة لتعريف التعاون بين الصين ومصر في مركز الثقافة الصينية لدى مصر.

٦- نشر ونقل المزيد من الأخبار المستجدة حول الصين في وسائل الاتصال الأكثر استخداماً في مصر مثل Facebook.

الهوامش

- (1) Laima. Abnomairyie-Serei, "The impact of motivation factor on marketing ethics in Lithuanian media", Journal of Social Research, National Report
(2) Month (10) of (5-10) , University of Vilnius Research ,Published in the Journal of Social Research Lithuania, 2007, p.15.

(3) الإعلان من مصلحة الصين للإحصائيات، تاريخ الدخول: ٢٠٢٢ / ٥ / ٨.

(4) عبد العزيز تركستاني: ((دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمملكة))، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني صورة المملكة العربية السعودية في العالم، ٢٠٠٤م، ص ١٢.

(5) العلاقات العربية - الصينية فى الفترة من "٢٠٠١-٢٠١٥ م": دراسة حالة (مصر) - الجزء الرابع، الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والاستراتيجية،

<https://www.politics-dz.com/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%8A%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%AA%D8%B1%D8%A9-4/>

(6) نعمان عباس ندا الحيايى ،حذيفة زيدان خلف: ((الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة))، قسم إدارة المكتب، معهد الإدارة/ الرصافة، ٢٠١٣م.

(7) خالد شاكر جاويش: ((الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية وعلاقتها بتقييم المستهلك لمنتجاتها))، ((المجلة المصرية لبحوث الإعلام))، مجلد ٢٨ ، ٢٠٠٧م.

(8) زياد بركات: ((الصورة الذهنية المدركة للمعلم لدى الجمهور الفلسطيني في محافظة طولكرم))، مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، المجلد (٥)، العدد (٢) ، ٢٠٢٠م.

(9) منى أحمد مصطفى عمران: ((الصورة الذهنية لمصر لدى عينة من المراهقين المصريين المغتربين وعلاقتها بتعرضهم للقناة الفضائية المصرية))، بحث منشور، قسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٨م.

(10) ممدوح عبد اللطيف: ((الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات))، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٩م.

(١١) الحاج الفضل الداغر: ((دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي دراسة تطبيقية على عينة من البعثات الدبلوماسية المقيمة في السودان ووزارة الخارجية السودانية)))، بحث الدكتوراه المنشور، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ٢٠١٤م.

(١٢) لي رونغ جيان: ((صورة الصين في عيون العرب))، دار النشر للشعب، الطبعة الأولى، ٢٠١٦م.

(13) T.Christopher Jespersen, "American Images of China(1931-1949)", Stanford University Press, 2010.

(١٤) محمد نومان جلال: ((الصين بعيون مصرية))، بترجمة وانغ يو يون، دار النشر لتعليم اللغات الأجنبية بشانغهاي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م.

(١٥) عاهد مسلم المشاقبة، ((البعد السياسي للعلاقات العربية- الصينية وآفاقها المستقبلية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية))، المجلد ٤١، ملحق ١، ٢٠١٤م، ص ٣٣٧.

(١٦) لي تشين تشونغ: ((الثقافة العربية والثقافة الصينية- دراسة مقارنة))، بعثة جامعة الدول العربية لدى بكين: مجلة "بيت العرب"، العدد ١٢، ١٩٩٧م، ص ١٧.

(17) Ahmed Abd Rabou, "Egypt after Elections: Towards the second republic", Insight Turkey, Vol.14, No.3, 2012,pp.22-23.

(١٨) أحمد محمد أبو زيد، ((محمداات السياسة الخارجية المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير))، المستقبل العربي، السنة ٣٤، العدد ٣٩١، ٢٠١١م، ص ١٢٩-١٤٦.

(١٩) ((سياسيون: مصر تعاود التوجه شرقا))،

<http://digital.ahram.org.eg/Policy.aspx?Serial=1014285>

(٢٠) جهاد حمدي حجازي عبد الحى: ((العلاقات العربية - الصينية فى الفترة من ٢٠٠١-٢٠١٥م" دراسة حالة (مصر)))، المركز الديمقراطي العربي، ٢٠١٦م،

<https://democraticac.de/?p=39327> .

(٢١) فالح الحوري، وممدوح هايل: ((إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية))، ورقة عمل للمؤتمر العلمي الثالث، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، الفترة ٢٧-١٩ نيسان، ٢٠٠٩م، الأردن.

