

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ نائب رئيس التحرير: أ.م.د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

■ مساعدو رئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

● أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

● أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

● أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية. ■ سكرتير التحرير:

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية. ■ التدقيق اللغوي:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الثالث والسبعون - الجزء الأول - رجب ١٤٤٦هـ - يناير ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

محتويات العدد

- ٩ دور الدبلوماسية الثقافية في بناء سمعة الدول- دبلوماسية الطلاب
أنموذجًا-، دراسة على الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود
أ.م.د/ مطلق بن سعود المطيري
-
- ٦٣ تأثير برنامج تدريبي للتعريف بتقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف
الأخبار على إدراك طلاب الإعلام التربوي لها (دراسة شبه تجريبية)
أ.م.د/ جيهان سعد عبده المعبي
-
- ١٢٩ انعكاسات المتابعة الإعلامية للحرب الإسرائيلية في قطاع غزة ٢٠٢٣ م
على الآثار النفسية للجمهور الفلسطيني أ.م.د/ حسين عبد الله سعد
-
- ١٥٩ بنية خطاب تعليقات القراء إزاء أدلجة الدين في المجال العام للصفحات
الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية بعد طوفان الأقصى (٢٠٢٣ م)
(دراسة تحليلية على صفحتي إسرائيل تتكلم بالعربية وأفيخاي أدرعي
بالفيسبوك نموذجا) د / حسن محمد فرحات
-
- ٢٥٩ تأثير استخدام المشاعر الإلكترونية (الإيموجي) في الاتصالات الرقمية
على بناء العلاقات تجاه العلامة التجارية... دراسة شبه تجريبية
د / سميرة عبد الرازي أحمد محمد
-
- ٣٤٥ توظيف طلاب الإعلام بالجامعات المصرية لأدوات الذكاء الاصطناعي
في تعزيز أداء المهام التعليمية
د / نهلة محمد نشأت،
د / آية طارق عبد الهادي

- الاتجاه نحو فاعلية توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مراكز
وحدات الابتكار وريادة الأعمال بالجامعات المصرية
٤٥٩ د/ هناء حسين قرني
-
- التربية الإعلامية الرقمية وعلاقتها بمستوى تحصين وعي طلاب
الإعلام التربوي بمخاطر تطبيقات التزييف العميق في إطار نظرية
٥٨١ دافع الحماية
د/ مصطفى محمود أحمد
-
- التماس الجمهور المصري للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية
لوقف عرفة وانعكاسه على مدرسته حول فريضة الحج
٦٧٣ د/ محمد فيض محمد إسماعيل
-
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي في فلسطين-
محافظة طولكرم نموذجا محمد عبد اللطيف فريد أبو سفاقة
٧٥١ محمد عبد اللطيف فريد أبو سفاقة - د/ إيهاب أحمد رؤوف عويس
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية ١٠٥

بقلم: الأستاذ الدكتور
رضا عبد الواحد أمين
رئيس التحرير

الافتتاحية

مجلة البحوث الإعلامية .. الأولى عربياً

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد ،،

القراء والباحثين الأعزاء ..

نقدم لكم العدد الثالث والسبعين من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، وقد حصلت المجلة على سمعة طيبة - بفضل الله تعالى - بين الباحثين وأساتذة الإعلام على مستوى مصر والوطن العربي، حيث صنفت وفقاً لتقييم المجلس الأعلى للجامعات وللعام الرابع على التوالي بأعلى درجة تقييم ، وكانت من أولى المجلات التي تحصل على سبع نقاط ، وحصلت على تصنيف فئة Q1 وفقاً لمعامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية "أرسيف"، وهي الفئة الأعلى في المجلات العلمية ، حيث تعد المجلة وفقاً للتقرير السنوي للمجلات العربية لعام ٢٠٢٤ هي الأولى عربياً في تخصص الإعلام والاتصال ، والسادسة على مستوى بقية المجلات العلمية في التخصصات الأخرى للعام ٢٠٢٤ م ، وهي مرتبة متقدمة تليق بالمجلة ، لأنها نتاج جهد وتوفيق من الله تعالى ، وأعتقد أن وراء هذا التميز مجموعة من الأسباب :

أولاً: المجلة لديها نظام صارم في قبول أو عدم قبول الأبحاث العلمية ، إذ تخضع الدراسات لنظام تحكيم معمى من اثنين من المحكمين لا تقل رتبته عن درجة أستاذ ، وفي التخصص الدقيق للبحث .

ثانياً : تضم قائمة المحكمين كل أساتذة الإعلام بفروعه وتخصصاته الدقيقة المختلفة من جامعة الأزهر والجامعات المصرية الذين يقرؤون البحوث العلمية بعناية ، ويقومون بإعداد قائمة طويلة من التعديلات التي تستهدف تقوية البحث ، مما يعود بالنفع على الباحث والمجلة .

ثالثاً: وجود درجة ثقة عالية من الباحثين للنشر في مجلة البحوث الإعلامية ، لما يلمسونه من جدية في الإجراءات والمراحل المختلفة للتعامل مع البحث والباحث من قبل هيئة تحرير المجلة ، وانتشرت مقولة مهمة بين الباحثين : أنهم يدخرون الأبحاث القوية للنشر في مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر .

رابعاً : لابد هنا من الإشادة بالمستوى الاحترافي الذي يقوم به أعضاء هيئة تحرير المجلة ابتداء من التأكد من اتباع أخلاقيات النشر العلمي ، وانتهاء بإتاحة المجلة بأوعيتها الرقمية والورقية ، ومروراً بكل مراحل التعامل مع البحث والباحث ، ومما تجدر الإشارة إليه أن النظام الإلكتروني في المجلة سجل رفض نشر ١٤١ بحثاً خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، إما لرفض المحكمين للبحث أو لعدم استيفاء شروط النشر العلمي وفق ضوابط النشر في المجلة .

خامساً : الإتاحة الرقمية لأكثر من ٩٥ ٪ من أبحاث المجلة التي نشرت بها منذ العام ١٩٩٣م ، وكانت النتيجة وفقاً للإحصائيات المتوفرة في موقع المجلة الإلكتروني أن المجلة تتيح رقمياً أكثر من ١١٨٠ بحثاً علمياً بنظام الإتاحة المجانية open access ، تم تحميلها من قبل الباحثين والمهتمين لحوالي ١٣٠٠٠٠٠ مرة تحميل (مليون وثلاثمائة ألف تحميل لملفات ال PDF الخاصة بأبحاث المجلة) كما تم استعراض هذه البحوث - بدون تحميل - لأكثر من سبعمائة وخمسين ألف مرة ، وهي أرقام تؤشر لأهمية و ثراء ونوعية البحوث المنشورة في المجلة .

وفي الختام أود أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى قيادات جامعة الأزهر : الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة والأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث ، ولشركاء النجاح من الباحثين والأساتذة المحكمين وهيئة تحرير المجلة ، ونسأل الله تعالى دوام التوفيق ، وأن يستعملنا في طاعته ومرضاته ، إنه ولي ذلك والقادر عليه .

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

والحمد لله رب العالمين .

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام و الاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

**دور الدبلوماسية الثقافية في بناء سمعة الدول - دبلوماسية الطلاب
أنموذجاً، دراسة على الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود**

- **The Role of Cultural Diplomacy in Building the Reputation of Countries -Student Diplomacy as a Model
a Study on International Students at King Saud University**

● أ.م.د/ مطلق بن سعود المطيري
الأستاذ المشارك بقسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة
الملك سعود

Email: mualmutiri@ksu.edu.sa

ملخص الدراسة

مع التغيرات المعاصرة وتطور استراتيجيات الدول الدبلوماسية برز دور الدبلوماسية الثقافية كأحد عناصر الدبلوماسية العامة لتحقيق مكاسب على أرض الواقع؛ أصبحت تتجاوز أو تفوق الدبلوماسية التقليدية، وتمهد لها الطريق لتحقيق أهدافها، ومن ثم هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الدبلوماسية الثقافية دبلوماسية الطلاب «نموذجاً في بناء سمعة الدول (Nation Branding)» بتطبيق دراسة نوعية على الطلاب الدوليين في جامعة الملك سعود. واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي؛ باعتباره منهجاً نقدياً قادراً على تحليل التفاصيل والعلاقات من مصدرها وواقعها، ومن ثم الوصول إلى نتائج تحليلية قادرة على تحقيق أهداف الدراسة بالتعرف على الصورة الذهنية للمملكة للطلاب قبل تجربته التعليمية وبعدها، وتحديد مصادر معلومات الطالب المؤثرة في تكوين تلك الصورة، وكيفية استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي في نقل وتبادل خبراته مع بلده الأصلي، ثم تحليل النوايا، والمخططات، والأفكار، التي نجمت عن تأثره ببلد المضيف وينوي تطبيقها في بلده الأصلي بالتواصل مع البلد المضيف. واستخدمت الدراسة أداة مجموعة التركيز على عينة قصدية من نوع عينات الشدة والكثافة لعدد 12 طالباً من الطلاب الدوليين من مختلف الجنسيات بجامعة الملك سعود لتحقيق أهداف الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى إيجابية الصورة الذهنية المسبقة عن المملكة بفضل علاقات وارتباطات دينية، كما تبين وجود اهتمام بدراسة العلوم الشرعية بصورة موسعة، ووجود حاجة إلى تطوير برامج تعليمية في التخصصات العلمية والتطبيقية؛ لجذب الطلاب الدوليين من مختلف الجنسيات؛ لتفعيل مزيد من دور دبلوماسية الطلاب عالمياً. الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية، الثقافية، سمعة، الدول، الطلاب، الدوليون، جامعة الملك سعود.

Abstract

According to the contemporary changes and evolution of the diplomatic strategies of States, the role of cultural diplomacy has emerged as one of the elements of public diplomacy to achieve gains on the ground that exceed traditional diplomacy to achieve its objectives. The study aims to identify the role of cultural diplomacy, and student diplomacy, as a model in building the reputation of countries (Nation Branding), by applying a qualitative study on international students at King Saud University.

The study is based on the qualitative approach; as a critical curriculum capable of analyzing details and relationships from their source and reality and then reaching analytical results capable of achieving the objectives of the study by identifying the mental image of the Kingdom of the student before and after his educational experience. Identifying the sources of student information affecting the formation of that image and how to use social networks to transfer and share his experiences with his country of origin and then analyze the intentions, schemes and ideas that resulted from being affected by the host country and intend to apply them in his country of origin. Communicate with the host country.

The study used a focus group tool on an intentional sample (intensity and density) number. (12) Students from different nationalities at King Saud University to achieve the objectives of the study. The study concluded that the prior mental image of the Kingdom is positive thanks to religious relations and associations. It also revealed an interest in studying Sharia sciences in an expanded manner and the need to develop educational programs in scientific and applied disciplines to attract students from different nationalities to activate the role of student diplomacy globally.

Keywords: Diplomacy, Cultural, Reputation, Countries, Students, International, King Saud University.

تنبته الدول الغربية- مبكراً عن سائر الدول العربية- إلى تغيرات ميزان الأهمية والتأثير فيما بين نوعي الدبلوماسية التقليدية والعامة بمحورها الرئيس (الدبلوماسية الثقافية) ⁽¹⁾؛ فاتبعت استراتيجيات موسعة ومدرسة في صورة دبلوماسية ثقافية أو عامة، لتحقيق مصالح خاصة وأهداف كان لا يمكن تحقيقها في ظل أي شكل آخر من أشكال الدبلوماسية.

وعلى الرغم من اهتمام المملكة العربية السعودية المبكر والواضح بنشاط الابتعاث العلمي ودوره، والتقاط أهمية تبني استكمال جهود الأمة في كسب وتبادل العلم والمعرفة؛ التي كثيراً ما كان يُشَدُّ الترحال في أرجاء الأرض لأجله، كانت الجهود الموفقة والمتكاملة للمملكة بين الجهات المتعددة؛ بغرض دعم مشروعات التبادل الطلابي التي امتد أثرها عبر أجيال، فكان لها وجود واضح في قيادة الحركة التعليمية وخاصة العلوم الشرعية في العديد من الدول الأفريقية والآسيوية إلى اليوم.

ومع التغيرات المعاصرة ودخول التقنية واختراق الحدود؛ تغيرت وتطورت استراتيجيات الدول الدبلوماسية، وأصبحت الدول أمام احتمالات أعلى للتأثير والتأثر، وبالتالي كسب مزايا أكبر وإمكانيات أعلى في تحقيق الاستجابة لحاجات سياسية واستراتيجية على أصعدة أعم وأشمل ⁽²⁾، ومن ثم كان الدافع الأصيل نحو الاهتمام بدور دبلوماسية الطلاب كأحد أشكال الدبلوماسية الثقافية بما تتضمنه من تطبيقات في الدبلوماسية العامة تعود بالأثر في بناء سمعة الدول.

ولعل مصطلح سمعة الدول "Nation Branding" كان له النصيب الأوفر من الاهتمام في الدراسات والتطبيقات الغربية عنه في العربية، حيث حققت دول الغرب وآسيا نقاطاً حاسمة في بناء صور إيجابية تعكس ما حققته من تقدم، وبرز سعيها إلى

التواجد المكثف في دول الشرق والاهتمام بدراسته بعمق وعن كثب بصورة جعلت من السهل على تلك الدول تحقيق سياساتها الاقتصادية والاجتماعية.

فبرزت عملية بناء صورة الدولة وسمعتها كاستراتيجية بالغة الأهمية على الساحة العالمية؛ عبر الإدارة المتعمدة للترويج لهوية الدولة وقيمها وإنجازاتها، للتأثير على تصورات ومواقف الجماهير الأجنبية⁽³⁾، حيث تشتمل تلك الاستراتيجية على مبادرات تهدف إلى تعزيز جاذبية الدولة في إطار إدراك الدول لأهمية إدارة سمعتها في عالم تنافسي مترابط⁽⁴⁾.

ولعل نموذج الولايات المتحدة الأمريكية مثالٌ قويٌّ في تأثير إدارة السمعة الوطنية الفعالة، حيث تستفيد من نفوذها الثقافي والسياسي والاقتصادي لتؤثر في تشكيل التصورات العالمية من خلال رموز أيقونية مثل الحلم الأمريكي، فقدمت نفسها كرمز للإبداع والفرصة والحرية⁽⁵⁾، فوفقاً لمؤشر Anholt-GfK للعلامات التجارية الوطنية تواصل الولايات المتحدة الأمريكية احتلال مقدمة دول المؤشر من حيث قوة السمعة بشكل عام⁽⁶⁾.

وتواصل المملكة المتحدة تعزيز صورتها باعتبارها مركزاً عالمياً رائداً ومركزاً للإبداع، كما تحافظ اليابان على جهودها في التفرد في سمعتها التي تجمع بين التقاليد العريقة والتكنولوجيا المتطورة.

ومما سبق؛ وعلى خطى جهود التنمية الشاملة ورؤية المملكة المستتيرة كان الدافع والحاجة لدى الباحث إلى التحليل والدراسة والبحث؛ لأجل دعم الانضمام الاستراتيجي المدروس إلى هذا العالم الجديد بواقعه وأدواته الجديدة، وبأشكال الدبلوماسية الأكثر فعالية، ومنها دبلوماسية الطلاب في ظل دورها المتوقع في دعم بناء سمعة الدول.

الدراسات السابقة:

- ركزت دراسة (Lin & Chan, 2024)⁽⁷⁾ على اعتبار الطلاب كحلقة وصل للدبلوماسية الثقافية، بتوقع نتائج برنامج المنح الدراسية الدولية للتعليم العالي في تايوان، بالنظر إلى أثر سياسة التدويل في التعليم العالي التي تسهل النمو الاقتصادي للدول وتعلن للدول الأخرى عن إيجابيات الدول الباعثة، ومن ثم اهتمت الدراسة

بالبحث في تأثير برنامج المنح الدراسية الدولية للتعليم العالي التابع لصندوق التعاون والتنمية الدولي على تصورات المستفيدين وتجاربهم في تايوان، استناداً إلى برامج الإدارة والتعليم والعلوم الطبية والهندسية لأربع جامعات، باستخدام منهج دراسة حالة، وأكدت في نتائجها إلى حدوث تغييرات في المواقف، وكفاءة متزايدة في التواصل بين الثقافات، وعلامات على نقل الأفكار وتكوين شبكة المعرفة.

وأشارت الدراسة إلى وجود أثر لعنصر التنشئة الاجتماعية في تحقيق التقارب الثقافي لحاملي المنح الدراسية والهوية المشتركة، مع تعزيز مؤسسات التعليم العالي لتبادل المعرفة ونشر الثقافة، مؤكدةً على أن الطلاب الدوليين هم أيضاً محور للدبلوماسية الثقافية، التي تكون جاذبيتها أكثر وضوحاً من فوائد دبلوماسية المعرفة.

- اهتمت دراسة (الصيدلاني والبدراني، 2023) ⁽⁸⁾ إلى التعرف على مدى مواءمة الابتعاث الخارجي مع سوق العمل بالملكة العربية السعودية، بتطبيق المنهج المقارن والتحليلي لأعداد الطلاب في التخصصات والمجالات، وأعداد برامج الابتعاث السعودي في سوق العمل، بتحليل بيانات التقارير التي تصدرها وزارة التعليم والهيئة العامة للإحصاء بالملكة العربية السعودية.