- (٢٢) شريفة رحمة الله سليمان: ((دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية، دراسة حالة على إمارة دبي))، رسالة الماجستير، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م، ص ١٣٢.
- (٢٣) بسام بشير خلف: ((بناء الصورة الذهنية وإدارة السمعة في المنظمات غير الربحية))، مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية، الطبعة الأولى، ٢٠٢١م، ص ٧٥.
- (٢٤) علي عجوة، يوسف محمود: ((إدارة وتخطيط العلاقات العامة))، القاهرة، ٢٠٠٣م، ص ١٤.
- (٢٥) ورقة عمل حول موضوع الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الرأي العام المصري مقدمة إلى إحدى دورات برنامج الأمم المتحدة الإنمائي - مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان، إعداد مقدم دكتور أحمد الدسوقي، ص ٥-٨.
- (26) Graby, Francoise (1993), "Countries as Corporate Entities in International Markets", in Product-Country Images: Impact and Role in International Marketing, Nicolas Papadopoulos and Louis A. Heslop, eds. New York: International Business Press, pp.257-84.
- (٢٧) حجاب محمد منير ((الاتصال الفعال للعلاقات العامة))، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٧م، ص ١٦٦.
- (٢٨) علي عجوة: ((العلاقات العامة والصورة الذهنية))، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣م، ص ٨-٩.
- (٢٩) علي عجوة: مرجع سابق، ص ١٨٥.
- (٣٠) أحمد السيد طه كردي: ((إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية - دراسة ميدانية على عينة من شركات الأدوية المصرية))، مقترح مقدم، قسم إدارة الأعمال جامعة بنها، كلية التجارة، ٢٠١١م، ص ٩٦.
- (٣١) سليمان صالح: ((وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية))، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠٠٥م، ط ١، ص ٩٢.
- (٣٢) سليمان صالح: مرجع سابق، ص ٦٣.

ملحق رقم (١)

الاستبانة

عزيزي المستجيب.....

تتعلق هذه الاستبانة المقدمة لكم بالدراسة التي تسعى للتعرف على الصورة الذهنية للصين في عيون المصريين. وتتوجه الباحثة بشكرها وتقديرها على تعاونكم الصادق، كما نحيطكم علما بأن البيانات المتعلقة بالقائمة ستكون محاطة بالسرية، وسوف يكون تحليل البيانات على مستوى جماعي وليس على مستوى كل فرد على حده.

دكتورة سو تشو تينغ

قسم اللغة العربية

كلية اللغات الأجنبية - جامعة نانكاي، الصين

الجزء الأول:

إليك مجموعة من الأسئلة والتي سوف تستخدم فقط بغرض التوصيف للعينة الخاضعة للدراسة، والمطلوب اختيار الإجابة التي تنطبق عليك:

١- عمرك _____ سنة.

أ/ ٢٥-١٨ ب/ ٣٥-٢٦ ج/ ٤٥-٣٦ د/ ٧٦-٤٦

٢- جنسك _____.

أ/ ذكر ب/ أنثى

٣- من أي إقليم جئت

أ/ إقليم القاهرة الكبرى ب/ إقليم الإسكندرية ج/ إقليم الدلتا
د/ إقليم القناة هـ / إقليم شمال الصعيد ي/ إقليم وسط الصعيد
و/ إقليم جنوب الصعيد

٤- تعمل _____ .

- أ/ طالبا جامعيًا
ب/ أستاذا
ج/ موظفا في الشركة
د/ موظفا في الحكومة
هـ/ ربة منزل
ي/ موظفا حرا

٥- المؤهل الأكاديمي _____ .

- أ/ دبلوم
ب/ بكالوريوس
ج/ ماجستير
د/ دكتوراه

٦- هل زرت الصين؟

- أ/ نعم
ب/ لا

الجزء الثاني:

يسعى هذا الجزء إلى التعرف على الصورة الذهنية للصين في عينك، من فضلك قم باختيار الإجابة التي تنطبق عليك:

١- من أية وسيلة تتعرف على الصين؟

- أ/ الكتب
ب/ الأصدقاء والأقارب
ج/ التلفزيون
د/ المجالات والصحف
ي/ الإنترنت

٢- من أية قناة تحصل على الأخبار حول الصين؟

- أ/ القناة المركزية الصينية CGTN
ب/ قناة الجزيرة العربية
ج/ القنوات الإخبارية المصرية
د/ BBC
هـ/ القنوات الغربية الأخرى.

٣- هل تعاملت مع الأشخاص الصينيين في محيط عملك؟

أ/ نعم ب/ لا ج/ لا أتذكر.