وأكدت النتائج على زيادة نسبة تمويل المملكة لابتعاث الطلاب، إضافةً إلى تصدر أمريكا دول استقبال المبتعثين السعوديين بنسبة 61.1٪، وتصدر مجال الأعمال الإدارية والتجارية للابتعاث بنسبة 22٪، يليها الهندسة بنسبة 20.7٪، وكانت أعلى نسبة لمبتعثي البكالوريوس بنسبة 49.7٪، يليها الماجستير بنسبة 18.7٪، ثم الدكتوراه بنسبة 12٪، وأشارت الدراسة بين نتائجها إلى تراجع تأثير سوق العمل السعودي ببرامج الابتعاث عن المستوى المطلوب.

- حللت دراسة (التويجري والأحمد، 2022) ⁽⁹⁾ واقع الإعداد الثقافي للطلاب المبتعثين ضمن برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي، ومعوقاته، والمقترحات التي تسهم في تطويره، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، بتطبيق استبانة على عينة عشوائية بعدد 500 طالب من طلاب الابتعاث الخارجي بالملكة.

وأكدت النتائج على تأييد المبتعثين للحاجة إلى الإعداد الثقافي للطلاب المبتعثين ضمن البرنامج، حيث إن درجة الإعداد كانت متوسطة، وأشاروا إلى أن معوقات الإعداد الثقافي كبيرة؛ حيث تستدعي الحاجة إلى تداول العلم بين الحضارات، وتتنوع مصادر المعرفة بالمملكة، وتحقيق الامتداد الثقافي بين المملكة العربية السعودية والحضارات الأخرى، باعتماد الابتعاث كخيار استراتيجي لنقل الصورة الصحيحة عن الدول الإسلامية والتعاليم والثقافة، مع التأكيد على أهمية تأهيل المبتعثين بالثقافة الإسلامية، وتوعيتهم بالتحديات الفكرية التي قد تواجههم في بلد الابتعاث.

- أطلقت دراسة (Varpahovskis, 2022) ⁽¹⁰⁾ على الطلاب مصطلح آلاف السفراء غير النشطين، وهدفت إلى التعرف على التحديات والفرص لبناء العلاقات بين الحاصلين على منحة كوريا العالمية (GKS) والكوريين الجنوبيين، حيث تدعو حكومة جمهورية كوريا سنوياً أكثر من ألف طالب دولي لتعلم اللغة الكورية، والحصول على درجة التعليم العالي من الجامعات الكورية، ويقع هذا البرنامج ضمن إطار الدبلوماسية العامة. تسعى كوريا إلى تنمية شبكات صديقة لكوريا، وتحويل طلاب وخريجي منحة كوريا العالمية إلى سفراء للإسهام في الترويج لكوريا في الخارج. واستخدمت الدراسة المنهج النوعي باستخدام أداة المقابلة المتعمقة مع 20 من خريجي البرنامج عما يسهل وما يعوق بناء العلاقات الشخصية والمهنية بين الحاصلين على المنح الدراسية والكوريين الجنوبيين في مراحل مختلفة، وأكدت الدراسة في نتائجها على أهمية مراجعة سياسة مسؤولي البرنامج والحكومة الكورية الجنوبية نحو أصحاب تلك المنح.

- هدفت دراسة (أبوقايد، 2020) ⁽¹¹⁾ إلى دراسة الابتعاث العلمي الخارجي في عهد الملك عبد العزيز، واستخدمت الدراسة المنهج التاريخي والتحليلي منذ بداية الاهتمام بطلاب العلم، بإنشاء مديرية المعارف العمومية لرعاية شؤون التعليم، واتخاذ القرار لابتعاث الطلاب والموظفين.

واهتمت الدراسة - على نحو رئيس - بالابتعاث لغرض التعليم وتطويره في مجالات الطب، والكيمياء، والهندسة، والميكانيكا، وعلى جانب آخر الابتعاث لأغراض عسكرية

لوجهات مثل تركيا، وإيطاليا، وبريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية، واهتمت الدراسة بالابتعاث الأمني والحكومي القائم على اتفاقيات دولية، إضافةً إلى تفصيل تجارب الابتعاث في كل قطاع، مع الاستشهاد بأبرز تجارب المبتعثين، مشيرة إلى أن أهالي منطقة الشرقية والحجاز هم الأكثر إفادة من الابتعاث.

- سعت دراسة (حسين وسلوم، 2020)⁽¹²⁾ إلى التعرف على دور الدبلوماسية متعددة المسارات في حل النزاعات الدولية، وتضم تلك المسارات جهود المنظمات غير الحكومية والأعمال والمواطنين والإعلام والتواصل باتباع منهج تكاملي يتعدد في مساراته ويحقق هدفاً دبلوماسياً واحداً، لتعلن عن دبلوماسية عالمية جديدة تستغل الرقمنة والجمهور العام في بناء العلاقات الثقافية والتأثير على قطاعات الجماهير. ولتحقيق هدف الدراسة تم تنفيذ تحليل نظري لتسع مسارات للدبلوماسية، منها: دبلوماسية المنظمات غير الحكومية، والأعمال، والمواطنين، التي من بينها التبادل الثقافي أو الصحي والبيئي والتعليم، حيث تفيد في تحقيق أهداف تحويل الصراع، ودعم جهود السلام، ودعم الدبلوماسية الوقائية، والتأثير في الأنظمة الاجتماعية.

- سعت دراسة (2019, Carosso & Ferreira & Mostajo-Radji)⁽¹³⁾ إلى تحليل فكرة أن تطوير العقول هو تطوير للأمم؛ باعتبار العلماء دبلوماسيين غير حكوميين بصورة فعالة، واتبعت الدراسة المنهج التحليلي لفكرة التوازن بتقاسم التقدم لتحقيق المنفعة المتبادلة لجميع الأطراف لعلاج الركود الاقتصادي أو العلمي بالدول النامية. واستشهدت الدراسة بأزمات دبلوماسية تاريخية منها ما كانت سنة 2008 بين بوليفيا وأمريكا، وطرد السفير الأمريكي من بوليفيا، وقطع التواصل الدبلوماسي بين البلدين الذي عاد في صورة جهود دعم التعليم، والتكنولوجيا، والهندسة، والرياضيات المتطورة، كمحرك للتقدم الاقتصادي في واقع واعد اقتصادياً لبوليفيا.

- اهتمت دراسة (2017, Bislev)⁽¹⁴⁾ بتوظيف الطلاب الدوليين من الصين- تحديداً- كأداة ناعمة بالنظر إلى زيادة حضورهم عالمياً في مختلف الجامعات بما يؤثر في زيادة الاهتمام بهؤلاء الطلاب بين الجامعات والباحثين وصناع السياسات،

الذين غالباً ما يرون الطلاب الدوليين كمصدر للقوة الناعمة المتزايدة مع وجود أثر بتغيير الاتجاهات والقيم.

ولذلك اتبعت الدراسة المنهج النقدي لمفهوم القوة الناعمة والبحث المحدود - إلى حد ما - حول الدبلوماسية التعليمية؛ ما يدل على أن الغموض التحليلي لمفهوم القوة الناعمة الذي يؤدي إلى الخلل في فهم العلاقة بين الطلاب الدوليين والقوة الناعمة، وبالتالي من أجل توفير فهم أكثر دقة لهذا الارتباط، حللت تلك الدراسة التجربة الخارجية الفعلية للطلاب الدوليين الصينيين، وأكدت في نتائجها على أن الارتباط بين الطلاب الدوليين والقوة الناعمة معقد بصورة كبيرة، وأن هؤلاء الطلاب لا يشكلون بالضرورة موارد للقوة الناعمة دون نفي إمكانية تحقيق ذلك.

وأشارت الدراسة إلى أن معظم الأدبيات الغربية تنظر إلى الطلاب الدوليين باعتبارهم مصدراً للقوة الناعمة للحكومة المضيفة، ولكن ترى الحكومة الصينية والمجتمعات المضيفة أن الطلاب الصينيين في الخارج يشكلون موارد للقوة الناعمة؛ باعتبارها تضيف تحسناً في الموقف تجاه دولة معينة، حيث تشير الدراسات الاستقصائية إلى زيادة في المواقف الإيجابية تجاه الدولة المضيفة بعد الإقامة في الخارج، إضافةً إلى أن الطلاب الصينيين في الغرب والطلاب الغربيين في الصين يعتبرون أنفسهم ممثلين لبلدانهم الأصلية، وبالتالي يقومون - عن طيب خاطر - بالدور المقترح كسفراء للطلاب.

- اهتمت دراسة (2017, Bislev)⁽¹⁵⁾ بتحليل تجربة دبلوماسية الطلاب الصينية كأداة للقوة الناعمة، بعد تزايد الاهتمام بهؤلاء الطلاب من قبل الباحثين وصناع السياسات والجامعات، وقد استخدمت الدراسة المنهج النقدي في تحليل مفهوم القوة الناعمة، وتقديم إسهام علمي في الدبلوماسية التعليمية لفهم أكثر دقة لتلك العلاقات. وافترضت الدراسة كون الطلاب الدوليين مورداً للقوة الناعمة للدولة المرسلّة أو المستقبلّة بما له صلة بالصورة الوطنية الأكثر ملاءمة، وعرضت الدراسة لمفهوم جديد هو الدبلوماسية التربوية، وعقدت عدداً من المقابلات الجماعية المركزة مع طلاب صينيين ودنماركيين في بكين، في الفترة بين عامي 2015 و2016.

وأكدت نتائج الدراسة على أن الطلاب الصينيين أصبحوا أكثر حضوراً في التعليم العالي بجميع أنحاء العالم، ما زاد من الاهتمام بهم، وأكدت الدراسة على أن الطلاب الدوليين يشكلون بالفعل أداة للقوة الناعمة، إضافةً إلى تفكير هؤلاء الطلاب في ذواتهم باعتبارهم ممثلين لبلدانهم الأصلية في الدول المضيفة.

- سعت دراسة (2015, Triana)⁽¹⁶⁾ إلى تحليل تجربة الطلاب الدوليين وأثرها في الدبلوماسية العامة، بالتركيز على المطالب الثقافية للدول المضيفة، منتقدة ميل النظرة التقليدية إلى التركيز على الإنجاز الدراسي في الفصول الدراسية دون إيلاء الاهتمام الكافي بعملية التبادل الثقافي، مشيرة إلى أخطار تلك التجارب التعليمية في إعاقة الدبلوماسية.

واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة بالتطبيق على الرئيس المصري السابق محمد مرسي كمثال على احتمال انخراط الطلاب الدوليين في مهن سياسية كبرى بدراسة التجربة الأمريكية، التي تهتم بصفة خاصة منذ الحرب العالمية الثانية بدعم التبادل الطلابي لتحقيق هدف قادة بالعالم أكثر تفهماً مع الولايات المتحدة الأمريكية، فبحلول القرن العشرين أصبحت الدبلوماسية العامة وسيلة لإدارة السمعة الوطنية والعلاقات الدولية.

إضافةً إلى استخدام الدراسة لأدوات الملاحظة والمقابلة مع الأفراد المشاركين في دعم الطلاب الدوليين على مدى 4 سنوات، مع تحليل وثيقة الخطة الاستراتيجية بجامعة ساوث إيسترن لتعاملاتها نحو الطلاب الدوليين، وأشارت الدراسة من بين نتائجها إلى عدم الفاعلية في توظيف الموارد والبرامج للطلاب الدوليين، مؤكدةً على أهمية التخطيط المسبق، وعلى أهمية الحوار بين الثقافات، ودعم إدارة هوية الطلاب الدوليين.

- سعت دراسة (2012, Akli)⁽¹⁷⁾ إلى التعرف على دور طلاب الدراسة بالخارج في الدبلوماسية الثقافية، في إطار اعتبار التعليم الدولي كعمل ناعم، وتشير الدراسة إلى انخراط الطلاب الدوليين في إجراءات وصفها الدراسة بالناعمة، تأسيساً للحوار بين الثقافات يسهم في دعم وتطوير العلاقات مع البلدان المضيفة، من خلال الانغماس الثقافي والتعليم، ومن ثم يتحول العمل الدبلوماسي الرسمي إلى عمل ناعم

غير رسمي بواسطة الطلاب والمعلمين خارج الحدود الوطنية؛ ليحقق هؤلاء الوكلاء نقلة نوعية في الدبلوماسية الثقافية عبر التعليم الدولي الذي يحولهم إلى دبلوماسيين ثقافيين بصورة غير رسمية.

- سعت دراسة (الراشدي، 2014) ⁽¹⁸⁾ إلى تحليل أثر البعثات الطلابية في تطوير البنيات الثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية للدول؛ عبر الكشف عن واقع الحراك الطلابي في العالم العربي، واتبعت الدراسة منهجاً وصفيًا تحليليًا بتحليل بيانات البعثات الطلابية من دول المغرب والمشرق العربي، تبعاً لإحصاءات اليونيسكو سنة 2009.

وأشارت نتائج الدراسة إلى زيادة نسبة دول الشمال الأفريقي إلى الخارج بنسبة 42%، بينما بلغت نسبة طلاب المملكة العربية السعودية إلى الخارج نسبة 8.8% في المرتبة الرابعة من حيث عدد المبتعثين العرب، كما أكدت الدراسة على أن طلاب المشرق العربي كانوا أكثر إقبالاً على جامعات الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، تليها الألمانية والكندية، ثم الفرنسية والأسترالية، بينما أشارت الدراسة إلى أن الجامعات الأردنية والسعودية كانت الأكثر استقبلاً للطلاب العرب في المشرق العربي، حيث تستقبل الجامعات السعودية طلاباً من اليمن، وسوريا، وفلسطين، والأردن، والسودان، والبحرين. وفيما يتصل بأثر ذلك في تقوية التعاون الدولي على الجانب الاقتصادي والتقني والاجتماعي، كان إنشاء الوكالة المغربية للتعاون الدولي بغرض حوار الحضارات والتقارب بين الشعوب، كما أثمر استقبال الجامعات المغربية للطلاب من أوروبا، وأمريكا، وآسيا، وأستراليا؛ لتقوية المعارف اللغوية ودعم الجهد الأكاديمي، وأصبح المغرب يستقبل الطلاب والدبلوماسيين الأجانب لتعلم اللغة العربية بمعاهده وكيالاته.

التعليق على الدراسات السابقة:

أوضحت دراسة (الصيدلاني والبدراني، 2023) اهتمام المملكة الكبير بتمويل برامج الابتعاث وزيادة البرامج ودعمها، كما حلت دراسة (التويجري والأحمد، 2022) واقع الإعداد الثقافي للطلاب المبتعثين ضمن برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي، كما أكدت دراسة (أبو قايد، 2020) على الاهتمام بالابتعاث العلمي الخارجي

في عهد الملك عبد العزيز باستخدام المنهج التاريخي والتحليلي، بما يؤكد على وجهة نظر الباحث في جهود المملكة المميزة في دعم التبادل الطلابي، ووجود إمكانية لتحقيق تكامل الجهود بصورة موجهة في إطار دعم دبلوماسية الطلاب كأحد أدوات الدبلوماسية الثقافية، وعنصر أساسي من عناصر الدبلوماسية العامة التي تساعد في بناء سمعة المملكة، فوفقاً لدراسة (حسين وسلوم، 2020) تؤدي الدبلوماسية متعددة المسارات دوراً جوهرياً في حل النزاعات الدولية، كما تسهم بالإشارة إلى دراسة (الراشدي، 2014) في تطوير البنيات الثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية للدول، وتقوية التعاون الدولي على الجانب الاقتصادي، والتقني، والاجتماعي.

ويمكن اعتبار الطلاب تبعاً لما أكدته دراسة (Lin & Chan، 2024) حلقة وصل للدبلوماسية الثقافية لتحقيق التقارب الثقافي، فيأخذ الطلاب دور السفراء بالإشارة إلى دراسة (Varpahovskis، 2022)، وبالتالي اكتساب آلاف السفراء غير النشطين، كما يسهم هذا الجهد في تطوير العقول تبعاً لما ذكرته دراسة (Carosso & Ferreira & Mostajo-Radji، 2019) كما هو الحال في دراسة (Bislev، 2017) التي ركزت على دور الطلاب الدوليين من الصين تحديداً كأداة ناعمة للحكومة المضيفة، وأكدت نفس السبيل دراسة (Triana، 2015) التي أشارت إلى أثرهم في الدبلوماسية العامة، وكذلك دراسة (Akli، 2012).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة والفضوة البحثية للدراسة الحالية: أفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في رصد التحول في الحركة الدبلوماسية، واتفاق الآراء حول فعالية الدبلوماسية غير الرسمية أو غير التقليدية، وتنبه دول العالم إلى ذلك مبكراً، وبالتالي تكثيف الجهود بغرض دعم الدبلوماسية الثقافية والعامة ودبلوماسية الطلاب؛ فبرزت تجربة فرنسا والصين والولايات المتحدة الأمريكية، كما زاد اهتمام البحث الأجنبي بهذا الجانب على نحو كبير وبصورة مباشرة أكثر من العربي.

كما أفاد الباحث من الدراسات السابقة في التعرف على جهود المملكة واهتمامها الواضح بنظام الابتعاث والتبادل الطلابي ودعمها لهذا الاتجاه؛ إلا أن تكامل الجهد

وتوجيهه بصورة استراتيجية لتحقيق هذا الهدف لم تعطه المنطقة العربية الاهتمام المطلوب؛ حيث زاد الاهتمام بحركة التبادل العربي الغربي، وليس العكس، واقتصرت تلك الحركة على تخصصات بعينها ومناطق بعينها كانت أغلبها من دول آسيا وأفريقيا، وتخصصات العلوم الشرعية واللغة العربية.

كما تبين لدى الباحث اقتصار أغلب تلك الدراسات على المناهج النظرية والاستقرائية والاستنباطية، وندرت الاستعانة بالمنهج النوعي، أو تطبيق المناهج النقدية في تناول موضوع الدبلوماسية الثقافية أو دبلوماسية الطلاب، وبالتالي سعى الباحث في دراسته الحالية إلى الإفادة من الجهد النظري في الدراسات السابقة في شرح وتفسير متغيرات الدراسة، وما يتصل بها من زاوية، والإفادة من المنهج النوعي في تحليل استجابات المبحوثين من الطلاب الدوليين الذين سيطبق عليهم الباحث دراسته لتحقيق أهدافها بعمق.

مشكلة الدراسة:

تتبارى على الساحة الدولية جهود دبلوماسية متنافسة؛ مع تقدم ملحوظ لمكاسب الدبلوماسية غير الرسمية على ممارسات الدبلوماسية التقليدية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للدول وبناء سمعتها في إطار العلاقات والتفاعلات بين الدول؛ ذلك الواقع رصدته وتنبته الدول الغربية مبكراً؛ فتبنت مبادرات وأرست كيانات غير رسمية؛ ترمي إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول.

تمثل ذلك بإحدى صورها في إنجازات الدبلوماسية الثقافية ذات الصلة بقطاع التعليم والطلاب الدوليين تحديداً على اختلاف خلفياتهم الثقافية، الذين بمجرد عبورهم للحدود سواء للتعليم أو الدراسة ينغمسون في بيئة الدولة المضيفة كتجربة حية للدبلوماسية الثقافية، وكقوة تكميلية قادرة على المشاركة في بناء سمعة الدول ودعم النفوذ الدولي والسياسات الخارجية الوطنية⁽¹⁹⁾.

وقد تعددت التجارب الدولية الغربية، وكان في مقدمتها معهد التعليم الدولي (1919) وبرنامج فولبرايت (1946) في الولايات المتحدة، والهيئة الأكاديمية الألمانية للتعاون الدولي (DAAD)، ومعهد جوتة (1925 و 1951) في ألمانيا، والمجلس الثقافي

البريطاني (1934) كأمثلة تاريخية على البرامج التعليمية التي تدعمها الحكومات، وتهدف إلى تعزيز التنمية والتعاون الثقافى المشترك⁽²⁰⁾، باستخدام القوة الناعمة لتحقيق التأثير الوطني الإيجابي فى الآخر، ومن واقع جهود تطوير المملكة لبرامج الابتعاث ودعم الطلاب الدوليين يسعى الباحث من دراسته الإجابة عن التساؤل الرئيس: ما دور الدبلوماسية الثقافية فى بناء سمعة الدول- دبلوماسية الطلاب أنموذجاً" بالتطبيق على الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود؟

أهداف الدراسة:

- 1- تحليل الصورة الذهنية المؤثرة فى بناء سمعة المملكة فى عينة الدراسة لدى الطلاب الدوليين قبل القدوم للمملكة.
- 2- تحديد مصادر معلومات الطالب التي شكلت الصورة عن المملكة والمؤثرة فى بناء سمعتها قبل القدوم إليها.
- 3- التعرف على كيفية تقييم الطالب لتجربته الدراسية والحياتية فى المملكة كأحد مؤثرات بناء السمعة.
- 4- التعرف على كيفية استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي (الدبلوماسية الرقمية) لتقرير تجربة الدراسة ونقلها لأفراد فى بلده الأصلي.
- 5- التعرف على المخططات والأفكار التي سوف يطبقها الطالب بعد التخرج فى بلده ولها علاقة ببلد الدراسة.

أسئلة الدراسة:

- 1- ما الصورة الذهنية المؤثرة فى بناء سمعة المملكة لدى الطلاب الدوليين قبل القدوم للمملكة؟
- 2- ما مصادر معلومات الطالب التي شكلت الصورة عن المملكة والمؤثرة فى بناء سمعتها قبل القدوم إليها؟
- 3- كيف يقيم الطالب لتجربته الدراسية والحياتية فى المملكة كأحد مؤثرات بناء السمعة؟
- 4- ما كيفية استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي (الدبلوماسية الرقمية) لتقرير تجربة الدراسة ونقلها لأفراد فى بلده الأصلي؟

5- ما المخططات والأفكار التي سوف يطبقها الطالب بعد التخرج في بلده ولها علاقة ببلد الدراسة.

أهمية الدراسة:

من الناحية العلمية:

1- تتركز الأهمية العلمية في قلة الدراسات التي تناولت دراسة دبلوماسية الطلاب في المملكة والعالم العربي.

2- تبدو الأهمية العلمية أيضاً في محدودية الدراسات العربية التي تناولت بناء سمعة الدول والعلاقة بينها وبين جهود الدبلوماسية غير الرسمية.

3- تقديم تجربة علمية قد تكون جديدة وقد تضاف للدبلوماسية الثقافية.

4- تحليل التجارب الدولية في الدبلوماسية الثقافية ودبلوماسية الطلاب ودورها في العالم الحديث.

من الناحية العملية:

1- توضيح دور الدبلوماسية الطلابية كأحد أشكال الدبلوماسية الثقافية في بناء سمعة الدول عبر تحليل آراء عينة الدراسة من الطلاب الدوليين.

2- وضع آلية عملية مفيدة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلاب (الدبلوماسية الرقمية) لإنتاج المحتوى المفيد في التواصل وصناعة التفاهم بين الشعوب.

مصطلحات الدراسة:

دبلوماسية الطلاب:

إحدى أدوات القوة الناعمة المتحققة من خلال دعم إيفاد واستقبال الطلاب الدوليين؛ بغرض إنشاء شبكة تدمج الطلاب الدوليين والمحليين والأجانب كأداة للدبلوماسية العامة ومورد للقوة الناعمة⁽²⁰⁾.

التعريف الإجرائي:

أثر برامج ومنح تعليم الطلاب الدوليين كأحد أدوات الدبلوماسية الثقافية في عملية بناء سمعة الدول في البلد الأصلي، بالتطبيق على الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود.

سمعة الدول (Nation branding):

نموذج جديد لتعزيز القدرة التنافسية الوطنية، باستخدام الدبلوماسية العامة وإدارة العلامة التجارية⁽²¹⁾.

التعريف الإجرائي:

الصورة الذهنية والمعرفة المكتسبة والانطباع حول الدولة المضيفة التي تتأثر بتجربة التعلم في تلك الدولة، بالتطبيق على الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود.

الدبلوماسية العامة:

هي مجال متعدد الأوجه ومتطور، يجسد نهجاً استراتيجياً للعلاقات الدولية يركز على التعامل مع الجماهير الأجنبية لتعزيز التفاهم وبناء العلاقات وتعزيز مصالح الأمة وقيمها على مستوى العالم⁽²²⁾.

الدبلوماسية الثقافية:

هي عنصر أساسي من الدبلوماسية العامة، تستغل التراث الثقافي للأمة وفنونها ولغتها وتقاليدها لنقل الرسائل وبناء الروابط عبر الثقافات⁽²³⁾.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة موضوع دور الدبلوماسية الثقافية في بناء سمعة الدول بالتطبيق على دبلوماسية الطلاب بدراسة نموذج الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود

الحدود المكانية: جامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية

الحدود الزمانية: شهر سبتمبر 2024

الحدود البشرية: الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج النوعي؛ الذي يعد نشاطاً يضع الباحث في سياق الحدث الذي يدرسه، ويتكون من مجموعة من الممارسات التفسيرية المادية، وبما أن البحث النوعي يعتمد على جمع البيانات من الأشخاص أو الأماكن وضمن سياقها الطبيعي الذي يفيد التحليل لتشكيل الأفكار المحورية التي تقود لحل المشكلة.

ويناسب المنهج النوعي طبيعة الدراسة؛ باعتبارها منهجاً نقدياً يستكشف طبيعة العلاقات ويصف الواقع من منظور حقيقي من أفراد؛ ومن ثمّ ينجح الباحث في التوصل إلى تفسيرات عميقة لا تغفل التفاصيل والمؤثرات⁽²⁴⁾.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

اختار الباحث لدراسته مجتمع الطلاب الدوليين من مختلف الجنسيات والتخصصات بالمملكة العربية السعودية، وقد بلغ عدد الطلاب الدوليين المقريدين حالياً بجامعة الملك سعود 2866 طالباً.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من الطلاب الدوليين كعينة قصدية من نوع عينة الشدة والكثافة⁽²⁵⁾ التي يختار فيها الباحث عينته من بين الأفراد ذوي الصلة الوثيقة بموضوع الدراسة والأجدر على تقديم المعلومات اللازمة، بما يحقق أهداف الدراسة ويناسب طبيعة البحث النوعي، وقد حدد الباحث عينته بعدد (12) طالباً من مختلف الجنسيات الذين يدرسون في جامعة الملك سعود، ومن عدة تخصصات تطبيقية وإنسانية.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة مجموعة التركيز التي تعد مجموعة نموذجية تستخدم لجمع البيانات من مجموعة أشخاص تتكون من 12 طالباً دولياً يدرسون في جامعة الملك سعود، وتم طرح أسئلة مفتوحة على المشاركين حول موضوع الدراسة، وجاءت أسئلة الدراسة على محورين، يعتمدان على مفهوم الدبلوماسية الثقافية ودبلوماسية الطلاب، وأثر ذلك على سمعة المملكة والسياق الثقافي للتجربة.

المحور الأول: يركز على المعلومات المسبقة لدى الطالب عن المملكة قبل القدوم للدراسة، سواء كانت على تجربة علمية أو إنسانية التي تؤثر في تكوين الصورة الذهنية، ومن ثم بناء السمعة.

المحور الثاني: يتركز على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، وإنتاجها، وإرسالها، وكسب صداقات؛ باعتبارها أداة أساسية في التواصل وتعزيز الصور الذهنية ومن ثم بناء السمعة.

الإطار النظري:

تمهيد:

في عصور نهضة الأمم لطالما كان طلب العلم على نحو أساس بالترحال، والمتتبع لتجربة المملكة العربية السعودية يجد تجربة مميزة في الاهتمام بالابتعاث لغرض طلب العلم وتناقله منذ أول بعثة حكومية عام 1364 هـ، بعدما وافق الملك عبد العزيز - رحمه الله - على مشروع البعثات، تنفيذاً لقرار مجلس الشورى رقم 33⁽²⁶⁾. وقد أثبتت التجارب الدولية تفوق الأمم صاحبة الكفاءات العلمية المتطورة والقادرة على إحراز تطور سريع مقارنةً بغيرها من الدول التي لا تملك ذات الكفاءات؛ بغرض تكوين مجتمع ذي توجه معرفي واسع ومتنوع قادر على التواصل والتفاعل دولياً⁽²⁷⁾.

وقد زامن هذا التطور تحولات الدبلوماسية التقليدية في مراحل تاريخية أربع، وظهر دبلوماسية ثقافية غير رسمية أو شبه رسمية؛ يقوم فيها الدبلوماسي أو المبعوث بأدوار جديدة اعتمدت على استغلال الطاقات الشبابية، والجهود التنظيمية في بناء سمعة الدول في سباق مع الزمن؛ لإيصال وجهات نظر الشعوب وآراء المفكرين وقيادات الرأي، ومن ثم استوعبت الدبلوماسية الجديدة متطلبات العصر الجديد وأهمية مد الجسور مع الشعوب وصنع جو من التفاهم المتبادل، ليقود الدبلوماسيون والطلاب الشباب مستقبلاً زاهراً للعلاقات (الثقافية والسياسية والاقتصادية والعسكرية) بجهود موجهة للدبلوماسية غير الرسمية عالمياً⁽²⁸⁾.

وفي ضوء ما توفره المملكة العربية السعودية من موارد وإمكانات لدعم تطوير التعليم والمعرفة؛ تزايد الإقبال على التبادل المعرفي بتفعيل سياسة الابتعاث التي تضطلع بها عدة جهات حكومية، من أبرزها وأهمها برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي الذي انطلق في عام 1426 هـ عبر ابتعاث مجموعة من الطلاب إلى الولايات المتحدة الأمريكية، لتحقيق الهدف الاستراتيجي بتخريج 5000 آلاف مبعث سعودي من

أفضل 500 جامعة على مستوى العالم حتى 2020⁽²⁹⁾ فضلاً عن استقبال المملكة للآلاف سنوياً من الطلاب غير السعوديين على المنصة الوطنية الموحدة.

مفهوم الدبلوماسية ومراحل تطورها:

على الرغم من تواجد مفهوم الدبلوماسية منذ تاريخ الإغريق والرومان؛ إلا أنه لا يوجد إجماع حول هذا المصطلح، ولكن كلمة دبلوماسية هي كلمة يونانية تعني "دبلوماسية" أي الوثيقة، فكانت الدبلوماسية في الحضارات القديمة تشير إلى مهمة مؤقتة يعتمد فيها الحاكم على إرسال مبعوث واحد أو أكثر بدون أي حصانة، لتحقيق هدف واحد أو أكثر، وغالباً ما كانت تتصل بالنزاعات أو الصراعات والحروب⁽³⁰⁾.

وتطورت الدبلوماسية في أربع مراحل، كانت المرحلة الأولى في عصر الحضارات القديمة، ثم المرحلة الثانية التي أنشأتها المدرسة الفرنسية أو مدرسة الكاردينال ريشيليو Richelieu التي استمرت لثلاثة قرون، ثم كان التطور الثالث لمفهوم الدبلوماسية الذي نقلها من ممارسات سرية إلى ممارسات علنية بعد الحرب العالمية الثانية، واستندت فيها إلى مبادئ أقرها الرئيس الأمريكي ويلسون بمبادئه الأربعة عشر⁽³¹⁾، وكانت المرحلة الرابعة والحالية وهي دبلوماسية المؤتمرات والمنظمات الدولية.

وقد عرف الدبلوماسي البريطاني هارولد نيكلسون عام 1949 الدبلوماسية بأنها "إدارة العلاقات الدولية عبر التفاوض أو أسلوب للتعامل مع تلك العلاقات وإدارتها بواسطة السفراء والمبعوثين"⁽³²⁾.

ومن ثم يتأثر تعريف الدبلوماسية بمصالح الدول وثقافتها، حتى أنه يمكن فهم الدبلوماسية المعاصرة على أنها دبلوماسية ترعاها الحكومات لتحقيق مصالحها؛ من خلال التأثير على الرأي العام للبلد المضيف، وهذا المفهوم قريب- إلى حد كبير- من الدبلوماسية الثقافية تحديداً.

الدبلوماسية العامة:

تختلف الدبلوماسية العامة عن الدبلوماسية التقليدية بأنها لا يتطلب تنفيذها من قبل مسؤولين حكوميين، فيمكن للرياضيين أو أصحاب الهوايات أو الفنون ممارستها؛ على أن يكونوا جزءاً من الدبلوماسية العامة التي تتعدد صورها في أنشطة مباشرة مع

الجمهور في البلد المضيف، لتحقيق تأثيرات معينة، وهذا التأثير لا يشترط تحقيقه في نطاق الدول المضيفة فحسب، ولكن تتم إدارته عالمياً بتوظيف وسائل الإعلام والاتصال. وتهدف الدبلوماسية العامة إلى خلق صورة جذابة للدولة للمساعدة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وهي بذلك المفهوم تقترب من مفهوم القوة الناعمة والدبلوماسية الثقافية، وتختلف الدبلوماسية العامة عن الدبلوماسية الثقافية بأن الدبلوماسية العامة تكون بين الجماهير دون تدخل من المؤسسات الحكومية الرسمية، ويمكن أن تتم من خلال المنظمات غير الحكومية⁽³³⁾.

وللدبلوماسية العامة ثلاثة أبعاد، أولها: الاتصال اليومي لتوضيح سياقات القرارات الداخلية والخارجية في صورة تصريحات للصحافة وأبناء، ويضم البعد الثاني: الاتصال الاستراتيجي بتركيز الاهتمام على مجموعة من الموضوعات في صورة حملات سياسية أو إعلانية، ويضم البعد الثالث: تطوير علاقات دائمة مع شخصيات تضطلع بالتأثير في صورة منح درجات الزمالة والتبادلات الثقافية والندوات والمؤتمرات والتدريب⁽³⁴⁾.

ومن المهم ملاحظة أن حقيقة عدم وجود موظفين حكوميين لتنفيذ الدبلوماسية العامة لا ينفي وجودهم، ويكون من ضمنهم المسؤولون الحكوميون عن التبادل الثقافي والطلاب والأنشطة الأخرى ذات الصلة بشرح القضايا الثقافية والاجتماعية والسياسية للدول الأخرى.

الدبلوماسية الثقافية:

على مدى العقدين الماضيين تزايد الاهتمام بالتراث الثقافي الملموس وغير الملموس على مستوى الشؤون الخارجية⁽³⁵⁾، وساندته اتفاقيات متعددة الأطراف من قبل اليونسكو بصياغة أطر دولية لدعم التراث، مؤكدةً على أن التبادل الثقافي وسيلة لتحقيق التعايش السلمي الذي على البلدان تبنيه بشكل استراتيجي مستتير، عبر دعم الأنشطة على المستويين المحلي والدولي⁽³⁶⁾.

ويمكن فهم الدبلوماسية الثقافية على أنها نوع من العلاقات العامة الدولية التي تُفهم على أنها شكل من أشكال القوة الناعمة في النظام العالمي اليوم، وتشمل: تبادل

الأفكار والمعلومات والفن واللغة وغيرها من جوانب الثقافة بين الأمم وشعوبها لتعزيز التفاهم المتبادل⁽³⁷⁾.