٤- ما هي أهم العناصر التي تراها تمثل الثقافة الصينية؟

أ/ الكونغ فو ب/ الأكلات الصينية ج/ الأعشاب الطبية الصينية
د/ سور الصين العظيم هـ/ البندا (panda)
و/ الأعياد الصينية ح/ الرقص والموسيقى الصيني
خ/ الأعمال السينمائية ع/ الأعمال الأدبية الصينية

٥- ما هي أهم الأسباب التي يمكن أن تجذبك إلى زيارة الصين؟

أ/ المناظر الطبيعية ب/ الآثار التاريخية المشهورة
ج/ العمل د/ الدراسة ي/ زيارة الأصدقاء والأقارب

٦- هل تعرف مبادرة الحزام والطريق و مفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية" اللتين طرحهما الرئيس الصيني شي جين بينغ؟

أ/ لا ب/ نعم ج/ أعرف بعضاً

٧- في أي مجال ترغب أن تشارك الصين من ناحية الإدارة العالمية؟

أ/ التكنولوجيا ب/ الاقتصاد
ج/ الثقافة د/ السياسة
ي/ الأمن و/ الأيكولوجيا ح/ الطب

٨- ما هي أهم الأسباب التي تجعل الصين تتطور بشكل سريع في رأيك؟

أ/ تطبيق سياسة الإصلاح والانفتاح

ب/ التمسك بطريق الاشتراكية ذات الخصائص الصينية

ج/ الجهود المشتركة من الحزب الشيوعي الصيني وشعبه

د/ الاستراتيجيات القومية الصحيحة داخليًا وخارجيًا

٩- ترى أن الصين دولة _____ .

أ/ دولة متحضرة مستقرة ومتناغمة

ب/ دولة طويلة التاريخ وجذابة

ج/ دولة حيوية ومنفتحة

د/ دولة مساهمة في التنمية العالمية

ي/ دولة مدافعة عن السلام العالمي

و/ دولة مدافعة عن النظام الدولي

خ/ دولة مشاركة في الإدارة العالمية بشكل إيجابي.

١٠- ترى أن الصيني شخص _____ .

أ/ مجتهد ومحب للعمل

ب/ منخفض من حيث فاعلية العمل وغير مهتم بالقواعد والأنظمة

ج/ صادق ومتواضع

د/ كاذب ومغرور

ي/ متحمس ولطيف

خ/ بارد ه/ أناني

١١- كيف ترى المنتجات الصينية التي تباع في بلدكم؟

أ/ غالية السعر

ب/ منخفضة الجودة

ج/ لا تتمتع بخدمة ما بعد الشراء

د/ مجهولة العلامة التجارية ه/ عالية الجودة

ي/ تتمتع بخدمة بعد الشراء

١٢- كيف ترى مبادرة الحزام والطريق مفهوم "مجتمع المصير المشترك بين الصين والدول العربية"؟

- أ/ تعزز علاقة الصداقة بين الصين والدول المشاركة
ب/ تعزز ربط التواصل للبنية التحتية في المنطقة
ج/ تعزز التعاون والاستثمار التجاري بين الصين والدول المشاركة
د/ لا تعود بأية فائدة للدول المشاركة
ي/ لا أعرف أية معلومات عنهما

١٣- كيف رأيت أداء الصين في مكافحة وباء كورونا؟

- أ/ سريعة وفعالة في التحكم في الوباء
ب/ مساهمة في مساعدة الدول الأخرى في مكافحة الوباء
ج/ مساهمة في تطوير اللقاح / د/ عدم الاهتمام بحياة الشعب

١٤- كيف ترى الخبرة الصينية في التنمية؟

- أ/ مفيدة للتنمية العربية
ب/ تساعد الدول العربية في معالجة مشاكلها
ج/ غير مفيدة للدول العربية
د/ غير مناسبة للدول العربية.

١٥- كيف ترى مستقبل العلاقات المصرية الصينية؟

- أ/ ستتعمق
ب/ كما هي في الماضي
ج/ ستتراجع

١٦- إذا أتاحت لك فرصة تعلم لغة أجنبية فأى لغة ستختار؟

- أ/ اللغة الألمانية
ب/ اللغة الصينية
ج/ اللغة اليابانية
د/ اللغة الكورية.

١٧- إذا أتيحت لك فرصة العمل في دولة من دول شرق آسيا أي دولة ستختار؟

أ/ اليابان ب/ تايلاند ج/ الصين د/ كوريا.

١٨- هل تريد التعامل مع الصينيين في الحياة أو العمل؟

أ/ نعم ب/ لا ج/ لا أعرف

١٩- هل تريد أن تعرف المزيد حول مبادرة الحزام والطريق ومفهوم "مجتمع المصير

المشترك بين الصين والدول العربية"؟

أ/ نعم ب/ لا ج/ لا أعرف

٢٠- هل ستشتري المنتجات الصينية التي تعرض في مصر؟

أ/ نعم ب/ لا ج/ لا تأكد

ملحق رقم (٢)

عرضت الباحثة أسئلة الاستبانة على مجموعة من المحكمين وهم :

الرقم	الاسم	التخصص	الموقع
١	أ.د/حسن عبد العال عباس	الأدب والنقد	جامعة طنطا
٢	أ.د/محمد السيد احمد الدسوقي	البلاغة و النقد	جامعة طنطا
٣	أ.د/عهدي محمد إبراهيم السيبي	الأدب العربي القديم	جامعة طنطا
٤	أ.د/كمال محمد جاه الله	السياسات الدولية	جامعة إفريقيا العالمية