والسبب الرئيس لوجود الدبلوماسية الثقافية هو تطوير فهم "لمثل الأمة ومؤسساتها لبناء دعم واسع النطاق للأهداف الاقتصادية والسياسية" لشعب دولة أجنبية⁽³⁸⁾، وهذا يعني أن "الدبلوماسية الثقافية تكشف عن روح الأمة" ما يخلق تأثير النفوذ⁽³⁹⁾، وعلى الرغم من محدودية الاهتمام، إلا أن الدبلوماسية الثقافية يمكن أن تمارس دوراً مهماً محورياً في مساعدة جهود الأمن القومي.

وتتلخص الدبلوماسية الثقافية في نشر ثقافة الدولة لدعم أهداف سياستها الخارجية أو الدبلوماسية، كما يعدها البعض جزءاً من ممارسة الدبلوماسية العامة، وهي عملية تواصل الحكومة مع الجماهير الأجنبية بهدف التأثير عليها بشكل إيجابي، والدبلوماسية الثقافية لديها القدرة على المساهمة بشكل أكثر فعالية في تحقيق أهداف السياسة الخارجية، والدبلوماسية، والأهداف المحلية للحكومات، إلا أنه لتمكين الدبلوماسية الثقافية لا بد من فهم ممارساتها وصلتها بدعم الصورة الوطنية، والعلامة التجارية، والتماسك الاجتماعي⁽⁴⁰⁾.

ومن خلال تقديم صورة وطنية للدولة في الخارج، تستطيع الدبلوماسية الثقافية التغلب على شكوك الجمهور في الرسائل الرسمية، وتعمل على توفير مادة للسمعة الوطنية، وعلى المستوى المحلي، يمكنها أن تسهم في التماسك الاجتماعي الوطني، وخاصة عندما تستهدف مجموعات أقلية⁽⁴¹⁾.

وقد ارتبط مفهوم الدبلوماسية الثقافية بصورة وثيقة بمفاهيم متفردة مثل الدبلوماسية والثقافة والعلاقات الثقافية والدبلوماسية العامة ومصطلح القوة الناعمة، وقد اعتمدت الدبلوماسية الثقافية بصورة جزئية أو كلية على ما كان يعرف في الماضي بالعلاقات الثقافية الدولية التي تنتمي إلى الدبلوماسية العامة بدلاً عن الدبلوماسية الثقافية، التي أصبحت اليوم البعد الرابع للدبلوماسية (السياسية، والاقتصادية، والعسكرية)⁽⁴²⁾، واليوم لا تزال دول مثل فرنسا وألمانيا توجه ميزانيات ضخمة في سبيل

الدبلوماسية الثقافية؛ لنشر الثقافة واللغة لشعوب البلدان الأخرى لدعم النفوذ والمصالح، ومؤخراً نلمس اهتماماً متزايداً من الصين لدعم الدبلوماسية الثقافية تحديداً.

وتتسع الدبلوماسية الثقافية للقيام بأدوار عديدة، منها منع الحروب والنزاعات، فينص ميثاق التأسيس لمنظمة اليونيسكو على أنه بالنظر إلى أن الحروب تولد في عقول الرجال، يجب بناء حصون السلام في أذهان البشر⁽⁴³⁾.

وبينما تتعامل الدبلوماسية العامة مع الأفكار بالتركيز على الأهداف، فإن الدبلوماسية الثقافية تستهدف المصالح الوطنية؛ حيث تتداخل الدبلوماسية العامة مع الدبلوماسية الثقافية، حيث تنمو العلاقات الثقافية بشكل طبيعي وتركز الدبلوماسية الثقافية على تكوين العلاقات الهادفة لتحقيق المصالح الوطنية المقررة، وتحتاج الدبلوماسية الثقافية إلى تخطيط مسبق وحزمة ترتيبات وإجراءات، ويكون فيها الأشخاص غير الرسميين جزءاً من برامج تمت دراسة تأثيراتها في التأثير على الرأي العام⁽⁴⁴⁾.

وبشكل عام؛ فإن الهدف الأساس للدبلوماسية الثقافية نشر صورة معينة عن الدولة الوطنية كنوع من أنواع صناعة العلامة التجارية للدولة أو الترويج الذاتي لها، كما هو الحال في التجربة الفرنسية التي أولت اهتماماً واسعاً بالدبلوماسية الثقافية ووضعتها في محل لتعويض التفوق الصناعي للدول الأخرى، فأنشأت فرنسا - على سبيل المثال - 161 قسماً للتعاون والعمل الثقافي و101 معهداً ثقافياً و445 جمعية فرنسية و50 ألف عرض ثقافي، ودعمت زيارات آلاف الفنانين والمفكرين الفرنسيين لـ150 دولة، إضافة إلى رعاية ترجمة 9000 كتاب للغات أخرى، واستضافت آلاف الطلاب الأجانب المستفيدين من منحة الدراسة التي تقرها الحكومة الفرنسية.

وفي التجربة الصينية؛ أنشأت بكين مركز كونفوشيوس في أوزبكستان، وأنشأت شبكة من المراكز الثقافية الصينية بعدد 300 مركز في 88 دولة، منها 20 دولة في أفريقيا؛ بما يشير إلى القناعة بأهمية المشاركة الثقافية لتعزيز الوجود الاقتصادي⁽⁴⁵⁾.

وفي التجربة الأوروبية؛ أنشأت المملكة المتحدة المجلس البريطاني عام 1934، وأنشأت جمهورية ألمانيا الاتحادية معهد جوته في عام 1951، كما أنشأت الأمم المتحدة

اليونيسكو في عام 1946، ومن الواضح أن إسهامات تلك المعاهد لا تخضع لمفاهيم الدبلوماسية المعروفة، لكنها تمارس أعمالاً دبلوماسية شبه رسمية، تدرج تحت تطبيقات الدبلوماسية الثقافية والعامة، ومن أمثلتها ما نشره المجلس الثقافي البريطاني بالمشاركة مع معهد جوته تحت عنوان "مشروع القيمة الثقافية كأحد المشروعات الثقافية المشتركة" عام 2018 بالشراكة مع الجامعة المفتوحة في المملكة المتحدة وكلية هيرتي الألمانية⁽⁴⁶⁾، بالتميز بين العلاقات الثقافية والدبلوماسية الثقافية والعامة ومفهوم القوة الناعمة، مدفوعة بطموح لتحقيق تبادل حقيقي وتفاهم متبادل بعيداً عن التوجيه المفرط والمصلحة الذاتية المنفردة⁽⁴⁷⁾.

دبلوماسية الطلاب:

في الفترة التي تلت الحرب العالمية الثانية بين عامي 1945 و1970 اتسم التعليم الدولي بعدم الاستقرار، متأثراً بالسياسات الوطنية، ولكنه - بشكل عام - كان يفتقر للأهداف الواضحة، لكنه كان مدفوعاً بأغراض دعم الدفاع الوطني أو الأمن أو كونه أحد أمثلة السلام بين الدول، ومثل هذا التناقض والاختلاف ظهر في تقرير لجنة Morrill بعنوان "الجامعة والشؤون العالمية" عام 1961 فطرح وجهات النظر المختلفة حول مستهدفات التعليم الدولي وتأثيره المباشر والمرتفع على حركة التنمية الوطنية ودعم جهود السياسة الخارجية⁽⁴⁸⁾.

وبمراجعة تاريخية بسيطة؛ يمكن فهم الصلة الواضحة بين فكرة التعليم الدولي والشؤون السياسية والدبلوماسية، التي كانت تديرها العديد من الهيئات التعليمية والثقافية والوكالات الحكومية والإدارات الرسمية، بما فيها وزارة الخارجية، ووزارة الصحة، والتعليم، والرعاية الاجتماعية، والدفاع، فمنذ عام 1946 كان قانون Fulbright⁽⁴⁹⁾ الذي أنشأ برنامجاً للمنح الدراسية للطلاب والعلماء الأمريكيين للدراسة والبحث بالخارج؛ بهدف رئيس وهو تعزيز التفاهم المتبادل من خلال التبادل الثقافي، وقد ناقض هذا الاتجاه في السياسة الأمريكية قانون SmithMundt عام 1948⁽⁵⁰⁾ الذي اتبع نهجاً أحادياً بتعزيز الصورة والثقافة الأمريكية تحديداً في الخارج، باستغلال برنامج الراديو صوت أمريكا.

وفي سياق تجربة الولايات المتحدة الأمريكية تم إصدار قانون Fulbright-Hays عام 1961 باستهداف التقدم التعليمي والثقافي لتعزيز العلاقات الودية والمتعاطفة والسلمية بين الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأخرى⁽⁵¹⁾، ووفقاً لما ذكره Stephen Duggan (1943) أحد مؤسسي معهد التعليم الدولي، أن التبادلات الدولية للطلاب والعلماء يجب أن تخدم فقط القضية المحايدة، المتمثلة في التفاهم الدولي والرفاهية الإنسانية⁽⁵²⁾.

ومما سبق يمكن استنتاج الخلاف حول مفهوم التعليم الدولي وأهدافه مع صلته الواضحة بالاتصال الدولي وفروع علم النفس والاجتماع وأخلاقيات العلاقات الدولية، باعتبار التعليم أحد مجالات العلاقات الدولية ودعم الخدمة العابرة للحدود مع اتصاله بمناهج الدعاية والمعلوماتية⁽⁵³⁾.

الابتعاث في المملكة العربية السعودية:

برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي:

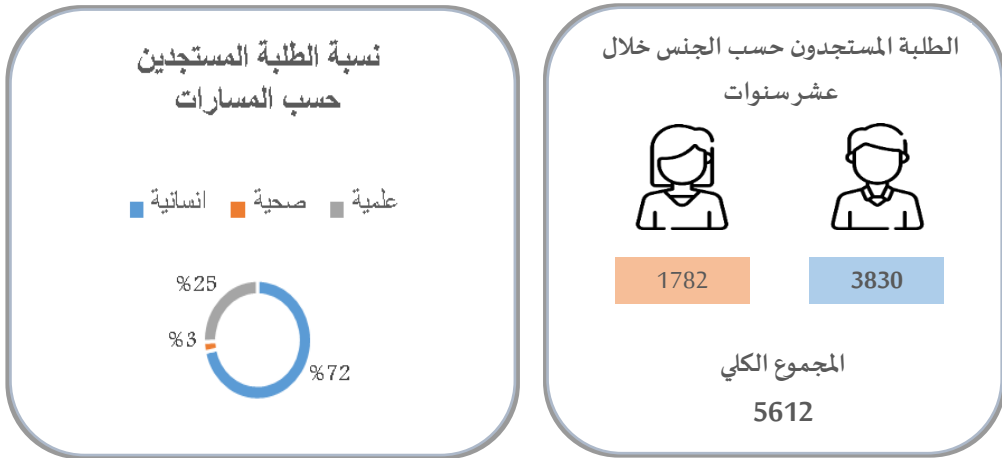
بدأت المرحلة الأولى من البرنامج في عام 1426-1427 هـ بهدف التحاق وتبادل الخبرات بين المملكة وأفضل الجامعات العالمية في مراحل التعليم (البكالوريوس- الماجستير- الدكتوراه - الزمالة الطبية)، وقد بلغ عدد المبتعثين في المرحلة الأولى للبرنامج 17452 طالباً وطالبة، ثم زادت دول الابتعاث وتوسع النطاق ليشمل بلداناً مثل اليابان، والصين، وكوريا الجنوبية، وأوروبا الغربية، وأستراليا، وكندا، بغرض أولي وهو دعم منافسة الطالب السعودي في سوق العمل وتبادل الخبرات العلمية والتربوية والثقافية في مختلف دول العالم، وإيجاد تبادل ثقافي واجتماعي وعلمي بين المملكة والدول الأخرى، وتقوية روابط العلاقات الثقافية والسياسية والاجتماعية بين المملكة ودول الابتعاث الأخرى⁽⁵⁴⁾.

نبذة عن تاريخ إدارة الطلبة الدوليين بالمملكة:

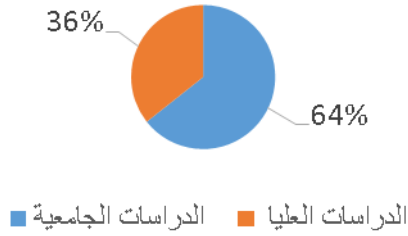
- تماشياً مع اهتمام المملكة العربية السعودية البالغ في مشروع الطلبة الدوليين:
- بدأت جامعة الملك سعود بقبول طلاب المنح في العام 1387 هـ وفقاً لبعض الشواهد من صور ومكاتبات في ذلك الوقت.

- تم إنشاء إدارة خاصة للمنح ورعاية الطلاب الدوليين في عام 1394هـ، وكانت في ذلك الحين وحدة تابعة لعمادة شؤون الطلاب، تم إنشاؤها بعد عام واحد من إنشاء العمادة، وكان من صلاحياتها جمع ملفات القبول لطلاب المنح وإصدار قرارات المنح وإنهاؤها.
- تم إنشاء وحدتي المنح بعمادة القبول والتسجيل وعمادة الدراسات العليا في عام 1434هـ، وتم نقل صلاحيات القبول إلى العمادتين بقرار من اللجنة الدائمة.
- في عام 1442هـ تمت إعادة هيكلة إدارة المنح ورعاية الطلاب الدوليين؛ لتصبح مرجعيتها لنائب رئيس الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية، ويصبح اسمها (إدارة الطلبة الدوليين)، وتكون مهمتها رعاية الطالب منذ وصوله إلى أرض المملكة، مروراً بفترة دراسته وإقامته وحتى تخرجه في الجامعة، ثم العمل على التواصل الإيجابي معه بعد مغادرته إلى بلاده.

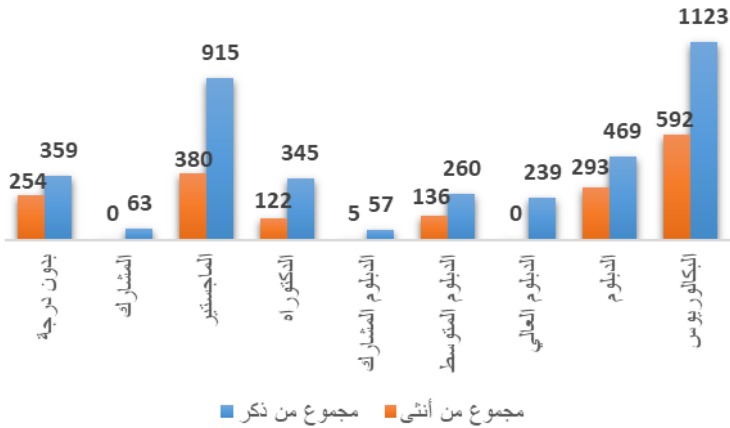
إحصاءات للطلبة الدوليين خلال عشر سنوات



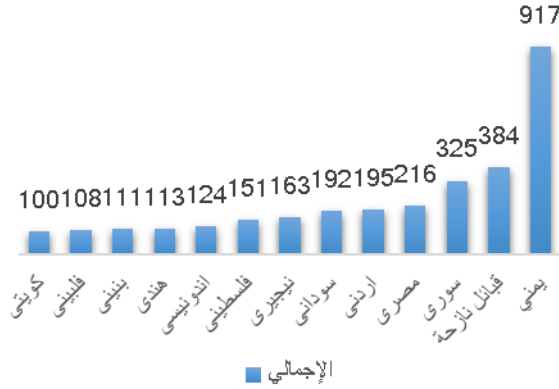
نسبة برامج الدراسات الجامعية والدراسات العليا



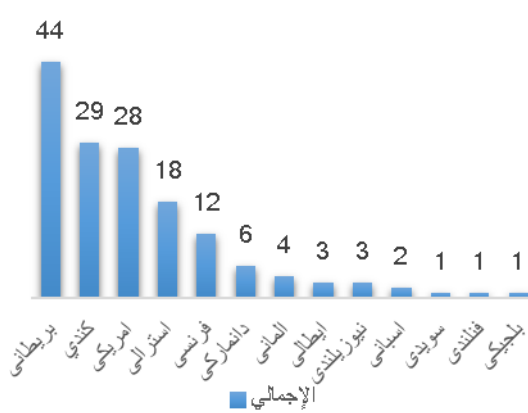
الطلبة المستجدون حسب الدرجة العلمية / الجنس



جنسيات الطلبة المستجدين الأعلى قبولاً



جنسيات الطلبة المستجدين الأقل قبولاً



إجمالي الطلبة الدوليين المقيدين حالياً

2866

*المصدر: إدارة الطلاب الدوليين في جامعة الملك سعود

الدبلوماسية الرقمية:

يمكن القول بانطلاقة الدبلوماسية الرقمية فعلياً عام 2007 بعدما أطلقت وزارة الخارجية البريطانية أول مدونة رسمية في سبتمبر 2007، وفي الوقت ذاته تم تأسيس

سفارة السويد الافتراضية، ثم انتشرت التكنولوجيا الرقمية لتغدو أداة من أدوات الدبلوماسية، حيث يستخدم السفراء النرويجيون تطبيق سكايب في التواصل مع الدارسين بالجامعات، كما تستعين وزارة الخارجية بكينيا تطبيق التواصل الاجتماعي "تويتر" إكس حالياً للتواصل بغرض المساعدة الطارئة⁽⁵⁵⁾.

ويصدر مركز إسطنبول للشؤون الرقمية تقريراً سنوياً لدراسة حالة الدبلوماسية الرقمية عالمياً، في 210 وزارات خارجية، وتشير تلك التقارير إلى زيادة الاهتمام بالمنصات الرقمية وزيادة المتابعين وتفاعلهم، فأصبحت مصدراً حيوياً لاستقاء الأخبار والبيانات والتأثير على الرأي العام؛ بما يخدم السياسة الخارجية للدول⁽⁵⁶⁾.

ووفقاً لدراسة (العصيمي، 2021)⁽⁵⁷⁾ عن مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية خلال العقدين القادمين؛ هناك مفاهيم جديدة أضيفت للدبلوماسية منها Twiplomacy بمعنى الدبلوماسية على تويتر وdiplomacy Facebook بمعنى الدبلوماسية على الفيس بوك، التي تشير إلى أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تسريع بناء الحركة الدبلوماسية.

ومن ثم انضمت المملكة العربية السعودية- على غرار الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا- لنقل الدبلوماسية العامة على شبكة الإنترنت، وتقدم موقع المملكة في مؤشر أفضل الدول تطبيقاً للدبلوماسية الرقمية بنحو 13 مركزاً عما كان في 2016، لنلمس تقدماً ملحوظاً في تطبيق الدبلوماسية الرقمية عبر افتتاح مراكز متخصصة في الاتصال والدبلوماسية الرقمية، منها مركز التواصل الدولي الذي تأسس في 2017 لدعم التواصل مع وسائل الإعلام الدولية لمساعدة الصحافة الدولية على فهم الصورة الثقافية، والاجتماعية، والسياسية للمملكة، وتوفير المعلومات عن الأحداث الدولية ذات الصلة بالمملكة، إضافةً إلى دعم الاتصالات الحكومية في الخارج.

سمعة الدول (Nation Branding):

تتامي الاهتمام بمفهوم سمعة الدول أو العلامة التجارية للدولة في عصر ما بعد الحداثة⁽⁵⁸⁾، وأصبحت الدول العظمى تتبارى في الترويج لسمعة دولها في أعين

المستثمرين والسائحين؛ في صورة أنشطة، وباستضافة للأحداث العالمية المميزة، وتبادل الزيارات والوفود متعددة الأغراض.

ويشمل مصطلح صناعة العلامة التجارية للدولة على حصيلة جميع التصورات عن الدولة في ذهن أصحاب المصلحة، ويضم ذلك: اللغة، والمواطنين، والثقافة، والمكان، والتاريخ، والمشاهير⁽⁵⁹⁾، بينما ركزت دراسات أخرى على جهود إضفاء الطابع المؤسسي على الهوية الوطنية في هياكل الدولة عبر إنشاء هيئات شبه حكومية وحكومية، تشرف على جهود متواصلة رامية لصناعة العلامة التجارية للدولة⁽⁶⁰⁾.

وقد ارتبطت صناعة العلامة التجارية للدول بعدة مفاهيم أخرى منها الدبلوماسية العامة وبلد المنشأ ورسم المكان، حتى أن بعض الباحثين ربط بين بناء العلامة التجارية للدول وبين مفهوم بلد المنشأ في العلاقات والاتفاقيات الاقتصادية بالدول الأخرى⁽⁶¹⁾.

وفي سياق الدبلوماسية العامة، فالعلامة التجارية للدولة أداة تستخدمها الحكومات في عملية الجذب والتواصل مع الجماهير في الدول الأخرى مع لفت الانتباه للمضمون الثقافي للدولة ومنظومة القيم والسياسات بها عبر إدارة الرموز لبناء العلاقة الإيجابية، حيث تمثل التدخلات الحكومية المباشرة وغير المباشرة جوهر الدبلوماسية العامة، بينما تهدف صناعة العلامة التجارية للدولة إلقاء الضوء على صورة الدولة، والإفادة من مزايا التفاعل في صورة استثمار أجنبي أو أنشطة سياحة، حتى يصل الأمر إلى حل مشكلات سياسية وتعزيز شعور المواطنين بالداخل بالانتماء⁽⁶²⁾.

ويرتبط مفهوم سمعة الدول بالتسويق الدولي الذي أصبح تخصصاً معقداً ومتعدد الأوجه، يشمل مجموعة واسعة من المواضيع، ويرتبط هذا المجال ارتباطاً وثيقاً بالصلات والعلاقات التجارية الدولية، الذي تطور من تركيزه الأولي على عمليات التصدير والتسويق لتغطية مجموعة واسعة من القضايا.

فقد اهتمت دراسات التسويق الدولي السابقة بموضوعات مثل: سلوك الجمهور، واستراتيجية التسويق، وسياسة العلامة التجارية، والمتغيرات البيئية الخارجية⁽⁶³⁾، ثم مرّ التخصص بمرحلة من التطور تتميز بنضج موضوعه. وفقاً لسامي وشابوفسكي⁽⁶⁴⁾، استمرت موضوعات مثل التدويل، واستراتيجية التسويق، والأداء، والتسويق العلائقي في

إثارة اهتمام الأكاديميين؛ ومع ذلك، في السنوات الأخيرة، اكتسبت موضوعات مثل سلوك الجمهور، وعداء الجماهير، والنزعة العرقية، والعلامة التجارية للبلد، والعلامة التجارية للوجهة أهمية أكبر.

فلقد توسع المجال إلى ما هو أبعد من أصوله في التجارة الدولية لمعالجة مجموعة متنوعة من المخاوف، مع تزايد بروز قضايا العلامات التجارية؛ بما في ذلك العلامة التجارية للدول التي أصبحت محورا لبحوث متزايدة في السنوات الأخيرة.

وغالباً ما يُستخدم مصطلح "العلامة التجارية للدول" بالتبادل مع "العلامة التجارية للأمة" كما في دراسات (65) (Dinnie و Rasmussen & 2016)، ووفقاً لـ (2012, Formers) (66)، فإن العلامة التجارية الوطنية تشير إلى هوية الدولة، كما يدركها الجمهور الدولي (67).

ويعرّف باحثون آخرون، مثل Mihalache و Vukman (2005)، العلامة التجارية للدولة على أنها استخدام صورة الدولة ومنتجاتها وجاذبيتها للترويج لجوانب مختلفة من هوية الدولة وصورتها لجذب السياح والمستثمرين الأجانب المباشرين (68).

ويرى (2011) Bigi et al. أن العلامة التجارية للدولة أو العلامة التجارية للأمة هي الأداة الأساسية التي يستخدمها المسوقون للتمييز بين المنتجات والخدمات، وكما ورد في (2011) Bigi et al.، تُعرّف جمعية التسويق الأمريكية العلامة التجارية على أنها اسم، أو رمز، أو تصميم، أو علامة أو مزيج من هذه المصطلحات المستخدمة لتحديد سلع وخدمات البائع في بيئة تنافسية (69).

وغالباً ما تخلق العلامات التجارية الناجحة قيمة للجمهور وأصحاب العلامة التجارية في شكل مزايا للعلامة التجارية، التي تشمل أصولاً غير ملموسة مثل تفضيلات الجمهور والأداء والصورة الاجتماعية والجدارة بالثقة، إضافةً إلى أصول أكثر ملموسة مثل المكاسب المالية المقدرة من الزيادات في قيمة الأصول (70).

ويضفي الجمهور قيمة عاطفية على سمة أو خدمة في بلدهم (71)، وبالتالي قد تضيف العلامة التجارية للدولة قيمة متصورة من عملية الشراء أو تطرحها (72).

ويعمل هذا الشكل من العلامات التجارية وجهود بناء سمعة الدول كمنصة قيمة للدول لتشكيل صورتها العامة والتأثير عليها والتنافس مع البلدان الأخرى في السوق العالمية⁽⁷³⁾، ومن الأهمية بمكان قدرة العلامة التجارية للدولة على إقناع أصحاب المصلحة الآخرين بتبني سلوكيات ومعتقدات محددة بناءً على حجج أو أدلة عقلانية⁽⁷⁴⁾. وتتمتع العلامة التجارية للدولة أيضاً بالقدرة على خلق شعور بالهوية الوطنية للجمهور المحلي، من خلال توفير تمثيل ملموس لثقافة بلدهم وقيمه وتاريخه (Kaneva, 2011)⁽⁷⁵⁾ O'Shaughnessy and O'Shaughnessy (2000)⁽⁷⁶⁾.

وبالنسبة للجمهور الدولي، يمكن للعلامة التجارية القوية للدولة أن تعزز القوة الناعمة للدولة، وتعزز مصداقيتها ونفوذها السياسي وقدرتها على تكوين شراكات استراتيجية، وفقاً لما أشار إليه⁽⁷⁷⁾ (Fetscherin & Toncar, 2011). (2010 و Kaneva).

وعلى وجه التحديد، يمكن للعلامة التجارية للدولة أن تحفز الصادرات، وتجذب السياح والمستثمرين والمهاجرين، وتخلق سمعة دولية إيجابية⁽⁷⁸⁾، ونظراً للفوائد العديدة المرتبطة بالعلامة التجارية للدولة، فليس من المستغرب أن تستثمر البلدان موارد كبيرة في هذا المجال⁽⁷⁹⁾، كما تعتمد الحكومات على البيانات المستمدة من مؤشرات العلامة التجارية للدولة لإعلام عمليات صنع القرار.

الدراسة الميدانية:

سعت الدراسة في هدفها الرئيس إلى التعرف على دور دبلوماسية الطلاب في بناء سمعة الدول، من منطلق رؤية الباحث وما اطلع عليه من دراسات سابقة عربية وأجنبية؛ لمس خلالها محدودية الإسهام العربي - تحديداً - في موضوع دبلوماسية الطلاب، على الرغم من رعاية المملكة العربية السعودية المبكرة لموضوع الابتعاث وطرح العديد من المبادرات وتسخير الإمكانيات، ثقةً في أثر ودور العلم في التواصل البناء بين الحضارات ونشر الثقافة وتحقيق مزيد من التفاهم البناء والتواصل الإيجابي العميق، إضافةً إلى وجود اهتمام كبير من الدراسات الأجنبية وخاصةً في السنوات الأخيرة بالدبلوماسية

العامة والدبلوماسية الرقمية والدبلوماسية غير الرسمية لتظهر الرؤى حول اعتبارها أكثر جدوى وفاعلية وتأثير.

كما لمس الباحث وجود اهتمام كبير بموضوع بناء سمعة الدول، فأصبحت دول العالم المتقدم تتسابق في جهودها لتدعيم سمعة الدولة (Nation Branding) وفقاً لما سبق استعراضه في تجارب دول العالم، كما هو الحال في (الصين، وروسيا، وفرنسا، واليابان) في هذا السياق الذي يبدو جلياً في صورة انتشار المراكز الثقافية الداعمة بصورة كبيرة لهذا الهدف عالمياً.

وبالتالي سعى الباحث في دراسته إلى التعرف على الصورة الذهنية للمملكة لدى الطلاب الدوليين في جامعة الملك سعود، وتحديد مصادر المعلومات المؤثرة في ذلك مع الاهتمام بالتعرف على تقييم الطالب لتجربته الدراسية والحياتية بالمملكة، وطبيعة استخداماته لوسائل التواصل الاجتماعي في نشر أحداث ووقائع تجربته، وما جال بذهنه وأثر في تفكيره وينوي نقله من مخططات أو أفكار في بلده الأصلي متأثراً ببلد الدراسة.

آراء المشاركين في مجموعة التركيز:

المحور الأول: المعلومات المسبقة لدى الطالب عن المملكة قبل القدوم للدراسة سواء كانت على تجربة علمية أو إنسانية.

استهل الباحث مناقشته بالتعريف بموضوع الدراسة؛ دبلوماسية الطلاب والدبلوماسية الثقافية واعتبار الطلاب كحلقة وصل بين بلد الدراسة والبلد الأصلي.

- وقد أكد "صهيب" أحد طلاب قسم مناهج وطرق تدريس، علوم شرعية في درجة الماجستير من "بنين" تعرفه على برنامج الالتحاق بالدراسة في المملكة العربية السعودية من واقع شهرة المملكة العربية السعودية الواسعة التي ترسخت إليه منذ الصغر؛ حيث قدم أوراق القبول منذ تخرجه في الثانوية العامة عبر البوابات الإلكترونية، وقد أشار إلى تزكية الزملاء والعلماء وتقضيلهم للدراسة بالمملكة باعتبارها "الدولة الوحيدة" التي يؤمن فيها على سلامة عقيدة الطالب "عقيدة أهل السنة".

وأضاف بنصيحة المشايخ في البلد الأصلي بالالتحاق بإحدى الجامعات السعودية لدراسة "العقيدة الصحيحة"، والاستزادة من علم "الحلقات العلمية" بالمملكة؛ لما فيها

من علم واسع، حتى أن رئيس جماعة أهل السنة والجماعة صاحب الجهود الأصلية في الدعوة وتصحيح العقيدة ببين "مصطفى مالك" سبق له وأن تخرج في الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، إضافةً إلى عدد كبير من مشايخ الأمة من خريجي جامعة الملك سعود.

وإجابة عن سؤال بشأن تقييم الانطباع في البلد الأصلي حول خريجي جامعات المملكة العربية السعودية؛ فكان التأكيد على ما يحوزون عليه من تقدير واحترام ومكانة وثقة في العلم الوارد في "الخطب المنبرية" عن سائر خريجي الجامعات الأخرى عالمياً. وأكد "صهيب" على مصداقية الإيجابيات التي سبق وأن سمع بها عن المملكة في الواقع، حتى أن الواقع في الإيجابيات قد فاق ما سمعه، من حيث كرم الضيافة وطيبة الشعب، وحرية الطالب الكاملة، والالتزام بأداء الصلوات وما لمسه من استقامة، مؤكداً على أهمية شعور الطالب بالدافعية ليستفيد من تلك الفرصة.

- وفي تجربة أخرى للطالب "الزبير" من دولة ليبيا أحد الدارسين في السنة الأولى لكلية حاسبات قسم هندسة البرمجيات، الذي أعلن أن بداية التعارف كانت بواسطة نصيحة صديق في برنامج الموهبة الإثرائي الذي أقامته المملكة لاستقطاب المواهب، فكان الصديق من الأوائل وحاز على زيارة للمملكة لمدة شهر بدعم من اليونيسكو، ونقل أخبار الجامعة وأشاد بتميزها وجودتها.

حتى أن أربعة طلاب من المتفوقين على مستوى ليبيا يدرسون الآن بجامعة الملك سعود، وبالسؤال عن الانطباع المسبق عن المملكة قبل الزيارة، وصفه الزبير بالمشوه الذي يحمل معاني "الكبر والاستعلاء"، والآن بعد الزيارة كانت المفاجأة لما لمسه في الواقع من إقبال وتواضع وتقاهم مشترك، حتى أنه لا يجد ما يزعجه، إضافةً إلى عدم وجود تمييز من الإداريين بين الطالب السعودي وغير السعودي، وأكد الزبير زيادة عدد الطلاب الليبيين في المملكة من ثلاثة طلاب إلى ما يقرب من عشرة، وأنه يعتبر السعودية بلده الثاني.

- وكان الطالب الثالث "حنيف" من إندونيسيا الذي يتواجد في المملكة للتدرب ليكون معلماً للغة العربية لغير الناطقين بها، بعدما حصل على البكالوريوس من طرابلس في

ليبيا، وقد سجل بجامعة الملك سعود فتم قبوله في الدبلوم العالي، وقد أكد على إيجابية الصورة المسبقة لديه عن المملكة والدراسة خاصة في جامعة الملك سعود، كما أضاف بوجود منافسة كبيرة بين الزملاء في إندونيسيا للدراسة في المملكة، متأثرين بسمعة المملكة وعلاقتها القوية مع إندونيسيا، واستشهد بتجربة الطريق المسمى باسم الملك سلمان بإندونيسيا ومزايا الدراسة في المملكة الكبيرة، كما أشار إلى وجود العديد من الأشخاص المعروفين بإندونيسيا في مجال الدعوة من خريجي المدينة المنورة، كما أن هناك فرعاً لجامعة الإمام في جاكرتا، مؤكداً على إيجابية تجربته في الدراسة، وشعوره بالترحيب والكرم من أهل المملكة.

- وفي تجربة "السوارباباي" من الأذربيجان؛ فإنه تخرج منذ عامين في الجامعة الإسلامية في المدينة المنورة، وقدم أوراقه على الرابط وتم قبوله لدراسة الماجستير وتعليم اللغة من جامعة الملك سعود، مشيراً إلى إقبال الطلاب في بلده الأصلي على الدراسة بالمملكة تحديداً، متأثرين بالارتباط الديني بها.

وأضاف أنه ما وُلِدَ مسلماً، لكن بعد دخوله في الإسلام اهتم بتفعيل الشعائر الإسلامية بالمملكة أولاً ثم الدراسة بالجامعة، لتنمية اللغة العربية وفهم الدين والاندماج في مجتمع المملكة المسلم، وأضاف أن أكثر الطلاب أصحاب تجربة الدراسة بالمملكة في أذربيجان من خريجي الجامعة الإسلامية بالمدينة، إلا أن المد الشيوعي كبير بأذربيجان نتيجة للقرب الجغرافي مع روسيا وإيران، حيث يواجه أهل السنة ضغوطاً هناك.

- وفي تجربة "عبد القادر فياض" طالب الدكتوراه في التربية قسم الدراسات الإسلامية من فلسطين الذي حصل على الماجستير من الجامعة الإسلامية بغزة، وجاءت فكرة دراسته بالمملكة بعد متابعتها لمنصة "أدرس" السعودية التي يتابع بها أخبار الجامعات للتسجيل والمنح، كما أنه كان على علاقة صداقة مع عميد كلية الآداب بجامعة الأزهر في غزة، الذي هو خريج درجة البكالوريوس من جامعة الملك سعود الذي سبق له وأن عمل محاضراً بالأردن، حيث شجعه على خطوة الدراسة بالمملكة تحديداً، وأكد "فياض" على إيجابية صورة المملكة بين أهل فلسطين على نحو كبير.

- وفي تجربة "حسان أبو المكرم" من الهند طالب ماجستير في كلية التربية قسم الدراسات الإسلامية، أكد على اعتباره المملكة بلده الأول، حيث ولد بها، مضيفاً أن العديد من أقرانه من مواليد المملكة ينتقلون إلى الهند بعد المرحلة الثانوية لاستكمال الدراسة، مؤكداً على أن لديه نحو 30 إلى 35 زميلاً في الدراسة بالمملكة من الهند.
- وفي تجربة "بلال الورغي" طالب البكالوريوس من المغرب في تخصص الهندسة الصناعية الذي كان له نصيب في استكمال دراسته في المملكة عبر تطبيق أدرس بناءً على رغبته بعد الانتهاء من فترة الحظر بسبب وباء كورونا، وقد كان معروفاً في المغرب بأن المملكة العربية السعودية تمنح فرصة كبيرة للدراسة في التخصصات الشرعية أكثر منها العلمية، فكان هو من طلاب الدفعة الأولى في التخصصات العلمية، وأضاف "بلال" إيجابية انطباعه المسبق في المغرب عن السعودية وخاصة من زوار بيت الله الحرام.

المحور الثاني: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات وإنتاجها وإرسالها وكسب صداقات.

اتصل هذا المحور بتقييم طبيعة الاندماج والتواصل بين الطالب كوافد والزملاء من البلد المضيف:

- فقد وصف "صهيب" طالب الماجستير المتخصص في العلوم الشرعية من بنين "بالصحيح نوعاً ما"، ولكنه يكون في صورة أكبر على شبكات التواصل الاجتماعي واصفاً العلاقة بـ "الطيبة"، ولكن في حدود تبادل أرقام التواصل وإرسال التهاني في "حدود بسيطة جداً ليست في كامل الحدود" على حد وصفه.

وفي وصف تجربته في التواصل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي مع زملائه من السعوديين، ذكر صهيب متابعة أصدقائه على تويتر (X) حالياً، وواتساب، وكذلك البرامج الطبيعية والتعليمية السعودية، وكانت تجربته مثيرة للاهتمام، فعمد إلى نشر المقاطع و"أحاديث الأربعين النووية" أسبوعياً باللغة المحلية الأكثر انتشاراً بين بنين، حيث إن اللغة الرسمية هي الفرنسية، وقد لاقى ترحيباً واسعاً ومتابعين كثرًا من الطلاب بنين؛ لمتابعة منشوراته التي تتضمن قراءة الحديث بكلتا اللغتين العربية واللغة المحلية.

وأضاف "صهيب" أنه يتواصل مباشرة مع أصدقائه في بلده الأصلي ويدور الحوار حول المملكة عما وجده بها من انتشار الأمن في أسواقها، وتميز النشاط التجاري والدعوي بها، على خلاف ما كان يعهده في بلده، حتى أنه يتمنى أن يكون في بلده مثل ما وجده في المملكة من احترام، وأمن، وشيوع للأخلاق، وصلاح بالمجتمع.

وكانت فكرة "صهيب" حول مشروع مشترك مع المملكة وبلده الأصلي حول مشروع دعوي لنشر الإسلام في القرى التي يكثر بها الجهل، وأضاف جدوى أن تتبنى مثل تلك المشروعات مؤسسات؛ مثل مركز الملك سلمان، حيث يساعد التفاهم عن صنع إنجازات مشتركة، مشيراً إلى صعوبة وجود مثل ذلك الدعم حالياً عما سبق.

- وفي تجربة أخرى؛ أشار "الزبير" أحد المشاركين في المجموعة من ليبيا اهتمامه بالتصوير منذ وصوله إلى المملكة، ونشره لتلك المقاطع على حسابه على موقع الفيس بوك وتبادلته بالإضافة مع بعض الأصدقاء من السعودية وقبولهم له.

وأضاف "الزبير" أمنيته في المشاركة بمشروع للطاقة الشمسية في البيئة الصحراوية في استعراض فكرته حول مشروع مشترك مع المملكة، يفكر في تنفيذه في ليبيا، بالإفادة من تجربة المملكة وما أحرزته من تطور مميز في مجال البنية التحتية وتطبيق النظام، مشيداً بنظام المرور والتطور في القطاع المصرفي والرقمي تحديداً، إضافةً إلى أمنيته في التعاون مع المملكة في تنفيذ أنشطة للطلاب في ليبيا ومنها مباريات للشطرنج.

- وفي تجربة "حنيف" طالب اللغة العربية لغير الناطقين بها من إندونيسيا، فقد أكد استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي (إنستغرام- فيس بوك- واتساب- تيك توك) لمتابعة مقاطع لسعوديين منهم الشيخ خميسي، وأضاف أمنيته بتبني المملكة لمزيد من التعاون الذي يتخطى مجال الدراسة، مشيراً إلى كثافة عدد المساجد في إندونيسيا.

- أما تجربة "السوارباباي" من أذربيجان فقد اقتصر فقط على استخدام تطبيق الواتساب واليوتيوب، حيث ما زالت علاقاته محدودة مع زملائه السعوديين، ولكنه يمارس تدريس اللغة العربية عن بُعد باستخدام الوسائط، وأشار إلى وجود مشكلة في قبول شهادته من الجامعة في أذربيجان، وأن هناك حاجة إلى مزيد من التعاون

بين الأذربيجان والسعودية لدعم الطلاب حملة الشهادات السعودية، كما أنه لا توجد معاهد لتعليم اللغة العربية هناك، فيلجأ الطلاب إلى التعلم عن بُعد لاكتساب اللغة، كما أنه يتمنى أن تدعم المملكة افتتاح مدارس لتحفيظ الأطفال القرآن الكريم بأذربيجان.

- وفي تجربة دراسة الدكتوراه "فياض" من فلسطين، فقد أكد على استخدام الواتساب وتويتر (X) حالياً، للتواصل مع الأساتذة من المملكة، وأنه يملك قناة يوتيوب نشر بها 200 محاضرة، ويستعين بقناته في نشر أخبار الإنجازات العلمية للجامعة، كما أكد على أهمية المنصات الدولية، مثل منصة "أدرس" في دعم التبادل التعليمي ونشر المنح، ويتمنى أن تدعم المملكة تطبيق دعم للإغاثة من خلال مؤسسة الملك سلمان، وتبني إنشاء مدارس شرعية لتعليم اللغة العربية.
- وفي تجربة "حسان" من الهند، أكد أنه أقبل على الدراسة بالمملكة والعودة إليها بعد أن استكمل دراسته الجامعية بالهند عبر تطبيق الواتساب الذي يجمع خريجي الجامعات السعودية، مشيداً بتميز خريجي جامعة الملك سعود في اللغة العربية وطرق التدريس والمناهج، كما أنه يتمنى استكمال الدكتوراه بالمملكة ونشر ما اكتسبه من علم في الهند.
- وفي تجربة "بلال الورغي" طالب البكالوريوس من المغرب في تخصص الهندسة الصناعية، قد أكد على متابعته إرسال الصور إلى أصدقائه ومعارفه بالمغرب عبر تطبيق واتساب، وينوي أن يقص على أهله وأصدقائه ومعارفه ما عايشه في فترة دراسته بالمملكة، وأشار إلى علاقته الطيبة بأصدقائه السعوديين واندماجه معهم وزيارته لهم، كما أنه يدعوهم لزيارة المغرب.
- وعبر "بلال" عن فخره الكبير، مشيداً بمستوى تقدم المملكة في تطوير التعليم الجامعي واستضافتها أكفأ المحاضرين من الغرب والشرق، كما برزت في مجال التقنية الرقمية الذي يسمح له كطالب باكتساب خبرة واسعة ومميزة.

مناقشة النتائج:

في إطار تحقيق هدف الدراسة الرئيس بتتبع وتحليل دور دبلوماسية الطلاب في بناء سمعة الدول بالتطبيق على الطلاب الدوليين في جامعة الملك سعود، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج حققت أهداف الدراسة كما يلي:

أولاً: الصورة الذهنية المؤثرة في بناء سمعة المملكة لدى الطلاب الدوليين قبل القدوم للدراسة:

تبين من آراء المشاركين في مجموعة التركيز إيجابية الصورة الذهنية عن المملكة العربية السعودية، خاصة في مجال دراسة العلوم الشرعية أكثر من أي جانب آخر، ووجود درجة عالية من الشغف في استقاء العلم الديني ودراسة اللغة العربية، خاصة في طلاب البلاد غير الناطقة بها، إما بالنسبة للدارسين العرب فقد تبين اهتمامهم الأكبر بدراسة مجالات أخرى، منها على سبيل المثال تخصص هندسة الحاسبات ومجال التقنية، وإن كانت هناك شائبة قلق من وجود حالة من الاستعلاء على الطلاب العرب الوافدين، غير أن الواقع فند كل تلك الظنون.

لكن الباحث لمس وجود انطباع بأن المملكة تتيح المجال لدراسة العلوم الشرعية بصورة موسعة أكثر من التخصصات العلمية، وهذا ما يستدعي مزيداً من الاهتمام على المستوى الاستراتيجي والأكاديمي لزيادة الاهتمام بالتوسع في منح التخصصات العلمية.

كما لاحظ الباحث وجود اهتمام أكبر بإيفاد الطلاب من أفريقيا وآسيا، ووجود حاجة إلى اقتحام استقدام طلاب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، ومن ثم مزيد من العمل على تخطيط برامج أكاديمية تستهوي هؤلاء الطلاب، خاصة مع تطور التخصصات العلمية وتوسع المملكة في استقدام الخبراء، وإقامة المعارض، والمننديات، والمؤتمرات العالمية في مجالات التقنية على اختلاف أنواعها.

واستكمالاً لما سبق؛ فإن الباحث يرى أن الصورة الذهنية ذات صلة مباشرة بنجاح أهداف الدبلوماسية العامة والثقافية التي ترمي إليها جهود دبلوماسية الطلاب، وهو ما يتفق مع العديد من الدراسات الأجنبية، منها دراسة (2018, Kang) ⁽⁸⁰⁾ التي اهتمت بتجارب الدبلوماسية الثقافية في أستراليا وروسيا بصورة تظهر في عدة سياقات تحقق المصلحة الوطنية، ودراسة (2012, Akli) ⁽⁸¹⁾ التي أكدت على اعتبار الطلاب الدارسين

في الخارج أدوات لتطوير العلاقات مع البلدان المضيئة، من خلال الانغماس الثقافي والتعليم، وبالتالي أهمية تشجيع الطلاب الدارسين في الخارج بصورة استباقية على تفعيل دورهم في الدبلوماسية الثقافية.

ثانياً: مصادر معلومات الطالب التي شكلت الصورة الذهنية المؤثرة في بناء السمعة عن المملكة قبل القدوم إليها:

من نتائج مجموعة النقاش المركز؛ تبين لدى الباحث اعتماد أغلب المشاركين في تكوين الصورة الذهنية عن المملكة العربية السعودية من محيط البيئة الداخلية، سواء معارف سبق لهم تجربة زيارة المملكة والدراسة بها، أو من خلال خلفية إيجابية بفضل الوازع الديني والارتباط ببلد الله الحرام، أو من خلال أسبقية الصلة بعمل أحد أفراد الأسرة بالمملكة سابقاً.

غير أن أحد الطلاب الدوليين من إندونيسيا قد ذكر تأثره الإيجابي بالمملكة بإنشاء طريق باسم الملك سلمان، بينما عبر أحد الطلاب من ليبيا عن قلقه المسبق من تعامل أقرانه معه باستعلاء قبل خوضه التجربة، غير أن الواقع أثبت العكس.

وقد أجمعت الأغلبية على استعانتها بالإنترنت وتطبيقات التواصل في التعرف على آخر أخبار المنح أو فتح باب القبول للالتحاق؛ الأمر الذي يشجع على خوض التجربة، ومن ثم يرى الباحث الحاجة إلى المزيد من الاهتمام بوضع استراتيجية وطنية وأخرى تنفيذية تهدفان إلى دعم التواصل العلمي والتربوي بين المملكة والمؤسسات التعليمية في الدول الأخرى، بإقامة جهاز يقوم على تبني هذا الهدف الأصيل ويضع له الآليات والإجراءات، ليس فقط على مستوى الإعلان عن المنح، ولكن عبر زرع بصمة عميقة لنشاط التعليم في المملكة في دول العالم الغربية والشرقية، والاستعانة بكل نقاط الجذب كل وفق اتجاهاته إذا كانت دينية، أو علمية، أو ثقافية، أو حتى تطبيقية.

وفي إطار ما سبق تتأكد تلك النتيجة مع ما أشار إليه كتاب (Kunczik, 2016)⁽⁸²⁾ بتأثير الصورة الذهنية الواسع على العلاقات الدولية، وتأثير السياقات الواسع على تكوين تلك الصورة الذهنية سواء كانت صراعات، أو أزمات (Alvarez & Campo, 2014)⁽⁸³⁾.

ثالثاً: تقييم الطالب لتجربته الدراسية والحياتية في المملكة كأحد مؤثرات بناء السمعة: كانت أغلب تقييمات الطلاب في مجموعة التركيز تشيد بحسن الضيافة والاستقبال والتعاون المطلق من الجامعة والقائمين عليها، مع الإشارة إلى وجود بعض المخاوف المسبقة والقلق نتيجة للتغيير، لكنها تبددت بمجرد معايشة الواقع، وقد أشاد أحد الطلاب من "بنين" بالمستوى الأخلاقي والأمني بالمملكة، حتى أنه تمنى لو أصبح بلده على هذا المستوى، وأصبحوا محملين بانطباعات إيجابية يشعرون معها بميزة التعليم والدراسة في المملكة، مقبلين عليها وعلى أهلها بشعور عميق بالأمن، والدفع، والرعاية، والاهتمام.

وقد لمس الباحث وجود إقبال على استكمال الطريق العلمي والتواصل مع المملكة، ووجود شعور قوي لدى الطلاب بدعم التواصل بين بلده الأم والمملكة، والرغبة في أن تدخل جهود المملكة في تطوير وتنمية بلدهم الأصلي، بما يؤكد على ارتفاع نسبة القبول والتأثر الواضح بتلك التجربة ومستوى إيجابياتها.

وبمراجعة سريعة تدعم الحاجة إلى الاهتمام بالتوسع في التخصصات العلمية بالمملكة، وفقاً لما أكدته عدة دراسات منها (2024, Faisal) ⁽⁸⁴⁾ و (2024, Alhur) ⁽⁸⁵⁾ وخاصة في المجال التقني والطبي.

رابعاً: استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي (الدبلوماسية الرقمية) لتقرير تجربة الدراسة ونقلها لأفراد في بلده الأصلي:

تراوحت تجربة الطلاب في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نقل التجربة أو التواصل مع أقرانه بين عالية ومتوسطة، غير أن الجميع بالفعل يستعين بتلك الشبكات في التواصل مع الأهل والمعارف، بل نشر ما استقاه من علم على المنصات مثل منصة يوتيوب، وتكرر استخدام تطبيق الواتساب، كما اختلفت درجة الاعتماد على تطبيق دون غيره تبعاً لما تسمح به دولته.

غير أن الطلاب أجمعهم اعتبروا شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة رئيسة لنقل وتداول أحداث ومواقع الدراسة والحياة بالمملكة، ونشر كل ما يفيد أو يتوقع أن يكون لها أثر في الآخرين على المستوى العلمي، وحتى الترفيهي.

وتتفق تلك النتيجة على نحو واسع مع نتائج العديد من الدراسات السابقة منها دراسات (2024, Wong & Liu)⁽⁸⁶⁾ و (2024, Yu & Leung)⁽⁸⁷⁾ و Robinson (2024, & Somerville & Walsworth)⁽⁸⁸⁾ التي أكدت اهتمام الطلاب والوافدين باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع البلد الأصلي والصدقات الجديدة في البلد المضيف.

خامساً: المخططات والأفكار التي سوف يطبقها الطالب بعد التخرج في بلده ولها علاقة ببلد الدراسة:

كانت النتائج في هذا الجزء مثيرة للاهتمام على نحو كبير، وتقود إلى استنباط مستوى التأثير لدبلوماسية الطلاب وقدرتها على تحقيق الهدف منها، حيث أشار "صهيب" من "بنين" على سبيل المثال، إلى أمنيته في تبني المملكة لمشروع دعوي كبير بموطنه الأصلي، وأن يشارك في جهود مواجهة الجهل بها، في حين أشار "الزبير" من ليبيا إلى أمنيته في تعزيز التعاون العلمي بين المملكة وليبيا في الطاقة وخاصة الطاقة الشمسية، وما له صلة بالبيئة الصحراوية على أن تستفيد ليبيا من تجربة المملكة الناجحة في البنية التحتية؛ وذلك بالنظر إلى أن ليبيا على أعتاب مشاريع ضخمة لإعادة الإعمار، وأشار أيضاً إلى اهتمامه بالتعاون في القطاع المصرفي وتطبيق الأنظمة، وبين أحد الطلاب من أذربيجان وجود حاجة حقيقية في الواقع لإقامة مدارس سنية، أو رعاية لمعاهد تعليم اللغة العربية ببلده خاصة مع التأثير الكبير بالمد الشيوعي بها، متمنياً تبني المملكة مشروعاً لتحفيز الأطفال للقرآن الكريم ببلده، وأضاف "فياض" من فلسطين أمله في تعاون المملكة مع بلده في الإغاثة وبناء مدارس شرعية لتعليم اللغة العربية.

وقد أكد "حسان" من الهند على نيته في استكمال الدكتوراه ونشره لما استقاه من علوم ومعارف بالمملكة في بلده الأصلي الهند، بينما عبّر "بلال" من المغرب بانبهاره بالمستوى المتقدم للتعليم التقني والعلمي بالمملكة، شاعراً بالفخر بما يشير إلى قدرته العالية على نقل هذا الشعور وتعزيز التفاهم بين الشعوب.

ومما سبق؛ يمكن التأكيد على أهمية دبلوماسية الطلاب ودورها في تحقيق الأهداف الوطنية بالاتفاق مع ما أشارت إليه دراسة حديثة في تاوان (Lin & Chan, 2024)⁽⁸⁹⁾ إلى اعتبار الطلاب أداة لتحقيق أهداف الدبلوماسية الثقافية،

إضافة إلى ما أشارت إليه دراسة (2024, Holoborodko & others)⁽⁹⁰⁾ عن فاعلية الدبلوماسية الثقافية في تمرير قيم الاتحاد الأوروبي.

التوصيات:

ومن ثم يوصى الباحث بما يلي:

- دعم مشاركة جامعة الملك سعود في جهود الدبلوماسية الطلابية بتصميم استراتيجيات متكاملة مشتركة واقتراح مخططات استراتيجية للتنفيذ بالتعاون مع الجهات المعنية؛ لدعم دبلوماسية الطلاب الهادفة عالمياً بما يتماشى مع المصلحة الوطنية وطبيعة المتغيرات الدولية والمؤثرات الطارئة.
- تبني جامعة الملك سعود وبقية الجامعات في المملكة للتوسع في البرامج الأكاديمية المتنوعة علمياً وشرعياً دون الاقتصار على بعضها دون الآخر؛ لتحقيق أهداف أعم وأشمل.
- استهداف جامعة الملك سعود لتحقيق هدف التوسع في منح الطلاب من الغرب تحديداً في برامج الدبلوماسية الطلابية، وتطوير برامج أكاديمية علمية تتناسب مع تطلعاتهم لدعم التواصل الدولي الواسع غربياً.
- تبني جامعة الملك سعود سياسة التوسع في نطاق نشر المراكز الثقافية عالمياً، على غرار نجاح التجارب الدولية الفرنسية والصينية.
- إنشاء جهة متخصصة تشرف على دعم وتبني الأفكار المطروحة من قبل الطلاب الدوليين؛ بما يلبي احتياجاً حقيقياً يكون له صدى واسع وتأثير مطلوب يدعم الدبلوماسية العامة والثقافية بين المملكة ودول العالم.
- تبني جامعة الملك سعود إجراء المزيد من الدراسات الأكاديمية في البيئة العربية والدولية عن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الدبلوماسية الرقمية.

المراجع:

- 1) McConachie, Bradley. "The New Colombo Plan: addressing the barriers to scholarship recipients' contributing to Australia's public diplomacy goals in China." *Place Branding and Public Diplomacy* 20.1 (2024): 55-65.
- 2) مصطفى جاسم حسين وسعد سلوم، "دور الدبلوماسية متعددة المسارات في حل النزاعات الدولية"، مجلة حمورابي، كلية العلوم السياسية، المجلة المستتصرية، ع33-34، 2020، ص 162.
- 3) Anholt, Simon. "The theory of competitive identity." *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan UK, 2007. 25-42.
- 4) Anholt, S. "Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations. *International Studies Quarterly*, 56(2), 2012, 239-259. DOI: 10.1111/j.1468-2478.2012. 00731.x
- 5) Gilmore, James H. "Authenticity: What consumers really want." Harvard Business Review Press (2007).
- 6) Anholt-GfK. "Anholt-Ipsos Nation Brands Index 2020. Retrieved from https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-03/nbi_2020_global_report_v2.pdf
- 7) Lin, Warangkana, and Sheng-Ju Chan. "Students as a nexus of cultural diplomacy: estimating the outcomes of the international higher education scholarship program in Taiwan." *Journal of Studies in International Education* 28.3 (2024): 420-439.
- 8) حمد سالم حماد الصيدلاني، وبدر بن سالم البدراني، "مدى موازنة الابتعاث الخارجي مع سوق العمل بالملكة العربية السعودية"، المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية، ع 72، 2023، 44-68.
- 9) ابتسام عبد العزيز التويجري، وهند بنت محمد الأحمد، واقع الإعداد الثقافي للطلاب المبتعثين ضمن برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي ومعوقاته والمقترحات التي تسهم في تطويره من وجهة نظرهم، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مج 6، ع 41، 2022، 99-119.
- 10) Varpahovskis, Eriks. "Thousands of dormant ambassadors: Challenges and opportunities for relationship-building between Global Korea Scholarship (GKS) recipients and South Koreans." *Journal of Contemporary Eastern Asia* 21.1 (2022): 1-32.
- 11) أحلام بنت علي بن أحمد أبو قايد، "الابتعاث العلمي الخارجي في عهد الملك عبد العزيز"، مجلة الدراسات التاريخية والاجتماعية، ع 44، 2020، 239-274.
- 12) مصطفى جاسم حسين، وسعد، سلوم، "دور الدبلوماسية متعددة المسارات في حل النزاعات الدولية"، مجلة حمورابي، كلية العلوم السياسية، المجلة المستتصرية، ع33-34، 2020، ص 162.
- 13) Carosso, Giovanni A., Leonardo MR Ferreira, and Mohammed A. Mostajo-Radji. "Developing brains, developing nations: can scientists be effective non-state diplomats?" *Frontiers in Education*. Vol. 4. Frontiers Media SA, 2019.
- 14) Scientists Be Effective Non-State Diplomats. *Front. Educ.* 4:95. doi: 10.3389/educ.2019.00095
- 15) Bislev, Ane. "Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool." *Journal of Current Chinese Affairs* 46.2 (2017): 81-109.
- 16) Bislev, Ane. "Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool." *Journal of Current Chinese Affairs* 46.2 (2017): 81-109.

- 17) Triana, Benjamin. "Cultural demands of the host-nation: International student experience and the public diplomacy consequences." *Journal of International Students* 5.4 (2015): 383-394.
- 18) Akli, Madalina. "The Role of Study-Abroad Students in Cultural Diplomacy: Toward an International Education as Soft Action." *International Research and Review* 2.1 (2012): 32-48.
- 19) سعيد الراشدي، "تبادل البعثات الطلابية بين الجامعات العربية: كلية علوم التربية بالمغرب نموذجاً"، *مجلة البحث العلمي في التربية*، ع 15، ج 1، (2014)، 153، 173.
- 20) Yang, Rui, and Jinyuan Ma. "China's international aid in education: Development, determinants, and discord." *International education aid in developing Asia: Policies and practices* (2015): 113-130.
- 21) De Wit, Hans, and Philip G. Altbach. "Internationalization in higher education: Global trends and recommendations for its future." *Policy Reviews in Higher Education* 5.1 (2021): 28-46.
- 22) Bislev, Ane. "Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool." *Journal of Current Chinese Affairs* 46.2 (2017): 81-109.
- 23) Anholt, Simon. "Nation-brands of the twenty-first century." *Journal of brand management* 5 (1998): 395-406.
- 24) Hocking, B., Melissen, J., & Melissen, F. (Eds.). *Handbook of public diplomacy*. Routledge, (2012).
- 25) Nye, Joseph S, "Soft power: The means to success in world politics". *Public Affairs*, (2020).
- 26) Bhavnani, Kum-Kum, Peter Chua, and Dana Collins. "Critical approaches to qualitative." *The Oxford handbook of qualitative research* (2014): 165-178.
- 27) عبد اللطيف عوفي، "البحوث النوعية في الدراسات الإعلامية"، *مطابع التقنية، الرياض*، 2012، ص 106.
- 28) عبد الرحمن بن حمد بن محمد الداود، *المشكلات التي تواجه المرشحين للابتعاث قبل التحاقهم بالبعثة، رسالة الخليج العربي*، س 31، ع 116، 2010، 97-146.
- 29) عائشة بنت سيف الأحمد، "التصنيف العالمي لجامعات الدارسين السعوديين في الخارج: الواقع والمأمول"، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، مج 14، ع 2، 2013، 527-564.
- 30) تركي بن صالح العواد، "دبلوماسية الشباب"، *مجلة الدبلوماسية*، ع 88، 2017، ص 64.
- 31) فهد بن محمد بن فريح العبد المنعم، "المعوقات الإدارية التي تواجه الطلاب المتبعثين في دولتي الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة والسبل المقترحة للتغلب عليها: دراسة ميدانية"، *دراسات تربوية ونفسية*، ع 94، 2017، 99-143.
- 32) Cooper, Andrew F., Jorge Heine, and Ramesh Thakur, eds. *The Oxford handbook of modern diplomacy*. OUP Oxford, 2013.
- 33) Cross, G. E. "'The World's Peace'-Woodrow Wilson's Fourteen Points." *Bulletin of the Western Front Association* 110 (2018).
- 34) Kıçmari, Sabri. "Classics of Diplomacy." *Introduction into Diplomacy*. Singapore: Springer Nature Singapore, 2024. 29-63.
- 35) Melissen, Jan. *Wielding soft power: the new public diplomacy*. Vol. 275. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2005.

- 36) Zaharna, Rhonda S. "Mapping out a spectrum of public diplomacy initiatives: Information and relational communication frameworks." *Routledge handbook of public diplomacy*. Routledge, 2008. 106-120.
- 37) Enaifoghe, Andrew O., and Nthabiseng E. Makhutla. "Exploring cultural diplomacy as soft power through cultural communication exports: A model of power for promoting peace and security." *African Journal of Gender, Society & Development* 9.3 (2020): 83.
- 38) Wang, Jian. "Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited." *Public relations review* 32.2 (2006): 91-96.
- 39) Diplomacy, Cultural. "Political Influence and Integrated Strategy." *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*, ed. Michael J. Waller (Washington, DC: Institute of World Politics Press, 2009) 74 (2009).
- 40) Maack, Mary Niles. "Books and libraries as instruments of cultural diplomacy in Francophone Africa during the Cold War." *Libraries & Culture* (2001): 58-86.
- 41) United States, "Department of State, Advisory Committee on Cultural Diplomacy", *Diplomacy Report of the Advisory Committee on Cultural Diplomacy*, 3.
- 42) Mark, Simon. *A greater role for cultural diplomacy*. Vol. 1. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations, 2009.
- 43) Melissen, Jan. *Wielding soft power: the new public diplomacy*. Vol. 275. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2005.
- 44) Sesic, Milena Dragicévic, Ljiljana Rogac Mijatovic, and Nina Mihaljinac, eds. *Cultural diplomacy: Arts, festivals and geopolitics*. Creative Europe Desk Serbia, 2017.
- 45) Francisco Jose Iacayo Parajon, "Beyond the peace accords: the foundations of the culture of peace in Central America". Translated by Anne kamvaag. First ed. Guatemala: UNESCO El Salvador, (1998), p.3.
- 46) Kuo, Tang-Ling. *Taiwan's Cultural Diplomacy Policy: Case Studies of Overseas Contemporary Art Exhibitions (2012-2019)*. Diss. King's College London, 2022.
- 47) Hartig, Falk. "How China understands public diplomacy: The importance of national image for national interests." *International Studies Review* 18.4 (2016): 655-680.
- 48) Anheier, Helmut, et al. "The Cultural Value Project Cultural Relations in Societies in Transition." *A Report to the Goethe Institute and the British Council* (2018).
- 49) The British Council and the Goethe Institute. *Cultural Relations in Societies in Transition: A Literature Review*, [viewed on 9 Feb. 2021]. Available from: https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/lit_review_short_working_paper_final_final.pdf.
- 50) Akli, Madalina. "The Role of Study-Abroad Students in Cultural Diplomacy: Toward an International Education as Soft Action." *International Research and Review* 2.1 (2012): 32-48.

- 51) Ward, Isabel Avila. "The Fulbright Act." *Far eastern survey* 16.17 (1947): 198-200.
- 52) Snow, Nancy. "The Smith-Mundt Act of 1948." *Peace review* 10.4 (1998): 619-624.
- 53) Bryan, McAllister-Grande, "The historical roots of internationalization", Retrieved from *The Role of Study Abroad Students in Cultural Diplomacy*, 2008.
- 54) Rosenthal, Albert Harold. *Administrative Problems in the Establishment of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. UNESCO Relations Staff, Department of State, 1948.
- 55) Sylvester, Bob. "The 'first' international school." *International education in practice*. Routledge, 2003. 3-15.
- 56) ابتسام عبد العزيز التويجري، وهند بنت محمد بن عبد الله الأحمد، "واقع الإعداد الثقافي للطلاب المبتعثين ضمن برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي ومعوقاته والمقترحات التي تسهم في تطويره من وجهة نظرهم، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، مج 6، ع 41، 2020، 99-119.
- 57) Manor, Ilan, "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology". *DigDiploROx Working Paper*, No 2, Jan 2018, p. 3.
- 58) صباح عبد الصبور، "الدبلوماسية الرقمية كأداة في السياسة الخارجية الدبلوماسية الإسرائيلية تجاه المنطقة العربية نموذجاً"، *أركان للدراسات والأبحاث والنشر*، عدد مايو 2021.
- 59) مرام بنت مساعد العصيمي، "مستقبل الدبلوماسية الرقمية السعودية خلال العقد القادمين في ظل التحولات الدولية الراهنة"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ع 35، 2021، ص 620.
- 60) Percinschi, Olga, and Olga Diacov. "Building a Country Brand and Its Further Promotion." *Intellectus* (2016): 41.
- 61) Tinne, Wahida Shahan. "Nation Branding: Beautiful Bangladesh." *Asian Business Review* 2.1 (2013): 31-36.
- 62) Dinnie, Keith. *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Routledge, 2015.
- 63) Brodie, Roderick J., and Maureen Benson-Rea. "Country of origin branding: An integrative perspective." *Journal of Product & Brand Management* 25.4 (2016): 322-336.
- 64) دينا أحمد علي عرابي وإيمان سليمان، "منتدى شباب العالم: صناعة العلامة التجارية لمصر على تويتر"، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع 15، 2018، 53-79.
- 65) Donthu, Naveen, Satish Kumar, and Debidutta Pattnaik. "Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis." *Journal of business research* 109 (2020): 1-14.
- 66) Samiee, Saeed, and Brian R. Chabowski. "Knowledge structure in international marketing: a multi-method bibliometric analysis." *Journal of the Academy of Marketing science* 40 (2012): 364-386.
- 67) Dinnie, Keith. *Nationbranding: Concepts, issues, practice*. Routledge, 2015.
- 68) Rasmussen, Rasmus Kjærgaard, and Henrik Merkselsen. "The new PR of states: How nation branding practices affect the security function of public diplomacy." *Public Relations Review* 38.5 (2012): 810-818.
- 69) Anholt, Simon "Plug into your national brand. In *International trade forum* (No. 4, p. 20). International Trade Centre, (2005, October).

- 70) Mihalache, Silviana, and Polona Vukman. "Composition with country and corporate brands. Capitalising on the country's brand values." (2005).
- 71) Bigi, Alessandro, et al. "When satire is serious: how political cartoons impact a country's brand." *Journal of Public Affairs* 11.3 (2011): 148-155.
- 72) Kotler, Philip, and David Gertner. "Country as brand, product and beyond: A place marketing and brand management perspective." *Destination branding*. Routledge, 2007. 55-71.
- 73) Shimp, Terence A., Saeed Samiee, and Thomas J. Madden. "Countries and their products: a cognitive structure perspective." *Journal of the Academy of Marketing Science* 21 (1993): 323-330.
- 74) Bigi, Alessandro, et al. "When satire is serious: how political cartoons impact a country's brand." *Journal of Public Affairs* 11.3 (2011), *ibid*.
- 75) Gudjonsson, Hlynur. "Nation Branding." *Place Branding* 1 (2005): 283-298.
- 76) Carstensen, Martin B., and Vivien A. Schmidt. "Power through, over and in ideas: conceptualizing ideational power in discursive institutionalism." *Journal of European public policy* 23.3 (2016): 318-337.
- 77) Kaneva, Nadia. "Nation branding: Toward an agenda for critical research." *International journal of communication* 5 (2011): 25.
- 78) O'Shaughnessy, John, and Nicholas Jackson O'Shaughnessy. "Treating the nation as a brand: Some neglected issues." *Journal of macromarketing* 20.1 (2000): 56-64.
- 79) Fetscherin, Marc, and Mark Toncar. "The effects of the country of brand and the country of manufacturing of automobiles: An experimental study of consumers' brand personality perceptions." *International Marketing Review* 27.2 (2010): 164-178.
- 80) Stock, Felix. "Identity, image and brand: A conceptual framework." *Place branding and public diplomacy* 5 (2009): 118-125.
- 81) Merckelsen, Henrik, and Rasmus Kjærgaard Rasmussen. "The construction of Brand Denmark: A case study of the reversed causality in nation brand valuation." *Valuation Studies* 3.2 (2015): 181-198.
- 82) Kang, Hyungseok. "Contemporary cultural diplomacy in South Korea: explicit and implicit approaches." *Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?* Routledge, 2018. 79-93.
- 83) Akli, Madalina. "The Role of Study-Abroad Students in Cultural Diplomacy: Toward an International Education as Soft Action." *International Research and Review* 2.1 (2012): 32-48.
- 84) Kunczik, Michael. *Images of nations and international public relations*. Routledge, 2016.
- 85) Alvarez, Maria D., and Sara Campo. "The influence of political conflicts on country image and intention to visit: A study of Israel's image." *Tourism management* 40 (2014): 70-78.
- 86) Eman Faisal, "Unlock the potential for Saudi Arabian higher education: a systematic review of the benefits of ChatGPT. In *Frontiers in Education*" Vol. 9, (2024, April), p. 1325601, Frontiers Media SA.

- 87) Alhur, Anas. "Overcoming electronic medical records adoption challenges in Saudi Arabia." *Cureus* 16.2 (2024).
- 88) Wong, Melissa Ling Lee, and Shuang Liu. "The role of online social networking sites in facilitating friendships and adaptation among international students in Malaysia." *International Journal of Intercultural Relations* 99 (2024): 101942.
- 89) Yu, Baohua, and Yick Wah Leung. "Establishing ties or strengthening friendships? Students' use of online social networks in intercultural friendship development." *Information Technology & People* 37.2 (2024): 815-834.
- 90) Robinson, Oral, Kara Somerville, and Scott Walsworth. "Building, negotiating and sustaining transnational social networks: Narratives of international students' migration decisions in Canada." *Global Networks* 24.1 (2024): e12442.
- 91) Lin, Warangkana, and Sheng-Ju Chan. "Students as a nexus of cultural diplomacy: estimating the outcomes of the international higher education scholarship program in Taiwan." *Journal of Studies in International Education* 28.3 (2024): 420-439.
- 92) Holoborodko, Oleh, Elvira Gerasymova, and Nataliia Shevchenko. "Effectiveness of cultural diplomacy in promoting common EU values." *Amazonia Investiga* 13.79 (2024): 141-154.

References

- 1) McConachie, Bradley. "The New Colombo Plan: addressing the barriers to scholarship recipients' contributing to Australia's public diplomacy goals in China." *Place Branding and Public Diplomacy* 20.1 (2024): 55-65.
- 2) Anholt, Simon. "The theory of competitive identity." *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan UK, 2007. 25-42.
- 3) Anholt, S. "Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations." *International Studies Quarterly*, 56(2), 2012, 239-259. DOI: 10.1111/j.1468-2478.2012. 00731.x
- 4) Gilmore, James H. "Authenticity: What consumers really want." *Harvard Business Review Press* (2007).
- 5) Anholt-GfK." Anholt-Ipsos Nation Brands Index 2020. Retrieved from https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-03/nbi_2020_global_report_v2.pdf
- 6) Lin, Warangkana, and Sheng-Ju Chan. "Students as a nexus of cultural diplomacy: estimating the outcomes of the international higher education scholarship program in Taiwan." *Journal of Studies in International Education* 28.3 (2024): 420-439.
- 7) -Alsaydalani, H. (2023), "madaa mua'amat alaibtieath alkharijii mae suq aleamal bialmamlakat alearabiat alsaeudiati", *almajalat alduwliat lileulum altarbawiat walnafsiati*, 72(1). 44 -68.
- 8) Varpahovskis, Eriks. "Thousands of dormant ambassadors: Challenges and opportunities for relationship-building between Global Korea Scholarship (GKS) recipients and South Koreans." *Journal of Contemporary Eastern Asia* 21.1 (2022): 1-32.
- 9) Abu Qaid, A. (2020). "aliabtieath aleilmii alkharijii fi eahd almalik Abd Aleaziz", *majalat aldirasat altaarikhiat walaijtimaeiati*, 44(2). 239 -274.
- 10) Hussein, M. (2020), "dawr aldiblumasiat mutaeadiat almasarat fi hali alnizaeat alduwliati", *majalat hamurabi, kuliyat aleulum alsiyasiati, almajalat almustansiriat*, 33(1).
- 11) Carosso, Giovanni A., Leonardo MR Ferreira, and Mohammed A. Mostajo-Radji. "Developing brains, developing nations: can scientists be effective non-state diplomats?" *Frontiers in Education*. Vol. 4. Frontiers Media SA, 2019.
- 12) Scientists Be Effective Non-State Diplomats. *Front. Educ.* 4:95. doi: 10.3389/feduc.2019.00095

- 13) Bislev, Ane. "Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool." *Journal of Current Chinese Affairs* 46.2 (2017): 81-109.
- 14) Bislev, Ane. "Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool." *Journal of Current Chinese Affairs* 46.2 (2017): 81-109.
- 15) Triana, Benjamin. "Cultural demands of the host-nation: International student experience and the public diplomacy consequences." *Journal of International Students* 5.4 (2015): 383-394.
- 16) Akli, Madalina. "The Role of Study-Abroad Students in Cultural Diplomacy: Toward an International Education as Soft Action." *International Research and Review* 2.1 (2012): 32-48.
- 17) Al-Rashidi, S. (2014). "tabadul albaeathat altulaabiat bayn aljamieat alarabiati: kuliyyat eulum altarbiat bialmaghrib nmwdhjan", *majalat albahth aleilmii fi altarbiati*, 15(5).
- 18) Yang, Rui, and Jinyuan Ma. "China's international aid in education: Development, determinants, and discord." *International education aid in developing Asia: Policies and practices* (2015): 113-130.
- 19) De Wit, Hans, and Philip G. Altbach. "Internationalization in higher education: Global trends and recommendations for its future." *Policy Reviews in Higher Education* 5.1 (2021): 28-46.
- 20) Bislev, Ane. "Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool." *Journal of Current Chinese Affairs* 46.2 (2017): 81-109.
- 21) Anholt, Simon. "Nation-brands of the twenty-first century." *Journal of brand management* 5 (1998): 395-406.
- 22) Hocking, B., Melissen, J., & Melissen, F. (Eds.). *Handbook of public diplomacy*. Routledge, (2012).
- 23) Nye, Joseph S, "Soft power: The means to success in world politics". *Public Affairs*, (2020).
- 24) Bhavnani, Kum-Kum, Peter Chua, and Dana Collins. "Critical approaches to qualitative." *The Oxford handbook of qualitative research* (2014): 165-178.
- 25) Aoufi, A. (2012). "albuḥuth alnawēiat fī aldirasat al'īlamiati", *matabie altaqniati*, Alrayad.
- 26) Al-Dawoud, A. (2010). *almushkilat alati tuajih almurashahin liliabtieath qabl altihaqihim bialbaethati, risalat alkhaliy alarabii*, 116(2). 97 -146
- 27) Al-Ahmadi, A. (2013). "altasnif alealamii lijamieat aldaarisin alsaeudiiyn fī alkhariju: alwaqie walmamuli", *majalat aleulum altarbawiat walnafsati*, 2(1), 527 -564.
- 28) Al-Awad, T. (2017). "diblumasiat alshababi", *majalat aldiblumasi*, 88(4).

- 29) Al-Abdul-Muneem, F. (2017). "almueawiqat al'iidariat alati tuajih altulaab almubtaeithin fi dawlatay alwilayat almutahidat al'amrikiat walmamlakat almutahidat walsubul almuqtarahat liltaghalub ealayha: dirasat maydaniatan", dirasat tarbawiat wanafsiatun, 94(4), 99 -143.
- 30) Cooper, Andrew F., Jorge Heine, and Ramesh Thakur, eds. *The Oxford handbook of modern diplomacy*. OUP Oxford, 2013.
- 31) Cross, G. E. "'The World's Peace'-Woodrow Wilson's Fourteen Points." *Bulletin of the Western Front Association* 110 (2018).
- 32) Kıçmari, Sabri. "Classics of Diplomacy." *Introduction into Diplomacy*. Singapore: Springer Nature Singapore, 2024. 29-63.
- 33) Melissen, Jan. *Wielding soft power: the new public diplomacy*. Vol. 275. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2005.
- 34) Zaharna, Rhonda S. "Mapping out a spectrum of public diplomacy initiatives: Information and relational communication frameworks." *Routledge handbook of public diplomacy*. Routledge, 2008. 106-120.
- 35) Enaifoghe, Andrew O., and Nthabiseng E. Makhutla. "Exploring cultural diplomacy as soft power through cultural communication exports: A model of power for promoting peace and security." *African Journal of Gender, Society & Development* 9.3 (2020): 83.
- 36) Wang, Jian. "Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited." *Public relations review* 32.2 (2006): 91-96.
- 37) Diplomacy, Cultural. "Political Influence and Integrated Strategy." *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*, ed. Michael J. Waller (Washington, DC: Institute of World Politics Press, 2009) 74 (2009).
- 38) Maack, Mary Niles. "Books and libraries as instruments of cultural diplomacy in Francophone Africa during the Cold War." *Libraries & Culture* (2001): 58-86.
- 39) United States, "Department of State, Advisory Committee on Cultural Diplomacy", *Diplomacy Report of the Advisory Committee on Cultural Diplomacy*, 3.
- 40) Mark, Simon. *A greater role for cultural diplomacy*. Vol. 1. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations, 2009.
- 41) Melissen, Jan. *Wielding soft power: the new public diplomacy*. Vol. 275. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2005.

- 42) Sestic, Milena Dragicévic, Ljiljana Rogac Mijatovic, and Nina Mihaljinac, eds. Cultural diplomacy: Arts, festivals and geopolitics. Creative Europe Desk Serbia, 2017.
- 43) Francisco Jose Iacayo Parajon, "Beyond the peace accords: the foundations of the culture of peace in Central America". Translated by Anne kamvaag. First ed. Guatemala: UNESCO El Salvador, (1998), p.3.
- 44) Kuo, Tang-Ling. Taiwan's Cultural Diplomacy Policy: Case Studies of Overseas Contemporary Art Exhibitions (2012-2019). Diss. King's College London, 2022.
- 45) Hartig, Falk. "How China understands public diplomacy: The importance of national image for national interests." International Studies Review 18.4 (2016): 655-680.
- 46) Anheier, Helmut, et al. "The Cultural Value Project Cultural Relations in Societies in Transition." A Report to the Goethe Institute and the British Council (2018).
- 47) The British Council and the Goethe Institute. Cultural Relations in Societies in Transition: A Literature Review, [viewed on 9 Feb. 2021]. Available from: https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/lit_review_short_working_paper_final_final.pdf.
- 48) Akli, Madalina. "The Role of Study-Abroad Students in Cultural Diplomacy: Toward an International Education as Soft Action." International Research and Review 2.1 (2012): 32-48.
- 49) Ward, Isabel Avila. "The Fulbright Act." Far eastern survey 16.17 (1947): 198-200.
- 50) Snow, Nancy. "The Smith-Mundt Act of 1948." Peace review 10.4 (1998): 619-624.
- 51) Bryan, McAllister-Grande, "The historical roots of internationalization", Retrieved from The Role of Study Abroad Students in Cultural Diplomacy, 2008.
- 52) Rosenthal, Albert Harold. Administrative Problems in the Establishment of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. UNESCO Relations Staff, Department of State, 1948.
- 53) Sylvester, Bob. "The 'first' international school." International education in practice. Routledge, 2003. 3-15.
- 54) -Altuwijri, E. (2020). wahind bint muhamad bin eabd allah al'ahmad, "waqie al'iedad althaqafii liltulaab almubtaethin dimn barnamaj khadim alharamayn alsharifayn lilaibtiead alkharijii wamueawiqatih walmuqtarahat alati tushim fi

- tatwiri min wijhat nazarihim, majalat aleulum altarbawiat walnafsiati, 41(3), 99 -119.
- 55) Manor, Ilan, "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology". DigDiploROx Working Paper, No 2, Jan 2018, p. 3.
 - 56) -Abd Alsabur, S. (2021). "aldiblumasiat alraqamiat ka'adaat fi alsiyasat alkharijiat aldiblumasiat al'iisrayiiliat tujah almintaqaq allearabiat nmwdhjan", 'arkan lildirasat wal'abhath walnashri, 3(1).
 - 57) Al-Asimi, M. (2021). "mustaqbal aldiblumasiat alraqamiat alsaaudiat khilal aleaqdayn alqadimayn fi zili altahawulat alduwaliat alraahinati", almajalat allearabiat libuhuth al'ielam walaitisali, 35(1).
 - 58) Percinschi, Olga, and Olga Diacov. "Building a Country Brand and Its Further Promotion." Intellectus (2016): 41.
 - 59) Tinne, Wahida Shahan. "Nation Branding: Beautiful Bangladesh." Asian Business Review 2.1 (2013): 31-36.
 - 60) Dinnie, Keith. Nation branding: Concepts, issues, practice. Routledge, 2015.
 - 61) Brodie, Roderick J., and Maureen Benson-Rea. "Country of origin branding: An integrative perspective." Journal of Product & Brand Management 25.4 (2016): 322-336.
 - 62) -Orabi, D. (2018), "muntadaa shabab alealamu: sinaeat alealamat altijariat limisir ealaa tuitir", almajalat aleilmiat libuhuth alealaqaq aleamat wal'ielan, 15(2), 53 - 79.
 - 63) Donthu, Naveen, Satish Kumar, and Debidutta Pattnaik. "Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis." Journal of business research 109 (2020): 1-14.
 - 64) Samiee, Saeed, and Brian R. Chabowski. "Knowledge structure in international marketing: a multi-method bibliometric analysis." Journal of the Academy of Marketing science 40 (2012): 364-386.
 - 65) Dinnie, Keith. Nationbranding: Concepts, issues, practice. Routledge, 2015.
 - 66) Rasmussen, Rasmus Kjærgaard, and Henrik Merksel. "The new PR of states: How nation branding practices affect the security function of public diplomacy." Public Relations Review 38.5 (2012): 810-818.
 - 67) Anholt, Simon "Plug into your national brand. In International trade forum (No. 4, p. 20). International Trade Centre, (2005, October).
 - 68) Mihalache, Silviana, and Polona Vukman. "Composition with country and corporate brands. Capitalising on the country's brand values." (2005).
 - 69) Bigi, Alessandro, et al. "When satire is serious: how political cartoons impact a country's brand." Journal of Public Affairs 11.3 (2011): 148-155.

- 70) Kotler, Philip, and David Gertner. "Country as brand, product and beyond: A place marketing and brand management perspective." *Destination branding*. Routledge, 2007. 55-71.
- 71) Shimp, Terence A., Saeed Samiee, and Thomas J. Madden. "Countries and their products: a cognitive structure perspective." *Journal of the Academy of Marketing Science* 21 (1993): 323-330.
- 72) Bigi, Alessandro, et al. "When satire is serious: how political cartoons impact a country's brand." *Journal of Public Affairs* 11.3 (2011), *ibid*.
- 73) Gudjonsson, Hlynur. "Nation Branding." *Place Branding* 1 (2005): 283-298.
- 74) Carstensen, Martin B., and Vivien A. Schmidt. "Power through, over and in ideas: conceptualizing ideational power in discursive institutionalism." *Journal of European public policy* 23.3 (2016): 318-337.
- 75) Kaneva, Nadia. "Nation branding: Toward an agenda for critical research." *International journal of communication* 5 (2011): 25.
- 76) O'Shaughnessy, John, and Nicholas Jackson O'Shaughnessy. "Treating the nation as a brand: Some neglected issues." *Journal of macromarketing* 20.1 (2000): 56-64.
- 77) Fetscherin, Marc, and Mark Toncar. "The effects of the country of brand and the country of manufacturing of automobiles: An experimental study of consumers' brand personality perceptions." *International Marketing Review* 27.2 (2010): 164-178.
- 78) Stock, Felix. "Identity, image and brand: A conceptual framework." *Place branding and public diplomacy* 5 (2009): 118-125.
- 79) Merckelsen, Henrik, and Rasmus Kjærgaard Rasmussen. "The construction of Brand Denmark: A case study of the reversed causality in nation brand valuation." *Valuation Studies* 3.2 (2015): 181-198.
- 80) Kang, Hyungseok. "Contemporary cultural diplomacy in South Korea: explicit and implicit approaches." *Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?* Routledge, 2018. 79-93.
- 81) Akli, Madalina. "The Role of Study-Abroad Students in Cultural Diplomacy: Toward an International Education as Soft Action." *International Research and Review* 2.1 (2012): 32-48.
- 82) Kunczik, Michael. *Images of nations and international public relations*. Routledge, 2016.
- 83) Alvarez, Maria D., and Sara Campo. "The influence of political conflicts on country image and intention to visit: A study of Israel's image." *Tourism management* 40 (2014): 70-78.

- 84) Eman Faisal, "Unlock the potential for Saudi Arabian higher education: a systematic review of the benefits of ChatGPT. In *Frontiers in Education*" Vol. 9, (2024, April), p. 1325601, Frontiers Media SA.
- 85) Alhur, Anas. "Overcoming electronic medical records adoption challenges in Saudi Arabia." *Cureus* 16.2 (2024).
- 86) Wong, Melissa Ling Lee, and Shuang Liu. "The role of online social networking sites in facilitating friendships and adaptation among international students in Malaysia." *International Journal of Intercultural Relations* 99 (2024): 101942.
- 87) Yu, Baohua, and Yick Wah Leung. "Establishing ties or strengthening friendships? Students' use of online social networks in intercultural friendship development." *Information Technology & People* 37.2 (2024): 815-834.
- 88) Robinson, Oral, Kara Somerville, and Scott Walsworth. "Building, negotiating and sustaining transnational social networks: Narratives of international students' migration decisions in Canada." *Global Networks* 24.1 (2024): e12442.
- 89) Lin, Warangkana, and Sheng-Ju Chan. "Students as a nexus of cultural diplomacy: estimating the outcomes of the international higher education scholarship program in Taiwan." *Journal of Studies in International Education* 28.3 (2024): 420-439.
- 90) Holoborodko, Oleh, Elvira Gerasymova, and Nataliia Shevchenko. "Effectiveness of cultural diplomacy in promoting common EU values." *Amazonia Investiga* 13.79 (2024): 141-154.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication



Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 73 January 2025 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.